

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

Реєстраційний № _____

Кваліфікаційна робота
ДОСЛІДЖЕННЯ КОЛА ГОСТЕЙ РЕСТОРАНУ «ЧИЗАЙ МАЛА
ГОРА» МІСТО БЕРЕГОВЕ

НАДЬ ЖУЖАННА ЯНОШІВНА

Студентка IV-го курсу, заочного відділення

Освітня програма 242 Туризм

Ступінь вищої освіти: бакалавр

Тема затверджена Вченою радою ЗУІ

Протокол № 8 /22 листопада 2022 року

Науковий керівник: _____ **ІЖАК ТІБОР ЙОСИПОВИЧ**
кандидат географічних наук, доцент

Завідувач кафедру: _____ **МОЛНАР ЙОСИП ЙОЖЕФОВИЧ**
кандидат географічних наук, доцент

Робота захищена на оцінку _____, «___» _____ 2023 року

Протокол № _____ / 2023

Закарпатський угорський інститут ім. Ференца Ракоці ІІ

Кафедра географії та туризму

Кваліфікаційна робота

**ДОСЛІДЖЕННЯ КОЛА ГОСТЕЙ РЕСТОРАНУ «ЧИЗАЙ МАЛА
ГОРА» МІСТО БЕРЕГОВЕ**

Ступінь вищої освіти: бакалавр

Виконала: студентка ІV-го курсу, заочного відділення

НАДЬ ЖУЖАННА ЯНОШІВНА

Освітня програма 242 Туризм

Науковий керівник: **ІЖАК ТІБОР ЙОСИПОВИЧ**

кандидат географічних наук, доцент

Рецензент: **БЕРГХАУЕР ОЛЕКСАНДР ОЛЕКСАНДРОВИЧ**

доктор філософії (PhD), доцент

Берегове
2023

ЗМІСТ

Вступ	6
1. Презентація бізнесу Чизай	8
1.1. Територіальна характеристика Чизаю	9
1.2. Історія заснування Чизай	9
1.3. Презентація ресторану Чизай	10
1.4. Характеристика компанії з виноробної точки зору	13
2. Роль громадського харчування в економіці.....	16
2.1. Роль гостинності в суспільстві.	16
2.2. Місце громадського харчування в туристичній сфері	17
2.3. Пропозиція винного та гастротуризму	18
2.4. Взаємозв'язок винного та гастротуризму з іншими туристичними продуктами.	20
3. Презентація результатів дослідження	21
3.1. Методика складання анкети.....	21
3.2. Презентація результатів дослідження	22
Висновки.....	32
Резюме	35
Використана література	36
Додаток	38
Список малюнків	40
Реферат українською (РЕЗЮМЕ).....	41

II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola

Földtudományi és Turizmus Tanszék

**A BEREKSZÁSZI CHIZAY KISHEGY ÉTTEREM VENDÉGKÖRÉNEK
TURISZTIKAI SZEMPONTÚ FELMÉRÉSE**

Szakdolgozat

Képzési szint: alapképzés

Készítette: NAGY ZSUZSANNA

IV. évfolyamos levelező tagozatos hallgató

Képzési program: 242 Turizmus

Témavezető: IZSÁK TIBOR

a földrajztudományok kandidátusa, docens

Recenzens: Berghauer Sándor

a földrajztudományok kandidátusa, docens

TARTALOMJEGYZÉK

Bevezetés.....	6
1. Chizay vállalkozás bemutatása	8
1.1. A Chizay területi jellegzetességei.....	9
1.2. A Chizay alapításának története.....	9
1.3. A Chizay étterem bemutatása	10
1.4. A vállalat borászati szempontú jellemzése	13
2. A vendéglátás szerepe a gazdaságban.....	16
2.1. A vendéglátás szerepe a társadalomban.....	16
2.2. A vendéglátás helye a turizmus szektorban.....	17
2.3. A bor és gasztroturizmus kínálati oldala.....	18
2.4. A bor és gasztroturizmus kapcsolata más turisztikai termékekkel.....	20
3. A kutatási eredmények bemutatása.....	21
3.1. A kérdőív összeállításának módszertana	21
3.2. A kutatási eredmények ismertetése.....	22
Következtetések.....	32
Összegzés	35
Felhasznált irodalom	36
Melléklet.....	38
Ábrajegyzék.....	40
Ukrán nyelvű összegzés (РЕЗЮМЕ).....	41

BEVEZETÉS

A turizmus napjaink egyik legdinamikusabban fejlődő ágazata, mely a világ bármely szegletén kialakulhat. Mint turizmus szakos hallgató, ezen tudomány ág illetve gazdaság ág részletes tanulmányozásával foglalkoztunk. Ennek megfelelően téma választásunk oka az volt, hogy egy ilyen turisztikai terméket közelebbről megismerjünk, és átfogó képet alkossunk mind a működéséről mind pedig a keresletének kapacitásáról. Szakdolgozatunk témája a Kárpátalján egyedülálló szőlőültetvényben épített beregszászi Chizay Kis-hegy étterem vendégkörének turisztikai szempontú felmérése. A turisztikai termékeket több szempontból meg lehet közelíteni, érdemes mindig a célnak megfelelő módszert alkalmazni. A munka végzés során az említett turisztikai termék működését és kínálatát szeretnénk vizsgálni, valamint prioritásban szerepel a vendégkör forgalom felmérése.

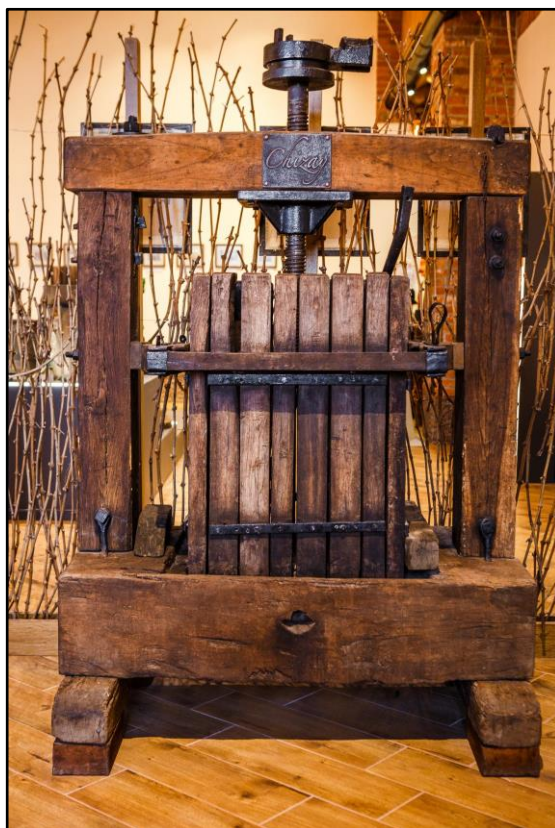
Kárpátalja alapvetően egyedülálló és különleges tradíciókkal rendelkező terület, mely sokszínű múlttal valamint ökoszisztémával várja az ide látogatókat. Továbbá összekötő szerepet tölt be Ukrajna és Európa között. Ezen terület kifejezetten turistacsalogató vidéknek számít, hiszen megfelelő adottságokkal rendelkezik. De persze mindig akadnak innovatív vállalkozók, akik a már meglévő turisztikai terméket képesek teljesen új formában elénk tárni. Ilyen turisztikai terméként szeretnénk bemutatni az Ukrajnában egyedülálló szőlőültetvényben létrehozott Chizay kishegy éttermet, mely tradicionális, európai és ázsiai tematikát képvisel. De nem csak konyhája jellegzetes, hanem az éttermet körül ölelő 272 hektáros szőlőültetvény, mely világszerte ismert borokat forgalmaz. Mint már említettük Ukrajnában egyedül álló, hiszen ez az egyetlen saját szőlőültetvénnyel rendelkező étterem. Ennek megfelelően kutatásunkban kérdőíves lekérdezést, valamint mélyinterjú alkalmazást fogunk használni ezen komplex termék turisztikai keresletének felmérése érdekében.

Kárpátalja turisztikailag fejlődő térségnek számít. Az ide látogatók többsége belső Ukrajnából érkezik, attól eltekintve, hogy periférikus helyet foglal el Ukrajnában. Bár a közelmúlt eseményei nagy hatást gyakoroltak nem csak országunk, hanem a világ turizmusára is. Hiszen a pandémia megbénította az emberek utazási lehetőségeit. De a legsötétebb időszak csak ezt követően érkezett, ez pedig a háború sújtotta állapot. Sajnos ebben az esetben, mint turizmusról megfelelő képen nem beszélhetünk, hiszen nem a megszokott állapot áll fent sem az ország sem az emberek életében. A nehéz helyzet egyaránt kiterjed, mint vállalkozó és magánszemélyekre is. A fenntartás és megmaradás már nem csak turisztikai és marketing szempontból fontos, hanem létszükséges. Azonban bízva a szebb jövőben, és a turizmus újult

kivirágzásában a munka során a megfelelő információkat alapul véve fogjuk a Chizay kishegy éttermet turisztikailag jellemezni és bemutatni. Az eredményeink lehetőleg igazolják a tényt, hogy a turizmus és a vendégkör forgalom, megfelelő kínálat mellett képes a stabilitást tartani.

1. CHIZAY VÁLLALKOZÁS BEMUTATÁSA

Először is szeretnénk ismertetni magát a Chizay üzletláncot. Valamint azt hogy mi tartozik hozzá. Hiszen különböző szekciókból áll, melynek csapatát a pincészet alkotója Gennady Gutman hozta létre. Első soron, a kishegyen lévő 272 hektáros szőlőültetvényről beszélünk melyben 18 fajta szőlőültetvény található köztük a Muskotály, Cserszegi Fűszeres, Tramini, Sauvignon Blanc, Rajnai Rizling mellett Pinot Noir, Merlot stb. Az üzletlánc részéhez tartozik egy feldolgozó üzem, egy 50 fős kóstoló terem, a szőlőtelepülés területén lévő étterem és hozzá tartozó 3 szobás szálloda, mely direkt úgy lett kialakítva, hogy minden ablakából az ültetvény legyen látható. Chizay vállalati üzlet mellett található a hordó és tartállyal rendelkező pince, melyben a szőlőtermesztést és borkészítést bemutató múzeumlátogatásra is van lehetőség (1. ábra). Továbbá egy vonal, ahol a bor öntése folytatódik, a borokat pedig közvetlen a gyár területén meg lehet kóstolni (Adatközlő: Gennadiy Vachiliya).



1. ábra. A Chizay-múzeumban (Forrás: Chizay Mala Gora).

1.1. A Chizay területi jellegzetességei

A Chateau Chizay Ukrajna nyugati Kárpátalja történelmi régiójában található, ahol Ukrajna határos Magyarországgal, Lengyelországgal, Szlovákiával és Romániával. Itt a mérsékelt éghajlat az uralkodó és az enyhe napfényhez optimális csapadékmennyiség párosul. Az ásványokban és mikroorganizmusokban gazdag talaj pedig egyedi ízt ad az itt termő szőlőnek. A vulkanikus eredetű Kárpátok domboldalai már ősidők óta meghatározó szerepet játszanak a borászat fejlődésében (<https://chizay.com/restaurant/>).

1.2. A Chizay alapításának története

A kárpátaljai borászat kultúrája kétség kívül egyedül álló. Az itt készített borokkal már a középkori királyok, nemesek, sőt modern államok udvarait is ellátták. Többek közt azért is egyedülálló Kárpátalja borászati kultúrája, mivel a történelem során ötvöződött benne magyar, olasz, osztrák, sőt még szovjet borászati kultusz is. Ennek következtében egyedi kulturális kompozícióban készülnek a kárpátaljai borok, melynek íze épp oly színes, mint történelme.

A Chateau Chizay 1995-ben épült, épp egy nehéz időszak közepette, ugyan is ez a Szovjetunió kommunista idejében volt. Azonban komoly múlttal rendelkezik, hiszen az 17. századi történelmi pincészet helyén épült a Chizay nevű borászati völgy közepén. A Chizai borászati völgy illetve traktus pedig visszavezethető egészen a 13. század elejére, amikor István magyar király földet adott Capan alattvalójának, amit Chiz fia örökölt meg. Így lett belőle Chiz birtok, később pedig traktus, ami a Chizai nevet kapta. Az idő múlásával több korszakon ment keresztül. A XV században borszállítója volt a Munkácsi vár birtokosainak, sőt az Európa és az Északi országok királyainak is.

Az későbbiekben folytonos fejlődés volt jelen a borászok munkájában, technikájában valamint, egyre több szőlőfajtával gazdagodott. Ismert lett Európa szerte. Bár a szovjetunió megváltoztatta az addig működő gazdaságot, és az 1985-88 az Alkohollelles kampány a kárpátaljai szőlőültetvények nagy részét elpusztította, a hagyományok megmaradtak. Ezen hagyományok pedig tovább élnek a kárpátaljai borászok és borok munkáiban.

Az 1995-ben épült új vállalkozás pedig már 2000-ben egymillió palack bort gyártott havonta. A Chateau Chizay turisztikai objektum státuszt csak később jelenik meg, pontosabban 2005-ben, ezt követően pedig létesítik a saját szőlőültetvényeket (2. ábra),

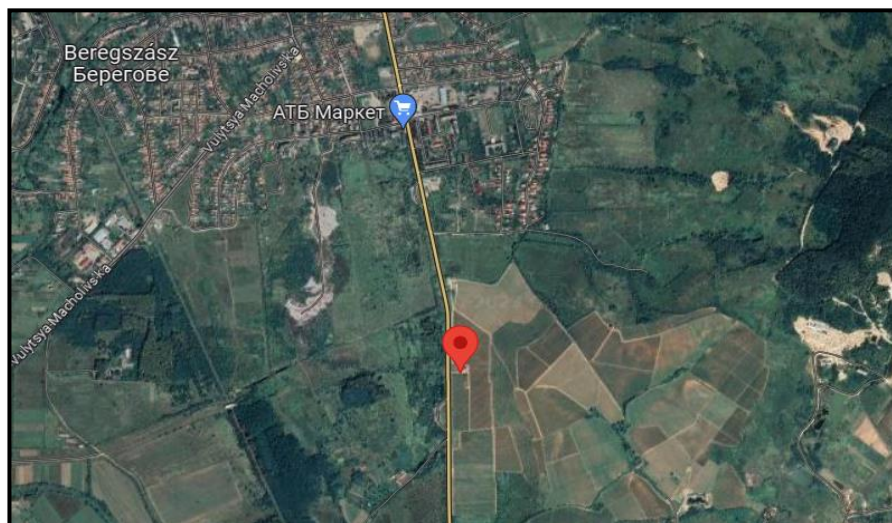
melynek területe 272 hektár. Az ezt követő években folyamatos a technológiai fejlődés valamint elindul a Chateau Chizay Academy oktatási project és megnyílik a Chiza Borász Múzeum (<https://chizay.com/restaurant/>).



2. ábra. A Kis-hegy szőlőültetvény (Forrás: Chizay Mala Gora).

1.3. A Chizay Kis-hegy étterem bemutatása

A Chizay Kis-hegy étterem, Kárpátalján a beregszászi Muzsalyi-utcán található. Viszonylag távol eső helyen, ugyan is a szőlő telep a Kishegy nevezetű domb oldalán létesült (3. ábra)



3. ábra. A Chizay Kis-hegy étterem elhelyezkedése (forrás: Google map)

A Kis-hegy étterem és mini szálloda a szőlőültetvény lábánál található (4. ábra). Megalapításának ötletadója a fő tulajdonos Gennady Gutman volt, aki szeretett volna Ukrajnában építeni elsőként egy olyan szállodát és éttermet, ami közvetlen a szőlőültetvényben található. Az építkezés két éven át tartott, és egy meglévő régi épület lett átalakítva a jelenlegi Kis-hegy étteremmé. A három szobás mini szálloda, közvetlen úgy lett kialakítva, hogy minden szobája az ültetvényre nézzen (Adatközlő: Gennadiy Vachiliya).



4. ábra. A Chizay Kis-hegy étterem (Forrás: Chizay Mala Gora).

A környék fő vonzereje maga a táj, a természetes elhelyezkedése, valamint a különleges konyhája, mely nem csak tradicionális ételeket kínál, de ötvözi az európai és mediterrán konyhát. Valamint, amit külön ki kell emelni az a borászati készítményei, melyek világhírű ismeretségre tettek szert. Az étterem különleges tételei közé tartozik, továbbá a szőlőcsigából készül esxcargot (francia étel csigából, amelyet fehér borral szolgálnak fel). Ezt az egzotikus ételt vajjal és parmezán sajttal sütik. Különlegesség továbbá és a biotermékekből készülő saját ételek, valamint a kézműves sajt, tésztafélék és húskészítmények. Az étterem ételeinek 70 %-át, amelyek az étlapon (menüben) szerepelnek (5. ábra), helyben készítik el (<https://chizay.com/en/restaurant/>)

ХОЛОДНІ ЗАКУСКИ		Вид	Ціна
ЗАКУСКА ДО ДВОХ НЕЛІХІВ ВІНА		185	212,00
ТАРТАР ІЗ ТЕПЛИНИ		110/60	249,00
УСТРИЦЬ FINE DE CLAIRE №4		шт.	39,00
ІКРА ШУНИ		50/50	229,00
НАРІЗКА СИРНА ВІЛАСНОГО ВИРОБНИЦТВА		100/30	156,00
ПАШТЕТ ФРАНЦУЗЬКИЙ		100/100	118,00
ПОМАЗАНКИ КАРПАТСЬКІ		150/50	118,00
ДОМАШНЄ СОЛІННЯ		400	125,00

САЛАТИ		ПЕРШІ СТРАВИ	
САЛАТ "МАЛА ГОРА"	200 156,00	БОГРАЧ	350 98,00
САЛАТ "ЦЕЗАР" З ЛОСОСЕМ	210 195,00	ПОЛИВКА ТЕЛЧА	350 85,00
САЛАТ ІЗ В'ЯЛЕНИМ М'ЯСОМ ТА СЕЗОННИМ ФРУКТАМИ	220 178,00	УХА ПО-УГОРСЬКИ	350 155,00
"ЦЕЗАР" (ввій варто скуштувати)	300 239,00	КРЕМ-СУП З БІЛИХ ГРИБІВ	250 105,00
САЛАТ ІЗ КАЧОЮ ТА АПЕЛСИНОВИМ МОНЕ	250 258,00		
ГРЕЦЬКИЙ САЛАТ З ШПИНАТОМ	280 174,00		

ГАРЯЧІ ЗАКУСКИ	
СУПЕР-БУРГЕР ІЗ ПОДВІЙНОЮ КОТЛЕТОЮ ТА ЦЕМУЛЕВИМ КОНОМ	500 297,00

БАНОШИ ІЗ БРИЮЮ ТА ШВАРКАМИ		КЛЕШНІ ЛОБСТЕРА	
300	149,00	3 шт.	100 269,00
ЛАВАШ ІЗ КУРЮЮ ТА СОУСОМ «МАРИНАРА»	300/50 179,00	СЕРЕДЗЕМНОМОРСЬКА УСТРИЦЯ «РОКФОР»	шт. 138,00
ВИНОГРАДНІ РАВЛИКИ	5 шт. 74,00		

ДРУГІ СТРАВИ		МАНГАЛ (страви на вагу)	
БАРАН З БАНОШЕМ ТА БРОКОЛІ	350 283,00	ШАШЛИК СВИННИЙ	100 79,00
ІНДИЧКА ПІД СОУСОМ ІЗ БІЛИХ ГРИБІВ	300 198,00	СТЕЙК RIB-EYE НА КІСТЦІ	100 168,00
НИЖКА КРОЛИКА ПІД ГРИВИНИМ СОУСОМ	350 345,00	СТЕЙК T-BONE	100 168,00
ЛОСОСЬ ТЕРЯНИ З ГРИВЛЯНИМ АНАНСОМ ТА ДРОБИМ РИСОМ	230 320,00	ФІЛЕ МІНЬЙОН	100 230,00
БІФШТЕК З КАРТОПЛЯНИМ ПОРЕ	280 208,00	ФОРЕЛЬ ЗАПЕЧЕНА	100 128,00
ГОМІЛКА ЯГНАТИ ПІД СОУСОМ «ХЕРЕС»	350 398,00	КОРОП ЗАПЕЧЕНИЙ	100 85,00
КАЧИНА НИЖКА «КОНО» ІЗ КАРТОПЛЯНИМ ПОРЕ З ТРОШЧИНИМ МАСЛОМ	340 298,00		
ТЕЛЧА ЦОКА ІЗ ТРОШЧИНИМ ПОРЕ	300 246,00		

ПАСТА		ГАРНІРИ	
ІТАЛІЙСЬКА КАРБОНАРА	220 219,00	КАРТОПЛЯНЕ ПОРЕ	200 73,00
ПАСТА З БІЛИМИ ГРИБАМИ	280 178,00	КАРТОПЛЯ ФРІ	130 72,00
		КАРТОПЛЯ ПО-ІЗРАІЛЬСЬКИ	250 62,00
		КАРТОПЛЯНЕ ПОРЕ	150 74,00
		КАРТОПЛЯНЕ ПОРЕ	150 128,00
		ОВОЧІ ВОК ПО-ТАЙСЬКИ	200 108,00
		РИС З ОВОЧАМИ	200 62,00

ДОДАТКИ		ДЕСЕРТИ	
СОУС БАРЕНО	100 23,00	ШИЛЛ СНЕЄ	100/40 96,00
СОУС З БІЛИХ ГРИБІВ	50 38,00	БАСКСЬКИЙ ЧІЗКЕЙК	100 107,00
СОУС ЯГДНИЙ ДО М'ЯСА	50 39,00	ШОКОЛАДНИЙ ФОНДАН	130/50 129,00
ПЕПЕР СОУС	50 39,00	ШТРУДЕЛЬ З ЯБЛУКАМИ	170/50 118,00
СОУС ТАРТАР	100 38,00	КРЕМ-БРЮЛЕ З ЧІЛІ	140 96,00
ХЛІБНА КОРЗИНА	150 29,00	СМОРОДИНОВИЙ ТОРТ	150 96,00
		З ЛІВАНДОЮ	

5. ábra. A Chizay Kis-hegy étterem étlapja (Forrás: Chizay Mala Gora).

Az étterem befogadó képessége 200 fő, amelyet néhány fő ellátása mellett különleges estékre, gálarendezvényekre, bankettekre valamint céges rendezvényekre egyaránt alkalmas. Az éttermi rész belső és külső teraszos résszel ellátott. Parkoló, valamint a gyermekek számára kialakított játszótér és játszó szobával ellátott (<https://pmg.ua/restaurant/78956-chizay-mala-gora>).

Férőhelyek megoszlása (<https://karpaty3d.com/listing/beregovo-restoran-chyzaj-mala-gora/>):

- nagyterem 88 fő;
- bankett-terem 24 fő;
- terasz 48 fő (6. ábra).



6. ábra. Chizay Kis-hegy étterem terasza (Forrás: Chizay Mala Gora).

1.4. A vállalat borászati szempontú jellemzése

A Chateau Chizay az egyik legfontosabb pincészet Ukrajnában és Kárpátalján egyaránt. A borászat fejlődésében ősidők óta fontos szerepet tölt be a környezeti adottság, mint az éghajlatból fakadó megfelelő mennyiségű csapadék és napfény, valamint a vulkanikus eredetű domborzat. Még egy különlegessége a helynek hogy a földfelszín alatt 9 méter mélyen termálforrás található, ami szintén táplálja a szőlőültetvény több száz méteres gyökereit.

A borászat meglévő hagyományai mellett a Chizay folytonos fejlődésen ment át. A 2006-ban történő szőlőültetvény telepítés mellett új technológiaalkalmazást vezettek be a kezelésükre, melyben a legjobb osztrák szakemberek voltak segítségükre.

A legjobb vörösborokat 2016-ban Francia tölgyből készült barrique-ban érlelték. Ezt folytatták 2018-ban, valamint bővítették a prémium gyűjteményt fehér borok kínálatával (<https://karpaty3d.com/listing/beregovo-restoran-chyzaj-mala-gora/>).

2018-ban brandváltás következett be a borászat részén, Magyarországról érkeztek tanácsadók, akik közvetlen foglalkoztak a szőlőtermesztéssel, valamint a borkészítési fejlesztésekkel. A brandváltás során újult az arculat valamint megújult technológiával kezdtek el dolgozni, egészen az alapoktól kezdve változott minden, bővült a szőlő választék és a

kínálat, javult a minőség. A 18 fajta szőlőültetvényből már nem csak bor, de pezsgó, natúr-lé és drappa (borpárlat) készítés is történik. Az Izabella natúr-lé, melyet az Izabella nevű szőlőből készítenek, világszerte ismert lett és elsők közt szerepel (Adatközlő: Gennadiy Vachiliya).

A Chizay-étterem földalatti pincéjében több mint 200 fahordó található (7. ábra), melyek francia tölgyfából készültek és különböző pörkölésűek. A pince állandó hőmérséklete 17 C fok, ezen tárolják a bort valamint minimális az emberi kontaktus, kizárólag a borász járhat le. Ennek oka, hogy a bor minél többet tudjon pihenni, és ez által jobb minősége legyen (Adatközlő: Gennadiy Vachiliya).



7. ábra. A Chizay vállalkozás boros pincéje (Forrás: Chizay Mala Gora).

A 2020-as COVID-19 -válság és karantén ellenére, sikerült egy új terméket elő állítaniuk ez pedig a Grape White Blend erős szőlőitalok, ami a helyi Furmint és Chersegi fajtákból állítanak elő.

A hagyományos és kóser boraikra világszerte nagy a kereslet, ide értve az Egyesült Államokat, Kanadát, Ausztráliát, Magyarországot és más országokat (<https://chizay.com/en/about-us/>).

2. A VENDÉGLÁTÁS SZEREPE A GAZDASÁGBAN

A vendéglátás jelentősége napjainkban felértékelődött. Bármerre járunk a világban, mindenütt találunk vendéglátó üzleteket, melyek tükrözik az adott térség gazdasági és társadalmi színvonalát. Nemzetgazdasági szinten a vendéglátó jellegű tevékenységnek szintén fontos gazdasági szerepe van. Hiszen munkahelyt teremt, bérezést nyújt, a bevétel egy részét pedig az államháztartásba fizeti. (<http://tudasbazis.sulinet.hu>)

Jól tükrözi az adott lokális és regionális piacgazdaságot valamint a lakosság fogyasztási szentéjét és igénystruktúráját. A vendéglátás szolgáltatások csoportját a piaci folyamatok formálják, ennek okán a területi politikahatások, csak közvetetten érinthetik. Erősebb hatást gyakorol viszont fejlődésükre a terület gazdasági és jövedelmi viszonya. Tulajdonképpen gazdasági erősödést okoz az árutermeléssel és a turistáknak nyújtott szolgáltatásaival. Ezek mellett döntő szerepet tölt be a telephelyei feltételek alakításában valamint a foglalkoztatási szerkezetben és a lakosság életminőségi változásaiban (<https://www.arcanum.com/hu/online-kiadvanyok/TenyekKonyve-tenyek-konyve-1/regiok-1842E/regiok-es-megyek-osszehasonlito-gazdasagi-adatai-18D0A/uzleti-penzugyi-szolgáltatások-kereskedelem-vendeglátás-18DA6/>).

2.1. A vendéglátás szerepe a társadalomban

Napjainkban kialakult társadalmi rend létrejötte mondhatni a modern turizmus kialakulásának előfeltétele volt. A közgazdasági tényezők, a diszkrécionális jövedelem valamint a jobb jövedelemmegoszlás a jóléti mutatók velejárója. Ez a szolgáltató társadalom segíti elő a gazdasági növekedést és ennek értelmében magát a jövedelemképződést is. A tendenciák pedig az egyre nagyobb turizmus iránti kereslethez vezetnek. Az idegenforgalom tehát a társadalmi motivációból táplálkozva növekszik.

A vendéglátás szerepe nem csak gazdaságilag kiemelkedő, hanem társadalmi szempontból is legalább ennyire fontos. A vendéglátás szolgáltatás a társadalomban részt vevő helyi illetve turisták sokrétű igényeit próbálja kielégíteni, ebben a szegmensben mindenki megtalálhatja a maga igényeinek és jövedelmének megfelelő kínálatot. Maga a szükséglet kielégítése pedig az, amivel a vendéglátás befolyásolja a társadalom általános

közérzetét. Továbbá javítja az életszínvonalat, a fogyasztási szokásokat, segíti a kapcsolatot a lakossággal illetve mérsékeli a társadalmi különbségeket (<http://tudasbazis.sulinet.hu>).

A vendéglátás amellett hogy gondoskodik a társadalom ellátásáról, többé-kevésbé beépül a mindennapi igényeink közé is, hiszen vannak, olyan helyek melyeket rendszeresen felkeresünk (<https://www.studocu.com/hu/document/budapestigazdasagiegyetem/vendeglats-tortenete>).

2.2. A vendéglátás helye a turizmus szektorban

A vendéglátás elsősorban, mint szolgáltatás az-az turisztikai terméként jelenik meg. A turisztikai terméknek ma már többféle meghatározása létezik. A legegyszerűbb értelmezés szerint egy adott szolgáltatást jelent, amit a turista igénybe vesz. Tágabb értelmezésben komplex szolgáltatás halmazt jelent, amelyet a turista igénybe vesz utazása során az adott célterületen történő tartózkodása alatt. A turisztikai termékek helyhez kötöttek, ennek értelmében a fogyasztónak kell megjelennie a kínálat helyszínén nem pedig fordítva. Továbbá sajátos tulajdonság, hogy csak korlátozottan képes alkalmazkodni a kereslethez, ugyan is megváltozásának kötött határai vannak. A kínálatnak vannak alapvető elemei, ilyen a természeti, földrajzi és történelmi adottságai, de ide tartozik még a helyiek szokásai, életmódja, ami lényegében a későbbiekben sem változik nagymértékben.

A turizmus rendszere a maga sajátosságaival turisztikai piacot képez, melyben annak környezetét és az ezzel való kapcsolatok összességét foglalja magában. Napjainkban egyfajta gasztróforradalom van jelen, melynek lényegét a minőségi vendégfogadás feltételei továbbá a helyi és szezonális alapanyagok és tematikus útvonalak. A fogyasztói szokások megváltozásával a vendéglátási igények is kiszélesedtek, ezek a változások pedig a vendéglátás különböző területeit érintik. Az éttermek közül kitűnnek, azok melyek az ún. „street food” ételeket kínálják, a modern éttermek, valamint azok melyek a hagyományos és modern konyha ötvözetével működnek. A fast food üzletek elterjedése főleg az emberek felgyorsuló életritmusának köszönhető. A fúziós konyha első soron a keleti és nyugati ételek tudatos ötvözetét kínálja. A reformkonyha kedvelői pedig csak olyan állati és növényi termékeket fogyasztanak, amit előzőleg nem kezeltek vegyi úton. Tehát jellemző rájuk a bioalapanyagok használata. Az ételkészítési szokásokban egy adott területen, meghatározó szerepet tölt be, hogy milyen környező népek és egyéb befolyásoló tényezők alakították és formálták az évek során.

A turisztikai szolgáltatás csomagokban egyre nagyobb teret kap a vendéglátás. Kaspar (1995), svájci tudós elmélete alapján, melyben külön választja az infra- és a szuprastruktúrát, jól látható hogy az infrastruktúra egyaránt szolgálja a helyi lakosok és a turisták igényeit is. Míg a szuprastruktúra főként, de nem csak, a turisták szükségleteit szolgálja. Kaspar szerint a szuprastruktúra elsődleges része a vendéglátás a szálláshely-szolgáltatásokkal együtt.

Freyer (2001, 2006) a turizmussal kapcsolatban lévő gazdasági tevékenységeket három csoportra osztja:

1. Turizmusgazdaság: ezek a tipikus turisztikai termékek, Idetartoznak az utazási irodák is, szállító cégek valamint a szálláshelyek
2. Kiegészítő turizmus gazdaság: a nem tipikus turisztikai vállalatok specializálódnak turisztikai termékre. Ilyen lehet például az ajándéktárgyipar.
3. Turizmus „peremgazdaság”. Ebben az esetben a nem tipikus turisztikai vállalkozások specializálódnak nem tipikus turisztikai termékre, viszont a turisták is megjelenhetnek a keresletükben. Lehet akár egy pékség, fodrászat stb (Freyer, 2001. p. 110).

Míg Freyer felfogásában a vendéglátást a peremgazdaságba sorolják, mivel alapvetően nem a turisták igényeire alapul, addig Kaspar felismerte a szorosabb köteléket, hiszen egyes fogadó területeken a vendéglátás 100%-ban az oda érkező turistákra specializálódik, úgy mint a szállás-szolgáltatás.

Érdemes elgondolkodnunk azon a kérdésen, hogy önmagában egy vendéglátás szolgáltatás, milyen mértékben lehet turisztikai vonzerő a maga gasztronómiai kínálatával. Az viszont biztosan kijelenthető, hogy a vendéglátás jelentősége a gazdaságban még soha nem volt ilyen magas, mint napjainkban (Gonda, Kaposi, Raffay, Varga 2020).

2.3. A bor és gasztroturizmus kínálati oldala

Ebben a fejezetben a bor és a gasztroturizmus szerepét szeretnénk ismertetni a turizmus rendszerében, valamint a kínálati sajátosságait. A földrajzi, táji és éghajlati viszonyok, valamint a népességföldrajzi jellemzők egyaránt befolyásolják a termesztett növényeket. Termesztési feldolgozásában, tartósítási eljárásában egyaránt szerepet vállalnak e jellemzők. A változatos táji adottságok és a színes nemzetiségű összetétel következtében alakul ki a

sajátos gasztronómiai kínálat, mely térségünkben igen sokszínű. Természetesen elmondható, hogy tájegységenként valamint korszakonként különböző jellegzetességeket képviselnek. Ennek köszönhetően is egyedi és sokoldalú a térségünk gasztronómiai és borturisztikai kínálata. Borvidégeink eltérő borászati termékeket kínálnak, hiszen nincs két egyforma. Minden vidéknél más-más jelleg a mérvadó. Térségünkben jelen van a mai borkultúra egyedi karakterét adó kadarka, furrmint szőlőfajta sok más mellett.

Napjainkban megfigyelhető a korszerű borászati technológiai eljárások használata (koracél tartályos, reduktív eljárások) valamint a borminőség javulása és a borfogyasztás egyre növekvő népszerűsége. A kárpátaljai borászat kultúrája kétség kívül egyedül álló. Az itt készített borokkal már a középkori királyok, nemesek, sőt modern államok udvarait is ellátták. Többek közt azért is egyedülálló Kárpátalja borászati kultúrája, mivel a történelem során ötvöződött benne magyar, olasz, osztrák, sőt még szovjet borászati kultusz is. Ennek következtében egyedi kulturális kompozícióban készülnek a kárpátaljai borok, melynek íze épp oly színes, mint történelme. A napjainkban jelen lévő gasztroforradalom pedig a minőségi vendéglátást segítette elő.

A bor és a gasztroturizmus a kulturális turizmus része, amely a tevékenység specifikus termékek csoportjába sorolható. A gasztrókultúra, borkultúra országonként vagy akár tájegységenként is eltérővé teheti a termékek értelmezését, valamint felhasználását és ez által a turisztikai termékként történő hasznosítását (Gonda, 2020).

Ezen termék érdekessége, hogy mint önálló turisztikai termék, attrakció is megállja a helyét a bor és annak kultúrája, termőhelyének látványértéke. Ha a bor valamint annak termelését tájegység vagy borvidék részeként kerül bemutatásra, már turisztikai terméknek minősül, amely nem csak agrártermékként jelenik meg, hanem rámutat a településre, tradícióira és a kulturális attrakcióra fókuszál. Ennek értelmében a térségi tematikus attrakcióként fogható fel (Gonda, 2020).

A borturizmus tehát olyan turisztikai termék, melyben a látogató fő motivációja a látogatott desztináció szőlő- és borkultúrájának megismerése valamint a szőlőműveléshez és borfogyasztáshoz társuló élmények tapasztalása bele értve a borkóstolást, szüretelést vagy borfesztiválokra való részvételét és egyéb aktív bekapcsolódást a borkészítés folyamataiba.

A gasztronómiai turizmusban résztvevők motivációja pedig a felkeresett célterületre jellemző ételek, italok a desztináció vendéglátási hagyományaival való megismerkedés a kiváltó ok, valamint a gasztronómiai különlegességek elkészítésének megmerése és elsajátítása iránti érdekltség. A gasztronómiai turizmus rendelkezik az egyik legszélesebb

kínálati oldallal, továbbá ide sorolják a gasztrofesztivált is, amely képes széles tömegeket a helyszínre vonzani.

2.4. A bor és gasztroturizmus kapcsolata más turisztikai termékekkel.

Az utóbbi időben a borfogyasztás és a gasztroturizmus, a vendéglátás szinte minden utazásban fontos szerepet kap, ennek köszönhetően a bor és gasztronómia kapcsolata más turisztikai termékekkel különleges. A mai trendek következtében más szemmel kell tekintenünk a borturizmus és gasztroturizmusra, hiszen nemcsak kiegészítő, hanem egy-egy része speciális vonású. A termék jól együttműködik a kulturális turizmussal, hiszen a gasztrokultúra egy eleme magának a gasztronómiának, ami iránt ma megnövekedett kereslet mutatkozik.

De nem csak a kulturális turizmussal kedvező a kapcsolata, az egészségturizmusban is fontos szerepe van. Napjainkban fokozott figyelmet kap az egészséges táplálkozás, amely a nyaralás során is jelen van. A borvidékek területén a szőlő és a bor széleskörű felhasználása figyelhető meg.

A borturizmus és gasztroturizmus kiválóan illeszkedik még a vidékturizmus kínálatához, melyben különböző tájegységek egyedi ételeinek és szokásainak megismerése fontos utazási motivációként szerepel. Ebben az esetben a látogatók gyakran vásárolnak helyi termékeket és vesznek részt a helyiek munkálataiban, legyen az egy éppen aktuális agrártevékenység, de lehet ez főzőtanfolyam is. Itt a motiváció már nem csak pihenés, megismerés, hanem az önmegvalósítás is.

Kiváló együttműködést mutat a hivatásturizmussal is, mint kiegészítő szolgáltatás, program. Egyes borturisztikai szolgáltatóknál nem ritka a csapatépítő tréning sem, vagy hivatásos, szakmai programok megtartása.

A fesztiválturizmus napjaink tendenciájának élén áll és látványos együttműködés tanúsítható a különböző bor és gasztrofesztiválok megrendezése révén. Ezek megrendezése jellemzően tavasztól ősziig tart. Az efféle fesztiválok önmagukban is egy témát képviselnek, viszont tájegységileg eltérnek egymástól, de a borászat és a gasztronómia fontos szerepet kap benne, elsődlegesen a helyi jellegek bemutatásával. A fesztiválok hatóköre persze változó, ugyanis lehet térségi, régiós vagy akár országos valamint eltérő és sokféle tematikával rendelkezhetnek (Gonda, 2020).

3. A KUTATÁS EREDMÉNYEINEK BEMUTATÁSA

Eddigi munkánkban igyekeztünk egy át fogó képet adni, magáról a Chizay kis-hegy üzletláncról illetve megismertetni az éttermi részt az olvasókkal. Mivel komplex vállalkozásról van szó, és az éttermi rész is ennek alapján működik, egyaránt vonzereje elhelyezkedése, különleges kínálatú konyhája, és kiemelkedő borászati termékei ezért fontosnak tartottuk mindet ismertetni. Ugyanis jelen esetben egy olyan híres márkáról van szó, ami hallatán a vendégek elsősorban a Chizay borokra fognak gondolni, és vannak olyanok, akik épp ezért választják a kis-hegy éttermet.

A vendéglátás szerepéről, mint a gazdaságban, mint a társadalomban egyaránt beszéltünk. Ugyan is tudnunk kell, hogy napjainkban milyen fontos szerepet töltenek be ezek a vállalkozások. Hiszen még ha közvetlen módon nem is, de közvetetten mindenkit érint, a vendéglátó vállalkozások munkája, nem csak a társadalmi színvonal javításával, a közérzet változtatásával, hanem új vendégek csalogatásával, a turisták megjelenésével jár és ezzel mi is egyaránt szembesülünk. Ez pedig kihat más egyéb vállalkozásokra is, melyek lehetnek tipikus turisztikai termékek vagy akár kiegészítő turisztikai vállalkozások.

A kutatásunk prioritásában a Chizay Kis-hegy étterem vendéglátó-kapacitásának elemzése áll. Ennek érdekében olyan kutatási módszert választottunk, mellyel fel tudtuk tární a vendégek motiváltságát, összetételét, rendszerességét, valamint a jelenlegi helyzetünket tekintve, értem ez alatt a COVID-19 pandémiát és az ezt követő háborút, arra is rá világítottunk, milyen változásokat okozott, okoz a vendéglátásban illetve a vendégek utazási szokásaiban.

3.1. A kérdőív összeállításának módszertana

A szakdolgozat megírása során egyaránt használtunk kvalitatív és kvantitatív kutatási módszert, hogy átfogó képet kapjak a turisták, vendégforgalom kapacitásáról. Azonban, mielőtt bele kezdenénk, szeretnénk az említett módszereket ismertetni az olvasók számára.

A tudományos kutatások során, először is meg kell határoznunk saját céljainkat, tehát mi is a kutatási tárgyunk. Ehhez mérten kell kiválasztanunk, hogy mely kutatási módszer a

legalkalmasabb számunkra. Ilyen lehet a kvalitatív (minőségi) vagy kvantitatív (mennyiségi) illetve a kettő ötvözete (Dr. Bonc Imre, 2015).

3.1.1. Kvantitatív kutatási módszerek

Kvantitatív kutatási módszer során széles körben lefolytatott mennyiségi adatgyűjtésről van szó, mely szabályokra épül. Ezáltal válik könnyen számszerűsíthetővé az eredmények bemutatása során. A kvantitatív kutatások lényeges eleme a megfelelő mintavételezés, ugyanis ettől függ hogy jól reprezentálja e a valóságot (Dr. Bonc Imre, 2015).

3.1.2. Kvalitatív kutatási módszerek

Kvalitatív, az-az minőségi kutatás során mélyebb betekintésre tehetünk szert, mely nem csak a felszíni információk gyűjtésére szolgál, hanem a viselkedés és attitűdök megértésére is választ kínál.

Napjainkban egyre gyakoribb, hogy a tudományágat a két módszer ötvözetét együttesen használja (Dr. Bonc Imre, 2015).

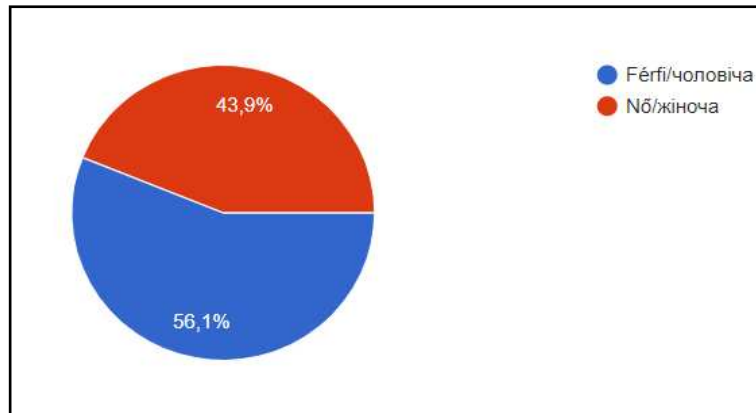
3.2. A kutatás eredményeinek ismertetése

A kutatásunk lényege a vendégkör kapacitás elemzése, a motiváció feltárása, a vendégek összetétel valamint azok rendszeressége illetve az aktuális helyzetet tekintve, milyen mértékben változtatta az a vendégek látogatási szokásait.

A kutatás több szakaszból tevődik össze:

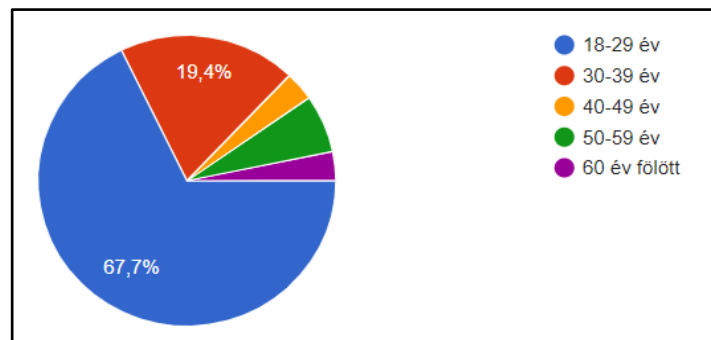
- Általános adatgyűjtés
- Egyéb szolgáltatás igénybevétel felmérése
- Motiváció feltárás
- Utazási szokások felmérése
- A helyről alkotott értékelés megismerése
- Az alkalmazottak nézeteinek megismerése

A válaszadók neme: A kérdőíves felmérés során a megkérdezettek 56,1% férfi és 43,9% nő nemű.



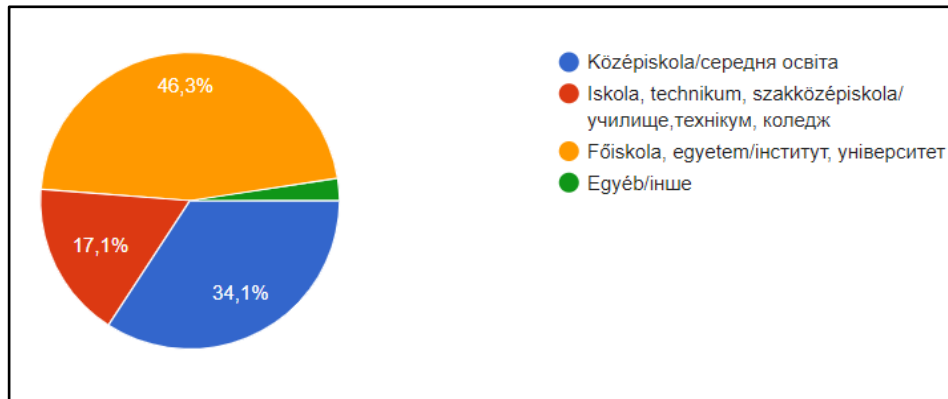
8. ábra. A válaszadók neme.

A válasz adók kora: kérdőíves felmérés során szeretnénk volna felmérni a megkérdezettek milyen korcsoportokba is tartoznak az össze gyűjtött adatok alapján 67,7% tartozott a 18 és 29 közötti hely látogatók körébe, 19,4% a 30-39 közötti korosztályba



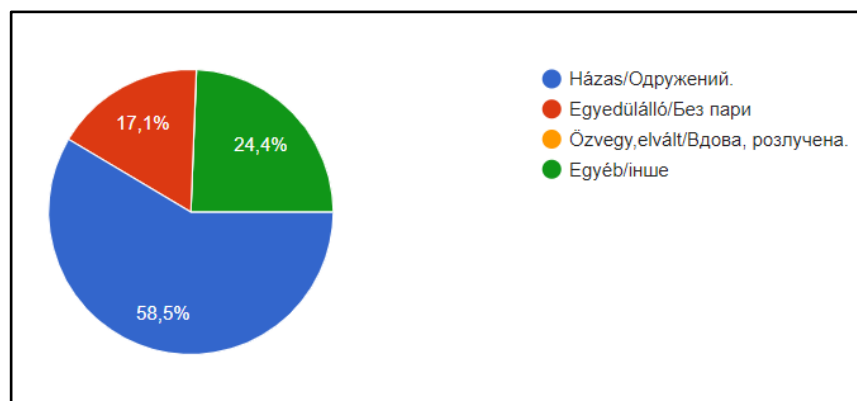
9. ábra. A válaszadók kora.

A válaszadók végzettsége: pozitív képet ad, hogy a válaszadók többsége rendelkezik felsőfokú végzettséggel (46,3%) ezt követi a középiskolai végzettséggel rendelkezők 34%-al majd pedig az technikummal rendelkezők 17,1%



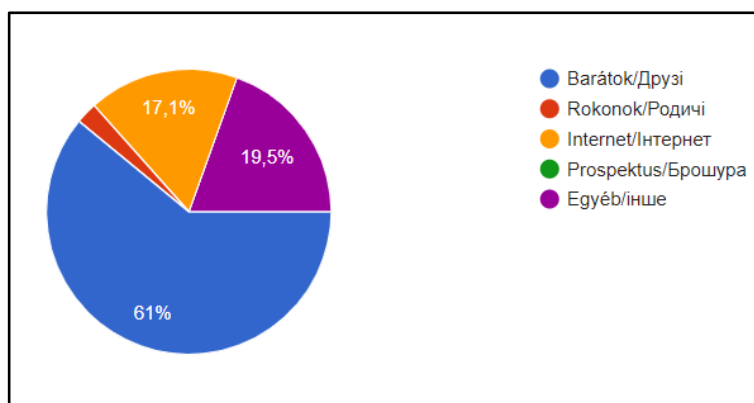
10. ábra. A válaszadók végzettsége.

A válaszadók családi állapot szerint: látható hogy többségben a házas családi állapot szerepel. Véleményem szerint fontos figyelembe vennünk, hiszen a szolgáltatást a kereslethez kell igazítani. A gyerekekkel rendelkező családok számára, lehet épp a hely gyerekekre való tekintetű kialakítása a mérvadó.



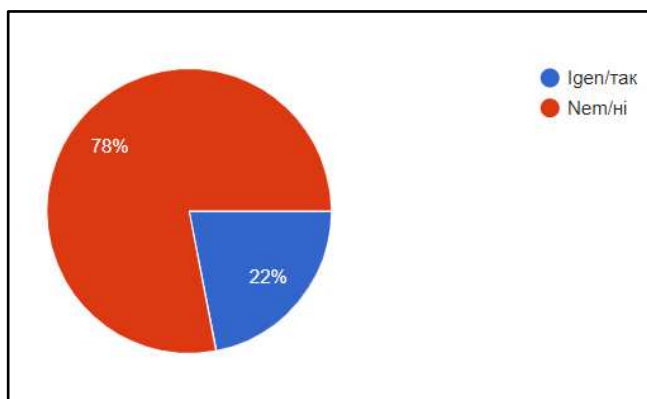
11. ábra. A válaszadók családi állapot szerint.

A következő kérdés, hogy szerzett tudomást a Chizay kishegy étteremről? A legtöbb vendég barátokon keresztül értesült a helyről, a válaszadók majdnem 20%-a egyéb formában szerzett tudomást a helyről, 17% pedig az interneten keresztül.



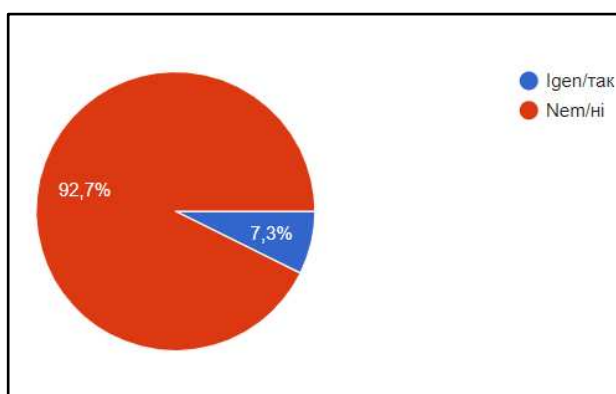
12. ábra. A válaszadók tudomás szerzésének forrása az étteremről.

Igénybe vette már a Chizay Kis-hegy étterem szálláshelyét? Mivel főleg a helyiekről beszélünk, érthető hogy nem nagymértékben veszik igénybe a szállásszolgáltatást.



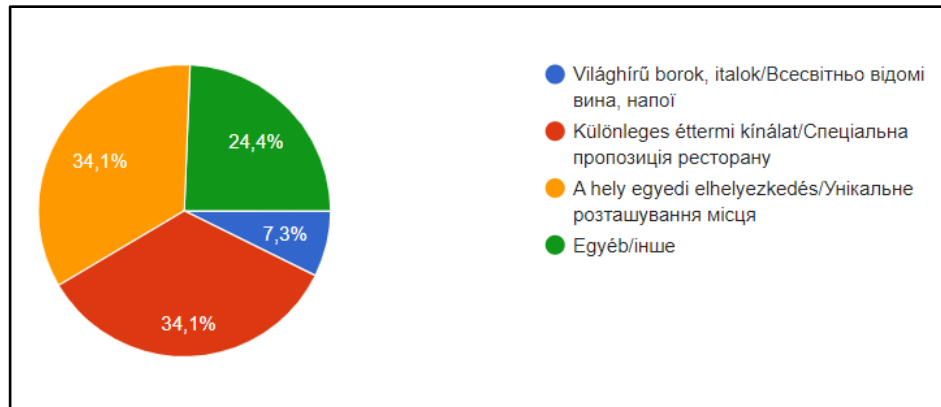
13. ábra. A Chizay kis-hegy étterem szálláshelyének igénybevétele a válaszadók szerint.

Igénybe vett egyéb szálláshelyet a Chizay Kishegy étterem közelében? Valamint egyéb szálláshely szolgáltatást sem.



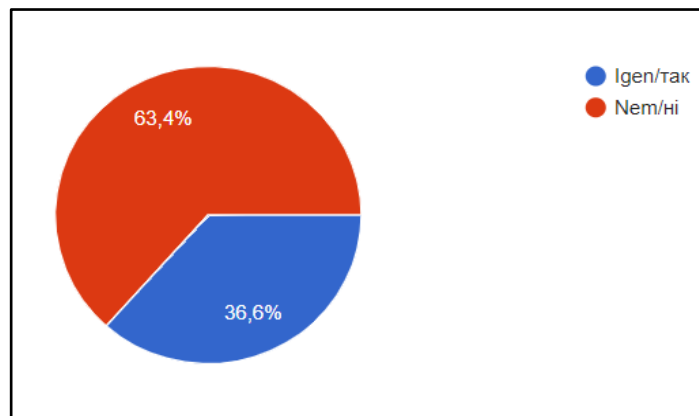
14. ábra. Egyéb szálláshelyek igénybevétele az étterem közelében a válaszadók szerint.

Mi volt a fő célja a Chizay Kishegy étterembe való látogatásnak? Az idelátogatók motiváltsága éles helyzetben áll a hely egyedi elhelyezkedése valamint a különleges konyhai kínálatban, a borok tekintetében viszont alacsony a mutató.



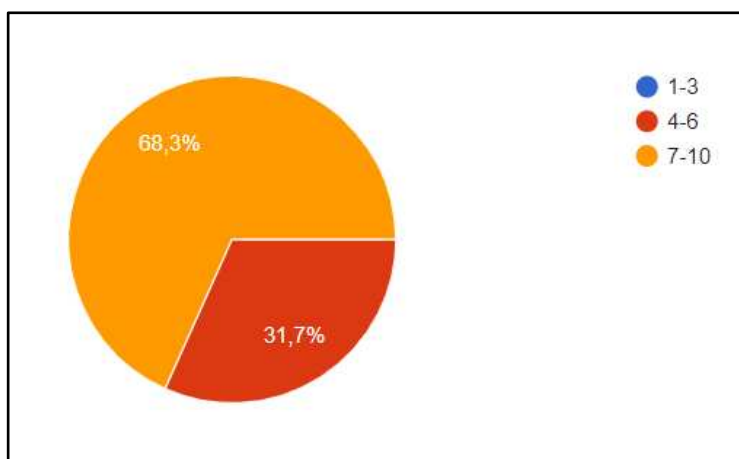
15. ábra. A válaszadók étterem látogatásának célja.

Részt vett egyéb programon melyet a Chizay komplexum kínált? (borkóstoló, múzeumlátogatás, szüretelés, egyéb) A vendégek többsége nem vett részt egyéb programban, viszont az arányokat tekintve van rá igény.



16. ábra. A Chizay által kínált programokon való részvétel a válaszadók szerint.

Kérem értékelje a Chizay Kis-hegy Étterem szolgáltatást! Az értékelés meglehetősen pozitív képet nyújt a szolgáltatásról, hiszen a magasan többség elégedett vele.



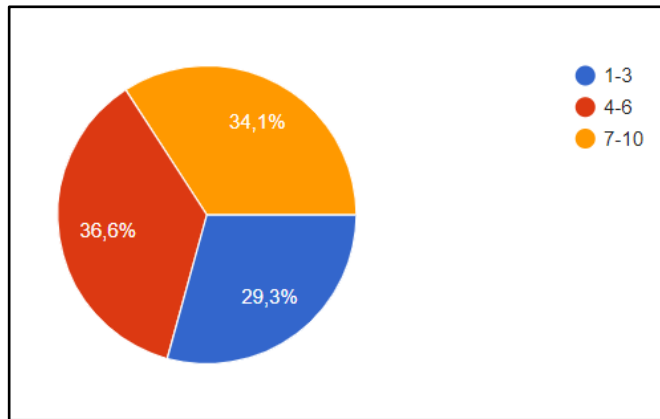
17. ábra. A válaszadók értékelése a Chizay Kis-hegy éttermi szolgálattásra

A COVID-19 milyen mértékben befolyásolta utazási szokásait? A pandémia kritikus időszak volt mindenki számára, a válaszadók többsége meg tartotta utazási szokásait, illetve akik csak a korlátozások alatt nem utaztak, ezt követik azok, akik az óta már kevesebbet utaznak. Utolsó helyen áll azoknak a száma, akik nagyon keveset utaznak.



18. ábra. A válaszadók COVID-19 alatti utazási szokásai.

A háború milyen mértékben csökkentette utazási szokásait? A háború okozta helyzet negatív hatásai mindenütt észrevehetőek. A válaszadók többsége (36,6%) a középső skálát választotta, ezt követte (34%) a legmagasabb ponthatár. Utolsó helyen pedig 29%-al a legalacsonyabb pontérték.



19. ábra. A válaszadók háború alatti utazásainak csökkenése.

A következőkben bemutatok néhány személyes véleményt, értékelést a válaszadóktól:

Finom ételek, készséges személyzet.

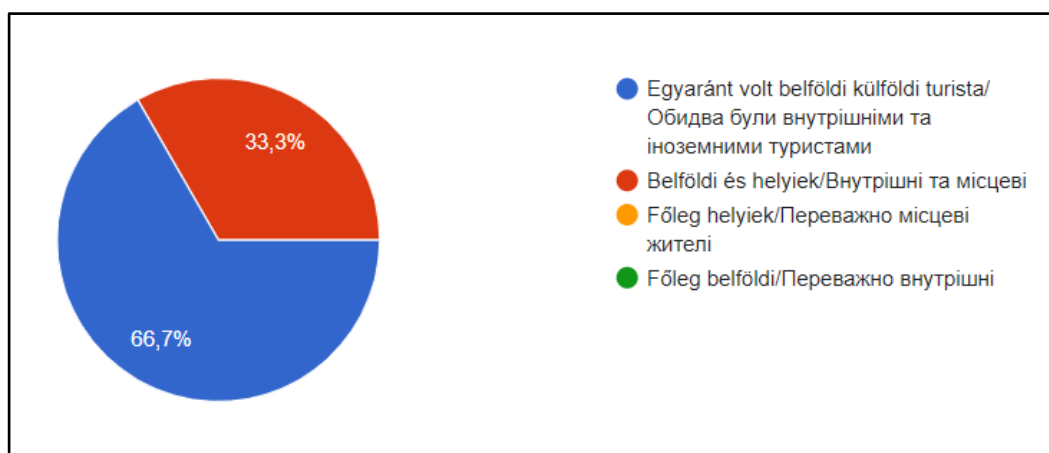
Az ár érték arány megfelelő.

Igényes környezet és kiszolgálás.

A környező helyektől eltérő különleges ételek. Évszaktól független mindig kellemes körülmények. Nagyon jó hely kiváló kiszolgálás kulturált szállás isteni ételek. Kiváló ízek, kedves kiszolgálás, modern berendezés, kellemes hangulat.

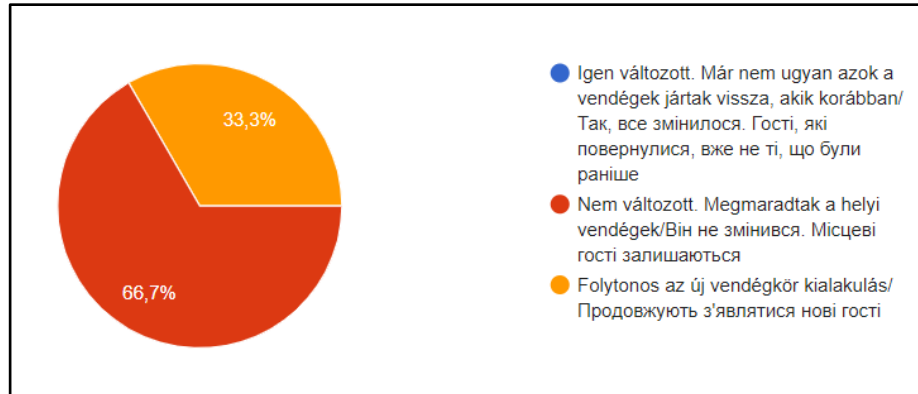
Az éttermet látogató vendégek véleményét már megismertük, de szeretném az ott dolgozók szemszögéből is ismertetni a vendégforgalmat.

Jellemezze a COVID-19 előtti vendégkör forgalmat! Jól látható, hogy vegyes vendégforgalom van jelen, nem korlátozódik sem helyiekre, sem belföldiekre.



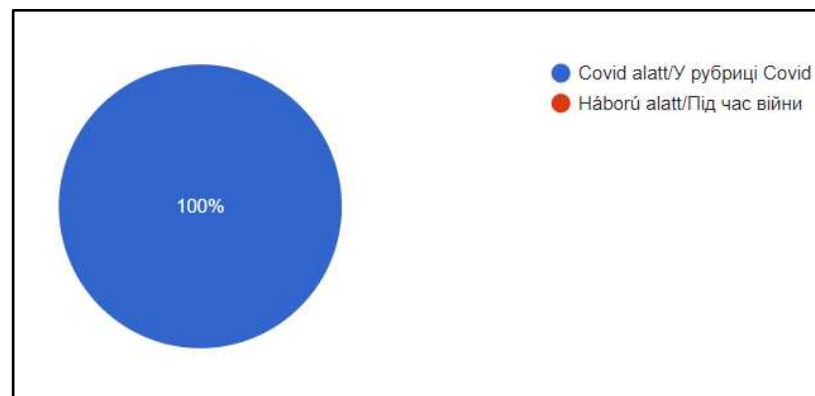
20. ábra. Az alkalmazottak jellemzése a COVID-19 alatti forgalomról.

A COVID-19 következtében változott a vendégkör össze tétele? Pozitívum, hogy nem történt változás a COVID-19 időszakot követően. A helyi vendégek megmaradtak, de mind e mellett állandó az új vendégek megjelenése.



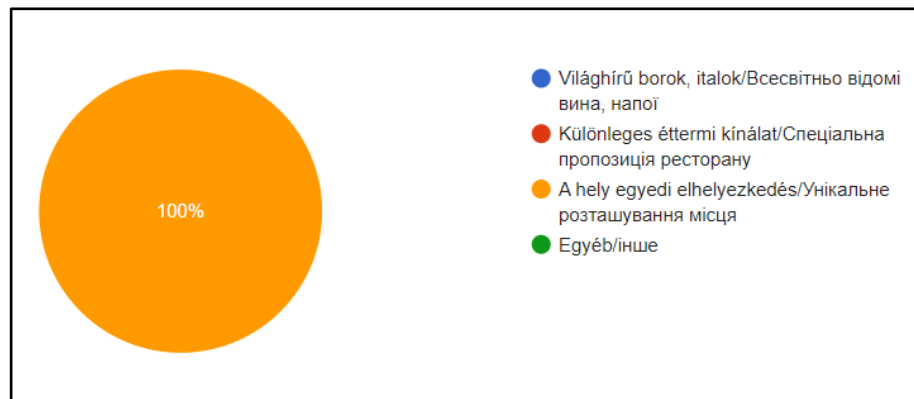
21. ábra. Az alkalmazottak jellemzése a COVID-19 időszak alatti vendégkör összetételről.

A keresletet tekintve, melyik tekinthető rosszabb időszaknak? A dolgozók szerint egyértelműen kevesebb vendég érkezett COVID-19 alatt, mint jelen helyzetben.



22. ábra. Az alkalmazottak véleménye a COVID-19 és a háború időszak összehasonlításról.

Véleménye szerint mi a fő vonzó ereje a Chizay Kis-hegy étteremnek? Szintén egyhangú válaszadás született, miszerint maga a hely egyedi elhelyezkedése a fő vonzereje az étteremnek.



23. ábra. Az alkalmazottak szerint a fő vonzereje a Kis-hegy étteremnek.

Megkértem az alkalmazottakat, hogy jellemezzék a COVID-19 alatti forgalmat pár mondatban

A látogatók aránya nem változott, egyaránt voltak helyiek és belföldiek. A számuk lett kevesebb egy ideig, aztán mikor enyhültek a korlátozások visszaállt a forgalom a COVID-19 előttire.

В ресторані була повна посадка але туристів з закордону значно поменшало./Az étterem tele volt, de a külföldi turisták száma kevesebb volt.

Під час пандемії ковіду потік туристів значно зменшився. У зв'язку з тим, що люди почали боятися за себе та свою родину. Період був важкий, відвідувачів поменшало./A járvány idején jelentősen csökkent a turisták száma. Az emberek féltették magukat és családjukat. Nehéz időszak volt, és kevesebb volt a látogató.

Valamint a háború alatti vendégkör kapacitás, az esetleges változásokat.

Többségében belföldi turisták (menekültek) látogatták az éttermet. Helyiekből kevesebb lett mivel sokan elhagyták az országot. Lényegesen visszaesett a forgalom.

Почало з'їжджалися багато людей з інших регіонів України. Загалом чисельність гостей ресторану зростає./Ukrajna más régióiból sokan kezdtek idejönni. Általában véve a vendégek száma nőtt.

Склад відвідувачів змінився не значно, були як і старі, так і нові за рахунок туристів та тимчасово переміщених осіб./A látogatók összetétele nem változott jelentősen, a turisták és az ideiglenesen kitelepítettek közül is érkeztek régiiek és újak.

A következőkben pedig láthatjuk a három legkedveltebb ételkínálatot:

Éti csiga, bográcsgulyas, bános

«Біфштекс з картопляним пюре», «Чізкейк з сиром дор-блю», салат «Мала Гора»

Равлики, біфштекс, рибна юшка.

A három legkedveltebb italkínálatot:

Bor, házi készítésű bodza virág lé, egyedi készítésű koktélok.

Вино Gewürz Traminer, сік із цвіту бузини, сік Чизай

Кава, вино під нампрій, та фірмовий сік.

KÖVETKEZTETÉSEK

A munkavégzés folyamán tartalmas összegzésre jutottunk, a kérdőívek és beszélgetések több dologra rá világítottak. Először is a Chizay Kis-hegy üzletlánc számos produktumot kínál az ide látogatók számára. Mind e mellett folyamatos fejlődéseken ment végbe az elmúlt években. Az étterem, mely kutatásunk fő tárgyát képezi, a legújabb részlege az üzletláncnak. A kutatása révén sikerült át fogó képet szereznünk a turisztikai jellegéről, vendégkör kapacitásáról és kínálati potenciáljáról.

A felmérés során majdnem azonos arányban töltötték ki a kérdőívet nők és férfiak, bár a férfi nem 56,1 %-os túlnyomó aránnyal mutatkozik. A továbbiakban az általános adatok vizsgálatával a korösszetételre térünk ki, melyben látható hogy 67,7% a 18 és 29 év körébe esik majd ezt követi majdnem 20% al a 30-39 év közötti korosztály. Végzettségüket tekintve a kitöltőknek, pozitív benyomást keltően a többség az-az 46,3% rendelkezik felsőfokú végzettséggel, míg 34% középiskolaival és ezt követi 17% al a technikummal rendelkezők. Az általános adatokat a családösszetétel vizsgálatával zártuk, melyben kiderült, hogy a többség házas társi viszonyban él, míg 17% egyedülálló illetve egyéb kategóriába vallja magát.

Az általános adatok megismerését követően, rá tértünk a vendéglátó egységgel való megközelítésre. Első sorban azt szerettük volna megtudni, hogyan is szereztek tudomást az étteremről. A legtöbb vendég barátokon keresztül értesült a helyről, a válaszadók majdnem 20%-a egyéb formában szerzett tudomást a helyről, 17% pedig az interneten keresztül.

A következőkben a szálláshely szolgáltatás használatát, igénybevételéről kérdeztük a vendégeket, melyben az bizonyult, hogy a legtöbben (78%) nem veszi igénybe a szálláshely szolgáltatást, ennek oka főként az is lehet, hogy a legtöbben helyiek, így nem igényelik. Ezt követően tudni szerettük volna, hogy esetleg más szállásszolgáltatást a közelben igénybe vesznek vagy nem. A válaszadók egyhangúan (92,7%) nemmel válaszoltak.

A következő szakaszban a motivációjukat kutattuk. Tehát hogy miért is látogatnak a Chizay kishegy étterembe. Az idelátogatók motiváltsága éles helyzetben áll a hely egyedi elhelyezkedése valamint a különleges konyhai kínálatban, a borok tekintetében viszont alacsony a mutató. Érdekesség, hogy ugyan ezen kérdés az alkalmazottaknak szintén felvult téve, a kereslet szempontjából és szintén 100%-s egyezést mutatott, ugyan is az ő válaszuk alapján is a táj egyedi elhelyezkedése motiválja az idetátogatókat.

Mivel a Chizay komplexum kínál egyéb programokat, szeretnénk volna ezt is számításba venni. Az idelátogatók 36,6 %-a már részt vett a komplexum által kínált programokban, míg 63,4% még nem.

Ezt követően a vendégek értékelése került sorra, mely kedvező képet sugall a szolgáltatásról, 68,3 % maximálisan minősítette a szolgáltatást, míg 31% a közepes értékskálát választott. Az alacsony skálára pedig nem érkezett jelzés. Ennek értelmében megállapítható, hogy megfelelő színvonalat képvisel a szolgáltatás.

A következő fázisban a COVID-19 és a háború időszakra vonatkozó látogatások illetve ezen időszakok összehasonlítása következett. Elsőként a látogatók utazási szokásaira tértünk ki a COVID-19 időszak alatt. A pandémia kritikus időszak volt mindenki számára, a válaszadók többsége meg tartotta utazási szokásait, illetve akik csak a korlátozások alatt nem utaztak, ezt követik azok, akik azóta már kevesebbet utaznak. Utolsó helyen áll azoknak a száma, akik nagyon keveset utaznak. Ezt követte a háború alatti utazások csökkenésének mérése. A háború okozta helyzet negatív hatásai mindenütt észrevehetőek. A válaszadók többsége (36,6%) a középső skálát választotta, ezt követte (34%) a legmagasabb pontthatár. Utolsó helyen pedig 29%-al a legalacsonyabb pontérték. A vendégek véleménye tehát kimutatja, hogy a COVID-19 és a karantén következtében létrejött korlátozások negatívabban hatott utazásaikra, mint az aktuális belpolitikai helyzet.

A kutatásunkat ezt követően az alkalmazottak véleményével egészítettük ki. Szintén megkérdeztük az elmúlt év változásainak hatásait az ő szemszögükből és a következőkre jutottunk. A COVID-19 időszak alatt vegyes vendégforgalom van jelen, nem korlátozódik sem helyiekre, sem belföldiekre. A vendégkör összetételére is rá tértünk a COVID-19 időszakra tekintve és pozitívum, hogy nem történt változás a COVID-19 időszakot követően. A helyi vendégek megmaradtak, de mind e mellett állandó az új vendégek megjelenése. A keresletet tekintve, tudni szeretnénk volna, hogy az alkalmazottak szerint melyik számított rosszabb időszaknak. A dolgozók szerint egyértelműen kevesebb vendég érkezett COVID-19 alatt, mint jelen helyzetben.

Az elbeszélgetésben, olyan dolgokra is rá világítottak, hogy a COVID-19 időszak alatt a látogatók arány nem változott belföldieket és külföldieket tekintve, de a számuk az csökkent, később pedig az időszak végezetével, visszaállt az eredetire. Azt is megtudhattuk, hogy a háború következtében szintén visszaesett a forgalom, valamint a helyiek egy része eltűnt a keresletből és új keresleti kör alakult ki, azokból, akik újdonnal érkeztek a térségbe. Ezen új vendégek száma pedig megnövekedett.

Átfogó elemzés végzése után, számos szempontot figyelembe véve, a munkánk tanulságos eredményeket hozott. A Chizay komplexum kiváló kínálati elemekkel képes a turistákat térségünkre vonzani, valamint a helyi vendégeket megtartani. A vendégek megőrzéséhez továbbá az is hozzá járul, hogy a turisztikai komplexum innovatív.

A változó időszakokat figyelembe véve az elmúlt évek során, meglehetősen nehéz helyzetet biztosított ez mint a vendégek mint a turisztikai szolgáltatások számára. Ennek ellenére, a kutatásból is jól láthatjuk, megfelelő kínálat, kiszolgálás és fenntartható fejlődés mellett, a vendéglátó szféra képes megőrizni a vendégkörét, és turista forgalmát. Értjük ez alatt változó összetételű forgalom melletti állandó vendégeket.

Véleményünk szerint, fontos a térségünk számára, hogy milyen turisztikai komplexumok kínálata vesz minket körül, hiszen egy részt ez határozza meg az ideérkezők számára az arculatunkat. Valamint a helyiekre szintén hatással van, mind a mellett hogy a gazdaságban betöltött szerepe napjainkban egyre fontosabb, de a társadalom számára nyújtott értéke is magas. Ugyanis a vendéglátás befolyásolja a társadalom általános közérzetét, javítja az életszínvonalat és segít az egymásközi kapcsolatteremtésben.

A munkánk hipotézisében a vendégkör stabilitását helyeztük előtérbe, melyről sikeresen bizonyosságot nyertünk. Ahogy az eredményekből is látható, képes fenntartani a keresletet, megfelelő kínálat mellett. Úgy véljük, ez a jövőben is hasonló formában fog zajlani, és a vendéglátás továbbra is fontos szerepet fog betölteni térségünkben.

ÖSSZEGZÉS

A szakdolgozatunk témája a beregszászi Chizay Kis-hegy étterem vendégkörének turisztikai szempontú felmérése. A felmérés elvégzéséhez elsősorban egy átfogó bemutatást végeztünk, melyben bemutattuk a Chizay komplexum turisztikai kínálatát. A Kis-hegy étterem a Chizay komplexum legújabb turisztikai részlege, mely Ukrajnában az első olyan étterem és szálloda egyben, ami egy szőlőültetvényben található. Megismertük történelmi előzményeit, melyben a szőlőtermesztés és borászat egészen a középkorig nyúl vissza. Bemutattuk különleges kínálati elemeit melyben a 18 fajta szőlőültetvényből már nem csak bor, de pezsgő, natúr-lé és drappa (borpárlat) készítés is történik. Az Izabella natúr-lé itt kiemelkedő szerepet képvisel világszínvonalon. A kínálati elemek közt a Kis-hegy étterem tradicionális, európai és ázsiai tematikát képvisel. A kutatásból megállapítva legkedveltebb ételei közé tartozik az Éti csiga, bográcsgulyas, halászlé, „Málá-Gora saláta”. Italkínálatában pedig a legkedveltebbek a kóser borok, bodzavirág lé és Chizay natúr levek állnak. A Kis-hegy étterem teret szolgáltat különböző rendezvények megtartására, mint például bankettek, céges rendezvények vagy egyéb ünnepek megtartására. A Chizay komplexum ezen felül különböző programokat kínál a látogatók számára, mint a szüretelés, borkóstolás vagy borászati múzeumlátogatás.

Kutatásunk fókuszában a vendégkör turisztikai szempontú elemzése állt, melyben kiderült, hogy a látogatók motiváltsága éles helyzetben áll a hely egyedi elhelyezkedése valamint a különleges konyhai kínálatban, ezt követően a borok tekintetében érdekeltek. Vizsgáltuk az utazási szokásaikat a COVID-19 és a háború tekintetében, melyben a látogatók többsége a COVID-19 alatt meg tartotta utazási szokásait (34,1%), illetve akik csak a korlátozások alatt nem utaztak (29,1%), ezt követik azok, akik az óta már kevesebbet utaznak (19,5%). A háború tekintetében skálás rendszeren vizsgáltuk a vendégek utazás csökkenését melyben válaszadók többsége (36,6%) a középső skálát választotta, ezt követte (34%) a legmagasabb pontthatár. Utolsó helyen pedig 29%-al a legalacsonyabb pontérték. Az alkalmazottak véleménye szerint, a COVID-19 alatti korlátozások kereslet szempontjából nehezebbnek bizonyultak, a háború időszaka pedig a vendégkör összetételére volt nagyobb mértékű befolyással.

A munkánk hipotézisében a vendégkör stabilitását helyeztük előtérbe, melyről sikeresen bizonyosságot nyertünk. Ahogy az eredményekből is látható, képes fenntartani a keresletet, megfelelő kínálat mellett. Úgy véljük, ez a jövőben is hasonló formában fog zajlani, és a vendéglátás továbbra is fontos szerepet fog betölteni térségünkben.

FELHASZNÁLT IRODALOM JEGYZÉKE

1. Boncz Imre, Dr., 2015: *Kutatási módszer alapismeretek*. Pécsi Tudományegyetem, Pécs, 24-26 pp.
2. Fedor Anita, dr., Huszti Éva, dr., 2016. *Kutatás módszertani kézikönyv*. Debreceni Egyetem, p 12.
3. Fekete Mátyás, Dr., 2006. *A turizmuselmélettől a gyakorlatig*. Nyugat-Magyarországi Egyetem Közgazdaságtudományi kar Doktori Iskolája, Sopron. p 65
4. Géring, Király, Fűzi, 2019. *Kutatásmódszertani segédletek*. Budapesti Gazdasági Egyetem, Budapest
5. Gonda Tibor, 2016. *A turisztikai termékfejlesztés elméleti alapjai* PTE KPVK, p 10
6. Gonda, Kaposi, Raffay, Varga, 2020: *A vendéglátás jövője*. Pécsi Tudományegyetem, Pécs, 32-34 pp.
7. Hadnagy János, 2018. *Vendéglátásszervező-vendéglős*. Magyar Kereskedelmi és Iparkamara, Budapest, 47-48 pp
8. Hornyacsek Júlia, Dr., 2014. *A tudományos kutatás elmélete és módszertana*. Nemzeti Közszolgálati Egyetem, Budapest, p 91
9. Hunkár Márton, 2013. *A kutatás módszertana*. Debreceni Egyetem, Debrecen, p 10
10. Kardos Zoltánné, 2011. *Turisztikai ismeretek*. Szegedi Tudományegyetem, Keszthely, p 20
11. Michalkó, Németh, Rietecz, 2020. *Turizmusbiztonság*. Dialóg Campus, Budapest, p 33
12. Nagy Dávid, 2020. *A jövővendéglátása, a vendéglátás jövője*. Pannon Vidékfejlesztés KFT, Pécs, p 21
13. Nagy Henrietta, 2019. *A helyi gazdaság és vállalkozás fejlesztés szerepe és lehetőségei a vidékbiztonság megteremtésében*. Nemzeti Közszolgálati Egyetem, Budapest, p 22
14. Németh Kornél, 2021. *Körforgásos gazdaság alapja*, Pannon Egyetemi Kiadó, Veszprém, p9
15. Szilágyi István, 2020. *Minőség a turizmusban és a vendéglátásban*. Hargitamegye Fejlesztési Ügynökség, Csíkszereda, p 8

INTERNETES FORRÁSOK

<https://chizay.com/restaurant> (a letöltés dátuma: 2022.11.12)

<https://chizay.com/en/restaurant>(a letöltés dátuma: 2022.11.12)

<https://pmg.ua/restaurant/78956-chizay-mala-gora>(a letöltés dátuma: 2022.11.12)

<https://karpaty3d.com/listing/beregovo-restoran-chyzaj-mala-gora> (a letöltés dátuma: 2022.11.12).

<https://www.studocu.com/hu/document/budapestigazdasagiegyetem/vendeglats-tortenete> (a letöltés dátuma: 2023.03.05).

<https://www.arcanum.com/hu/online-kiadvanyok/TenyekKonyve-tenyek-konyve-1/regiok-1842E/regiok-es-megyek-osszehasonlito-gazdasagi-adatai-18D0A/uzleti-penzugyi-szolgalatasok-kereskedelem-vendeglatas-18DA6> (a letöltés dátuma: 2023.03.05).

ADATKÖZLŐ:

Gennadiy Vachiliya, 2022.09.13

MELLÉKLET

Kérdőív

1. *Nem/Стать*

Férfi/чоловіча

Nő/жіноча

2. *Életkor/Bik*

3. *Végzettsége/Osvita*

- a) Középiskola/середня освіта
- b) Iskola, technikum, szakközépiskola/училище, технікум, коледж
- c) Főiskola, egyetem/інститут, університет
- d) Egyéb/інше

4. *Családi állapot/Cімейний стан*

- a) Házas/Одружений.
- b) Egyedülálló/Без пари
- c) Özvegy, elvált/Вдова, розлучена.
- d) Egyéb/інше

5. *Hogyan szerzett tudomást a Chizay Kishegy étteremről?/Як ви дізналися про ресторан "Chizay Мала гора"?*

- a) Barátok/Друзі
- b) Rokonok/Родичі
- c) Internet/Інтернет
- d) Prospektus/Брошура
- e) Egyéb/інше

6. *Ukrajna melyik régiójából származik? (vagy külföld) /З якої області України ви родом? (або за кордоном)*

- a) *Milyen típusú közlekedési eszközt használ?/Яким видом транспорту ви користуєтесь?*
- b) Tömegközlekedés/Громадський транспорт
- c) Autó, busz/Машина, автобус.
- d) Egyéb/інше

7. *Igénybe vette már a Chizay Kishegy étterem szálláshelyét?/Забронювали номер у ресторані Chizay Мала гора?*

Igen/так

Nem/ні

8. Igénybe vett egyéb szállás helyet a Chizay Kishegy étterem közelében?/Бронювали інше житло поруч з рестораном "Chizay Мала гора"?

Igen/так

Nem/ні

9. Mi volt a fő célja a Chizay Kishegy étterembe való látogatásnak?/Якою була основна мета вашого візиту до ресторану "Chizay Мала гора"?

- a) Világhírű borok, italok/Всесвітньо відомі вина, напої
- b) Különleges éttermi kínálat/Спеціальна пропозиція ресторану
- c) A hely egyedi elhelyezkedés/Унікальне розташування місця
- d) Egyéb/інше

10. Részt vett egyéb programon melyet a Chizay komplexum kínált? (borkóstoló, múzeumlátogatás, szüretelés, egyéb)/Чи брали ви участь у будь-яких інших заходах, запропонованих комплексом "Chizay" (дегустації вин, відвідування музеїв, збір врожаю, тощо)?

Igen/так

Nem/ні

11. Kérem értékelje a Chizay Kihsegy Étterem szolgáltatást/Оцініть, будь ласка, свій досвід роботи в Ресторан Chizay Мала гора

1-3

4-6

7-10

12. A Covid-19 milyen mértékben befolyásolta utazási szokásait?/Наскільки Covid-19 вплинуло на ваші звички подорожувати?

- a) Csak a korlátozások alatt nem utaztam/Я не подорожував тільки під час обмежень
- b) Azóta kevesebb időt töltök utazással/Відтоді я витрачаю менше часу на подорожі
- c) Ugyan annyit utazom mint előtte/Я подорожую так само багато, як і раніше
- d) Egyáltalán vagy nagyon keveset utazom/Я подорожую дуже мало або не подорожую взагалі
- e) Egyéb/інше

13. A háború milyen mértékben csökkentette utazási szokásait?/Наскільки війна змінила ваші звички до подорожей?

1-3

4-6

7-10

14. Saját vélemény az étteremről (nem kötelező)/Ваша власна думка про ресторан (необов'язково)

ÁBRÁK JEGYZÉKE

1. ábra. A Chizay-múzeumban.....	8
2. ábra. A Kis-hegy szőlőültetvény.....	10
3. ábra. A Chizay Kis-hegy étterem elhelyezkedése.....	10
4. ábra. A Chizay Kis-hegy étterem.....	11
5. ábra. A Chizay Kis-hegy étterem étlapja.....	12
6. ábra. Chizay Kis-hegy étterem terasza.....	13
7. ábra. A Chizay-étterem boros pincéje.....	14
8. ábra. A válaszadók neme.....	23
9. ábra. A válaszadók kora.....	23
10. ábra. A válaszadók végzettsége.....	24
11. ábra. A válaszadók családi állapot szerint.....	24
12. ábra. A válaszadók tudomásszerzésének forrása az étteremről.....	25
13. ábra. A Chizay Kis-hegy étterem szálláshelyének igénybevétele a válaszadók szerint.....	25
14. ábra. Egyéb szálláshelyek igénybevétele az étterem közelében a válaszadók szerint.....	25
15. ábra. A válaszadók étterem látogatásának célja.....	26
16. ábra. A Chizay által kínált programokon való részvétel a válaszadók szerint.....	26
17. ábra. A válaszadók értékelése a Chizay Kis-hegy éttermi szolgáltatásra.....	27
18. ábra. A válaszadók COVID-19 alatti utazási szokásai.....	27
19. ábra. A válaszadók háború alatti utazásainak csökkenése.....	28
20. ábra. Az alkalmazottak jellemzése a COVID-19 alatti forgalomról.....	28
21. ábra. Az alkalmazottak jellemzése a COVID-19 időszak alatti vendégkör összetételről.....	29
22. ábra. Az alkalmazottak véleménye a COVID-19 és a háború időszak összehasonlításáról.....	29
23. ábra. Az alkalmazottak szerint a fő vonzóereje a Kis-hegy étteremnek.....	30

РЕЗЮМЕ

Предметом нашої кваліфікаційної роботи є опитування клієнтури берегівського ресторану «Чизай. Мала Гора» з туристичної точки зору. Для проведення опитування ми в першу чергу провели комплексне дослідження, в якому представили туристичну пропозицію комплексу «Чизай». Ресторан «Чизай. Мала Гора» – це новітнє туристичне відділення комплексу «Чизай», який є першим в Україні рестораном і готелем, розташованим у винограднику. Насамперед дізналися про його історичні предтечі, в яких вирощування винограду та виноробство сягає середньовіччя. Ми представили його спеціальні пропозиції, в яких не тільки вино, виготовлене з 18 сортів виноградників, а й шампанське, натуральні соки та драпа (винний дистилат). Натуральний сік «Ізабелла» відіграє видатну роль на світовому рівні. У меню ресторану «Мала Гора» представлена традиційна, європейська та азіатська тематика. Згідно з дослідженнями, найулюбленішими стравами є равлики, рагу, рибний суп, салат «Мала-Гора». У асортименті напоїв найбільш популярні кошерні вина, сік бузини та натуральні соки «Чизай». Ресторан «Чизай. Мала Гора» надає приміщення для проведення різноманітних заходів, таких як банкети, корпоративи та інші урочистості. Крім того, комплекс «Чизай» пропонує різноманітні програми для відвідувачів, такі як збір врожаю, дегустація вин або відвідування музею вина.

У центрі уваги нашого дослідження був аналіз клієнтури з точки зору туризму, в якому було виявлено, що мотивація відвідувачів є гострою в унікальному розташуванні місця та в пропонованій особливій кухні, після чого вони були зацікавлені у винах. Ми перевірили їхні звички подорожувати з огляду на COVID-19 і війну, у яких більшість відвідувачів зберегли свої звички подорожувати під час COVID-19 (34,1%), а ті, хто не подорожував лише під час обмежень (29,1%), ще інші, хто менше подорожує з тих пір (19,5%). Що стосується війни, ми досліджували зменшення кількості поїздок гостей за системою шкали, у якій більшість респондентів (36,6%) обрали середню шкалу, а потім найвищу межу балів (34%). І на останньому місці найнижчий бал – 29%. За словами співробітників, обмеження під час COVID-19 виявилися складнішими з точки зору попиту, а воєнний період більше вплинув на склад клієнтури.

В гіпотезі нашої роботи пріоритетом була стабільність клієнтури, що ми успішно підтвердили. Як і видно з результатів, це здатний підтримувати попит за достатньої пропозиції. Ми віримо, що у подібній формі це відбуватиметься й надалі, а гостинність і надалі відіграватиме важливу роль у нашому регіоні.

KÖSZÖNETNYILVÁNÍTÁS

Ezúton szeretnék köszönetet mondani témavezetőmnek, Dr. Izsák Tibornak, szakdolgozatom elkészítésében nyújtott áldozatkész munkájáért. Értékes tanácsaival, szakmai útmutatásával nagyban hozzájárult munkám elkészítésében. Köszönöm, hogy mindvégig segítségemre volt, bármilyen problémával fordultam hozzá. Köszönöm építő jellegű kritikáit, melyek hasznosnak bizonyultak szakdolgozatom megírásakor.

Továbbá köszönettel tartozom a II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola Földtudományi és Turizmus Tanszékének, hogy biztosították a szükséges eszközöket, tanácsokkal láttak el. Köszönettel tartozom tanárainknak, hogy a gyakorlati tapasztalataikat megosztották velem.

NYILATKOZAT

Alulírott, Nagy Zsuzsanna 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 a dolgozatot más szakon korábban nem védtem meg, saját munkám eredménye, és csak a hivatkozott forrásokat (szakirodalom, táblázatok, szoftverek stb.) használtam fel.

Tudomásul veszem, hogy dolgozatomat a II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola könyvtárában a kölcsönözhető könyvek között helyezik el.

Ім'я користувача:
приховано налаштуваннями конфіденційності

ID перевірки:
1015149521

Дата перевірки:
19.05.2023 20:05:58 CEST

Тип перевірки:
Doc vs Internet + Library

Дата звіту:
21.05.2023 12:56:30 CEST

ID користувача:
100011756

Назва документа: НАДЬ ЖУЖАННА ЯНОШІВНА

Кількість сторінок: 42 Кількість слів: 7191 Кількість символів: 59117 Розмір файлу: 2.64 MB ID файлу: 1014830357

6.13% Схожість

Найбільша схожість: 3.16% з джерелом з Бібліотеки (ID файлу: 1014830354)

5.51% Джерела з Інтернету 118 Сторінка 44

5.16% Джерела з Бібліотеки 113 Сторінка 45

0% Цитат

Вилучення цитат вимкнене

Вилучення списку бібліографічних посилань вимкнене

0% Вилучень

Немає вилучених джерел