

Закарпатський угорський інститут ім. Ференца Ракоці II  
кафедра географії та туризму

Реєстраційний № \_\_\_\_\_

Кваліфікаційна робота

**ДОСЛІДЖЕННЯ ПОПИТУ ТА ПРОПОЗИЦІЇ ГАСТРОНОМІЧНОЇ  
ПРОГРАМИ  
«ТИЖДЕНЬ УГОРСЬКОЇ КУХНІ» НА ЗАКАРПАТТІ**

**КІШ ЕМЕШЕ- ЕРЖЕЙБЕТ**

Студентка IV-го курсу

Освітня програма 242 Туризм

Ступінь вищої освіти: бакалавр

Тема затверджена Вченою радою ЗУІ

Протокол №10 /27 жовтня 2021 року

Науковий керівник: **ШАШ ЕНИКИ ЛЮДВИКІВНА**

**PhD, доцент**

Завідувач кафедри географії та туризму: **МОЛНАР ЙОСИП ЙОЖЕФОВИЧ**

**К.Г.Н.**

Робота захищена на оцінку \_\_\_\_\_, «\_\_» \_\_\_\_\_ 2022 року

Протокол № \_\_\_\_\_ / 2022

Закарпатський угорський інститут ім. Ференца Ракоці ІІ  
кафедра географії та туризму

Кваліфікаційна робота

**ДОСЛІДЖЕННЯ ПОПИТУ ТА ПРОПОЗИЦІЇ ГАСТРОНОМІЧНОЇ  
ПРОГРАМИ  
«ТИЖДЕНЬ УГОРСЬКОЇ КУХНІ» НА ЗАКАРПАТТІ**

Ступінь вищої освіти: бакалавр

Виконав: студентка ІV-го курсу  
**КІШ ЕМЕШЕ-ЕРЖЕЙБЕТ**  
Освітня програма 242 Туризм

Науковий керівник: **ШАШ ЕНИКИ ЛЮДВИКІВНА**  
**PhD, доцент**

Рецензент: **ТАРПАІ ЙОСИП ЙОСИПОВИЧ**  
**PhD**

Берегове  
2022

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП .....</b>	<b>8</b>
<b>1. ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ УГОРСЬКОЇ ГАСТРОНОМІЇ ТА ГОСТИННОСТІ.....</b>	<b>10</b>
1.1. Кулінарна історія Угорщини з часів Угорського завоювання (Honfoglalás) до сучасної кухні.....	10
1.1.1. Харчові звички Угорщини часів Угорського завоювання (Honfoglalás).....	10
1.1.2. Харчові звички Угорщини після часів Угорського завоювання (Honfoglalás).....	11
1.1.3. Культура харчування Угорщини за часів правління короля Матяша (Mátyás király).....	12
1.1.4. Гастрономія Угорщини у XIV-XIX. ст. ....	14
1.1.5. Гастрономія Угорщини у XX-XXI. ст. ....	17
<b>2. РОЛЬ ГАСТРОНОМІЇ В ТУРИЗМІ.....</b>	<b>20</b>
2.1. Поняття та важливість гастрономічного туризму.....	20
<b>3. ГАСТРОТУРИЗМ ЗАКАРПАТТЯ.....</b>	<b>22</b>
3.1. Поява етнічної різноманітності в закарпатській гастрономії .....	22
3.2. Роль гастрономії в туризмі Закарпаття .....	22
3.3. Розвиток та важливість програми «Тиждень угорської кухні» .....	25
<b>4. МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ПРЕДСТАВЛЕННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ .....</b>	<b>27</b>
4.1. Методи дослідження.....	27
4.2. Вивчення попиту та пропозиції гастрономічної програми «Тиждень угорської кухні» на Закарпатті .....	29
4.2.1. Аналіз попиту гастрономічної програми «Тиждень угорської кухні».....	29
4.2.2. „Аналіз пропозиції гастрономічної програми «Тиждень угорської кухні».....	46
<b>5. ВИСНОВКИ .....</b>	<b>59</b>
<b>РЕЗЮМЕ .....</b>	<b>62</b>
<b>РЕЗЮМЕ УКРАЇНСЬКОЮ.....</b>	<b>64</b>

<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ .....</b>	<b>66</b>
<b>СПИСОК РИСУНКІВ .....</b>	<b>70</b>
<b>ДЕКЛАРАЦІЯ.....</b>	<b>72</b>
<b>ПОДЯКА .....</b>	<b>73</b>
<b>ДОДАТКИ .....</b>	<b>74</b>

II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola  
Földtudományi és Turizmus Tanszék

**A „MAGYAR KONYHA HETE” GASZTRONÓMIAI PROGRAM  
KERESLETÉNEK ÉS  
KÍNÁLATÁNAK VIZSGÁLATA KÁRPÁTALJÁN**  
Szakdolgozat

Képzési szint: alapképzés

**Készítette: KISS EMESE ERZSÉBET**

IV. évfolyamos hallgató

Képzési program: 242 Turizmus

**Témavezető: DR. SASS ENIKŐ**

**docens**

**Recenzens: DR. TARPAI JÓZSEF**

**PhD**

## TARTALOMJEGYZÉK

<b>BEVEZETÉS</b> .....	<b>8</b>
<b>1. A MAGYAR GASZTRONÓMIA ÉS VENDÉGLÁTÁS FEJLŐDÉSTÖRTÉNETE</b> .....	<b>10</b>
1.1. Magyarország kulináris története a Honfoglalás előtti időktől kezdve egészen a modern konyháig .....	10
1.1.1. Magyarország étkezési szokásai a Honfoglalás előtt.....	10
1.1.2. Magyarország étkezési szokásai a Honfoglalás után .....	11
1.1.3. Magyarország étkezési kultúrája Mátyás király idején .....	12
1.1.4. Magyarország gasztronómiája a XIV-XIX. században .....	14
1.1.5. Magyarország gasztronómiája a XX-XXI. században.....	17
<b>2.A GASZTRONÓMIA SZEREPE AZ IDEGENFORGALOMBAN</b> .....	<b>20</b>
2.1. A gasztronómiai turizmus fogalma és jelentősége.....	20
<b>3. GASZTRATURIZMUS KÁRPÁTALJÁN</b> .....	<b>22</b>
3.1.A nemzetiségi sokszínűség megjelenése a kárpátaljai gasztronómiában.....	22
3.2.A gasztronómia szerepe Kárpátalja turizmusában .....	22
3.3. A „Magyar Konyha Hete” programsorozat kialakulása és jelentősége.....	25
<b>4.A KUTATÁS MÓDSZEREI ÉS A KUTATÁSI EREDMÉNYEK BEMUTATÁSA</b> .....	<b>27</b>
4.1. A kutatás módszerei .....	27
4.2. A „Magyar Konyha Hete” gasztronómiai programsorozat keresletének és kínálatának vizsgálata Kárpátalján .....	29
4.2.1. A „Magyar Konyha Hete” gasztronómiai programsorozat keresletének elemzése .....	29
4.2.2. „Magyar Konyha Hete” gasztronómiai programsorozat kínálatának elemzése .....	46
<b>5. KÖVETKEZTETÉSEK</b> .....	<b>59</b>
<b>ÖSSZEFOGLALÓ</b> .....	<b>62</b>
<b>UKRÁN NYELVŰ REZÜMÉ</b> .....	<b>64</b>
<b>FELHASZNÁLT IRODALOM</b> .....	<b>66</b>

<b>ÁBRÁK JEGYZÉKE .....</b>	<b>70</b>
<b>NYILATKOZAT.....</b>	<b>72</b>
<b>KÖSZÖNETNYILVÁNÍTÁS .....</b>	<b>73</b>
<b>MELLÉKLETEK .....</b>	<b>74</b>

## BEVEZETÉS

A gasztronómiai turizmus keretén belül megrendezett programok az utóbbi években világszerte önálló utazási döntést megalapozó tényezővé váltak, s egyes térségek gasztronómiai kínálata meghatározó az utazási döntés meghozatala során. Kárpátalján a gasztronómiai forradalom izgalmas időszakát éljük, s a turizmus szektorban foglalkozó szakemberek mind különleges jelentőségű vonzerőként tekintenek a megyesajátos és unikális konyhaművészetére.

Kárpátalja egy soknemzetiségű térség, amely az elmúlt száz év alatt 5 országhoz tartozott. Ennek eredményeként a területen ukrán, magyar, román, orosz, cigány, cseh és egyéb nemzetiségek egyaránt élnek. Ezek a nemzetek közösen alakítják a térségnek nemcsak a kulturális, hanem gasztronómiai kínálatát is, aminek az egyike a magyar konyha. Ennek értelmében vonzó színpontjai lehetnek Kárpátalja turizmusának a különböző nemzetek kulináris értékeinek népszerűsítésével foglalkozó programok, mint például a szakdolgozatom kutatási tárgyát képező Magyar Konyha Hete gasztronómiai program.

Kutatásom céljának tekintem, hogy bebizonyítsam, érdemes a meglévő programot megőrizni és esetleges innovatív ötletekkel bővíteni, hiszen jelentős forgalmat generál térségünk vendéglátással foglalkozó egységeiben, miközben új vendégkörre is szert tehetnek és népszerűsíthetik szolgáltatásaikat a helyi közösségben és a turisztikai piacon.

Munkám elkészítése során primer és szekunder kutatási módszereket alkalmazok, melyek együttesen adnak egy átlátható képet a program népszerűségéről. A munka első felében kiemelt figyelmet fordítottam a szekunder források felkutatására, ami a témakörhöz tartozó szakirodalom összegyűjtését, értelmezését, elemzését és feldolgozását jelentette.

A munka 3 fő fejezetből áll. Az első részben a magyar gasztronómia és vendéglátás fejlődéstörténete kerül bemutatásra, azon belül Magyarország kulináris történetéről írok a Honfoglalási előtti időktől kezdve egészen a modern konyháig. A második részben a gasztronómia szerepét vizsgálom az idegenforgalomban, a harmadik fejezet pedig a Kárpátalja gasztroturizmusát foglalja össze, ahol szó esik a nemzetiségi sokszínűség megjelenéséről a kárpátaljai gasztronómiában, valamint a gasztronómia szerepéről is Kárpátalja turizmusában. A harmadik részben kerül bemutatásra a „Magyar Konyha Hete” programsorozat kialakulása és jelentősége is, amit a negyedik fő fejezet követ a kutatás módszerei és a kutatási eredmények cím alatt.



A primer kutatást online kérdőívezéssel valósítottam meg. Két kérdőív került összeállításra – egy keresletet és egy kínálatot felmérő kérdőív. A kutatás során a minél magasabb számú látogatói minta begyűjtésére és a vendéglátói kör felmérésére törekedtem a 2022-es programsorozatot megelőzően, illetve a kutatás a program ideje alatt és utána is zajlott volna, de ezt sajnos a 2022. február 24-én kirobbanó ukrajnai háború megakadályozta. A 2022-es „X. Magyar Konyha Hete”-nek nyitónapja pont február 24-én lett volna. Ennek ellenére sikerült annyi adatot előzetesen begyűjteni a programmal kapcsolatban, amelyek értékes, és a programfejlesztés szempontjából használható eredményeket hordoznak magukban.

A kapott adatokat Microsoft Office Excel program segítségével dolgoztam fel, s a megfelelő szemléletességre törekedve, az adatokat ábrákkal, diagramokkal igyekeztem szemléltetni.

Véleményem szerint ez a csaknem 10 éves múltra visszatekintő rendezvény, megfelelő kutatási munkával, releváns eredményeket képes mutatni, melyek hasznosak lehetnek a munkámban tárgyalt témakör iránt érdeklődő kutatók, illetve főként a programot szervező szakemberek (Kárpátaljai Magyar Turisztika Tanács tagjai) számára. A munkám során alkalmazott kutatási módszerek lényegbeli statisztikai adatokat és jelentős információkat adnak, melyek mind kedvező hatást gyakorolnának a szóban forgó program fejlesztéséhez, vagy esetlegesen újabb, hasonló turisztikai termék kialakításához – a megyénk turisztikai arculatának színesebb felépítéséhez.

# 1. A MAGYAR GASZTRONÓMIA ÉS VENDÉGLÁTÁS FEJLŐDÉSTÖRTÉNETE

## 1.1. Magyarország kulináris története a Honfoglalás előtti időktől kezdve egészen a modern konyháig

### 1.1.1. Magyarország étkezési szokásai a Honfoglalás előtt

Őseink, akik úgynevezett pásztornépek voltak, letelepedésük előtt, a hosszú évszázados kalandozó vándorlásaik során, főként halászzal, vadászattal, gyűjtögetéssel foglalkoztak és szerezték meg táplálékukat, mindemellett pedig kezdetleges földművelést is végeztek (Berecz 2019). A vándorlással járó állandó helyváltogatás speciális konyhai igényeket követelt meg. Az ételt lábas öntöttvas edényben, nyárson agyagban elásva sütötték, vagy ágas fára akasztott üstben (bogrács) főzték és ismerték az egyes pörkölési-, szárítási-, aszalási-és füstölési eljárásokat is, amelyeket tartósítás céljából alkalmazták (Kárpáti 2016). A mozsarakban összezúzott csontokból és sült húsból úgynevezett húsport készítettek, majd bőrszakokba helyezték és a nyeregbe akasztották, könnyebbé téve a szállítást és a tartósítást. A húsos zacskó, amit a nyeregbe akasztottak az alapja annak a téves és kissé rosszindulatú állításnak, hogy a "magyarok nyereg alatt puhították a húst" (Tusor 2006).

Elkészítették a tejpor elődjének nevezett kurut, a megsavanyodott tejet pedig szárították. A szárított tészták készítésével szintén a nomád életmódhoz alkalmazkodtak. Egyes források szerint a magyar pásztorokról gyűjtött adatok sok hasonlóságot mutatnak a csuvas, azerbajdzsán és osztják népekkel. Ilyen a burgonya és a paprika nélkül készített gulyás hús (borsos hús), a szárított hús és tésztafélék /lebbencs, tarhonya/, a töltött káposzta őse, a kásák, a tejes ételek, a lótejből erjesztett ital és a kumisz. Úgy tartják, a magyarok már a honfoglalás előtt is készítettek sertésből hurkaféléket (Tusor 2006). A vándorlások során általában folyópartokon telepedtek le –Volga, Don folyók –, ahol főleg pásztorkodással foglalkoztak. Évszázadokig éltek együtt török népekkel, majd később a kazárokkal. Ekkor sajátítottak el olyan földművelési eljárásokat, mint például a gabonatermesztés, szőlőművelés vagy bizonyos kézműves mesterségeket. Az együttélésből természetesen számos, táplálkozással kapcsolatos szavunk is származik, mint például az ól, teve, kecske, szőlő, kecske, bika, ökör, alma, kan, kancsó, teknő, bor stb. (Kárpáti 2016).

### ***1.1.2. Magyarország étkezési szokásai a Honfoglalás után***

A XV. század közepéig nem jött létre jelentős tartalmú írás a magyar konyha kialakulásáról és a meglévő étkezési szokásokról, így a letelepülés-, illetve az azt követő századokról rendkívül hiányosak az írásos emlékek. Ebből adódóan, a korszak konyhakultúrájára vonatkozóan, sok esetben csak hipotéziseket tudnak a szerzők felállítani (Szeleczy 2003).

A letelepedést követően, a X. század közepén Géza fejedelem – túlélési szempontokat figyelembe véve – papokat hozatott a magyarság megtérítésére, így a magyar vendéglátásnak az egyházi vendéglátás lett az alapja. Ennek értelmében egyfajta kötelesség volt a vendégfogadás és a szállás biztosítása. Ugyanakkor fontos megjegyezni, hogy ebben az időben még nem az ételek élvezete volt a központi motívum, sokkal inkább a tápértéket tartották elsődlegesnek. A letelepült magyarság földművelése jelentősen bővült a Kárpát-medencei lakosokkal való keveredés miatt, aminek eredményeképpen a táplálkozásuk is változatosabbá vált (Tusor 2006).

A szántóföldeiken leginkább gabonaféléket termeltek. A IX-X. század tájékán kezdték el termelni a babot, a céklát, káposztát, uborkát és a sárgarépát. A köles, a búza, az árpa termesztése a X-XI. századra tehető, mint ahogyan a rozs népszerűsége is. Ekkor ismerkedtek meg hajdinával, a rozssal, vargányával, lencsével illetve a zabbal. A rómaiak által honosított, de az idő közben elhanyagolt szőlőültetvényeket megújították, s a X. század végére jelentős termőhozammal rendelkező szőlőskertek születtek. Akkoriban kerítéssel csak a legföltettebb növényeket – általában a szőlőt – vették körül, s innen származik a kert megnevezés is. Ezen szőlőskertek kolostorokhoz és korabeli földesúri birtokokhoz tartoztak. Az állattartásról nem említenek minőségi változást a források. Fellelhetőek az istállózó állattartás nyomai, a későbbiekben viszont gyakoribbá vált az ólak és a téli állatszállások készítése és használata. A jószágot csak tavasszal és nyáron tartották a legelőkön, télére a nekik kialakított helyiségekben takarmányozták őket (Füreder 2009).

Készítettek még különböző vízben főtt kásaféléket, lepényeket, árpából és kölesből készült ételeket, bableveseket, burgonya- és paprika nélküli gulyáshoz hasonló leveseket, szárított tésztaféléket, és tejből készült ételeket. Ebből az időből származik a galuska is, ami az egyik legrégebbi tésztafélé. Az akkori szakácsok a vadhúsok, halételek és szárnyasok ízesítéséhez főként ecetet, sőt, olajas magvakat illetve mézet használtak, melyeket pácban érleltek. Ezen kívül fogyasztottak még salátaféléket, hagymát, borsót, tormát, ürömfüvet. A gyermekáldást, szüreteket, a házasságkötést vagy akár a halotti tort ünnepnek tekintették, így minden alkalomkor áldomást ittak. Ezen kívül egy adott mesterségben az új mester avatását vagy az egyes portékák adás-vételét is vendégeskedés kísérte. A raktározást kamrákkal és

viszonylagosan jól felszerelt konyhakkal oldották meg. A főzéshez tűzhelyet és cserépedényeket, később háromlábú vasedényeket használtak (Kárpáti 2016).

Az Árpád-korban a fűszernövények ismerete jelentősen bővült. Őseink először a kaporral és a csomborral majd a XII. századot követően – a Bizáncon keresztül érkező – szerecsendióval ismerkedtek meg. A XIII. századtól olvashatunk a bors, borókabogyó, cukor, édeskömény, sáfrány, gyömbér és szegfűszeg kereskedelemről. A cukor import csak a XIV. században kezdett beindulni, a XIX. századik luxuscikknek számított, így a méz számított a legjelentősebb édesítőszernek (Füreder 2009).

István király idején főként nyugati és balkáni – német és görög – kultúrák befolyásainak hatására a királyi családnak már szakácsácsai voltak, akik kivételes helyzetű iparosemberek voltak, és terményekkel, birtokokkal, nemesi címmel és adókedvezményekkel és egyéb pénzadományokkal jutalmazták őket. Nagyszakácsi település szintén ebből az időből kapta nevét. Az egyházak évenként megvendégelték a királyi háznépet és a főurakat. A kor gasztronómiai szokásainak keretein belül a napi egyszeri étkezés volt az általános. Idővel népszerűvé vált a földesurak korcsmáztatása. Az italmérők és korcsmárosok önálló iparosokká fejlődtek. Egy 1326-ból származó oklevél szerint az első magyar kocsmáros egy Vörös Kelemen nevű kovácsi lakos volt. Kialakultak az első fogadók, ezek a létesítmények viszont még igen messze álltak a mai vendéglátóipartól. A XIII. században nagy előrelépést jelentett a „selyemúton” zajló távol-keleti kereskedelem népszerűsége Marco Polo (1254-1323) lévén. Az XIV. században feljegyzések szóltak arról, hogy a módosabb urak már előszeretettel hódoltak a kulináris élvezeteknek. Megesett, hogy alkalmanként akár 20-24 féle fogás is került az asztalra, és a nap jelentős részét étkezéssel töltötték (Bódiné 2007).

A XIV. század első felében a reneszánsz szellemi irányzata köszöntött be Magyarországra, nagy hatást gyakorolva ezzel táplálkozási szokásaink fejlődésére.

### ***1.1.3. Magyarország étkezési kultúrája Mátyás királyidején***

Mátyás király uralkodásának ideje, a konyhakultúra tekintetében is, meglehetősen gazdag. A királyi és főúri asztalokra kerülő ételek sora bőséges és választékos volt. Galeotto Marzio leírása szerint Mátyás király udvarában sokféle halat szolgáltak fel. A legkedveltebb halak között a csuka, a menyhal, az angolna, a pisztráng kerül megnevezésre. A húskok között szerepelt a marha, a juh, a házi- és vadsertés, a kecske, a szarvas, az őz, a nyúl, a liba, a kacska, a fogoly, a fácán. Kedvelt csemegének számított a hízott pávahús is. Nagy gondot fordítottak a kovással készült kenyérré (Tusor 2006). Hunyadi Mátyás (1458-1490) és a reneszánsz Magyarországon történő kibontakozásának kapcsolatáról megoszlanak a vélemények. Egyes

források szerint, a Mátyás király 1476-ban Beatrix nápolyi királylánnyal kötött házassága engedett teret az olasz reneszánsz Magyarországon történő kibontakozásának (Kárpáti 2009). Mások szerint a Magyarországi reneszánsz kultúra, táplálkozási szokások kialakulása nem köthető az említett király uralkodásához. A változás az Anjouk trónra kerülésével kezdődhetett, de kétségkívül Mátyás király alatt élte fénykorát. Az uralkodó halálát követően a mohácsi vészig Magyarországon, majd Erdélyben tovább élt és összességében a 18. század végéig megőrizte főbb jellemvonásait (Füreder 2009).

Mátyás király idejével kapcsolatban, akármelyik forrásra is támaszkodunk, mindegyik állítja, hogy az étkezésben jelentősen érvényesült az olasz hatás. Heltai Gáspár, a magyar késő reneszánsz irodalom kiemelkedő képviselője szerint, Hunyadi Mátyás a szász szalonnás káposztát kedvelte leginkább. Galeotttól pedig azt tudhatjuk, hogy őseink négyszögletű asztalok mellé ültek le enni és minden ételt mártásban tálaltak, amelyek az ételek szerint váltakoztak (Füreder 2009). A levesek és mártások sűrítésére kenyérbelet használtak, a rántást még nem ismerték. Elterjedt a vöröshagyma, a fokhagyma, az ecetes halak, olaszos sajtok, a gesztenye és a tészták használata. Kedvelt fűszerek voltak az olaszdió, sáfrány, fahéj, bors, gyömbér, ánizs, kapor. A húsok sütésénél már alkalmazták a nyáron és rostonsütést. A pároláshoz, főzéshez bográcsot, üstöket és lábasfazekat használtak (Kárpáti 2016). Őseinknél az is szokás volt, hogy valamennyien egy tálból ettek és senki sem használt villát, mikor a húsba harapott. Mindenki előtt volt valamilyen kenyérféle, s a közös tálból kivett ételt kisebb darabokra vágva az ujjaikkal tették a szájukba (Füreder 2009). A fogásokra jellemző volt az édesebb ízvilág. Ekkor terjedt el zöldségfélék köretként való szervírozása is. Az étkezések közben komoly, illetve tréfás dolgokról társalogtak vagy költeményeket daloltak. Az éneket általában lantszó kísérte (Kárpáti 2016).

A korabeli krónikások feljegyezték az udvari szokások és lakomák mellett, a híres vadászatok is, melyeknek elsődleges célja inkább a társasági élet volt, mintsem a hús beszerzése. Ismerünk számos nagy vadászatot, melyek említésre kerültek feljegyzésekben. Ilyen többek között I. Lajos 1353. évi zólyomi medvevadászata, Luxemburgi Zsigmond 1412-es a pesti Rákoson megtartott körvadászata, vagy Eger Püspökének, Estei Hyppolit bíborosnak az 1518-ban megtartott bükki vadászata (Füreder 2009).

Összességében elmondható, hogy Mátyás király uralkodása alatt nagy változások mentek végbe és jelentősen gazdagodott a magyar konyhaművészet. A nagyszámban nyíló fogadókat és vendéglátóhelységeket eleinte az utazók használták, majd a helyi lakosság is igénybe vette szolgáltatásaikat. Ennél fogva a fizetővendéglátás rövid időn belül természetessé, később hivatássá és művészetté formálódott. Ezen állításokra hivatkozván

kijelenthető, hogy Mátyás korában a közélet alakulása pozitív irányba terelte a vendéglátóipar fejlődését (Kárpáti 2016).

#### ***1.1.4. Magyarország gasztronómiája a XIV-XIX. században***

A magyar konyha területén, ebben a nagyobb periódust felölelő korszakban, összességében a német és francia gasztronómia hatása érződött. Báthori Zsigmond (1572-1602) udvari főszakácsa mindent feljegyzett a kor étkezési kultúrájáról, valószínűleg ezért is nevezik őt a magyar konyhatörténet Anonymusának. A főszakácsának írásai számos eredeti ötletet és konyhatechnológiai műveletet tartalmaznak, melyekből egyértelműen a hazai hagyományok keveredése tükröződik vissza a kifinomult francia konyhaművészettel. Mária Terézia idején (1717-1780) megjelent a bécsi befolyás is a magyar konyhaművészetben. A kiadós lakomák középpontja azonban mégis a magyar nemzeti ízek és hagyományos ételkészítési technológiák voltak (Kárpáti 2016).

Arról, hogy mikor melyik században milyen új nyersanyagok vagy konyhatechnológiák jelentek meg, a korabeli szakácskönyvek feljegyzéseiből tudhatunk. A XVI. századból ránk maradt szakácskönyv szerint elmondható, hogy akkor még olajjal, vajjal főztek és alig található utalás a ma uralkodó sertézsír használatára. A káposztát inkább a halak főzésénél említi a könyv, mint a húsoknál. A tej, tejföl, ecet használata napjainkhoz hasonlóan gyakori. A vöröshagymának viszont, mint fűszernek, ízesítőanyagként nincs olyan jelentős szerepe, mint ma. Elterjedt a borral való főzés. A rántás használata ritka, az ételleket még mindig kenyérbéllel sűrítették, a rántást csak a leveseknél alkalmazták. Az erős fűszerezés volt jellemző és az édeskés íz, ami a kenyérbélen kívül, a méz, mazsola, füge, alma, körte használatából is következik. Ezeket alkalmazták a húsoknál, halaknál és salátáknál is. Az ételkészítési eljárások között már alkalmazták a pácolást, az abálást, a párolást, a pirítást, a papírban, tésztában burkolást, illetve az így történő sütést, tűzdelést, bundázást, áttörést, átsütést, reszelést. Az ételek között előfordultak a ropogósok, hurka, kocsonyák, pástétomok, kolbász, fánk, palacsinta, rétes, torta, felfűjt, borhab stb. Ezen ételek már a maihoz többé-kevésbé hasonló formában készültek. Az említett szakácskönyv már a diétával is foglalkozott (Tusor2006).

A kukorica, a kávé, a paprika és a dohány használata a török hatásra terjedt el és ezzel egy időben bővült a rizses ételek választéka. Termesztettek diót, mandulát, vékony héjú szőlőt és magnélküli barackot is. Sokféle fűszert, vadat, gombát használtak fel. Ebben az időben a sertézsírt csak elvétve használták. Evilia Cselebi (1660-1666), a híres török utazó, az útleírásában a következő ételleket és italokat tartotta említésre méltónak: fekete leves, karak

leves, rántott süllő, pörkölt ponty, lengyel tyúkpecsenye, vagdalt hússal töltött tészta, lengyel tyúkpörkölt, töltött tök, piláf, káposzta, vajás rétes, mézes rétes, kenyérlepény, cipókenyér, kitűnő gyümölcsök, főzelékek, meggyvíz, borok. Itt találkozunk először a leves fogalmával. A pörkölt nem feltétlenül paprikával készült ételt jelentett (Tusor2006).

A XVII.-XVIII. századi szakácskönyvek már részletesebb munkáknak mondhatók. Megjelenik a cukor, vanília, csokoládé és a tejszín. Találkozni lehet a keményítő, élesztő és egyéb pácolásra alkalmas fűszerekkel is. Elterjedt a sertésszírban történő sütés, főzés. A levek elvesztik jelentőségüket, előtérbe kerülnek a mai értelemben vett levesek. Megjelenik az erőleves, borleves, serleves. Találkozni lehet a tükörtojás, bevert tojás, rák, vaj, aszpic stb. fogalmával. Ritkán, de előfordul a főtt tészta és gyakrabban szerepelnek az édességek, pl. tejben főtt galuska, kalács, mézeskalács, kifli, piskóta, madártej, grillázs, kétszersült. A szakácskönyvek a jéggel vagy hóval fagyasztott fagyaltfélék receptjét is említik. Meglehetősen csökkent a fűszerezettség és kezdett elterjedni a rántás használata. A nép szegényebb rétegei a külföldi fűszereket nem tudták megfizetni, így főleg petrezselyemmel, köménymaggal, ánizzsal, tormával ízesítettek. Egyre terjedt a paprika, a paradicsom alkalmazása is. A paprika először Spanyolországban bukkant fel és dísznövényként jutott el Magyarországra. Újabb kutatások szerint a törökök elől menekülő bolgár bevándorlók terjesztették el nálunk a paprikát, majd lassan rájöttek, hogy a paprika nemcsak dísznövény, hanem ételízesítőnek is igen jól használható. Elég nehezen terjedt el, eleinte lenézett paraszti fűszer volt. Magyarországon főleg Szeged és Kalocsa környékén sokat foglalkoztak a fűszerpaprika nemesítésével. A fűszerpaprika először Szenci Molnár Albert szótárának 1604-i kiadásában fordul elő török bors néven. Az akkori osztrák, elsősorban bécsi konyha erősen francia jellegű volt. Így az osztrák hatás a francia konyha erőteljes érvényesülését, befolyását is jelentette. A hússzeletek bundázását (panírozását) is osztrák kezdeményezésnek tartják (Tusor 2006).

Ezekből a századokból rengeteg szakácskönyv és feljegyzés maradt az utókorra, mivel számos írástudó ember érdeklődött a gasztronómia iránt. Az 1800-as években megjelent Czifray István szakácsmester Magyar nemzeti szakácskönyve, mely már magyar nyelven íródott. Jókai Mór szintén recepteket gyűjtött, majd „Kakas Márton” álnéven adta ki azokat. Ignó Pálnak „Emma asszony” néven jelentek meg a témával kapcsolatos írásai. Mindezek mellett a családok saját receptgyűjteményei is gyarapodtak és maradtak fent (Kárpáti 2016).

A XIX. századból több utazó ajánlja a gulyást és a paprikás csirkét. A vendéglőkben majdnem minden ételt paprikáznak, van paprikás hal, paprikás hús, paprikás szalonna. A franciás hatás érezteti hatását az étlapokon, gyakoriak az olyan szavak, mint a galantin,

omlette, mayonnaise, cotelette, escalop, saufé stb. A francia konyha hatása a paraszti konyhán a múlt században kevésbé volt érzékelhető és szükség volt a magyaros ételek választékának a bővítésére. Ebben a munkában nagy szerepe volt id. Marchal Józsefnek (Tusor 2006). Tanítványaival törekedett a minél precízebb és igényesebb szakácsmunkára; az ételkészítés során kizárólag a megfelelő anyagokat használták fel, valamint szigorúan betartották a konyhatechnológiai előírásokat. Ezen kívül igyekeztek bevonni konyhaművészetükbe a már hazánkban is ismertté vált külföldi alapanyagokat. Fia később továbbvitte a szálloda-és vendéglátó mesterséget. Marchal József tehát meghatározó személyisége volt a XIX. századi magyar gasztronómiának, hiszen nem csupán fellendítette a magyar turizmus-vendéglátást, de népszerűsítette és ízlésesen és izgalmasan vegyítette a francia konyha jellegzetes ízvilágát és technológiáit a magyar konyháéval (Kárpáti 2016).

Meg kell említeni Gundel Jánost is, aki – folytatva Marchal munkáját – Budapesten tanulta ki a szakácsmesterséget, később sörházat alapított, majd számos vendéglő tulajdonosa lett. Ő készített először ürühúsból és zöldbabból palóc levest. Ezen felül a Szállodások és Vendéglősök Ipartársulatának elnöke volt. Fia, Gundel Károly többek között Németországban, Svájcban, Angliában és Franciaországban tanult. 1910-ben átvette a Wampetich vendéglőt, s ebből lett később a világhírű Gundel étterem (Bódiné 2007). A gasztronómia szakterületének határain belül számos szakmai témájú könyvet írt, többek között „A vendéglátás művészete” című művét. Azóta több „Gundel módra” elnevezésű étel vált ismertté, köztük a diókrémes, csokoládé öntettel tálalt, rumos mazsolás Gundel palacsinta (Kárpáti 2016).

Elmondható, hogy a fentebb tárgyalt századokban egyre nagyobb figyelmet fordítanak a vendégek igényeinek minél magasabb szintű kielégítésére, illetve arra is, hogy a felszolgálók több nyelven beszéljenek, és jó modorúak legyenek. Az ételkészítés tekintetében nagyobb hangsúlyt kap az alapanyagok egyre szélesebb körben való felhasználása, az előírások betartása, illetve a precizitás. Magyarország területén a XIX. században már számos szálloda és vendéglő üzemelt. A vendéglátóhelyek fő szerepe már nem csupán az étkeztetés és a szálláshely biztosítás, hanem a társasági, irodalmi és művészeti, élet legjelentősebb színhelyei is. A turizmus-vendéglátásban betöltött szerepe mellett tehát társadalomtörténeti szempontból is kiemelkedőnek tekinthetők (Kárpáti 2016).



### ***1.1.5 .Magyarország gasztronómiája a XX-XXI. században***

Bihari Nagy Éva, a Debreceni Egyetem Néprajzi Tanszék egyik kutatója szerint a XIX. század végén tevékenykedő szakácsmesterek a hazai igényeket és a külföldi keresletet is igyekeztek kielégíteni. Igyekeztek hozzáigazítani a magyar konyhát a kor kifinomultabb ízléséhez, megőrizve annak egyéni sajátosságait. Olyan igazi magyar ételek születtek, mint a ropogósra sült malac, a ropogós csirke, a tűzdelt pulyka, a fiatal libapecsenye, és a nyárson sülték sokféle változata. De ekkorra tehető a sokféle disznótoros étel és a töltött-, rakott-, lucskos káposzta, a paradicsomos töltött paprika és a tejfölös tökfőzelék megalkotása is (<https://adoc.pub/hagyomanyos-taplalkozas-korszakok.html>). Ezzel együtt a XIX. század végére, a XX. század elejére a vendéglátóipar is megerősödött (<https://vasarnap.com/vasarnapi-asztal/kirandulas-a-magyar-gasztronomiaban-iii>). Aháborús években a magyar konyha fejlődése hanyatlani látszott. A jól képzett szakácsok egy része odaveszett, az államosítás pedig végképp megakadályozta a fejlődést. Idővel nem csak a nagyipari vállalatokat, de a 10 főnél többet foglalkoztató kisvendéglőket is bezárták, az embereket pedig az iparba irányították. A nők is dolgozni kényszerültek és bevezették a közétkezés és egységesítették a konyhákat.

A háborús időszakban szükségmegoldásokra kerülhet sor, ilyenkor a legegyszerűbb alapanyagok fogyasztása kerül előtérbe. Ezzel magyarázható az is, hogy ekkor terjedtek el a mustáros pácban puhított húsok, az olcsó, kalóriadús ételek erős fűszerezéssel, pirospaprikával, vöröshagymával (<https://vasarnap.com/vasarnapi-asztal/kirandulas-a-magyar-gasztronomiaban-iii>).

A II. világháború idején, illetve azt követő élelmiszerhiány miatt az étkezési szokások korábbi rendszere megváltozott. A vendéglők és az éttermek nagy része megszűnt, mert nem tudták előteremteni a nyitáshoz szükséges feltételeket - a nyersanyagbeszerzést és a konyhai felszereléseket. Helyüket az eszpresszók, kávézók és kiskocsmák vették át, amelyek kis tőkével is működtethetőek voltak.

A 60-as években volt tapasztalható minőségi változás, a gazdasági nyitás és az idegenforgalom élénkülésének köszönhetően, amelyet a rendszerváltást követően a privatizáció és a külföldi tőkeáramlások tettek teljessé. A vendéglátó birodalmak feloszlottak, és általánosan is kezdetét vette a magyar gasztronómia megújulása (<http://www.eztfaldfel.hu/2014/03/magyar-gasztronomia-tortenete-honfoglalastol.html>).

Az 1970-es évek végén, az 1980-as évek elején a polgári családok is érezhették a változást. A háziasszonyok ekkor gyakrabban olajban sütötték a húsokat, és újabb fűszerek váltak elérhetővé, mint pl. a kakukkfű vagy a csombor.

Bihari Nagy Éva szerint napjaink konyhájának kezdetét az első magyar receptmagazin (Magyar Konyha 1976) megjelenésétől lehet számítani (<https://adoc.pub/hagyomanyos-taplalkozas-korszakok.html>).

Fontos megemlíteni azt is, hogy rohamos változásokat idéztek elő a Magyarországon is megjelenő gyorséterem láncolatok, mint például az első McDonald's megnyitása Budapesten 1988-ban. Az étteremláncoknak köszönhetően elhíresültek az országban más országok (olasz, ázsiai, amerikai, stb.) hagyományosnak tekinthető ízei is (Rimán 2021).

A McDonald's a tömegtermelést tűzte ki célul, hogy minél szélesebb körben tudja elérni a fogyasztóit. Ekkor még az emberek többsége az egyszerű, jól megszokott termékeket és ételeket részesítette előnyben. A tömegtermelés időszaknak a hanyatlása akkor következett be, amikor a fogyasztóknak elegük lett a tömegcikkekből és elkezdtek érdeklődni az egyedi, minőségi ételek iránt.

Ez az „ébredés” vonta maga után az egészséges életmód és a tudatos étkezés felé vett irányultságot, majd pedig ezzel együtt a környezettudatosságot is. A XXI. század elején az emberek szembesülnek az egészséges nyersanyagok felhasználásával, és olyan hétköznapi változások következnek be, mint a gasztronómia felértékelődése és az étterembe járás divattá válása is. Az első gasztronómiai trendek között pedig meg kell említeni még a gyorsan elkészíthető ételek utáni érdeklődést, amikor is felértékelődik az idő szerepe a főzésnél (<https://adoc.pub/hagyomanyos-taplalkozas-korszakok.html>).

Ebben a korszakban több jelentős esemény is történt. A nagy magyar gasztronómiai átalakulás egyik vezéralakja Molnár B. Tamás, 2004-ben megalapította a Magyar Gasztronómiai Egyesületet, amelynek keretein belül a Kulináris Charta, az új „biblia” mutatott útírány a forradalomhoz csatlakozni vágyó séfeknek, borászoknak, termelőknek, szakíróknak, étterem-tulajdonosoknak. A törekvés első igazán nagy sikere a Costes étterem 2009-ben elnyert Michelin-csillaga volt (<https://www.vg.hu/manager-magazin/2019/04/a-magyar-gasztronomia-bukasa-es-felemelkedese>).

Ugyancsak 2004-ben jelent meg Magyarország első gasztronómiai TV csatornája is – a Paprika TV, amelynek célja, hogy elősegítse Magyarország és kelet-közép-európai térség kulináris hagyományainak a megőrzését (<https://adoc.pub/hagyomanyos-taplalkozas-korszakok.html>).

A XXI. században egyre növekedni látszott az organikus termékek jelentősége, és egyre fontosabbá vált az egészség. Megjelent a természetes úton megtermelt élelmiszerek utáni kereslet az azt megfizetni képes társadalmi rétegek körében.

Napjainkban elmondható, hogy az elmúlt két évtizedben mintegy ötszörösére nőtt az organikus élelmiszerek értékesítésének volumene a világban (<https://www.statista.com/statistics/273090/worldwide-sales-of-organic-foods-since-1999>).

Az étkezés és az étterembe járás egyre többek számára kezdett élménnyé, a szabadidő eltöltés egy formájává válni. Új elemként jelent meg a szolgáltatások minőségének a jelentősége, az új technológiai megoldások terjedése, az ár/érték arány fontossága. Hasonlóképpen az étel és a turizmus is nagy szerepet kapott az élményszerzésben, ami mai napig tapasztalható (Rimán 2021).

Az étel, mint élményszerzési lehetőség segíthet egyes helyek márképítésében vagy akár támogathatja a helyi kultúrát, amely önmagában is vonzó lehet a turisták számára. Megjelent a különleges étkezések iránti igény a „quickcasual” vagy „fastcasual”. Napjainkban a fogyasztók a gasztronómiának nem csak szemlélői, de résztvevői is akarnak lenni. Ehhez kapcsolódó trend például a story telling, amikor van egy jól megfogalmazott egyedi „körítés” az ételek vagy italok mellé. Tökéletes példa erre a Café Freiben használt itallap is.

A XXI. században a fiatalok fontos trend kialakító szerepkört töltenek be a gasztronómiában, hiszen az újdonságokra ők a legfogékonyabbak és a leginkább ösztönözhetőek a fogyasztásra egyes marketingfogásokkal, így hát jelentős mértékben ők alakítják az újabb és újabb gasztronómiai trendeket is (Rimán 2021).

## 2. A GASZTRONÓMIA SZEREPE AZ IDEGENFORGALOMBAN

### 2.1. A gasztronómiai turizmus fogalma és jelentősége

Alapvetően az étel-és italfogyasztás a turisztikai terméknek egy meglehetősen fontos eleme, hiszen a turistának utazása alatt ennie és innia kell. Ennek ellenére, a jellegzetes helyi specialitások és híres italok megismerése, egészen a XX. század első feléig, nem jelent meg elsődleges utazási motivációként. Az ételek-italok megkóstolása céljából utazók száma még ebben az időszakban meglehetősen alacsony volt egyrészt az érdeklődés hiánya, másrészt az utazás jelentős anyagi terhei miatt is. Nyugaton, a második világháború után, a kereskedelemnek köszönhetően az élelmiszerek választéka fokozatosan bővült, az utazás lehetősége pedig egyre szélesebb társadalmi rétegek számára vált elérhetővé. Ennek következtében a turisták nagytöbbsége érdeklődését kezdte kifejezni a felkeresett úti cél helyi konyhája iránt. Az étel-és italfogyasztás egyre jobban a társadalmi státusz kifejezési eszközévé kezdett válni, az addig jellemző fizikai szükségletek kielégítése mellett. Az ekkor már nevén nevezett gasztronómiai célú utazások a XX. század első felében kezdődtek el, de igazán csak a századmásodik felében, az 1970-es években váltak népszerűvé (Könyves, Csobán 2015).

A gasztronómiai turizmusnak vannak bizonyos szereplői, akik az UNWTO megfogalmazása szerint, olyan turisták, akik utazásukat részben vagy teljes egészben azzal a szándékkal szervezik meg, hogy utazásuk során a helyi konyhaművészet kínálatát próbálják ki, vagy gasztronómiával kapcsolatos tevékenységet végezzenek (<https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284414666>). A gasztroturisztikai élményt a turista különböző elemek ismertetőjegyei alapján ítéli meg, melyek között az étel minősége és mennyisége szerepel az első helyen. Ezt követik a környezet tulajdonságai, a szolgáltatás színvonala, valamint a közreműködő humán erőforrás. Szakemberek úgy vélik, hogy az élmény pozitív vagy negatív hangú elbírálása a turista előzetes elvárásaitól függ, mely rendkívül szubjektív, mindezen egyéni elvárások viszont túlságosan magasak lehetnek az intenzív marketingtevékenység következtében. Aszerint, hogy milyen ételek és italok állnak a gasztronómia középpontjában, megkülönböztetünk több altípust is. A leggyakoribb ételek a gasztroturizmus kínálatában: olaj, sajt, sonka, húsok és halak, gyümölcsök, szarvasgomba, csokoládé. A leggyakoribb italok: bor, sör, whisky, cider, pezsgő, szake, tea, kávé. A megnevezett ételek és italok gyakran szerepelnek gasztrofesztiválok, tematikus utak, vezetett

gasztronómiai séták esetében, mint központi kínálati elem (Könyves, Csobán 2015).A gasztroturizmusnak számtalan megjelenési formája is van, sőt, folyamatosan új, innovatív gasztroturisztikai termékek jelennek meg. A legelterjedtebb formák között a következőket említik a felhasznált forrás:

- gasztrofesztiválok
- gasztronómiai témájú tematikus utak
- gasztronómiai múzeumok
- különleges éttermek, cukrászdák, borászatok
- gasztrotúrák, gasztronómiai séták
- tematikus étkezések
- főzőiskolák(Könyves, Csobán 2015).

Bazyuk szerint a gasztronómiai turizmus úttörői az olaszok, akik elsők között ügyesen ötvözték a kereskedelem és a technológia fejlesztését azokkal a turistákkal, akiket az új ételek megismerése vonzott. Nagy népszerűségnek örvendenek a francia, olasz és spanyol borutak, ahol, szőlőskerti sétákat, szőlőszedést, borkóstolót, hagyományos borfesztiválokra való részvételt kínálnak.

A Németországban, Ausztriában, Belgiumban és Csehországban megvalósuló sörutak nemcsak a rendkívül széles választékkal kápráztatják el a vendégeket, maradandó élményt kínálnak a sörfőzdék, a híres sörözők és bárók meglátogatása is. Olaszország, Svájc és Hollandia méltán híres a sajttúráiról, ahol az érdeklődők megkóstolhatják a legjobb sajtokat és vásárokra látogathatnak el (Bazyuk 2016).

Japánban létezik olyan speciálisan kialakított hely is, ahol a túravezető felügyelete alatt a látogatók saját maguk vásárolják meg a sushi hozzávalóit, majd profi mesterszakácsok közvetlen a látogatók előtt elkészítik számukra az ételt.

A kölni Csokoládé múzeum évente több mint 600 ezer turistát fogad. A múzeum kiállításain a maja és azték civilizációktól kezdve bemutatásra kerül minden fontos történelmi korszak egészen addig, amikor a csokoládé meghódítja Európát (Bazyuk 2016).

### **3. GASZTROTURIZMUS KÁRPÁTALJÁN**

#### **3.1. A nemzetiségi sokszínűség megjelenése a kárpátaljai gasztronómiában**

A mai Kárpátalja gazdag történelmi múlttal rendelkező ukrain terület, amely az elmúlt évszázadokban több államalakulathoz is tartozott:

895-1920 – Magyarország része

1920-1938/1939 – Csehszlovákia része

1938/1939-1944 – Magyarország része

1944-1945 – Csehszlovákia része és Szovjet megszállás

1945-1991 – Szovjetunió része (USZSZK)

Az 1991-ben Ukrajna kikiáltotta függetlenségét, ami által Kárpátalja a független ukrán állam közigazgatási egységévé vált. A 12 800 négyzetkilométer kiterjedésű Kárpátalja ma Ukrajna nyugati vidéke, ami Magyarországgal, Szlovákiával, Romániával és Lengyelországgal szomszédos. A függetlenedéseredményeképpen a területen ukrán (80,5%), magyar (12,1%), román (2,6%), orosz (2,5%), cigány (1,1%), cseh (0,5%) és egyéb (1,1%) nemzetiségek is élnek (Molnár 2005). Ezek a nemzetek közösen alakítják a térségnek nemcsak a kulturális, hanem gasztronómiai kínálatát is, amelynek egyike a magyar konyha. Ennek értelmében vonzó színfoltjai lehetnek Kárpátalja turizmusának a különböző nemzetek kulináris értékeinek népszerűsítésével foglalkozó programok, mint például a Magyar Konyha Hete gasztronómiai program.

#### **3.2. A gasztronómia szerepe Kárpátalja turizmusában**

Az imént említett területi elcsatolások kedveztek Kárpátalja sokszínű kultúrájának kialakulásában, ami a térség gasztronómiáját sem hagyta érintetlenül. Az évek során különböző népek kulináris szokásai keveredtek, amelyek megalkották a jellegzetes kárpátaljai konyhát. A magyar bogrács-gulyás, a szlovák sztrapacska, a bojkó gombamártás, a német sódar, a cseh knédli, a cigány hurka, a hucul bános, a zsidó sólet mind jellegzetes ételkülönlegessége egy-egy itt élő nemzetnek. Ezeket az ételeket többek között a Kárpátalján megrendezett különböző gasztofesztiválokon lehet megkóstolni, megvásárolni. A rendkívül változatos kárpátaljai ételek között a megye szinte teljes területén megtalálhatók a magyar ételek.

A hegyvidéki régiókban– a Felső-Tisza-vidéken– az ukrán-ruszin konyha dominál, ahol olyan ételkínálattal találkozunk, mint a bános (a pásztorok juhtúrós puliszkája), borscs leves, gombaleves, parázson sült pisztráng, gombás töltöttkáposzta, vareniki – túros, káposztás, meggyes töltelékkel. Szintén a hegyvidéken található zömében a Koliba éttermek, melyekre az a jellemző, hogy ruszin népviseletben szolgálnak fel hagyományos szláv ételeket. Ezen a vidéken nagy hagyománya van a tinóru gomba felfűzésének, szárításának, valamint a gombák télire való savanyításának is. A hegyvidéki utak mellett gyakran látni friss és száraz gomba, áfonya, málna, erdei szamóca árusokat, hisz az ebből beszerzett jövedelem jó kiegészítésként érkezik az ott élő családok költségvetésébe (Sass 2019).

A nagyobb síkvidéki városokban – Ungvár, Munkács, Beregszász, Nagyszőlős – jellemzően a modern európai konyha és a helyi tradicionális ételek dominálnak. Beregszászban, a nagyszámú magyar lakosságnak köszönhetően a magyar konyha remekeivel találkozhatunk leggyakrabban. Azon kívül, több Tisza-menti magyar faluban foglalkoznak falusi turizmussal is, ahol a vendégek megismerhetik a kárpátaljai falusi életet és a hagyományos magyar ételeket. Ilyen például a káposztáspaszuly, a beregi töltöttkáposzta, a lekváros derelye, a cinke, a falusi tyúkhúsleves, a táskaleves, a csirkepaprikás, a fánk és egyéb ételek.

Az évszázadok során szintén közkinccsé vált minden kárpátaljai család életében és napjainkban szinte minden étterem menüjében is az ukrán borscsleves, a pörkölt, a lacipecsenye, a vareniki, a babgulyás, bogrács, a hucul bános, az orosz szoljának, a hajdina, a sólet, a saslik és a pelmenyi (Tarpai 2013).

A fent említett ételeket, ételkülönlegességeket és édességeket lehetőség van megkóstolni az adott nemzet konyháját bemutató éttermekben, falusi vendéglátóhelyeken, az erre a célra létrehozott kóstolóhelyeken és a különböző gasztrofesztiválok Kárpátalján. A térségben a gasztronómiai kínálat minden turizmusforma elengedhetetlen részét képezi, s az autentikus ételeket kóstolók igazi kulináris élményekkel térhetnek haza (Sass 2019). A kárpátaljai magyarok által szervezett nevesebb fesztiválok közé tartozik a Hagyományörző Perecfesztivál Asztélyban, a Hazahívogató Leccsófesztivál Nagyborzsován, és Tiszacsomán, a Nemzetközi Lekváfőző és Böllérfesztivál Mezőgecsében, valamint a Bor- és Gasztrofesztivál Nagymuzsalyban. Népszerű a Csipkebogyó- és Beregiszöttes fesztivál Nagyberegen, az Arany gulyás fesztivál Nagymuzsalyban, a Bográcsfőző verseny Mezőkaszonyban, a Töltöttkáposzta fesztivál Csetfalván és a Vadászfesztivál is Badalóban. A Bereg-vidéki fesztiválokön kívül számos rendezvény szerveződik az Ung-megyében is: Paprikáskrumpli

fesztivál (Nagydobrony), Paprikafesztivál (Kisdobrony) (Sass 2016). Ezen kívül számos szőlőtermesztő vidék tart borfesztiválokat, ezek közül magyar vonatkozású a Beregszászi Nemzetközi Borfesztivál, a Kígyósi Borfesztivál és a Beregszászi Szent Márton Újborfesztivál és Libator. (Berghauer, Tóth 2019). A „Magyar Konyha Hete” programsorozat bár nem fesztivál, de tovább színesíti a kárpátaljai magyar gasztronómiai kínálatot. Több ukrán irodalom is kiemeli Kárpátalja gasztronómiai vonzerejét. A Harkovi Nemzeti Egyetem egy diákja, szakdolgozatában több olyan tényezőt felsorol, aminek hatására fokozott érdeklődés figyelhető meg a kárpátaljai gasztronómia iránt. A munkában elismerik a sokszínű, multinacionális kárpátaljai konyhát, amely magában foglalja az ukrán, magyar, szlovák, román, cseh, zsidó, cigány, német konyha jellegzetességeit; és kiemelik, hogy a régióban található Ukrajna legtöbb gasztronómiai fesztiválja. Megnevezésre került a Rahói Brinzafesztivál, „Arany” gulyásfesztivál Nagymuzsalyban, a Mezőgecei Nemzetközi Böllérfesztivál, Beregszászi Nemzetközi Borfesztivál, a Munkácsi Borfesztivál, a Técsői Bruszturai kedrovica nevű pálinkafesztivál és a Beregszászi Szent Márton Újborfesztivál és Libator is (Zhuravchak 2021). Az ukrán irodalom megjelöl néhány továbbfejlesztésre irányuló stratégiát is Kárpátalja tekintetében. Elsősorban a fejlett turisztikai infrastruktúra biztosítását ajánlja a minőségi turisztikai termék elterjesztése és a turisták számára nyújtott szolgáltatások széles körű biztosítása érdekében, továbbá hangsúlyozza a minőségi marketingpolitika, valamint a tájékoztatási és reklámtevékenység működésének fontosságát. Eredményes lehet a személyzet képzettségi szintjének javítása a turizmus területén, és még inkább növelné a gasztronómiai rendezvények (bor- és sajtvásárok, fesztiválok) számát. Említi a gasztronómiai túságok minőségének javítását, valamint a külföldi befektetések lehetőségének megteremtését is (Bazyuk 2016).

Egyes szakértők szerint a gasztronómiai turizmus fejlesztését a Kárpátalja szomszédos régióival együttműködésben kell megvalósítani ([https://tourlib.net/statti\\_ukr/godya.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/godya.htm)). Létrehozták a Gasztronómiai Turistautat az Ungvári Nemzeti Egyetem és a Kárpátaljai Tourinfo Központ által, amelylehetőséget biztosít, hogy a turisták megismerjék a Kárpátalján élő nemzetek ételeivel. A „Gasztronómiai út” során a turisták felkeresik valamelyik nemzetiséghez köthető éttermet, ahol az étkezés mellett van lehetőségük arra is, hogy megismerkedjenek az ételek receptjeivel és azok történetével is (Berghauer et al. 2020).

Pákozdi Judit, gasztronómiai újságíró 1980-ban járt először Kárpátalján és azonnal beleszeretett a vidék gasztronómiájába. Módszeresen végigjárta Kárpátalja városait, falvait és évek hosszú sora alatt összegyűjtött 222 eredeti, autentikus receptet az idősebb asszonyoktól, akik még emlékeztek a régi ízekre. Ezeket egy csokorba gyűjtve adta ki a Kárpátaljai kóstoló



című könyvét 1992-ben. A könyv létrehozásának célja volt, hogy idecsábítsák a magyar turistákat, akik nagyon keveset tudnak Kárpátaljáról. Az író véleménye szerint, a mai kárpátaljai turizmus minőségileg készen áll arra, hogy fogadjon vendégeket. A Kárpátaljai Magyar Turisztikai Tanáccsal együtt arra törekedett, hogy minél több turistát vonzzanak a vidékre Magyarországról és az ukrán területekről is (<https://karpatalja.ma/kultura/kulturalis-hirek/a-vii-magyar-konyha-hete-sajtotajekoztatoja-es-a-karpataljai-gasztrokalauz-bemutatasa/>).

2021-ben megjelent a könyv részletesebb, bővített változata egy már színes formában, sokkal több recepttel és egy részletes néprajztörténeti résszel lett kibővítve (Pákozdi 2021) .

A Kárpátaljai kóstoló című könyvbemutatóval egybekötve egy receptes füzetet is bemutattak a szervezők, mégpedig a kárpátaljai falusi vendégfogadó asszonyok kincsesládájából összegyűjtött Édes Kárpátalja című kiadványt (<https://karpataljalap.net/2021/10/07/karpataljai-kostolo-konyvbemutato-beregszaszban>).

A Magyar Konyha Folyóirat és a Kárpátaljai Magyar Turisztikai Tanács kiadásában 2018-ban megjelent a 190 helyszínt összegyűjtő Kárpátaljai Gasztrokalauz is, ami egy gasztrokulturális összefoglaló és rengeteg élményt, helytörténeti érdekességet mutat be. A könyvet egy úttörő munkának tartják, mivel ezelőtt soha nem készült még hasonló összefoglaló a régió sokszínű konyháiról (Pákozdi (szerk.) 2018). A kiadók fontosnak tartották, hogy az ukrán nyelvű turisták is betekintést nyerjenek a kárpátaljai gasztronómiába, az éttermek által kínált választékba, ennek érdekében 2020-ban létrehozták annak ukrán változatát is (<https://kiszozszo.net/2020/03/10/gasztrokalauz-ukran-turistaknak/>).

2021-ben megjelent magyar, majd ukrán nyelven is a Kárpátalja magyar szemmel című útikönyv is, amely összefoglalja a megye magyar lakosságának több mint 1000 éves múltját és jelenét, minimálisan érintve a gasztronómiát is (Tarpai (szerk.) 2021).

### **3.3. A „Magyar Konyha Hete” programsorozat kialakulása és jelentősége**

2012-ben született meg az ötlet a Magyar Konyha Hete programsorozat létrehozására, az európai „torkos csütörtök” mintája alapján. Európában ennek keretén belül a vendéglátó egységek kedvezményes áron kínálják ételeiket, de a kárpátaljai kezdeményezéssel ellenben ott csak egy napig tart az említett program. A szervezők egyik célja az volt, hogy kifejezetten a holt szezonban vonzzák be a vendégeket a területre, ezzel segítve a turizmussal foglalkozó szakemberek megélhetését.

A „Magyar Konyha Hete” programfelhívása legelső alkalommal egy hétre szólt és csak a Beregszászi járás éttermeire terjedt ki, mindössze 3-4 étterem részvételével valósult meg. Ezt követően évről-évre egyre több vendéglátóegység csatlakozott egész Kárpátalja szerte.

A program részeként, az éttermeknek 500 hrn összegű jelentkezési díjat kell fizetni, ennek fejében a Kárpátaljai Magyar Turisztikai Tanács tart több sajtótájékoztatót, lehetőséget ad arra, hogy bemutatkozzanak az éttermek a Pulzus rádióban és elmondják az idei ajánlatukat, s hogy milyen egyéb szolgáltatással várják még a vendégeket. Ezen kívül elkészítik az egységes étlapokat és online is reklámozzák azokat a saját Facebook felületükön, s innen oszthatják tovább az éttermek és bárki más is. Ezen kívül mindenki kap nyomtatott plakátokat is és Kárpátalja többi rádiójában is megy a Magyar Konyha Hete reklámja.

A 2022. február 10-én tartott „Magyar Konyha Hete” című sajtótájékoztatón elhangzott, hogy a rendezvény célja, megőrizni és átadni az ifjúságnak a nagyszüleink által ránk hagyott örökséget, megszerettetni a magyar gasztronómia ízvilágát a megyébe érkező vendégekkel, valamint a szervezők nem titkolt szándéka az akció segítségével egyre több turistát csalogatni a térségbe.

Csizmár Sarolta, a Kárpátaljai Magyar Turisztikai Tanács (továbbiakban KMTT) alelnöke elmondása szerint a 2022-ben tartandó jubileumi eseménysorozatra 21 étterem, borászat és vendégház jelentkezett. Amint már korábban említésre került, a program sajnos nem valósulhatott meg, pedig az eddigi legnagyobb érdeklődést jelezték az éttermek, akik különleges meglepetésekkel, szórakoztató programokkal készültek a jubileumi eseményre. Arról nincsenek információk, hogy a háború kitörése miatt elmaradt program, milyen veszteséget okozott a vendéglátóknak, ugyanis ők teljesen felkészültek a vendégek fogadására. Február 24-e reggelétől sorra mondták le az asztalfoglalásokat, mivel az emberek elkezdtek menekülni Kárpátaljáról. Az itthon maradt emberek, akik továbbra is igényt tartottak az ételekre kiszállítás által megkaphatták azokat. A vendéglátók mindent megtettek, hogy csökkentsék a veszteségüket. Voltak, akik a hét többi napjára (február 25-27.) is 50%-os kedvezménnyel próbálták elvitelre árusítani ételeiket, vagy a menekültáradat kiszolgálása révén tudták az ételeket megmenteni a megsemmisítéstől.

## 4. A KUTATÁS MÓDSZERE ÉS A KUTATÁSI EREDMÉNYEK BEMUTATÁSA

### 4.1. A kutatás módszerei

A kutatás elsődleges célja a „Magyar Konyha Hete” gasztronómiai programsorozat keresletének és kínálatának vizsgálata. A cél megvalósításának és megfelelő kidolgozottságának érdekében, témavezetőmmel megfontoltan és körültekintően választottunk kutatási metódusokat. Ebből adódóan, a munkám elkészítése során együttesen kerülnek alkalmazásra primer és szekunder kutatási módszerek.

A munka első felében kiemelt szerepet fordítottam a szekunder források felkutatására, ami a témakörhöz tartozó szakirodalom összegyűjtését, értelmezését, elemzését és feldolgozását jelentette. A magyar gasztronómia és vendéglátás fejlődéstörténetének bemutatásában Bódiné (2007), Füreder (2009), Kárpáti (2016), Szeleczky (2003), Tusor (2006) és Rimán (2021) munkái voltak segítségemre. A gasztronómia szerepének fontosságát az idegenforgalomban pedig Könyves, Csobán (2015) és Bazyuk (2016) írásai alapján összegeztem. A gasztronómia szerepe Kárpátalja turizmusában című fejezet megírásában Pákozdi (1992, 2021), Tarpai (2013), Sass (2019), Berghauer et al. (2020), Журавчак (2021) és Bazyuk (2016) munkáit vettem alapul.

Az elsődleges kutatás kivitelezéséhez online kérdőíveket használtam. Két differens kérdőív került kidolgozásra a kutatás kezdeti fázisában. Az egyik a „Magyar Konyha Hete” gasztronómiai programsorozat keresletének felmérésére irányult, amelyet a vendégek körében tölttettem ki ukrán és magyar nyelven. A keresletet felmérő kérdőív a Facebook közösségi oldalon került kitöltetésre, megosztva azt különböző csoportokban és egyenként eljuttatva az éttermek követőihez. Azokat az embereket szerettem volna megszólítani, akik legalább egyszer vagy akár rendszeresen résztvevői voltak a programnak. A kínálatot vizsgáló kérdőívet a Kárpátaljai Magyar Turisztikai Tanács segítségével emailen keresztül juttattam el minden olyan étteremnek, akik 2022-ben jelentkeztek a programban. Mindkét kérdőív (1. és 2. számú melléklet) a Google Űrlap (<https://www.google.hu/intl/hu/forms/about/>) segítségével lett összeállítva.

A keresleti oldal vizsgálatához egy 28 kérdésből álló online kérdőívet állítottam össze. A kérdőívet 2 részre osztottam fel: általános, bevezető kérdésekre (a válaszadók szocio-demográfiai jellemzőivel kapcsolatosak), illetve a "Magyar Konyha Hete" gasztronómiai

programsorozatra irányuló kérdésekre. A kérdőívben egyaránt megtalálhatók a nyílt és zárt típusú kérdések, az egyszerűbb feleletválasztós, jelölőnégyzetes, legördülő lista típusú válaszlehetőségek, valamint a bonyolultabb kérdések esetén alkalmazott likert-skála, feleletválasztó- és jelölőnégyzet rácsok is.

A kínálati oldal vizsgálatához első körben összegzést készítettem azokról az éttermekről, amelyek 2013-tól 2022-ig részt vettek a „Magyar Konyha Hete” című programsorozatban. (3. sz. melléklet) Az információkat internetes felületekről gyűjtöttem be (<http://www.karpataljaturizmus.hu/index.php?p=p&a=240>, [https://kmtt.org/index.php?op=category&c=Magyar\\_Konyha\\_Hete](https://kmtt.org/index.php?op=category&c=Magyar_Konyha_Hete)). A kínálati oldal további vizsgálatához egy online, 34 kérdésből álló kérdőív került összeállításra. A kérdéssort 3 részre bontottam: általános, bevezető kérdésekre, a „Magyar Konyha Hete” programra irányuló kérdésekre, és végül az éttermek fejlesztési terveire vonatkozó kérdésekre. A keresletéhez hasonlóan, itt szintén többségében a zárt kérdések találhatók meg, de jóval több nyitott típusúval találkoztak az étterem tulajdonosok, mint a vendégek. Ennek segítségével pontosabb és szélesebb palettájú válaszokat kaphattam olyan – a program szervezői számára is fontos – kérdésekre, mint melyek azok az állandó ételek, amelyek évről-évre visszatérnek az étlapra, illetve, hogy melyek a legkedveltebb levesek, főételek, és desszertek a „Magyar Konyha Hete” programsorozat ideje alatt. Olyan kérdésekre kaphattam még választ, hogy milyen pozitív és negatív hatásokat vélnek felfedezni a tulajdonosok az éttermükre vonatkozóan a „Magyar Konyha Hete” ideje alatt, illetve tanácsokat, javaslatokat fogalmazhattak meg, segítve ezzel a program jövőbeni fejlődését.

A kérdőívek szerkesztése, az adatfelvétel elvégzése, a kapott adatok elemzése, a kutatási eredmények megfogalmazása az eredmények értékelésével, illetve a javaslatok megfogalmazásával folytatódott.

## 4.2. A „Magyar Konyha Hete” gasztronómiai programsorozat keresletének és kínálatának vizsgálata Kárpátalján

### 4.2.1. A „Magyar Konyha Hete” gasztronómiai programsorozat keresletének elemzése

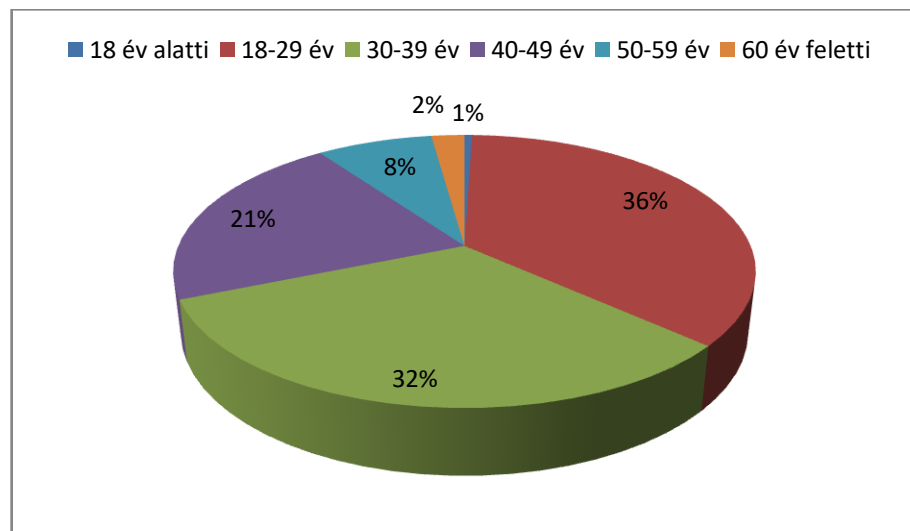
#### *Az adatközlők szocio-demográfia jellemzői*

A „Magyar Konyha Hete” gasztronómiai programsorozat keresleti kérdőívét összesen 183 fő töltötte ki. A kérdőívet ukrán nyelven is elkészítettem, melyet csupán 8 személy töltött ki.

A kutatásban nem szerint 130 (71%) nő és 53 (29%) férfi vett részt. Az eredmények nemi megoszlásának aránytalansága talán azzal magyarázható, hogy a férfiakkal szemben a nők másfélszer annyi időt töltenek el a Facebook közösségi oldalon(<https://www.napi.hu/magyar-vallalatok/a-nok-tobbet-hasznaljak-a-facebookot.547040.html>), így ennek eredményeképp hozzájuk jutott el több kérdőív.

A legnagyobb részben a kitöltők 18-29 év közötti személyek (36%), majd utánuk a 30-39 év közöttiek (32%) és a 40-49 év közöttiek (21%) vannak a legnagyobb számban. Az ettől idősebb korosztály az internetes platformokon nehezen, vagy szinte alig érhető el, s kevésbé sikeresen küzd meg a technika okozta nehézségekkel, ennek ellenére sikerült 14 fő személyében az 50-59 év közötti (8%), és 4 fő személyében a 60 év feletti (2%) korcsoportból is válaszokat kapnunk (1. ábra).

**1. ábra:** Az adatközlők korcsoport szerinti megoszlása

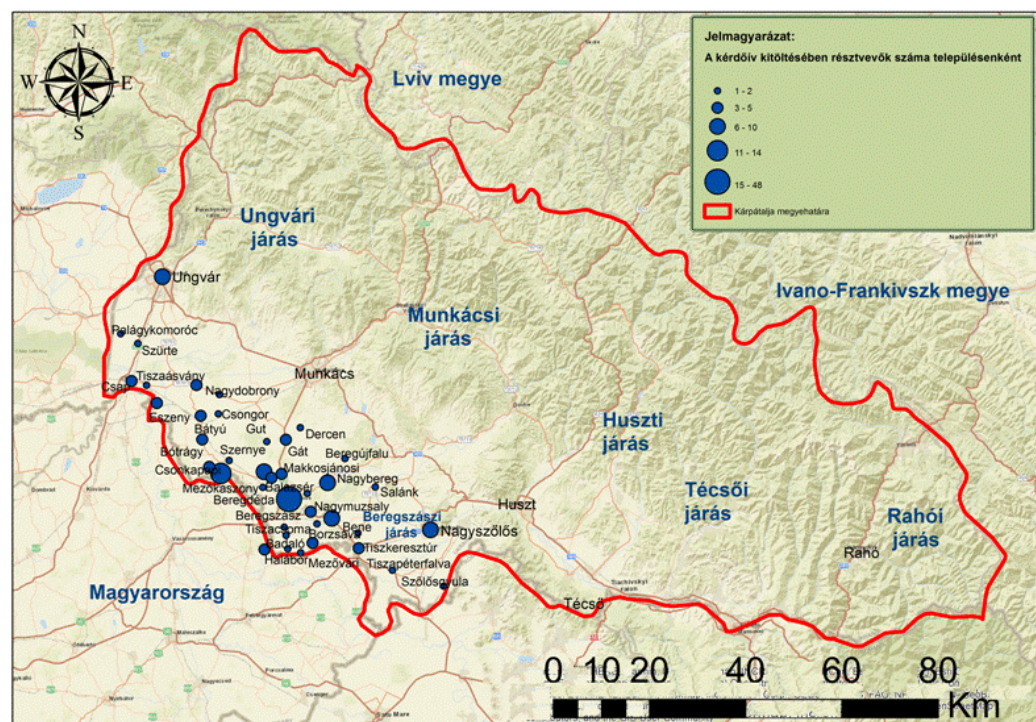


*Forrás: Saját szerkesztés*

Összesen 45 településről érkezett kitöltés - a Beregszászi, Ungvári és Nagyszőlősi járásokból. A kérdőívet főként magyar nyelven töltötték ki, ezzel magyarázható, hogy a legtöbb kitöltés miért pont a Beregszászi járásból, a kárpátaljai magyarság központjából érkezett. A Beregszászi járási lakosok nagy száma némileg a 2020-ban újonnan kialakított közigazgatási renddel is összefüggésbe hozható, aminek értelmében a korábbi Nagyszőlősi járás egésze, az Ilosvai járás több kisebb települése, valamint a Munkácsi járási Barkaszó és Szernye is a Beregszászi járáshoz tartozik (lehoczkyintezet.uz.ua).

A legtöbb válaszadó Beregszász (26,%), Mezőkaszony (26%), és Bene településekről került ki (18%) (2. ábra).

**2. ábra:** Az adatközlők területi megoszlása



*Forrás: Saját szerkesztés*

Internetes kutatásaimból, amely során felkerestem a Kárpátaljai Magyar Turisztikai Tanács a programra való felhívását, kiderült, hogy a három településben közös, hogy a területükön található éttermek kiemelkedő rendszerességgel vettek részt az elmúlt 9 évben megrendezett „Magyar Konyha Hete” programsorozaton. 2022-ben a 21 bejelentkezett vendéglátó egységből 4 Beregszász városában volt található, így a Beregszászi lakosok körében nagyobb lehet a program híre és a választási lehetőség is. A Kulacs és Teletál éttermek az évek során tapasztalt rendszeres részvételükkel a település mindegyik lakójának

figyelmét felkelthették, ebből adódhat, hogy az ők számuk kiemelkedik. Több válasz érkezett még a Beregszászi járáshoz tartozó Kis- és Nagybégány (5%), Nagyberg (4), Nagyszőlős (4%), és Gát (3%) településekről, valamint Ungvárról (4 %).

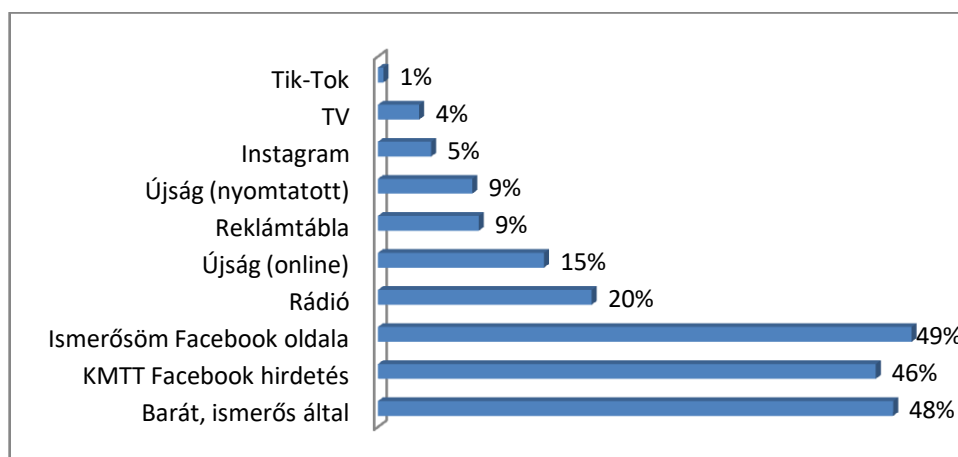
Végzettség szerint a főiskolát vagy egyetemet végző kitöltők (56%) vannak többségben. A megkérdezettek 21%-a középiskolát, gimnáziumot vagy líceumot, 13%-a technikumot vagy koledzset, további 7%-uk pedig szakmunkásképzőben végzett. Mindössze 2% az általános iskolát jelölők száma, további 2% pedig PhD fokozattal rendelkezik.

#### *A "Magyar Konyha Hete" gasztronómiai programsorozatra irányuló kérdések*

A legtöbb válaszadó jeles alkalmakkor (34%) látogat el étterembe. Kimagasló értékeket mutattak még a havonta egyszer (21%) és a havonta többször (15%) válaszlehetőségek is. Mindössze 9%-uk jár el hetente többször és 7%-uk pedig legalább hetente egyszer valamilyen vendéglátó egységbe. A vendéglátóhelyeket hetente többször felkereső adatközlők személyében feltételezhetően olyanok állnak, akik ebédidőben a munkahelyükről járnak kifőzdékbe, étkezdékbe.

A megkérdezettek 95%-a már hallott a „Magyar Konyha Hete” programsorozatról. Arra a kérdésre, hogy *Honnan hallott/értesült a "Magyar Konyha Hete" programsorozatról?* a válaszadók több választ is megjelölhettek. A megkérdezettek 49%-a számára a Facebook szolgált hírforrásként, ahol egy barátjuk vagy ismerősük osztotta meg saját adatlapján a „Magyar Konyha Hete” megrendezéséről szóló felhívást (3.ábra).

**3. ábra:** Honnan értesült a „Magyar Konyha Hete” programról?

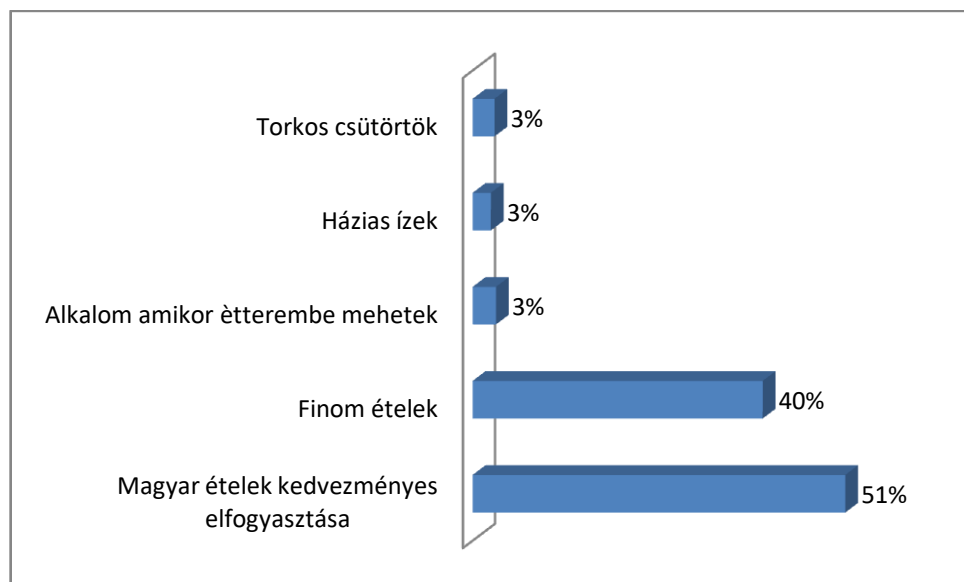


*Forrás: Saját szerkesztés*

A programról való tájékozódással kapcsolatban az előző válaszlehetőséggel közel azonos arányban (46%) említették a megkérdezettek a programért felelős szervezetnek, a KMTT-nek a hivatalos oldalán megosztott hirdetéseket. Említésre méltó, hogy bár évről évre egyre több közösségi felület (Tik-Tok, Instagram) jelenik meg és válik elérhetővé a programsorozat népszerűsítésére, a szájhagyomány útján történő hírterjesztés még mindig az egyik legeredményesebb módja az információterjesztésnek. Ezt támasztja alá, hogy a megkérdezettek 48%-a barátoktól, ismerősöktől személyesen informálódott. Ezen kívül, ha jóval kevesebb arányban is, de szerepet játszanak még az informálódásban az online (15%) és nyomtatott (9%) újságok, valamint a rádió (20%) és a reklámtáblák (9%) is.

Kíváncsi voltam, hogy mi jut a válaszadóknak elsőre az eszébe, ha azt hallja „Magyar Konyha Hete”. A „Magyar Konyha Hete” hallatán a válaszadók 40 %- a elsőre a finom ételekre gondolt és ez motiválja a rendezvényen való részvételre is (4. ábra).

**4. ábra:** Mi jut eszébe először a „Magyar Konyha Hete” hallatán?



*Forrás: Saját szerkesztés*

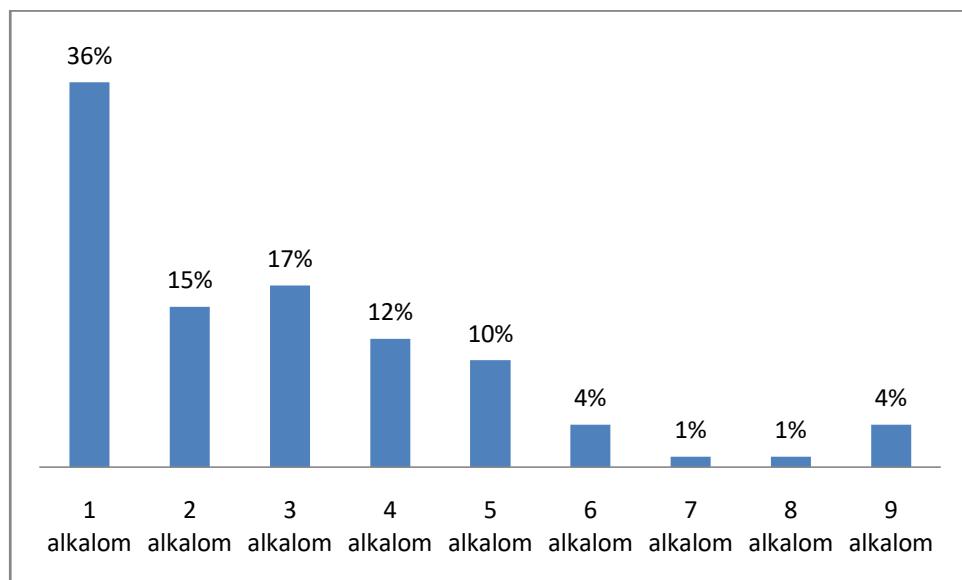
A megkérdezettek további 46%-a viszont kiemelten a kedvezményes magyar ételek elfogyasztását említi először, tehát a többség elsősorban mégis a kedvezmény miatt dönt a program mellett.

A programsorozat megszületésének célja a februári holt szezonban történő forgalomgenerálás volt, amelyet, bár minden évben megvalósítanak, meglehetősen aránytalanul oszlik meg a vendégforgalom a kedvezményes 4 nap alatt.



Figyelembe véve a „Magyar Konyha Hete” 9 éves múltját, szándékomban állt megtudni, hogy a megkérdezettek mindeddig hány alkalommal vettek részt a programon. Az adatok alapján, a legnagyobb számban azok a vendégek képviseltetik magukat, akik mindössze egyszer vettek részt (36%) (5. ábra). Ennek a rétegnek a 41%-a barátaitól, ismerőseitől hallott az eseményről, ami alapján feltételezhető, hogy a szájhagyomány útján közvetített pozitív visszajelzés győzte meg a vendégeket arról, hogy először ellátogassanak erre a gasztronómiai programra. A vendégek további 17%-a háromszor, 15%-a kétszer vett részt a programon, de többen vannak, akik négy vagy öt alkalommal is eljutottak valamelyik érintett vendéglátó egységbe. Az ettől is gyakrabban visszajáró vendégek köre jóval kisebb, a megkérdezettek teljes egészének mindössze 10%-a.

**5. ábra:** Hány alkalommal vett részt a programon?

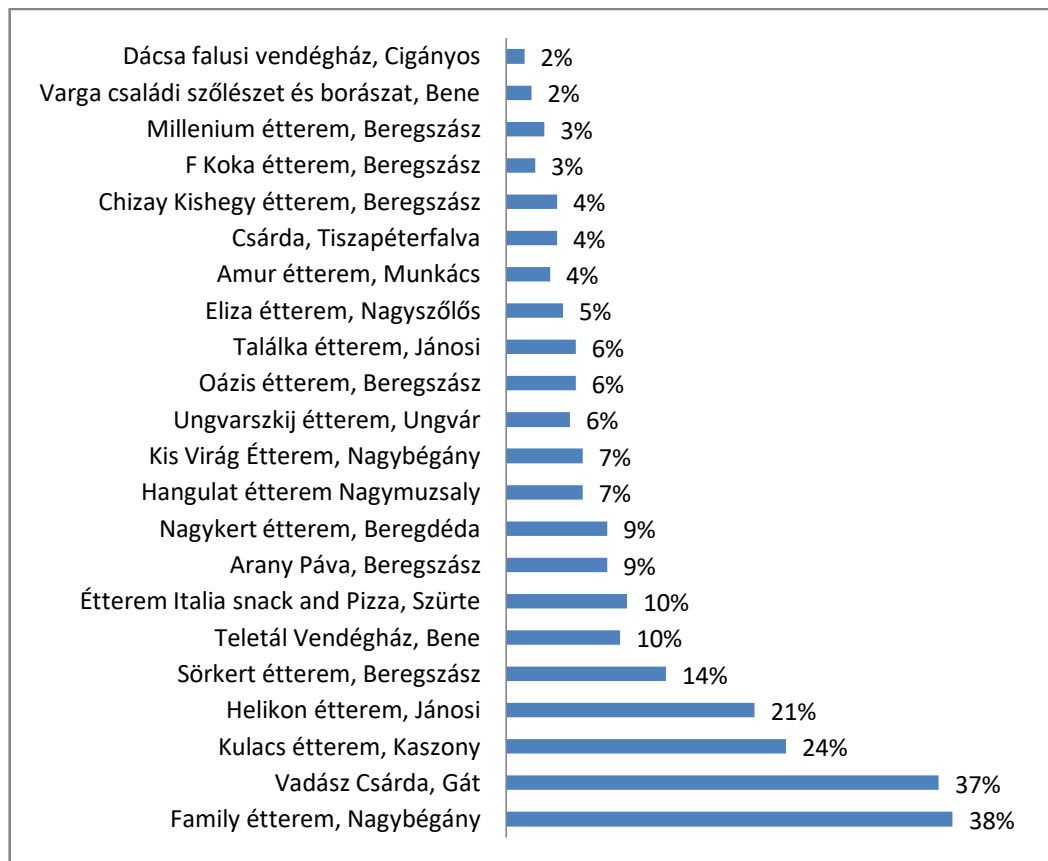


*Forrás: Saját szerkesztés*

A programsorozatban való részvételhez az éttermeknek minden évben jelentkezni szükséges. Az elmúlt 9 évben számos vendéglátóegység csatlakozott a kezdeményezéshez. Míg egyesek éves rendszerességgel újra és újra bejelentkeznek, mások ritkábban, mindössze egy-két alkalommal vettek részt a programon. Annak érdekében, hogy megfelelően mérjem fel a helyek látogatottságát a program teljes életciklusában, a keresleti kérdőív erre irányuló kérdésében a kitöltők egyszerre több éttermet jelölhettek be, annak megfelelően, hogy a programban résztvevő éttermek közül eddig melyekben jártak már. Az adatok alapján a nagybégányi Family étterem a legnépszerűbb, ugyanis a megkérdezettek 38%-a járt itt a Magyar Konyha Hete ideje alatt. Hasonló népszerűségnek örvend a Gáton található Vadász

Csárda is, ahol a kitöltők 37%-a fordult már meg. A többi közül kiemelkedik még a közkedvelt vendéglátó egységnek bizonyul mezőkaszonyi Kulacs étterem, ahol a program ideje alatt a válaszadók 24%-a gazdagodott már ízelvényekben és a Helikon étterem is, ahol a programot illető látogatottság aránya 21%. Viszonylag magas a megkérdezettek általi látogatás a beregszászi Sörkert (14%), a szürtei Italia snack&pizza (10%), a benei Teletál (10%), valamint a beregszászi Arany Páva (9%) és a dédai Nagykert (9%) éttermekben is (6. ábra).

**6. ábra:** A „Magyar Konyha Hete” során meglátogatott éttermek



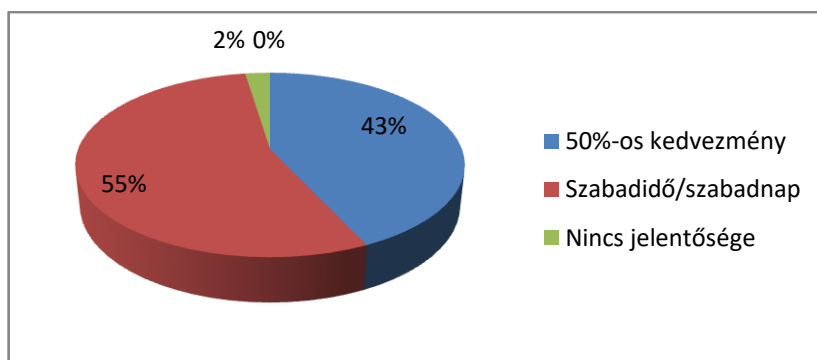
*Forrás: Saját szerkesztés*

Feltételezhetően az éttermek jó elhelyezkedése és azoknak infrastrukturális kiépítettsége is jelentősen befolyásolja a vendégek körében szerzett népszerűséget, ugyanis a keresettségük a „Magyar Konyha Hete” ideje alatt nem minden étterem esetében a reklámoknak és hirdetéseknek köszönhető, ahogyan azt elsőnek gondolnám. A kínálati kérdőív adataira hivatkozva, példa lehet a Family étterem, amely a KMTT által nyújtott hirdetésekön kívül nem használ más marketing eszközt a programban való részvételük híreszteléséhez. Az ő esetükben, mint ahogyan a másik három élvonalban járó étterem

esetében is, meghatározott szerepe van az étterem általános közismertségének is, amely azoknak megalakulása óta formálódott ki.

Az adatok azt mutatják, hogy a kitöltők közel fele (45%-a) leginkább a legkedvezményesebb (-50%) napon, csütörtökön látogat el a választott étterembe; további 27%-uk pénteken, 20%-uk szombaton, és mindössze 8%-uk választja a vasárnapot, ezeken a napokon csupán 25%-os az árengedmény a kínált ételekre. A választott napokhoz fűzött indoklások különbözőek: legnagyobb részben a szabadidő (55 %) és a feláras kedvezmény (43 %) dominál (7. ábra).

**7. ábra:** A választott nap oka



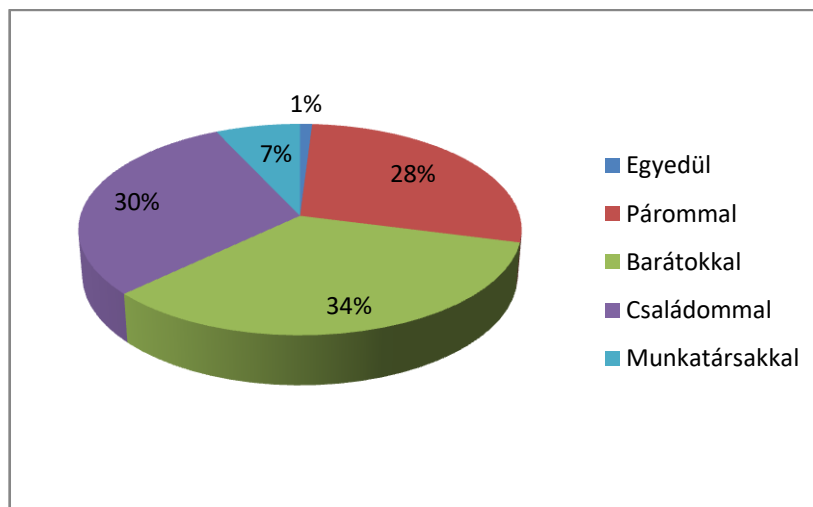
*Forrás: Saját szerkesztés*

A csütörtöki napot választók között – akik kimagasló arányban a legkedvezményesebb ár miatt választják ezt a napot – van, aki megjegyezte a pozitív élmények felsorolásánál, hogy ekkor van az általa elvárt legjobb hangulat a választott étteremben, amihez sokszor zenés mulatságot kapcsolnak. Ez a kitöltők mindössze 2%-át jelenti. A péntek, szombat és vasárnapi napokat választó vendégek döntése minden esetben a szabadidővel magyarázható. Többeknek, a szabadnap fogalmán belül az is fontos, hogy az azt követő nap is szabad legyen a pihenésre, lazításra. Rendszerint ők azok, akik a szombati napot választják (20%), amikor is nem kell aggódniuk a másnap kezdődő munkanap miatt. A válaszadók 8%-a között van, aki arra hivatkozik, hogy csak ekkor teljes a családi létszám, vagy csak ekkor tud egyeztetni barátaival, kollégáival, s van, aki családi hagyományként jár el vasárnaponként a választott étterembe. A kitöltők mindössze 2%-a nyilatkozott úgy, hogy semmi jelentősége annak, melyik nap vesz részt a programon.

A megkérdezettek 34%-a barátokkal, 30%-a családdal, 28%-a pedig a párjával keresi fel a vendéglátóhelyeket. Vannak a munkatársaikkal szorosabb kapcsolatot ápoló kitöltők (7%), akik az ők társaságukat választják egy kellemes ebédhez vagy vacsorához, s igen kevés

számú vendég az, mindössze két fő, aki egyedül látogat el különleges alkalommal az éttermek egyikébe (8. ábra).

**8. ábra:** Kivel látogat el a programra?

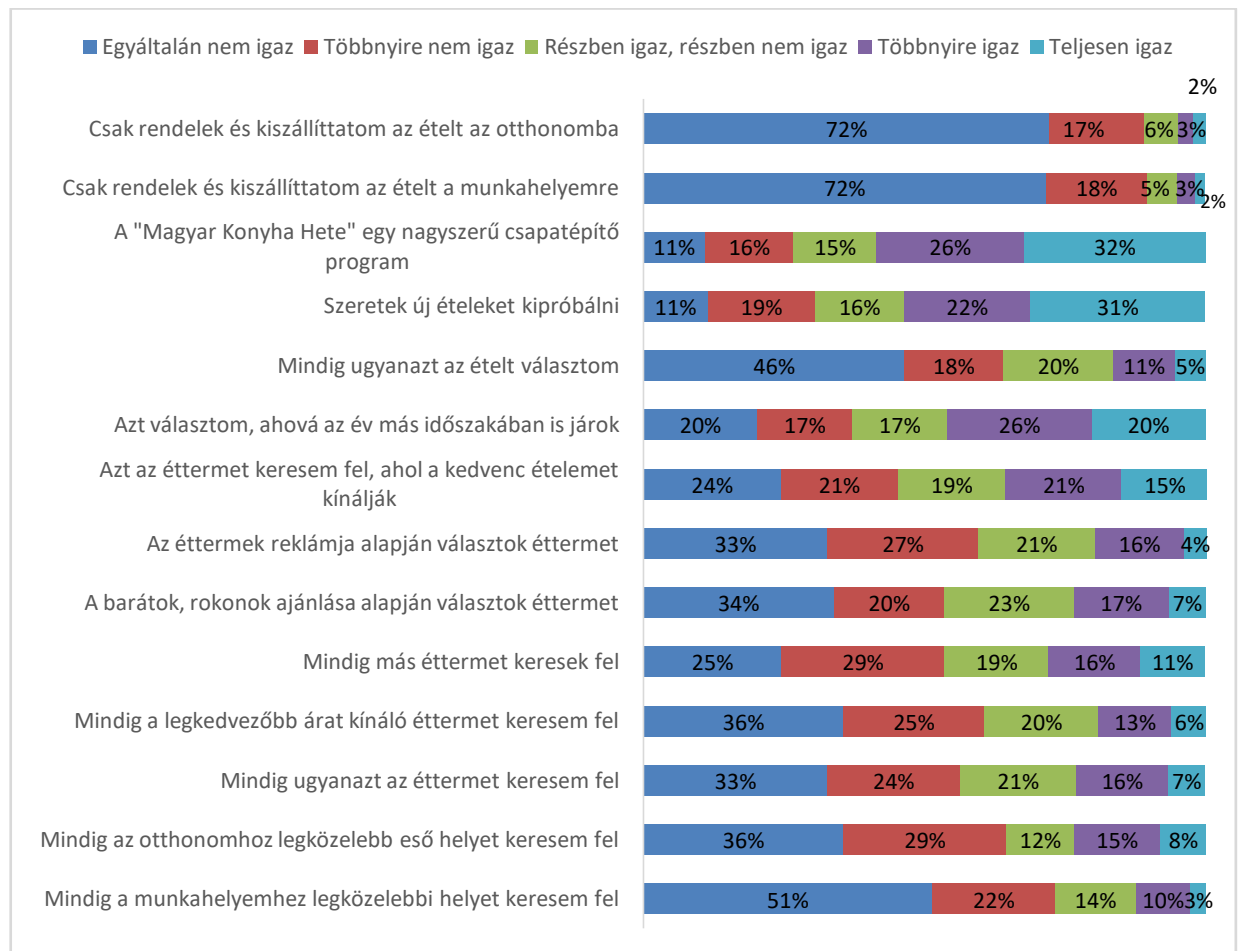


*Forrás: Saját szerkesztés*

Szerettem volna megtudni, hogy a megkérdezettek mi alapján választanak éttermet és ételt a „Magyar Konyha Hete” program idején. Ennek érdekében megfogalmaztam több olyan szempontot, amelyeket a kitöltők az éttermek, illetve ételek kiválasztásánál, feltételezhetően figyelembe vesznek. Az állításokat öt különböző kategóriába sorolhatták, annak függvényében, hogy azok mennyire igazak rájuk. A válaszadók 33%-ára teljesen igaz, 21%-ára pedig többnyire igaz, hogy szeret új ételeket kipróbálni. A megkérdezettek 5%-a mindig, 11%-a pedig többnyire ugyanazt az ételt választja, ugyanakkor 20%-a mindig, 26%-a pedig többnyire azt az éttermet keresi fel, ahová az év más időszakában is szeret járni. A válaszadók 15%-ára teljesen igaz, 21%-ára pedig többnyire igaz, hogy azt az éttermet keresi fel, ahol a kedvenc ételeit kínálják. Ez alapján elmondható, hogy a vendégek szívesebben engednek az új ízek csábításának egy már ismert, számukra az idők során megbízhatónak bizonyult, a konyhával teljesen megelégedett vendéglátó egységben. A megkérdezettek 72%-ára egyáltalán nem jellemző, hogy csak rendel és kiszállítatja az ételt az otthonába vagy munkahelyére, és ugyanúgy az sem jellemző, hogy valaki a munkahelyéhez legközelebb eső éttermet választaná (51%) a „Magyar Konyha Heté”-n. Az étterem kiválasztásának egyik legmeghatározóbb szempontja, hogy inkább közel legyen a válaszadó otthonához (23%), de ugyanolyan fontosnak bizonyult a barátok, rokonok javaslata is (23%). Ezeknek a szempontoknak a fontossága talán azzal magyarázható, hogy a megkérdezettek többsége a

családjával, és a barátaival vesz részt a „Magyar Konyha Hete” programsorozaton, így ebből adódóan logikusnak tűnik ez a két legfontosabb választási szempont. A válaszadók több mint fele (32%-a teljesen, 26%-a többnyire) egyetért azzal, hogy a „Magyar Konyha Hete”-n való részvétel egy nagyszerű csapatépítő program (9. ábra).

**9. ábra:** Mennyire igazak Önre a következő állítások a "Magyar Konyha Hete" programsorozattal kapcsolatban?

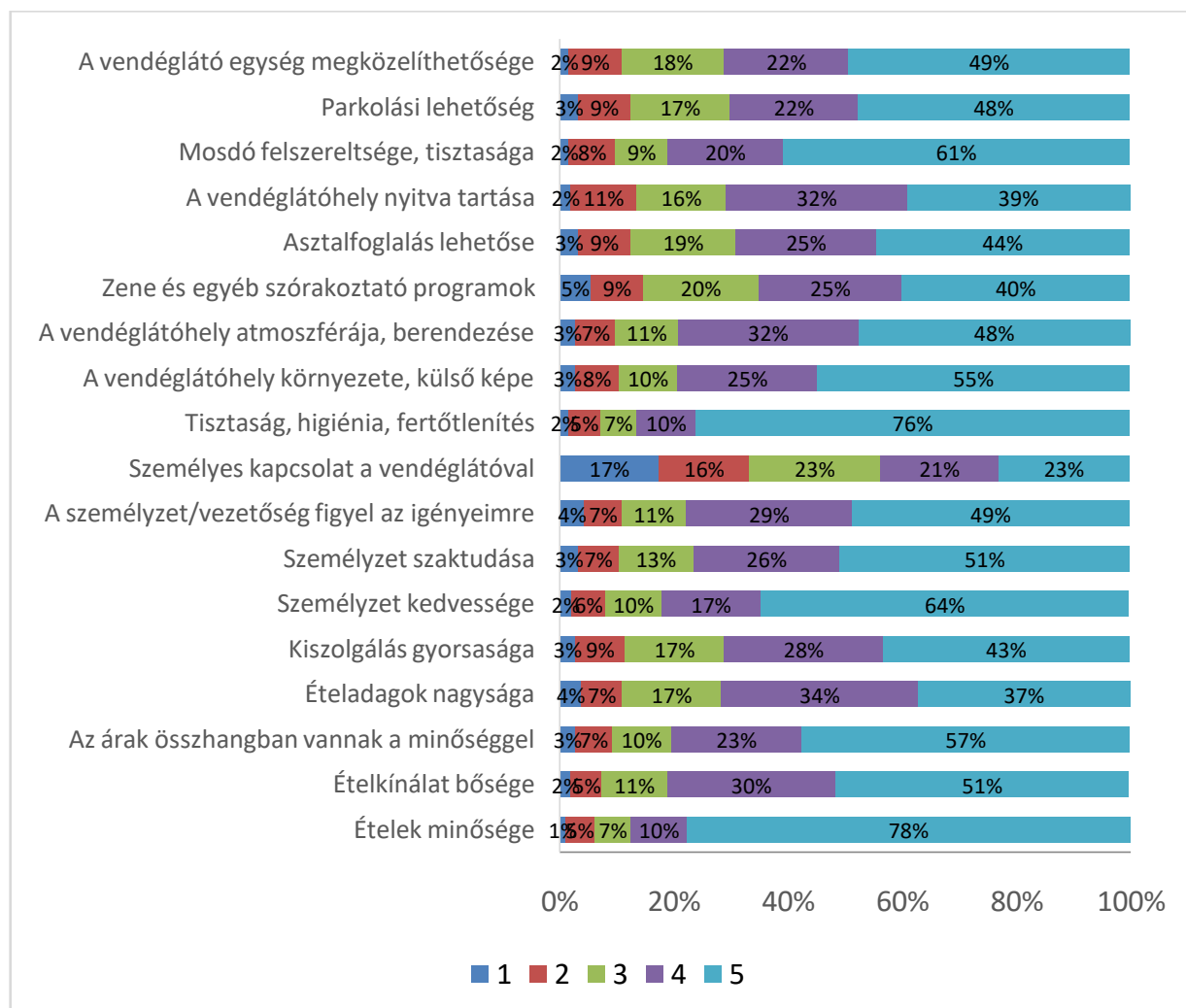


*Forrás: Saját szerkesztés*

Szerettem volna megtudni, hogy a "Magyar Konyha Hete" programsorozatban résztvevő éttermek kiválasztásánál, melyek a legfontosabb tényezők a vendégek részéről. Ezt egy 1-től 5-ig terjedő skálán értékelhették, ahol 1 = egyáltalán nem fontos, 5 = teljes mértékben fontos. A felsorolt szempontok közül az ételek minősége (78%) és a tisztaság, higiénia és fertőtlenítés (76%) mutatkozott a legfontosabbnak. Nagyon fontos szempontnak minősült a személyzet kedvessége (64%), és a mosdó felszereltsége és tisztasága (61%) is, amit az ár-érték arány követ 57%-kal. Jelentősen befolyásolja a vendégeket a

vendéglátóhelyek környezete és külső képe (55%), a személyzet szaktudása (51%) és az ételkínálat bősége (51%) is. A legkevésbé tartják fontosnak a vendégek az étterem kiválasztása során a személyes kapcsolatot a vendéglátókkal (17%). (10. ábra).

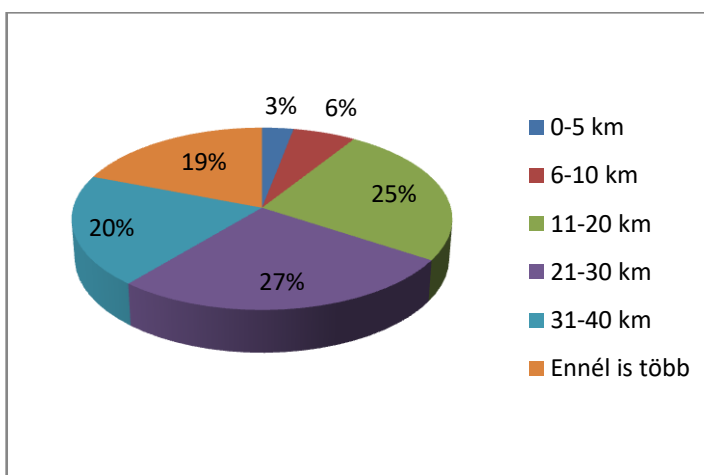
**10. ábra:** A "Magyar Konyha Hete" programsorozatban résztvevő éttermek kiválasztásánál melyek a legfontosabb tényezők?



*Forrás: Saját szerkesztés*

A program nyújtotta íz- és hangulat élményekért, egy vendéglátó egység felkeresése miatt a válaszadók többsége (27%) legfeljebb harminc, és ugyancsak meghatározó hányada (25%) maximum húsz km-t hajlandó utazni (11. ábra).

**11. ábra:** Hány km-t hajlandó utazni, hogy felkeressen egy új vendéglátóegységet?

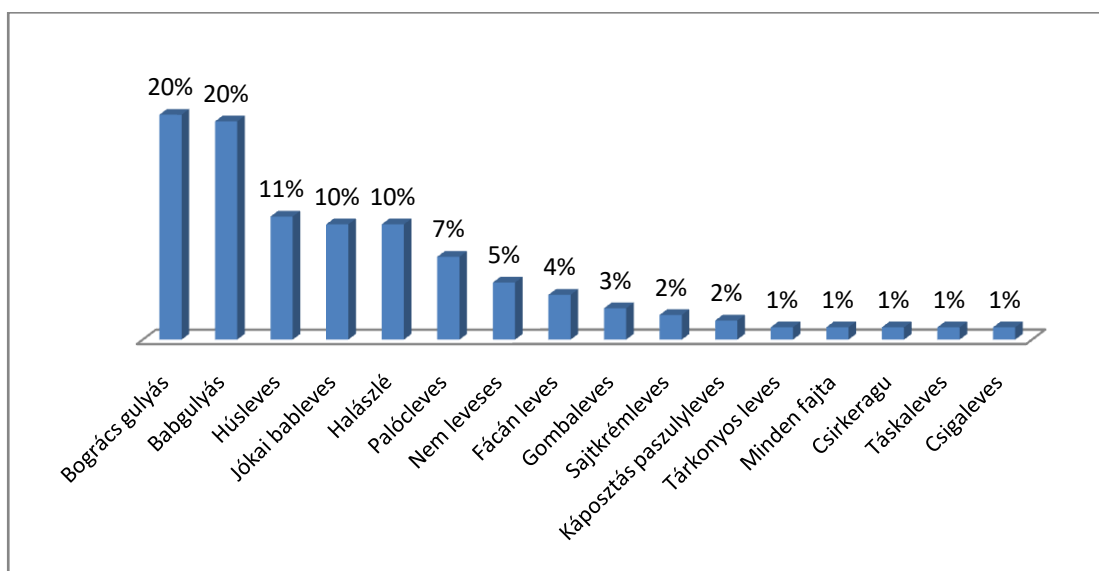


*Forrás: Saját szerkesztés*

Ez megerősít egy már fent tárgyalt kérdéskört, ahol a válaszadók az otthonukhoz legközelebb eső éttermet választják a „Magyar Konyha Hete” alkalmából. Lényeges indok lehet ebben az esetben a meglehetősen rossz állapotban lévő közutak minősége, és az annál is visszamaradottabb tömegközlekedési hálózat. Véleményem szerint, ezeknek a minimális korszerűsítése is lényeges változást idézne elő az új éttermek felkeresésének kérdésében.

A keresleti kutatás egyik lényegi része, hogy felfedjem, melyek a legkedveltebb magyar levesek, főételek és desszertek a program ideje alatt. Úgy gondolom, abban sokan egyetérthetünk, hogy a magyar egy „leveses nemzet”. A kutatásból kiderült, hogy a válaszadók között a legkedveltebb a Kárpátalján egyébként is jellegzetes módon készített bogrács-gulyás (20%) és a babgulyás (20%). Népszerűnek mutatkozik a hagyományos, aranylós húsleves (11%) is, ami egyébként, egy Falatozz.hu magyarországi ételrendelő portál felmérésének eredménye alapján az első helyen áll a magyar emberek kedvenc levesei között. Jelen kutatásban a harmadik helyen végzett. A húsleveshez (11%) hasonló népszerűségnek örvend a jókai bableves (10%) és a halászlé (10%) is a válaszadók körében. Az adatközlők mindössze 5%-a vallott úgy, hogy nem leveses (12. ábra).

**12. ábra:** Legnépszerűbb leves a „Magyar Konyha Hete” idején

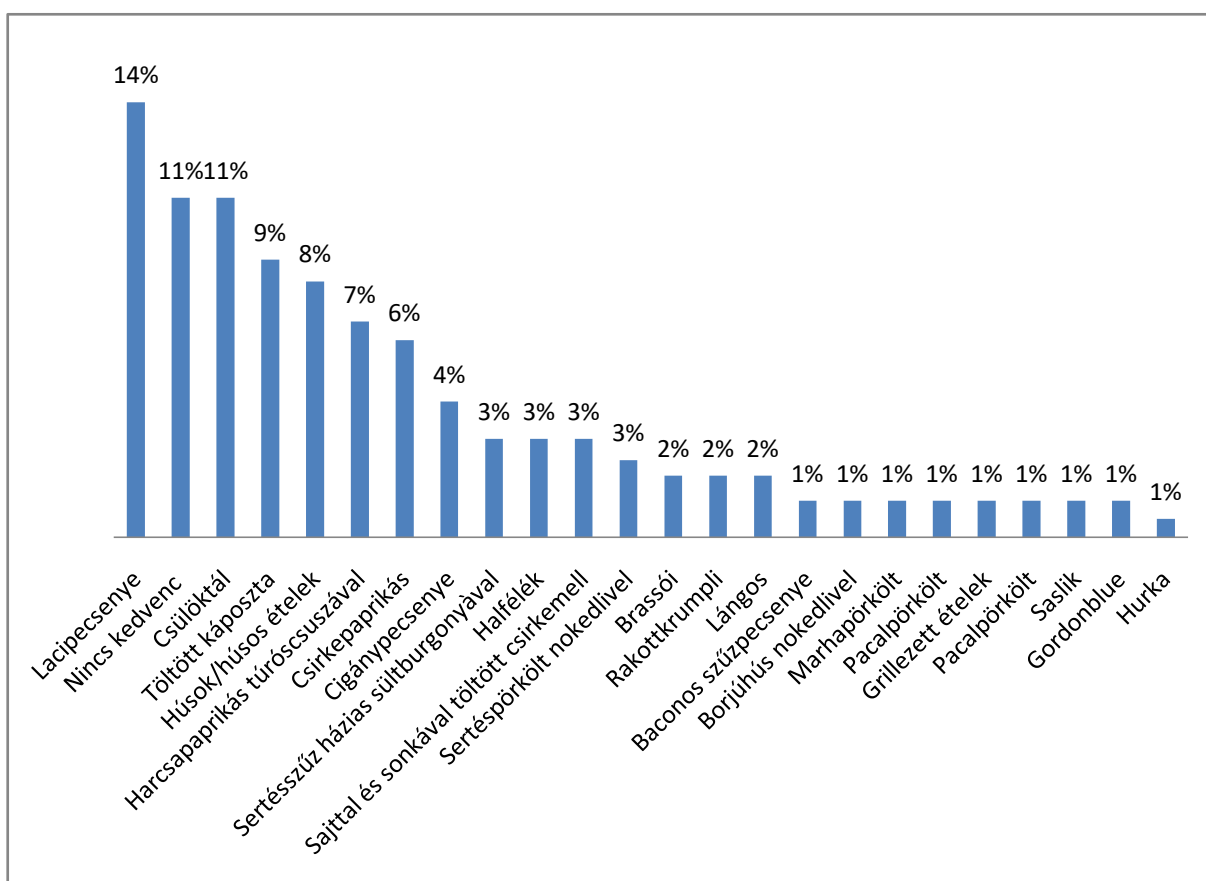


*Forrás: Saját szerkesztés*

A legkedveltebb magyar főfogások közül az ízletes lacipecsenye (14%) és csülöktál (11%) a legkeresettebb. Sokak kedvence a klasszikus töltött káposzta (9%), a különböző húsos ételek (8 %) és az igazán magyaros ízelet ötvöző harcsapaprikás túros csuszával (7%). A megkérdezettek további 11%-nak nincs kiemelten kedvenc magyar főétele (13. ábra).



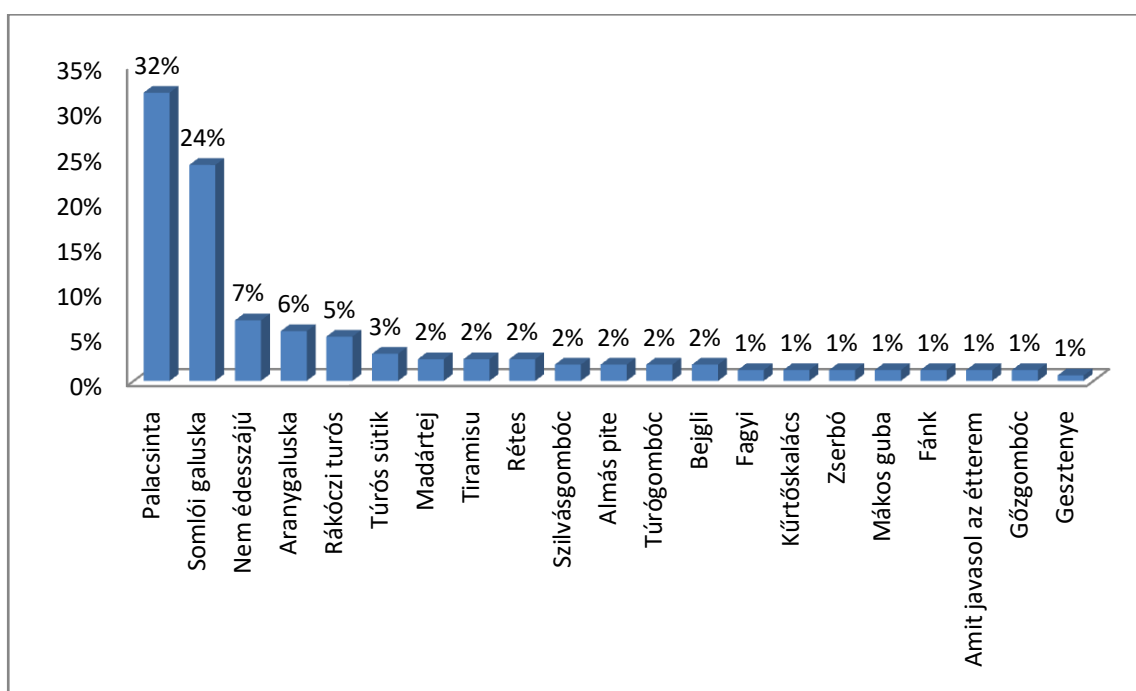
**13. ábra:** A legkedveltebb főételek a „Magyar Konyha Hete” idején



*Forrás: Saját szerkesztés*

A programsorozat ideje alatt a desszertkínálat közül határozottan a palacsintáé a főszerep (32%). Ezek között szerepel a dióval töltött, csokoládéöntettel és tejszínhabbal tálalt gundel palacsinta, a hagyományos túros és a nutellás változat is. A második legnagyobb kedvenc a somlói galuska (24%), amiről jellemzően úgy tartják, hogy ahány ház, annyi recept létezik az elkészítésére. A kitöltők egy kisebb részét, sokakkal ellentétben, nem igazán hozza lázba a desszert menü, 7%-uk nem tartja édesszájúnak magát (14. ábra).

**14. ábra:** A legkedveltebb desszertek a „Magyar Konyha Hete” idején



*Forrás: Saját szerkesztés*

A programmal kapcsolatos pozitív véleményformálásánál számtalan különböző élményt volt szerencsém olvasni. A legtöbb kitöltő, a program által okozott nagy tömeg okozta kellemes hangulatot és vidám légkört tartotta maradandó élménynek. Egyesek a finomabbnál-finomabb ételeket értékelték, mások a felszolgálók részéről tapasztalt kedves kiszolgálást dicsérték. Többen a zenés, esetleg táncos mulatságot értékelték a legtöbbre, sőt akadnak, akik szívesen csatlakoznak/csatlakoznának karaoke vagy tánc formájában a vacsorát kísérő szórakoztató vigadalomhoz. A véleményáradatban találkozni lehetett olyannal is, aki tetszését fejezte ki a nyereményjátékokkal kapcsolatban, és többeket ért pozitív impulzus a welcome drinkkel való kedves üdvözlés is. Sok válaszadó elmondása szerint ez egy olyan ritka alkalom, amikor idő adódik arra, hogy rég nem látott ismerőseikkel és barátaikkal találkozhassanak. A leírt élmények és tapasztalatok rendkívül hasznosak lehetnek a vendéglátóegységek vezetőinek, akik ennek tudatában a következő alkalmakkor új, a vendégek által igényelt szolgáltatást nyújthatnak.

A kérdőívben a pozitív vélemények mellett, a negatív élményeknek is „hangot adhattak” a válaszadók. A legtöbbet emlegetett rossz tapasztalat a lassú kiszolgálás volt. Hasonlóan sokan panaszkodtak a figyelmetlen felszolgálókra, akik vagy nem a megrendelt, vagy a megrendelt ételt ugyan, de azt hiányosan szolgálták fel. Akadtak, akik a „Magyar Konyha Hete” programsorozat ideje alatt kínált ételek adagjával voltak elégedetlenek, és azt

nem megfelelő ár-érték arányként fogalmazták meg. Többeknek akadt problémájuk a nem megfelelően elkészített ételekkel - nyers vagy épp túlsütött hús, ill. elsózott étel. Egyesek problémaként említik a túlszűfolttságot, a csütörtöki napot érintő asztalfoglalási nehézséget, és az éttermek menüjének szerénységét, illetve azoknak a változatlan kínálatát.

Kíváncsi voltam arra, hogy mindemellett tudnak-e olyan javaslatokat is tenni, amelyek a program sikerességét mozdítanák előre. Végeredményül a remélnél jóval több ajánlat érkezett erre vonatkozóan.

Talán az egyik legjobb javaslat a látványfőzéssel egybekötött program kivitelezés. Ennek keretén belül a vendég bekerül a kulisszák mögé, és maradandó élményként élheti az étel elkészítésében való részvételét. Érkezett egy javaslat, miszerint érdemes lenne a „Magyar Konyha Hete” mintájára megrendezni az ukrán konyha hetét is. Úgy gondolom, hogy a népesség nemzeti összetételét szemlélve valóban célszerű lehet nyitni az ukrán konyha irányába is, ha az eredeti célt tekintve Kárpátalja turizmusát szeretnénk élénkíteni a februárra jellemző holtidőszakban. Jelentős forgalmat idézne elő a térségben, s ha bizakodva eltekintünk a jelen helyzet háborús konfliktusaitól, akár Magyarországi vendégek érkezésére is lehetne számítani.

A válaszadók között volt, aki megjegyezte, hogy egy Magyarországon közismert séf meghívása határozottan emelné az érintett vendéglátó egység nyújtotta színvonalat. A legtöbbet emlegetett javaslat viszont az ételkínálat bővítésére irányult, illetve arra, hogy változatosabbak legyenek az éttermekben az évről évre visszatérő ételek. Megjegyezték, hogy az ételkínálatot úgy hagyományos ómagyar, mind új köntösbe bujtatott régi magyar ételekkel bővíthetik.

Egyes kitöltők szerint, némely étterem esetében érdemes lehet nagyobb figyelmet szentelni a marketing eszközök hatásának és fontosságának is. Megoldás lehet a vendéglátó egységek részéről annak kitapasztalása is, hogy melyek azok a számukra legkedvezőbb hírcsatornák, amelyeken keresztül a legtöbb emberhez jutnak el. Feltételezhető az is, hogy az éttermek reklámanyagának minőségén érdemes változtatni, több költséget vagy esetleg időt szánva arra.

Talán egy néhány személyes javaslatom is számításba vehető a program sikerességének fokozása érdekében, miszerint kulturális rendezvények, stand up comedyk, zenés és táncos multságok megrendezésével még több szórakozásra éhes vendéget vonzanának a vendéglátó egységek. Maradandó élményt adhat akár egy apró ajándék is, egy kézzel fogható emlék az adott étterem jellegzetes vonásait tartalmazva, valamint azonnali

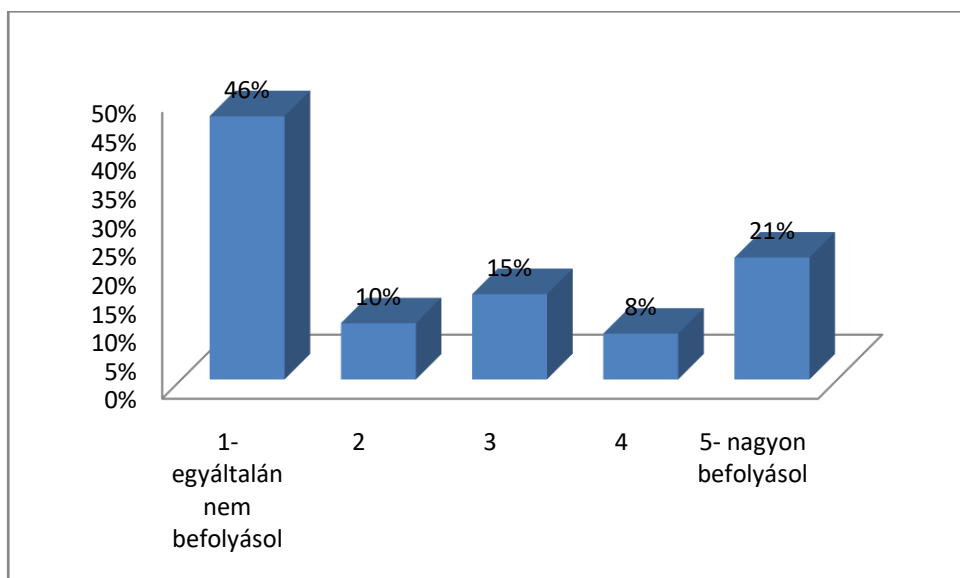
visszaigazolást kaphatnának a vendéglátók egy üzenőfal felállításával is, ahová a vendégek feljegyezhetik észrevételeiket.

Ezen kívül találkozni lehet még más, a rendezvény céljának nem feltétlen megfelelő javaslattal is. Míg néhány válaszadó azt szeretné, ha egy évben többször rendeznék meg a programsorozatot, van, aki inkább 7 napra hirdetné meg, van, aki a megrendezett négy nap mindegyikére 50%-os kedvezményt szeretne, illetve akadt olyan válaszadó is, aki a februári helyett a nyári időszakot tartaná alkalmasabb időpontnak a „Magyar Konyha Hete” számára. Az utóbb említett ötletek és tippek, sajnos, különféle szempontok alapján nem kifejezetten megvalósíthatók.

A kitöltők 76%-a úgy tervezte, ellátogat majd valamelyik vendéglátó egységbe 2022-ben is, 19%-ának viszont nem szerepelt a terveik között.

A szünni nem akaró két éve húzódó COVID-19-es járványhelyzet azonban újabb kérdés elé állítja a programban részt venni kívánókat, mégpedig, hogy mennyire befolyásolja őket az a rendelet, miszerint idén csak oltási igazolvánnyal, vagy negatív PCR teszttel lehet látogatni az éttermeket. Az egytől ötig terjedő értékelési skálán a válaszadók 46%-át egyáltalán nem, 21%-át pedig nagymértékben befolyásolja, sőt visszatartja az étteremlátogatástól, ami valószínűleg azzal függ össze, hogy rendelkezik-e a válaszadó oltási igazolvánnyal vagy sem (15. ábra).

**15. ábra:** Mennyire befolyásolja az kötelező oltási igazolvány vagy negatív PCR teszt a program látogatását?

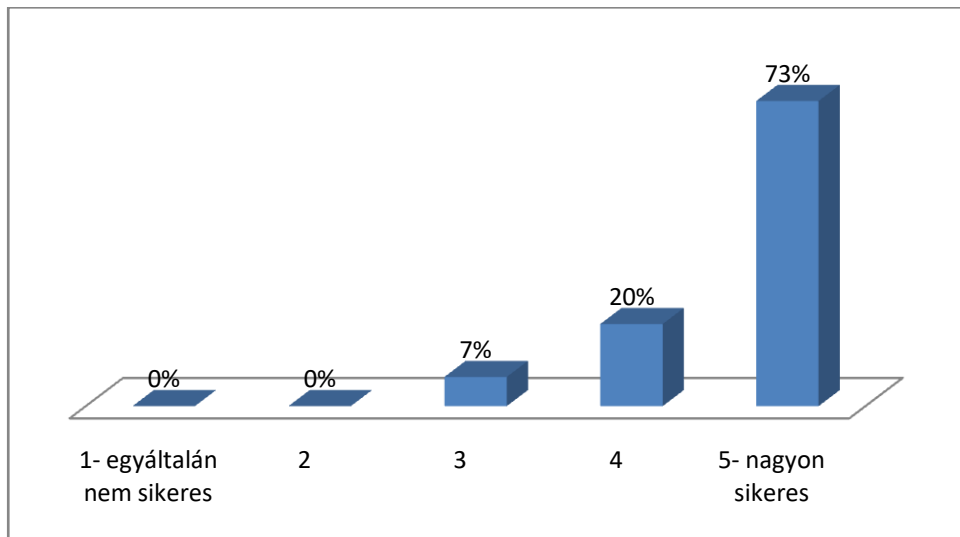


*Forrás: Saját szerkesztés*

Az adatok alapján a megkérdezettek 76%-a rendelkezik ezzel az okmánnyal. Feltételezem, hogy azok a személyek, akik az oltás hiánya miatt nem kereshetnek fel éttermet (16%), szívesen élnek a házhozszállítás lehetőségével. Mint a kutatásból kiderült, a megkérdezettek 5% a munkahelyére, 5%-a az otthonába rendel a választott étteremből.

A megkérdezettek 95%-a, saját tapasztalatai alapján szívesen ajánlja barátainak és ismerőseinek a „Magyar Konyha Hete” című programsorozatot. Egy egytől ötig terjedő liker-skálán a kitöltők 73%-a ötösre, 20%-a négyesre, 7%-a pedig hármasra értékelte a „Magyar Konyha Hete” című programsorozatot, ezzel az eredménnyel sikeres kezdeményezésnek nevezhető. (16. ábra).

**16. ábra:** Mennyire tartják sikeres kezdeményezésnek a „Magyar Konyha Hete” programot?



*Forrás: Saját szerkesztés*

Az adatközlők 92%-a szerint kétségbenvonhatatlanul lenne igény hasonló kezdeményezésre Kárpátalján. Mindezt alátámasztják azok a pozitív élmények, és további sikereket támogató javaslatok, amelyeket az időt nem sajnálva fogalmaztak meg a kérdőív kitöltői. A „Magyar Konyha Hete” láthatóan közkedvelt és népszerű programnak bizonyul a vendégek körében, amelyet mind az éttermek vendégkörének bővítése, mind a program szervezésének tökéletesítése szempontjából érdemes lehet évről-évről újabb és újabb perspektíva alapján megvizsgálni.

#### ***4.2.2. A „Magyar Konyha Hete” gasztronómiai programsorozat kínálatának elemzése***

A keresletet kutató kérdőív mellett egy kínálatot vizsgáló kérdőív is készült, ami a „Magyar Konyha Hete” című rendezvénysorozat vendéglátó egységeinek tulajdonosai között került kitöltésre. A 2022-es „Magyar Konyha Hete” programsorozatra jelentkező éttermek mindegyikének (21 étterem és más vendéglátó egység) ki lett küldve és 9 egységtől kaptam választ. Az előzetes internetes kutatásom eredményeként tisztán látható, hogy melyik étterem hányszor és pontosan mely években csatlakozott a szóban forgó gasztronómiai rendezvényhez járásokra lebontva. A legtöbb alkalommal a benei Teletál, a beregszászi F Koka és a beregszászi Sörkert étterem, a gáti Vadász Csárda, a jánosi Helikon és a nagybégányi Family étterem, valamint a mezőkaszonyi Kulacs, és a szürtei Italia snack&pizza étterem jelentkezett a programra, akik, mondhatni oszlopos tagjai a kezdeményezésnek. A kutatásból kiderült, hogy a Beregszászi járást leszámítva, ami a program elsődleges helyszíne, az Ungvári, Munkácsi és Nagyszőlősi járásokon kívül (a régi, 2020-ig tartó közigazgatási felosztás szerint) az évek során más járás egyáltalán nem, vagy szinte alig, mindössze néhányszor vett részt a tíz éves múlttal rendelkező programsorozatban. Feltételezhetően ez annak tudható be, hogy a megye más járaiban az éttermekben nincs akkora kínálat a magyar ételekből, hogy csatlakozni tudjanak a „Magyar Konyha Hete”-hez. Az is lehetséges, hogy más járás éttermei még nem látták meg a programban való részvétel lehetőségeit.

#### ***A vendéglátók szocio-demográfia jellemzői***

A felmérésben 7 férfi és 2 nő vett részt, akiknek korcsoport szerinti megoszlása rendkívül színes skálán mozog. Egyaránt vannak közöttük sikeres fiatal, középkorú és idősebb étteremtulajdonosok is. 33%-uk a 40-49 év közötti, 22%-uk a 60 év fölötti, 22%-uk pedig a 30-39 év közötti korcsoportot képviselik. Az 50-59 év közötti korosztály aránya 11%, mint ahogy a 18-29 év közöttieké is. Végzettség szerint a kitöltők 67%-a felsőfokú végzettséggel rendelkezik, 22%-a technikumot vagy koledzset, 11%-a pedig szakmunkásképzőt végzett, s ezen belül mintegy 44%-uknak van vendéglátóiparhoz kapcsolódó szakirányú képzettsége (17. ábra).

## 17. ábra: A vendéglátók szakirányú végzettsége



*Forrás: Saját szerkesztés*

A felmérésben a beregszászi járási vendéglátóegységek közül a Jánosiban található Helikon, a mezőkaszonyi Kulacs, a nagybégányi Family, a Gát településén elhelyezkedő Arizóna, a nagymuzsalyi Bereczky borászat és a benei elhelyezkedésű Teletál éttermek vettek részt. További adatközlő volt még a Beregszász városában található Praktik borospince és étterem, és az ungvári járási Szürtén található Italia snack&pizza étterem.

*A "Magyar Konyha Hete" gasztronómiai programsorozattal kapcsolatos kutatási eredmények*

A kérdőívet kitöltő étterem tulajdonosoktól első körben megkérdeztem, hogy hány alkalommal vettek már részt a „Magyar Konyha Hete” programon. A válaszok megoszlanak.

A jánosi Helikon és a nagybégányi Family étterem 10, a mezőkaszonyi Kulacs és a benei Teletál étterem 9 alkalommal jelentkeztek a programra, mondhatni oszlopos tagjai a kezdeményezésnek. Az Ungvári járási Szürte településén található Italia snack&pizza is kiemelkedik a sorból, ugyanis 8 alkalommal csatlakozott már a programhoz. Rangsorban a jánosi Találka étterem következik, akik már 6 alkalommal próbálták ki magukat a „Magyar Konyha Hete”-n. A nagymuzsalyi Bereczky borászat 3, a gáti Arizóna és a Praktik borospince étterem eddig két alkalommal vett részt a programsorozatban.

Az étteremtulajdonosok mindegyike elégedett a Kárpátaljai Magyar Turisztikai Tanács szervezőmunkájával, akik évről évre mindinkább a program minőségére fektetik a hangsúlyt, ugyanis 44%-uk 4-re (inkább elégedett) és 56%-uk pedig 5-re (teljesen elégedett) értékelte munkájukat.

Ennek érdekében, 2022. január 20.-án a KMTT továbbképzést szervezett szakácsok részére a Helikon étteremben neves magyarországi séfek bevonásával (<https://kiszo.net/2022/02/10/magyar-konyha-hete-minosegi-etel-kerul-majd-a-vendegek-tanyerjara/>) Az elégedettség ellenére a vendéglátók néhányan (22%) megjegyezték, hogy nem feltétlenül tartják jónak a februári időpontot a rendezvény lebonyolítására és ideálisabbnak gondolják a tavaszt esetleg a nyári időszakot. Azt gondolom, az évnek ez a szakasza átfogóan minden térségben aktívabb turistaforgalmat idéz elő a vendéglátást illetően, s ebből kifolyólag találják kedvezőbbnek a tavaszi-nyári szezont. E javaslatok megfogadása azonban talán egyenesen keresztezné az adott program célját, ami eredetileg a Kárpátaljára jellemző holt-szezon fellendítése, kedvezmények által téve vonzóbbá a térség vendéglátó egységeit.

A vendéglátók válaszai alapján a rendezvény kedvezményes négy napja közül az 50%-os árengedményt kínáló csütörtök (89%) a legforgalmasabb, s ez összhangban van a vendégek válaszaival is. Csupán egy vendéglátó nevezte meg a vasárnapot, mint a program legforgalmasabb napja.

Több javaslat érkezett arra vonatkozóan, hogyan lehetne a gyengébb napok forgalmát növelni. Egyesek szerint az újdonságok bevezetése pozitív eredményt hozhat. Ez megegyezik azoknak a keresleti kérdőívet kitöltő vendégeknek a felvetésével, miszerint nagyobb érdeklődést eredményezne az étterem ételkínálatának bővítése.

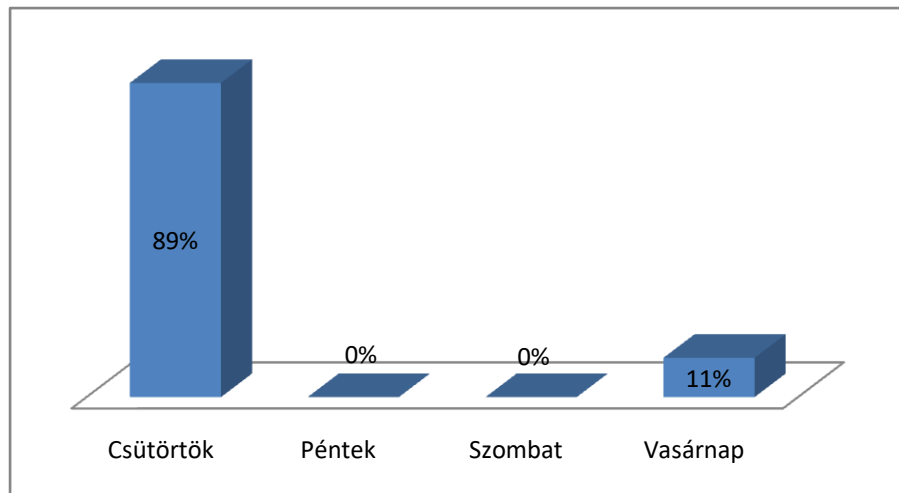
Mások szerint hosszú folyamat előzi meg azt, hogy minden kedvezményes nap sikeres legyen. Ennek egy részét képezi a szolgáltatásnyújtás állandósága, a vendégcsalogató marketing alkalmazása és az, ha odafigyeléssel jutalmazták a vendégeket, aminek következtében a vendégek legközelebb kérdés nélkül őket választják majd.

A forgalomnövekedés egy módja között említésre kerültek a turisztikai látványosságok további kiépítésének lehetőségei is, aminek okán az étterem, vélhetően, a térségbe látogató potenciális vendégeket szeretné megcélolni. Az egyetlen kellemetlen probléma az egyébként teljesen konzekvens felvetéssel, hogy a „Magyar Konyha Hete” című gasztronómiai programsorozat iránti kereslet, a jelenlegi keresleti kutatás alapján a Beregszászi járásban összpontosul. Véleményem szerint a program iránti érdeklődést nem külső hatásoktól célszerű várunk, sokkal inkább attól, hogy továbbra is törekszünk a minőségre és a program már meglévő arculatának megfelelő kiépítésére. Úgy gondolom, hogy szakemberek elgondolásai és tanácsai alapján ez a már tíz éves gasztronómiai élményeket nyújtó „Magyar Konyha Hete” elnevezésű programsorozat megyeszerte népszerűvé tehető és folyamatosan bővül annak vendégköre.



Egy kevésbé pozitív színben megfogalmazott vélemény szerint a vendégforgalom mindaddig semmiképp nem növelhető, amíg az Ukrajna egész területére együttesen jellemző alacsony életszínvonal fejlődő tendenciát nem kezd mutatni (18. ábra).

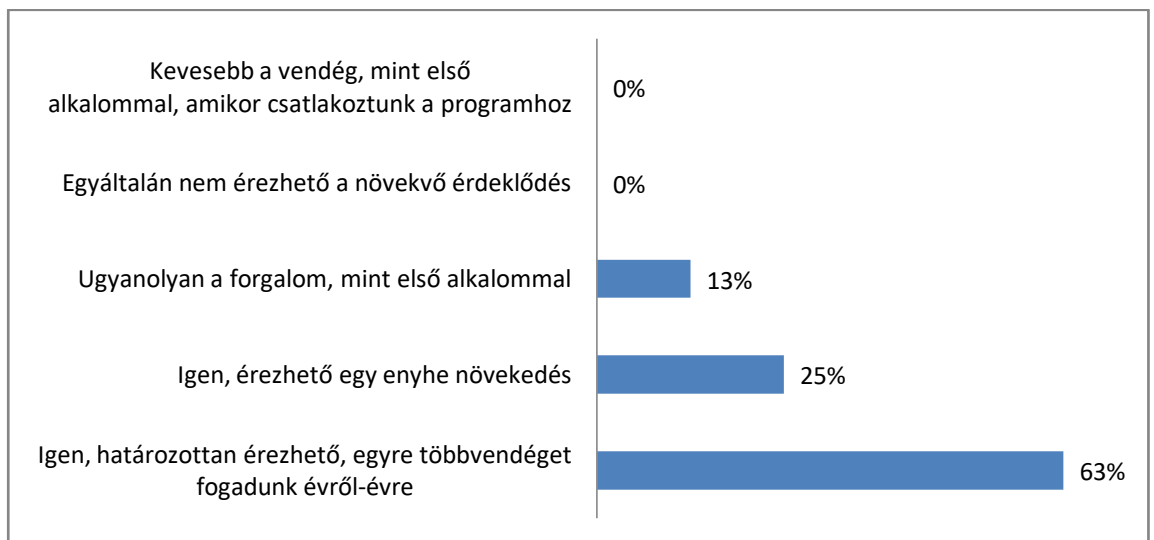
**18. ábra:** A legforgalmasabb nap a "Magyar Konyha Hete" idején



*Forrás: Saját szerkesztés*

Az előző véleménytől eltekintve, azok a vendéglátók, akik többször is részt vettek a programsorozaton 63%-ban határozottan érezhető forgalomnövekedésről számoltak be, sőt elmondásuk szerint egyre több vendéget fogadnak évről évre (18. ábra).

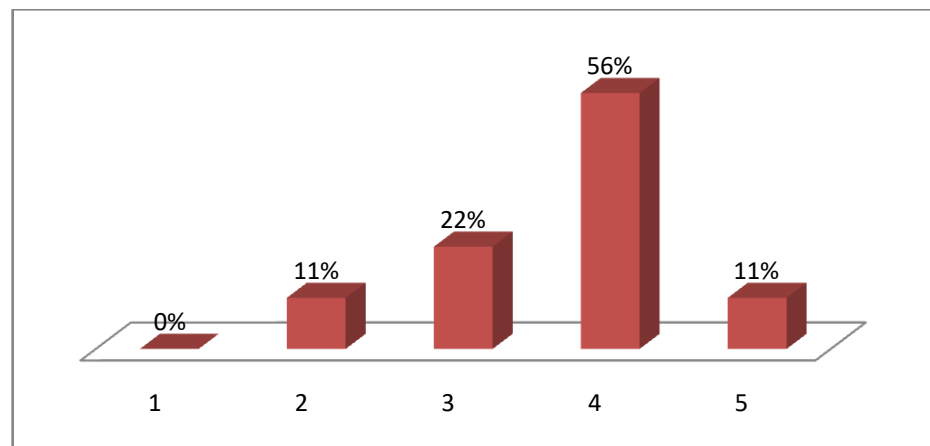
**19. ábra:** Véleménye szerint, érezhető növekvő érdeklődés a „Magyar Konyha Hete” iránt?



*Forrás: Saját szerkesztés*

Az adatok alapján azt is elmondható, hogy egy 5-ös skálán a vendéglátók 56%-a elégedettnek tartja magát az elmúlt évek során tapasztalt árbevétellel a „Magyar Konyha Hete”-n (20. ábra).

**20. ábra:** Mennyire elégedett az évek során tapasztalt árbevétellel a „Magyar Konyha Hete” ideje alatt?

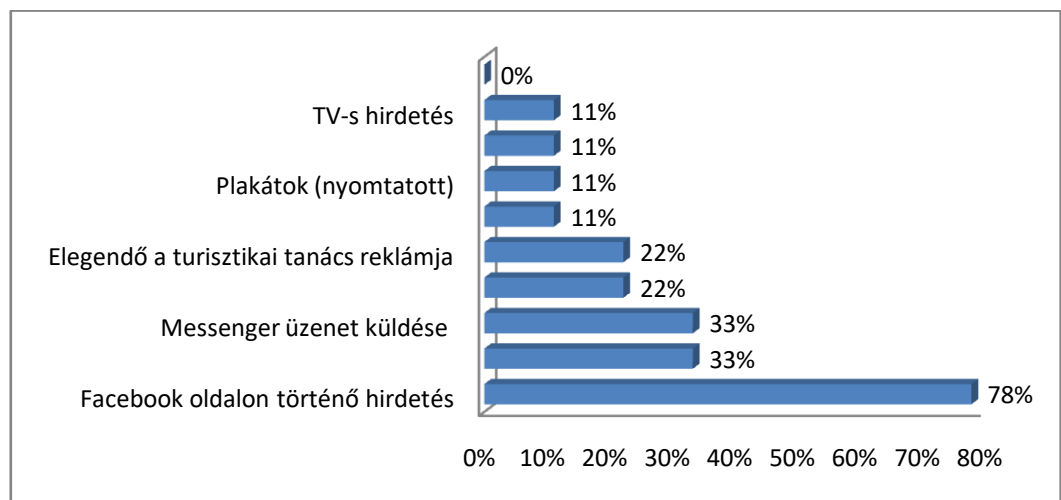


*Saját szerkesztés*

#### *Reklámtevékenységek, szolgáltatások*

A „Magyar Konyha Hete” gasztronómiai programsorozat népszerűsítése érdekében a vendéglátóegységeknek – a KMTT által nyújtotta reklámtevékenységen kívül – az egyik leggyakrabban használt marketingeszköze az étterem saját Facebook oldalán történő népszerűsítés (78%) (21. ábra).

**21. ábra:** Leggyakrabban használt marketing eszközök



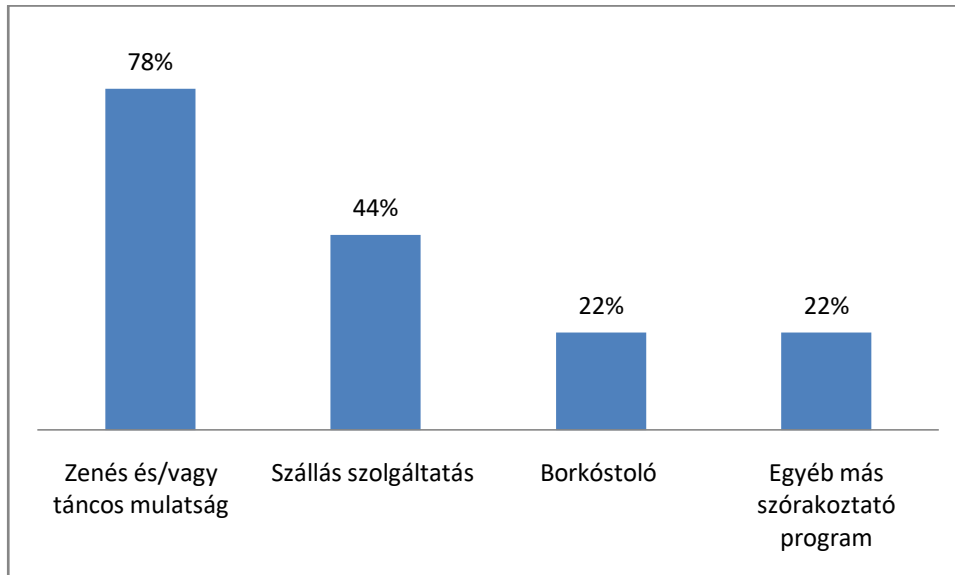
*Forrás: Saját szerkesztés*

Az ezen a platformon több ezres követőtáborral rendelkező vendéglátóegységek rendkívül nagy tömegek előtt tudják hirdetni a programban való részvételüket. Az erre irányuló bejegyzéseiket a vendégek is megosztják a saját hírfolyamaikban, s ezzel egyfajta láncreakciót hoznak létre a közösségi médiában egyre szélesebb körben terjesztve azt. Láthatóan kiemelkedik az ugyanilyen módon történő Instagram - reklámozás (33%), valamint a vendégkör Messenger üzenet általi értesítése is (33%). Ez utóbbi hatásossága a személyesebb stílusnak köszönhető, ahol a névre szóló megszólítás is pozitívan befolyásolhatja a vendég döntését.

Az étkeztetésen kívül, némely vendéglátóegység más szolgáltatásokat is nyújt a „Magyar Konyha Hete” idején; ilyen a zenés és/vagy táncos mulatság (78%) is, amelyre a kereslet is igen erős. Az eddigiek alapján elmondható, hogy az elmúlt kilenc év alatt a „vevő és az eladó” már kitapasztalhatta egymás igényeit, amelynek eredményeként a keresett szolgáltatást tudják a vendégeknek nyújtani.

Ezen kívül szállás szolgáltatást (44%), borkóstolót (22,%), és egyéb más szórakoztató programot (22%) biztosítanak a válaszadóink a vendégek számára (22. ábra).

**22. ábra:** Milyen szolgáltatásokat nyújt az étkeztetésen kívül?



*Forrás: Saját szerkesztés*

Arra a kérdésre, hogy milyen pozitív hatást véltek felfedezni a vendéglátók a „Magyar Konyha Hete” programsorozat alatt, egyhangúan azt a választ kaptuk, hogy népszerűbbé és keresettebbé váltak, és új vendégkört szereztek (78%). Véleményem szerint, az újonnan nyílt éttermek esetében a programban való részvétel mindenképp egy pozitív előrehaladást

eredményezze a későbbiekben. Az új éttermek, a becsatlakozásuk elején kezdetben nem igazán fognak jelentős pozitív hatást érezni, ugyanis a forgalomszerzés eszközei lassan és hosszútávon fejtik ki hatásukat. A vendéglátók 89%-a nem tapasztalt semmilyen az étteremre vonatkozó negatív hatást a „Magyar Konyha Hete” ideje alatt.

Megkérdeztem a vendéglátókat, hogy milyen változtatásokat vagy fejlesztési javaslatokat tennének a jövő évi " Magyar Konyha Hete" program szervezésére vonatkozóan. Egy válaszadó szerint ajánlatos lenne az éttermek szakácsainak továbbképzése, feljavítva ezzel a konyhájuk népszerűségét. Van, aki szerint elég lenne a négy nap közül csak a torkos csütörtöki kedvezmény is. Akadt olyan válaszadó, aki mindenképp bevonná az együtteseket és borászokat is a programba, hogy ők is kedvezményesen nyújtsanak szolgáltatást az éttermekben a „Magyar Konyha Hete” idején, ami által a vendéglátóegységek is tudnák őket népszerűsíteni.

Azt gondolom, hogy ebben a formában egy komplex termék kerülne kínálatra, és nemcsak hogy pozitívabb anyagi vonzata lenne ennek a vendéglátó egységek részéről, de a bővebb szolgáltatásnyújtással, illetve annak megfelelő promóciójával jóval nagyobb számban lehetne embereket elérni. Érkezett még javaslat a program reklámozásával kapcsolatban is, miszerint korábban kellene a vendégek elé tárni a „Magyar Konyha Hete” időpontját és a résztvevő éttermek listáját, azok menüjét és egyéb kínálatát. Többen továbbá a teljes elégedettségüket fejezték ki, akik nem találtak semmi változtatni valót, kivéve, hogy véleményük szerint érdemes lehet több hasonló rendezvényt létrehozni.

### *Ételkínálat*

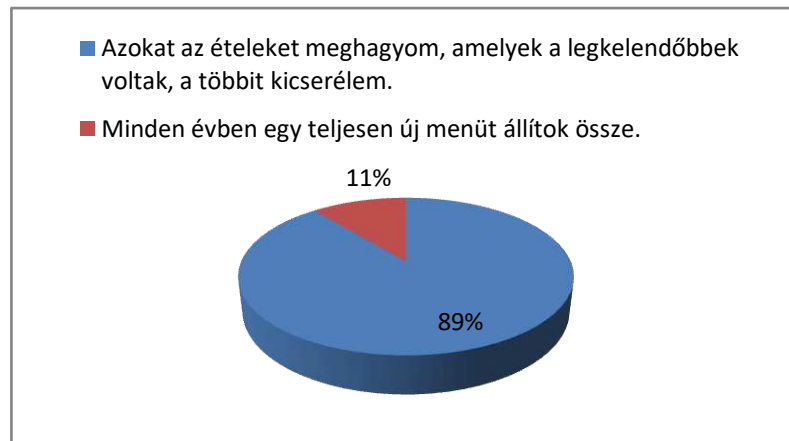
Az étterem tulajdonosok számára 100%-ban fontos a magyar konyha hagyományának ismerete, alkalmazása és továbbadása is. Megkérdeztem, hogy a hétköznapi étlapjuk hány százalékban tartalmaz magyar ételeket. A jánosi Helikon és Találka éttermek étlapja 90%-ban, a benei Teletál, a nagybégányi Family és a mezőkaszonyi Kulacs étterem étlapja pedig 80%-ban magyar ételeket tartalmaz. A Szürte településen található Italia snack&pizza és a gáti Arizóna éttermek étlapjai 50-50%-ban sorakoztatnak fel magyar eredetű ételeket, a beregszászi Praktik borospince étterem étlapján pedig 30% a magyar ételek aránya. A nagymuzsalyi Bereczky borászat nem rendelkezik hétköznapi menüvel.

Tovább vizsgálva az ételkínálatot megtudtam, hogy az éttermek a „Magyar Konyha Hetére” kínált menüjüket, valamilyen szinten, minden éven változtatják.

A felmérésben résztvevők 89%-a meghagyja azokat az ételeket, amelyek a legkelendőbbek voltak előző évben, a kevésbé kedvelteket pedig kicseréli, és összesen

mintegy 11% állít össze egy teljesen új menüt minden évben. A keresleti kérdőív eredményeit figyelembe véve fontos, hogy a menü évről évre megújuljon, miszerint sokan nyitnának az új vagy változatosabb ételek irányába (23. ábra).

**23. ábra:** Hogyan változtatja a „Magyar Konyha Heté”-re kínált menüjét évről évre?



*Forrás: Saját szerkesztés*

A keresleti kérdőívhez hasonlóan a vendéglátóegységek részére készített felmérésben is szerepet kapott a legkedveltebb ételek felsorolása. A legkedveltebb levesek között a vendéglátók a babgulyást, a bogrács-gulyást, a halászlevet, a jókai bablevest, a káposztás paszulyt, a tejszínes gombalevest, és a sütőtök krémlevest említették.

A főfogások között a lacipecsenye és a csülöktál az aranyérmes, de nagyon keresett még a nokedlis csirkepaprikás, és a krumplipürével és sajtmártással tálalt sertésszűz is a vendéglátók szerint.

Az édesszájúak között pedig a palacsinta a legkedveltebb, amit a madártej, a túrós rétes és a túrógombóc, majd a vaníliaöntettel kínált aranygaluska és a kézműves fagyi követ. Kíváncsi voltam arra is, hogy melyek azok az ételek, amelyek minden évben visszatérnek a „Magyar Konyha Hetére” szerkesztett étlapra. Az ide sorolt ételek mindegyike megfelel a fentebb említetteknek, amit palóclevessel, zúzapörkölttel, harcsapaprikással és túrós csuszával, valamint somlói galuskával lehet kiegészíteni. Az adatok alapján elmondható, hogy az ételkínálat majdhogyanem teljesen megfelel a keresletnek.

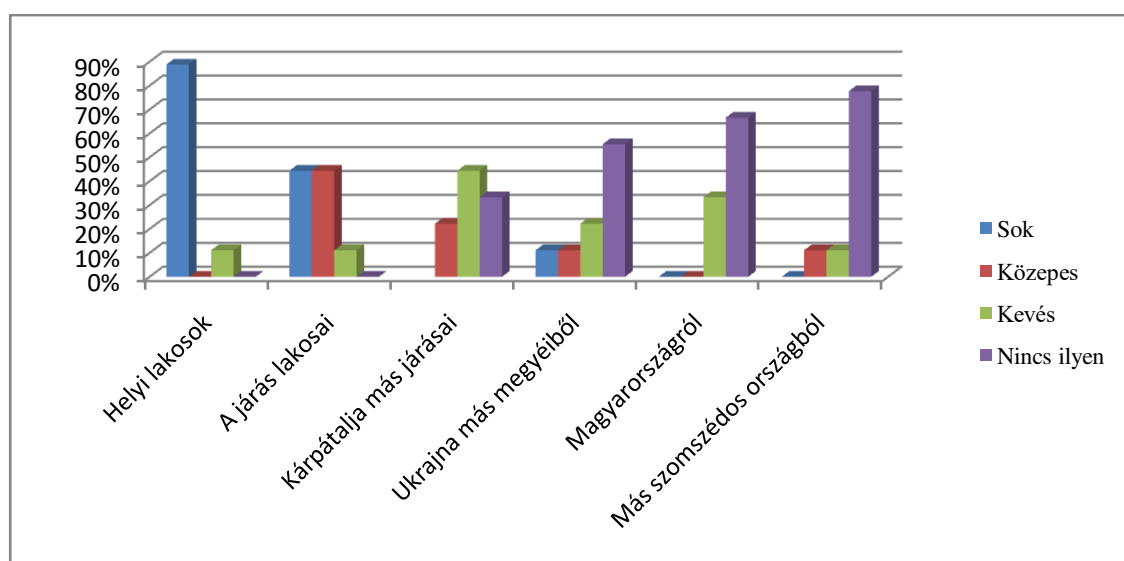
Kiderült, hogy a „Magyar Konyha Hete” 4 napján kínált ételekből a vendéglátók 56%-a vállal kiszállítást, 44%-uk pedig nem. Ez az arány a 2022-es jubileumi alkalomkor minden valószínűség szerint változhatott, tekintve az orosz ukrán konfliktusból alakult háborús helyzetet, és az azzal járó pánikot és fejetlenséget, mely pont a program első napján

jelentkezett, február 24-én. A vendéglátóegységek forgalmának nagy részét, feltételezhetően a kiszállítások jelentették.

### *A vendégkör jellemzése*

A vendéglátók elmondása szerint a vendégkört többségében helyi lakosok (89%) alkotják a „Magyar Konyha Hete” alkalmával. A második legnagyobb vendégkört annak a járásnak a lakosai jelentik, amelyben az étterem elhelyezkedik. Kárpátalja más jáásaiból érkező vendégekre pedig inkább a „kevés” (44%) és „közepes” (22%) jelenlét a jellemző a vendéglátók szerint. Az adatközlők több mint felének nincsenek vendégeik Ukrajna más megyéjéből, viszont 11-11%-uknak „sok” és „közepes” arányban, illetve 22%-uknál „kevesen”, de megjelennek ezek a vendégek a vizsgált program során. A külföldi vendégkör tekintetében pedig el lehet mondani, hogy azok egyelőre nem jellemzőek az adatközlő vendéglátók esetében, többségüket egyáltalán nem keresik fel a „Magyar Konyha Hete”-én ilyen vendégek. Az a kevés vendég (Magyarország: 33% kevés; más szomszédos ország: 11% közepes, 11% kevés), aki mégis felkeresi őket, feltételezhetően valami más vonzza a térségbe, ami mellett kiegészítésként látogat el a „Magyar Konyha Hete” programban résztvevő egy-egy étterembe (24. ábra).

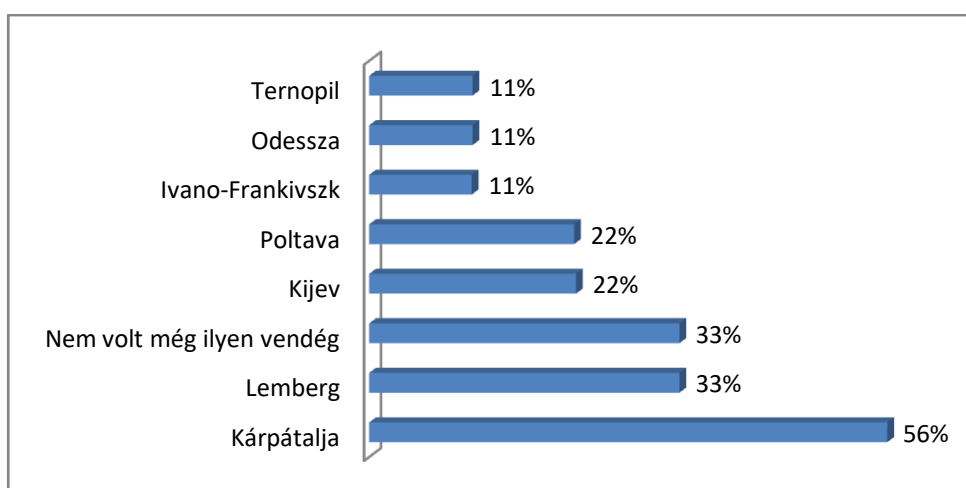
**24. ábra:** Honnan és milyen arányban érkeznek a vendégek a "Magyar Konyha Hete" idején?



*Forrás: Saját szerkesztés*

A Kárpátalján kívüli belföldi vendégkört részletesebben megvizsgálva azt az eredményt kaptam, hogy a legnagyobb arányban a Kárpátaljával szomszédos Lemberg megyéből (33%) érkeznek vendégek a „Magyar Konyha Hete”-én, de jelentős érdeklődés tapasztalható Kijev (22%) és Poltava (22%) megyékből is. Ezen kívül említésre kerültek még Ternopil, Odessza és Ivano-Frankivszk megyék is, viszont a többi megyét egyetlen vendégfogadó sem említette meg. A vendéglátó egységek 33%-a válaszolt úgy, hogy nem volt még más ukrajnai megyéből érkező vendégük a program ideje alatt (25. ábra).

**25. ábra:** Ukrajna mely megyéiből érkeznek jelentősebb számban a vendégek a "Magyar Konyha Hete" idején?

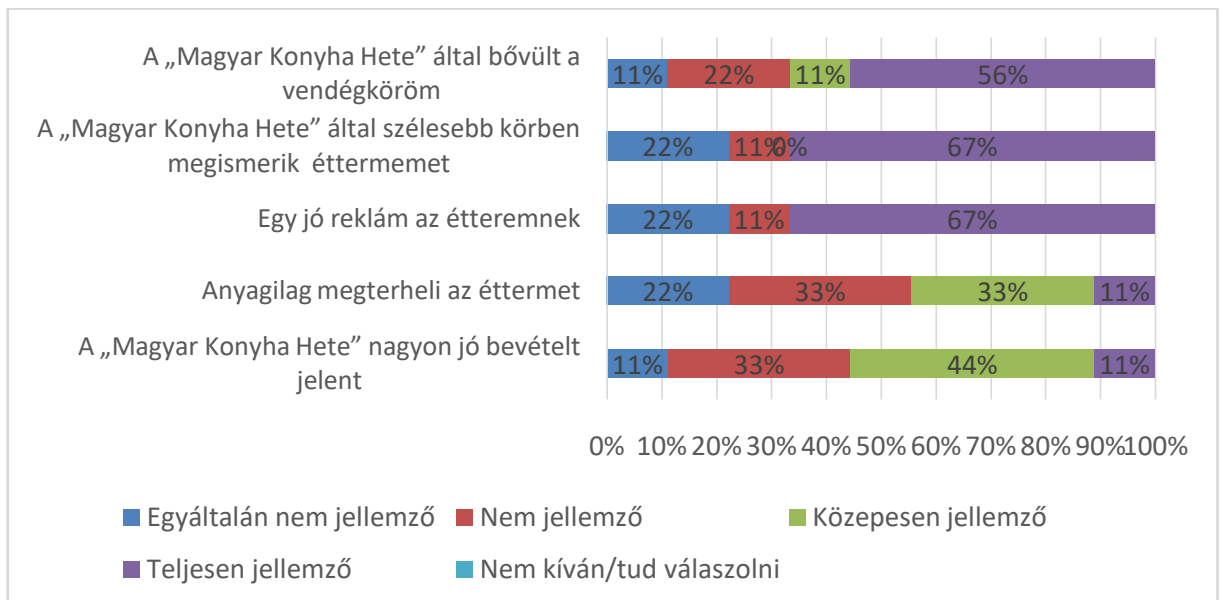


*Forrás: Saját szerkesztés*

#### *A „Magyar Konyha Hete” programmal való elégedettség*

Az adatok azt mutatják, hogy a vendéglátók 67%-a jó reklámnak tarja a „Magyar Konyha Hete” programsorozatot, ami által szélesebb körben megismerik a vendéglátó egységüket, sőt, 56%-uk el tudja mondani magáról azt is, hogy az idők során, a programnak köszönhetően határozott vendégkörbővülést sikerült elérniük. Az adatközlők 33%-a szerint nem jellemző, hogy a „Magyar Konyha Hete” anyagilag megterhelné az éttermet, viszont ugyanilyen százalékban úgy nyilatkoztak, hogy közepesen jellemző éttermükre az anyagi megterheltség. Ezen kívül a válaszadók csupán 11%-nál jelent ez a program nagyon jó bevételt, míg 44%-ukra ez az állítás csak közepesen jellemző, a többiek pedig inkább negatívan nyilatkoztak ebben a kérdésben, vagyis nem (33%), vagy egyáltalán nem (11%) jelent számukra jó bevételt a program (26. ábra).

**26. ábra:** Mennyire jellemzőek az Ön éttermére/vendéglátó egységére a következő állítások?



*Forrás: Saját szerkesztés*

Mindent összevetve, a felmérésben részt vett tulajdonosok 89%-a összeségében sikeres kezdeményezésnek tartja a „Magyar Konyha Hete” gasztronómiai programsorozatot, s 78%-a úgy véli, hogy igény lenne a turizmust érintő hasonló kezdeményezésekre Kárpátalján.

#### *Fejlesztési tervek és a Covid-19 hatásai*

Szerettem volna megtudni, hogy milyen fejlesztési terveik vannak a vendéglátóknak a következő évre a saját éttermükkel kapcsolatban. Elmondásuk szerint ők minden évben törekszenek lépéseket tenni a vendéglátó egységeik fejlesztésre szoruló részeinek korszerűsítésére (27. ábra).



**27. ábra:** Milyen fejlesztési tervei vannak a következő évre a saját éttermével kapcsolatban?



*Forrás: Saját szerkesztés*

Az adatokból kiderül, hogy a legtöbb válaszadó a közeljövőben az étlap (67%) és itallap (33%) bővítését, mások a vendéglátó egységük külső felújítását (44%) tűzték ki célul, de többen gondolnak speciális étlap létrehozásán vegetáriánus, laktózérzékeny vagy cukorbeteg vendégek részére (22%). Azt gondolom, ez utóbbi fejlesztési törekvés meghatározó hírre tesz majd szert a közkedvelt éttermek körében, ugyanis, kis túlzással élve, térségünkben ez egy „forradalmi újítás” lehetne. Többen gondolnak saját honlap létrehozásán is (22%), ami szintén a színvonal és ismertség egyik jeleként tudatosulhat a vendégben.

A Covid-19 okozta járványhelyzet a vendéglátás minden területén kifejtette negatív hatását. Megkérdeztem, hogyan érintette ez a kárpátaljai vendéglátó egységeket. Átlagosan a tulajdonosokra az volt a legjellemzőbb, hogy a korlátozások idején is igyekeztek a személyzetet megtartani (teljesen jellemző 33%). Az adott helyzetben ez nem lehetett könnyű feladat. Jellemző volt, hogy az éttermek házhozszállítást vállaltak (11% teljesen jellemző, 44% jellemző), kibővítették szolgáltatásaikat online rendelés lehetőségével (teljesen jellemző 22%, jellemző 22%), valamint jobban odafigyeltek a tisztaságra és a higiéniára a szigorú korlátozás idején (teljesen jellemző 33%, jellemző 33%). Teljesen jellemzőnek tartotta a válaszadók 56%-a, hogy a pandémia kezdetén, a legnagyobb korlátozások alatt nagyon visszaesett a forgalom, ugyanis egy hosszabb ideig (néhány hónapig) zárva voltak a

vendéglátóegységek, egyáltalán nem vagy csak elvitelre dolgozhattak. A válaszadók szerint az volt a jellemző, hogy az éttermek csak online rendeléseket teljesítettek a szigorú korlátozások idején (22%). Ebből kifolyólag sokan kibővítették a szolgáltatásaikat az addig többnyire nem alkalmazott házhozszállítással (11% teljesen jellemző, 44% jellemző), és jellemzően a szigorú korlátozások enyhítése után bár alacsony volt a forgalom, de 56%-uk tudta működtetni az éttermet. Az állítás, miszerint a vendégek bizalmatlanabbak lettek az éttermi fogyasztás során a járványhelyzet miatt nem volt jellemző az éttermekre. Kíváncsiak voltunk arra is, hogy mennyire lehetett jellemző az államtól kapott anyagi támogatás a karantén okozta károk csökkentésére. A válaszadók átlagosan nem tartották jellemzőnek ezt az állítást (44% egyáltalán nem jellemző, 22% nem jellemző), mint ahogyan azt sem, hogy az államtól kapott anyagi támogatás kielégítő segítség lett volna a vállalkozásuk számára (78% egyáltalán nem jellemző).

A kutatás alapján elmondható, hogy a kínálati oldalon megvizsgált vendéglátóegységek legtöbbje kész fogadni a „Magyar Konyha Hete” keretén belül érkező vendégeket, és igyekeznek minél több előre kitűzött fejlesztési célt megvalósítani.

## KÖVETKEZTETÉSEK

A „Magyar Konyha Hete” elnevezésű gasztronómiai programsorozat keresleti és kínálati vizsgálatának eredményei alapján a következő tényállások fogalmazhatók meg.

- Bár a rendezvény bizonyosan nagy népszerűségnek örvend, a kitöltők jelentős része a Beregszászi járás lakosa. A járási lakosok száma egyébként is magasan kitűnik, de némileg a 2020-ban újonnan kialakított közigazgatási renddel is összefüggésbe hozható.

- Bizonyossá vált, hogy a legtöbb válaszadó általában csak jeles alkalmakkor (34%) látogat el valamilyen vendéglátó egységbe, és hogy a vendégek egy része a „Magyar Konyha Hete” programra is különös alkalomként tekint, amikor is megengedheti magának, hogy étterembe menjen. Ez alapján elmondható, hogy a KMTT kezdeményezése, vagyis a „Magyar Konyha Hete” létrehozása végül nem csak az éttermeket érintő pozitív hatását érte el, hanem akarva akaratlanul a lakosság egy részének is egy elérhető gasztronómiai élményszerzési lehetőséget biztosított. Ezt alátámasztja, hogy az adatközlők közel fele (45%-a) a legkedvezményesebb napon, csütörtökön látogat el a választott étterembe.

- A vendégek 53%-a szeret új ételeket kipróbálni, viszont 46%-a jellemzően azt az éttermet keresi fel, ahová az év más időszakában is szeret járni. Ez alapján célszerű lehet a „Magyar Konyha Hete” programsorozatra kínált menüket évről évre változtatni, amit a vendégek a programra irányuló fejlesztési javaslataik között is megfogalmaztak. A vendéglátók a jövő évre vonatkozó fejlesztéseik közül 67%-ban az étlapkínálat bővítését tűzték ki célul, ami mellett remélhetőleg külön gondolnak majd a „Magyar Konyha Hete” programra kínált menü változtatására is.

- A vendégek által megfogalmazott kedvenc ételek és a tulajdonosok által leírt legkelendőbb ételek alapján elmondható, hogy az ételekre vonatkozó kereslet és kínálat aránya nagyjából megegyezik, ami mellett ott áll az ételkínálat bővítésének igénye is.

- A vendégek és vendéglátók részéről érkeztek a program fejlesztését elősegítő olyan javaslatok, mint a látványfőzések megvalósítása, ismert magyarországi séf meghívása a programra, nyereményjátékok szervezése, az említett étlap- és italkínálat bővítése, felszolgálók/szakácsok továbbképzése, valamint a kiszolgálás minőségének javítása. Az egyik személyes javaslatom, hogy érdemes lehet egy jelképes tárgyi ajándékot is biztosítani a vendégeknek, ami maradandó élményt adhat. Célszerű lehet stand up

comedy-k szervezése, valamint eredményes lehet egy üzenőfal felállítása is az éttermekben, ami egy gyors visszajelzési lehetőséget biztosítana a vendéglátók számára.

- A forgalom növelése szempontjából talán érdemes lehet a vendéglátó egységek mindegyikének biztosítani az online rendelés és a házhozszállítás lehetőségét is.

- A vendéglátók többsége jó reklámnak és jó vendégkörszerzési lehetőségnek tartja a programsorozatot, ám akadnak olyanok is, akik számára anyagilag megterhelő hatása van. Ez utóbbi hatás, a kevésbé népszerű és kisebb vendégkörű, valamint a nehezebben megközelíthető egységekre jellemző. Ez esetben érdemes lehet a kínálat bővítésére, minőségére és annak megfelelő reklámozására fektetni a legnagyobb hangsúlyt, hiszen a vendégek 19%-a hajlandó akár 40 km-nél is többet utazni, ha érdemes.

- A kutatásból kiderült, hogy a Beregszászi járást leszámítva, ami a program elsődleges helyszíne, az Ungvári, Munkácsi és Nagyszőlősi járásokon kívül az évek során más járás egyáltalán nem, vagy szinte alig, mindössze néhányszor vett részt a tíz éves múlttal rendelkező programsorozatban. Feltételezhetően ez annak tudható be, a megye más járaisaiban található éttermekben nincs a magyar ételekből akkora kínálat, hogy azzal csatlakozhassanak egy „Magyar Konyha Hete” című programba.

- Annak érdekében, hogy a program híre Kárpátalja szerte népszerű legyen feltétlenül fontos, a program további fejlesztéseinek elősegítése. Ez megtehető szakács- és pincérképzések által, valamint borászok és zenészek programhoz való csatlakozása révén is. Ha az említett személyek is kedvezményesen kínálják szolgáltatásaikat, feltehetően minden étterem él majd azzal, hogy szórakoztató programot is nyújtson vendégei számára, a vendégek részéről ugyanis meglehetősen nagy igény van erre. Külön csatlakozhatnak a néptáncsoportok és népi együttesek is, akik iránt, a felmérés alapján, szintén lenne kereslet. A távolabbról érkező vendégek esetében elengedhetetlen a szállásadás szolgáltatásának nyújtása is, ugyanis ennek hiánya negatív irányba befolyásolhatja a potenciális vendég döntését a „Magyar Konyha Hete” programon való részvételről.

- Egy személyes javaslatom a program kapcsán, hogy annak érdekében, hogy Ukrajna szerte népszerűbbé lehessen tenni a programot, érdemes lehet mozgókonyha kivitelezésén gondolkodni. Ennek segítségével a vendéglátó egységek eljuthatnának más megyék fesztiváljaira, rendezvényeire, ahol lehetőség lenne megismertetni a helyi közösségeket a magyar konyha ízeivel. Ennek hatására a magyar kultúra megismerésének vágya idővel Kárpátaljára vonzza majd az új vendégeket.

- Annak érdekében, hogy a „Magyar Konyha Hete” turisztikai eseménnyé váljon, érdemes lehet egy teljes évi reklámanyagot létrehozni, hogy kellő idő álljon rendelkezésre egész Ukrajna területére eljuttatni a híret. Ehhez azonban, értelemszerűen 1 évre előre szükséges tudni a program időpontját, melyet az elmúlt évekre hivatkozva, két héttel előtte közölnek a szervezők.

- Összességében, mind a vendégek, mind a vendéglátók egy sikeres kezdeményezésnek tartják az immár tíz éves „Magyar Konyha Hete” gasztronómiai programsorozatot, és 84%-uk tart igényt hasonló, a turizmust érintő kezdeményezésekre Kárpátalján.

Fontos megemlíteni, hogy az elvégzett kutatás nem reprezentatív, tekintve, hogy csak a Facebook közösségi oldalon aktív személyek között került kitöltésre. Úgy gondolom, hogy ez a felület biztosította a legnagyobb számú kitöltés lehetőségét, s mivel a válaszadók mindegyike egyszer vagy többször is részt vett a programon, az ebből származó eredmények is érdemlegesek lehetnek a téma iránt érdeklődők, de különösen a programszervező Kárpátaljai Magyar Turisztika Tanács körében.

## ÖSSZEFOGLALÓ

Kutatásom célja volt bebizonyítani, hogy a „Magyar Konyha Hete” kiemelkedően fontos rendezvény, amit nem csak megőrizni érdemes, de a népszerűsítés szempontjából célszerű javaslatokkal és ötletekkel bővíteni annak programkínálatát is. A program fontossága a lehetőségekben rejlik, miszerint a résztvevő éttermek népszerűsíthetik szolgáltatásaikat a turisztikai piacon, a vendégek pedig egy remek kikapcsolódási és élményszerzési lehetőséget ragadhatnak meg. Úgy gondolom, a „Magyar Konyha Hete” már nem csupán a kezdetben kitűzött célt valósítja meg, amikor is a vendéglátással foglalkozó vállalkozásokat akarták segíteni, vendégforgalmat generálva a legnehezebbnek számító, holt szezonban, hanem az idők során annak sokkal nagyobb jelentősége lett - egy közösségre ható vonzattal is rendelkezik.

Munkám elkészítése során primer és szekunder kutatási módszereket alkalmaztam. A munka első felében kiemelt szerepet fordítottam a szekunder források felkutatására, ami a témakörhöz tartozó szakirodalom összegyűjtését, értelmezését, elemzését és feldolgozását jelentette. A szakirodalmi részben 3 fejezetben került bemutatásra a magyar gasztronómia és vendéglátás fejlődéstörténete, a gasztronómia szerepének fontossága az idegenforgalomban, és a gasztronómia szerepe Kárpátalja turizmusában.

Az elsődleges kutatási módszerem belül előre összeállított online kérdőíveket használtam. Két kérdőívet hoztunk létre: egy keresletet és egy kínálatot vizsgáló ívet. A keresletre irányuló felmérésben szám szerint 183 fő vett részt. Az ívek a Facebook közösségi oldalon kerültek kitöltésre magyar és ukrán nyelven, megosztva azt csoportokban, és egyenként eljuttatva olyan személyekhez, akik a programban résztvevő éttermek közösségi oldalán fokozottabb aktivitást mutattak. A kínálatot vizsgáló kérdőív a Kárpátaljai Magyar Turisztikai Tanács által került kiküldésre, amelyet 9 étterem tulajdonos töltött ki. A kutatási eredmények arra engednek következtetni, hogy a „Magyar Konyha Hete” programsorozat rendkívül népszerű és többnyire pozitív élményeket ébreszt a vendégekben. Az adatok alapján elmondható, hogy az éttermek forgalmának jelentősebb részét a Beregszászi járási lakosok alkotják, s kevésbé terjed ki a program vonzáskörzete a megye más járásaira, vagy esetleg a szomszédos és távolabbi megyékre.

A kínálat majdnem hogy teljes egészében kielégíti a keresletet, s az évek során mindenkiben kialakult a „Magyar Konyha Hete” arculata a maga hangulatával és programkínálatával.

A leghatásosabb marketing eszköznek a program népszerűsítésében a közösségi oldalakon történő hirdetések bizonyultak, amelyeket a Kárpátaljai Magyar Turisztikai Tanács tesz közzé saját Facebook oldalán, a vendégek pedig onnan teszik közzé saját bejegyzéseikben.

A helyi lakosok körében rendkívüli népszerűségnek örvend, a vendégek 91,3%-a szerint pedig érdemes lehet a továbbiakban hasonló kezdeményezések létrehozásán gondolkodni. A munkám során kapott eredmények és adatok, javaslatok és ötletek, remélem hasznos információkat hordoznak, és hozzá tudnak járulni a „Magyar Konyha Hete” program fejlesztéséhez, annak komplexebb turisztikai terméké váló kialakításához – a megyénk turisztikai arculatának színesebb kiépítéséhez.

## РЕЗЮМЕ

У своїй роботі я досліджувала попит і пропозицію гастрономічної програми «Тиждень угорської кухні». Метою мого дослідження було довести, що «Тиждень угорської кухні» є надзвичайно важливою програмою в регіоні, яку варто не тільки зберегти, а й доцільно розширити пропозиціями та ідеями щодо промоції. На мою думку, «Тиждень угорської кухні» вже не тільки досягає мети, поставленої на початку виникнення програми, коли хотіли допомогти гостинним підприємствам, створюючи потік гостей у найбільш «мертвий сезон», але з часом це стало набагато важливішим — програма також стала привабливим для суспільства.

Під час підготовки своєї роботи я використовувала первинні та вторинні методи дослідження. У першій половині роботи я зосередилася на пошуку вторинних джерел, що передбачало насамперед збір інформації, аналіз та обробку літератури з даної теми. У цій частині роботи загалом у 3 розділах представлені історія розвитку угорської гастрономії та гостинності, значення гастрономії в туризмі та роль гастрономії в закарпатському туризмі.

В рамках первинного методу дослідження створила онлайн анкети. Загалом були створені дві анкети: опитування попиту та опитування пропозиції. У опитуванні попиту взяли участь 183 особи. Анкети були заповнені особами, які є учасниками різних груп в соцмережі Facebook, а також розіслані індивідуально особам, які виявили підвищену активність на сторінках тих ресторанів, які беруть участь у програмі. Для дослідження пропозиції, анкета була розіслана Закарпатською Угорською Туристичною Радою для 9-ти ресторанів, які цього беруть участь у програмі.

Результати дослідження свідчать про те, що хоча програма, безумовно, є дуже популярним, значна частина респондентів є мешканцями Берегівського району, це також певною мірою пов'язано з нововведеним у 2022 році адміністративним порядком.

Від гостей та господарів були пропозиції щодо покращення програми, такі як реалізація шоу-кулінарії та організація стендап-комедій, запрошення до програми відомого угорського кухаря, організація призових ігор, розширення згаданого меню та напоїв, курси для офіціантів/кухарів та покращення якості обслуговування. Однією з моїх особистих пропозицій є те, що, можливо, варто зробити символічний подарунок



гостям, а також встановити дошку оголошень у ресторанах, що може стати можливістю швидкого зворотного зв'язку для підприємств громадського харчування.

Для того, щоб репутація програми була популярною на всьому Закарпатті, дуже важливо сприяти подальшому розвитку програми. Це також можна зробити за допомогою курсів для шеф-кухаря та офіціантів, а також залучення до програми виноробів і музикантів. Якщо вони також запропонують свої послуги зі знижкою, то, швидше за все, усі ресторани зможуть розважити своїх гостей, оскільки на це є значний попит з боку їхніх гостей. Окремо до програми також можна залучити фольклорних танцювальних колективів та фольклорних ансамблів, на які, згідно з опитуванням, також буде попит. Для гостей, які прибувають з далеких країн, також важливо забезпечити житло, оскільки відсутність цього може негативно вплинути на рішення потенційного гостя взяти участь у програмі «Тиждень угорської кухні».

Однією з моїх особистих пропозицій щодо програми є те, що для просування програми по всій Україні, можливо, варто подумати про будівництво мобільної кухні. Завдяки цьому ми могли б потрапити на фестивалі та заходи інших областей, де можна було б познайомитися зі смаками угорської кухні. Його можна проводити з року в рік, і з часом відомі смаки приваблюватимуть відвідувачів фестивалю в сільську місцевість.

Загалом і гості, і господарі вважають успішною ініціативу вже десятирічну серію гастрономічних програм «Тиждень угорської кухні», і 84% з них мають потребу у подібних пропозиціях на Закарпатті.

Важливо зазначити, що проведене дослідження не є репрезентативним, оскільки воно проводилося лише серед осіб, активних на сторінці спільноти Facebook. Я вважаю, що цей інтерфейс надав найбільшу кількість можливостей для заповнення анкет, а оскільки кожен із респондентів брав участь у програмі один чи декілька разів, результати можуть бути вартими уваги для тих, хто цікавиться темою, але особливо для Закарпатської Угорської Туристичної Ради. .

## FELHASZNÁLT IRODALOM

1. Bazyuk D.(Базюк Д.) 2016: Gasztronómiai turizmus Ukrajnában: trendek és fejlődési kilátások / D. Bazyuk // Anyaggyűjtés a hallgatók és fiatal kutatók IV. tudományos-gyakorlati konferenciájának eredményeiről „Ukrajna fenntartható fejlődése: problémák és kilátások”. (Етногастрономічний туризм в Україні: тенденції та перспективи розвитку / Д. Базюк // Збірник матеріалів за результатами IV науково-практичної конференції студентів та молодих вчених «Сталий розвиток України: проблеми і перспективи»).Medobori, pp. 121-123.
2. Tarpai J. (szerk.) 2021: Kárpátalja magyar szemmel. Shark Kft. Beregszász-Ungvár, 480 p.
3. Berghauer S. – Sass E. – Tarpai J. – Tóth A. 2020: A Helyi Termékekben Rejlő Turisztikai Erőforrások Kárpátalján Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok. v. évfolyam 3. szám, Orfű-Pécs, pp. 57-73
4. Berghauer S. - Tóth A. 2019: Fesztiválok. in Sass E. – Berghauer S. (szerk.): Kárpátalja magyarul lakta területeinek turisztikai helyzetfelmérése. Kutatási beszámoló. Gáborprint. Beregszász, pp.26-28
5. Bódiné Fekete É. 2007: A Gasztronómia története. Műszaki Kiadó. Budapest, 182 p.
6. Füreder B. 2009: A hosszú reneszánsz konyhakultúra magyar nyelvű szakácskönyveinek bemutatása és összehasonlító elemzése. PhD értekezés, Debrecen BTK, 198 p.
7. Gonda T. 2016: A Turisztikai termékfejlesztés elméleti alapjai. PTE KPVK Kiadó. Budapest, 226 p.
8. Kárpáti N. 2016: A gasztronómia fejlődéstörténete és aktuális trendjei. Szakdolgozat, Miskolc, 70 p.
9. Könyves E. – Vargáné dr. Csobán K. 2015: Gasztronómia és turizmus. Elméleti jegyzet, Debrecen, 120 p.
10. Marchenko O. – Tarpai J. – Golodnyak O. – Manyas J. 2008: Kárpátalja. Turisztikai útikönyv. SvitUspihu, Beregszászi Turisztikai Információs Központ, 320p.

11. Molnár J. – Molnár D. I. 2005: Kárpátalja népessége és magyarsága a népszámlálási és népmozgalmi adatok tükrében. Kárpátaljai Magyar Pedagógusszövetség Tankönyv- és Taneszköztanács, Beregszász, 120 p.
12. Pákozdi J. (szerk.) 2018: Kárpátaljai gasztrókalauz. Magyar Konyha Magazin Kiadó Kft., Budapest, 164 p.
13. Pákozdi J. 2021: Kárpátaljai kóstoló. Bővített második kiadás. Babér Kiadó. Budapest, 232 p.
14. Pákozdi J. 1992: Kárpátaljai kóstoló. Új Mandátum Könyvkiadó, Budapest, 251p.
15. Rimán E. 2021: A 21. századi magyar vendéglátást legjobban befolyásoló gasztronómiai trendek. Miskolc, 60 p.
16. Sass E. 2019: A turisztikai termékek rendszerének bemutatása. In: Berghauer S.–Sass E. (szerk.): A kárpátaljai magyarság turizmusfejlesztési stratégiája. Kárpátaljai Magyar Turisztikai Tanács, Beregszász, pp. 28-43.
17. Sass E. 2016: Kárpátalja fesztiváljainak elemzése internetes megjelenésük alapján. In Jászberényi M. – Zátori A.– Ásványi K. (szerk.): Fesztiválturizmus. Akadémia Kiadó Zrt. Budapest, pp. 368-382.
18. Szeleczy A. 2003: Ínycsiklandó. Gasztronómiai fogalomtár. Csemegéző a terített asztal művészetéből. DCB 2001 Bt. Kiadó. Budapest, 207p.
19. Tarpai J. 2013: A természeti és társadalmi erőforrások szerepe Kárpátalja turizmusfejlesztésében és hatása a területfejlesztésre. PhD értekezés, Pécs, 183p.
20. Zhuravchak Y. (Журавчак Я.) 2021: Ukrajna Gasztronómiai Turizmusának fejlődési problémái és kitékintései (A Kárpátaljai régió példáján). (Проблеми та перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні (на прикладі Закарпатської області)).Harkov. 13 p.

## **INTERNETES FORRÁSOK**

1. <https://adoc.pub/hagyomanyos-taplalkozas-korszakok.html>,  
Hagyományos táplálkozási korszakok. Letöltés ideje: 2022.03.29.
2. <https://falatozz.hu/blog/a-magyarok-ragaszkodnak-a-kedvenc-eteleikhez-es-ettermeikhez,A-magyar-nep-leveses>. Letöltés ideje: 2022.03.20.

3. <https://karpataljalap.net/2021/10/07/karpataljai-kostolo-konyvbemutato-beregszaszban>, Kárpátaljai-kóstoló könyvbemutató. Letöltés ideje:2022.03.20.
4. <https://karpatalja.ma/kultura/kulturalis-hirek/a-vii-magyar-konyha-hete-sajtotajekoztatoja-es-a-karpataljai-gasztrokalauz-bemutatasa/>,VII. Magyar Konyha Hete. Letöltés ideje: 2022.03.20.
5. <https://kiszó.net/2021/08/10/bemutattak-a-karpatalja-magyar-szemmel-cimu-utikonyvet-%E2%97%8F-karpati-igaz-szo/>, Kárpátalja magyar szemmel útikönyv. Letöltés ideje: 2022.03.20.
6. <https://kiszó.net/2020/03/10/gasztrokalauz-ukran-turistaknak/>,Gasztrokalauz ukrán turistáknak. Letöltés ideje:2022.03.20.
7. <https://kiszó.net/2022/02/10/magyar-konyha-hete-minosegi-etel-kerul-majd-a-vendegek-tanyerjara/>,Magyar Konyha Hete. Letöltés ideje: 2022.03.29.
8. <https://kmksz.com.ua/2022/01/07/a-magyar-konyha-hete-fehivas/>, A „Magyar Konyha Hete” felhívás. Letöltés ideje:2022. 01.20.
9. [https://kmtt.org/index.php?op=category&c=Magyar\\_Konyha\\_Hete](https://kmtt.org/index.php?op=category&c=Magyar_Konyha_Hete)Letöltés ideje:2022.05.02.
10. <https://mnhsz.com/kiemelt-hirek/megjelent-a-karpataljai-gasztrokalauz>, Kárpátaljai gasztrokalauz. Letöltés ideje:2022.03.20.
11. [https://tourlib.net/statti\\_ukr/godya.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/godya.htm), Kárpátalja fejlesztésére irányuló javaslatok. Letöltés ideje:2022.03.29.
12. <https://vasarnap.com/vasarnapi-asztal/kirandulas-a-magyar-gasztronomiaban-iii>, Kirándulás a magyar gasztronómiában. Letöltés ideje: 2022.03.29.
13. <https://www.eunwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284414666>, Gasztronómiai turizmusban szereplő turisták. Letöltés ideje: 2022. 02.10.
14. <https://www.eztfaldfel.hu/2014/03/magyar-gasztronomia-tortenete-honfoglalastol.html>. A magyar gasztronómia története a honfoglalástól. Letöltés ideje: 2022.03.29.
15. <http://www.karpataljaturizmus.hu/index.php?p=p&a=240>. Letöltés ideje: 2022.05.02.

16. <https://www.napi.hu/magyar-vallalatok/a-nok-tobbet-hasznaljak-a-facebookot.547040.html>, A nők többet Facebook-oznak. Letöltés ideje: 2022.03.21 .
17. <https://www.statista.com/statistics/273090/worldwide-sales-of-organic-foods-since-1999/>, Az organikus élelmiszerek eladásának növekedése. Letöltés ideje:2022.03.29.
18. <https://www.vg.hu/manager-magazin/2019/04/a-magyar-gasztronomia-bukasa-es-felemelkedese>, A Magyar gasztronómia bukása és felemelkedése. Letöltés ideje: 2022.03.22.

## ÁBRÁK JEGYZÉKE

1. ábra: Az adatközlők korcsoport szerinti megoszlása .....	29
2. ábra: Az adatközlők területi megoszlása .....	30
3. ábra: Honnan értesült a „Magyar Konyha Hete” programról? .....	31
4. ábra: Mi jut eszébe először a „Magyar Konyha Hete” hallatán? .....	32
5. ábra: Hány alkalommal vett részt a programon? .....	33
6. ábra: A „Magyar Konyha Hete” során meglátogatott éttermek .....	33
7. ábra: A választott nap oka .....	34
8. ábra: Kivel látogat el a programra? .....	36
9. ábra: Mennyire igazak Önre a következő állítások a "Magyar Konyha Hete" programsorozattal kapcsolatban? .....	37
10. ábra: A "Magyar Konyha Hete" programsorozatban résztvevő éttermek kiválasztásánál melyek a legfontosabb tényezők? .....	38
11. Hány km-t hajlandó utazni, hogy felkeressen egy új vendéglátóegységet? .....	39
12. A Legkedveltebb leves a „Magyar Konyha Hete” idején .....	40
13. ábra: A legkedveltebb főétel a „Magyar Konyha Hete” idején .....	41
14. ábra: A legkedveltebb desszert a „Magyar Konyha Hete” idején .....	42
15. ábra: A "Magyar Konyha Hete" programsorozatban résztvevő éttermek kiválasztásánál melyek a legfontosabb tényezők? .....	39
14. ábra: Hány km-t hajlandó utazni, hogy felkeressen egy új vendéglátóegységet? .....	40
15. ábra: Mennyire befolyásolja az kötelező oltási igazolvány vagy negatív PCR teszt a program látogatását? .....	44
16. ábra: Mennyire tartják sikeres kezdeményezésnek a „Magyar Konyha Hete” programot? .....	45
17. ábra: A vendéglátók szakirányú végzettsége .....	47
18. ábra: A legforgalmasabb nap a "Magyar Konyha Hete" idején .....	49
19. ábra: Véleménye szerint érezhető növekvő érdeklődés a „Magyar Konyha Hete” iránt? .....	49
20. ábra: Mennyire elégedett az évek során tapasztalt árbevétellel a „Magyar Konyha Hete” ideje alatt? .....	50
21. ábra: Leggyakrabban használt marketing eszközök .....	50
22. ábra: Milyen szolgáltatásokat nyújt az étkeztetésen kívül? .....	51

23. ábra: Milyen gyakran változtatja a "Magyar Konyha Heté"-re kínált menüjét évről évre?.....	53
24. ábra: Honnan és milyen arányban érkeznek a vendégek a "Magyar Konyha Hete" idején? .....	54
25. ábra: Ukrajna mely megyéiből érkeznek jelentősebb számban a vendégek a "Magyar Konyha Hete" idején? .....	55
26. ábra: Mennyire jellemzőek az Ön éttermére/vendéglátó egységére a következő állítások? .....	56
27. ábra: Milyen fejlesztési tervei vannak a következő évre a saját éttermével kapcsolatban?.....	57

## NYILATKOZAT

Alulírott, Kiss Emese Erzsébet turizmus szakos hallgató, kijelentem, hogy a dolgozatomat a II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskolán, a Földtudományi és Turizmus Tanszéken készítettem, turizmus diploma megszerzése végett. Kijelentem, hogy dolgozatomat más szakon korábban nem védtem meg, saját munkám eredménye, és csak a hivatkozott forrásokat (szakirodalom, eszközök stb.) használtam fel. Tudomásul veszem, hogy dolgozatomat a II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola könyvtárában a kölcsönözhető könyvek között helyezik el.



## KÖSZÖNETNYILVÁNÍTÁS

Ezúton szeretnék köszönetet mondani témavezetőmnek, Sass Enikőnek, aki szakértelmével, hasznos magyarázataival és a konzultációk során biztosított elengedhetetlen tanácsaival hatalmas segítséget nyújtott szakdolgozatom elkészüléséhez.

Hálával tartozom továbbá szüleimnek és testvéreimnek, akik nélkül ez a szakdolgozat nem jöhetett volna létre. Köszönöm nekik, hogy tanulmányaim során türelemmel és megértéssel támogattak, és minden helyzetben mellettem álltak.

Külön köszönöm páromnak, Krisztiánnak, hogy főiskolás éveim során végtelen kitartással és szeretettel támogatta céljaim elérését, és nélkülözhetetlen tanácsaival valamint segítségével hozzájárult a dolgozat megírásához.

## MELLÉKLETEK

### 1. sz. számú. melléklet: A „Magyar Konyha Hete” programsorozat keresletét vizsgáló kérdőív

A "Magyar Konyha Hete" gasztronómiai programsorozatra irányuló kérdések

1. 1. Neme. \*

Soranként csak egy oválist jelöljön be.

- Nő  
 Férfi

2. 2. Életkora. \*

Soranként csak egy oválist jelöljön be.

- 18 év alatti  
 18-29 év  
 30-39 év  
 40-49 év  
 50-59 év  
 60 év feletti

3. 3. Lakhelye. \*

\_\_\_\_\_

4. 4. Legmagasabb iskolai végzettsége. \*

Soranként csak egy oválist jelöljön be.

- Általános iskola  
 Középiskola, gimnázium, liceum  
 Szakmunkásképző  
 Technikum, koledzs  
 Főiskola, egyetem  
 Egyéb: \_\_\_\_\_

5. 5. Milyen gyakran jár étterembe? \*

Soranként csak egy oválist jelöljön be.

- Hetente egyszer  
 Hetente többször  
 Havonta egyszer  
 Havonta többször  
 Félévente  
 Jeles alkalmakkor  
 Nem jár étterembe  
 Egyéb: \_\_\_\_\_

6. 6. Hallott-e már a "Magyar Konyha Hete" programsorozatról? \*

Soranként csak egy oválist jelöljön be.

- Igen  
 Nem

7. 7. Honnan hallott/értesült a "Magyar Konyha Hete" programsorozatról? \*

Válassza ki az összeset, amely érvényes.

- Barát, ismerős által  
 A Kárpátaljai Magyar Turisztikai Tanács Facebookos hirdetése által  
 Facebookon ismerősöm osztotta meg  
 Instagram  
 Tik-Tok  
 Reklámtábla  
 Újság (nyomtatott)  
 Újság (online)  
 Rádió  
 TV  
Egyéb:  \_\_\_\_\_

8. Mi jut először eszébe, ha azt a kifejezést hallja, hogy "Magyar Konyha Hete"?

\_\_\_\_\_

9. Hányszor vett részt a "Magyar Konyha Hete" programsorozaton? \*

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- 1  
 2  
 3  
 4  
 5  
 6  
 7  
 8  
 9

10. Mely éttermeket/vendéglátó egységeket látogatta már meg a "Magyar Konyha Hete" programsorozat ideje alatt? \*

Válassza ki az összeset, amely érvényes.

- Arany Páva, Beregszász  
 Chizay Kishegy étterem, Beregszász  
 Family étterem, Nagybégány  
 Hangulat étterem Nagymuzsaly  
 Helikon étterem, Jánosi  
 Kis Virág Étterem, Nagybégány  
 Kulacs étterem, Kaszony  
 Millenium étterem, Beregszász  
 Nagykeret étterem, Beregdéda  
 Oázis étterem, Beregszász  
 Paradise étterem, Déda  
 Sörkert étterem, Beregszász  
 Találka étterem, Jánosi

- Oázis étterem, Beregszász  
 Paradise étterem, Déda  
 Sörkert étterem, Beregszász  
 Találka étterem, Jánosi  
 Vadász Csárda, Gát  
 Öreg Pince, Beregszász,  
 Paprika Vendégház, Borzsova  
 Takaros Vendégház, Mezőgecse  
 Teletál Vendégház, Bene  
 Varga családi szőlészet és borászat, Bene  
 Amur étterem, Munkács  
 Csárda, Tiszapéterfalva  
 Eliza étterem, Nagyszőlős  
 Dácsa falusi vendégház, Cigányos  
 Étterem Italia snack and Pizza, Szürte  
 Ungvarszkij étterem, Ungvár
- Egyéb:  \_\_\_\_\_

11. Melyik napon látogatott el leggyakrabban a programsorozat ideje alatt az Ön által választott étterembe/vendéglátó egységbe? \*

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- Csütörtök  
 Péntek  
 Szombat  
 Vasárnap

12. Kérem, indokolja meg, hogy miért pont a választott napon látogat el a leggyakrabban.

\_\_\_\_\_

13. Kivel/Kikkel vesz részt leggyakrabban a "Magyar Konyha Hete" programon? \*

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- Egyedül  
 Párossal (férj/feleség, barát/barátnő, élettárs)  
 Családommal  
 Barátokkal  
 Munkatársakkal  
 Csoporttal  
 Egyéb: \_\_\_\_\_

14. Mennyire igazak Önre a következő állítások a "Magyar Konyha Hete" programsorozattal kapcsolatban? \*

Soranként csak egy oválit jelöljön be.

	Egyáltalán nem igaz	Többnyire nem igaz	Részben igaz, részben nem igaz	Többnyire igaz	Teljesen igaz
Mindig a munkahelyemhez legközelebb eső vendéglátó egységet keresem fel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mindig az otthonomhoz legközelebb eső vendéglátó egységet keresem fel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mindig ugyanazt az éttermet keresem fel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mindig a legkedvezőbb árat kínáló éttermet keresem fel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mindig más éttermet keresek fel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A barátok, rokonok ajánlása alapján választok éttermet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Az éttermek reklámja alapján választok éttermet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Azt az éttermet keresem fel, ahol a kedvenc étellemet kínálják	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Azt az éttermet keresem fel, ahová az év más időszakában is szeretek járni	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mindig ugyanazt az ételt választom	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Szeretek új ételeket kipróbálni	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A "Magyar Konyha Hetén" való részvétel egy nagyszerű csapatépítő program	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Csak rendelék és kiszállítatom az ételt a munkahelyemre.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Csak rendelék és kiszállítatom az ételt az otthonomba.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15. 15. A magyar konyhához tartozó levesek közül melyik az Ön kedvence? (Nevezzen meg egyet!) \*

\_\_\_\_\_

16. 16. A magyar konyhához tartozó főételek közül melyik az Ön kedvence? (Nevezzen meg egyet!) \*

\_\_\_\_\_

17. 17. A magyar konyhához tartozó desszertek közül melyik az Ön kedvence? (Nevezzen meg egyet!) \*

\_\_\_\_\_

18. Kérem, értékelje a "Magyar Konyha Hete" programsorozatban résztvevő éttermek/vendéglátó egységek kiválasztásánál, mennyire fontosak az alábbi tényezők (1 = egyáltalán nem fontos, 5 = teljes mértékben fontos). \*

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

	1	2	3	4	5
Ételek minősége	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ételkínálat bősége	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Az árak összhangban vannak a minőséggel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ételadagok nagysága	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kiszolgálás gyorsasága	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Személyzet kedvessége	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Személyzet szaktudása	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A személyzet/vezetőség figyel az igényeimre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Személyes kapcsolat, ismertség a vezetőséggel/személlyzettel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tisztaság, higiénia, fertőtlenítés	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A vendéglátóhely környezete, külső képe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A vendéglátóhely atmoszférája, berendezése	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zene és egyéb szórakoztató programok	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asztalfoglalás lehetősége	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A vendéglátóhely nyitva tartása	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mosdó felszereltsége, tisztasága	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Parkolási lehetőség	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A vendéglátó egység megközelíthetősége	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Aktiválja a W  
Aktiválja a Windc

19. 19. Maximum hány km-t hajlandó utazni, hogy felkeressen egy újabb, eddig még nem látogatott éttermet/vendéglátó egységet, amelyik részt vesz a "Magyar Konyha Hete" programsorozatban? \*

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- 0-5 km  
 6-10 km  
 11-20 km  
 21-30 km  
 31-40 km  
 Ennél is több

20. 20. Kérem, fogalmazzon meg a rendezvénnyel kapcsolatban egy pozitív élményt, ha tud.

---

21. 21. Kérem fogalmazzon meg a rendezvénnyel kapcsolatban egy negatív élményt, ha van.

---

22. 22. Az Ön véleménye szerint min kellene változtatni ahhoz, hogy még sikerebb legyen a rendezvény?

Akt  
Aktív

23. Tervezi-e, hogy 2022-ben ellátogat a programban résztvevő éttermek/vendéglátó egységek egyikébe? \*

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- Igen  
 Nem  
 Talán

24. Ha tervezi, hogy részt vesz 2022-ben a "Magyar Konyha Hete" programon, akkor kérem határozza meg, hogy mennyire befolyásolja ideai döntését, hogy csak oltási igazolással vagy PCR teszttel lehet az éttermetek látogatni?

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

	1	2	3	4	5
egyáltalán nem befolyásol, mindenképp részt veszek a programon	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
nagyon befolyásol, visszatart a látogatástól	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

25. Rendelkezik-e oltási igazolvánnyal? \*

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- Igen  
 Nem  
 Nem kíván válaszolni

26. Tapasztalatai alapján ajánlaná-e a "Magyar Konyha Hete" programon való részvételt barátainak, ismerőseinek? \*

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- Igen  
 Nem  
 Talán

27. Ön mennyire tartja sikeres kezdeményezésnek a "Magyar Konyha Hete" programsorozatot? Értékelje 1-től 5-ig terjedő skálán. \*

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

	1	2	3	4	5	
Egyáltalán nem sikeres	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Nagyon sikeres

28. Véleménye szerint, lenne igény a turizmust érintő hasonló kezdeményezésre Kárpátalján? \*

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- Igen  
 Nem  
 Nem tudom  
 Talán

## 2. sz. melléklet: A „Magyar Konyha Hete” programsorozat kínálatát vizsgáló kérdőív

Általános, bevezető kérdések

5. 5. Kérem nevezze meg szakirányú végzettségét.

1. 1. Neme \*

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- Nő  
 Férfi

6. 6. Melyik étterem/vendéglátó egység tulajdonosa? \*

2. 2. Életkora. \*

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- 18-29 év  
 30-39 év  
 40-49 év  
 50-59 év  
 60 év fölött

7. 7. Melyik településen található az Ön étterme/vendéglátó egysége? \*

A "Magyar Konyha Hete" gasztronómiai programsorozatra irányuló kérdések

3. 3. Legmagasabb iskolai végzettsége. \*

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- Általános iskola  
 Középiskola, gimnázium, liceum  
 Szakmunkásképző  
 Technikum, koledzs  
 Főiskola, egyetem  
 Egyéb: \_\_\_\_\_

8. 8. Hány alkalommal vett már részt a „Magyar Konyha Hete” programsorozatban? \*

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- 1  
 2  
 3  
 4  
 5  
 6  
 7  
 8  
 9

9. 9. Részt kíván-e venni az idei, 2022-es jubileumi „Magyar Konyha Hete” programsorozatban?

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- Igen  
 Nem  
 Még nem tudom  
 Talán

10. 10. Mennyire elégedett a Kárpátaljai Magyar Turisztikai Tanács szervezőmunkájával? \*

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

1 2 3 4 5

Egyáltalán nem elégedett      Nagyon meg van

11. 11. A szervezés szempontjából jónak tartja a februári időpontot a „Magyar Konyha Hete”

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- Igen  
 Nem

12. 12. Ha nem, nevezzen meg olyan időpontot, amelyet jobbnak talál a program lebonyolításhoz

13. 13. A "Magyar Konyha Hete" melyik napja a legforgalmasabb a felsoroltak közül? \*

Soranként csak egy oválist jelöljön be.

- Csütörtök  
 Péntek  
 Szombat  
 Vasárnap

14. 14. Véleménye szerint, hogyan lehetne a gyengébb forgalmú nap(ok) forgalmát növelni? \*

---

15. 15. Amennyiben egynél többször vett részt a programsorozatban, véleménye szerint érezhető-e a növekvő érdeklődés a „Magyar Konyha Hete” iránt?

Soranként csak egy oválist jelöljön be.

- Igen, határozottan érezhető, egyre több vendéget fogadunk évről-évre  
 Igen, érezhető egy enyhe növekedés  
 Ugyanolyan a forgalom, mint első alkalommal  
 Egyáltalán nem érezhető a növekvő érdeklődés  
 Kevesebb a vendég, mint első alkalommal, amikor csatlakoztunk a programhoz

16. 16. Mennyire elégedett a "Magyar Konyha Hete" ideje alatt tapasztalható forgalmonövekedésével az elmúlt évek során? \*

Soranként csak egy oválist jelöljön be.

- 1      2      3      4      5  
Egyáltalán nem elégedett      Nagyon elégedett

17. 17. Mennyire elégedett a "Magyar Konyha Hete" ideje alatt szerzett árbevétellel az évek során? \*

Soranként csak egy oválist jelöljön be.

- 1      2      3      4      5  
Egyáltalán nem elégedett      Nagyon elégedett

18. 18. A Kárpátaljai Magyar Turisztika Tanács nyújtotta reklámtevékenységen kívül, milyen marketing eszközöket használ a programsorozatra irányuló figyelemfelkeltés céljából? \*

Válassza ki az összeset, amely érvényes.

- Nem reklámozom magam, mert elegendő a turisztikai tanács reklámja  
 Szórolapok (nyomatott)  
 Plakátok (nyomatott)  
 Plakát (elektronikus)  
 Az étterem saját Facebook oldalán történő hirdetés  
 Az étterem saját Instagram oldalán történő hirdetés  
 A vendégkör messenger üzenet általi tájékoztatása  
 Saját honlapon történő reklámozás  
 Rádiós hirdetés  
 TV-s hirdetés

Egyéb:  \_\_\_\_\_

19. 19. Az étkezésen kívül még milyen szolgáltatást nyújtanak a programsorozat idején? Nevezze meg a 3 leggyakoribbat. \*

Válassza ki az összeset, amely érvényes.

- Szállás szolgáltatás  
 Magyar népi együttesek fellépése  
 Egyéb élő zene  
 Néptánc csoportok fellépése  
 Animátorok általi szórakoztató programok  
 Vetélkedő  
 Egyéb szórakoztató programok  
 Nem nyújtunk más szolgáltatást

Egyéb:  \_\_\_\_\_

20. 20. Ön milyen változtatásokat vagy fejlesztési javaslatokat tenna a jövő évi "Magyar Konyha Hete" program szervezésére vonatkozóan? \*

---



21. 21. Milyen pozitív hatásai voltak a "Magyar Konyha Hete" programsorozatnak az Ön éttermére? \*
22. 22. Milyen negatív hatásai voltak a "Magyar Konyha Hete" programsorozatnak az Ön éttermére? \*

Ételkínálat és vendégkör

23. 23. Mennyire fontosak Önnek a magyar konyha hagyományának ismerete, alkalmazása, illetve ezek továbbadása? \*

Soranként csak egy oválist jelöljön be.

	1	2	3	4	5	
Egyáltalán nem fontos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Nagyon fontos

24. 24. Hétköznapi étlapja hány %-ban tartalmaz magyar ételeket?

Soranként csak egy oválist jelöljön be.

- 10%
- 20%
- 30%
- 40%
- 50%
- 60%
- 70%
- 80%
- 90%
- 100%
- Nincs hétköznapi étlapom

25. 25. Hogyan változtatja a "Magyar Konyha Hete" kínált menüjét egyik évről a másikra? \*

Soranként csak egy oválist jelöljön be.

- Nem változtatok a menün, évek óta ugyan azt használom.
- Azokat az ételeket meghagyom, amelyek a legkelendőbbek voltak, a többit kicserélem.
- Minden évben egy teljesen új menüt állítok össze.
- A teljes étlapot kedvezményessé teszem a vendégek részére.
- Egyéb: \_\_\_\_\_

26. 26. Tapasztalatai szerint, éttermében/vendéglátó egységében melyik a legkedveltebb leves a "Magyar Konyha Hete" ? \*

\_\_\_\_\_

27. 27. Tapasztalatai szerint, éttermében/vendéglátó egységében melyik a legkedveltebb főfogás a "Magyar Konyha Hete" ? \*

\_\_\_\_\_

28. 28. Tapasztalatai szerint, éttermében/vendéglátó egységében melyik a legkedveltebb desszert a "Magyar Konyha Hete" ? \*

\_\_\_\_\_

29. 29. Melyek azok az állandó ételek, amelyek évről-évre visszatérnek a "Magyar Konyha Hete" étlapjára az Ön éttermében/vendéglátó egységében? Nevezzen meg néhányat. \*

30. 30. Vállalnak-e kiszállítást a „Magyar Konyha Hete” 4 napján az akciós ételekből? \*

Soranként csak egy oválist jelöljön be.

- Igen
- Nem

31. 1. Eddigi tapasztalatai szerint, éttermébe honnan és milyen arányban érkeznek a vendégek a "Magyar Konyha Hete" idején? (Előfordulhat, hogy a készülék, amiről a kitöltést végzi, nem mutatja a válaszlehetőségek egy részét. Ebben az esetben, kérem húzza a képernyőjét balról jobbra, míg láthatóvá nem válik az összes válaszlehetőség).

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

	Sok	Közepes	Kevés	Nincs ilyen vendég
Helyi lakosok	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A járás lakosai	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kárpátalja különböző járaiból	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ukrajna más megyéiből	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Magyarországról	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Más szomszédos országból	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

32. Eddigi tapasztalatai szerint Ukrajna mely megyéiből érkeznek jelentősebb számban a vendégek a "Magyar Konyha Hete" idején? \*

Válassza ki az összeset, amely érvényes.

- Nem volt még ilyen vendégem a "Magyar Konyha Hete" alatt
- Cserkaszi
- Csernyihiv
- Csernyivci
- Dnyipropetrovszk
- Doneck
- Harkiv
- Herszon
- Hmelnickij
- Ivano- Frankivszk
- Kárpátalja
- Kirovohrad
- Kijev
- Luhanszk
- Lviv
- Mikolajiv
- Odessza
- Poltava
- Rivne
- Szumi
- Ternopil
- Vinnicja
- Voliny
- Zaporizzsja
- Zsitomir

Egyéb:  \_\_\_\_\_

33. Mennyire jellemzőek az Ön éttermébe/vendéglátó egységére a következő állítások? (Előfordulhat, hogy a készülék, amiről a kitöltést végzi, nem mutatja a válaszlehetőségek egy részét. Ebben az esetben, kérem húzza a képernyőjét balról jobbra, míg láthatóvá nem válik az összes válaszlehetőség).

	Egyáltalán nem jellemző	Nem jellemző	Közepesen jellemző	Teljesen jellemző	Nem kíván/tud válaszolni
A „Magyar Konyha Hete” nagyon jó bevételt jelent	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A „Magyar Konyha Hete” anyagilag megterheli az éttermet/vendéglátó egységet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A „Magyar Konyha Hete” egy jó reklám az étteremnek/vendéglátó egységnek	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A „Magyar Konyha Hete” által szélesebb körben megismerik éttermem/vendéglátó egységemet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A „Magyar Konyha Hete” által bővült a vendégköröm	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

34. 34. Ön mennyire tartja sikeres kezdeményezésnek a "Magyar Konyha Hete" programsorozatot? Értékelje 1-től 5-ig terjedő skálán. \*

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

	1	2	3	4	5
Egyáltalán nem sikeres	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nagyon sikeres					

35. 35. Véleménye szerint, lenne igény a turizmust érintő hasonló kezdeményezésre Kárpátalján? \*

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- Igen
- Nem
- Nem tudom
- Talán

#### Fejlesztési tervek és a Covid-19 hatásai

36. 36. Önnek milyen fejlesztési tervei vannak a következő évre a saját éttermével kapcsolatban? \*

Válassza ki az összeset, amely érvényes.

- étlap bővítése
- itallap bővítése
- speciális étlap létrehozása különleges étkezési igényű vendégek részére (vegetáriánus, laktózérzékeny, cukorbeteg, stb.)
- az étterem/vendéglátó egység befogadóképességének növelése
- szállásadás nyújtása
- helyi termék értékesítése (helyi borok, sajtok, lekvárok)
- családbarát légkör megteremtése (pl. játéksarok)
- akadálymentesítés a mozgássérültek részére
- parkoló kialakítása/bővítése
- az étterem/vendéglátó egység külső felújítása
- az étterem/vendéglátó egység belső felújítása/dizájn átalakítása
- nyári terasz kialakítása
- a bankkártyával történő fizetés lehetőségének bevezetése
- saját honlap létrehozása
- saját honlap fejlesztése

Egyéb:  \_\_\_\_\_

37. Mennyire igazak az alábbi állítások az Ön éttermére/vendéglátó egységére a Covid-19 járvány okozta hatások tükrében?(Előfordulhat, hogy a készülék, amiről a kitöltést végzi, nem mutatja a válaszlehetőségek egy részét. Ebben az esetben, kérem húzza a képernyőjét balról jobbra, míg láthatóvá nem válik az összes válaszlehetőség).

	1. Egyáltalán nem jellemző	2. Nem jellemző	3. Jellemző	4. Teljesen jellemző	5. Nem kíván/tudok válaszolni
A Covid-19 járvány kezdetén, a legnagyobb korlátozások alatt nagyon visszaesett a forgalom, egy ideig zárva volt az étterem.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A szigorú korlátozások után alacsony volt a forgalom, de tudtuk működtetni az éttermet.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A szigorú korlátozások idején el kellett bocsátani a személyzetet a bevételvisszaesés miatt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A szigorú korlátozások idején is igyekeztem a személyzetet megtartani.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Házhozszállítást vállaltunk a szigorú korlátozás idején.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kibővítettük a szolgáltatásainkat online rendelés lehetőségével a szigorú korlátozás idején.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Csak online rendeléseket teljesítettünk a szigorú korlátozások idején.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kibővítettük szolgáltatásainkat a házhoz szállítással.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jobban odafigyelünk a tisztaságra és a higiéniaira.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A vendégek bizalmatlanabbak lettek az éttermi fogyasztás során.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kaptam az államtól anyagi támogatást a karantén okozta károk csökkentésére.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Az államtól kapott anyagi támogatás kielégítő segítség volt vállalkozásom számára.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**3. sz. melléklet:** A „Magyar Konyha Hete” című programsorozatban résztvevő éttermek 2013-tól 2022-ig.

Év \ Étterem	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Beregszászi járás</b>										
Arany Páva, Beregszász	+	+	+		+					
Ari Zóna étterem, Gát									+	+
Betyár étterem, Beregszász							+			
Chizay Kishegy étterem, Beregszász					+		+	+		
Family étterem, Nagybégány	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
F Koka étterem, Beregszász	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Hangulat étterem Nagymuzsaly	+	+	+							
Helikon étterem, Makkosjánosi	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Hermina étterem, Mezőkaszony			+							
Kemence étterem, Beregszász		+								
Kis Virág Étterem, Nagybégány							+			
Kulacs étterem, Mezőkaszony	+	+	+		+	+	+	+	+	+
Lambert hotel és étterem, Beregszász					+					
Lark étterem, Beregszász								+		
Magyarka étterem, Nagybégány								+		
Millenium étterem, Beregszász				+	+	+	+			
Nagykert étterem, Beregdéda		+	+	+	+		+			
Oázis étterem, Beregszász	+	+	+	+						
Paradise étterem, Beregdéda						+	+	+		
Praktik borospince Étterem, Beregszász									+	+
Szojuz, Beregszász	+	+								
Sörkert étterem, Beregszász		+		+	+	+	+	+		+
Találka étterem, Makkosjánosi	+	+					+	+	+	+
Teletál Étterem, Bene	+	+	+		+	+	+	+	+	+
Vadász Csárda, Gát	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Vi- Ga bár and							+			+

restaurante, Mezőkaszony										
Zeli étterem, Beregszász			+	+						
<b>Borászatok, vendégházak</b>										
Barackos Vendégház, Bene	+									
Bereczky Pincészet, Nagymuzsaly						+			+	+
Ilona vendégház, Borzsova									+	
Kishordó Pincészet, Nagymuzsaly							+			
Öreg Pince, Beregszász,				+	+	+	+			+
Paprika Vendégház, Borzsova		+			+				+	+
Parászka Pincészet, Bene					+					
Takaros Vendégház,Mezőgecse	+	+							+	
Varga családi szőlészet és borászat, Bene				+		+	+	+		
<b>Munkácsi járás</b>										
Amur étterem, Munkács				+	+	+	+			
Bogrács étterem, Munkács,						+	+			
Grófudvar étterem, Munkács			+							
Liza kávézó-bár, Beregrákos										+
Monarchia Étterem, Munkács										+
Rákóczi Pince, Munkács							+	+		
„Rendesgazda” étterem, Munkács								+		
<b>Nagyszőlősi járás</b>										
Csárda, Tiszapéterfalva			+	+						
Eliza étterem, Nagyszőlős			+	+	+	+	+	+	+	
Imperial étterem, Nagyszőlős			+							
JJ Club, Nagyszőlős			+							
Paprika kávézó, Nagyszőlős										+
<b>Ungvári járás</b>										
Bogrács és Bános étterem, Ungvár						+	+			
Dácsa falusi vendégház, Cigányos							+	+	+	



Ім'я користувача:  
Моца Андрій Андрійович

ID перевірки:  
1011181044

Дата перевірки:  
14.05.2022 10:44:45 EEST

Тип перевірки:  
Doc vs Internet + Library

Дата звіту:  
14.05.2022 17:28:43 EEST

ID користувача:  
100006701

Назва документа: 05\_Кіш Емеше-Ержейбет Андріївна

Кількість сторінок: 87 Кількість слів: 17756 Кількість символів: 142493 Розмір файлу: 3.48 MB ID файлу: 1011075304

## 8.64% Схожість

Найбільша схожість: 3.15% з Інтернет-джерелом (<https://mek.oszk.hu/00100/00129/html/1fejezet.htm>)

7.46% Джерела з Інтернету 449 ..... Сторінка 89

2.6% Джерела з Бібліотеки 139 ..... Сторінка 93

## 0% Цитат

Вилучення цитат вимкнене

Вилучення списку бібліографічних посилань вимкнене

## 0% Вилучень

Немає вилучених джерел

## Модифікації

Виявлено модифікації тексту. Детальна інформація доступна в онлайн-звіті.

Замінені символи 2