



Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok

2020. október

V. évfolyam III. szám

Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok

Tartalom

Sipos Norbert – Pap Norbert –
Kereszneyi János – Jarjabka Ákos:

*A SZIGETVÁRI SZULEJMÁN TÜRBE
KULTURÁLIS-TURISZTIKAI KÖZPONT
PROJEKT TURISZTIKAI
MEGVALÓSÍTHATÓSÁGI KOCKÁZATAI*

Tütünkov-Hrisztov Jordán – Müller
Anetta – Molnár Anikó:

*A FEHÉRVÁR TRAVEL KFT.
SIKERTÖRTÉNETÉNEK ÉS
VERSENYKÉPESSÉGÉNEK ELEMZÉSE*

Nagy Benedek:

*A CSÍKSOMLYÓI PÁPALÁTOGATÁS TURISZTIKAI
ELEMZÉSE: HOGYAN LÁTTÁK A RÉSZTVEVŐK?*

Berghauer Sándor – Sass Enikő – Tarpai József
– Tóth Attila:

*A HELYI TERMÉKEKBEN REJLŐ
TURISZTIKAI ERŐFORRÁSOK
KÁRPÁTALJÁN*

Gászné Bósz Bernadett:

*DÉL-DUNÁNTÚL, A KULTURÁLIS TURISZTIKAI
RÉGIÓ?*

IMPRESSZUM

Szerkesztőbizottság elnöke

Dr. Aubert Antal – PTE TTK Földrajzi és Földtudományi Intézet, egyetemi tanár

Főszerkesztő

Dr. Gonda Tibor – PTE KTK Marketing és Turizmus Intézet, egyetemi adjunktus

Szerkesztőbizottság tagjai

Dr. Bujdosó Zoltán – EKE Gyöngyösi Károly Róbert Campus, megbízott főigazgató, főiskolai tanár

Dr. Csapó János – PTE KTK Marketing és Turizmus Intézet, habilitált egyetemi docens

Dr. Dombay István – BBTE Földrajz Kar Kihelyezett Tagozatok Intézete, intézetigazgató,
Gyergyószentmiklósi Tagozat, tagozat igazgató, egyetemi docens

Dr. Hinek Mátyás – MET HFTGK Turizmus, Szabadidő és Szálloda Intézet, intézetvezető, főiskolai tanár

Dr. Kaposi Zoltán – PTE KTK, Marketing és Turizmus Intézet, intézetigazgató, egyetemi tanár

Dr. Karancsi Zoltán – SZTE JGYPK Alkalmazott Természettudományi Intézet,
tanszékvezető, egyetemi docens

Dr. Kiss Róbert – I-Shou University International College International Tourism & Hospitality
Department, egyetemi adjunktus

Dr. Koltai Zoltán – PTE KPVK Élelmiszergazdasági és Vidékfejlesztési Intézet, tanszékvezető, habilitált
egyetemi docens

Dr. Marton Gergely – PTE TTK Sporttudományi és Testnevelési Intézet, egyetemi adjunktus

Mókusné Dr. Pálfi Andrea – PTE TTK Földrajzi és Földtudományi Intézet, tudományos munkatárs

Dr. Pap Norbert – PTE TTK Földrajzi és Földtudományi Intézet, tanszékvezető, egyetemi tanár

Dr. Piskóti István - ME GTK Marketing és Turizmus Intézet, intézetigazgató, tanszékvezető, egyetemi tanár

Dr. Póla Péter – MTA KRTK Regionális Kutatások Intézete, tudományos munkatárs

Dr. Raffay Ágnes Nóra – PE GTK Turizmus Intézeti Tanszék, egyetemi docens

Dr. Raffay Zoltán – PTE KTK Marketing és Turizmus Intézet, habilitált egyetemi docens

Dr. Rátz Tamara – KJE Turizmus Tanszék, tanszékvezető, főiskolai tanár

Dr. Pinke-Sziva Ivett – BCE GTK Marketing és Média Intézet, egyetemi docens

Dr. Töröcsik Mária – PTE KTK Marketing és Turizmus Intézet, egyetemi tanár

Technikai szerkesztő

Háló Krisztián – PTE KTK Regionális Politika és Gazdaságtan Doktori Iskola, hallgató

Folyóirat neve: Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok

Kiadó: CampInvest Kft.

Székhely cím: 7677, Orfű, Dollár u. 1.

Telephely cím: 7625, Pécs, Vince u. 9/2.

ISSN 2677-0431 (Nyomtatott)

ISSN 2498-6984 (Online)

DOI prefix: 10.15170

E-mail cím: szerkesztoseg@turisztikaitanulmanyok.hu

Online elérhetőség: www.turisztikaitanulmanyok.hu

Tartalom

Köszöntő	3
Sipos Norbert – Pap Norbert – Keresnyi János – Jarjabka Ákos: A SZIGETVÁRI SZULEJMÁN TÜRBE KULTURÁLIS-TURISZTIKAI KÖZPONT PROJEKT TURISZTIKAI MEGVALÓSÍTHATÓSÁGI KOCKÁZATAI (DOI:10.15170/TVT.2020.05.03.01)	4
Tütünkov-Hrisztov Jordán – Müller Anetta – Molnár Anikó: A FEHÉRVÁR TRAVEL KFT. SIKERTÖRTÉNETÉNEK ÉS VERSENYKÉPESSÉGÉNEK ELEMZÉSE (DOI:10.15170/TVT.2020.05.03.02)	22
Nagy Benedek: A CSÍKSOMLYÓI PÁPALÁTOGATÁS TURISZTIKAI ELEMZÉSE: HOGYAN LÁTTÁK A RÉSZTVEVŐK? (DOI:10.15170/TVT.2020.05.03.03).....	42
Berghauer Sándor – Sass Enikő – Tarpai József – Tóth Attila: A HELYI TERMÉKEKBEN REJLŐ TURISZTIKAI ERŐFORRÁSOK KÁRPÁTALJÁN (DOI:10.15170/TVT.2020.05.03.04)	57
Gászné Bósz Bernadett: DÉL-DUNÁNTÚL, A KULTURÁLIS TURISZTIKAI RÉGIÓ? (DOI:10.15170/TVT.2020.05.03.05)	74
Felhívás	91

A HELYI TERMÉKEKBEN REJLŐ TURISZTIKAI ERŐFORRÁSOK KÁRPÁTALJÁN

¹Berghauer Sándor – ²Sass Enikő – ³Tarpai József – ⁴Tóth Attila

¹II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola, berghauer78@gmail.com

²II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola, seni1980918@gmail.com

³II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola, drtarpaijosef@gmail.com

⁴II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola, t.attila9312@gmail.com

DOI: 10.15170/TVT.2020.05.03.04

Absztrakt

Kárpátalja Európa egyik olyan térsége, ahol az évszázadok alatt számos impériumváltás következtében különböző nemzetiségű és vallású emberek telepedtek meg, melynek eredményeként egy egészen egyedi etnokulturális közeg alakult ki a területen. A különböző népek, nemzetiségek többsége, mint például a magyarok, románok, szlovákok, svábok, romák, ruszinok, ukránok és oroszok, máig őrzik néprajzi, kulturális és vallási hagyományait, kulináris jellegzetességeiket. A több évszázados együttélésnek köszönhetően úgy a nyelv, mint a különböző népi hagyományok és a gasztronómia területén is megfigyelhető a keveredés, melynek következtében létrejöttek a mai Kárpátalja sajátos jellemvonásai: az egyedi vendégszeretet, a népművészeti és kulináris sokszínűség, a Kárpátikumként is emlegetett helyi termékek. Ez utóbbiak képezik kutatásunk kiindulópontját is, melyben igyekszünk bepillantást nyújtani a Kárpátalján előállított hagyományos táji termelési kultúrához köthető termékek változatos kínálatába, továbbá rávilágítani az azokban rejlő turisztikai lehetőségekre.

Kulcsszavak: Kárpátalja, helyi termékek, turizmus, turisztikai lehetőség, védjegy

Abstract

Transcarpathia is one of the regions in Europe where, over the centuries, people of different nationalities and religions have settled as a result of numerous empire changes, resulting in a very unique ethno-cultural environment in the area. Most of the nationalities, such as Hungarians, Romanians, Slovaks, Swabians, Romani, Ruthenians, Ukrainians and Russians, still preserve their ethnographic, cultural and religious traditions and culinary characteristics. The centuries of coexistence, a mixture of languages, different folk traditions and gastronomy, resulted in the special features of today's Transcarpathia: unique hospitality, folk art and culinary diversity, as well as local products also referred to in Hungarian as the Carpathicums. The latter are also the starting point of our research, in which we try to provide an insight into the diverse range of products related to the traditional production culture in Transcarpathia, as well as to highlight the tourism opportunities hidden in them.

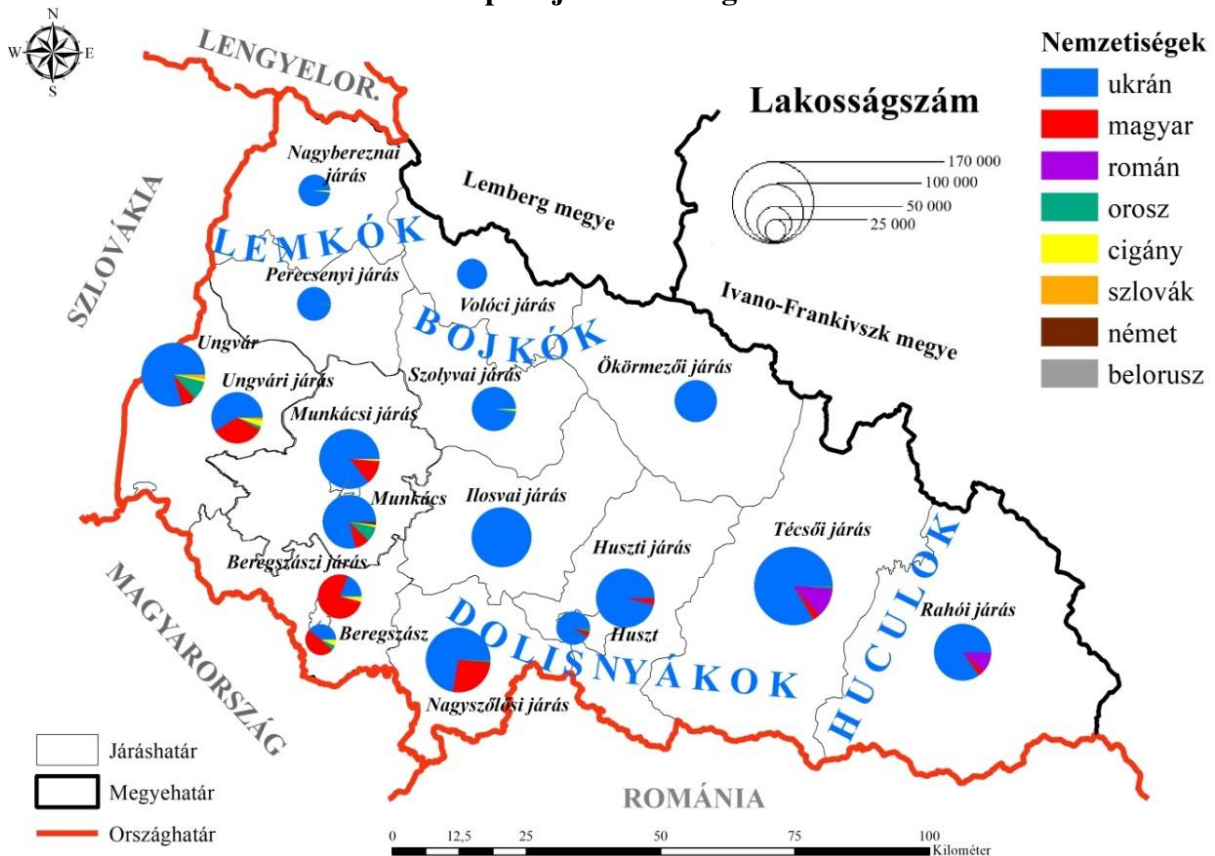
Keywords: Zakarpattia Oblast, local products, tourism, touristic opportunity, brand

Bevezetés

Kárpátalján a helyi termékek több, együttes tényező hatásának következtében fejlődtek és alakultak ki, s ezen tényezők rövid ismertetése elengedhetetlen a kutatási témához fűződő folyamatok és összefüggések megértése és áttekintése szempontjából. Ezek közül elsőként megemlítendő a megye sajátos fekvése és változatos természeti adottságai, hiszen területének 80%-a alacsony- és közepmagas hegyvidék. Ehhez társul a gazdasági központoktól való periférikus fekvés, így összességében egy sajátos élettér és kulturális közeg jellemzi a kárpátaljai létet. Évszázadokon keresztül területén cseréltek portékát az eltérő tájegységek lakosai – ezeken a helyszíneken alakultak ki a vidék nagyobb települései. Másrészt, a gazdaságilag nehezen hasznosítható térszín és a periférikus helyzet eredményezte, hogy a vidék lakosságának nagyobb része még ma is falvakban él (63%), ami elősegítette az itt élő közösségek hagyományainak konzerválását (BERGHAUER – FODOR 2018).

Sajátos tényezőként emelhetjük ki a terület soknemzetiségű jellegét – több mint száz nemzet képviselői élnek a megyében, igaz közülük csak nyolc aránya haladja meg a 0,1%-ot (1. ábra). Kárpátalja népességét tekintve az államalkotó ukrán képezi a lakosság túlnyomó részét (2001 – 80,5%). A megye legnagyobb nemzetisége a magyarság, melynek lélekszáma a becslések szerint a legutóbbi (2001-es) ukrainai népszámlálás óta 20 ezerrel csökkent – ma közel 131 ezer főre tehető. Kárpátalja nemzetiségeinek rangsorában a harmadik helyen a románság szerepel 32 ezres lélekszámával (2,6%) és az orosz lakosság, mely a megye leggyorsabban fogyó nemzetisége (31 ezer, 2,5%). Kisebb létszámban jelen vannak más nemzetiségek is (szlovákok, lengyelek, németek), és a nemzetiségi képet tovább színesítik az ukrán–ruszin lakosság különböző néprajzi elemei (lemkók, bojkók, huculok, dolisnyákok). Annak ellenére, hogy a hivatalos statisztika csak közel 10 ezer ruszint tart nyilván, turisztikai tekintetben nagy vonzerőt képez egyedi kultúrájuk és élő hagyományaik (BERGHAUER – FODOR 2014; TÁTRAI et al. 2018).

1. ábra. Kárpátalja nemzetiségi összetétele



Forrás: MOLNÁR – MOLNÁR D. 2005 alapján saját szerkesztés

A nemzetiségi sokszínűséghez hasonlóan Kárpátalja sajátos vonásai közé tartozik a változatos vallási összetétel. A vidék legbefolyásosabb vallási felekezete a görögkeleti (ortodox vagy pravoszláv) – a pravoszláv hívek száma 650 ezerre tehető. Második helyen, 340 ezer fős lélekszámmal, a görög katolikus egyház található. Soraiba főként ukrán hívek, illetve kis számú (9%) magyarság tartozik. Kárpátalján a református vallást „magyar vallásként” tartják számon és becslések szerint 100 ezren követik. A kárpátaljai magyarság 21%-a római katolikus, de a helyi szlovákok, románok és ukránok is gyakorolják ezt a vallást, így az ehhez a felekezethez tartozó hívek száma közel 60 ezer főre tehető. A történelmi egyházak mellett több „új”, kisebb egyház is jelen van a megyében (baptisták, szombatisták, adventisták, Jehova Tanúi) és a rurális közegnek (is) köszönhetően kevés az ateista (4–5%), de a felekezet nélküliek aránya is alacsony 10–20% (CSERNICKÓ – SOÓS 2002; MOLNÁR 2009).

Kárpátalja kulturális és társadalmi viszonyaira erőteljesen rányomták bélyegüket a 20. század történelmi-politikai eseményei. A mai napig jól észrevehetőek a szovjet időszak tervgazdaságának nyomai és könnyen felidézhető sajátos öröksége. A szovjet érában, amely alig három évtizede zárult le, általános jelenség volt Kárpátalján a boltok csekély kínálata, a hétköznapi viseletben pedig az „egyen” darabok domináltak. A lakosság fogyasztási igényeinek kielégítését a háztáji gazdálkodás csillapította, amelynek köszönhetően megőrződött számos évszázados hagyomány, s megyeszerte több helyen foglalkoztak szuvenir készítéssel, mely fő- vagy kiegészítő jövedelmet jelentett.

A rendszerváltás, amely előbb áruhiányt és a termelés leállítását hozta magával, lassan, a határok megnyitásával, teret adott a külföldi termékek és használati tárgyak dömpingszerű beáramlásának. Ez és a napjainkban elterjedt online vásárlás gyakorlata pedig oda vezetett, hogy a boltok polcairól szinte eltűntek a hazai és helyi termékek.

A fenti folyamatoktól függetlenül mára kialakult az emberek egy részében az eredeti, színvonalasabb termékek iránti igény és egyre többen foglalkoznak az egészségtudatosság, a biztonságos és a tartósítószer-mentes élelmiszerek fogyasztásának gondolatával és keresik a hagyományos termékeket, ízeket (ANGLER 2015). „A kevesebb, néha több” vagy a „jót csak jó alapanyagból” elv egyre általánosabb. Értékessé válnak a hagyományos készítési módok alkalmazása által előállított helyi, a szezonális termékek. Egyre többször találkozhatunk vidékünkön házi készítésű vagy biotermékekkel, egyedi tervezésű ruhákkal és kiegészítőkkel, kreatív kézműves portékákkal, és mindamelllett, hogy ezeket többnyire a turisták vásárolják, a helyi lakosság körében is növekszik népszerűségük.

2. A kutatás módszerei

A vizsgálat során egyszerre több primer és szekunder módszer került alkalmazásra, ugyanis igyekeztünk biztosítani/összegyűjteni azt a háttérinformációt a vonatkozó szakirodalomból – Kárpátalja nemzeti, vallási sokszínűsége, kulináris értékei, a helyi termékeket propagáló fesztiválok, tematikus utak, jogszabályi háttér –, amely nélkül értelmezhetetlen a kárpátaljai termékekben rejlő turisztikai lehetőség és a jelenlegi turisztikai hasznosulás.

A szakirodalom áttekintésén kívül különböző forrásokat felhasználva – a KÁRPÁTALJAI MAGYAR TURISZTIKAI TANÁCS (2020) és a BEREKSZÁSZI TOURINFÓ IRODA (2020) adatbázisát, a *Kárpátalja gasztrokalauzt* (PÁKOZDI (szerk.) 2018), a *Kárpátalja és Szabolcs-Szatmár-Bereg megye népművészeinek katalógusát* (TARPAI (szerk.) 2014), a *Hagyományok, nemzeti értékek Kárpátalján* könyvet (ESPÁN (szerk.) 2015) –, és saját gyűjtésünkkel kiegészítve létrehoztunk egy adatbázist, amely tartalmazza a kutatásunk alapján összegyűjtött kárpátaljai helyi termékek fontosabb ismérveit, adatait.

A téma feldolgozása során rá kellett jöjünk, hogy a kutatási idő rövidege és a vizsgált terület nagysága miatt, nem tudjuk kivitelezni a részletes adatgyűjtést egész Kárpátalján, így bár vizsgáljuk az egész megyére jellemző helyi termékek létét és elterjedését, viszont dominánsabb szerepet kapnak a magyar kisebbség által is lakott területek.

Kutatásunk során összesen 506 személy került be az adatbázisba, melyből 306-an foglalkoznak kézműves termékek előállításával, 200-an pedig a mezőgazdálkodás során megtermelt alapanyagok értékesítésével, illetve azok feldolgozott, helyi termék formában történő forgalmazásával. Jelen tanulmányban a terjedelmi korlátok miatt, csak az utóbbi kategóriába tartozó, a táji termelési kultúrán alapuló helyi termelőkkel és termékeikkel foglalkozunk.

A kutatás célja elsősorban az, hogy összegezzük az ismert és kevésbé ismert, a fejlett és fejlődő helyi termékeket, valamint kiemeljük a kárpátaljai jó példákat, a már működő márkának, brendnek is tekinthető termékeket, amelyek előállításának hagyománya van vidékünkön és jó eséllyel lehetne őket továbbfejlesztetni, valamint a termékekkel kapcsolatba hozható tematikus utakat is bemutatjuk.

3. Helyi termék-előállítás és forgalmazás problematikái Kárpátalján

Napjainkban Magyarország gazdaságában, az Európai Unió gazdaságában és globálisan is előtérbe kerülnek a lokális gazdasági rendszerek. A helyi lakosok, valamint az általuk helyben előállított termékek és szolgáltatások a lokális gazdasági rendszerek legfontosabb alkotó elemei. A helyi termékek különösen meghatározóak a speciális helyi adottságokkal rendelkező területeken, és az elmaradottabb helyzetű, főként vidéki térségekben. A termékek és szolgáltatások helyi szintű és helyi piacon túlmutató kínálata válasz lehet egyes társadalmi-gazdasági problémák orvoslására ezekben a régiókban (BÓTÁNE HORVÁTH 2014:31).

Szöllősi és szerzőtársai (SZÖLLŐSI 2014) is azon a véleményen vannak, hogy a vidéki térségekben a jövedelemszerzés egyik legegyszerűbb módja, ha a lakosság a rendelkezésre álló természeti és kulturális erőforrások felhasználásával helyi termékeket és szolgáltatásokat állít elő. Ezek a helyben előállított produktumok, a helyi imázs és identitás növekedésével hozzájárulnak a terület összhangjának kialakulásához és fenntartásához. A szerzők felhívják a figyelmet arra is, hogy az együttműködések kialakulásában és a közösségi összetartozás megerősödésében pedig igen jelentős szerepe van a védjegyek tudatos és szakmailag megalapozott használatának is, valamint Gonda (GONDA 2014) szerint a helyi termékek szerepe a turizmusban is egyre jelentősebb.

3.1. Helyi termelők

Ukrajnában a helyi termékek legkisebb előállítói – a falusi gazdák – tevékenységét „*A falusi magángazdálkodói tevékenységről*” szóló törvény szabályozza. A jogszabály szerint a falusi magángazdálkodás olyan gazdasági tevékenység, amely jogi személy létrehozása nélkül működik, természetes személy által önállóan vagy vele közös háztartásban élő, vele rokoni vagy családi kapcsolatban álló személyek bevonásával, személyes szükségleteik kielégítése céljából, a mezőgazdasági termékek termelése, feldolgozása és fogyasztása, a felesleg értékesítése, valamint a magángazdaság vagyonának felhasználásával nyújtott szolgáltatások segítségével, beleértve a zöld falusi turizmust is (A FALUSI MAGÁNGAZDÁLKODÓI TEVÉKENYSÉGRŐL 2003).

Fontos szempont, hogy a magángazdálkodói tevékenység nem minősül vállalkozói tevékenységnek, illetve, hogy a törvény a magángazdálkodói tevékenységre alkalmas legfeljebb 2 ha területű földet tulajdonló vagy bérlő természetes személyekre vonatkozik. A falusi magángazdaságok tagjainak jogában áll önállóan gazdálkodni a földjeiken és értékesíteni bármilyen megtermelt fölösleget, illetve a falusi magángazdaság vagyonának felhasználásával szolgáltatásokat nyújtani. Mindemellett pedig természetesen kötelesek betartani az érvényes termékminőségi, közegészségügyi, ökológiai és egyéb előírásokat.

A falusi gazdák tehát széleskörű tevékenységet folytathatnak vállalkozás bejegyzése nélkül is, melynek elsődleges célja az önfenntartás, vagyis a mezőgazdasági termékek saját részre termelése. Ugyanakkor tevékenységükben hangsúlyos szerepet kap a megtermelt felesleg értékesítése, így válnak ők a helyi termékek előállításának és forgalmazásának elsődleges láncszemévé.

Nagyobb volumenű agrártermék előállítást végeznek a farmergazdaságok, melyek hagyományosan a helyi termékek előállítási folyamatának főszereplői. Ezek tevékenységét A farmergazdaságokról szóló törvény szabályozza. A farmergazdaság az állampolgárok olyan vállalkozási formája, amelynek keretén belül a tulajdonukban és/vagy használatukban lévő földterületeken jövedelemszerzés céljából mezőgazdasági termékeket állítanak elő, dolgoznak fel és értékesítenek (A FARMERGAZDASÁGOKRÓL 2003). Farmergazdaságot egyetlen személy is alakíthat, vagy egyszerre több egy családhoz tartozó vagy rokoni kapcsolatban álló személy. A farmergazdaságokat kötelező vállalkozásként (jogi- vagy természetes személyként) bejegyeztetni. Az ilyen típusú gazdaságok önállóan határozzák meg tevékenységük irányát, szakosodásukat, a mezőgazdasági termékek előállítását, feldolgozását és értékesítését, választanak partnereket. A farmergazdaságok kötelesek betartani az előállított termékek minőségére vonatkozó jogszabályban rögzített környezetvédelmi és állategészségügyi szabályokat.

Tehát a farmergazdaságok mezőgazdasági termék előállításra szakosodott vállalkozások, melyek profilja rendkívül változatos. Szerepük mind a mezőgazdasági termelésben, mind a helyi termékek előállításában meghatározó.

3.2. Helyi és kézműves termékek

A helyi és kézműves termékek Ukrajnában is egyre népszerűbbek, de nincs rájuk, illetve a kistermelőkre vonatkozó külön jogi szabályozás. Törvényi megfogalmazással a mezőgazdasági termék (a vonatkozó állami szabványokban szereplő termékek, melyeket termelőjük közvetlenül termeszt, tenyészt, kifog, begyűjt, előállít, gyárt, feldolgoz, valamint ezen áruk és termékek át- vagy feldolgozásából származó termékek, amennyiben ezek beszerzése vagy előállítása saját vagy bérelt területen, felszereléssel történik), illetve a mezőgazdasági árutermelő (olyan vállalat vagy egyéni vállalkozó, melynek alapvető tevékenységét mezőgazdasági termékek gyártása, előállítása stb., illetve feldolgozása képezi) rendelkezik (UKRAJNA MEZŐGAZDASÁGÁNAK ÁLLAMI TÁMOGATÁSÁRÓL 2004).

Az Európai Unió országaival ellentétben, ahol az egyedi kézműves és helyi termékek gyártása állami szinten támogatott, Ukrajnában a kézműves és helyi termékek előállítói a nagytermelőkkel konkuráló gyártókként vannak elfogadva, amelyeket semmiféle kedvezmény nem illet meg. Sőt, a kistermelőknek ugyanazoknak a követelményeknek kell megfelelniük, mint a nagy ipari vállalatoknak. Emiatt a kézműves termékek szerepeltetése a piacon nagyon nehéz (HLOTOVA 2019). Így a kistermelők tulajdonképpen illegálisan kénytelenek értékesíteni termékeiket, ami az egzisztenciális bizonytalanság és a vállalkozásfejlesztés ellehetetlenítése mellett, megfelelő kontroll hiányában komoly minőség- vagy akár élelmiszerbiztonsági kérdéseket is felvet.

A kézműves termékek között Kárpátalja viszonylatában különleges helyet foglalnak el az alkoholtartalmú italok, elsősorban a borok, de egyre népszerűbbek a kézműves sörök és a különböző gyümölcspárlatok is. Jogi szabályozás szempontjából a fenti termékek kistermelői között a legkedvezőbb helyzetben a borászok vannak. 2016-ban eltörölték ugyanis a kis bortermelők számára az alkohol nagykereskedelmi értékesítésére vonatkozó engedélyt (500 000 UAH évente), 2018 márciusában pedig elfogadásra került A borok és természetes mézitalok termelésének ösztönzést célzó törvénycsomag. Ez utóbbi szerint azok a kis bortermelők, akik teljes technológiai ciklusban készítenek bort alkohollal hozzáadása nélkül, kizárólag az önállóan termelt szőlő feldolgozásával és évi 10 ezer dekalitert nem meghaladó mennyiségben palackozzák azt, teljes mértékben legálisan adhatják el boraikat (A BOROK ÉS TERMÉSZETES MÉZITALOK TERMELÉSÉNEK ÖSZTÖNZÉSÉT CÉLZÓ TÖRVÉNYCSOMAG 2018). Egyszerűbbé vált az engedélyszerzés folyamata is.

Ugyanakkor megállapítható, hogy az új szabályozás érvénybe lépése óta nem tapasztalható jelentős változás az ágazat kistermelői körében. Országszerte mindössze néhány borász váltotta ki az engedélyt, Kárpátalján például mindössze egy. Az illegális bortermelő üzletág virágzik, és ameddig az engedély nélkül működő bortermelők értékesíteni tudják termékeiket, nem érdekeltek tevékenységük legalizálásában. Annál is inkább, hogy hiába egyszerűsödött lényegesen az engedély megszerzésének folyamata, de kiváltása együtt jár egy egész sor kötelezettség életbe lépésével (kötelező minőségellenőrzés, összetett könyvelés vezetése, jövedéki és egyéb adók, járulékok fizetése stb.).

A kézműves sörök térhódításával Kárpátalján is több sörfőzde jött létre. Az ismertebb sörfőzdeken felül (Ungweiser, John Gaspar, Cipa, Patrik, Kibler) számos kistermelő is működik – a szakértők szerint megyeszerte legalább húsz –, akik a kedvezőtlen jogszabályi környezet miatt nem rendelkeznek működési engedéllyel.

A borászat mellett a gyümölcspárlatok készítése is igazi tradíciónak számít Kárpátalján. Ez a tevékenység jellemzően nem csak a saját igények kielégítésére korlátozódik, hanem turistacsalogatóként is szolgál, hiszen a gyümölcspárlatok egyre népszerűbbek az ország keletibb részeiből érkező, ipari szeszes italokhoz szokott vendégek körében is. Nem véletlen, hogy a megye egyik legnépszerűbb turistacélpontjának számító munkácsi várban is kapható pálinka, melyet Birók néven értékesítenek és Dercenben állítanak elő. A jogi szabályozás hiányosságai azonban ezen ágazat fejlődését is gátolják. Nincs semmilyen különbség a nagy vállalatokra és a kistermelőkre vonatkozó követelményekben, ráadásul az alkoholtermékek gyártását szabályozó legfontosabb törvény nem tartalmaz a gyümölcspárlatokra vonatkozó pontos megfogalmazást, emiatt rendkívül körülményes az engedélyeztetés folyamata. Ukrajnában az első pálinkát gyártó vállalkozás éppen Kárpátalján jött létre Agrofruktserviz Kft. néven, az Ungvár melletti Minaj településen. A pálinkafőzde által előállított termékek a hungarikumnak minősülő és európai uniós eredetvédeltséget élvező pálinka megnevezés helyett a Palinocska (Pálinkácska) nevet viselik.

3.3. Védjegyhasználat

A védjegy kiemelkedő szerepet játszik a marketingben, a piaci versenyben, lehetővé teszi a fogyasztó számára, hogy kedvező vásárlási tapasztalat esetén később azt újra megismételhesse, illetve kedvezőtlen tapasztalat esetében elkerülhesse a szóban forgó árukat, vagy szolgáltatásokat (HELYI TERMÉK KÉZIKÖNYV 2016).

A Kárpátaljai Magyar Vállalkozók Szövetsége (a továbbiakban: KMVSZ), mely közel 2400 fős tagságot tömörít, szakmai ernyőszervezetként a Kárpátalján élő magyar vállalkozók gazdasági és szociális érdekeit hivatott képviselni. A KMVSZ legújabb projektje a Kárpátaljai termék védjegy használatának bevezetése. Az időszerű kezdeményezés legfontosabb célja a helyi termékek marketingjének megteremtése. A csatlakozó vállalkozók – helyi termelők termékei és szolgáltatásai a jövőben Kárpátaljai! néven lesznek elérhetők a piacokon, vásárokon, az üzletekben ([HTTP://KMVSZ.ORG.UA/](http://kmvsz.org.ua/)). Így a KMVSZ saját márkacsaládot alapít, melynek tagjai használhatják a védjegyet és az emblémát (2. ábra) termékeik és szolgáltatásaik értékesítésekor, hirdetésekor.

2. ábra. Kárpátaljai! védjegy embléma



Forrás: <http://kmvsz.org.ua/>

4. A kutatás eredményei

Kárpátalján fontos helyet foglal el a gazdasági szerkezetben az agráripari komplexum, amelynek meghatározó alapegysége a mezőgazdasági termelés (IZSÁK 2009:320). A megyében található gazdasági tevékenységek közül, a bruttó hozzáadott érték alapján a mezőgazdasági termelés, a vad- és erdőgazdálkodással együttesen a legeredményesebb ágazat, amely az össztermelés 15,2%-át teszi ki. A megye összterületének 36,8%-a tartozik a mezőgazdasági földekhez. A mezőgazdasági földek között meghatározó szerepet játszanak (44,4%) a szántóföldek, csaknem egyforma nagyságú területet foglalnak el a legelők és a kaszálók (28,6% és 20,9%), a gyümölcsösök és ültetvények területei (6,1%) pedig az utolsó helyen állnak, ugyanis a rendszerváltás után ez utóbbi kategória aránya határozottan visszaesett. A mezőgazdasági földterületek csupán 17% található a mezőgazdasági termeléshez kedvezőbb feltételeket biztosító síkvidéki részekben, azonban a szántóföldi növénytermesztés 67,6%-a itt összpontosul (POP 2003; IZSÁK 2009; KÁRPÁTALJA STATISZTIKAI ÉVKÖNYVE 2018).

A Kárpátalján falusi, vidéki környezetben élő emberek közül szinte mindenki foglalkozik, ha nem is nagy mértékben, de legalább a család igényeit kielégítő szinten különböző ételek és italok, esetleg használati- és ajándéktárgyak elkészítésével, vagyis helyi termékek előállításával. Az is általános jelenség, hogy a falusi emberek kereskednek ezekkel a termékekkel, ugyanis a család igényeit kielégítő mennyiségben felüli termékek eladásra kerülnek. A helyi, házi, kézműves vagy home made termékeknek is nevezhető produktumok skálája igen széles, csak az a kérdés, hogy melyek azok a termékek, amelyekkel például egy turista tudja azonosítani Kárpátalját, vagy annak bizonyos térségeit.

4.1. A kárpátaljai helyi termelők és az általuk előállított termékek

A kutatásunk során felmért 200 helyi termelő Kárpátalja 9 járásának 83 településéről került ki, azonban 92,5%-uk négy járás – a Beregszászi, Munkácsi, Ungvári és a Nagyszőlősi – területén koncentrálódik, mely járások felölelik Kárpátalja síkvidéki részét. Ezen belül a Beregszászi járás kiemelkedő (40,0%) szerepet tölt be a mintában.

A termelők többnyire mezőgazdasági tevékenységet folytatnak, nemi megoszlásukat tekintve pedig a férfiak dominanciája figyelhető meg (74,0% férfi, 26,0% nő). A legtöbb esetben a családfő vezeti a vállalkozást is, viszont a munkálatok jellemzően családi szinten folynak, a termelésbe és/vagy a termék előállításába a családtagok is bekapcsolódnak. A válaszadók több mint háromnegyede (79,6%) a 2000-es években kezdte el tevékenységét, míg a többiek 1957 és 1999 között. A helyi termékek előállításához az adatközlők döntő többsége saját maga által megtermelt alapanyagot használ, illetve jellemző még, hogy helyben felvásárolt alapanyagból is dolgoznak. A helyben nem megtermelhető, vagy megvásárolható összetevőket Ukrajna más megyéiből vagy külföldről szerzik be.

A helyi termékek, azon belül főként a zöldség- és gyümölcsfélék értékesítésére az adatközlők leggyakrabban a helyi kis- és nagybani piacokat használják, valamint a helyi lakosok, illetve a Kárpátaljára érkező turisták, és nem utolsósorban a viszonteladók, akik nagytételben kereskednek, közvetlenül helyben vásárolják fel tőlük a megtermelt portékákat.

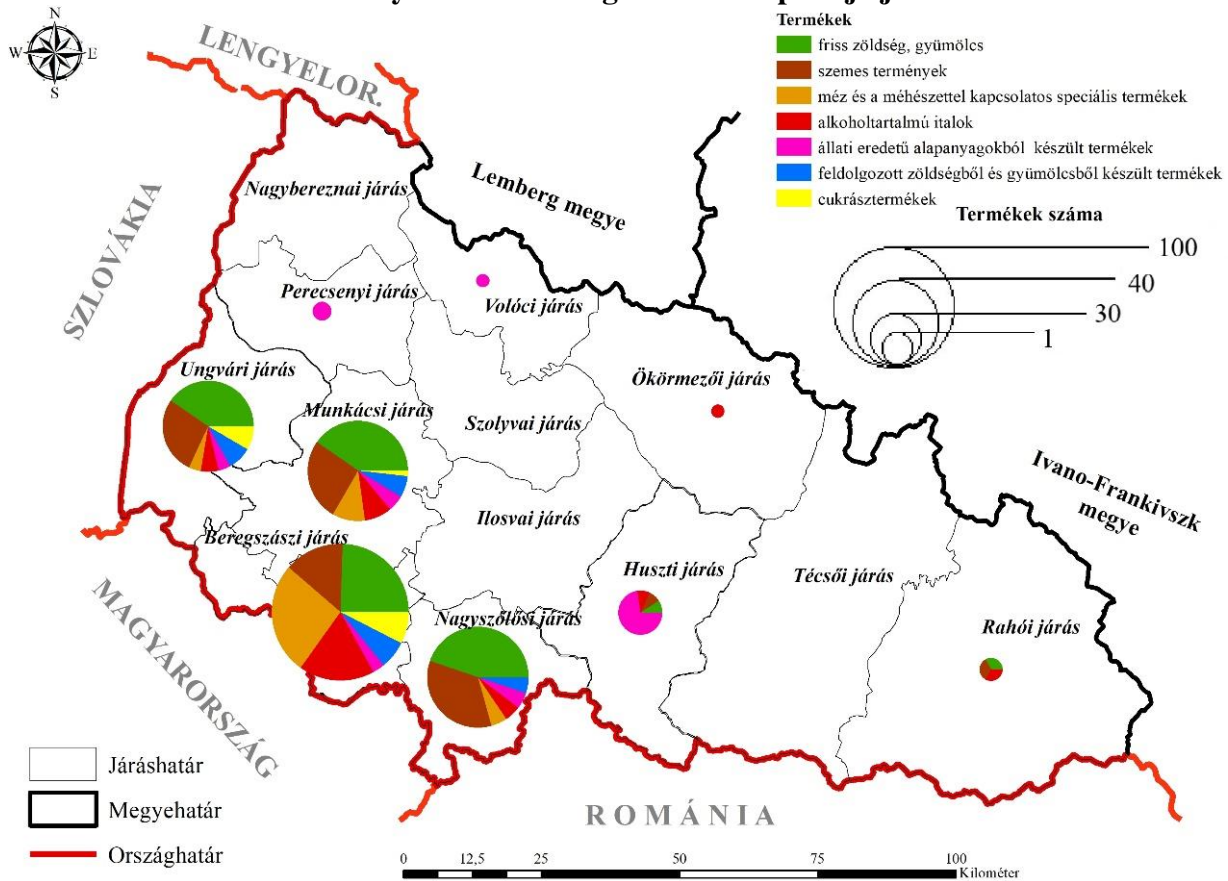
Ezen túlmenően elsősorban a feldolgozott termékek esetében egyre jobban terjed a megrendelések alapján történő online értékesítés, de lehetőségként fennáll a vásárok, fesztiválok és rendezvények felkeresése is, melyek segítségével a termék közvetlenül a fogyasztóhoz jut el.

A termelők 44,0%-a egyszerre több tevékenységet is folytat, melynek során többféle termék előállításával foglalkozik. Ennek alapján a 3. ábrán 292 helyi termék területi és mennyiségi megoszlását szemléltettük, a produktumokat pedig 7 kategóriába csoportosítva tüntettük fel.

Az adatok összesítését követően kiemelkedő aránnyal a friss zöldség és gyümölcs (34,6%), valamint a szemes termények (22,2%) kategóriába sorolt termékek rendelkeztek (4. ábra). A 3. ábrán megfigyelhető, hogy a síkvidéki területekkel is rendelkező 4 járáson belül is 3 esetében ennek a két kategóriának van meghatározó szerepe. A Beregszászi járásban a szemes termények csak a 4. helyen állnak.

A friss zöldség és gyümölcs kategórián belüli arányokat tekintve a mintában szereplők között 14,8%-al többen foglalkoznak zöldségtermesztéssel, mint gyümölcsstermesztéssel. A szemes termények termelésével a gazdák 32,5%-a foglalkozik, viszont ezeknek feldolgozatlanul nincs nagy jelentőségük a turizmusban, sokkal inkább az állatállomány ételmezését szolgálja, vagy más helyi termék alapanyagaként jelenik meg.

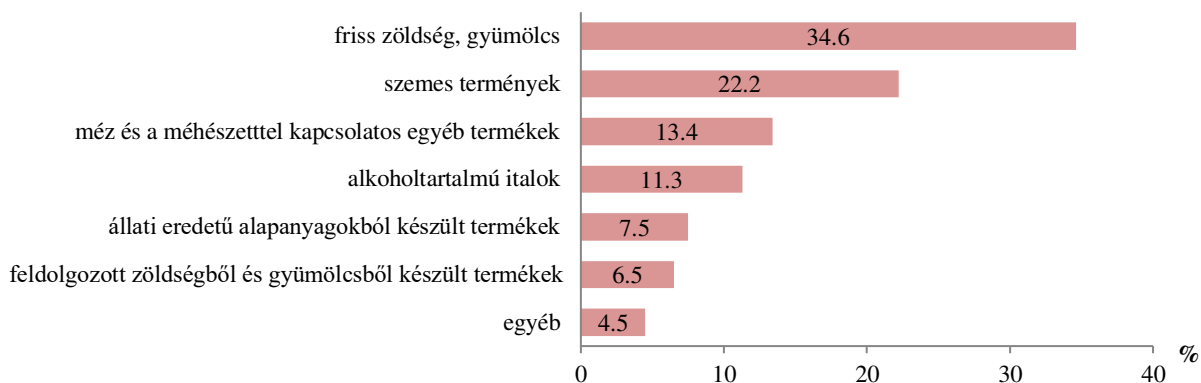
3. ábra. Helyi termékek megoszlása Kárpátalja járásáiban



Forrás: saját adatbázis, saját szerkesztés

Kárpátalja síkvidéki területein és a hegyvidéki völgyekben a történelem folyamán sajátos termelési szakosodás alakult ki, amely lehet települési, de települések közötti vagy kisebb területre kiterjedő is. Az Ungvári járásban elhelyezkedő Nagydobrony és környéke például a korai és késői burgonyafélék, a korai hónapos retek, pirospaprika termesztésére; a Beregszászi járásban található Nagymuzsaly és Bene a korai gyümölcsök (cseresznye, kajszai- és őszibarack), valamint a paradicsom és a szőlőtermesztésre; a Borzsa folyó völgyéhez tartozó települések az Ilosvai járásban, melyek közül kiemelkedik Zarichchya (Alsókaraszló), a káposzta, valamint a zöldpaprika és paradicsomtermelésre specializálódott (IZSÁK 2009). Ezek a települések termelési tevékenységük által közismertté váltak Kárpátalján, s szinte minden ott lakó család foglalkozik a szakosodott zöldség vagy gyümölcs termesztésével. A kutatás alapját adó mintába azonban mindenkit nem lehetett felmérni, de a következtetések levonása során számolnunk kell ezzel az ismeretanyaggal.

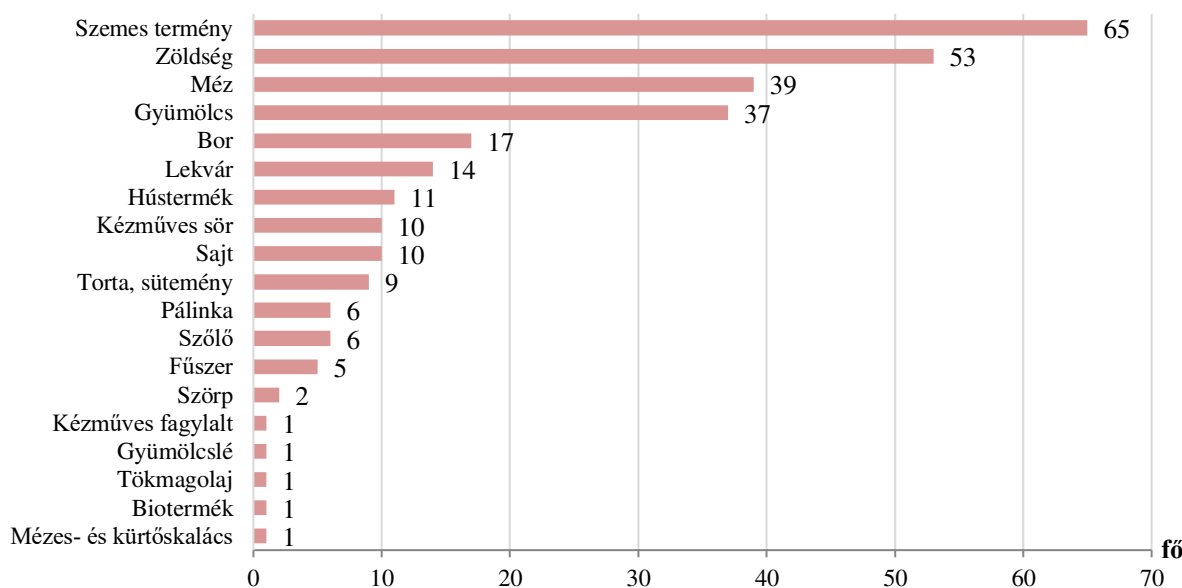
4. ábra. A helyi termékek kategória szerinti aránya



Forrás: saját adatbázis, saját szerkesztés

Az említett zöldség és gyümölcsfélék eljutnak Kárpátalja járásaiba, illetve a szomszédos megyékbe, a fővárosba, de akár Ukrajna keleti részeibe is. A Kárpátaljára érkező turista a helyben termelt portékákkal akkor találkozhat, ha kilátogat a helyi piacokra, de aki ezt nem teszi meg, az sem kell, hogy helyi termék nélkül távozzon. Kárpátaljai sajátosságnak számít ugyanis, hogy a fő közlekedési útvonalak mentén, amerre a turistabuszok, egyéni utazók is közlekednek, az emberek saját lakóházuk elé kipakolják a háztáji termékeiket, kisebb standokat alakítva így ki, és helyben értékesítik azokat. Természetesen a nyár számít a legforgalmasabb turistaszezonnak és ebben az időszakban az aktuálisan megtermelt zöldséget és gyümölcsöt árusítják, az év többi részében pedig ugyanezen zöldségeknek és gyümölcsöknek a savanyított és befőtt változatát, szörpöket, lekvárokat, mézet, bort, pálinkát és más termékeket lehet vásárolni. A hegyvidéki területeken nagyobb arányban fordul elő az erdőben összegyűjtött gombának és áfonyának minden változata: frissen szedett, aszalt és savanyított/befőtt formája. S ezzel már a házi termékek egy következő kategóriájához értünk, a *feldolgozott zöldségből és gyümölcsből készült termékek*hez. A kutatáson belüli arányát tekintve ennek azonban csak 6,5%-os részesedése van. A kategorizálás során ebbe a csoportba soroltuk a lekvárokat (14 fő), szörpöket (2 fő), ivóleveket (1 fő), olajokat (1 fő) és fűszereket (5 fő) (5. ábra). Természetesen ez a kategória későbbi kutatások során tovább bővíthető és pontosítható.

5. ábra. A helyi-termékelőállítók termékei



Forrás: saját adatbázis, saját szerkesztés, N=200

Bár a kutatásunk során csak 5 esetben jegyeztük fel (5. ábra) a fűszer, mint termék előállítását, de köztudottan ennél sokkal több van Kárpátalján. Kiváló példaként említhető a „*Dobronyi paprika*” márkanéven ismert kárpátaljai kézműves fűszerpaprika. Nagydobronyban és Kisdobronyban 100-120 tonnányi jó minőségű örölt fűszerpaprikát állítanak elő évente (ESPÁN (szerk.) 2015), amely 300-nál is több család szorgalmas munkájának eredményét mutatja. A gazdák nem szántóföldön, hanem a háztáji földeken, kertjeikben termelik a paprikát. A két településen nagy hagyománya van a paprikatermesztésnek. Ez adta az ötletet egy helyi vállalkozónak, hogy a 2000-es évek elején bejegyeztesse és levédesse a terméket, előbb „Kárpátaljai paprika” majd „*Dobronyi paprika*” néven. A belföldi (ukrán) turisták „magyar paprika” néven is emlegetik. A terméket a vállalkozó ízléses csomagolással látja el és Kárpátalja szerte, sőt egész Nyugat-Ukrajnában értékesíti azt (KOVÁCS 2016; KÁRPÁTALJAI KOSÁR 2018). Nagydobronyban 2012-ben felállították a Paprikafűző asszony szobrát, Kisdobronyban pedig évek óta megszervezik a helyi terméken alapuló Dobronyi Paprikafesztivált.

A méz és a méhészettel kapcsolatos egyéb termékek 13,4%-át teszik ki a vizsgált mintának. A legnépszerűbb méznek az akácméz számít Kárpátalján, de minden méhésznél található vegyes virágméz is. Ezen kívül a gazdák értékesítenek propoliszt, virágport, propoliszpálinkát és viaszgyertyát is. A méhészek termékeik értékesítésén kívül a méhcsaládokkal is kereskednek. A legtöbb méhészt a Beregszászi járásból gyűjtöttük össze, de elmondható, hogy meggyeszte foglalkoznak a gazdák méhészkedéssel. Munkácson például Mézes Ház (Medovij Dim) néven bemutatóterem, múzeum és üzlet is található, amely a kárpátaljai méhészet termékeit és a méhészethez használt eszközöket mutatja be. Itt megvásárolható például a Medovuha 12 fokos, mézből, gyümölcsből készült tradicionális bor is. De ezek a termékek megtalálhatók a Beregszászi járási Jánosiban, a Gránitkert méhészeti márkaboltjában is.

Az alkoholtartalmú italok kategóriába a helyi borokat (17 fő), kézműves söröket (10 fő) és a pálinkát (6 fő) soroltuk. A mintában szereplő gazdák 16,5%-a foglalkozik az említett termékek előállításával, s a kategória termékek közötti aránya pedig 11,3%-ot tesz ki.

1247-től írásos emlékek bizonyítják, hogy a ma Kárpátaljának nevezett vidéken szőlőtermesztés és borok, borpárlatok készítése folyik. Bár folyamatosan változott a szőlőtermelési terület, átalakult a technológia, a tulajdonosi kör, változott a készítmények diverzifikációja (SASS – BÁRTFAI 2016), ettől függetlenül napjainkban a borászat és borkészítés újra népszerű tevékenységnek számít Kárpátalján.

A vizsgált borászok kétharmada középfokúnál magasabb iskolai végzettséggel rendelkezik, akik többsége, mint vállalkozó tevékenykedik. A gazdák átlagosan 40 fajta szőlőt tesztenek, a borszőlő termesztésén kívül pedig a legnagyobb mértékben a csemegeszőlő termesztésével és árusításával foglalkoznak. Oltványozással és szőlőmag örlemény készítésével csak 2-3 gazda foglalkozik. A boros gazdák többsége borkóstolók keretében igyekszik értékesíteni az előállított borokat, melyeket saját pincéikben vagy kóstolótermeikben tartanak. Ezen kívül nagyobb mennyiségben tudnak kereskedni boraikkal a kárpátaljai fesztiválokon és vásárokon. Az elmúlt évek belföldi vendégkörnövekedésének köszönhetően a gazdák boraikat rendelésre, csomagküldő szolgáltatón keresztül juttatják el Ukrajna egész területére a megrendelőkhöz. A kárpátaljai bor a belföldi vendégkör által tanúsított nagyfokú érdeklődésnek köszönhetően válik az egyik legjellegzetesebb helyi termékké, turisztikai erőforrássá Kárpátalján.

A kárpátaljai borturizmus kínálatához jelenleg a Kárpátaljai Turisztikai Borút, a borúthoz még nem tartozó számos kis családi pincészet (ukrán és magyar egyaránt), az évek óta rendszeresen megszervezett népszerű borfesztiválok, illetve a Cotnar, Chizay és a Leányka Borüzem tartozik. A két legnagyobb borüzem, a Cotnar és a Chizay, a Beregszászi járásban helyezkedik el, ők rendelkeznek a legnagyobb szőlőterületekkel és persze országos viszonylatban hírnévvel is, de az elmúlt években külföldre is exportálják termékeiket (SASS 2019A).

Az állati eredetű alapanyagokból készült termékek az adatbázis 7,5%-át képezték. Földrajzi elhelyezkedésük nagy szórást mutat, de a legnagyobb koncentráció Huszt város és környékén tapasztalható (8 fő). Állattenyésztéssel és hústermékek készítésével 11 fő foglalkozik. Már évtizedek óta színesíti a kárpátaljai palettát a struccenyésztés, de az utóbbi pár évben megjelentek olyan különlegességek is, mint a bivaly- vagy az éticsiga tenyésztése. Az adott kategóriába tartozó vállalkozások nem csak termelési objektumként, hanem látogatási célterületként is működnek. A sajt készítésével foglalkozó vállalkozók (10 fő) köre is sajátos, mivel ők kifejezetten a helyi alapanyagokra építenek és körükben magas a szakirányú végzettséggel rendelkezők aránya.

A jó példák között meg kell említeni a Tüzes Pál által vezetett „*Pan Eco*” céget, amely a saját biogazdaságában nevelt mangalicából és szürkemaráhából készít hústermékeket, kolbászokat, továbbá helyi alapanyagok felhasználásával lekvárt és pálinkát. A felsorolt termékek bemutatására rendelkezik saját kóstolóteremmel, amely akár egy nagyobb turistabusz befogadására is alkalmas. Ezen kívül említést érdemel a „*Vojevodino*” üdülőközpontban található pisztrángtelep is, amely a szakmai igényességgel kialakított haltenyésztést kombinálta az élményszerzéssel és gasztronómiával, mivel a látogatók előtt adott a lehetőség a vacsorájuk kifogására is.

A cukrásztermékek kategóriába sorolt termékek mindössze 4,5%-át teszik ki a vizsgált helyi termékeknek, amelyek előállításával jellemzően csak a női adatközlők foglalkoznak. A kategórián belül a legtöbben (9 fő) torták és sütemények készítésével foglalkoznak. A legtöbb településen foglalkozik 1-2 háziasszony torták és sütemények megrendelésre (lakodalmakra, születésnapokra és egyéb rendezvényekre) történő készítésével, értékesítésével. Többségük nem rendelkezik szakirányú végzettséggel, mégis akár 100-200 személyes lakodalmakra is tudnak süteményeket, tortákat készíteni otthonaikban. Ezekhez a termékekhez ritka esetben jutnak hozzá a turisták, és kevés eséllyel fognak kárpátaljai helyi terméké fejlődni. Tradicionálisabb és az ukrán turisták számára érdekesebb termékek a helyi mézes- és күrtőskalácsok, a kézműves fagyaltok. Ezek készítésével csak a mintában szereplő 1-1 személy foglalkozik, s ők inkább a fesztiválokon, rendezvényeken értékesítik termékeiket.

A jó példák között azonban ebben a kategóriában is érdemes a legjobbakat kiemelni, nevezetesen az Ungvár székhelyű *Shtefanyo Fekete Sas* és a *Shtefanyo Valentin és Valentina cukrászdákat*. A két cukrászda stílusa, választéka egyformán elegáns és kifinomult. Közös cukrászüzemből kapják a félkész termékeket, amelyeket helyben, frissen fejeznek be. Az egyik cukrászda specialitása a „*Fekete Sas-torta*”, míg a másiké az „*Ungvár torta*”. Ezen kívül említést érdemel a Munkács székhelyű „*Bondarenko*” márkanév, amelynek több cukrászdája és csokoládé-szaküzlete van, s amely az első üzletét 20 éve nyitotta (PÁKOZDI (szerk.) 2018), vagy a „kárpátikumnak” tekinthető *Golden Fruit csokoládémanufaktúra*. Ez utóbbi a Tecsői járás Bustyaháza településén található, és 2006-tól készít aszaltgyümölcsös (szilva, sárgabarack, őszibarack, füge, datolya) csokoládékat, melyek Kárpátalja szerte megtalálhatóak az élelmiszerüzletekben.

5. Helyi termékeket bemutató tematikus utak Kárpátalján

A helyi termékek iránti érdeklődés és a locavore mozgalom megjelenése és megerősödése napjaink turizmusában egyre inkább tetten érhető, melyekkel párhuzamosan a tematikus utak népszerűsége is folyamatosan nő (CSAPÓ – WETZL 2018:33). A Kárpátaljai Megyei Állami Közigazgatási Hivatal által kidolgozott helyi termékek népszerűsítését ösztönző turisztikai tematikus útvonalak közül jelen tanulmányban érdemes megemlíteni a gasztronómiai utat, valamint a bor, a sör és a sajt utat (TOURIST ROUTES OF TRANSCARPATIA; DEÁK – SANDOR 2016; ШАНДОР – ДЕЯК 2016) (6. ábra).

6. ábra. Turisztikai tematikus utak Kárpátalján



Forrás: TOURIST ROUTES OF TRANSCARPATIA; DEÁK – SANDOR 2016; ШАНДОР – ДЕЯК 2016, saját szerkesztés

Gasztronómiai út

Az Ungvári Nemzeti Egyetem és a Kárpátaljai Tourinfo Központ által kidolgozott „Gasztronómiai út” lehetőséget biztosít, hogy a turisták megismerjék a Kárpátalján élő ukrán, orosz, magyar, román, lengyel, szlovák, cseh, német, zsidó, ruszin és roma nemzetiségek hagyományos ételei. A „Gasztronómiai út” során a turisták az általuk választott, valamely nemzetiséghez köthető éttermeket keresik fel, ahol az étkezés mellett lehetőségük van megismerkedni az ételek receptjeivel és keletkezésük történetével is. Az úgy nevezett „Mesterkurzusok” keretében pedig saját maguk is elkészíthetik a kívánt ételleket. Az útvonal kínálati részét bővíti a kárpátaljai borok, sajtok, mézek és magas alkoholtartalmú italok (pl. pálinka) kóstolása. Emellett időszakosan a turistáknak lehetőségük van ellátogatni a kárpátaljai gasztronómiai fesztiválokra is (Tourist Routes of Transcarpathia).

A több évszázados együttélés következtében a különböző népek ételeinek ízvilága ötvöződött, létrehozva a sajátos kárpátaljai konyhát. A turisták könnyebb tájékozódása érdekében 2018-ban megjelent a *Kárpátalja gasztrokalauz* (PÁKOZDI (szerk.) 2018) magyar nyelven és 2019-ben pedig ukránul is, amelyben számos étterem és gasztronómiai különlegesség van felsorakoztatva Kárpátalja szerte.

A leggyakrabban előforduló ételek Kárpátalján a húsleves, a bab- és bográcsgulyás, a borscs, a rasszolnyik, a szoljánka, az okroska, a töltöttkáposzta számtalan változata, a gombából készült ételek, a haluskák, a sztrapacska, a kremzli, a knédli, pelmennyi, a mamaliga, a bános, a lecsó, a paprikás, csólent (sólet), a hurka, a házikolbász, a füstölt- és sósszalonna, a saslik, a laci- és cigánypecsenyék, a halak közül a pisztráng, és számos más étel. A desszertek közül a különböző gombócok, palacsinták, köttések, túróval készült, tejszínes, tojásos, mézes és gyümölcsös édességek a legelterjedtebbek (MARCHENKO et al. 2008). A kínálatot tovább színesítik a különböző sajtok, különösen a brinza; ezen kívül a méz, az ízletes gyümölcsökből készülő lekvárok (szilva, áfonya, som, csipkebogyó stb.), az aszaltgyümölcsrel töltött csokoládé. Kárpátalján újdonságnak számítanak a néhány éve létrehozott bivaly-, strucc- és csigafarmok. A fent említett ételeket, ételkülönlegességeket és édességeket a Kárpátalján található, az adott nemzet konyháját bemutató éttermekben, falusi vendéglátóhelyeken, az erre a célra létrehozott kóstolóhelyeken, és a különböző gasztrofesztiválokon lehet megkóstolni, megvásárolni. Kárpátalja gasztronómiai kínálata minden turizmusforma elengedhetetlen részét képezi, s így az autentikus nemzeti ételeket kóstolók igazi kulináris élményekkel térhetnek haza (SASS 2019B).

Kárpátalja nagyon változatos fesztiválkínálattal is rendelkezik, melyek zöme a gasztrofesztiválok körét gazdagítja. A gasztrofesztiválok kiváló alkalmak egyes helyi termékek propagálására. A szabadtéri sütés-főzés nagyon jó kapcsolatteremtő, közösség építő, új ismereteket átadó és kiváló arculatépítő szereppel is rendelkezik (SZABÓ (szerk.) 2014), s az ismertebb Kárpátaljai helyi termékekre (bor, sör, sajt, méz), vagy egy helyi nemzetiségi gasztronómiai különlegességre (például a bográcsgulyás) épülő fesztiválok nagy népszerűségnek is örvendenek elsősorban a belföldi turisták körében.

Kárpátaljai Turisztikai Borút

A borutak fejlesztésének alapvető célja a helyi szőlő- és borkultúra megismertetése, illetve a kapcsolódó szolgáltatások, programok népszerűsítése, a szőlészetben és borászatban érdekelt vállalkozások piaci pozíciójának javítása, a turisták tartózkodási idejének megnövelése (GONDA 2016:168). A Kárpátaljai Turisztikai Borutat a Kárpátaljai Borászok Egyesülete hozta létre 2008-ban. A borút magában foglalja a vidék 15 legjobb pincészetét és borkóstoló termét, és elsődleges célja a kárpátaljai borok népszerűsítésében rejlik. Mindegyik helyszínen 6-12 féle bort ajánlanak fel kóstolásra. Különösen kiemelkedik a posztszovjet térségben népszerű tramini szőlőfajtából készült Troyanda Karpat (Kárpátok rózsája) fantáziánévvel ellátott édes fehérbor. A borút Kárpátalja négy járásán (Nagyszőlősi-, Beregszászi-, Munkácsi-, Ungvári-) halad keresztül.

Kárpátalján 5 pincészetet minősített a Tajirov Szőlészeti és Borászati Intézet, amelyek alapján kidolgozásra került „*A hétvégi nap túrája*” elnevezésű útvonal, A már említett pincészetek mellett az útvonal magában foglalja a munkácsi-, nevickei- és ungvári várak meglátogatását, a beregszászi termálvizes komplexumokban való fürdözést, továbbá Európa leghosszabb hársfasorán (Ungvár) való sétálást is. Kiegészítő programként kerül megemlítésre a borban való fürdőzés és a boralapú szaunázás is.

Kárpátaljai turisztikai sajtút

A kárpátaljai turisztikai sajtút elsődleges célja, hogy bemutassa a sajtkészítés kultúráját és hagyományait, amelyek a természetes módon előállított sajtok kóstolásával párosul. A kárpátaljai sajtkészítők alapanyaga széles skálán mozog, de első sorban tehén-, juh- és bivalytejet használnak. A sajtkészítő műhelyek felkeresése során a turisták a különböző sajtok kóstolása és vásárlása mellett láthatják a termék készítésének folyamatát, valamint a legtöbb helyen lehetőség nyílik a gyártási folyamatban való bekapcsolódáshoz is.

Az útvonal kínálatához tartozik a tejet adó jószágok legelőjére történő kilátogatás is, illetve a kárpátaljai sajtokhoz kötődő fesztiválok felkeresése, mint például a Nemzetközi Hucul Brinza Fesztivál Rahón, vagy a Barnabási Bános Folklórfesztivál.

A sajtúthoz összesen 14 állomás tartozik. A legismertebb márkanévek között szerepel az Alsószeliscsei „Selyska Syrovania” sajtkészítő műhelyt, amely már több mint 25 éves múltra tekint vissza. A brinza és más hagyományosnak mondható sajtok mellett a sajtkészítők igyekeznek egyedi ízeket, recepteket létrehozni. Az adott egyediség ékes példájának szolgálhat a Perecsényi Manufaktúra által elkészített levendula sajt.

Kárpátaljai kézműves sörök útja

A kárpátaljai kézműves sörök útja során a turisták megismerkedhetnek 10 kárpátaljai kézműves sörfőzdével, amelyek a megye 8 településén helyezkednek el. Kárpátalja egyik első ilyen üzeme Viskén kezdett el működni, terméke a Kibler nevet viselő sör, de egyre ismertebb márka az ungvári Ungweiser, a munkácsi Zirka és Grafske, a beregszászi John Gaspar, az ökörmezői Patrik, vagy éppen a tiszaborkúti Cipa. A sörfőzdék termelési mennyiségében és kínálatában jelentős különbségek mutatkoznak meg, mivel például a munkácsi Zirka sörfőzde kizárólag egy sör gyártásával foglalkozik, amelyet csak egy helyen lehet megkóstolni. E sörfőzde ellentétét a kereknyei Fichte'n Brewery és a beregszászi John Gaspar sörfőzdek képviselik, amelyek széles italkínálattal kecsegtetik az érdeklődőket és folyamatosan kísérleteznek új ízek előállításával, továbbá a termékeik számos vendéglátóegység itallapján megtalálhatók.

6. A helyi termékek turisztikai hasznosítását célzó fejlesztési lehetőségek/javaslatok

A helyi termékekben rejlő lehetőségek erőforrásként való hasznosítása társadalmi és gazdasági szinten is számos előnnyel jár. Segít megőrizni a közösség tradicionális elemeit, környezetkímélő és környezetbarát termelést biztosít, megélhetést és jövedelmet teremt a jelentős társadalmi-gazdasági problémákkal küzdő vidéki lakosságnak. Az egészséges életmód és az egészség tudatos gondolkodás globális és lokális terjedése egyértelműen tanúsítja a vázolt folyamat trendként jelentkezését. A rurális jellemzőkkel és változatos etnikulturális közeggel jellemezhető Kárpátalja esetében ezeknek a folyamatoknak a feltárása és a helyi termékek turisztikai hasznosítása több mint kézenfekvő, egyértelműen kiemelt fejlődési irány.

Mi sem támasztja ezt jobban alá, mint az a tény, hogy a helyi termékek, spontán módon ugyan, de már ma is jelen vannak a megye turisztikai kínálatában és hozzátartoznak arculatához. Ezek a szálak, elemek elsősorban a belföldi turizmus kínálatát erősítik és a jelenlegi járványhelyzet (COVID 19) eseményeit (is) látva, stratégiaileg megalapozott a fejlődés további szakaszait is a belföldi keresletre építeni, majd erre alapozva lépni a nemzetközi szinttérre. A sikeres fejlődés viszont nem folytatódhat spontán módon. A kutatás eredményeit és tapasztalatait alapul véve két fontos térszínen kell fejlődést elérni ahhoz, hogy a helyi termékek turisztikai hasznosítása egy újabb fejlődési szakaszba léphessen: arculatépítés és védjegyhasználat, valamint a belső kapcsolati rendszer erősítése.

Erőteljes lépéseket kell tenni egy jól beazonosítható arculat kialakítására, ami nem csak a helyi termékek turisztikai hasznosításának céljából indokolt, de Kárpátalja turizmusának fejlődését is szolgálná. Ennek a folyamatnak az egyik összetevője a védjegyhasználat gyakorlatának népszerűsítése, kiterjesztése, hiszen ez segítheti a termelők „piacra való betörését” és hozzájárul ahhoz, hogy a helyi termékek felkerüljenek a boltok, áruházláncok polcra hangsúlyos és elkülönült megjelenéssel (pl. az erdélyi Góbé termékek mintájára). Kiemelt szerepet kell biztosítani a megfelelő marketing és médiakampány folytatására, hogy az arculati elemek és védjegyrendszer beépüljön a köztudatba, bizalmat és elismerést generálva a fogyasztók és potenciális fogyasztók körében.

Fontos folyamat a fejlődés szempontjából a belső kapcsolati rendszer erősítése. Ezt a kérdést is több szinten és lépésben érdemes érvényesíteni.

A szakmai szervezetek tevékenységének fokozása, az együttműködések erősítése – pl. a KMVSZ-en belül jól működő méhészeti tagozat, vagy a KMTT-n belül működő kézműves tagozat (fesztiválokra való közös megjelenés) mintájára – lehetőséget teremt az együttműködés elmélyítésére, továbbá lobbierőt képez(het) a helyben elérhető pályázatok (pl. Egán Ege) kiírásánál ráirányítva a figyelmet a helyi termelők és kézműves termékek előállítását végző vállalkozók kiemelt támogatására. Szélesebb összefogással kezdeményezői lehetnek a jogszabályok harmonizációjának és a helyi termelők pozitív törvényi „diszkriminációjának”. A szakági vállalkozási együttműködés lehet a megoldás a problémás vállalkozási területek hatékonyságának növelésére, amit jól érzékeltet a borászok problémája. Együttműködésük elmélyítésével, például közös jogi személyt létrehozva számos gazdasági és jogi problémát át lehetne hidalni.

A helyi termelők, turisztikai szervezetek és idegenforgalmi szereplők együttműködése a kulcs abban is, hogy végre a helyi termékek a boltok, éttermek és más turisztikai szereplők kínálatának szerves részévé váljanak. A már megszokott és ismert kárpátaljai („Dobronyi paprika”, „Cotnar” és „Chizay” borok, „John Gaspar” sörök, „Golden Fruit” aszaltgyümölcsös csokoládék, „Selyska Syrovania” sajtok stb.) termékek mellett fontos lenne további arcuaterősítő helyi termék tudatos bevezetése, tájjellegű „termékcsomagok” összeállítása (pl. *Beregi kosár*, melynek tartalma lehet a beregvidéki borok, pálinkák, szilvából és egyéb gyümölcsből készült lekvárok, szörpök, ivólevelek, méz, füstölt hústermékek, sajtok stb.). A helyi termékboltok létrehozása pedig biztosítaná a helyi és kézműves termékek állandó elérhetőségét (fesztiválokra kívüli időszakokban is) és a termelők értékesítési folyamatát is kiegyensúlyozottabbá tennék.

Irodalomjegyzék

- ANGLER K. 2015: Kézműves borok – kérdőjelekkel. In: Oroszi V. (szerk.) *Szőlő, bor, turizmus: tanulmányok a szőlészet, borászat és borturizmus témaköréből*. Pécsi Tudományegyetem. Pécs, pp. 18-34.
- BERGHAUER S. – FODOR Gy. 2014: Touristic Heritage in Little-Europe. Preliminary Research of Heritage Tourism in Transcarpathia. By support of the Hungary–Slovakia–Romania–Ukraine ENPI Cross-border Cooperation Programme 2007-2013, within the confines of the project with identification number HUSKROUA/1101/067 “Touristic heritage in Little-Europe”. 52 p.
- BERGHAUER S. – FODOR GY. 2018: Az örökségturizmus helye és jelentősége Kárpátalja idegenforgalmában. In: Espán M. – Molnár E. (szerk.) *Kárpátalja – Kollégium*. Antalógia kiadó. Lakitelek, pp. 291-298.
- CSERNICSKÓ I. – SOÓS K. 2002: Gyorsjelentés – Kárpátalja. In: Szabó, A., Bauer, B., Laki, L., NEMESKÉRI, I. (szerk.). *Mozaik 2001: Magyar fiatalok a Kárpát-medencében*. Nemzeti Ifjúságkutató Intézet, Budapest, pp. 91-135.
- CSAPÓ J. – WETZL V. 2018: A sörkultúra és a sörturizmus lehetséges helye, szerepe a Mecsek zöldút környezetbarát gasztroturizmusában. In I. Szász (ed.) *Gastrotourism and Local Products Along Baranya Greenway*, pp. 33-39.
- DEÁK I. – SANDOR F. 2016: *Transcarpathian wine. Tourist routes for the whole year*. Print PE Breza O., Uzhgorod, 30 p.
- ESPÁN M. (szerk.) 2015: *Hagyományok, nemzeti értékek Kárpátalján*. Kárpátalja Népfőiskola Egyesület. Kárpátalja, 450 p.
- GONDA T. 2016: *A turisztikai termékfejlesztés elméleti alapjai*. PTE KPVK, p. 226.
- GONDA T. 2014: A helyi termék turisztikai hasznosítása- a vidékfejlesztés új lehetősége, *A FALU* 29 : 1 pp. 17-23.
- IZSÁK T. 2009: Kárpátalja mezőgazdasága. In Baranyi B. (szerk): *Kárpátalja*, MTA Regionális Kutatások Központja, Dialóg Campus Kiadó, Pécs–Budapest, pp. 320-328

- Kárpátalja statisztikai évkönyve – 2018 [Статистичний щорічник Закарпаття 2018]:* Головне управління статистики у Закарпатській області 2019 Ужгород, 511 p.
- Kárpátaljai kosár [Закарпатський кошик] 2018:* Спецвипуск журналу "Унікум". 2018/1
- KOVÁCS S. 1999: *Kárpátaljai útravaló.* Püski Kiadó, Budapest, 180 p.
- MARCHENKO O. – TARPAI J. – GOLODNYAK O. – MANYAS J. 2008: *Kárpátalja. Turisztikai útikönyv.* Svit Uspihu, Beregszászi Turisztikai Információs Központ, p. 320
- MOLNÁR J. – MOLNÁR D. I. 2005: *Kárpátalja népessége és magyarsága a népszámlálási és népmozgalmi adatok tükrébe,* PoliPrint Kiadó. Ungvár 215 p.
- MOLNÁR J. 2009: Vallási megoszlás. In: Baranyi B. (szerk.) *Kárpátalja.* MTA Regionális Kutatások Központja, Dialóg Campus Kiadó, Pécs–Budapest, pp. 207-209.
- PÁKOZDI J. (szerk.) 2018: *Kárpátalja Gasztrokalauz.* Magyar Konyha Magazin Kiadó Kft., Kárpátaljai Magyar Turisztikai Tanács, Budapest–Beregszász, 162 p.
- POP, Sz. [Поп С.] 2003: *Природні ресурси Закарпаття.* „Спектраль”, Ужгород. 296 p.
- SASS E. – BÁRTFAI E. Gy. 2016: Bortermelés Kárpátalján és az ezzel összefüggő turisztikai lehetőségek. In: Berghauer S., Dnyisztrjanszkij M., Fodor Gy., Gönczy S., Izsák T., Jakab N., Molnár J., MOLNÁR D. I., SASS E., PAPP G., VINCE T. (szerk.) *Társadalomföldrajzi kihívások és adekvát válaszlehetőségek a XXI. század Kelet-Közép-Európájában Nemzetközi Földrajzi Konferencia,* II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola, Kálvin Nyomda, Beregszász, pp. 535-542.
- SASS E. 2019A: *A kárpátaljai Beregvidék falusi turizmusának helyzete és fejlődési lehetőségei.* PhD értekezés, Pécs. p. 206
- SASS E. 2019B: A turisztikai termékek rendszerének a bemutatása. In: Berghauer S. – Sass E. (szerk.): *A kárpátaljai magyarság turizmusfejlesztési stratégiája.* Beregszász, pp. 30-45.
- Шандор Ф. – Деяк І. 2016. *Закарпатський сир. На цілий рік.* ФОП Бреза О. Ужгород, 26 p.
- SZABÓ G. (szerk.) 2014: *A helyi termékek bevezetésének lépései a Dél-Dunántúl fürdőiben 2.,* Baranya Megyei Falusi Turizmus Közhasznú Szövetség Pécs 43 p.
- TARPAI J. (szerk.) 2014: *Kárpátalja és Szabolcs-Szatmár-Bereg megye népművészeinek katalógusa.* Ukrán-Magyar Területfejlesztési Iroda, Ungvár. 224 p.
- TÁTRAI P. – MOLNÁR J. – KOVÁLY K. – ERŐSS Á. 2018: A kárpátaljai magyarok lélekszáma és a népesedésüket befolyásoló tényezők a SUMMA 2017 felmérés alapján. In: *KISEBBSÉGI SZEMLE* 3. pp. 7-31.
- Tourist Routes of Transcarpathia [Туристические маршруты Закарпаття]* Закарпатская Обласная Государственная Администрация, p. 39

Egyéb források

- „A borok és természetes mézitalok termelésének ösztönzést célzó törvénycsomag” Törvény. [Про внесення змін до деяких законів України щодо розвитку виробництва теруарних вин та натуральних медових напоїв] 2018, № 17. – <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2360-19#Text> Letöltve: 2020.07.25.
- „A falusi magángazdálkodói tevékenységről” Törvény. [ЗАКОН УКРАЇНИ Про особисте селянське господарство] 2003, № 29. – <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/742-15#Text> Letöltve: 2020. 07.25.
- „A farmergazdaságokról” Törvény. [ЗАКОН УКРАЇНИ Про фермерське господарство] 2003, № 45. – <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/973-15#Text> Letöltve: 2020. 07.25.
- Beregszászi Tourinfó iroda (2020) adatbázisa
- „Ukrajna mezőgazdaságának állami támogatásáról” Törvény. [ЗАКОН УКРАЇНИ Про державну підтримку сільського господарства України] 2004, № 49 – <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1877-15#Text> Letöltve: 2020. 07.25.
- Hlotova I. (Глотова І.) 2019: Minecraft для фермера: абетка розвитку дрібнооптового виробництва харчів [Minecraft a farmer számára: az élelmiszertermékek kiskereskedelmi termelésének fejlesztése]. – <https://agravery.com/uk/posts/show/minesraft-dla-fermera-abetka-rozvitku-dribnooptovogo-virobnictva-harciv> Letöltve: 2020.08.05.

Helyi termék kézikönyv 2016 – <http://nak.hu/kiadvanyok/kiadvanyok/101-helyi-termekek-kezikonyv/file> Letöltve: 2020.08.11.

Kárpátaljai Magyar Turisztikai Tanács (2020) adatbázisa

Kovács E. 2016: A nagydobronyi piros arany. Kárpátinfo hetilap
<https://www.karpatinfo.net/hetilap/gazdasag/nagydobronyi-piros-arany> Letöltve: 2020.08.20.

<http://kmvsz.org.ua/> – a Kárpátaljai Magyar Vállalkozók Szövetségének honlapja