

**A „MAGYAR KONYHA HETE” GASZTRONÓMIAI PROGRAM
NÉPSZERŰSÉG VIZSGÁLATA KÁRPÁTALJÁN**

Készítette: Kiss Emese Erzsébet
IV. évfolyamos
turizmus szakos hallgató

Témavezető: Dr. Sass Enikő

TARTALOMJEGYZÉK

BEVEZETÉS.....	2
1. A MAGYAR GASZTRONÓMIA ÉS VENDÉGLÁTÁS FEJLŐDÉSTÖRTÉNETE.....	4
1.1. Magyarország kulináris története a Honfoglalás előtti időktől kezdve egészen a modern konyháig.....	4
1.1.1. Magyarország étkezési szokásai a Honfoglalás előtt.....	4
1.1.2. Magyarország étkezési szokásai a Honfoglalás után.....	4
1.1.3. Magyarország étkezési kultúrája Mátyás király idején.....	5
1.1.4. Magyarország gasztronómiája a XIV-XIX. században.....	6
1.1.5. Magyarország gasztronómiája a XX-XXI. században.....	7
2. A GASZTRONÓMIA SZEREPE AZ IDEGENFORGALOMBAN.....	10
2.1. A gasztronómiai turizmus fogalma és jelentősége.....	10
3. GASZTROTURIZMUS KÁRPÁTALJÁN.....	12
3.1. A nemzetiségi sokszínűség megjelenése a kárpátaljai gasztronómiában.	12
3.2. A gasztronómia szerepe Kárpátalja turizmusában	12
3.3. A „Magyar Konyha Hete” programsorozat kialakulása és jelentősége.....	15
4. A KUTATÁS MÓDSZEREI ÉS A KUTATÁSI EREDMÉNYEK BEMUTATÁSA.....	17
4.1. A kutatás módszerei.....	17
4.2. A „Magyar Konyha Hete” gasztronómiai programsorozat keresletének és kínálatának vizsgálata Kárpátalján.....	18
4.2.1. A „Magyar Konyha Hete” gasztronómiai programsorozat keresletének elemzése.....	18
4.2.2. „Magyar Konyha Hete” gasztronómiai programsorozat kínálatának elemzése.....	35
KÖVETKEZTETÉSEK.....	47
ÖSSZEFOGALALÁS.....	49
FELHASZNÁLT IRODALOM.....	51
ÁBRÁK JEGYZÉKE.....	54
MELLÉKLETEK.....	55

BEVEZETÉS

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

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

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

Munkám elkészítése során primer és szekunder kutatási módszereket alkalmazok, melyek együttesen adnak egy átlátható képet a program népszerűségéről. A munka első felében kiemelt szerepet fordítottam a szekunder források felkutatására, ami a témakörhöz tartozó szakirodalom összegyűjtését, értelmezését, elemzését és feldolgozását jelentette. A primer kutatást online kérdőívezéssel valósítottam meg. Két kérdőív került összeállításra – egy keresletet és egy kínálatot felmérő kérdőív. A kutatás során a minél magasabb számú látogatói minta begyűjtésére és a vendéglátói kör felmérésére törekedtem a 2022-es programsorozat megelőzően, illetve a kutatás a program ideje alatt és utána is zajlott volna, de ezt sajnos a 2022. február 24-én kirobbanó ukrajnai háború megakadályozta. A 2022-es „X. Magyar Konyha Hete”-nek nyitónapja pont február 24-én lett volna. Ennek ellenére sikerült annyi adatot előzetesen begyűjteni a programmal kapcsolatban, amelyek értékes, és a programfejlesztés szempontjából használható eredményeket hordoznak magukban.

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

Véleményem szerint ez a csaknem 10 éves múltra visszatekintő rendezvény, megfelelő kutatási munkával, releváns eredményeket képes mutatni, melyek hasznosak lehetnek a munkámban tárgyalt témakör kutatói számára. A munkám során alkalmazott kutatási módszerek lényegbeli statisztikai adatokat és jelentős információkat ad, melyek mind kedvező hatást gyakorolnának a szóban forgó program fejlesztéséhez, vagy esetlegesen újabb, hasonló turisztikai termék kialakításához – a megyénk turisztikai arculatának színesebb felépítéséhez.

A MAGYAR GASZTRONÓMIA ÉS VENDÉGLÁTÁS FEJLŐDÉSTÖRTÉNETE

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

1.1.1. Magyarország étkezési szokásai a Honfoglalás előtt

Őseink, akik úgynevezett pásztornépek voltak, letelepedésük előtt, a hosszú évszázados kalandozó vándorlásaik során, főként halászzal, vadászattal, gyűjtögetéssel foglalkoztak és szerezték meg táplálékukat, mindemellett pedig kezdetleges földművelést is végeztek (Berecz2019). A vándorlással járó állandó helyváltoztatás speciális konyhai igényeket követelt meg. Az ételt lábas öntöttvas edényben, nyárson agyagban elásva süttötték, vagy ágas fára akasztott üstben (bogrács) főzték és ismerték az egyes pörkölési-, szárítási-, aszalási-és füstölési eljárásokat is, amelyeket tartósítás céljából alkalmazták (Kárpáti 2016).A mozsarakban összezúzott csontokból és sült húsból úgynevezett húsport készítettek, majd bőrzsákokba helyezték és a nyeregre akasztották, könnyebbé téve a szállítást és a tartósítást (Tusor 2006).

A vándorlások során általában folyópartokon telepedtek le –Volga, Don folyók –, ahol főleg pásztorkodással foglalkoztak. Évszázadokig éltek együtt török népekkel, majd később a kazárokkal. Ekkor sajátítottak el olyan földművelési eljárásokat, mint például a gabonatermesztés, szőlőművelés vagy bizonyos kézműves mesterségeket. Az együttélésből természetesen számos, táplálkozással kapcsolatos szavunk is származik, mint például az ól, teve, kecske, szőlő, kecske, bika, ökör, alma, kan, kancsó, teknő, bor stb. (Kárpáti 2016).

1.1.2. Magyarország étkezési szokásai a Honfoglalás után

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

A IX-X. század tájékán kezdték el termelni a babot, a céklát, káposztát, uborkát és a sárgarépat. A köles, a búza, az árpa termesztése a X-XI. századra tehető, mint ahogyan a rozs népszerűsége is. Ekkor ismerkedtek meg hajdinával, a rozssal, vargányával, lencsével illetve

a zabbal. A rómaiak által honosított, de az idő közben elhanyagolt szőlőültetvényeket megújították, s a X. század végére jelentős termőhozammal rendelkező szőlőskertek születtek (Füreder 2009). Az Árpád-korban a fűszernövények ismerete jelentősen bővült. Őseink először a kaporral és a csomborral majd a XII. századot követően – a Bizáncon keresztül érkező – szerecsendióval ismerkedtek meg. A XIII. századtól olvashatunk a bors, borókabogyó, cukor, édeskömény, sáfrány, gyömbér és szegfűszeg kereskedelemről. A cukor import csak a XIV. században kezdett beindulni, a XIX. századik luxuscikknek számított, így a méz számított a legjelentősebb édesítőszernek (Füreder 2009).

István király idején főként nyugati és balkáni – német és görög – kultúrák befolyásainak hatására a királyi családnak már szakácsácsai voltak, akik kivételes helyzetű iparosemberek voltak, és terményekkel, birtokokkal, nemesi címmel és adókedvezményekkel és egyéb pénzadományokkal jutalmazták őket (Bódiné 2007).

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

1.1.3. Magyarország étkezési kultúrája Mátyás király idején

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

Mátyás király idejével kapcsolatban, akármelyik forrásra is támaszkodunk, mindegyik állítja, hogy az étkezésben jelentősen érvényesült az olasz hatás. Heltai Gáspár, a magyar késő reneszánsz irodalom kiemelkedő képviselője szerint, Hunyadi Mátyás a szász szalonnás káposztát kedvelte leginkább. Galeottótól pedig azt tudhatjuk, hogy őseink négyszögletű asztalok mellé ültek le enni és minden ételt mártásban tálaltak, amelyek az ételek szerintváltakoztak (Füreder 2009). A fogásokra jellemző volt az édesebb ízvilág. Ekkor terjedt el zöldségfélék köretként való szervírozása is. Az étkezések közben komoly, illetve tréfás dolgokról társalogtak vagy költeményeket daloltak. Az éneket általában lantszó kísérte (Kárpáti 2016).

A nagyszámban nyíló fogadókat és vendéglátóhelységeket eleinte az utazók használták, majd a helyi lakosság is igénybe vette szolgáltatásaikat. Ennélfogva a fizetővendéglátás rövid időn belül természetessé, később hivatássá és művészetté formálódott. Ezen állításokra hivatkozva kijelenthetjük, hogy Mátyás korában a közélet alakulása pozitív irányba terelte a vendéglátóipar fejlődését (Kárpáti 2016).

1.1.4. Magyarország gasztronómiája a XIV-XIX. században

A magyar konyha területén, ebben a nagyobb periódust felölelő korszakban, összességében a német és francia gasztronómia hatása érződött. Báthori Zsigmond (1572-1602) udvari főszakácsa mindent feljegyzett a kor étkezési kultúrájáról, valószínűleg ezért is nevezik őt a magyar konyhatörténet Anonymusának. A főszakácsának írásai számos eredeti ötletet és konyhatechnológiai műveletet tartalmaznak, melyekből egyértelműen a hazai hagyományok keveredése tükröződik vissza a kifinomult francia konyhaművészettel (Kárpáti 2016).

Evilia Cselebi (1660-1666), a híres török utazó, az útleírásában a következő ételeket és italokat tartotta említésre méltónak: fekete leves, karak leves, rántott süllő, pörkölt ponty, lengyel tyúkpecsenye, vagdalt hússal töltött tészta, lengyel tyúkpörkölt, töltött tök, piláf, káposzta, vajás rétes, mézes rétes, kenyérlepény, cipókenyér, kitűnő gyümölcsök, főzelékek, meggyvíz, borok. Itt találkozunk először a leves fogalmával (Tusor 2006).

A XVII.-XVIII. századi szakácskönyvek már részletesebb munkáknak mondhatók. Megjelenik a cukor, vanília, csokoládé és a tejszín. Találkozhatunk a keményítő, élesztő és egyéb pácolásra alkalmas fűszerekkel is. Meglehetősen csökkent a fűszerezettség és kezdett elterjedni a rántás használata. A paprika először Spanyolországban bukkant fel és dísznövényként jutott el Magyarországra. Újabb kutatások szerint a törökök elől menekülő bolgár bevándorlók terjesztették el nálunk a paprikát, majd lassan rájöttek, hogy a paprika nemcsak dísznövény, hanem ételízesítőnek is igen jól használható (Tusor 2006). Ezekből a századokból rengeteg szakácskönyv és feljegyzés maradt ránk, mivel számos írástudó ember érdeklődött a gasztronómia iránt. Az 1800-as években megjelent Czifray István szakácsmester Magyar nemzeti szakácskönyve, mely már magyar nyelven íródott. Jókai Mór szintén recepteket gyűjtött, majd „Kakas Márton” álnéven adta ki azokat. Ignóus Pálnak „Emma

asszony” néven jelentek meg a témával kapcsolatos írásai. Mindezek mellett a családok saját receptgyűjteményei is gyarapodtak és maradtak fent (Kárpáti 2016).

A magyar ételek bővítésében nagy szerepe volt id. Marchal Józsefnek. A tanítványaival törekedett a minél precízebb és igényesebb szakácsmunkára; az ételkészítés során kizárólag a megfelelő anyagokat használták fel, valamint szigorúan betartották a konyhatechnológiai előírásokat. Ezenkívül igyekeztek bevinni konyhaművészetükbe a már hazánkban is ismertté vált külföldi alapanyagokat. Fia később továbbvitte a szálloda-és vendéglátó mesterséget (Kárpáti 2016).

Magyarország területén a XIX. században már számos szálloda és vendéglő üzemelt. A vendéglátóhelyek fő szerepe már nem csupán az étkeztetés és a szálláshelybiztosítás, hanem a társasági, irodalmi és művészeti, élet legjelentősebb színhelyei is. A turizmus-vendéglátásban betöltött szerepe mellett tehát társadalomtörténeti szempontból is kiemelkedőnek tekinthetők (Kárpáti 2016).

1.1.5. Magyarország gasztronómiája a XX-XXI. században

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

közétkezés és egységesítették a konyhákat. Ekkor terjedtek el a mustáros pácban puhított húsok, az olcsó, kalóriadús ételek erős fűszerezéssel, pirospaprikával, vöröshagymával (<https://vasarnap.com/vasarnapi-asztal/kirandulas-a-magyar-gasztronomiaban-iii> 2022.03.29).

A 60-as években volt tapasztalható minőségi változás, a gazdasági nyitás és az idegenforgalom élénkülésének köszönhetően, amelyet a rendszerváltást követően a privatizáció és a külföldi tőkeáramlások tettek teljessé. A vendéglátó birodalmak feloszlottak, és általánosan is kezdetét vette a magyar gasztronómia megújulása(<http://www.eztfaldfel.hu/2014/03/magyar-gasztronomia-tortenete-honfoglalastol.html>2022.03.29).

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

Fontos megemlíteni azt is, hogy rohamos változásokat idéztek elő a Magyarországon is megjelenő gyorsétterem láncolatok, mint például az első McDonald's megnyitása Budapesten 1988-ban. Az étteremláncoknak köszönhetően elhíresültek az országban más országok (olasz, ázsiai, amerikai, stb.) hagyományosnak tekinthető ízei is (Rimán 2021). A McDonald's a tömegtermelést tűzte ki célul, hogy minél szélesebb körben tudja elérni a fogyasztóit. Ekkor még az emberek többsége az egyszerű, jól megszokott termékeket és ételeket részesítette előnyben. A tömegtermelés időszakának a hanyatlása akkor következett be, amikor a fogyasztóknak elegendő lett a tömegcikkekből és elkezdtek érdeklődni az egyedi, minőségi ételek iránt.

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

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

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

Az étkezés és az étterembe járás egyre többek számára kezdett élménnyé, a szabadidő eltöltés egy formájává válni. Új elemként jelent meg a szolgáltatások minőségének a jelentősége, az új technológiai megoldások terjedése, az ár/érték arány fontossága.

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

2. A GASZTRONÓMIA SZEREPE AZ IDEGENFORGALOMBAN

2.1. A gasztronómiai turizmus fogalma és jelentősége

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

A gasztronómiai turizmusnak vannak bizonyos szereplői, akik az UNWTO megfogalmazása szerint, olyan turisták, akik utazásukat részben vagy teljes egészben azzal a szándékkal szervezik meg, hogy utazásuk során a helyi konyhaművészet kínálatát próbálják ki, vagy gasztronómiával kapcsolatos tevékenységet végezzenek (UNWTO 2012). A gasztroturisztikai élményt a turista különböző elemek ismertetőjegyei alapján ítéli meg, melyek között az étel minősége és mennyisége szerepel az első helyen. Ezt követik a környezet tulajdonságai, a szolgáltatás színvonala, valamint a közreműködő humán erőforrás. Szakemberek úgy vélik, hogy az élmény pozitív vagy negatív hangú elbírálása a turista előzetes elvárásaitól függ, mely rendkívül szubjektív, mindezen egyéni elvárások viszont túlságosan magasak lehetnek az intenzív marketingtevékenység következtében. Aszerint, hogy milyen ételek és italok állnak a gasztronómia középpontjában, megkülönböztetünk több altípust is. A leggyakoribb ételek a gasztroturizmus kínálatában: olaj, sajt, sonka, húsok és halak, gyümölcsök, szarvasgomba, csokoládé. A leggyakoribb italok: bor, sör, whisky, cider, pezsgő, szake, tea, kávé. A megnevezett ételek és italok gyakran szerepelnek gasztrofesztiválok, tematikus utak, vezetett gasztronómiai séták esetében, mint központi

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

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

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

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

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

A kölni Csokoládé múzeum évente több mint 600 ezer turistát fogad. A múzeum kiállításain a maja és azték civilizációktól eljutunk egészen addig, hogyan hódítja meg a csokoládé Európát (Bazyuk 2016).

3. GASZTROTURIZMUS KÁRPÁTALJÁN

3.1.A nemzetiségi sokszínűség megjelenése a kárpátaljai gasztronómiában

A mai Kárpátalja gazdag történelmi múlttal rendelkezik, az elmúlt évszázadokban több államhoz tartozott:

895-1920 – Magyarország része

1920-1938/1939 – Csehszlovákia része

1938/1939-1944 – Magyarország része

1944-1945 – Csehszlovákia része és Szovjet megszállás

1945-1991 – Szovjetunió része (USZSZK)

Az 1991-ben Ukrajna kikiáltotta függetlenségét, miáltal Kárpátalja a független ukrán állam közigazgatási egységévé vált. Ennek eredményeképpen a területen ukrán(80,5%),magyar(12,1%),román(2,6%),orosz(2,5%),cigány(1,1%), cseh (0,5%) és egyéb (1,1%) nemzetiségek is élnek(Németh 1991). Ezek a nemzetek közösen alakítják a térségnek nemcsak a kulturális, hanem gasztronómiai kínálatát is, amelynek egyike a magyar konyha. Ennek értelmében vonzó színpontjai lehetnek Kárpátalja turizmusának a különböző nemzetek kulináris értékeinek népszerűsítésével foglalkozó programok, mint például a Magyar Konyha Hete gasztronómiai program.

3.2. A gasztronómia szerepe Kárpátalja turizmusában

A közel 13 ezer négyzetkilométer kiterjedésű Kárpátalja ma Ukrajna nyugati vidéke, ami Magyarországgal, Szlovákiával, Romániával és Lengyelországgal szomszédos. Kárpátalja Ukrajnától függetlensége előtt, a második világháborút megelőzően közel ezer éven át Magyarország, majd a trianoni békeszerződést követően Csehszlovákia, illetve 1945-től 1991-ig a Szovjetunió része volt (<https://m.utisugo.hu/aktiv/sokszinu-karpatalja-94125.html>). Ezek a területi elcsatolások kedveztek a sokszínű kultúrának, ami a térség gasztronómiáját sem hagyta érintetlenül. Az évek során különböző népek kulináris szokásai keveredtek, amelyek megalkották a jellegzetes kárpátaljai konyhát.

A magyar bogrács-gulyás, a szlovák sztrapacska, a bojkó gombamártás, a német sódar, a cseh knédli, a cigány hurka, a hucul bános, a zsidó sólet mind jellegzetes ételkülönlegessége egy-egy itt élő nemzetnek. Ezeket az ételeket többek között a Kárpátalján található a

különböző gasztrfesztiválokön lehet megkóstolni, megvásárolni. A rendkíüül változatos kárpátaljai ételek között a megye szinte teljes területén megtalálhatóak a magyar ételek.

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

A nagyobb síkvidéki városokban – Ungvár, Munkács, Beregszász, Nagyszőlös – jellemzően a modern európai konyha és a helyi tradicionális ételek dominálnak. Beregszászban, a nagyszámú magyar lakosságnak köszönhetően a magyar konyha remekeivel találkozhatunk leggyakrabban. Azon kívül, több Tisza-menti magyar faluban foglalkoznak falusi turizmussal is, ahol a vendégek megismerhetik a kárpátaljai falusi életet és a hagyományos magyar ételeket. Ilyen például a káposztáspaszuly, a beregi töltöttkáposzta, a lekváros derelye, a cinke, a falusi tyúkhúsleves, a táskaleves, a csirkepaprikás, a fánkés egyéb ételek. Az évszázadok során szintén közkincsé vált minden kárpátaljai család életében és napjainkban szinte minden étterem menüjében is az ukrán borscsleves, a pörkölt, a lacipecsenye, a vareniki, a babgulyás, bogrács, a hucul bános, az orosz szoljának, a hajdina, a sólet, a saslik és a pelmenyi (Tarpai 2013).

A fent említett ételeket, ételkülönlegességeket és édességeket lehetőség van megkóstolni az adott nemzet konyháját bemutató éttermekben, falusi vendéglátóhelyeken, az erre a célra létrehozott kóstolóhelyeken és a különböző gasztrfesztiválokön Kárpátalján. A térségben a gasztronómiai kínálat minden turizmusforma elengedhetetlen részét képezi, s az autentikus ételeket kóstolók igazi kulináris élményekkel térhetnek haza (Sass 2019).

Ilyen a perecfesztivál (Asztély), lecsófesztivál (Nagyborzsova, Tiszacsoma), paprikafesztivál (Kisdobrony), lekvárfőző fesztivál, bölléverseny (Mezőgecse), csipkebogyófesztivál (Nagybereg). Ezen kívül számos szőlőtermesztő vidék tart borfesztiválokat(Tarpai 2013).

Több ukrán irodalom is kiemeli Kárpátalja gasztronómiai vonzerejét. A Harkovi Nemzeti Egyetem egy diákja, szakdolgozatában több olyan tényező felsorol, aminek hatására

fokozott érdeklődés figyelhető meg a kárpátaljai gasztronómia iránt. A munkában elismerik a sokszínű, multinacionális kárpátaljai konyhát, amely magában foglalja az ukrán, magyar, szlovák, román, cseh, zsidó, cigány, német konyha jellegzetességeit; és kiemelik, hogy a régióban található Ukrajna legtöbb gasztronómiai fesztiválja. Megnevezésre került a Rahói Brinzafesztivál, „Arany” gulyásfesztivál Nagymuzsalyban, a Mezőgecei Nemzetközi Böllérfesztivál, Beregszászi Nemzetközi Borfesztivál, a Munkácsi Borfesztivál, a Técsői Bruszturai kedrovica nevű pálinkafesztivál és a Beregszászi Szent Márton Újborfesztivál és Libator is (Журавчак 2021).

Az ukrán irodalom megjelöl néhány továbbfejlesztésre irányuló stratégiát is. Elsősorban a fejlett turisztikai infrastruktúra biztosítását ajánlja a minőségi turisztikai termék elterjesztése és a turisták számára nyújtott szolgáltatások széles körű biztosítása érdekében, továbbá hangsúlyozza a minőségi marketingpolitika, valamint a tájékoztatási és reklámtevékenység működésének fontosságát. Eredményes lehet a személyzet képzettségi szintjének javítása a turizmus területén, és még inkább növelné a gasztronómiai rendezvények (bor- és sajtvásárok, fesztiválok) számát. Említi a gasztronómiai túrák minőségének javítását, valamint a külföldi befektetések lehetőségének megteremtését is (Базюк 2016).

Egyes szakértők szerint a gasztronómiai turizmus fejlesztését a Kárpátalja szomszédos régióival együttműködésben kell megvalósítani (https://tourlib.net/statti_ukr/godya.htm). Létrehozták a Gasztronómiai Turistautat az Ungvári Nemzeti Egyetem és a Kárpátaljai Tourinfo Központ által, amelylehetőséget biztosít, hogy a turisták megismerjék a Kárpátalján élő nemzetek ételleivel. A „Gasztronómiai út” során a turisták felkeresik valamelyik nemzetiséghez köthető éttermet ahol az étkezés van lehetőségük arra is, hogy megismerkedjenek az ételek receptjeivel és azoknak történetével is (Sass 2019).

Az 1980-ban először Kárpátaljára érkező Pákozdi Judit, gasztronómiai újságíró rögtön beleszeretett a vidék konyhájába. Módszeresen végigjárta Kárpátalja városait, falvait és évek hosszú sora alatt összegyűjtött 222 eredeti, autentikus receptet az idősebb asszonyoktól, akik még emlékeztek a régi ízekre. Ezeket egy csokorba gyűjtve adta ki a Kárpátaljai kóstoló című könyvét 1992-ben. A könyv létrehozásának célja volt, hogy idecsábítsuk a magyar turistákat, akik nagyon keveset tudnak Kárpátaljáról. Az író véleménye szerint, a mai kárpátaljai turizmus minőségileg készen áll arra, hogy fogadjon vendégeket. A Kárpátaljai Magyar Turisztikai Tanáccsal együtt arra törekedett, hogy minél több turistát vonzzanak a vidékre Magyarországról és az ukrán területekről is (<https://karpatalja.ma/kultura/kulturalis-hirek/a-vii-magyar-konyha-hete-sajtotajekoztatoja-es-a-karpataljai-gasztrokalausz-bemutatasa/>).

2021-ben megjelent a könyv részletesebb, bővített változata egy már színes formában, sokkal több recepttel és egy részletes néprajztörténeti résszel kibővítve (<https://karpataljalap.net/2021/10/07/karpataljai-kostolo-konyvbemutato-beregszaszban>).

A Kárpátaljai kóstoló című könyvbemutatóval egybekötve egy receptesfüzetet is bemutattak a szervezők, mégpedig a kárpátaljai falusi vendégfogadó asszonyok kincsesládájából összegyűjtött Édes Kárpátalja című művet (<https://karpataljalap.net/2021/10/07/karpataljai-kostolo-konyvbemutato-beregszaszban>). A Magyar Konyha Folyóirat és a Kárpátaljai Magyar Turisztikai Tanács kiadásában 2018-ban megjelent a 190 címet összegyűjtő Kárpátaljai Gasztrokalauz is, ami egy gasztrokulturális összefoglaló és rengeteg élményt, helytörténeti érdekességet mutat be. A könyvet egy úttörő munkának tartják, mivel ezelőtt soha nem készült még hasonló összefoglaló a régió sokszínű konyháiról.

A kiadók fontosnak tartották, hogy az ukrán nyelvű turisták is betekintést nyerjenek a kárpátaljai gasztronómiába, az éttermek által kínált választékba, ennek érdekében 2020-ban létrehozták annak ukrán változatát is (<https://kiszonet.net/2020/03/10/gasztrokalauz-ukran-turistaknak/>).

2021-ben megjelent magyar, majd ukrán nyelven is a Kárpátalja magyar szemmel című utikönyv is, amely összefoglalja a megye magyar lakosságának több mint 1000 éves múltját és jelenét, minimálisan érintve a gasztronómiát is (<https://kiszonet.net/2021/08/10/bemutattak-a-karpatalja-magyar-szemmel-cimu-utikonyvet-%E2%97%8F-karpati-igaz-szo/>).

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

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

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

A program részeként, az éttermeknek 500 HUF összegű jelentkezési díjat kell fizetni, ennek fejében a KMTT tart több sajtótájékoztatót, lehetőséget ad arra, hogy bemutakozzanak

az éttermek a Pulzus rádióban és elmondják az idej ajánlatukat, s hogy milyen egyéb szolgáltatással várják még a vendégeket. Ezen kívül elkészítik az egységes étlapokat és online reklámozzák is azokat a saját felületükön, innen lehet tovább osztani. Ezen kívül mindenki kap nyomtatott plakátokat is és Kárpátalja többi rádiójában is megy a Magyar Konyha Hete reklámja.

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

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

4. A KUTATÁS MÓDSZERE ÉS A KUTATÁSI EREDMÉNYEK BEMUTATÁSA

4.1. A kutatás módszerei

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

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

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

A keresleti oldal vizsgálatához egy 30 kérdésből álló online kérdőívet állítottunk össze, melyet 3 részre osztottunk fel: általános, bevezető kérdésekre (a válaszadók szociodemográfiai jellemzőivel kapcsolatosak), a "Magyar Konyha Hete" gasztronómiai programsorozatra irányuló, illetve a turizmus és a "Magyar Konyha Hete" címszavakkal

ellátott kérdésekre. Az utolsó részt (5 kérdés) csak azoknak a válaszadóknak kellett kitölteniük, akik nem kárpátaljai lakosok (pl. Ukrajna más megyéjéből, vagy más országból származnak) és valaha részt vettek a "Magyar Konyha Hete" programsorozaton. Az utolsó kérdésekre legnagyobb arányban kárpátaljai lakosok válaszoltak, így ezeket az adatokat nem tudtuk felhasználni a kutatás bemutatása során a nem megfelelő kitöltés miatt. A kérdőívben egyaránt megtalálhatóak nyílt és zárt típusú kérdések, az egyszerűbb feleletválasztós, jelölőnégyzetes, legördülő lista típusú válaszlehetőségek, valamint a bonyolultabb kérdések eseténél alkalmazott likert-skála, feleletválasztó- és jelölőnégyzet rácsok is.

A kínálatot vizsgáló online kérdőív 34 kérdésből áll. A kérdéssort szintén 3 részre bontottunk: általános, bevezető kérdésekre, a „Magyar Konyha Hete” programra irányuló kérdésekre, és végül az éttermek fejlesztési terveire vonatkozó kérdésekre. A keresletre hasonlóan, itt szintén többségében a zárt kérdések találhatók meg, de jóval több nyitott típusúval találkoztak az étterem tulajdonosok, mint a vendégek. Ennek segítségével pontosabb és szélesebb palettájú válaszokat kaphatunk olyan – a program szervezői számára is fontos – kérdésekre, mint melyek azok az állandó ételek, amelyek évről-évre visszatérnek az étlapra, illetve, hogy mely a legkedveltebb leves, főétel, és desszert a „Magyar Konyha Hete” programsorozat ideje alatt. Olyan kérdésekre kaphatunk még választ, hogy milyen pozitív és negatív hatásokat vélnek felfedezni a tulajdonosok az éttermükre vonatkozóan a „Magyar Konyha Hete” ideje alatt, illetve tanácsokat, javaslatokat fogalmazhattak meg, segítve ezzel a program jövőbeni fejlődését.

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

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

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

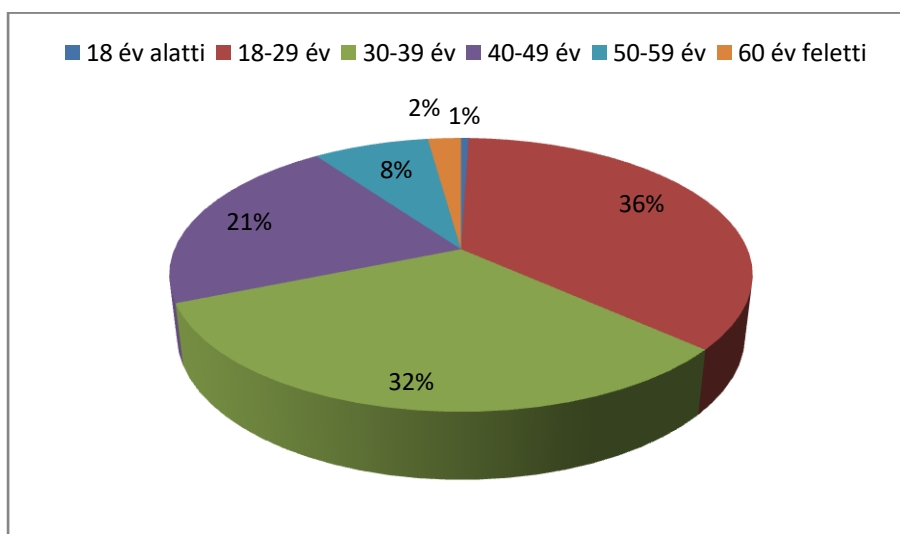
Az adatközlők szocio-demográfia jellemzői

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

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

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

1. ábra: Az adatközlők korcsoport szerinti megoszlása

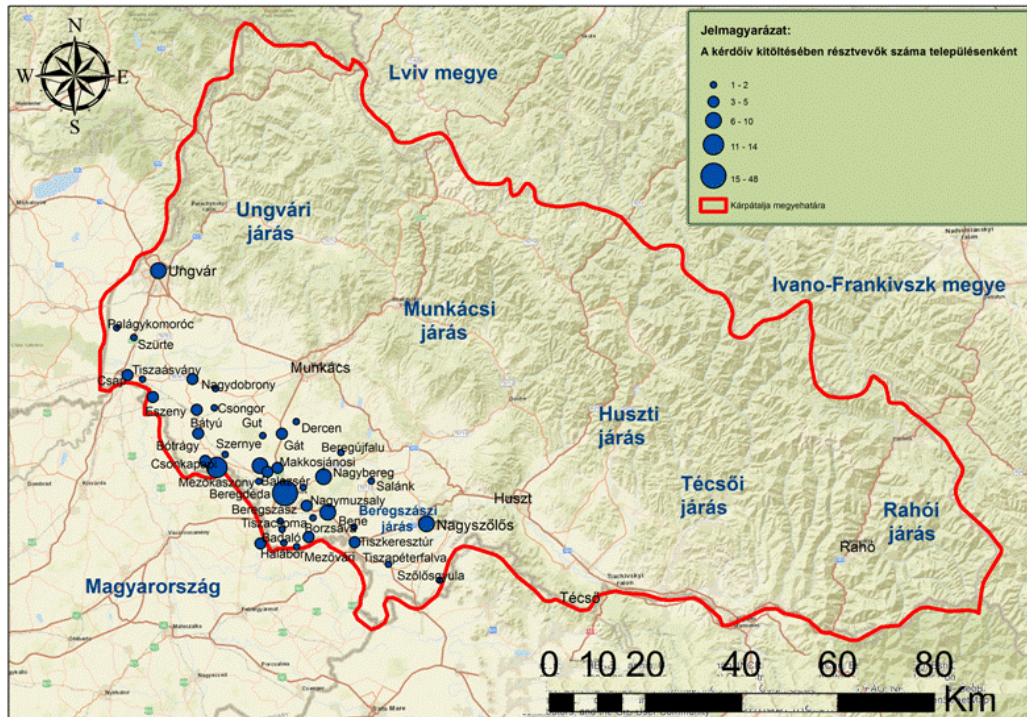


Forrás: Saját szerkesztés

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

A legtöbb válaszadó Beregszász (26,2%), Mezőkaszony (25,6%), és Bene településekről került ki (18,3%) (2. ábra).

2. ábra: Az adatközlők területi megoszlása



Forrás: Saját szerkesztés

Internetes kutatásaimból, amely során felkerestem a Kárpátaljai Magyar Turisztikai Tanács a programra való felhívását, kiderült, hogy a három településben közös, hogy a területükön található éttermek kiemelkedő rendszerességgel vettek részt az elmúlt 9 évben megrendezett „Magyar Konyha Hete” programsorozaton. 2022-ben a 21 bejelentkezett vendéglátó egységből 4 Beregszász városában volt található, így a Beregszászi lakosok körében nagyobb lehet a program híre és a választási lehetőség is. A mezőkaszonyi Kulacs étterem tízből 8, a benei Teletál étterem pedig 6 alkalommal vett részt az eseményen. A Kulacs és Teletál éttermek az évek során tapasztalt rendszeres részvételükkel a település mindegyik lakójának figyelmét felkelthették, ebből adódhat, hogy az ők számuk kiemelkedik. Több válasz érkezett még a Beregszászi járáshoz tartozó Kis- és Nagybégány (4,9%), Nagyberg (4,3), Nagyszőlős (3,7%), és Gát (2,7%) településekről, valamint Ungvárról (3,8 %).

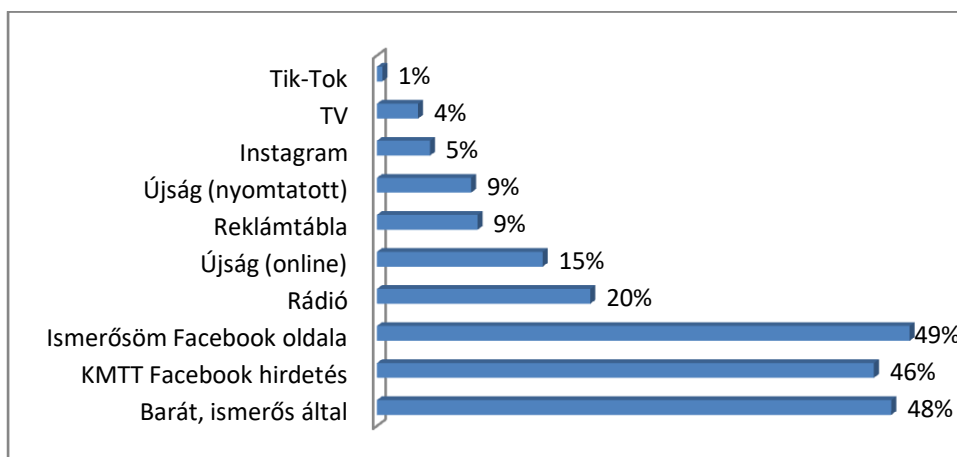
Végzettség szerint a főiskolát vagy egyetemet végző kitöltők (55,7%) vannak többségben. A megkérdezettek 21,3%-a középiskolát, gimnáziumot vagy líceumot, 12,6%-a technikumot vagy koledzset, további 6,6%-uk pedig szakmunkásképzőben végzett. Mindössze 2,2% az általános iskolát jelölők száma, további 1,5% pedig PhD fokozattal rendelkezik.

A "Magyar Konyha Hete" gasztronómiai programsorozatra irányuló kérdések

A legtöbb válaszadó jeles alkalmakkor (34,4%) látogat el étterembe. Kimagasló értékeket mutattak még a havonta egyszer (21,3%) és a havonta többször (14,8%) válaszlehetőségek is. Mindössze 8,7-uk jár el hetente többször és 7,1%-uk pedig legalább hetente egyszer valamilyen vendéglátó egységbe. A vendéglátóhelyeket hetente többször felkereső adatközlők személyében feltételezhetően olyanok állnak, akik ebéddidőben a munkahelyükről járnak kifőzdékbe, étkezdékbe.

A megkérdezettek 95,1%-a már hallott a „Magyar Konyha Hete” programsorozatról. Arra a kérdésre, hogy *Honnan hallott/értesült a "Magyar Konyha Hete" programsorozatról?* a válaszadók több választ is megjelölhettek. A megkérdezettek 49%-a számára a Facebook szolgált hírforrásként, ahol egy barátjuk vagy ismerősük osztotta meg saját adatlapján a „Magyar Konyha Hete” megrendezéséről szóló felhívást (3.ábra).

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



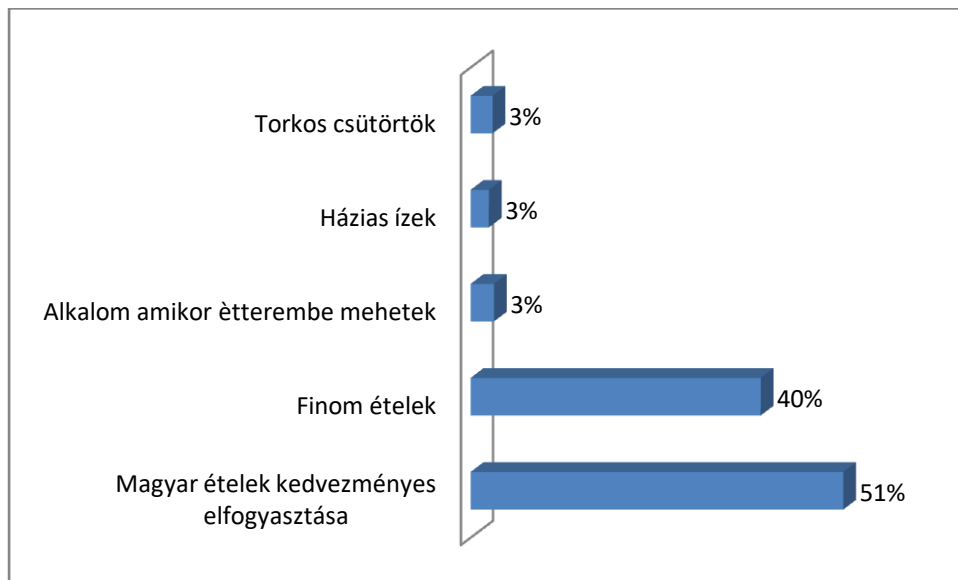
Forrás: Saját szerkesztés

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

jóval kevesebb arányban is de szerepet játszanak még az informálódásban az online (15%) és nyomtatott (9%) újságok, valamint a rádió (20%) és a reklámtáblák (9%) is.

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

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



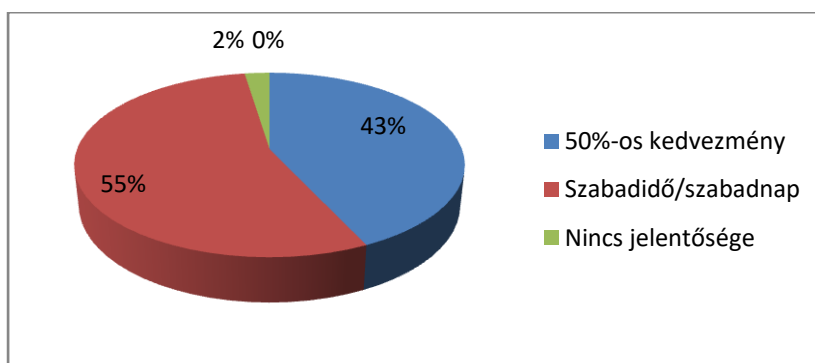
Forrás: Saját szerkesztés

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

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

Az adatok azt mutatják, hogy a kitöltők közel fele (45,4%-a) leginkább a legkedvezményesebb (-50%) napon, csütörtökön látogat el a választott étterembe; további 26,8%-uk pénteken, 20,2%-uk szombaton, és mindössze 7,7 %-uk választja a vasárnapot, ezeken a napokon csupán 25%-os az árengedmény a kínált ételekre. A választott napokhoz fűzött indoklások különbözőek: legnagyobb részben a szabadidő (55 %) és a feláras kedvezmény (43 %) dominál (5. ábra).

5. ábra: A választott nap oka

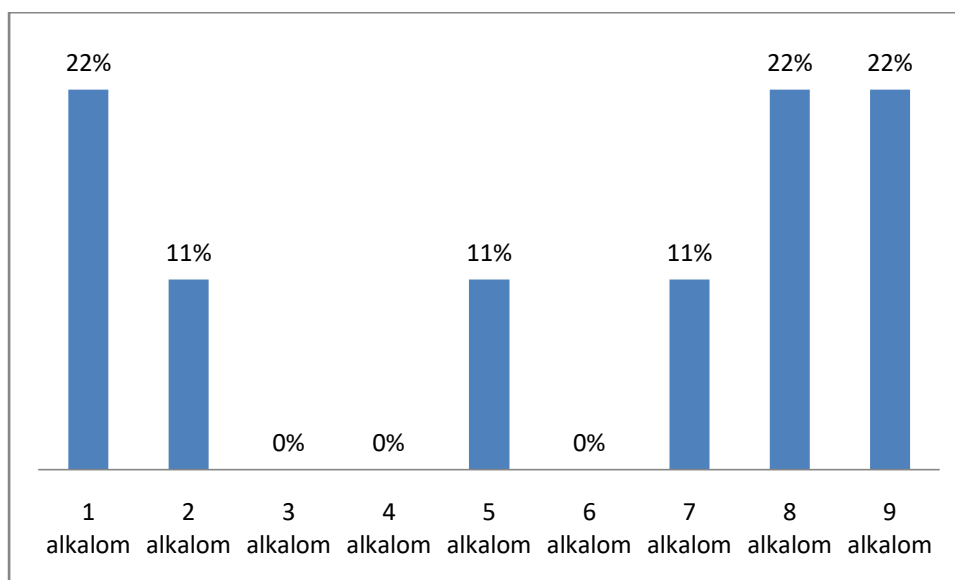


Forrás: Saját szerkesztés

A csütörtöki napot választók között – akik kimagasló arányban a legkedvezményesebb ár miatt választják ezt a napot – van, aki megjegyezte a pozitív élmények felsorolásánál, hogy ekkor van az általa elvárt legjobb hangulat a választott étteremben, amihez sokszor zenés mulatságot kapcsolnak. Ez a kitöltők mindössze 2,1%-át jelenti. A péntek, szombat és vasárnapi napokat választó vendégek döntése minden esetben a szabadidővel magyarázható. Többeknek, a szabadnap fogalmán belül az is fontos, hogy az azt követő nap is szabad legyen a pihenésre, lazításra. Rendszerint ők azok, akik a szombati napot választják (20,2%), amikor is nem kell aggódniuk a másnap kezdődő munkanap miatt. A válaszadók 7,7%-a között van, aki arra hivatkozik, hogy csak ekkor teljes a családi létszám, vagy csak ekkor tud egyeztetni barátaival, kollégáival, s van, aki családi hagyományként jár el vasárnaponként a választott étterembe. A kitöltők mindössze 2%-a nyilatkozott úgy, hogy semmi jelentősége annak, melyik nap vesz részt a programon.

Figyelembe véve a „Magyar Konyha Hete” 9 éves múltját, szándékunkban állt megtudni, hogy a megkérdezettjeink mindeddig hány alkalommal vettek részt a programon. Az adatok alapján, a legnagyobb számban azok a vendégek képviseltetik magukat, akik mindössze egyszer vettek részt; ez a megkérdezettek egyharmada (6. ábra). Ennek a rétegnek a 41%-a barátaitól, ismerőseitől hallott az eseményről, ami alapján feltételezhető, hogy a szójhagyomány útján közvetített pozitív visszajelzés győzte meg a vendégeket arról, hogy először ellátogassanak erre a gasztronómiai programra. A vendégek további 17%-a háromszor, 15%-a kétszer vett részt a programon, de többen vannak, akik négy vagy öt alkalommal is eljutottak valamelyik érintett vendéglátó egységbe. Az ettől is gyakrabban visszajáró vendégek köre jóval kisebb, a megkérdezettek teljes egészének mindössze 11%-a.

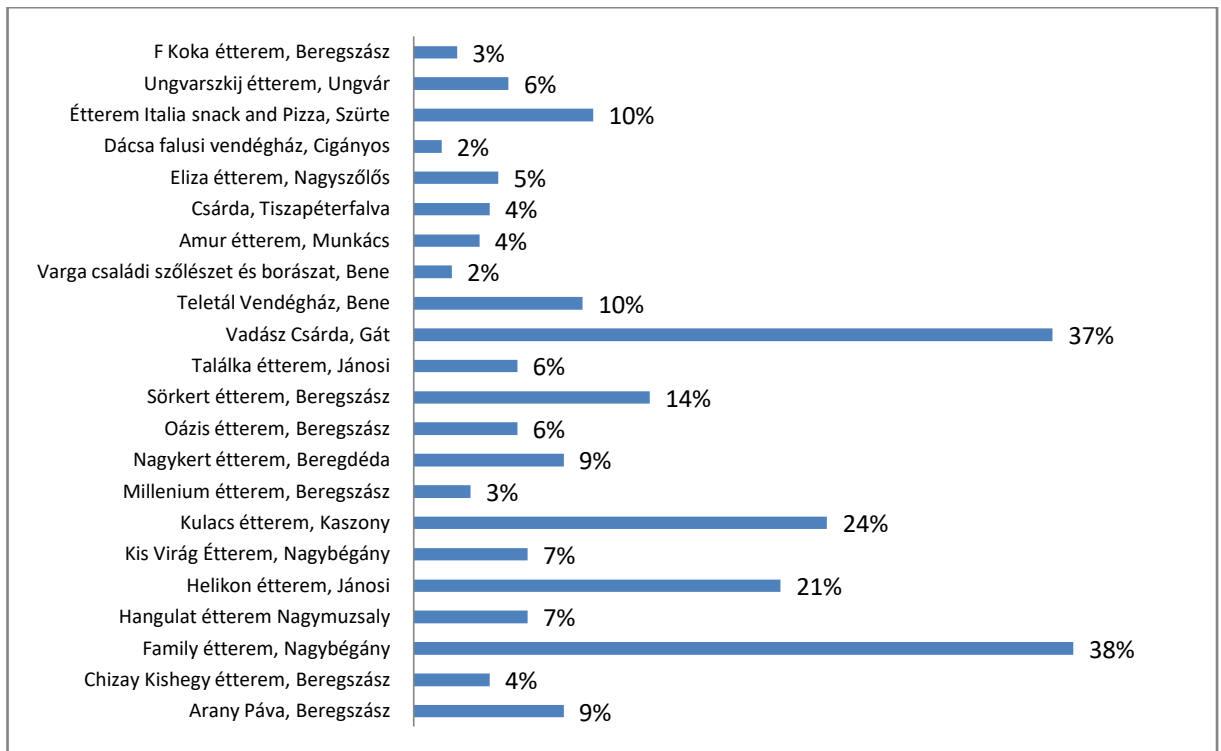
6. ábra: Hány alkalommal vett részt a programon?



Forrás: Saját szerkesztés

A programsorozatban való részvételhez az éttermeknek minden éven jelentkezni szükséges. Az elmúlt 9 évben számos vendéglátóegység csatlakozott a kezdeményezéshez. Míg egyesek éves rendszerességgel újra és újrabejelentkeznek, mások ritkábban, mindössze egy-két alkalommal vettek részt a programon. Annak érdekében, hogy megfelelően mérjük fel a helyek látogatottságát a program teljes életciklusában, a keresleti kérdőív erre irányuló kérdésében a kitöltők egyszerre több éttermet jelölhettek be, annak megfelelően, hogy a programban résztvevő éttermek közül eddig melyekben jártak már. Az adatok alapján a nagybégányi Family Hotel és Étterem a legnépszerűbb, ugyanis a megkérdezettek 38,3%-a járt itt a Magyar Konyha Hete ideje alatt. Hasonló népszerűségnek örvend a Gáton található Vadász Csárda is, ahol a kitöltők 37,1%-a fordult már meg. A többi közül kiemelkedik még a közkedvelt vendéglátó egységnek bizonyul mezőkaszonyi Kulacs étterem, ahol a program ideje alatt a válaszadók 24%-a gazdagodott már ízélményekben és a Helikon étterem is, ahol a programot illető látogatottság aránya 21,3%. Viszonylag magas a megkérdezettek általi látogatás a beregszászi Sörkert (13,7%), a szürtei Italia snack and pizza (10,4%), a benei Teletál (9,8%), valamint a beregszászi Arany Páva (8,7%) és a dédai Nagykert (8,7%) éttermekben is (7. ábra).

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

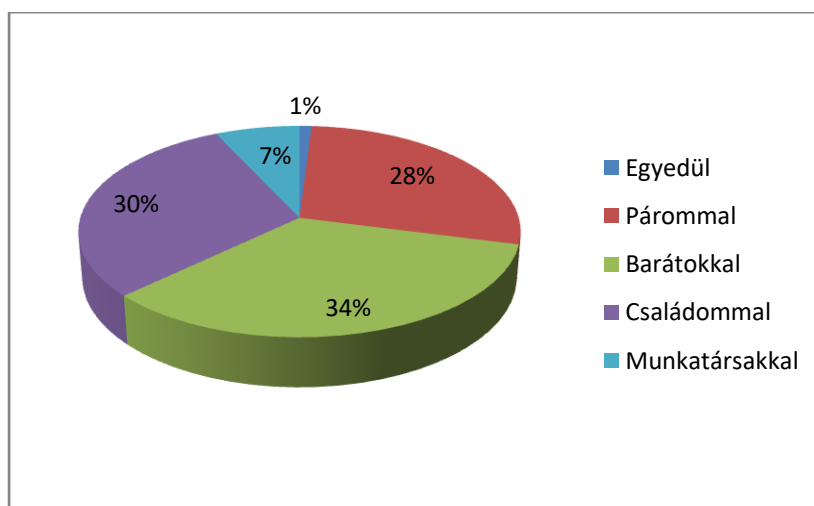


Forrás: Saját szerkesztés

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

A megkérdezettek 34%-a barátokkal, 30%-a családdal, 28%-a pedig a párjával keresi fel a vendéglátó helyeket. Vannak a munkatársaikkal szorosabb kapcsolatot ápoló kitöltők (7%), akik az ők társaságukat választják egy kellemes ebédhez vagy vacsorához, s igen kevés számú vendég az, mindössze két fő, aki egyedül látogat el különleges alkalommal az éttermek egyikébe (8. ábra).

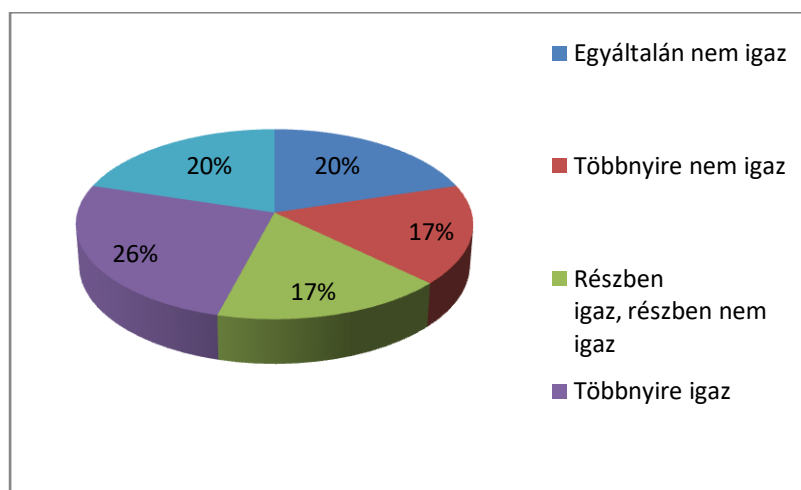
8. ábra: Kivel látogat el a programra?



Forrás: Saját szerkesztés

Szerettük volna megtudni, hogy a megkérdezettek mi alapján választanak éttermet és ételt. Ennek érdekében megfogalmaztunk több olyan szempontot, amelyeket a kitöltők az éttermek, illetve ételek kiválasztásánál, feltételezhetően, figyelembe vesznek. Az állításokat öt különböző kategóriába sorolhatták, annak függvényében, hogy azok mennyire igazak a válaszadókra. A vendégek többsége, 53,4%-a szeret új ételeket kipróbálni, viszont 45,8%-a jellemzően azt az éttermet keresi fel, ahová az év más időszakában is szeret járni. Ez alapján elmondható, hogy a vendégek szívesebben engednek az új ízek csábításának egy már ismert, számukra az idők során megbízhatónak bizonyult, a konyhával teljesen megelégedett vendéglátó egységben (9. ábra).

9. ábra: Azt az éttermet keresem fel, ahová az év más időszakában is szeretek járni



Forrás: Saját szerkesztés

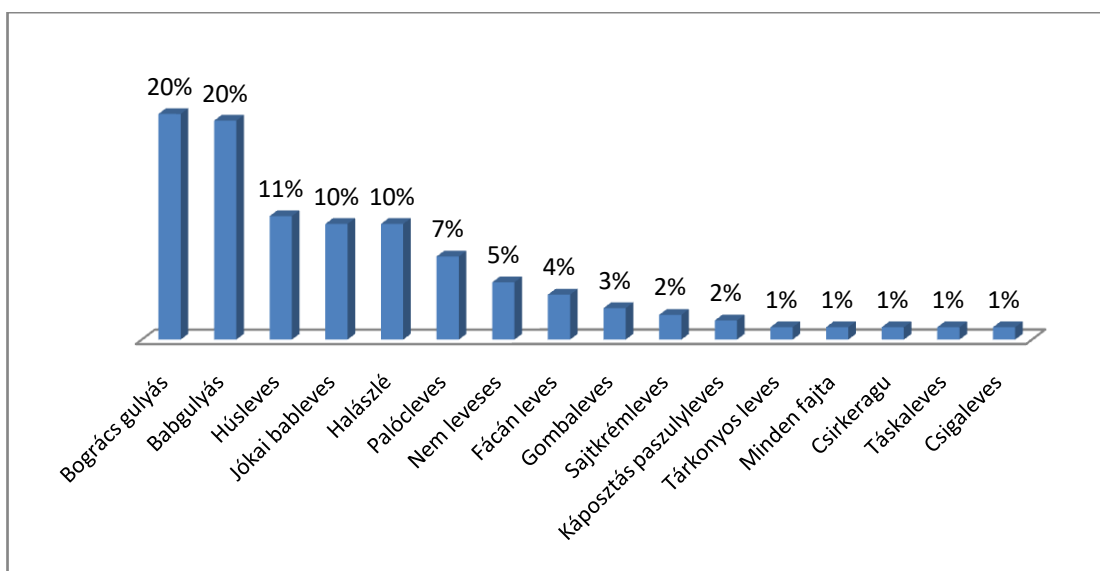
A megkérdezetteknek az a csoportja, akik jellemzően mindig ugyanazt az ételt (5,4%) és ugyanazt az éttermet (6,5%) választják, valószínűleg annak a csoportnak egy részét képezik, akik azt a vendéglátó egységet keresik fel, ahol ők törzsvendégek (15,3%).

Az adatok alapján elmondható az is, hogy az étterem kiválasztásának egyik legmeghatározóbb szempontja, hogy közel legyen a válaszadó otthonához (23,4%), de ugyanolyan fontosnak bizonyult a barátok, rokonok javaslata is (23,4%). Ezeknek a szempontoknak a fontossága talán azzal magyarázható, hogy a megkérdezettek többsége a családjával, és a barátaival vesz részt a „Magyar Konyha Hete” programsorozaton, így ebből adódóan logikusnak tűnik ez a két legfontosabb választási szempont.

A megkérdezettek otthonába (2,1%), illetve munkahelyére (1,6%) történő kiszállítás aránya meglehetősen alacsony, amit talán azzal magyarázhatunk, hogy a többség (58,4%) rendkívül jó csapatépítő programnak tartva a „Magyar Konyha Hete” című rendezvényt, szívesebben dönt úgy, hogy azon inkább személyesen vesz részt, pozitív élményekkel és jó hangulattal gazdagodva.

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

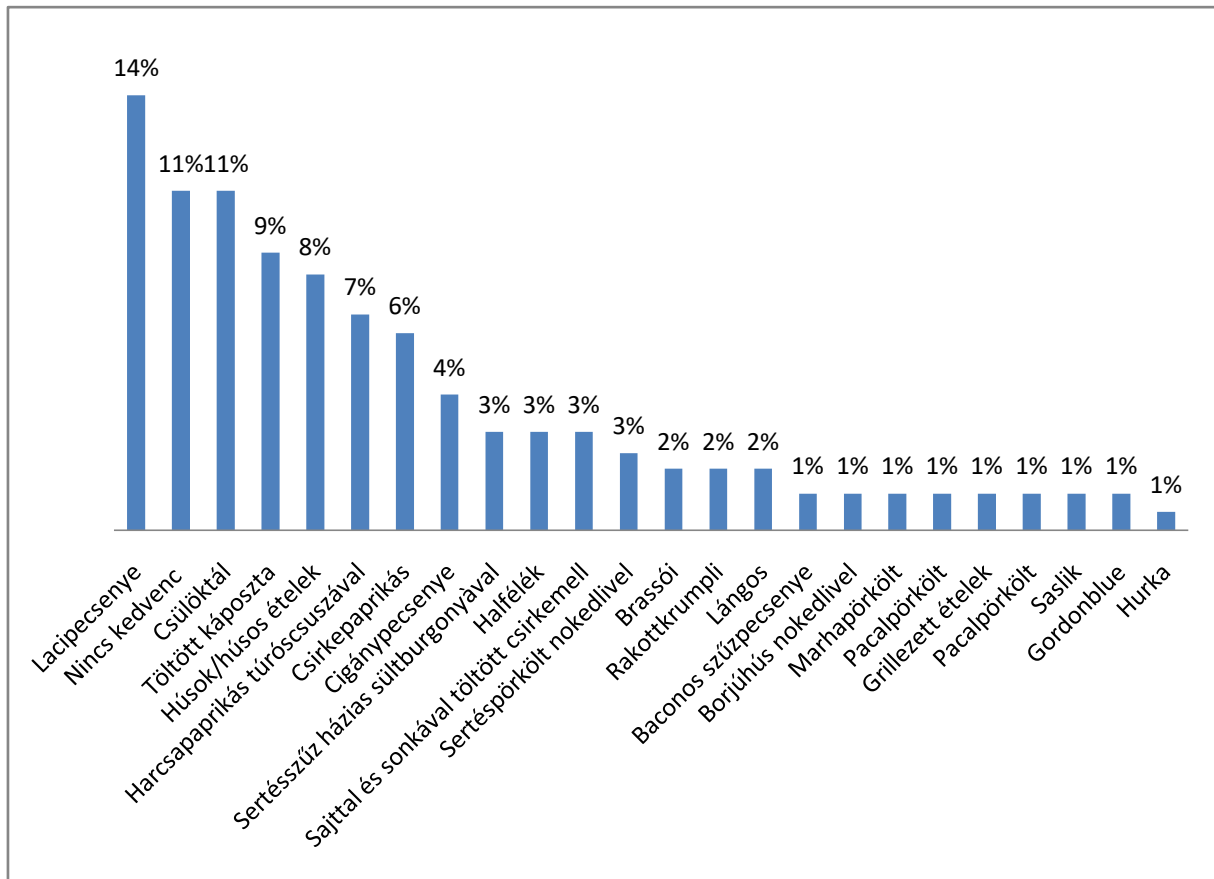
10. ábra: Legnépszerűbb leves a „Magyar Konyha Hete” idején



Forrás: Saját szerkesztés

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

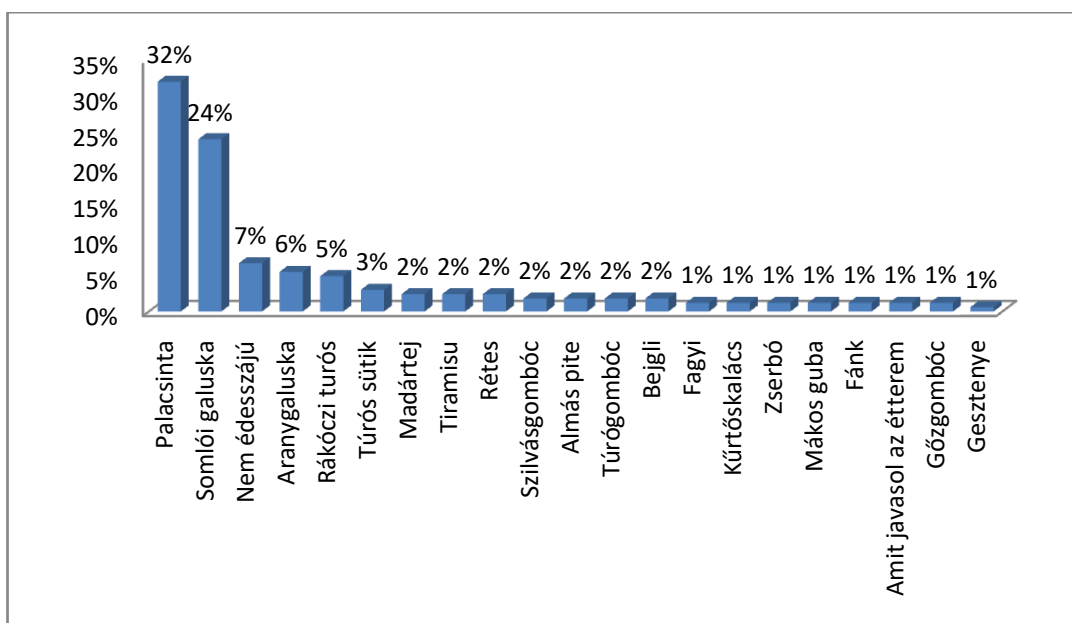
11. ábra: A legkedveltebb főételek a „Magyar Konyha Hete” idején



Forrás: Saját szerkesztés

A programsorozat ideje alatt a desszertkínálat közül határozottan a palacsintáé a főszerep (32%). Ezek között szerepel a dióval töltött, csokoládéöntettel és tejszínhabbal tálalt gundel palacsinta, a hagyományos túros és a nutellás változat is. A második legnagyobb kedvenc a somlói galuska (24%), amiről jellemzően úgy tartják, hogy ahány ház, annyi recept létezik az elkészítésére. A kitöltők egy kisebb részét, sokakkal ellentétben, nem igazán hozza lázba a desszert menü, 7%-uk ugyanis nem tartja édesszájúnak magát (12. ábra).

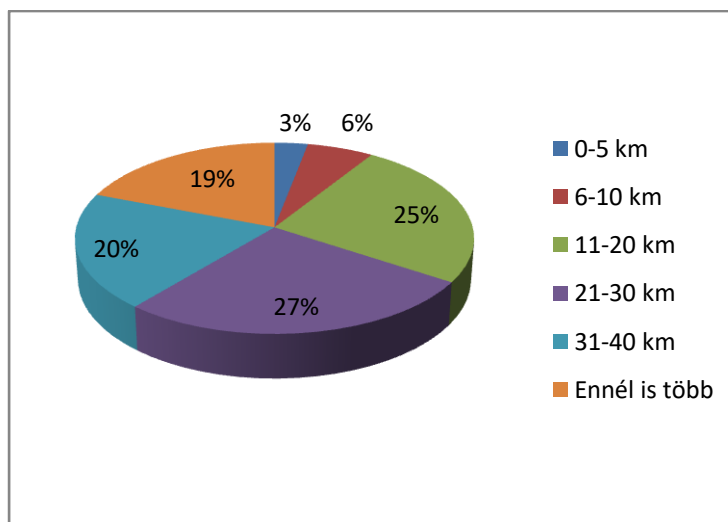
12. ábra: A legkedveltebb desszertek a „Magyar Konyha Hete” idején



Forrás: Saját szerkesztés

A program nyújtotta íz- és hangulat élményekért, egy vendéglátó egység felkeresése miatt a válaszadók többsége (27%) legfeljebb harminc, és ugyancsak meghatározó hányada (25%) maximum húsz kilométert hajlandó utazni (13. ábra).

13. ábra: Hány km-t hajlandó utazni hogy felkeressen egy új vendéglátóegységet?



Forrás: Saját szerkesztés

Ez megerősít egy már fent tárgyalt kérdéskört, ahol a válaszadók az otthonukhoz legközelebb eső éttermet választják a „Magyar Konyha Hete” alkalmából. Lényeges indok lehet ebben az esetben a meglehetősen rossz állapotban lévő közutak minősége, és az annál is

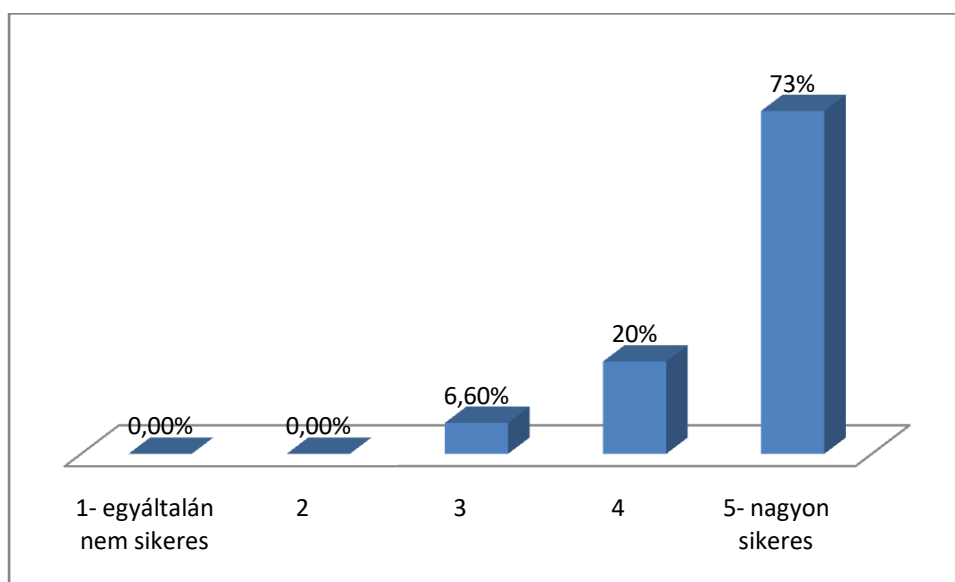
visszamaradottabb tömegközlekedési hálózat. Véleményem szerint, ezeknek a minimális korszerűsítése is lényeges változást idézne elő az új éttermek felkeresésének kérdésében.

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

A kérdőívben a pozitív vélemények mellett, a negatív élményeknek is „hangot adhattak” a válaszadók. A legtöbbet emlegetett rossz tapasztalat a lassú kiszolgálás volt. Hasonlóan sokan panaszkodtak a figyelmetlen felszolgálókra, akik vagy nem a megrendelt, vagy a megrendelt ételt ugyan, de azt hiányosan szolgálták fel. Akadtak, akik a „Magyar Konyha Hete” programsorozat ideje alatt kínált ételek adagjával voltak elégedetlenek, és azt nem megfelelő ár-érték arányként fogalmazták meg. Többeknek akadt problémájuk a nem megfelelően elkészített ételekkel - nyers vagy épp túlsütött hús, ill. elsózott étel. Egyesek problémaként említik a túlszűfolttságot, a csütörtöki napot érintő asztalfoglalási nehézséget, és az éttermek menüjének szerénységét, illetve azoknak a változatlan kínálatát.

Egy egytől ötig terjedő liker-skálán a kitöltők 73%-a ötösre, 20%-a négyesre, 6,6%-a pedig hármasra értékelte a „Magyar Konyha Hete” című programsorozatot, ezzel az eredménnyel sikeres kezdeményezésnek nevezhetjük azt (14. ábra).

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



Forrás: Saját szerkesztés

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

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

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

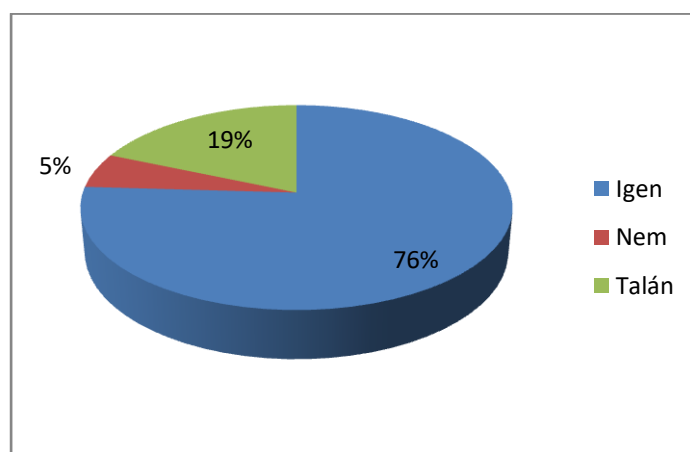
Egyes kitöltők szerint, némely étterem esetében érdemes lehet nagyobb figyelmet szentelni a marketing eszközök hatásának és fontosságának is. Megoldás lehet a vendéglátó egységek részéről annak kitapasztalása is, hogy melyek azok a számukra legkedvezőbb hírcsatornák, amelyeken keresztül a legtöbb emberhez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

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

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

A kitöltők 76%-a úgy tervezte, ellátogat majd valamelyik vendéglátó egységbe 2022-ben is, 18,6%-ának viszont nem szerepelt a terveik között (15. ábra).

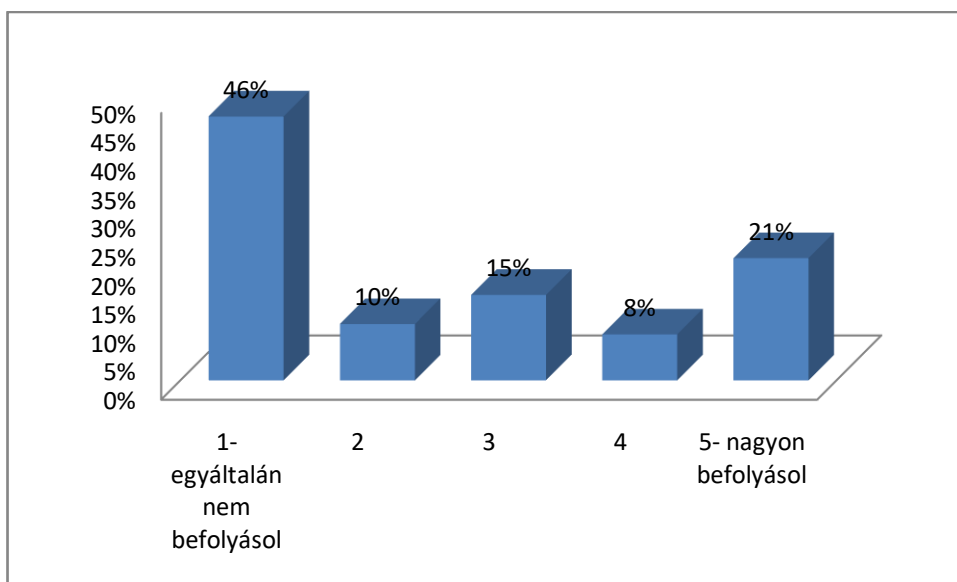
15. ábra: Tervezi-e, hogy 2022-ben ellátogat valamelyik vendéglátóegységbe?



Forrás: Saját szerkesztés

A szünni nem akaró két éve húzódó COVID-19-es járványhelyzet azonban újabb kérdés elé állítja a programban részt venni kívánókat, mégpedig, hogy mennyire befolyásolja őket az a rendelet, miszerint idén csak oltási igazolvánnyal, vagy negatív PCR teszttel lehet látogatni az éttermeket. Az egytől ötig terjedő értékelési skálán a válaszadók 46%-át egyáltalán nem, 21%-át pedig nagymértékben befolyásolja, sőt visszatartja az étteremlátogatástól, ami valószínűleg azzal függ össze, hogy rendelkezik-e a válaszadó oltási igazolvánnyal vagy sem (16. ábra).

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

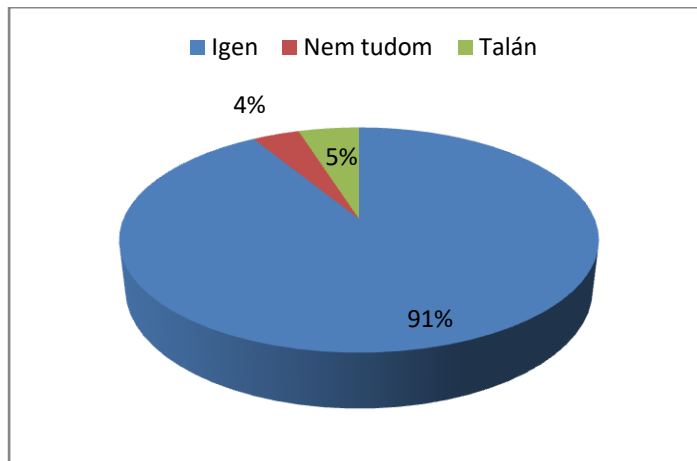


Forrás: Saját szerkesztés

Az adatok alapján a megkérdezettek 76%-a rendelkezik ezzel az okmánnyal. Feltételezhetjük, hogy azok a személyek, akik az oltás hiánya miatt nem kereshetnek fel éttermeket (16,4%), szívesen élnek a házhozszállítás lehetőségével. Mint a kutatásból kiderült, a megkérdezettek 4,8% a munkahelyére, 4,8%-a az otthonába rendel a választott étteremből.

A megkérdezettek 94,5%-a, saját tapasztalatai alapján szívesen ajánlja barátainak és ismerőseinek a „Magyar Konyha Hete” című programsorozatot, és mintegy 91%-uk fejezte ki véleményét annak kapcsán, hogy kétségbevonhatatlanul lenne igény hasonló kezdeményezésre Kárpátalján (17. ábra).

17. ábra: Lenne-e igény hasonló kezdeményezésre?



Forrás: Saját szerkesztés

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

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

A keresletet kutató kérdőív mellett egy kínálatot vizsgáló kérdőív is készült, ami a „Magyar Konyha Hete” című rendezvénysorozat vendéglátó egységeinek tulajdonosai között került kitöltésre. Ez szám szerint 9 vendéglátót jelent.

A vendéglátók szocio-demográfia jellemzői

A felmérésben 7 férfi és 2 nő vett részt, akiknek korcsoport szerinti megoszlása rendkívül színes skálán mozog().Egyaránt vannak közöttük sikeres fiatal, középkorú és idősebb étteremtulajdonosok is. 33,3%-uk a 40-49 év közötti, 22,2%-uk a 60 év fölötti, 22,2%-uk pedig a 30-39 év közötti korcsoportot képviselik. Az 50-59 év közötti korosztály aránya 11,1%, mint ahogy a 18-29 év közöttieké is. Végzettség szerint a kitöltők 66,7%-a felsőfokú végzettséggel rendelkezik, 22,2%-a technikumot vagy koledzset, 11,1%-a pedig szakmunkásképzőt végzett, s ezen belül mintegy 44,4%-uknak van vendéglátóiparhoz kapcsolódó szakirányú képzettsége (18. ábra).

18. ábra: A vendéglátók szakirányú végzettsége



Forrás: Saját szerkesztés

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

A "Magyar Konyha Hete" gasztronómiai programsorozattal kapcsolatos kutatási eredmények

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

Ennek érdekében, 2022. január 20.-án a KMTT továbbképzést szervezett szakácsok részére a Helikon Étteremben neves magyarországi séfek bevonásával (<https://kisso.net/2022/02/10/magyar-konyha-hete-minosegi-etel-kerul-majd-a-vendegek-tanyerjara/>)Az elégedettség ellenére a vendéglátók néhányan (22,2%) megjegyezték, hogy nem feltétlenül tartják jónak a februári időpontot a rendezvény lebonyolítására és ideálisabbnak gondolják a tavaszt esetleg a nyári időszakot. Azt gondolom, az évnek ez a szakasza átfogóan minden térségben aktívabb turistaforgalmat generál a vendéglátást illetően, s ebből kifolyólag találják kedvezőbbnek a tavaszi-nyári szezont. E javaslatok megfogadása azonban talán egyenesen keresztezné az adott program célját, ami eredetileg a Kárpátaljára

jellemző holt-szezon fellendítése, kedvezmények által téve vonzóbbá a térség vendéglátó egységeit.

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

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

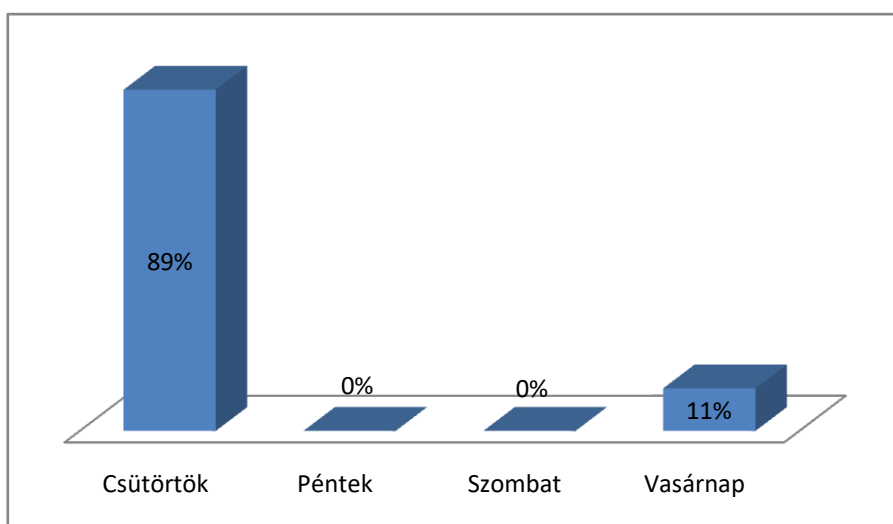
Mások szerint hosszú folyamat előzi meg azt, hogy minden kedvezményes nap sikeres legyen. Ennek egy részét képezi a szolgáltatásnyújtás állandósága, a vendégcsalogató marketing alkalmazása és az, ha odafigyeléssel jutalmazták a vendégeket, aminek következtében a vendégek legközelebb kérdés nélkül őket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

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

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

Az előző véleménytől eltekintve, azok a vendéglátók, akik többször is részt vettek a programsorozaton 62,5%-ban határozottan érezhető forgalomnövekedésről számoltak be, sőt elmondásuk szerint egyre több vendéget fogadnak évről évre (19. ábra).

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



Forrás: Saját szerkesztés

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

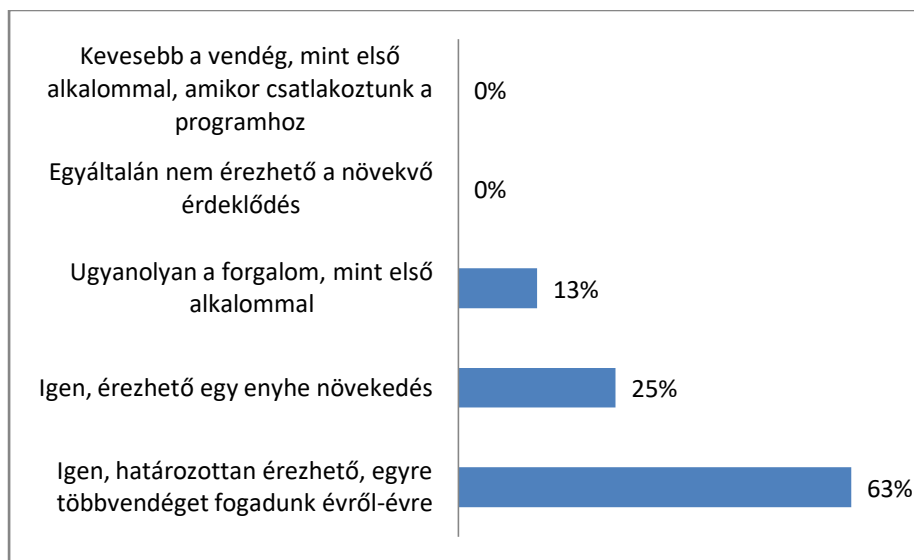
Mások szerint hosszú folyamat előzi meg azt, hogy minden kedvezményes nap sikeres legyen. Ennek egy részét képezi a szolgáltatásnyújtás állandósága, a vendégcsalogató marketing alkalmazása és az, ha odafigyeléssel jutalmazták a vendégeket, aminek következtében a vendégek legközelebb kérdés nélkül őket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

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

Egy kevésbé pozitív színben megfogalmazott vélemény szerint a vendégforgalom mindaddig semmiképp nem növelhető, míg az Ukrajna egész területére együttesen jellemző alacsony színvonalú életminőség fejlődő tendenciát nem kezd mutatni.

Ettől eltekintve, azok a vendéglátók, akik többször is részt vettek a programsorozaton 63%-ban határozottan érezhető forgalomnövekedésről számoltak be, sőt elmondásuk szerint egyre több vendéget fogadnak évről évre (20. ábra).

20. ábra: Érezhető-e a növekvő érdeklődés a „Magyar Konyha Hete” iránt?



Forrás: Saját szerkesztés

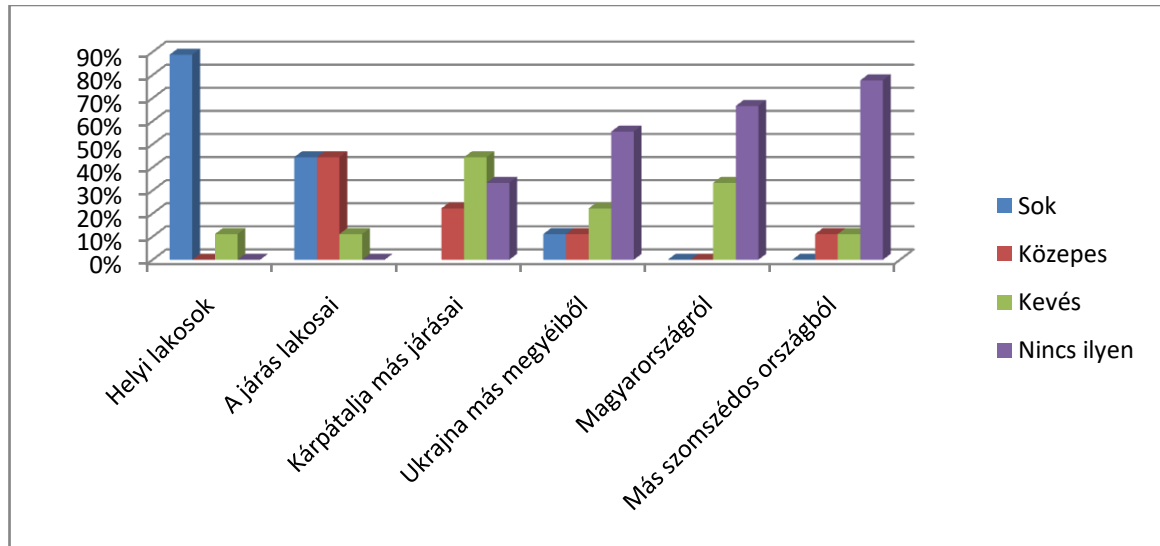
Az adatok alapján azt is elmondhatjuk, hogy a vendéglátók 77,7%-a elégedettnek tartja magát a „Magyar Konyha Hete”-vel kapcsolatban az elmúlt évek során tapasztalt forgalomnövekedéssel és árbevétellel is.

A vendégkör jellemzése

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

ami mellett kiegészítésként látogat el a „Magyar Konyha Hete” programban résztvevő egy-egy étterembe (21. ábra).

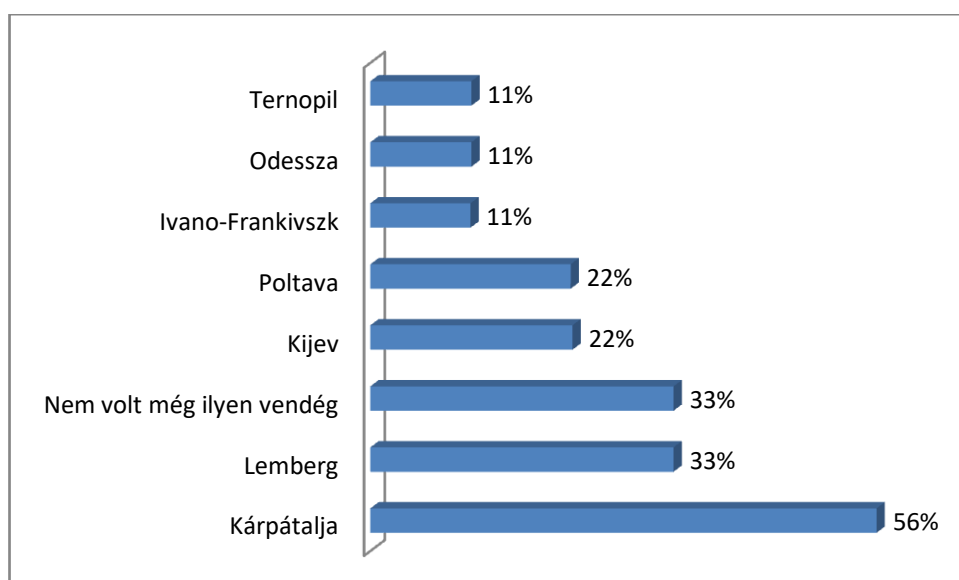
21. ábra: Honnan és milyen arányban érkeznek a vendégek a "Magyar Konyha Hete" idején?



Forrás: Saját szerkesztés

A Kárpátalján kívüli belföldi vendégkört részletesebben megvizsgálva azt az eredményt kaptuk, hogy a legnagyobb arányban a Kárpátaljával szomszédos Lemberg megyéből (33,3%) érkeznek vendégek a „Magyar Konyha Hete”-én, de jelentős érdeklődés tapasztalható Kijev(22,2%) és Poltava (22,2%) megyékből is. Ezen kívül említésre kerültek még Ternopil, Odessza és Ivano-Frankivsz megyék is, viszont a többi megyét egyetlen vendégfogadó sem említette meg. A vendéglátóegységek 33,3%-a válaszolt úgy, hogy nem volt még más ukrajnai megyéből érkező vendégük a program ideje alatt (22. ábra).

22. ábra: Ukrajna más megyéiből érkező vendégek

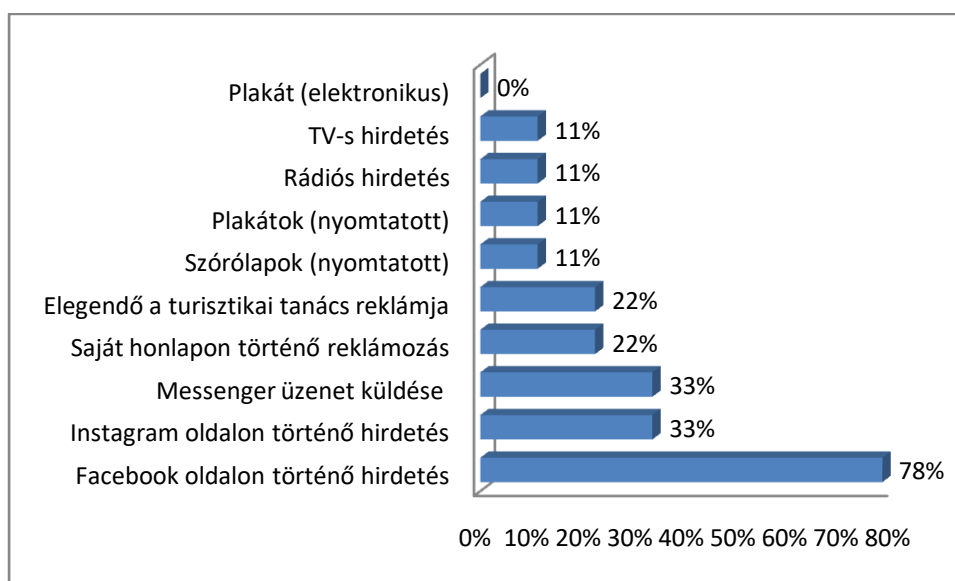


Forrás: Saját szerkesztés

Reklámtevékenységek, szolgáltatások

A „Magyar Konyha Hete” gasztronómiai programsorozat népszerűsítése érdekében a vendéglátóegységeknek – a KMTT által nyújtotta reklámtevékenységen kívül– az egyik leggyakrabban használt marketingeszköze az étterem saját Facebook oldalán történő népszerűsítés (78%) (23. ábra).

23. ábra: Leggyakrabban használt marketing eszközök



Forrás: Saját szerkesztés

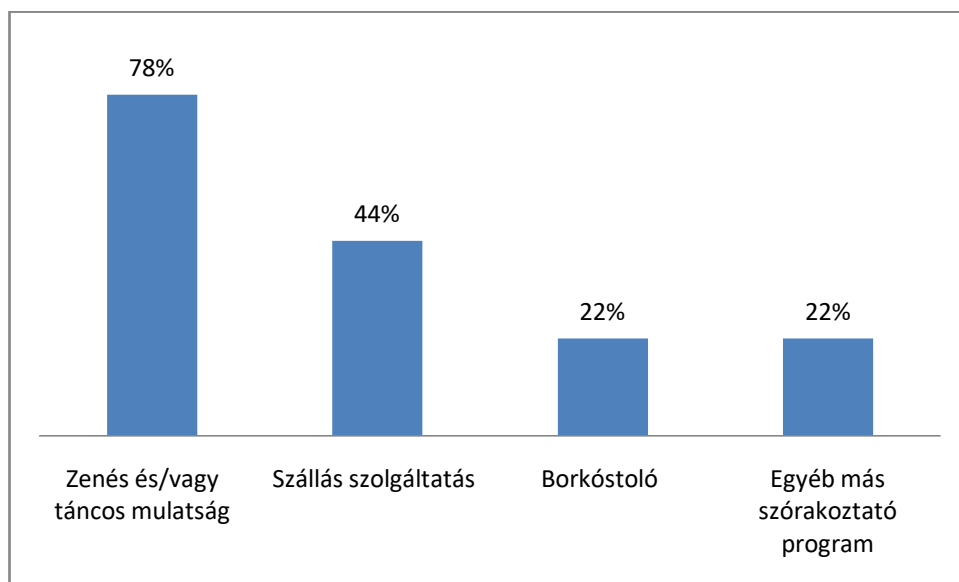
Az ezen a platformon több ezres követőtáborral rendelkező vendéglátóegységek rendkívül nagy tömegek előtt tudják hirdetni a programban való részvételüket. Az erre irányuló bejegyzéseiket a vendégek is megosztják a saját hírfolyamaikban, s ezzel egyfajta láncreakciót hoznak létre a közösségi médiában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

Az étkeztetésen kívül, némely vendéglátóegység más szolgáltatásokat is nyújt a „Magyar Konyha Hete” idején; ilyen a zenés és/vagy táncos mulatság (78%) is, amelyre a kereslet is igen erős.

Az eddigiek alapján elmondhatjuk, hogy az elmúlt kilenc év alatt a „vevő és az eladó” már kitapasztalhatta egymás igényeit, amelynek eredményeként a keresett szolgáltatást tudják a vendégeknek nyújtani.

Ezen kívül szállás szolgáltatást (44%), borkóstolót (22%), és egyéb más szórakoztató programot (22%) biztosítanak a válaszadóink a vendégek számára (24. ábra).

24. ábra: Milyen szolgáltatásokat nyújt az étkeztetésen kívül?



Forrás: Saját szerkesztés

Arra a kérdésre, hogy milyen pozitív hatást véltek felfedezni a vendéglátók a „Magyar Konyha Hete” programsorozat alatt, egyhangúan azt a választ kaptuk, hogy népszerűbbé és keresettebbé váltak, és új vendégeköt szereztek (77,7%). Véleményem szerint, az újonnan

nyílt éttermek esetében a programban való részvétel mindenképp egy pozitív előrehaladást eredményezne a későbbiekben. Az új éttermek, a becsatlakozásuk elején kezdetben nem igazán fognak jelentős pozitív hatást érezni, ugyanis a forgalomszerzés eszközei lassan és hosszútávon fejtik ki hatásukat. A vendéglátók 88,9%-a nem tapasztalt semmilyen az étteremre vonatkozó negatív hatást a „Magyar Konyha Hete” ideje alatt.

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

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

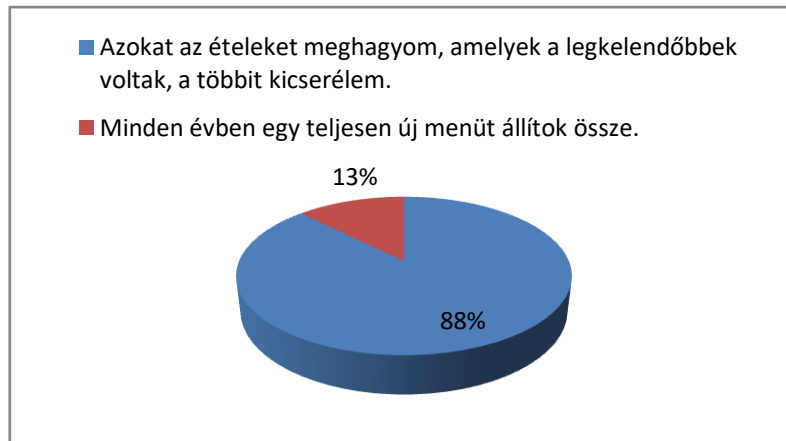
Többen továbbá a teljes elégedettségüket fejezték ki, akik nem találtak semmi változtatni valót, kivéve, hogy véleményük szerint érdemes lehet több hasonló rendezvény létrehozása egy évben.

Ételkínálat

Kutatásunk kiterjedt a programban résztvevő vendéglátó egységek étlapjának vizsgálatára is. Az éttermek a „Magyar Konyha Hete” kínált menüjüket, valamilyen szinten, minden éven változtatják (25. ábra).

A felmérésben résztvevők 88%-a meghagyja azokat az ételeket, amelyek a legkelendőbbek voltak előző évben, a kevésbé kedvelteket pedig kicseréli, és összesen mintegy 13% állít össze egy teljesen új menüt minden éven. A keresleti kérdőív eredményeit figyelembe véve fontos, hogy a menü évről évre megújuljon, miszerint sokan nyitnának az új vagy változatosabb ételek irányába.

25. ábra: A "Magyar Konyha Hetére" kínált menük évenkénti változása



Forrás: Saját szerkesztés

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

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

Az édesszájúak között pedig a palacsinta a favorit, amit a madártej, a túrós rétes és a túrógombóc, majd a vaníliaöntettel kínált aranygaluska és a kézműves fagyi követ.

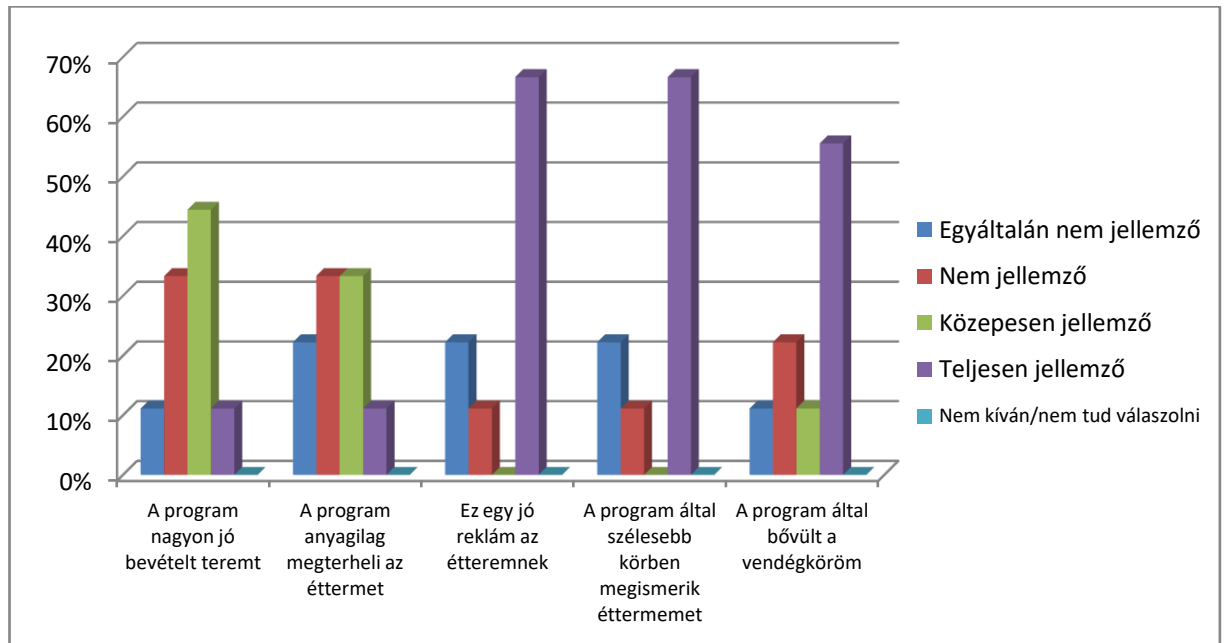
Kíváncsiak voltunk arra is, hogy melyek azok az ételek, amelyek minden évben visszatérnek a „Magyar Konyha Hetére” szerkesztett étlapra. Az ide sorolt ételek mindegyike megfelel a fentebb említetteknek, amit palóclevessel, zúzapörkölttel, harcsapaprikással és túrós csuszával, valamint somlói galuskával tudunk kiegészíteni. Az adatok alapján azt mondhatjuk, hogy az ételkínálat teljesen megfelel a keresletnek.

Kiderült, hogy a „Magyar Konyha Hete” 4 napján kínált ételekből a vendéglátók 55,6%-a vállal kiszállítást, 44,4%-uk pedig nem. Ez az arány a 2022-es jubileumi alkalomkor minden valószínűség szerint változhatott, tekintve az orosz ukrán konfliktusból alakult háborús helyzetet, és az azzal járó pánikot és fejetlenséget, mely pont a program első napján jelentkezett, február 24-én. A vendéglátóegységek forgalmának nagy részét, feltételezhetően a kiszállítások jelentették.

A „Magyar Konyha Hete” programmal való elégedettség

Az adatok azt mutatják, hogy a vendéglátók 66,6%-a egy jó reklámnak tarja a „Magyar Konyha Hete” című programsorozatot, ami által szélesebb körben megismerik a vendéglátó egységüket, sőt, 55,5%-uk eltudja mondani magáról azt is, hogy az idők során, a programnak köszönhetően határozott vendégkörbővülést sikerült elérniük (26. ábra).

26. ábra: Az éttermekre legjellemzőbb állítás a Magyar Konyha Hete kapcsán



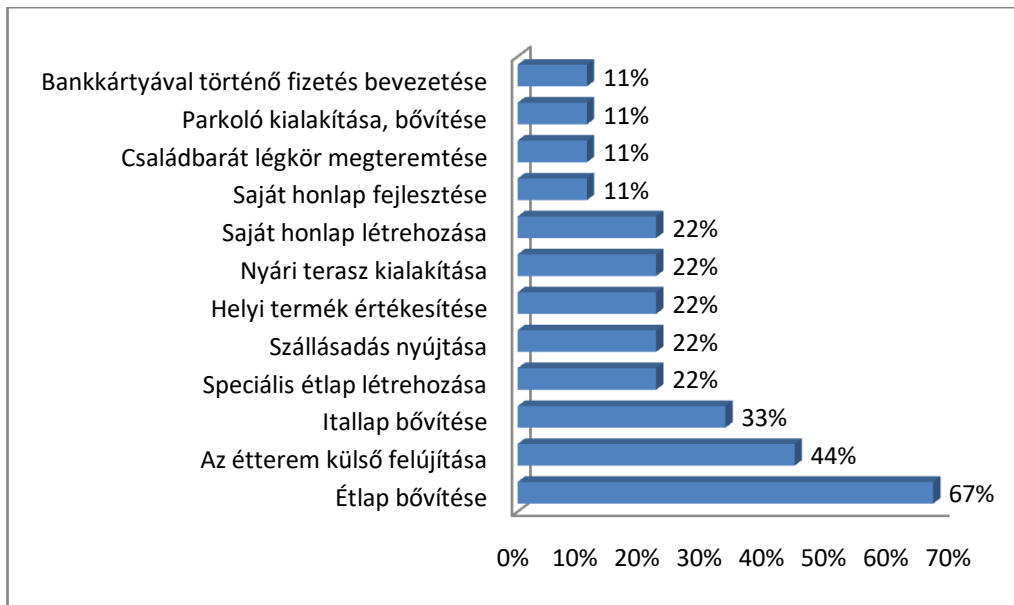
Forrás: Saját szerkesztés

Mindent összevetve, a felmérésben részt vett tulajdonosok 88,9%-a összességében sikeres kezdeményezésnek tartja a „Magyar Konyha Hete” című gasztronómiai programsorozatot, s 77,8%-a úgy véli, hogy igény lenne a turizmust érintő hasonló kezdeményezésekre Kárpátalján.

Fejlesztési tervek

Kíváncsiak voltunk arra is, hogymilyen fejlesztési terveik vannak a vendéglátóknak a következő évre a saját éttermükkel kapcsolatban. Elmondása szerintök minden évben törekszenek lépéseket tenni a vendéglátó egységeik fejlesztésre szoruló részeinek korszerűsítésére (27. ábra).

27. ábra: Az étteremmel kapcsolatos fejlesztési tervek a következő évre



Forrás: Saját szerkesztés

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

Úgy gondolom, a vendéglátó egységeink legtöbbje kész fogadni a „Magyar Konyha Hete” keretén belül érkező vendégeket, s az általánosan vett vendégkör, valamint a program keretén belül érkező új vendégek számára is igyekeznek a legtöbbet megvalósítani a fejlesztési lehetőségek tárházából.

KÖVETKEZTETÉSEK

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

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

Megtudtuk, hogy a legtöbb válaszadó általában csak jeles alkalmakkor (34,4%) látogat el valamilyen vendéglátó egységbe, és hogy a vendégek egy része a „Magyar Konyha Hete” programra is különös alkalomként tekint, amikor is megengedheti magának, hogy étterembe menjen. Ez alapján elmondható, hogy a KMTT kezdeményezése, vagyis a „Magyar Konyha Hete” létrehozása végül nem csak az éttermeket érintő pozitív hatását érte el, hanem akarva akaratlanul a lakosság egy részének is egy elérhető gasztronómiai élményszerzési lehetősége biztosított. Ezt alátámasztja, hogy az adatközlők közel fele (45,4%-a) a legkedvezményesebb napon, csütörtökön látogat el a választott étterembe.

A vendégek 53,4%-a szeret új ételeket kipróbálni, viszont 45,8%-a jellemzően azt az éttermet keresi fel, ahová az év más időszakában is szeret járni. Ez alapján célszerű lehet a „Magyar Konyha Hete” programsorozatra kínált menüket évről évre változtatni, amit a vendégek a programra irányuló fejlesztési javaslatok között is megfogalmaztak. A vendéglátók a jövő évre vonatkozó fejlesztéseik közül 66,6%-ban az étlapkínálat bővítését tűzték ki célul, ami mellett remélhetőleg külön gondolnak majd a „Magyar Konyha Hete” programra kínált menü változtatására is.

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

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

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

A vendéglátók többsége jó reklámnak és jó vendégkörszerzési lehetőségnek tartja a programsorozatot, ám akadnak olyanok is, akik számára anyagilag megterhelő hatása van. Ez utóbbi hatás, vélhetően a kevésbé népszerű és kisebb vendégkörű, valamint a nehezebben megközelíthető egységekre jellemző. Esetükben érdemes lehet a kínálat bővítésére, minőségére és csak harmadsorban annak megfelelő reklámozására fektetni a legnagyobb hangsúlyt, hiszen a vendégek 19,1%-a hajlandó akár 40 km-nél is többet utazni, ha érdemes.

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

Egy személyes javaslatom a program kapcsán, hogy annak érdekében, hogy Ukrajna szerte előmozdítsuk a programot, érdemes lehet mozgókonyha kivitelezésén gondolkodni. Ennek segítségével kijuthatnánk más megyék fesztiváljaira, rendezvényeire, ahol lehetőség lenne megismertetni a magyar konyha ízeit. Akár évről évre meg lehetne rendezni, az ismert ízek pedig idővel a vidékre fogják vonzani a fesztiválokra behálózott vendégeket.

Összességében, mind a vendégek, mind a vendéglátók egy sikeres kezdeményezésnek tartják az immár tíz éves „Magyar Konyha Hete” gasztronómiai programsorozatot, és 84,15%-uk tart igényt hasonló, a turizmust érintő előterjesztésekre Kárpátalján.

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

ÖSSZEGZÉS

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

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

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

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

A helyi lakosok körében rendkívüli népszerűségnek örvend, a vendégek 91,3%-a szerint pedig érdemes lehet a továbbiakban hasonló kezdeményezések létrehozásán gondolkodni.

A munkám során kapott eredmények és adatok, javaslatok és ötletek remélem hasznos információkat hordoznak, és hozzá tudnak járulni a „Magyar Konyha Hete” program fejlesztéséhez, annak komplexebb turisztikai terméké való kialakításához – a megyénk turisztikai arculatának színesebb kiépítéséhez.

FELHASZNÁLT IRODALOM

1. Bazyuk D.(Базюк Д.) 2016: Gasztronómiai turizmus Ukrajnában: trendek és fejlődési kilátások / D. Bazyuk // Anyaggyűjtés a hallgatók és fiatal kutatók IV. tudományos-gyakorlati konferenciájának eredményeiről „Ukrajna fenntartható fejlődése: problémák és kilátások”. (Еногастрономічний туризм в Україні: тенденції та перспективи розвитку / Д. Базюк // Збірник матеріалів за результатами IV науково-практичної конференції студентів та молодих вчених «Сталий розвиток України: проблеми і перспективи»). Medobori,pp. 121-123.
2. Bódiné Fekete É. 2007: A Gasztronómia története. Műszaki Kiadó. Budapest, 182 p.
3. Füreder B. 2009: A hosszú reneszánsz konyhakultúra magyar nyelvű szakácskönyveinek bemutatása és összehasonlító elemzése. PhD értekezés, Debrecen BTK, 198 p.
4. Gonda T. 2016: A Turisztikai termékfejlesztés elméleti alapjai. PTE KPVK Kiadó. Budapest, 226 p.
5. Kárpáti N. 2016: A gasztronómia fejlődéstörténete és aktuális trendjei. Szakdolgozat, Miskolc, 70 p.
6. Könyves E. - Vargáné dr. Csobán K. 2015: Gasztronómia és turizmus. Elméleti jegyzet, Debrecen, 120 p.
7. Marchenko O. – Tarpai J. – Golodnyak O. – Manyas J. 2008: Kárpátalja. Turisztikai útikönyv. Svit Uspihu, Beregszászi Turisztikai Információs Központ, 320p.
8. Németh A. 1991:Kárpátalja. Panoráma Kiadó. Budapest,151 p.
9. Rimán E. 2021: A 21. századi magyar vendéglátást legjobban befolyásoló gasztronómiai trendek. Miskolc, 60 p.
10. Sass E. 2019: A turisztikai termékek rendszerének bemutatása.In: Berghauer S. - SassE. (szerk.): Akárpátaljai magyarság turizmusfejlesztési stratégiája. Kárpátaljai Magyar Turisztikai Tanács, Beregszász, pp. 28-43.
11. Szeleczky A. 2003: Ínycsiklandó.Gasztronómiai fogalomtár. Csemegézőaterített asztal művészetéből. DCB 2001 Bt. Kiadó. Budapest, 207p.

12. Tarpai J. 2013: A természeti és társadalmi erőforrások szerepe Kárpátalja turizmusfejlesztésében és hatása a területfejlesztésre. PhD értekezés, Pécs, 183 p.
13. Zhuravchak Y. (Журавчак Я.) 2021: Ukrajna Gasztronómiai Turizmusának fejlődési problémái és kitekintései (A Kárpátaljai régió példáján). (Проблеми та перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні (на прикладі Закарпатської області)).Harkov. 13 p.

INTERNETES FORRÁSOK

1. <https://kmsz.com.ua/2022/01/07/a-magyar-konyha-hete-fehivas/>, A „Magyar Konyha Hete” felhívás. letöltés ideje: 2022. 01.20.
2. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284414666>, Gasztronómiai turizmusban szereplő turisták. letöltés ideje: 2022. 02,10
3. <https://adoc.pub/hagyomanyos-taplalkozas-korszakok.html>, Hagyományos táplálkozási korszakok. letöltés ideje: 2022.03.29.
4. <https://vasarnap.com/vasarnapi-asztal/kirandulas-a-magyar-gasztronomiaban-iii>, Kirándulás a magyar gasztronómiában. letöltés ideje: 2022.03.29.
5. <http://www.eztfaldfel.hu/2014/03/magyar-gasztronomia-tortenete-honfoglalastol.html>, A magyar gasztronómia története a honfoglalástól. letöltés ideje: 2022.03.29.
6. <https://kiszoz.net/2022/02/10/magyar-konyha-hete-minosegi-etel-kerul-majd-a-vendegek-tanyerjara/>, Magyar Konyha Hete. letöltés ideje: 2022.03.29.
7. <https://kiszoz.net/2021/08/10/bemutattak-a-karpatalja-magyar-szemmel-cimutikonyvet-%E2%97%8F-karpati-igaz-szo/>, Kárpátalja magyar szemmel útikönyv . letöltés ideje: 2022.03.20.
8. <https://karpatalja.ma/kultura/kulturalis-hirek/a-vii-magyar-konyha-hete-sajtotajekoztatoja-es-a-karpataljai-gasztrokalauz-bemutatasa/>, VII. Magyar Konyha Hete. letöltés ideje: 2022.03.20.
9. <https://karpataljalap.net/2021/10/07/karpataljai-kostolo-konyvbemutato-beregszaszban>, Kárpátaljai-kóstoló könyvbemutató. letöltés ideje: 2022.03.20
10. <https://mnhsz.com/kiemelt-hirek/megjelent-a-karpataljai-gasztrokalauz>, Kárpátaljai gasztrokalauz. letöltés ideje: 2022.03.20

11. <https://kiszó.net/2020/03/10/gasztrokalauz-ukran-turistaknak/>, Gasztrokalauz ukrán turistáknak. letöltés ideje:2022.03.20.
12. <https://www.vg.hu/manager-magazin/2019/04/a-magyar-gasztronomia-bukasa-es-felemelkedese>, A Magyar gasztronómia bukása és felemelkedése. letöltés ideje: 2022.03.22
13. <https://www.statista.com/statistics/273090/worldwide-sales-of-organic-foods-since-1999/>, Az organikus élelmiszerek eladásának növekedése. letöltés ideje:2022.03.29
14. <https://m.utisugo.hu/aktiv/sokszinu-karpatalja-94125.html>, Sokszínű Kárpátalja. letöltés ideje: 2022.03.22.
15. https://tourlib.net/statti_ukr/godya.htm, Kárpátalja fejlesztésére irányuló javaslatok . letöltés ideje:2022.03.29
- 16.<https://www.napi.hu/magyar-vallalatok/a-nok-tobbet-hasznaljak-a-facebookot.547040.html>, A nők többet Facebook-oznak. letöltés ideje: 2022.03.21
17. <https://falatozz.hu/blog/a-magyarok-ragaszkodnak-a-kedvenc-eteleikhez-es-ettermeikhez>, A magyar nép leveses. letöltés dátuma: 2022.03.20

ÁBRÁK JEGYZÉKE

1. ábra: Az adatközlők korcsoport szerinti megoszlása.....	19
2. ábra: Az adatközlők területi megoszlása.....	20
3. ábra: Honnan értesült a „Magyar Konyha Hete” programról?	21
4. ábra: Mi jut eszébe először a „Magyar Konyha Hete” hallatán?.....	22
5. ábra: A választott nap oka.....	23
6. ábra: Hány alkalommal vett részt a programon?.....	24
7. ábra: A „Magyar Konyha Hete” során meglátogatott éttermek.....	25
8. ábra: Kivel látogat el a programra?.....	26
9. ábra: Azt az éttermet keresem fel, ahová az év más időszakában is szeretek járni....	26
10. ábra: A Legkedveltebb leves a „Magyar Konyha Hete” idején.....	28
11. ábra: A legkedveltebb főétel a „Magyar Konyha Hete” idején	29
12. ábra: A legkedveltebb desszert a „Magyar Konyha Hete” idején.....	30
13. ábra: Hány km-t hajlandó utazni hogy felkeressen egy új vendéglátóegységet?....	30
14. ábra: Mennyire tartják sikeres kezdeményezésnek a „Magyar Konyha Hete” programot?.....	32
15. ábra: Tervezi-e hogy 2022-ben ellátogat valamelyik vendéglátóegységbe?.....	33
16. ábra: Mennyire befolyásolja az kötelező oltási igazolvány vagy negatív PCR teszt a program látogatását?.....	34
17. ábra: Lenne-e igény hasonló kezdeményezésre?.....	35
18. ábra: A vendéglátók szakirányú végzettsége.....	36
19. ábra: A legforgalmasabb nap a „Magyar Konyha Hete” idején.....	38
20. ábra: Érezhető-e növekvő érdeklődés a „Magyar Konyha Hete” iránt?.....	39
21. ábra: Honnan és milyen arányban érkeznek a vendégek a "Magyar Konyha Hete" idején?.....	40
22. ábra: Ukrajna más megyéiből érkező vendégek.....	41
23. ábra: Leggyakrabban használt marketing eszközök.....	41
24. ábra: Milyen szolgáltatásokat nyújt az étkezésen kívül?.....	42
25. ábra: A "Magyar Konyha Hete" kínált menük évenkénti változása.....	44
26. ábra: Az éttermekre legjellemzőbb állítás a Magyar Konyha Hete kapcsán.....	45
27. ábra: Az étteremmel kapcsolatos fejlesztési tervek a következő évre.....	46

MELLÉKLETEK

I.számú. melléklet: A „Magyar Konyha Hete” programsorozat keresletét vizsgáló kérdőív

A "Magyar Konyha Hete" gasztronómiai programsorozatra irányuló kérdések

1. 1. Neme. *

Soranként csak egy oválist jelöljön be.

- Nő
 Férfi

2. 2. Életkora. *

Soranként csak egy oválist jelöljön be.

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

3. 3. Lakhelye. *

4. 4. Legmagasabb iskolai végzettsége. *

Soranként csak egy oválist jelöljön be.

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

5. 5. Milyen gyakran jár étterembe? *

Soranként csak egy oválist jelöljön be.

- Hetente egyszer
 Hetente többször
 Havonta egyszer
 Havonta többször
 Félévente
 Jéles alkalmakkor
 Nem jár étterembe
 Egyéb: _____

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

Soranként csak egy oválist jelöljön be.

- Igen
 Nem

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

Válassza ki az összeset, amely érvényes.

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

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

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

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9

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

Válassza ki az összezet, amely érvényes.

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

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

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

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- Csütörtök
- Péntek
- Szombat
- Vasárnap

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

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

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- Egyedül
- Párommal (férj/feleség, barát/barátnő, élettárs)
- Családommal
- Barátokkal
- Munkatársakkal
- Csoporttal
- Egyéb: _____

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

Soronként csak egy oválit jelöljön be.

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

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

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

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

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

Soronként csak egy oválit jelöljön be.

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

Aktiválja a W
Aktiválja a Wind

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

Soronként csak egy oválit jelöljön be.

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

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

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

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

Akt
Aktív

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

Soronként csak egy oválit jelöljön be.

- Igen
 Nem
 Talán

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

Soronként csak egy oválit jelöljön be.

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

25. Rendelkezik-e oltási igazolvánnyal? *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- Igen
 Nem
 Nem kíván válaszolni

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

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- Igen
 Nem
 Talán

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

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

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

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

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- Igen
 Nem
 Nem tudom
 Talán

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

Általános, bevezető kérdések

1. 1. Neme *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- Nő
 Férfi

2. 2. Életkora. *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

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

3. 3. Legmagasabb iskolai végzettsége. *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- Általános iskola
 Középiskola, gimnázium, líceum
 Szakmunkásképző
 Technikum, koledzs
 Főiskola, egyetem
 Egyéb: _____

5. 5. Kérem nevezze meg szakirányú végzettségét.

6. 6. Helyik étterem/vendéglátó egység tulajdonosa? *

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

A "Magyar Konyha Hete" gasztronómiai programsorozatra irányuló kérdések

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

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- 1
 2
 3
 4
 5
 6
 7
 8
 9

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

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- Igen
 Nem
 Még nem tudom
 Talán

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

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- 1 2 3 4 5
Egyáltalán nem elégedett Nagyon meg van

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

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- Igen
 Nem

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

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

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- Csütörtök
 Péntek
 Szombat
 Vasárnap

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

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

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

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

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

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

1 2 3 4 5

Egyáltalán nem elégedett Nagyon elégedett

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

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

1 2 3 4 5

Egyáltalán nem elégedett Nagyon elégedett

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

Válassza ki az összeset, amely érvényes.

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

Egyéb: _____

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

Válassza ki az összeset, amely érvényes.

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

Egyéb: _____

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

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

Ételkínálat és vendégkör

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

Soranként csak egy oválist jelöljön be.

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

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

Soranként csak egy oválist jelöljön be.

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

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

Soranként csak egy oválist jelöljön be.

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

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

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

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

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

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

Soranként csak egy oválist jelöljön be.

- Igen
- Nem

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

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

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

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

Válassza ki az összeset, amely érvényes.

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

Egyéb:

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

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

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

Soranként csak egy oválist jelöljön be.

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

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

Soranként csak egy oválist jelöljön be.

- Igen
 Nem
 Nem tudom
 Talán

Fejlesztési tervek és a Covid-19 hatásai

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

Válassza ki az összeget, amely érvényes.

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

Egyéb: _____

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

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