# Gasztronómiai turizmus

## BEVEZETÉS A TÁRSADALMI-GAZDASÁGI SZEMPONTOKBA

Kristina Svržnjak | Sandra Kantar | Silvije Jerčinović

Jelen tankönyv az Európai Unió pénzügyi támogatásával készült. A dokumentum tartalma a Križevci Közgazdaságtudományi Egyetem kizárólagos felelőssége és semmilyen körülmények között nem tekinthető az Európai Unió és/vagy az Irányító Hatóság álláspontját tükrözőnek.

Gasztronómiai turizmus: bevezetés a társadalmi-gazdasági szempontokba

SAJÁT KIADÁS
dr. sc. Sandra Kantar, prof. v. š.

SZERZŐK
dr. sc. Kristina Svržnjak, prof. v. š.
dr. sc. Sandra Kantar, prof. v. š.
dr. sc. Silvije Jerčinović, prof. v. š.

RECENZENSEK
izv. prof. dr. sc. Sonja Brlečić Valčić
doc. dr. sc. Jurica Bosna

SZERKESZTŐ
Marina Vidović Krušić, prof.

LEKTOR
Marina Vidović Krušić, prof.

ANGOL NYELVŰ FORDÍTÁS
Nitor usluge Kft.

MAGYAR NYELVŰ FORDÍTÁS
Flanona Kft.

FOTÓK
Irma Vargić, irma.jpg

GRAFIKAI ELŐKÉSZÍTÉS ÉS NYOMTATÁS
Kosinus, Kapronca

KIADÁSÉRT FELELŐS

ISBN 978-953-50672-2-1

# Gasztronómiai turizmus:

## BEVEZETÉS A TÁRSADALMI-GAZDASÁGI SZEMPONTOKBA

dr. sc. Kristina Svržnjak, prof. v. š.
dr. sc. Sandra Kantar, prof. v. š.
dr. sc. Silvije Jerčinović, prof. v. š.

Križevci, 2022.

# Tartalom


1. ÉTEL ÉS TÁPLÁLKOZÁS – ALAPVETŐ FOGALMAK . . . . . 1
1.1. ÉLELMISZER ÉS TÁPLÁLKOZÁS TÁRSADALMI SZEMPONTBÓL . . . . . 3
1.1.1 Az élelmiszer a pszichológia szemszögéből . . . . . 3
1.1.2. Élelmiszer szociológiai szempontból . . . . . 4
1.2. AKTUÁLIS TRENDEK A TÁPLÁLKOZÁSBAN . . . . . 7
1.2.1. Bioétrendek . . . . . 8
1.2.2. Mediterrán diéta . . . . . 9
1.2.3. Vegetáriánus táplálkozás . . . . . 10
1.2.4. Makrobiotikus táplálkozás . . . . . 11
1.2.5. Speciális élelmiszerek különleges táplálkozási igényekhez . . . . . 12
1.3. GASZTRONÓMIA ÉS ÉTELKÉSZÍTÉS . . . . . 14
2. TURIZMUS ÉS GASTRONÓMIA TURIZMUS . . . . . 16
2.1. GASTRONÓMIA TURISTÁK ÉS MOTIVÁCIÓK . . . . . 19
2.2. TURISZTIKAI GASZTRONÓMIAI ÉLMÉNY . . . . . 22
2.3. HORVÁTORSZÁG GASTRONÓMIAI AJÁNLATA . . . . . 24
2.3.1. Koprivnica-Križevci megye gasztronómiai kínálata . . . . . 27
2.3.2. Verőce-Drávamente megye gasztronómiai kínálata . . . . . 29
2.4. AZ ÉLELMISZER POTENCIÁLJA A DESZTINÁCIÓ MÁRKAJELZÉSÉNEK KIALAKÍTÁSÁBAN . . . . 30
2.5. TÁRGYALÁSRA ÉS ÁTGONDOLÁSRA SZÁNT KÉRDÉSEK . . . . . 31
3. KÜLÖNLEGES TÁPLÁLKOZÁSI IGÉNYEK KUTATÁSA A GASTROTOP PROJEKT KERETÉBEN . . . . . 34
3.1. A FELMÉRÉS EREDMÉNYEI A MEGKÉRDEZETTEK HOZZÁÁLLÁSÁRÓL AZ ÉLELMISZEREK ÉS ITALOK INTOLERANCIÁJÁVAL VAGY ALLERGIÁJÁVAL KAPCSOLATBAN, KÜLÖNÖSEN A SPECIÁLIS ÉTKEZÉSI IGÉNYEKRE SZÁNT ÉTELEKRE ÉS ITALOKRA VONATKOZÓAN . . . . . 35
3.1.1. A megkérdezettek szocio – demográfiai adatai . . . . . 35
3.1.2. Adatok a válaszadók speciális táplálkozási igényeiről . . . . . 36
3.1.3. A válaszadók élelmiszer-fogyasztási problémái vendéglátóipari egységekben . . . . . 39
3.1.4. A válaszadók véleménye a vendéglátóegységek allergénekről és mentes élelmiszerek tájékoztatásáról . . . . . 46
3.2. A KÜLÖNLEGES ÉTKEZÉSI IGÉNYEK JELENLÉTE A VENDÉGLÁTÓEGYSÉGEK KÍNÁLATÁBAN – AZ INTERJÚK EREDMÉNYEI . . . . . 49
3.2.1. „Mentes“ ételek kínálata a vendéglátóhelyeken . . . . . 49
3.2.2. Kereslet a “mentes” termékek iránt a vendéglátóhelyeken . . . . . 53
3.3. KÉRDÉSEK ÉS FELADATOK A KUTATÁSI ESZKÖZ KÉSZÍTÉSÉHEZ . . . . . 57
4. ÖSSZEGZÉS . . . . . 58
5. SZAKIRODALOM . . . . . 60
6. TÁBLÁZATOK LISTÁJA . . . . . 64
7. GRAFIKONOK LISTÁJA . . . . . 64

8. SZÓMAGYARÁZAT . . . . . 65
9. A SZERZŐKRŐL . . . . . 66

# Bevezető

***"Az ember nem tud jól gondolkodni, jól szeretni és jól aludni, ha nem evett jól."***
*(Virginia Woolf)*

Köztudott, hogy az élelmiszer olyan alapanyag, amellyel biztosítjuk a szervezet működését, ellátva energiával és a szükséges tápanyagokkal. Az élelmiszer-fogyasztás azonban sokkal több ennél. Az élelmiszer az ember mindennapi életének szerves része, nagy jelentőséggel bír az egyén és a társadalom egésze számára. Az étellel (vagy evéssel) az emberek szocializálódnak, szórakoznak, üzleteket kötnek, ünnepelnek, gyászolnak, vigaszt, megváltást, életösztönt vagy valami mást keresnek az ételben. A turizmus szempontjából az étkezés a turisztikai utazás fontos eleme, amely egyre nagyobb jelentőséget kap. A 21. század eleje óta a turizmus új formája jött létre - a gasztronómiai turizmus[1], amely számos külföldi és hazai szerző tanulmányozásának és kutatásának tárgyává vált.

A gasztronómiai turizmusról szóló tankönyv szerzőiként szeretnénk hozzájárulni a gasztronómiai turizmus témakörének elméleti, gyakorlati megismertetéséhez, szakmai és tudományos megközelítéshez, remélve, hogy még nagyobb érdeklődést válthatunk ki a téma iránt. A **Gasztronómiai turizmus: bevezetés a társadalmi-gazdasági szempontokba** című tankönyv a „GASTROTOP – az élelmiszer-szolgáltatók átfogó képzését szolgálja, amely elősegíti a keresletet, a kialakulóban lévő speciális étrendi korlátozások fogyasztói piacán – Interreg V-A" című projektben résztvevő szerzők tevékenysége eredményeként jött létre, a Magyarország-Horvátország határon átnyúló együttműködési program 2014-2020." keretében. A projekt fő célja, hogy javítsa a speciális élelmiszer-igényű (ang. „free-from food") oktatás elérhetőségét, a piacon tanulóknak szóló képzési programok kidolgozásával és megvalósításával, workshopok, panelbeszélgetések és hasonlók formájában, vállalkozók és a tudományos közösségeknek egyaránt.[2] A gasztronómiai turizmus iránt érdeklődő hallgatók szakmai ismereteinek fejlesztése érdekében a **tankönyv** elsősorban a Križevci Közgazdaságtudományi Egyetem szakmai és turisztikai profilú szakok hallgatóinak, turisztikai alkalmazottaknak, de mindenki másnak is szól, akik érdeklődnek olyan témák iránt, mint a gasztronómia és a turizmus. A tankönyv két fő részből áll: az elméleti részből és az empirikus részből. Az elméleti részben igyekeztünk társadalmi-gazdasági áttekintést adni a hazai és külföldi szerzők aktuális és releváns ismeretekről a táplálkozás, a gasztronómia, a gasztronómiai turizmus és hasonlók területén. A kézikönyv empirikus része a GASTROTOP

1 A gasztronómiai turizmus fogalmába beletartoznak a kulináris turizmus, ételturizmus és hasonló kifejezések is.
2 A GASTROTOP projektet megvalósító Križevci Gazdaságtudományi Egyetemen kívül a projektben partnerek a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Kaposvári Campus, Verőcei Egyetem, a kaposvári Somogy Megyei Kereskedelmi és Iparkamara és a Zala Megyei Kereskedelmi és Iparkamara Zalaergeszegről. A projekt 2021. június 1-jén indult, a projekt tervezett időtartama 16 hónap. A projektről bővebb információ a következő címen érhető el: *http://gastrotop.hr/hr/o-projektu/*

projekt keretében végzett kvantitatív és kvalitatív kutatásának eredménye, amely a Kapronca-Križevci megyei fogyasztók vendéglátóipari étel- és italfogyasztási szokásairól, valamint az éttermi kínálatról alkotott véleményéről, az ételintolerancia oldalról megközelítve. Ugyanígy kutattuk az étteremtulajdonosok véleményét is a speciális étkezési igényű vendégek étel- és italkínálatáról, valamint egy panelbeszélgetésen keresztül értékes ismereteket kaptunk szakértőktől az ételintoleranciában szenvedők kihívásairól. Az összes összegyűjtött adat hasznos lehet a speciális táplálkozási igényeket kielégítő piaci kereslet és kínálat tágabb összefüggéseinek megértéséhez, valamint a gasztronómiai turizmus sikeresebb adaptálásához a piac egy valóban specifikus szegmenséhez. Tekintettel Kapronca-Križevci megye vidéki jellegére, az új fogyasztói trendekhez kapcsolódóan látunk lehetőséget a vidéki turisztikai létesítmények változására. Meggyőződésünk, hogy a táplálkozás a mai globális környezetben, mint fizikai szükséglet, kulturális és társadalmi tevékenység, komoly kutatásra, elemzésre érdemes komplex terület, különösen a turizmus szempontjából.

Križevci, 2022. szeptember

*Szerzők*

# 1. ÉTEL ÉS TÁPLÁLKOZÁS – ALAPVETŐ FOGALMAK

Az étel és ital az emberi élet szerves része. Pontosabban a táplálék az ember biológiai és egyben látens szükséglete, amely biztosítja a szervezet működését. Samardžić (2021) szerint bizonyos időintervallumokban jelentkezik a táplálékigény. Annak érdekében, hogy az ember kielégítse étkezési szükségletét, ezt hagyományos módon teszi a háztartásban vagy olyan intézményi formákban, mint például a vendéglátó egységek.

Napjainkban a szakmai és tudományos irodalomban számos definíció létezik az élelmiszerre. Például az Élelmiszertörvény[3] értelmében élelmiszernek minősül minden olyan feldolgozott, részben feldolgozott vagy feldolgozatlan anyag vagy termék, amelyet fogyasztásra szánnak, vagy ésszerűen elvárható, hogy az emberek elfogyasszák. Vukonić (2001) szerint az **élelmiszer** olyan növényi vagy állati eredetű szerves vagy szervetlen anyag, amely tartalmazhat zsírokat, szénhidrátokat, fehérjéket, vitaminokat, ásványi anyagokat és vizet, továbbá eltérő energia- és tápértékkel rendelkezhet.

Ezenkívül az élelmiszert mint fogalmat néha a táplálkozás fogalmával azonosítják. A táplálékkal ellentétben azonban a **táplálkozást** (étkezést) úgy definiáljuk, mint az energiatermeléshez, a szövetépítéshez és az életfunkciók normális fejlődéséhez szükséges tápanyagok szervezetbe juttatását. Az ember számára a táplálkozás fontos tényező az egész életen át, mert biztosítja a szervezet növekedéséhez és élettani funkcióihoz (pl. testhőmérséklet fenntartása, légzés, keringési rendszer működése, emésztés, betegségekkel szembeni ellenálló képesség erősítése stb.), testi aktivitáshoz, továbbá a fizikai és szellemi teljesítőképességhez szükséges energiát.[4]

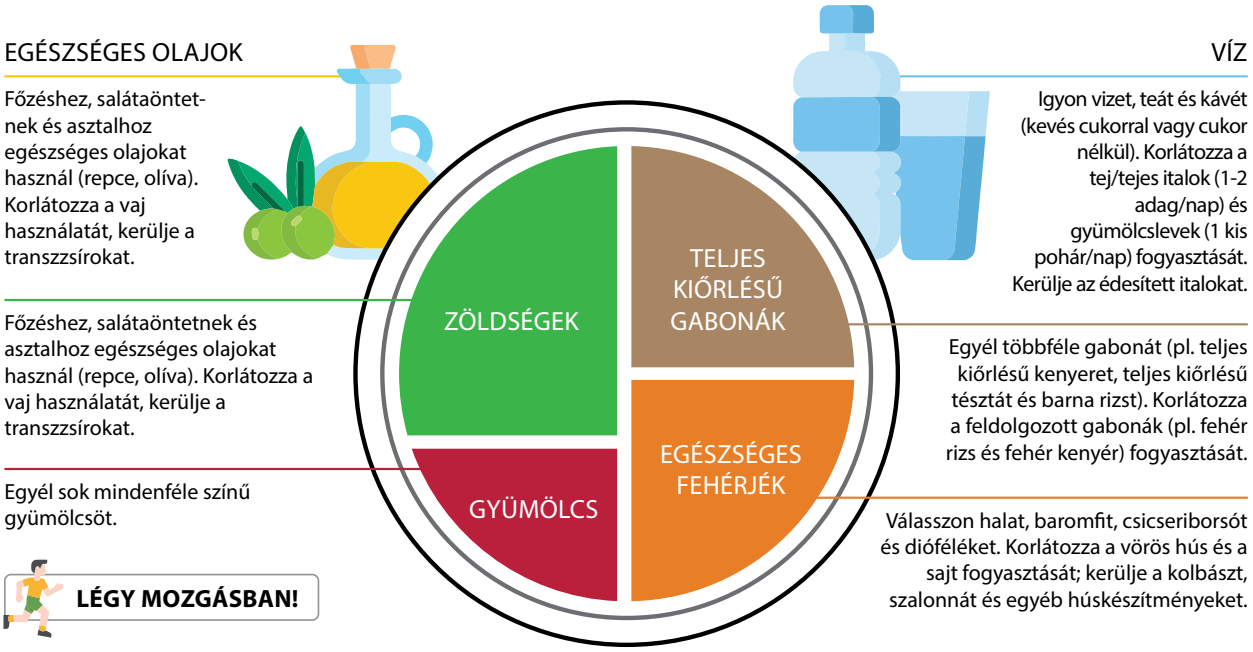
Az élelmiszereket vizsgáló tudomány az élelmiszertudomány (ang. food science), míg a táplálkozást a táplálkozástudomány öleli fel. Az élelmiszertudomány az élelmiszerek különböző aspektusaival foglalkozik: élelmiszerkémia és -biokémia; mikrobiológia; fizika és biofizika; az élelmiszerek érzékszervi, tápláló vonatkozásai; technológia; pszichológia; orvostudomány; jogszabályok; minőségi szabványok, míg a táplálkozástudomány szisztematikusan foglalkozik az emberi táplálkozással, betartva az alapvető elvárásokat, miszerint minden szükséges tápanyag (szénhidrát, zsír, fehérje, vitamin, ásványi anyag és víz) jelen legyen az étrendben és megfelelő egyensúlyban kerüljön felhasználásra az optimális egészség megőrzése érdekében. Leegyszerűsítve, mindkét tudomány az élelmiszerrel foglalkozik, de a táplálkozás az ember és az élelmiszer kapcsolatát vizsgálja.

Alibabić és Mujić (2016) szerint a megfelelő (egészséges, körültekintő) táplálkozás magában foglalja az összes szükséges tápanyag (szénhidrátok, zsírok, fehérjék, vitaminok, ásványi anyagok és víz) bevitelét, mennyiségileg mérsékelt, változatos, az életkornak, a fizikai és mentális alkatnak megfelelő, a munka és a szellemi erőfeszítéseknek, az élettérre

3 Élelmiszertörvény. Narodne novine 81/13, 14/14

4 Táplálkozás. Elérhető: https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=50110

jellemző éghajlat és munkakörnyezet, az optimális egészség megőrzése érdekében megfelelő egyensúlyban legyen és használjuk (1. ábra).




1. ábra Egészséges (okos) tányér

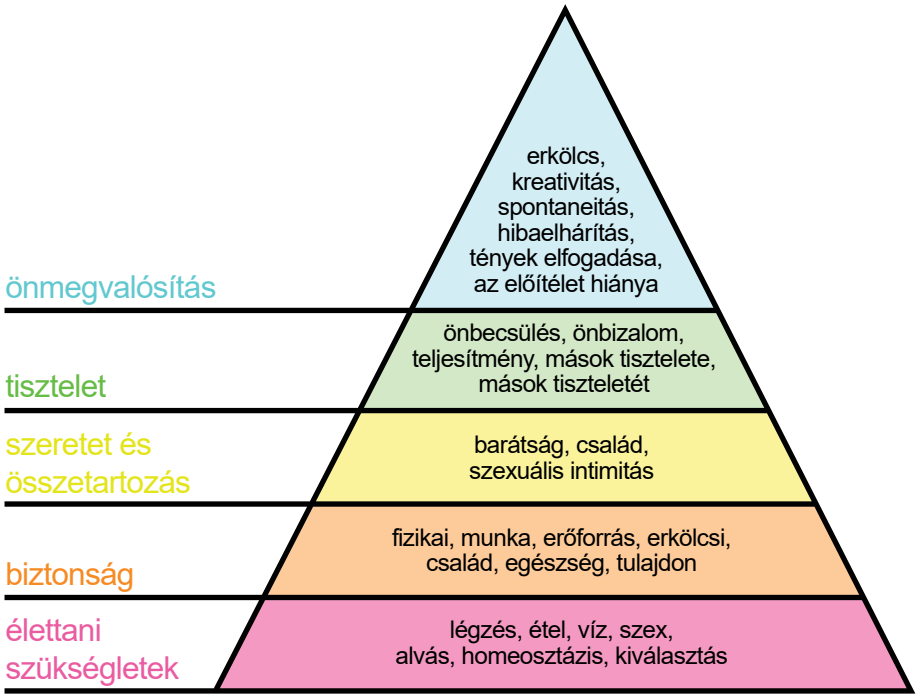
*Forrás: https://www.hsph.harvard.edu/nutritionsource/healthy-eating-plate/translations/croatian/*

Helyesen étkezni azt jelenti, hogy élvezzük a szervezetet egészségessé tevő, változatos ételeket, a változatossággal biztosítva a tápanyagok megfelelő kombinációját, megfelelő mennyiségben és mértékben, tudatunkat pedig arra használni, amire rendeltetett. A helyes táplálkozás alapelveinek megismerését, az ajánlások megértését és/vagy a nutricionista ajánlásokra vonatkozó információforrások megkülönböztetését jelenti, legalább a legfontosabb információk birtokában az élelmiszerekről, az élelmiszerek előállítási módjáról, összetételéről, megfelelő kezeléséről és tárolásáról; ellenőrizni kell a termékeken található információkat, és az összes összegyűjtött információt az ember életmódjához és körülményeihez kell igazítani. Szükséges tudni, hogy az indokolatlan vagy elégtelen bevitelnek és bizonyos tápanyagok teljes hiányának az étrendből, valamint a túlzott táplálékfelvételnek vagy az egyhangú táplálék bevitelének megvannak a következményei. Az ilyen diéta a szervezetben rendellenességeket eredményez és ezek a rendellenességek nagyon súlyos betegségeket okozhatnak, sőt teljesen tönkretehetik a szervezetet.

# 1.1. ÉLELMISZER ÉS TÁPLÁLKOZÁS TÁRSADALMI SZEMPONTBÓL

## 1.1.1 Az élelmiszer a pszichológia szemszögéből

Az élelmiszerek pszichológiai szempontú vizsgálata Maslow féle szükséglethierarchiájának elemzésén alapul. Néhány szükséglet elsődleges – a víz, a levegő, az élelmiszer, az alvás, a lakás fiziológiai szükségletek. Az ételek fogyasztása az egyik legfontosabb emberi szükséglet a túléléshez. Másodlagosnak tekinthetők az egyéb szükségletek, mint a biztonság, a szeretet, az összetartozás, a tisztelet és az önmegvalósítás igénye (2. ábra). Az élelmiszer azonban a Maslow-féle[5] szükségletpiramis összefüggésében másodlagos emberi szükséglet is lehet. Például a biztonság iránti igény a biztonságos élelmiszer-ellátáson, mint erőforráson keresztül valósul meg, a szeretet és az összetartozás iránti igény pedig az élelmiszeren keresztül is megvalósulhat[6]. Az önmegvalósításban, mint a szükségletek hierarchiájának végső szakaszában, az ember például meg akarja kóstolni egy másik éghajlat, más kultúra ételeit és így szükségletei kielégítése mellett, az utazás elemét is magába kívánja foglalni. Ezért megállapítható, hogy az élelmiszer az emberi szükséglet hierarchiájában minden szintjén jelen lehet.




2. ábra Maslow-féle szükségletpiramis

Szerző: Conquistador, CC BY-SA 4.0

5 Abraham Maslow amerikai pszichológus és gondolkodó.

6 Egy ismert mondás: “A szerelem a gyomron keresztül jár!”

Továbbá, minden táplálkozási szükséglet függ a kulturális szinttől, a kulturált életvitel szükségletétől, az életvitel módjától, életritmustól, kielégítésének alapvető tárgyi feltételeitől. Az, ahogy az egyének vagy csoportok az ételeket kiválasztják, szelektálják, felhasználják, élvezik, az étkezési szokásaikat tükrözi. Az étkezésről – mint sok más dologról is – úgy gondolják, hogy gyermekkorban elsajátított szokások, viselkedés és preferenciák által létrejött minta, amely ellenáll a felnőttkori változásoknak (Menell, S. et al., 1998). A különböző nemzetek, társadalmi osztályok és vallási csoportok körében bizonyos ételekkel kapcsolatos preferenciákat és előítéleteket, az élelmiszerforrások, az éghajlat, a kultúra és a vallási meggyőződés[7] kifejezetten alakítja és befolyásolja. A táplálkozási tabuk leginkább a vallási meggyőződéshez kapcsolódnak, bár a kellemes és kellemetlen értelemben vett szaglás érzékelést is tabuk forrásaként veszik, ami bizonyos ételek megkedveléséhez vagy nemtetszéséhez is vezet.

Itt érdekes megemlíteni egy másik, az étkezéssel kapcsolatos pszichológiai jelenséget, ez a neofóbia. Pliner és Hobden (1992) szerint az élelmiszer-neofóbia az új élelmiszerek szembeni vonakodás és/vagy azok elkerülése. Bár az élelmiszer-neofóbia védelmet nyújthat az embereknek a potenciálisan nem biztonságos ételek okozta mérgezés ellen, viszont az élelmiszer ma már meglehetősen biztonságos. A kisgyermekek élelmiszer-neofóbiájának jól ismert példája az, amikor új ételt kínálnak nekik, amire sikoltozással és elutasítóan reagálnak.

Az élelmiszer pszichológiai dimenziójával a táplálkozás pszichológiája foglalkozik.

### 1.1.2. Élelmiszer szociológiai szempontból

A társadalom összefüggésében az élelmiszerfogyasztás egyidős az emberiséggel. Az étel sokat elárul egy nép, nemzet vagy etnikai csoport történetéről. Fajtól, kortól és nemtől függetlenül a táplálkozás számos történelmi változásról, népvándorlásról, egy nemzet különböző vallásainak és kultúráinak hatásáról tanúskodik. Ezért az élelmiszer és a táplálkozás az emberi élet és tapasztalat szempontjából rendkívüli jelentőségű társadalmi tényeknek tekinthető. Az élelmiszer egy adott régió kultúrájának és örökségének része. Az élelmiszerek és táplálkozás társadalmi jellegének gondolata Čikić (2019) szerint azon a tényen alapul, hogy az élelmiszer-ellátás és a táplálkozás szükségszerűen kollektív aktus, amely az emberi közösségek kialakulásának kezdetére nyúlik vissza. Az első ember által elfogyasztott élelmiszerek listája jelentősen eltér attól, amit ma élelmiszeren értünk. Ebben két folyamat játszott meghatározó szerepet. Mindkét folyamat amellett, hogy befolyásolta az étlap változását, az étkezés társas jellegét igazolta. Az első folyamat a **tűzgyújtás és a tűz feletti kontroll elsajátítása**, ami lehetővé tette a főzési folyamatot[8]. A főzés

7 Pl. A keresztények sertéshúst fogyasztanak, ellentétben a muszlimokkal és a zsidókkal

8 A főzés kezdete i.e. 500 000 és 2 000 000 év közé tehető.

jelentősen kibővítette az élelmiszerek körét, hiszen az emberi étrendben azok az ételek is szerepelnek, amelyeket nyersen nem lehetett fogyasztani. Az étrend így nemcsak gazdagodik, hanem minősége is megváltozik, egészségbiztonsági, de ízvilági szempontból is. A főzés messzemenő következményekkel járt az ember filogenetikai fejlődésére nézve, mert rövidebb idő alatt nagyobb mennyiségű szükséges kalória bevitelét biztosította, ami pedig hozzájárult a jobb szaporodási képességhez és a túlélési valószínűséghez. A második folyamat jóval később, 10-12.000 évvel ezelőtt kezdődött az **állatok háziasításával** és neolitikus forradalomként ismert. A gyűjtőgazdaságból a mezőgazdaságba való átmenetről szól. Új fejezet kezdődött az emberiség történetében az élelemhez szükséges növények és állatok termesztésével (de a feldolgozáshoz szükséges alapanyagok beszerzésével is). Bár az élelmiszerek előállításának és élelmiszerré feldolgozásának technológiai folyamatairól beszélünk, a mezőgazdaság és a főzés alapvetően társadalmi jellegű - a főzés civilizációs és kulturális aktus, a mezőgazdaság pedig a sajátos munkamegosztás és munkaszervezés szerves része. Vallási normák is meghatározzák, amelyek választ adnak arra a kérdésre, hogy mit, hogyan és mikor kell főzni és enni. Az étkezés egészéhez hasonlóan, a főzés is a tanulás része a szocializációs folyamatban. Az ételek kiválasztásának, elkészítésének és felszolgálásának módja a kulturális örökség, anyagi (pl. edények, evőeszközök, szakácsok) és szellemi (szájhagyomány) örökség szerves része. A főzés a nemzeti identitás és büszkeség része, így az étkezés „puha erő“ (soft power) részeként is felfogható. A főzés az életmód és a mindennapi élet része.

Másrészt a mezőgazdaság az alapja a társadalom élelmezésbiztonságának biztosításának. A mezőgazdaság fejlesztése növeli a közösség élelmezésbiztonságát, ami a népesség növekedéséhez vezet. A mozgásszegény életmódra és a mezőgazdaságra való átállással a közösség társadalmi életének más megszervezésére van szükség - az általános társadalmi igényeket kielégítő funkciók (pl. biztonság, hitrendszer stb.) elrendezésére. E funkciók ellátását speciális csoportokra (hadsereg, uralkodók, papság) bízzák, akik mentesülnek a termelési folyamat alól és a közösség számára általános jelentőségű feladatok ellátásáért élelmiszert (és egyéb dolgokat a megélhetéshez) kapnak. Ily módon össze lehet kötni a mezőgazdaság fejlődését az első államok kialakulásával. A régi korokban (de a modernkor válsága idején is) az élelmiszer fizetőeszköz lesz, majd valamivel később a mezőgazdaság fejlődése egy speciális társadalmi réteg - a parasztság - kialakulásához vezetett. Amennyiben konszenzus alakult ki abban, hogy az ételválasztást és az ízlési preferenciákat társadalmi szabályok és kulturális minták alakítják, az élelmiszerek elérhetősége és az étkezés módja jelentősen függ a társadalmi pozíciótól, valamint abban, hogy az élelmiszerbiztonság kérdése bármely közösség fennmaradásának alapvető

kérdése, akkor egyértelmű, hogy a táplálkozás mennyire társadalmi jelenség.[9]

A táplálkozás szociológiai elemzéséhez három fogalom kulcsfontosságú: **táplálkozási rendszer** (ang. food system), meghatározó **táplálkozási rezsim** (ang. food regime) és **táplálkozási szokások** (ang. foodways). Általánosságban elmondható, hogy az táplálkozási rendszer magában foglal minden olyan anyagot, folyamatot és infrastruktúrát, amely a mezőgazdasághoz, a kereskedelemhez, a kiskereskedelemhez, a forgalomhoz és a fogyasztáshoz kapcsolódik. Számos területen a mezőgazdaság a helyi közösségek fő bevételi forrása, valamint a társadalmi szövet és a helyi kultúra fontos része. Az élelmiszerrendszer javítását célzó minden intézkedésnek figyelembe kell vennie ezeket a társadalmi szempontokat.[10] Továbbá Ćikić (2019) szerző hangsúlyozza, hogy a táplálkozási rendszerek kölcsönösen függnek a társadalmi, kulturális, gazdasági, politikai, egészségügyi és ökológiai feltételektől. Az étkezési rendszerek lehetnek hagyományosak vagy modernek és az étkezési rendszer méretét tekintve a szerző megkülönbözteti a makro (világ), mezo (társadalom, nemzet) és mini (háztartási) étkezési rendszereket. A modern étkezési rendszerek a 18. és 19. században a modern államok és nagyvárosi területek kialakulásával jönnek létre, amelyek befolyásolják a lakosság étkezési szokásainak változását, nagy népességet tömörítenek meghatározott határokon belül és komplex gazdálkodást igényelnek a kellő mennyiségű élelmiszer szállításához. A modern étkezési rendszerek átalakulása folytatja az élelmiszerek tömegtermelésének, valamint az élelmiszerek kereskedelmi forgalomba hozatalának és márkajelzésének folyamatát. Ma azonban olyan új folyamatokkal is szembesülünk, mint a kereslet erőteljesebb befolyása, az élelmiszerpiac szegmentálódása, a szereplők közötti új konfliktusok, a rendszerek markáns egymásrautaltsága stb.

Továbbá, a **táplálkozási rezsimeket** az élelmiszertermelés és -fogyasztás nemzetközi szintű kapcsolataiként határozzák meg, melyek célja, hogy elegendő mennyiségű élelmiszert biztosítsanak a lakosság szükségleteinek kielégítésére, az élelmiszerelőállítók, -feldolgozók és -értékesítők nyereségével. Az **étkezési szokásokat** a szerző az étkezési szükségletek kielégítésével kapcsolatos kulturális, társadalmi és gazdasági gyakorlatok rendszereként értelmezi. Az étkezési szokások középpontjában a kulturális kontextus áll, vagyis az étkezési szokások, mint a mindennapi élet részei, amelyek kulturálisan és történelmileg meghatározottak.

Az étkezés szociológiai vizsgálatában is három alapvető elméleti irányvonal van: a funkcionalizmus, a strukturalizmus és a developmentalizmus (Mennel, Murcott, van Otterllo, 1998). A funkcionalisták az étkezés sokrétű funkciójára koncentrálnak, a strukturalisták az élelmiszerrel, mint engedélyek és tilalmak, befogadás és kirekesztés, szuper/szubordináció rendszerével foglalkoznak, míg a developmentalistákat leginkább a természet és kultúra kapcsolatának dinamikus jellege érdekli.

9 Čikić, J. (2019): Az élelmiszer, mint szociológiai probléma – régi téma vagy új tudományág? (prevedeno i prilagođeno na hrvatski jezik)

10 *https://www.eea.europa.eu/hr/signals/signali-2014/clanci/od-proizvodnje-do-otpada-prehrambeni-sustav*

Az élelmiszer az **identitáskeresésben** is fontos tényezővé vált. Azok vagyunk, amit megeszünk, nemcsak fiziológiai értelemben, hanem pszichológiai és szociológiai értelemben is. A gyermekkori étel a felnőttkor "menedékévé" válik. Az étkezési szokások megváltoztatására tett minden kísérlet nemzeti, regionális vagy személyes identitásunk elleni támadásnak minősül. Hasonlóképpen szoros kapcsolat van a táplálék és a test között. Az étkezés nemcsak a test karbantartásának eszköze, hanem a fizikai szokások elengedhetetlen részévé válik. Ahogy a fejlett országokban az emberek egyre többet híznak, az ideális testalkat egyre vékonyabbá válik, így nyomást gyakorol az emberekre a fogyás érdekében. Ez a nyomás különösen erős a nőkre, mert ki vannak téve partnereik és barátaik véleményének, folyamatosan a médiában bemutatott "ideális nőhöz" mérik magukat.

Szociológiailag érdekes tény, hogy az étkezés egyszerre része a magán- és az állami szférának. Meghitt mindennapjainkat tükrözi, személyes identitásunkat alkotja, ugyanakkor része az étkezési rendszereken és a közpolitikákon belüli nyilvános folyamatoknak. Végül az élelmiszer közjónak is tekinthető (Vivero Pol, 2015).

Az étkezés társadalmi vonatkozásával a táplálkozásszociológia foglalkozik.

## 1.2. AKTUÁLIS TRENDEK A TÁPLÁLKOZÁSBAN

Ma már a táplálkozásra jellemző, hogy a munkaritmus változásával a táplálkozás hagyományos keretei is széthullottak. A szokásos háromszori étkezés „reggeli – ebéd – vacsora" a felgyorsult életritmushoz igazodik, így egyre inkább „menet közben", „állva" fogyasztják munka közben, az étkezés megfelelő formátumát választva. Az aktuális étkezési trendek különböző kulcsszavakkal jellemezhetők, ilyen a gyorsaság, a kényelem, az egészség, a minőség vagy a kalandkeresés. Például a gyorsaság és a kényelem iránti igény az étkezés során a következő táplálkozási típusokban ismerhető fel (Tanacs, 2022):

- *Fast food* – lényege, hogy gyorsabban ehetünk valamit, és így időt takaríthatunk meg egy gyorsétteremben, vagy különféle ételeket rendelhetünk a munkahelyünkre (call food)
- *Finger food* – milyen típusú ételt fogyaszthatunk "útközben", mert kisebb "falatokra kész" darabokban tálaljuk
- *Comfort food* – fagyasztott, félkész és kész ételek, otthon elkészíthetők.

Éppen a felgyorsult életforma volt az, ami miatt az emberek gyakran nyúltak az ún. gyorsan elkészíthető ételekhez, így a rossz táplálkozáshoz, ami különféle krónikus betegségek megjelenéséhez vezetett. Krešić (2012) szerint a táplálkozással összefüggő leggyakoribb krónikus, nem fertőző betegségek közé tartozik az elhízás és a túlsúly, a cukorbetegség, a szív- és érrendszeri betegségek, valamint a különböző típusú rák. Ezeknél a betegségeknél elengedhetetlen a megfelelő és adaptált étrend, hogy kordában tartsuk és csökkentsük a szervezetre gyakorolt negatív hatásukat. A táplálkozással összefüggő krónikus, nem

fertőző betegségek gyakoriságának növekedésével párhuzamosan manapság növekszik az élelmiszerek egészségre gyakorolt hatásának tudatossága, hisz egyre több fogyasztó az élelmiszerek kiválasztásánál figyelembe veszi a táplálkozásra gyakorolt hatását, tápérték és egészség tekintetében.

Az egészség és a táplálkozás kapcsolatának fokozott tudatossága a táplálkozás számos jelenlegi trendjének alapja. Érezhetően növekszik a tudatosság az élelmiszerek egészségre gyakorolt hatásával, a személyre szabott táplálkozással, az élelmiszerek eredetiségének védelmével, az ökológiailag termesztett élelmiszerek fogyasztásával és általában a turisztikai értéklánc fenntartható fejlődés elveinek megfelelő szervezésével kapcsolatban. (Bakan és Salopek, 2015).

Krešić (2012) azt állítja, hogy a fogyasztói magatartást attitűdök határozzák meg, amelyeket erősen befolyásolnak azok a mega trendek, amelyek potenciálisan erős hatással lehetnek a fogyasztók életére és viselkedésére. A következő tíz évben a fogyasztói magatartást meghatározó megatrendek az egészség, a kényelem és az elégedettség. A legerősebb megatrend az egészség, ebből fakad a legtöbb jelenlegi táplálkozási trend. A táplálkozás jelenlegi irányzatai a bio-, mediterrán, vegetáriánus és makrobiotikus étrendek, valamint a speciális étrendi igények szerinti ételek elkészítése.

### 1.2.1. Bioétrendek

Az Európai Bizottság szerint az ökológiai gazdálkodás a mezőgazdasági termelés olyan módja, amely természetes anyagok és eljárások felhasználásával élelmiszert állít elő. A biotermékek vonzzák a modern fogyasztókat, akik azt feltételezik, hogy ezek a termékek táplálkozási és egészségügyi szempontból értékesebbek, mint a hagyományos mezőgazdaságból származó termékek. A fogyasztóknak az élelmiszerbiztonság és -minőség, valamint az élelmiszerek egészségügyi és táplálkozási szempontjai iránti aggodalmak következtében megnőtt a bioélelmiszerek iránti kereslete. Ez a tendencia egyfajta reakciót jelent a feldolgozott élelmiszerek által okozott számos egészségügyi problémára (Lončarić et al., 2010).

A legfrissebb, 2021-es statisztikai adatok szerint, a világon 72,3 millió hektáron volt a bioművelés alatt álló terület. A bioélelmiszerek és -italok globális értékesítése 2019-ben meghaladta a 106 milliárd eurót (FAO[11]).

Krešić (2012) azt állítja, hogy a bioélelmiszerek fogyasztóit célzó kutatások kimutatták, hogy a bioélelmiszerek választásának leggyakoribb oka a saját egészségükkel való törődés, de leginkább a növényvédőszer-maradványok miatti aggodalom. A bioélelmiszerek választásának további motívumai a biztonság, a frissesség, a tápérték, valamint a

11 FAO – Food and Agriculture Organization of the United Nations = Egyesült Nemzetek Élelmezésügyi és Mezőgazdasági Szervezete (ford..)

környezetvédelem és az állatjólét (Krešić, 2012). Kosovec (2017) szerint a horvátországi fogyasztók bioélelmiszer tekintetében leginkább gyümölcsöt és zöldséget vásárolnak, ezt követi a tojás és a méz. A szerző azt is megállapítja, hogy a fogyasztók számára a legnagyobb problémát az ökológiai termékek ára jelenti. Eddigi kutatások szerint a biotermékeket leggyakrabban fiatalok és középkorúak, valamint magas havi jövedelmű, magasan képzett emberek vásárolják.

### 1.2.2. Mediterrán diéta

A 20. század második felében a tudományos kutatások kimutatták, hogy a Földközi-tenger térségében élők várható élettartama hosszabb és a krónikus betegségek ritkábban fordulnak elő Észak-Amerika és Európa iparilag fejlett országainak lakosságához képest, ezért érdeklődnek a mediterrán étrend ennek megfelelően növekedni kezdett. A növekvő érdeklődés magyarázata Krešić (2012) szerint az adott éghajlatra jellemző táplálkozásban és életmódban rejlik, ezért a mediterrán táplálkozás a mai kor preferált étrendjének szinonimájává vált. A mediterrán térség, ahonnan ez a táplálkozási mód származik, magába foglalja Spanyolországot, Portugáliát, Franciaországot, Görögországot, az Adriai-tenger menti országokat, Marokkót, Tunéziát, Libanont és Szíriát.

A mediterrán táplálkozás során sok növényi eredetű élelmiszert fogyasztanak, így sok kenyeret és tésztát esznek hozzá, hangsúlyt fektetve a teljes kiőrlésű gabonákra, sok zöldségre és gyümölcsre, a fő zsíradék pedig az olívaolaj. Ami a húst illeti, a legtöbbet fogyasztott a hal vagy baromfihús. Az egyéb állati eredetű élelmiszerek közül a tejtermékek és a tojás fogyasztása javasolt, míg a vörös hús igen kis mennyiségben ajánlott, ellenben a vörösbor fogyasztása javasolt (Premec, 2021). A hosszú élettartamra, a krónikus betegségek megelőzésére és általában az életminőség javítására vonatkozó tudományos bizonyítékoknak köszönhetően, a mediterrán étrendet ma a helyes táplálkozás arany standardjának tekintik (Krešić, 2012). A mediterrán étrend pozitív hatással van a szív- és érrendszeri betegségekre, a metabolikus szindrómára[12], a cukorbetegségre, az Alzheimer-kórra és a rákra.

12 A metabolikus szindróma olyan anyagcserezavarok csoportjának a neve, amelyek növelik a 2-es típusú cukorbetegség, a szív- és érrendszeri betegségek, a stroke, a zsírmáj és néhány más betegség kockázatát, az alábbi tünetek közül legalább három jellemzi - magas vérnyomás, hiperglikémia, vércukorszint felhalmozódása. zsírszövet a hasban, hiperlipidémia, emelkedett trigliceridek és csökkent HDL koleszterin.

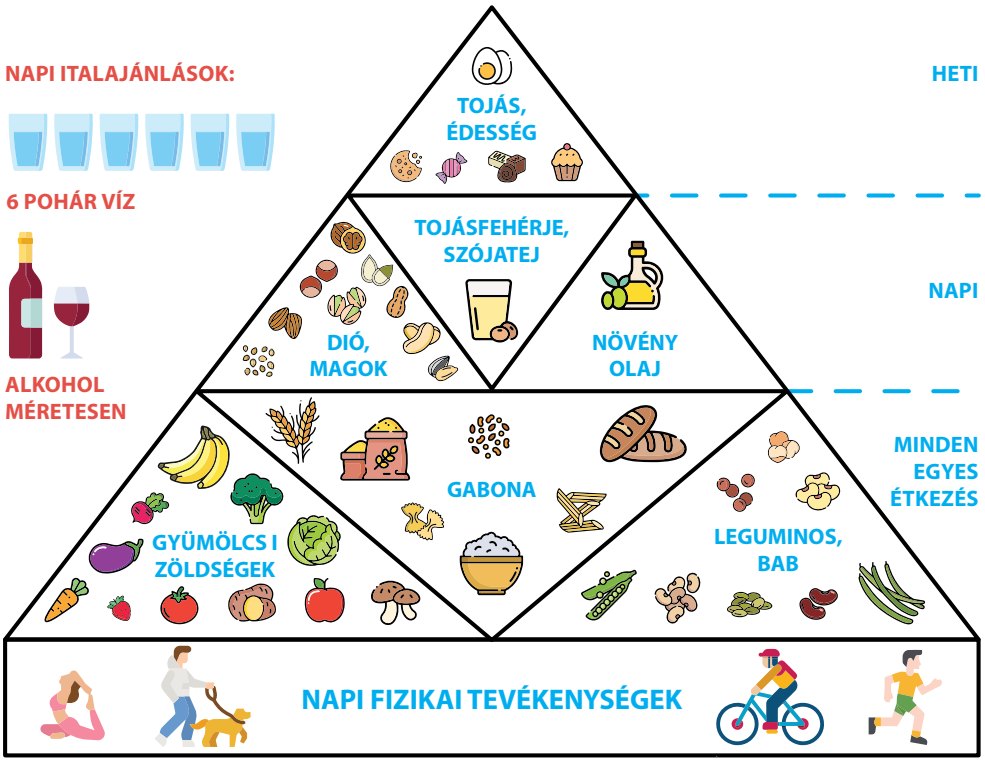
### 1.2.3. Vegetáriánus táplálkozás

A vegetáriánus táplálkozás olyan étrend, amely nem tartalmaz állati eredetű termékeket, azaz húst, tenger gyümölcseit vagy a fent említett élelmiszereket tartalmazó termékeket. Krsmanović (2020) azt állítja, hogy az állatokkal kapcsolatos etikai kérdések, a környezetvédelem és a betegségek kockázata, valamint az egészségesebb növényi alapú étrend miatt választották ezt a fajta táplálkozást. Ezért a szerző hangsúlyozza, hogy a vegetáriánus étrend nemcsak az emberek egészsége szempontjából előnyös, hanem a bolygó egésze szempontjából is, mert sokkal több természeti erőforrást használnak fel hústermelésre, mint növénytermesztésre. Csökkenti például a föld termékenységét, ha a talajt legelővé alakítják, és ugyanezért az oxigénforrást jelentő erdőket is kiirtják. A vízkészlet is csökken és nagy mennyiségű kőolajat termelnek ki.

A laktóz- és tejtermékallergiák gyakorisága is a vegetáriánus étrend választását eredményezte. A vegetáriánussá válás egyre népszerűbb lett az elmúlt évtizedben, és sokan fordultak a vegetarianizmus felé azzal a céllal, hogy javítsák egészségüket. Petti A. et al. (2017) azt állítják, hogy a vegetáriánus étrendet követő embereknél alacsonyabb az elhízás, a magas vérnyomás, a szív- és érrendszeri betegségek, a rák (különösen a vastagbél- és a prosztatarák) és a halálos ischaemiás szívbetegség kockázata. A vegetáriánusok jobb egészségi állapota a mindenevőkhöz[13] képest a jelentős mennyiségű gyümölcs és zöldség, teljes kiőrlésű gabonák, diófélék fogyasztásának, valamint a korlátozott mennyiségű zsír bevitelének tulajdonítható. A vegetáriánus lakosságra – az étkezési mód mellett – gyakran jellemzőek az ún. egészséges életmódbeli szokások, amelyek magukban foglalják a rendszeres fizikai aktivitást, a dohányzás mellőzését és a mértékletes alkoholfogyasztást, ami szintén hozzájárul az egészséghez (Krešić, 2012). Az alábbi 3. ábra a vegetáriánus étrendben használt élelmiszereket és fogyasztásuk gyakoriságát mutatja.

A vegetáriánus táplálkozásnak számos válfaja van, nevezetesen vegánok, lakto-vegetáriánusok, ovo-vegetáriánusok, lakto-ovo-vegetáriánusok és félvegetáriánusok. A vegánok kizárólag növényi eredetű élelmiszereket fogyasztanak (friss gyümölcsök, zöldségek, diófélék és gabonafélék). A laktovegetáriánusok kizárólag állati eredetű tejtermékeket fogyasztanak, míg az ovo-vegetáriánusok a növényi termékek mellett tojást is fogyasztanak. A lakto-ovo-vegetáriánusok a növényi termékek mellett tejet, tejtermékeket és tojást is fogyasztanak. A félvegetáriánus étrendben a vörös húsok fogyasztása kizárt, vagyis megengedett a baromfi, hal és tenger gyümölcsei fogyasztása, a vegetáriánus étrend ezen formájának szerves része a tej és a tejtermékek.

13 zool. növényi és állati táplálékkal egyaránt étkező állatok (Omnivore); mindenevők (forrásból átvett: *https://jezikoslovac.com/word/cby0*)




3.ábra: A vegetáriánus étrend piramisa

*Forrás: https://www.pbf.unizg.hr/edukacija/clanci1.htm*

### 1.2.4. Makrobiotikus táplálkozás

A makrobiotika szó a görög macrosi bios szavakból származik, ami fordításban "*nagy*" vagy "*hosszú életet*" jelent. A makrobiotikus táplálkozás egy olyan étkezés, amely meghatározott filozófiát és életmódot foglal magában. A makrobiotikumok a természettel való együttélést, a kiegyensúlyozott táplálkozást, a minőségi öregedést és a hosszú életet elősegítő életmódot képviselik (Mičetić-Turk et al., 2014). Ez a fajta étrend növényi élelmiszereken alapul és a 20. században vált népszerűvé Japánban. Ennek a táplálkozásnak a célja a jin és jang elemei közötti egyensúly megteremtése[14].

A jin tulajdonságokkal rendelkező ételek lágyak, hidegek, édesek és passzívak, a jang jellemzőkkel rendelkező ételek pedig kemények, forróak, sósak és agresszívek (Rukavina, 2014). A Makrobiotika a bio- és biológiailag termesztett teljes értékű élelmiszerek használatát támogatja, előnyben részesítve a helyi és szezonális élelmiszereket. A megfelelő makrobiotikus étrend magában foglalja a teljes kiőrlésű gabonákat, amelyek a napi táplálékbevitel 30-50%-át teszik ki, 20-30% friss zöldségeket, 10% hüvelyeseket és

14 A Yin és Yang kifejezések két ellentétes, de egymást kiegészítő erőt képviselnek, ez az ellentétes, de egymást kiegészítő természeti erők egyensúlya (Rukavina J., 2014.).

5% szójatermékeket, például tofut, tempeh-et[15] és natto-t[16], valamint zöldségleveseket. A makrobiotikus étrendben kerülendő élelmiszerek a baromfihús, az állati zsírok (sertészsír és vaj), a tojás, a tejtermékek, a finomított cukor, a mesterséges édesítőszereket, tartósítószereket és adalékanyagokat tartalmazó termékek általában (Krešić, 2012). Rukavina (2014) megállapítja, hogy a makrobiotikus étrend hátrányai a rendkívül alacsony energiaérték, az esetlegesen elégtelen vas-, kalcium-, D-vitamin-, B12- és B2-vitamin bevitel, a nem elegendő gyümölcsbevitel és végső soron a monotónia. Ez az étkezési mód vitaminokban, ásványi anyagokban és rostokban gazdag, de koleszterin- és telített zsírsavakban szegény, ezért alkalmas rákos megbetegedések megelőzésére, emésztési zavarok kezelésére, szív- és érrendszeri betegségek megelőzésére.

### 1.2.5. Speciális élelmiszerek különleges táplálkozási igényekhez

**A különleges táplálkozási igényeket kielégítő élelmiszer** olyan élelmiszer, amely különleges összetétele vagy különleges előállítási módja miatt egyértelműen eltér a normál táplálkozásra szánt élelmiszertől és a felsorolt táplálkozási tulajdonságai miatt fogyasztásra alkalmas[17]:

- emésztési vagy anyagcserezavarban szenvedő személyek
- olyan személy, akinek élettani állapota megköveteli bizonyos élelmiszer-összetevők bevitelét ellenőrzött és célzott étrendben
- egészséges csecsemők és kisgyermekek.

A különleges táplálkozási igényt kiszolgáló élelmiszerek forgalomba hozatalakor egyértelműen fel kell tüntetni, hogy az élelmiszer kinek felel meg. A Különleges táplálkozási igényeket kielégítő élelmiszerekről szóló törvény (NN 39/2013) értelmében a **különleges táplálkozási igényeket kielégítő élelmiszerek** a következő kategóriákba sorolhatók:

- kezdeti és átmeneti táplálék csecsemők számára
- feldolgozott gabonaalapú élelmiszerek és bébiételek csecsemők, illetve kisgyermekek számára
- gluténmentes élelmiszer
- szénhidrát anyagcsere zavarban (diabétesz) szenvedőknek szánt élelmiszerek
- alacsony és csökkentett energiatartalmú élelmiszerek, amelyek a testtömeg csökkentésére szolgálnak
- sportolóknak és fokozott fizikai aktivitású személyeknek szánt élelmiszerek

15 A tempeh főtt szójababból kerül előállításra, amelyhez az erjesztési folyamat során egy fehéres, gyapotszerű nemespenész (Rhizopus oligosporus kultúra) kapcsolódik. Természetes rostokban gazdag, amelyek elősegítik és szabályozzák az emésztést. Elérhető: *https://annapurna.hr/o-proizvodima/sto-je-tempeh/*

16 A natto egy hagyományos japán étel, amely fermentált szójababból áll, nyálkás, ragacsos és szálkás állagú. Elérhető: *https://www.healthline.com/nutrition/natto#TOC_TITLE_HDR_2*

17 A különleges táplálkozási igényeket kielégítő élelmiszerekről szóló törvény szerint (NN 39/2013)

- speciális orvosi igények kielégítésére szolgáló élelmiszerek
- speciális étrendi igényeknek megfelelő élelmiszerek, amelyek nem tartoznak a fent említett kategóriákba.

Az utóbbi időben egyre népszerűbb az ún. „mentes” (free from)[18] élelmiszer (4. kép). A „mentes” (free from) élelmiszer olyan élelmiszer, amely nem tartalmaz glutént, gabonát vagy laktózt. A fentieken túlmenően a “mentes” élelmiszerek közé tartoznak a zsír, cukor, dió, liszt, só, tartósítószerek és adalékanyagok, élesztő, génmódosított szervezetek (GMO), tojás és hús nélküli élelmiszerek is. Ez a fajta étel azoknak készül, akik allergiától, intoleranciától vagy egyéb egészségügyi problémáktól szenvednek, amelyek bizonyos élelmiszer-összetevők kerülését igénylik. Ez a fajta étrend nem tartalmaz íz-, szín- és állagjavítókat, ezért teljesen természetesnek mondhatók.

4.ábra „Free from“, mentes ételek

*Forrás: https://www.baynsolutions.com/*

A „mentes” élelmiszerek iránti érdeklődés még azok körében is nő, akiknek egészségügyi okokból[19] nincs szükségük erre az étrendre, sőt mára a gluténmentes táplálkozás egyfajta trendté vált. Rogar (2018) szerint a gluténintolerancia kifejezés az emberekben előforduló háromféle rendellenességre utalhat: autoimmun cöliákia[20], búzaallergia[21] és nem cöliákiás glutén túlérzékenység[22]. A glutén a búzafehérjék keverékének elnevezése, de ugyanaz az összetevő található a rozsban és az árpában is. Az emberek nagy mennyiségben fogyasztanak glutént napi étrendjükben, mert a búza az egyik leggyakrabban fogyasztott gabona a világon. Borović (2016) szerint a gluténmentes diéta a gabonafélék és az összes glutént tartalmazó feldolgozott termék elhagyását jelenti. A gluténmentes táplálkozás a mediterrán étrend alapelvei szerinti étkezést jelenti, azaz lehet enni halat, olívaolajat, fokhagymát, zöldséget, gyümölcsöt, legelő állatok húsát, tojást és minőségi tejtermékeket, elsősorban juh és kecsketejből.

18 A „mentes” élelmiszer a horvát nyelven a „Speciális táplálkozási szükségleteket kielégítő élelmiszerekről” szóló törvény (NN 39/2013) értelmében különleges táplálkozási igényeket kielégítő élelmiszerként értelmezhető. A Kézikönyv elméleti részében kutatási okokból a horvát elnevezést, az empirikus részben pedig a „free from“ elnevezést használjuk.

19 Forrás: *https://www.baynsolutions.com/en/what-is-free-from-food/1050119*

20 A cöliákia az emésztőrendszer betegsége. A betegség oka a gluténfehérje tartós intoleranciája, genetikailag hajlamos egyénekben fordul elő.

21 A búzaallergia az élelmiszer túlérzékenységi reakciók csoportjába tartozik, amelyekben az immunmechanizmusok is szerepet játszanak.

22 A gluténnel kapcsolatos rendellenességek új osztályozása. Nem autoimmun vagy allergiás eredetű. A gluténnel szembeni nem cöliákiás túlérzékenység folyamata még mindig nem teljesen ismert.

Pollak (2008) szerint az ezekben a betegségekben szenvedők egyetlen gyógymódja a gluténmentes táplálkozás, amelyet teljes életük során be kell tartaniuk. A gluténmentes étrendnek három fő szempontja van:

1. a gabonafélék és a gluténtartalmú termékek, például a kenyér, müzli, liszt, tészta, sütemények, kekszek, szószok stb. kerülése, amelyek ellenőrizetlen termesztésből származók vagy szennyezett búzát, árpát, rozst vagy zabot tartalmaznak
2. gluténmentes természetes élelmiszerek, valamint alternatív keményítőforrások, például rizs, burgonya, kukorica és kínai cukornád fogyasztása
3. a kereskedelemben kapható gluténmentes ipari helyettesítők alkalmazása (Rogar, 2018).

## 1.3. GASZTRONÓMIA ÉS ÉTELKÉSZÍTÉS

Az ételkészítéssel foglalkozó tevékenység szokásos neve főzés. A főzés kifejezés mellett használatos a kulináris[23] és a gasztronómia kifejezés is. A főzés általában az ételkészítés készségére, tágabb értelemben az emberi táplálékként felhasznált élelmiszerek kiválasztására utal. Szűkebben a főzés azon technológiai eljárások összességeként definiálható, amelyek segítségével az élelmiszereket feldolgozzák és az emberi táplálkozáshoz igazítják (Samardžić, 2021). A mai értelemben vett gasztronómia szó a görög “gaster” (gyomor) és a “nomas” (törvény) szavak összevonásával jött létre. A turisztikai célpontok közötti verseny fokozódásával a helyi kultúra a turisták vonzására és szórakoztatására szolgáló új tevékenységek egyre értékesebb forrásává válik. A gasztronómia ebben különösen fontos szerepet játszik, nemcsak azért, mert az étkezés kulcsfontosságú a turisztikai élményben, hanem azért is, mert a gasztronómia a posztmodern társadalom kialakulásának jelentős forrásává vált (Hjalager és Richards, 2002). A gasztronómia az ételek elkészítésének készsége, a különböző ételek és azok elkészítési módjainak ügyességig kidolgozott ismerete; a választott ételek és a kulináris tudás kultusza. A gasztronómia része az ételek ismerete, az italválaszték és a vendégek kiszolgálása.[24] Sormaz (2015) a gasztronómiát a táplálkozás tudományaként határozza meg, a gasztronómia célja pedig az, hogy a lehető legjobb étrenddel szolgálja az ember egészségét, biztosítsa a higiénikus körülmények között előállított, fogyasztásra előkészített ételeket, amelyek kivételes ízvilágot és vizuális élményt nyújtanak. A gasztronómia minden hagyományos értéket megtestesít, amelyek a turizmus új irányzataihoz kapcsolódnak: a kultúra és a hagyomány tisztelete, egészséges életmód, hitelesség, fenntarthatóság, élmény. A **gasztronómiát** ugyanakkor a főzési készség legmagasabb szintjének, a válogatott ételek kultuszának és a főzés művészetének

23 Konyhaművészet vagy főzés (latin culina szóból: konyha; étel) – az élelmiszerek feldolgozásának és az emberi fogyasztásra szánt ételek elkészítésének készsége. Letöltve: *https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=34527*

24 Letöltve: *https://enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=21351*

tekintik. Egy sajátos formát képvisel, amely magában foglalja a történelem, a jelen és a jövő utazását, kezdve a múlt elfeledett ételeivel és a modern alapanyagok felhasználásával, az egyes ételek elkészítési technikáival. A gasztronómiáról beszélve ki kell emelni annak kreatív összetevőjének fontosságát és ezzel összefüggésben beszélhetünk az étkezési kultúráról, mint az alkotómunka egy formájáról. Leegyszerűsítve, a gasztronómia fő célja az emberi egészség megőrzése a lehető legjobb táplálkozással. Az ételek és italok élvezete a gasztronómia alapvető értéke. Ezért elmondható, hogy aki szereti a jó ételeket, italokat és a jó társaságot, gasztronómiai életszemléletet ápol.

# 2. TURIZMUS ÉS GASTRONÓMIA TURIZMUS

Manapság a turizmus egyre népszerűbb tevékenységgé válik, világszerte egyre több ember foglalkozik vele. A **turizmusról** azt mondhatjuk, hogy egy adott helyre látogatók utazásából és ott-tartózkodásából eredő kapcsolatok és jelenségek összességét reprezentálja, amennyiben az ilyen tartózkodás nem állandó lakóhelyen alapul és nem kapcsolódik hozzá gazdasági tevékenység (Hunziker és Krapf, 1942). ). Mint tevékenység, a turizmus az olajexporthoz, az élelmiszer-feldolgozáshoz vagy az autógyártáshoz hasonlítható. A turizmus a világ GDP-jének 10%-át, a világ exportjának 6%-át biztosítja és a világ összes munkahelyét tekintve 11-ből 1 hozzá köthető.[25] A korai kezdetektől – amikor csak a gazdagok utaztak – napjainkig – amikor alfajának egész sora meghonosodott – a turizmus számos fejlődési szakaszon ment keresztül. A turizmus alapvetően **tömeg, szelektív és fenntartható** turizmusra tagozódik. A tömegturizmus a gyors technológiai fejlődésre adott válaszként alakult ki, és a szakirodalomban az utazási irodák által szervezett utazási csomagként magyarázzák, amelynek alapvető vonzereje a „nap és tenger”. A fenntartható turizmus középpontjában az erőforrások megújulása, a természet és a biológiai sokféleség védelme áll. A fő cél az erőforrások oly módon történő felhasználása, hogy azok a jövő generációi számára is elérhetőek legyenek. Másrészt a szelektív turizmus a turizmus különböző formáinak a helyi közösség természeti és társadalmi értékeihez igazodó megszervezése, amely lehetővé teszi a vendégek és a vendéglátók számára, hogy pozitív és értékes kölcsönös tapasztalatokat szerezzenek (Geić, 2011). A szelektív turizmus számos utazási formát foglal magában, amelyeket a potenciális turisták sajátos kívánságai és igényei inspirálnak, ezért célja a helyi, ott lakóhellyel rendelkező lakosság megszólítása. A szelektív turizmus alaptípusai az ökológiai, alternatív, oktatási-kommunikációs, exkluzív és szórakoztató-rekreációs turizmus (Jadrešić, 2001).

A turizmus sikeréhez elengedhetetlen a trendek követése, hiszen a modern turista gazdag és meghitt kínálatra vágyik. A főbb követendő trendek a következők:

- emocionális élmény - a modern turisták már nem elégednek meg a városnézéssel (egymás meglátogatásával, megismerésével), „tapasztalni” és „érezni” akarnak.
- tapasztalja meg a helyi különlegességeket – a turista számára kulcsfontosságúak az ételek, az emberek, a szokások, a hagyományok és a történetek
- testről történő törődés - magában foglalja a jóléti szolgáltatások kínálatát, mint például a rekreáció, aktív szabadidő, egészséges táplálkozás, wellness, gyógyfürdő
- gasztronómia – magában foglalja a gasztronómiai túrákat, borospince látogatásokat, tematikus kulináris vacsorákat, kulináris műhelyeket,
- vásárlás – a fogyasztói korszak a turizmus területén is megjelenik; a turisták

25 *https://www.doba.hr/doba-znanja/novi-trendovi-u-turizmu*

számára nagyon fontos a jó üzletválaszték, a luxus és exkluzív üzletek, de a kisebb boltok is, ahol helyi és mezőgazdasági termékeket vásárolhatnak

- menekülés a hétköznapokból - a nyaralásnak a hétköznapok elől való menekülést kell jelentenie a turista számára, valami újat, a rutintól eltérőt szeretne megtapasztalni, ezért egyre több turista dönt úgy, hogy a tömeg elől csendesebb környezetbe menekül.[26]

A turisták számára egyre fontosabb a turisztikai desztinációk gasztronómiai kínálata, hiszen a helyi ételek és italok kóstolásával új kultúrákat, helyi gasztronómiai hagyományokat ismerhetnek meg. A gasztronómia fontos szerepet játszik a minőségi desztináció élményének megteremtésében, ezáltal segíti a turisztikai desztináció arculatának népszerűsítését, imázsának építését. Tartalmazza az élelmiszertermelők, gasztronómiai rendezvények, éttermek és különleges helyek meglátogatását, ahol megkóstolhat egy hagyományos ételt, megfigyelheti az étel elkészítésének folyamatát, vagy különleges ételeket kóstolhat. A gasztronómia iránti érdeklődésnek, valamint a különböző országok és régiók étel-, italkultúrájának köszönhetően a kulináris utazások világszerte egyre népszerűbbek, a gasztronómiai turizmus pedig a turizmuson belül külön termékké vált (Bujdosó és Szűcs, 2012). A gasztronómiai turizmust „ételek turizmusnak", „kóstolóturizmusnak" vagy „gasztronómiai turizmusnak" is nevezik.

A Turisztikai Világszervezet[27] (2019) a gasztronómiai turizmust olyan turisztikai tevékenységként definiálja, amelyet a látogatónak az utazás során az élelmiszerrel és a kapcsolódó termékekkel, tevékenységekkel kapcsolatos élményei jellemeznek. A gasztronómiai turizmus az autentikus, tradicionális és innovatív kulináris élmények mellett más kapcsolódó tevékenységeket is tartalmazhat, mint például a helyi termelők látogatása, ételfesztiválokon, főzőtanfolyamokon való részvétel. Másrészt a Gasztronómiai Utazások Világszövetség (2019)[28] a gasztronómiai turizmust (táplálkozási turizmus) olyan utazásként határozza meg, amelynek célja egy hely „megkóstoltatása", a helyi érzés elnyerése érdekében[29]. Ebben az összefüggésben a gasztronómiai turizmus a kulturális turizmus fontos összetevőjeként írható le, ami azt jelenti, hogy a turisták a helyi ételek és italok megkóstolásával ismerhetik meg egy hely kultúráját. Más részről, a Gasztronómiai Utazások Világszövetsége a gasztronómiai turizmus egy nemzetközi és reflektív találkozás bármely kultúrával, beleértve a saját kuktúrát, kulináris erőforrásokon keresztül.[30]

Croce és Perri (2017) szerzők a gasztronómiai turizmust a turizmus azon formájaként

26 *https://www.doba.hr/doba-znanja/novi-trendovi-u-turizmu*

27 eng. World Tourism Organization

28 ang. A World Food Travel Association egy 2003-ban alapított nonprofit, nem kormányzati szervezet. 2012-ig ICTA (International Culinary Tourism Association – International Culinary Tourism Association - Nemzetközi Kulináris Turisztikai Egyesület (ford.)) néven volt ismert.

29 *https://ttra.com/wp-content/uploads/2018/11/World-Food-Travel-Association.pdf*

30 *https://worldfoodtravel.org/what-is-food-tourism/*

írják le, amelyben az egyén, általában a turista, elhagyja lakóhelyét, hogy egy gasztronómiai helyként ismert desztinációba érjen, ahol személyesen találkozhat a helyi előállítókkal, a gyártási folyamattal, abba belekapcsolódhat (alapanyagtól a késztermékig) a termék megkóstolásával a származási helyen, megvásárolhatja a készterméket, vagy a termékre és a helyre jellemző alapanyagokat, végül az élményekkel gazdagodva hazautazik. A kulináris turizmus magában foglalja a gasztronómiai rendezvényeket és programokat, gasztronómiai múzeumokat, tematikus kirándulásokat gasztronómiai pontok bejárásával, cukrászdákat, pubokat, mint turisztikai látványosságokat, tematikus ebédeket és egyéb gasztronómiai attrakciókat. Geić (2011) szerint az ételturizmus a már kialakult borturizmushoz hasonlóan definiálható, vagyis élelmiszer előállítók, ételfesztiválok, éttermek és olyan helyszínek látogatásaként, ahol a kóstolás és az ételek élvezete az elsődleges utazási motivációs tényező.. A legújabb kutatási eredmények azt mutatják, hogy a gasztronómiai turisták szívesen utaznak egy úticélhoz és töltik az éjszakát, ha legalább hat érdekes gasztronómiai élményben részesülnek (Williams et al., 2018).

A gasztronómiai turizmus folyamatos növekedést mutat, különösen az elmúlt tíz évben. Az UNWTO jelentése kimutatta, hogy csak Európában az eno-gasztronómiai turisztikai ajánlatok és útvonalak iránti kereslet körülbelül 600.000 utazást jelent évente, a várható éves növekedés 7-12%.[31] A gasztronómiai turizmus iránti megnövekedett kereslet nagyrészt a speciális tévéműsorok, például az észak-amerikai Food Channel, 24 konyha, szaklapok, amelyek közül a leghíresebb a Gourmet Traveller és a Food & Travell, rádióműsorok, kulináris blogok és weboldalak eredménye. Az említettek közül kiemelkedik a tekintélyes amerikai Saveur folyóirat, amely az ételkészítés gasztronómiai művészetéhez kapcsolódó témákkal, a világ leghíresebb boraival, valamint olyan utazásokkal foglalkozik, ahol e szféra neves szakembereivel találkoznak.

A modern gasztronómia nem nélkülözheti a modern technológiát és technikai berendezéseket, amelyek lehetővé teszik az élelmiszerek egészének magasabb minőségét, kevesebb fiziológiai veszteséget, a HACCP[32] normák teljesítését, az elkészítési gazdaságosság növelését és az elkészítési és tálalási rugalmasságot[33] (Kukurin, 2010).

A gasztronómiai turizmus megértése, amely a különböző érdekelt felek által betöltött szerepeken és a népszerűsítését célzó stratégiákon alapul, nemcsak az élelmiszert a turisztikai attrakciók összetevőjeként népszerűsítő stratégiák hatékonyabb alkalmazásához, hanem a helyi fejlődés szolgáló stratégiákhoz is hozzájárulhat azokon a területeken, amelyek az élelmiszerek előállítását, promócióját és értékesítését társadalmi-gazdasági helyzetük javításának eszközének tekintik.

31 *https://worldfoodtravel.org/what-is-food-tourism/*

32 A HACCP egy olyan eszköz, amely segít az élelmiszergyártóknak azonosítani, értékelni és ellenőrizni azokat a veszélyeket, amelyek egy adott termékhez vagy a teljes gyártósorhoz kapcsolódnak.
Elérhető: *https://www.hah.hr/arhiva/haccp.php*

33 Kukurin, I. (2010.) Trendek a konyhában, Vendéglátás és Turizmus. Elérhető: *http://www.utm.hr/?pgid=39&vid=154*

## 2.1. GASZTRONÓMIA TURISTÁK ÉS MOTIVÁCIÓK

A **gasztronómiai** vagy **kulináris turista** kifejezés generikus névként mindazokat jelenti, akik azért utaznak, hogy megkóstolják az adott országra, régióra jellemző helyi konyha termékeit. Vonzza őket a másokkal való interakció, nagy figyelmet fordítanak az egészségre, leginkább a helyi specialitások és a helyi szokások kipróbálása érdekli őket, kulturális és természeti látnivalókat keresnek fel és leggyakrabban hétvégén utaznak (Crespi-Valbona és Dimitrovski, 2016).

A gasztronómiai turisták az ételekhez és italokhoz való viszonyulásuk, a gasztronómia jelentősége a desztináció kiválasztásával kapcsolatos döntési folyamatokban, valamint magával a gasztronómiai turizmussal kapcsolatos tevékenységekben való részvételük és elköteleződésük alapján osztályozhatók (Lucas, 2021). A tipikus gasztronómiai turisták elsődleges motivációja az ételek és italok fogyasztása, illetve az ételek és italok előállításához, készítéséhez kapcsolódó tevékenységekben való részvétel. Az élelmiszer-fogyasztás azonban alapvető szükséglet, az egyén mindennapi életének, tapasztalatának szerves része, ezért elmondható, hogy van lehetőség a gasztronómiai turisztikai marketingstratégiák további fejlesztésére, javítására, a gasztronómiai turisták szélesebb piacának megcélzására és bevonására.

Továbbá, nagyon fontos megérteni, hogy a gasztronómiai turizmus elsősorban a teljes turisztikai kínálat kialakításában, elsősorban a teljes kínálat kiegészítő elemeként vesz részt, azaz van bizonyos összefüggés a bor és étel iránt érdeklődő turisták, valamint a múzeumok iránt érdeklődő turisták között, vásárlás, fesztiválok, bemutatók, szabadidős események stb. (Cordova-Buiza, 2021). A fentiek alapján megállapítható, hogy a gasztronómiai turizmus alapvető motivációs tényezői (López et al., 2019):

- a helyi vagy nemzeti konyha ízeinek és élvezeteinek kipróbálása,
- részvétel az élelmiszer-előállítási folyamatban
- éttermek, fesztiválok, élelmiszer-előállítók látogatása
- különböző élelmiszer-előállítási technikák megfigyelése
- ételek és italok kóstolása.

A gasztronómiai turisták számára az étel valóban igazi turisztikai attrakciót jelent, ahogy mások számára a történelmi emlékek vagy természeti szépségek. Meghatározásánál fontos a gasztronómiai turisták legalább két csoportjának megkülönböztetése. Előbbiek utazási élményeik részeként fogyasztanak ételt, míg az utóbbiaknál az étel iránti érdeklődés befolyásolja viselkedésüket, tevékenységeiket és úticéljuk választását. Azok, akik kifejezetten az eno-gasztronómiai[34] turizmust választják, alapvetően kulturális turisták, a

34 Az ételfogyasztás gyakran magában foglalja az italfogyasztást is, ezért egyes szerzők inkább az eno-gasztroturizmus kifejezést használják.

következő jellemzőkkel:

- élvezik a bort és az ételeket, és szeretnének többet megtudni a termelési folyamatokról és módszerekről; magukat “művelt” fogyasztónak tartják, vagy ha nem, akkor mindenképpen szeretnének azzá válni
- nyitottak az új élményekre, az ételt (és a bort) úgy tekintik, mint módot arra, hogy új és eltérő kultúrákat, szokásokat és identitásokat fedezzenek fel és számukra az étel és a bor kulturális kifejezéssé válik, mint egy műalkotás
- műveltek és jó kulturális ismeretekkel rendelkeznek, valamint vágynak az egész életen át tartó tanulásra, és utazásuk egy bizonyos pontján hajlandóak oktatási tevékenységre (tanyalátogatás, tárlatvezetés, kóstolók) fordítani idejüket.
- önálló utazók, megszokták, hogy saját elrendezésükben tervezzék meg az utazásokat; ebből kifolyólag nem érdekli őket az utazásszervezők szolgáltatásainak igénybevétele, még akkor sem, ha azok étel- és borútvonalak szervezésében jártas szakemberek
- magas elvárásokat támasztanak a meglátogatott desztinációval szembe, annak sajátos „ízeinek” és karakterének, egyértelmű szépségének, valamint a desztináció szolgáltatásainak és létesítményeinek minőségének felfedezése tekintetében
- az eno-gasztronómiai turizmus útján járó turisták magasan tájékozott utazók, akiknek vágyuk vagy igényük van az információhoz való folyamatos hozzáférésre, tudatosságuk arra, hogy utazásaik során saját információkat, benyomásokat, tapasztalatokat és véleményeket alkossanak, ezeket pedig megosszák más potenciális utazókkal; többé-kevésbé műveltek, érzékenyek, pártatlanok és etikusak, ők befolyásolnak vagy befolyásolás alatt állók, így sikeressé vagy sikertelenné tehetik az úti célt (Perković, 2020).

A gasztronómiai turisták sajátos motivációjára a következő okok hatnak:

- aggodalom vagy vágy – aggodalom a bevált ipari, globalizált élelmiszerek biztonságával kapcsolatban; az a vágy, hogy nyaralás közben étellel (ital) ünnepeljünk valamit, hogy kifejezzük a személyes „bátorságunkat” vagy megkönnyítsük a másokkal való szocializációt, amihez hozzájárul a hagyományos és szokatlan ételek fogyasztása formájában jelentkező nosztalgia érzése is
- a gazdagság, a sokszínűség és az individualizmus megnyilvánulásának igénye – speciális ételek (valamint italok) bizonyítási eszközként használata másokkal szemben; ebben az értelemben az étel-ital egy “közös nyelv”, amely a hétköznapokban és a nyaraláson (utazáson) egyaránt használható.
- kíváncsiság, tudás és felfedezés iránti vágy – az étel tartalmával kapcsolatos személyes félelemből fakad, de abból is, hogy meg kell mutatni másoknak a személyes műveltséget és felsőbbrendűséget; az utazás rengeteg lehetőséget kínálhat a helyi ételekről való tájékozódásra és az azzal való kísérletezésre, azaz új ízek kipróbálására

- a „talp alatti talaj” érzésének igénye – a globalizáció folyamatában egyre több turista irányul saját gyökereinek felfedezésére, felkeresni vidéki úti célokat, hogy lássa, honnan származnak bizonyos ételek.
- az érzékszervi és a tapintási örömök iránti vágy, de az étel (és ital) által könnyen elérhető élmény iránti vágy is.

A gasztronómiai turisták viszonylag kis rést képviselnek a nemzetközi turizmusban, de más turisták, akiknek a desztináció látogatásának indítékai nem kapcsolódnak közvetlenül a gasztronómiához, úgy ítélik meg, hogy a hagyományos, helyi ételek fogyasztása a desztinációban “nagyon fontos” vagy “fontos”. Így például a brit turisták 86%-a azt mondta, hogy külföldön élvezi a helyi ételeket, és a szállodában való étkezést egy helyi étteremben való étkezéssel helyettesítené (Rabotić, 2013).

Fields (2002) szerint a gasztronómiai turistáknak összesen négy motivációs tényezője van. Az első az evés és italfogyasztás fiziológiai szükséglet kielégítésére vonatkozik, a második motiváció a kulturális élmény megszerzésére, azaz a hely megtapasztalására és a desztináció kulturális örökségének, történetének megismerésére, a harmadik motivációs tényező az interperszonális és társadalmi kapcsolatok, a gasztronómián keresztül. Ez utóbbi esetben a státusz, a hatalom és a presztízs az utazási motiváció alapvető meghatározó. Az ettől a motivációs tényezőtől motivált gasztronómiai turisták az ételek kóstolásával, megismerésével kívánják elérni a társadalmi jóváhagyást és elismerést, ezzel is megkülönböztetve magukat saját társadalmi környezetüktől.

A turisták motivációjának, a gasztronómiai turisták egy desztinációba érkezésének kutatása fontos annak érdekében, hogy a meglévő gasztronómiai kínálat új gasztronómiai attrakciókkal gazdagodjon. A gasztronómiai desztinációk keresletének megcélzott szegmense minden korosztályú, közepes és magasabb vásárlóerejű belföldi és külföldi vendég, valamint a tapasztalt utazó. Például hosszú évek óta Horvátországban is kutatják a Horvátországba érkező turisták indítékait. A Tomas 2019 nyári felmérése (1. táblázat) alapján látható, hogy a külföldről érkező vendégek Horvátországba érkezésének nyaralási motívumai az Adriai Horvátországban maga a tenger, a kontinentális Horvátországban pedig a természet voltak. A gasztronómia jelentősége, mint az adriai és a kontinentális Horvátországba érkezés motivációja, lassan növekszik.

1. táblázat: Turisták Horvátországba érkezésének motívumai (Tomas felmérése szerint, 2019 nyarán)

| **osztályozás** | **Adriai Horvátország** | **%** | **osztályozás** | **Kontinentális Horvátország** | **%** |
|---|---|---|---|---|---|
| 1. | Tenger | 81,5 | 1. | Természet | 31,7 |
| 2. | Természet | 56,2 | 2. | Touring, sight-seeing | 26,0 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 3. | Természet (city-break) | 23,8 | 3. | Természet (city-break) | 25,9 |
| 4. | Touring | 21,0 | 4. | Sport és rekreáció | 24,1 |
| 5. | Sport és rekreáció | 14,9 | 5. | Munka | 21,7 |
| 6. | Kultúra és művészet | 12,7 | 6. | Kultúra és művészet | 15,7 |
| 7. | **Gasztronómia** | 6,6 | 7. | Hegymászás | 9,8 |
| 8. | Szórakozás és fesztiválok | 5,5 | 8. | Falvak | 9,6 |
| 9. | Falvak | 4,5 | 9. | **Gasztronómia** | 6,6 |
| 10. | Rendezvények és események | 4,2 | 10. | Rendezvények és események | 6,3 |

*Forrás: http://www.iztzg.hr/hr/projekti/tomas-istrazivanja/*

A kutatók a gasztronómiai látogató profilját azonosító változókkal kapcsolatban három fontos szempontban egyetértenek (López i sur., 2019):

- A gasztronómiai turisták vásárlóereje közepes vagy magasabb, az átlagos általános turistáktól eltérően; emellett általában képzettek és kulturálisan műveltek, gazdaságilag jól szituáltak
- a gazdasági megfontolásból utazók a legtöbb esetben kellően igényesek, törődnek a számukra kínált gasztronómia minőségével és hitelességével – ez logikus következmény, hiszen a fő motiváció a gasztronómia; másrészt egy hétköznapi turista nem fordít különösebb figyelmet a gyengébb minőségű ételekre, míg a gasztroturista ilyen helyzetben kifejezi elégedetlenségét
- ami a promóciót illeti, a turisztikai kínálat konvencionális kontextusához képest eltérő módon történik, mivel a gasztronómiai turizmus piaci szegmenst jelent; nagy az érdeklődés az ilyen turisták iránt, akik általában tájékozódnak akár turistakalauzok, magazinok, neten böngészve, vagy más módon, ezért a promóciónak nem kell túl intenzívnek lennie; a szájreklámozás szintén nagyon fontos (informális) kommunikációs forma

Ma a turisták tájékozottabbak, tudatosabbak, anyagilag rugalmasabbak, több utazási tapasztalattal rendelkeznek, de érdeklődnek az egészségügyi kérdések és az egészséges táplálkozási szokások iránt is.

## 2.2. TURISZTIKAI GASZTRONÓMIAI ÉLMÉNY

A turisztikai országok többsége, illetve az erre a címre áhítozó országok kínálatukban, gazdag gasztronómiával büszkélkednek. A turistákat egy desztináció meglátogatására ösztönző alapvető motívumok között szerepel az a vágy, hogy megismerjék az idegen környezet lelki és kulturális értékeit, ezáltal minél közelebb kerüljenek az ottani természetéhez

és környezethez. Ez vonatkozhat bármely ismeretlen, új és más megtapasztalására. A desztináció gasztronómiai élménye mindenképpen ide tartozik (Žaper, 2004).

Egy desztináció vonzereje abban mutatkozik meg, hogy képes-e megfelelni a turisták igényeinek. A legújabb kutatások azt állítják, hogy a desztináció gasztronómiai kínálatának a látogatók élettani szükségleteit kielégítő funkciója mellett szimbolikus, szociális és szórakoztató-rekreációs szerepe is van. A turisták különböző okok miatt döntenek egy-egy gasztronómiai élmény mellett, és másként is értékelhetik azt. Egy ilyen élmény létrejöttét befolyásolják a kézzelfogható elemek (étel minősége, éttermi dekoráció, kiegészítők stb.), de a megfoghatatlan elemek is (étel vizuális hatása, tálalás módja, hangulata). Figyelembe véve Cohen jól ismert koncepcióját a turisztikai élmények módozatairól (Cohen úgy véli, hogy az utazás során az emberek különböző élményeket keresnek és ezek közül ötöt különböztet meg attól függően, hogy a turisták hajlandóak-e elfogadni az újat, az ismeretlent és az autentikusat) és azok alkalmazása a gasztronómiához, mely megkülönbözteti a rekreációs, tapasztalati, kísérleti és egzisztenciális gasztronómiai élménytől (Rabotić, 2013).

A “rekreációs” turisták általában csomag-kínálat szerint utaznak és nem nyitottak jelentős mértékben az ismeretlennel való találkozásra, így a gasztronómiai szférában túlnyomórészt az ún. neofób hajlamot mutatnak. A kóstolók során jobb minőségű, ismertebb ételeket választhatnak, vagy az otthoninál nagyobb mennyiségben fogyaszthatnak ételt. Még az újdonságok felfedezésére hajlamos egyének is csak akkor választanak más ételt, ha az vonzónak tűnik számukra, függetlenül attól, hogy az étel helyi jellegű. A “tapasztalt” turisták érdeklődést mutatnak a helyi, autentikus ételek iránt. Gyakran ellátogatnak a helyi piacokra, ahol ismeretlen zöldségeket, gyümölcsöket, fűszereket néznek és vásárolnak, ismeretlen ételek nevére kérdeznek rá és kíváncsian figyelik az elkészítési folyamatot. Pusztán kíváncsiságból készek kipróbálni valamit. Bár viszonylag nyitottak az újdonságokra, tartózkodnak a helyi gasztronómiai kínálat igénybevételétől, csak a „bevált” étteremben étkeznek.

Az “egzisztenciális és kísérletező” turisták kisebb részt képviselnek és az autentikus élményt keresik. Meglátogatják a helyi éttermeket, és helyi ételeket fogyasztanak, akár azért, hogy kipróbálják az igazi életet a desztinációban, vagy azért, mert otthon is ilyen ételeket választanak. Az „egzisztenciális” turisták számára a helyi ételek állandó választássá válhatnak, különösen, ha világnézetileg is megnyilvánul (például a vegetáriánus konyha átvétele a hinduizmusra áttért embereknél).

A szerzők Gibbs és Ritchie (2010) megerősítik az elméletet az ún. éttermekben történő ételfogyasztás „színházi” jellegről. Mindenekelőtt az elért szolgáltatási kontaktust (“az élmény megfoghatatlan összetevőjét”) szem előtt tartva figyelhető meg a gasztronómiai és a színházi élmény kapcsolata. Itt érthető, hogy az igazán autentikus és valódi éttermi élmény megteremtése abban rejlik, hogy a menedzsment képes-e képzetté és képessé tenni a szakmai személyzetet arra, hogy mindenáron “ne ragaszkodjon az adott szöveghez”. Az élményt az jelentheti, hogy például valaki tud-e úgy beszélni az ételekről, mint egy szakértő és élvezi-e az ételek sajátosságait. Ez az irány magában foglalja az ételek nemzeti étlapon

való szerepeltetését, a régi ízeket visszahozó nosztalgikus ételeket, az ún. *show-food*[35].

Ahogy korábban említettük, a felejthetetlen gasztronómiai élmény megteremtése fontos turisztikai termékké varázsolható, amely nem kevésbé fontos, mint a desztináció egyéb vonzereje, mint a környezet, a természeti szépség és hasonlók. Az UNWTO (2018) szerint a gasztronómiai-turisztikai termék a következő elemeket tartalmazza:

- gasztronómiai örökség (a desztináció kulturális és természeti öröksége a gasztronómiai erőforrásokkal együtt, beleértve a gasztronómiai és borutakat, hagyományos ételeket, helyi recepteket stb.)
- gasztronómiai termékek és gyártók (minőségi jelzéssel ellátott termékek)
- a vendéglátó szektor kínálata (éttermek, konyhák, tavernák, bárok különböző minőségi és hagyományjelzésekkel)
- szaküzletek (pincészetek, olajsajtolók, piacok, halpiacok, egészséges élelmiszerboltok stb.)
- a gasztronómiai kultúra terjedését elősegítő rendezvények, események (gasztronómiai vásárok, fesztiválok, programok)
- gasztronómiai képzés (múzeumok, bor- és ételbemutató központok)
- továbbképzési központok (főzőiskolák, gasztronómiai tanfolyamok, gasztronómiai egyetemek, vendéglátó iskolák és képzési központok stb.).

Például az élelmiszerfesztiválok bármely desztináció jelentős erőforrásai, a hely társadalmi, kulturális és hagyományos értékeit ünneplik, elősegítik a desztináció népszerűsítését és bizonyos ételek vagy élelmiszerek népszerűsítését (Ristić, 2012). Európa egyik leghíresebb ételfesztiválja a nápolyi Pizza Fest, amelyet hét nap alatt mintegy 30 ezren keresnek fel. A fesztiválon több mint 50 pizzéria és étterem vesz részt, mindenféle pizzát készítenek, versenyeket, gyerekfoglalkozásokat[36] szerveznek. Meg kell említeni az Oktoberfestet, amely 16 napig tart Münchenben. Leginkább sörről ismert népünnepély, amelyre 2018-ban mintegy 6,3 millió turista[37] látogatott el.

A gasztronómiai turisztikai termék kidolgozásakor a helyi és az autentikus a hangsúlyos, mint a turisták desztinációba vonzásának alapvető eleme.

## 2.3. HORVÁTORSZÁG GASTRONÓMIAI AJÁNLATA

A helyi ízek és különlegességek széles választékával Horvátország gasztronómiai kínálata igen erős turisztikai értéket képvisel, melynek népszerű és minőségi szolgáltatásaira a közeljövőben alapozható Horvátország turisztikai piaci pozíciója is. Úgy tűnik, hogy a

35 ang. ételbemutató
36 *https://radseason.com/*
37 *https://www.oktoberfest.de/en/magazine/oktoberfest-news/2022/oktoberfest-economic-factor*

természeti szépségek gazdagsága és a minőségi gasztronómiai kínálat lesz az egyik fő oka a Horvát Köztársaságba érkező turisták növekvő számának. A Horvát Köztársaság földrajzi és kulturális sokszínűsége három övezetre, a pannon, a dinári és az adriai régióra való felosztását teszi lehetővé (Drpić, Vukman, 2014). Minden régió különbözik valamely terület szokásaitól és hagyományaitól, különösen jelentős az egyes ételek gazdagsága, az egyes régiókra jellemző ételek elkészítését illetően. Éppen a horvát régiók gasztronómiai különbségei mutatnak rá a horvát gasztronómiai kínálat gazdagságára, amely számos rendezvényen, fesztiválon és vendéglátáson keresztül mutatkozik meg, különösen a vidéki területeken. A horvát gasztronómiai finomságok iránt évről évre nő a kereslet. Ahhoz, hogy a gasztronómia továbbra is a turisztikai desztináció identitásának felismerhető része maradjon, a turistáknak tudniuk kell felismerni, ezért egyre inkább megvalósul a mezőgazdasági és élelmiszeripari termékek nevének levédése. A terméknevek minőségjelzéssel történő védelme az élelmiszerbiztonság garantálása mellett a sokszínűséget és a hagyományokat őrzi a minőségi termékek előállításában. A minőségi védjeggyel a fogyasztó garanciát kap arra, hogy elismert minőségű, ismert helyi termék eredetű autentikus hagyományos terméket vásárol, a termék az előírt szabályok szerint készül és a gyártás felett folyamatos felügyelet biztosított. Ezzel szemben a gyártók számára a minőségi védjegy biztosítja a termék nevének és hírnevének védelmét, a fokozott ismertséget, jobb pozicionálást, nagyobb versenyképességet, magasabb termékárat és magasabb bevételt. Napjainkban Horvátországban különféle minőségi jelzések léteznek, de itt felsoroljuk az EU minőségi védjeggyel védett horvát mezőgazdasági és élelmiszeripari termékeket:

1. eredtiség védjegy (ZOI)
2. földrajzi származást igazoló védjegy (ZOZP)[38].

38 A „Garantált hagyományos különlegesség” címke is létezik, de Horvátország egyetlen terméket sem regisztrált ebben a kategóriában.

Az első olyan termék, amelyet Horvátország uniós minőségi címkével védett, a Krk szigetről származó sonka (pršut) volt, amelyet 2015. áprilisában védettek le és földrajzi eredet címkével rendelkezik. Horvátország eddig 35 terméke védett, 16-ot eredetiség jelzéssel, 19-et pedig földrajzi származási védjegy jelzésű (2. táblázat).

2. táblázat: EU minőségi védjeggyel védett horvát termékek

| | TERMÉK NEVE | VÉDJEGY | VÉDETTSÉG DÁTUMA |
|---|---|---|---|
| 1 | Krk-i sonka (pršut) | ZOZP | 14.04.2015. |
| 2 | Neretvai mandarin | ZOI | 15.07.2015. |
| 3 | Extra szűz olívaolaj Cres | ZOI | 15.07.2015. |
| 4 | Ogulini savanyított képoszta | ZOI | 21.08.2015. |
| 5 | Baranyai kulen | ZOZP | 23.09.2015. |
| 6 | Likai burgonya | ZOZP | 30.09.2015. |
| 7 | Istriai sonka (pršut)* | ZOI | 14.10.2015. |
| 8 | Drniši sonka (pršut) | ZOZP | 08.12.2015. |
| 9 | Dalmát sonka (pršut) | ZOZP | 13.02.2016. |
| 10 | Lepények: Poljički soparnik/ Poljički zeljanik/ Poljički uljenjak | ZOZP | 05.04.2016. |
| 11 | Zagorjei pulyka | ZOZP | 01.06.2016. |
| 12 | Krk olivaolaj | ZOI | 06.07.2016. |
| 13 | Korčula olivaolaj | ZOI | 05.10.2016. |
| 14 | Pagi birkasült | ZOI | 05.10.2016. |
| 15 | Šoltani olivaolaj | ZOI | 21.10.2016. |
| 16 | Varasdi káposzta | ZOI | 19.10.2017. |
| 17 | Szlavóniai kulen | ZOZP | 07.11.2017. |
| 18 | Muraközi lesütött hús | ZOZP | 30.11.2017. |
| 19 | Szlavóniai méz | ZOI | 23.01.2018. |
| 20 | Likai báránysült | ZOZP | 31.10.2018. |
| 21 | Istria** | ZOI | 27.02.2019. |
| 22 | Pagi só | ZOI | 11.04.2019. |
| 23 | Zagorjei laskatészta | ZOZP | 25.06.2019. |
| 24 | Pagi sajt | ZOI | 25.11.2019. |
| 25 | Bjelovari csucsostúró | ZOZP | 21.02.2020. |
| 26 | Brači kékszőlő szósz | ZOZP | 29.09.2020. |
| 27 | Varasdi kifli | ZOZP | 06.10.2020. |
| 28 | Malostoni kagyló | ZOI | 13.10.2020. |
| 29 | Bányászpite | ZOZP | 04.02.2021. |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 30 | Dalmát pecsenye | ZOZP | 16.02.2021. |
| 31 | Dalmát szalonna | ZOZP | 16.02.2021. |
| 32 | Likai lágy sajt | ZOZP | 21.12.2021. |
| 33 | Brači olivaolaj | ZOI | 31.01.2022. |
| 34 | Zagorjei akácméz | ZOI | 07.03.2022. |
| 35 | Zagorjei rétes | ZOZP | 07.03.2022. |

** Az isztriai sonka (pršut) Horvátország és Szlovénia területén is készül, azaz közös horvát-szlovén védelem alatt álló termék.*
*** Isztriai extra szűz olívaolaj, amelyet Horvátország és Szlovénia területén állítanak elő, azaz közös horvát-szlovén védett termék.*

*Forrás: DOOR: EU database of agricultural products and foods*

Az előállítók egyesületei tehetik meg a termékvédelem kezdeményezését, hogy minden termék egy adott megyéből származzon. Egyes megyék ebben sikeresebbek, ellentétben más megyékkel, ahol a termelői egyesülések még nem elég aktívak, a gasztronómiai ínyencségek védelembe vételnek nyilvántartásában, így továbbra sincs egyetlen ZOI vagy ZOZP jelzéssel ellátott termékük sem. Például Kapronca-Križevci és Verőce-Drávamente megye[39] jelenleg nem rendelkezik EU minőségi védjeggyel védett termékekkel, a GASTROTOP projektben kerültek be a kutatásba, mint olyan megyék, amelyek nagy potenciállal rendelkeznek a gasztronómiai turizmus fejlesztésében, őket, mint megyéket, gasztronómiai ajánlatok keretében érdemes ellátogatni.

### 2.3.1. Koprivnica-Križevci megye gasztronómiai kínálata[40]

Koprivnica-Križevci megye az élmények palettája, a Dráva folyó termékeny medencéjében, a Dráva menti magyar határ, az erdős Kalnik és Bilogora hegyek között fekszik. Természeti gazdagsága, gazdag kultúrája és a naiv festészettel, helyi konyhával, rendezvényekkel, folklórral és vallással modern formában kifejezett hagyományos értékei, egész évben a kirándulók kedvelt célpontja. A térség lakóinak kedvessége és vendégszeretete, a régió élénk élményei azonban bőven okot adnak arra, hogy egy napnál tovább maradjanak.

A különféle rendezvények gazdag kínálata, amelyekre mindenképpen érdemes ellátogatni: Reneszánsz Fesztivál, Picokijada (kakasfesztivál), Križevačko veliko spravišće (Križeváci nagy összejövetel), Drávamenti motívumok, Pisanica od srca (Szívből festett

39 Kapronca-Križevci és Verőce-Drávamente megye olyan programterület a horvát oldalon, ahol a GASTROTOP projekt megvalósul.

40 A szöveg egy része a Koprivnica-Križevačka Megyei Idegenforgalmi Hivatal oldaláról származik, amely elérhető a következő címen: *https://podravinaiprigorje.hr/* i Portala za gastronomiju dostupnog na: *https://gric-gric.com/koprivnica-na-tanjuru-nova-turisticko-gastronomska-ponuda-grada/*

tojás), Velika martinjska špelancija (Mártonnapi nagy bejárás), Nemesség napjai, Nagymama ládájából, Križevci Szent Márk napja, Nagyboldogasszony és Horgászok a városért. A már említett rendezvények is gazdag gasztronómiai palettával rendelkeznek a kínálat részeként.

A gasztronómia a kultúra, az örökség, a szokások és az emberek mindennapi életének része. Mint mondják, ez a legszebb turista meghívó. Ez itt Drávamentén és Prigorjében is így van. A helyi hagyományos ételek kínálata, melyek kialakítását korábban az osztrák és a magyar konyha is jelentősen befolyásolta, a legigényesebb ínyenceket és édesszájúakat is kielégíti. Ezek többnyire sütéssel és pirítással készült hús- és folyami halételek, valamint különféle pácolt húskülönlegességek: szárított füstölt nyelv, csülök, kocsonya, házi szalonna vagy sonka. A hús mellé a köret is kötelező: burgonya (tört, pépesített, sült, resztelt), rizs (rizi-bizi), tejes gánica tejjel vagy köretként vadételekhez, tészta (pecsenyékhez) és szószok pecsenyeléből, gombával és tejszínnel. Tejtermékek közül a házi sajt és tejszín, író (stepka), valamint a füstölt tehénsajt (prge) a különlegesség. A levesek gyöngyözők, különösen a csirke és a marhahús, amelyeket lassan főznek gyökérzöldségekkel, majd házi cérnametélttel, májas vagy grízgombóccal tálalják. Télen a sűrűbb levesek készülnek, krumpli-, bab- vagy káposztaleves, nyáron pedig könnyedebb főzelékek kelkáposztából, borsóból, zöldbabból, savanyúságnak tejfölös uborka, ízesítve pirospaprikával és fokhagymával. A leghíresebb specialitás a tehéntúróból készült pirított rétes. Ami viszont egyre inkább felismerhetővé teszi az itteni konyhát, az a csalán, amely ma már stílusosan visszatér a vidék éttermeinek étlapjára, a sós és édes ételek elkészítésében. Diós és mákos kalácsok, rétesek gyümölcsös öntetekkel, tökmagos sütemények, kukorica prósza, fánk, sült tésztagolyók, kuglóf, mézeskalács, hájastészták és vaniliás sütemények csak néhány az étkezés végén felszolgált finom falatok közül. Ki kell azonban emelni két őshonos tortát. Egy sós és egy édes, amelyek a tradicionális Drávamenti konyha ételeinek sajátosságaira utalnak. A sós specialitások a „kašnjaki“, málé vagy köles kásából és tökmagolajjal készül. Egy édes különlegességet 2012-ben Horvátország szellemi kulturális értékévé nyilvánítottak. Ez a „bregofska“ (hegyvidéki) pite, egy finom sütemény, amelyet a feljegyzések szerint több mint kétszáz éve minden hegyvidéki házban sütnek karácsonyra, így egykoron karácsonyi pitének hívták. Régi recept szerint sütik, ahogyan minden hegyvidéki nő megtanulta anyjától, anyósától, nagymamától vagy dédnagymamától, fő összetevői a helyi alma, darált dió, mazsola, fahéj, liba- vagy csirkezsír, cukor és tejszín.

Drávamente székhelye - Kapronca - Zlata Bartl professzor asszonyról, horvát tudósról és a Vegeta feltalójáról ismert.

Érdekes turisztikai-gasztronómiai kínálat Kapronca a “KOPRIVnica tányéron”, amely a csalánról kapta a nevét, mert a legenda szerint maga Koprivnica városa is erről a növényről lett elnevezve (Kopriva=csalán). Különféle csalánételek szerepelnek a kínálatukban, mint például: csalán turmix és csalánprósza, csalánkalács (mézeskalács egy változata), csalánpálinka, csalánleves, mini hamburger csalántésztával, csalántekercs friss sajttal, sonkával és paprikával, trombiták töltve csicseriborsó és csalán keverékkel, grillezett cukkini mézzel és chilivel, marhanyelv, sajttal és csalánnal töltött golyók, csalános tésztával

készült rétes töltve sajttal, csalántorta és baklava csalánnal, minden étel megtalálható a “Zlatan” étteremben. A csalánból készült gasztronómiai finomságok a város, de az egész régió védjegyévé is válhatnak. A Kapronca már most büszkélkedhet azzal, hogy a világon egyedüliként van csalánsöre, valamint csalánpralinéja és fehér csokoládéja.

Az egyik leghíresebb néprajzi múzeum minden bizonnyal a “Podravka” Élelmiszeripari Múzeum. A múzeum egyedülálló példája az ipari termelési folyamat bemutatásának és egyike azon kevés példáknak, amelyek a “cégmúzeumok” bemutatására szolgálnak Horvátországban. A gyűjtemény olyan berendezésekből, szerkezetekből, szerszámokból és edényekből áll, amelyek szemléletesen képviselik az élelmiszerek vidéki környezetben történő előállítását, szállítását, feldolgozását, tartósítását és fogyasztását a 20. század első felében Északnyugat-Horvátországban.

A gasztronómiai kínálat fejlesztésének lehetősége Kapronca-Križevci megyében a hagyományos kulturális örökség hasznosításában is rejlik, mint például a „Kalniki szilvásokról“, mely jól ismert a Kalniki-Krizevci hegyvidéken. Pintarić (2019) szerint a legenda elmeséli, hogyan mentették meg a Kalnikon élő parasztok IV. Bélát a mongoloktól, hogy ne éhezzen, szilvával etették, amiért nemesi címeket kaptak. A Kalnik-Križevci régió vendéglátó egységeiben a “Szilvás menü” állhatna aperitifből – szilvalikőr vagy szilvapálinka – házi cérnametél leves, Kalnik szelet szilvával és sült burgonyával vagy Szilvás bográcsban (pörkölt aszalt szilvával), szezonális saláta, kalniki rétes és Kalnik-palacsinta házi szilvalekvárral.

### 2.3.2. Verőce-Drávamente megye gasztronómiai kínálata[41]

Folytatva a Verőce megye hagyományát, melynek gyökerei a 13. századig nyúlnak vissza, amikor az Árpád-házi királyok megyéket alapítottak közigazgatási területként, királyi birtokokkal és egy erődvárossal a székhelyükként, a mai Verőce-Drávamente megye Horvátország északkeleti részén található, Szlavónia és Drávamente területét egyesítő területként. A kedvező közlekedési-földrajzi fekvés, valamint a kiterjedt és gazdag hagyomány, a természet szépsége már a 19. század második felében megalapozta a komolyabb turisztikai tevékenységek megindítását. Az akkoriban megszokott kirándulások, piacok, vásárok és búcsújáróhelyek körbejárása mellett feljegyezték, hogy egyre több vendég érkezik rendszeres üdülésre, nyári vakációra a gyönyörű környezetbe Orahovicába (Raholcába), melyet a szép környezet és egészséges hegyi levegő ékesít. Ilyen körülmények között alakult meg 1899-ben Orahovicán (Raholcán) a Város és Környéke Szépítő Egyesület. Ma már sok borász irigylésre méltó termelési szinten áll, jelentős szőlőültetvény-területek rendelkeznek földrajzi eredetvédelemmel. A választékban megtalálhatóak a legelterjedtebb olaszrizling, szürkebarát és fehérburgundi, zöldszilváni, chardonnay, cabernet sauvignon, kékfrankos

41 Verőce-Drávamente Megyei Idegenforgalmi Közösségének oldaláról letöltve *http://www.tzvpz.hr/turisticke-znacajke-prostora-viroviticko-podravske-zupanije/*, *https://slavonija-podravina.hr/hr/projekti/madarsko-hrvatske-vinske-price-ii/*

fajták és asztali borfajták egész sora. A körzetesítést követően a Verőce-Drávamente megyei szőlőtermő terület a kontinentális horvátországi régióba, a szlavóniai alrégióba került besorolásra Verőce szőlőhegy és Raholca-Szalatnok (Slatina) szőlőhegy néven. A raholcai és szalatnoki ipari bortermeléssel foglalkozó nagyvállalatok mellett megyeszerte számos családi bortermelő működik, amelyek közül néhányan gyümölcsborok, például almabor, cseresznyebor, szederbor vagy mézbor készítés mellett döntöttek. E terület gasztronómiáját a szlavóniai és a drávamenti konyha határozza meg, ahol gyakran találkoznak a magyar és a német konyha történelmileg és földrajzilag rákényszerített hatásai, amelyek együttesen rendkívüli gasztronómiai gazdagságot jelentenek. E környék hagyományos, karakteres és erős, de mindenekelőtt ízletes ételei hétköznapi, ünnepi, nehéz és úri ételekre oszlanak, melyek a megye mintegy húsz éttermében rendelhetők különböző változatokban. A gazdag halállomány és vadhús is gazdagítja az étlapokat, számos rendezvény kötődik a hagyományos gasztronómiához.

## 2.4. AZ ÉLELMISZER POTENCIÁLJA A DESZTINÁCIÓ MÁRKAJELZÉSÉNEK KIALAKÍTÁSÁBAN

A modern globalizált világban az embereket egyre jobban érdekli a helyi, regionális és nemzeti konyha. Szeretnének többet megtudni róla, a gasztronómiai motiváció pedig egyre inkább motivációs tényezőként vesz részt a turizmusban. Ilyen piaci légkörben a gasztronómia és a kulináris örökség a desztináció márkaépítési mechanizmusaként azonosítható.

A márkaépítés jó módszer arra, hogy pozitív képet alakítsunk ki a desztinációról, vagyis a turisták körében pozitív képet alakítsunk ki a desztináció elemeiről. A márkával való ilyen pozitív és némileg szubjektív asszociáció a márka imázsában tükröződik. Ebben az összefüggésben az élelmiszer a desztinációs márka építésének szükséges elemeként határozható meg a nagyszámú szimbolikus jelentés miatt. Így az étel szoros kapcsolatban áll a desztinációval, ami a turistát érdekli az adott hely meglátogatása során. (Hanna és Rowley, 2020).

Mivel a turizmusban éles a verseny, a gasztronómiát egyre inkább a megkülönböztetés eszközének tekintik. A gasztronómiát ugyanis egyre inkább a turisztikai termék egyik aspektusaként és a desztináció marketingstratégiájában alkalmazzák. A desztináció szintjén a gasztronómiai erőforrások kiépítése a modern turizmus fontos szempontjává válik. Míg az étkezés alapvető emberi szükséglet, az étel turisztikai attrakció és utazási ok is lehet. Az élelmiszert, mint a kultúra elemét, egyre gyakrabban alkalmazzák számos marketing- és desztinációmenedzsment-stratégiában annak érdekében, hogy a turisztikai ágazat és a látogatók, valamint a desztináció gazdasági, társadalmi és ökológiai vonatkozásainak javát szolgálják. A turizmussal kombinálva ugyanis az élelmiszerek szerves versenyelőnyt jelenthetnek. Az élménygazdaság kontextusában sok turista figyelme a klasszikus fizikai

látnivalókról a desztináció megfoghatatlan élményelemeinek fogyasztása felé fordult. Ez a megközelítés teljesen eltér a desztináció kézzelfoghatóságának koncepciójától, mert az érzéki turisztikai élményeket helyezi előtérbe. Ennek megfelelően az étel többdimenziós élményt nyújthat, amely túlmutat a vizuális és esztétikai élményeken.

Az élelmiszer fontos a desztináció marketingmixének részeként, mert a hely érzését adja, lehetővé teszi a turisták számára, hogy szó szerint megkóstolják az úticélt és közvetlen kapcsolatba kerüljenek a helyi kultúrával (Stalmirska et al., 2019). Az élelmiszer támogatást nyújthat a márkaépítésben és a marketingben, mert a desztináció élményének számos elemét magában foglalja. Az élmény számos elemének összekapcsolására is szolgál. Lényegében egy desztináció általános étkezési kultúrája adhat alapot a márkaépítéshez és a marketinghez (Kladou és Trihas, 2022).

## 2.5. TÁRGYALÁSRA ÉS ÁTGONDOLÁSRA SZÁNT KÉRDÉSEK

1. Mi az élelmiszer és mi a táplálkozás? Magyarázza el a két kifejezés közötti különbséget!
2. Mi a közös az élelmiszertudományban és a táplálkozástudományban?
3. Ismertesse az egészséges táplálkozást az egészséges ételek tányér (okostányér) sémája alapján! Ön személy szerint mennyire alkalmazza az okostányér szabályait?
4. Mi a neve annak a tudománynak, amely pszichológiai szempontból vizsgálja az ételeket?
5. Magyarázza el Maslow szükségletpiramisát az élelmiszerek példájával! Az élelmiszer minden emberi szükséglethez köthető, vagy csak néhány szükséglethez? Gondolja át és magyarázza el!
6. Milyen tényezőktől függ az ember táplálékszükséglete?
7. Mi az a neofóbia? Mondjon példát a neofóbiára!
8. Mit jelent az az állítás, hogy az élelmiszer társadalmi tény, azaz társadalmi jelenség?
9. Melyik tudomány vizsgálja az élelmiszert társadalmi szempontból?
10. Hogyan nevezik azokat a társadalmi folyamatokat, amelyek az emberi társadalom fejlődése során meghatározó szerepet játszottak a táplálkozás mai felfogásában?
11. Melyik folyamat befolyásolta az élelmiszerek minőségének növekedését? Mit jelentett ez a folyamat az emberi egészségre nézve?
12. A főzés a szocializációs folyamatban a tanulás része. Fejtse ki!
13. Hogyan alakult ki a táplálkozási rendszer az emberi társadalomban?
14. Az étkezésről azt mondják, hogy társadalmi szokás, de egyben fontos tényező az egyén vagy a társadalom identitását illetően is. Véleménye szerint az étkezési szokások alakítják-e az identitást, vagy lehetséges-e fordított elgondolás. Gondolja át és vitassa meg!

15. Milyen jelenlegi táplálkozási trendeket ismer? Sorolja fel őket. Ön követ-e valamilyen aktuális trendet a táplálkozás terén?
16. Hogyan befolyásolhatja a gyorsétel az egészséget? Soroljon fel néhány betegséget, amelyek az egészségtelen táplálkozási szokások következményei!
17. Mely megatrendek határozzák meg a fogyasztói magatartást a következő tíz évben?
18. Sorolja fel az egészséges táplálkozási trendeket!
19. Különböző okok miatt választunk bioélelmiszert. Melyek azok a motívumok a bioélelmiszerek kiválasztásánál, az Ön véleménye szerint, melyek a társadalom egésze számára a legfontosabbak?
20. Észrevett-e különbséget a bio és a hagyományos élelmiszerek/termékek árában? Mondjon rá példát!
21. Mi képezi a mediterrán étrend alapját? Ön szerint miért olyan egészséges a mediterrán konyha?
22. Mi a vegetáriánus étrend etikai jelentősége?
23. Ön szerint melyik táplálkozás a legegészségesebb? Fejtse ki!
24. Milyen ételeket kell kerülni a makrobiotikus étrendben? Miért állítják, hogy a makrobiotikus étrend egyhangú?
25. Mi a hasonlóság a makrobiotikus és a vegetáriánus étrend között? Melyek a legfontosabb különbségek?
26. A speciális étrendi szükségleteket kielégítő élelmiszereket nagyobb számú élelmiszer-intoleráns embernek ajánlják, mint a “mentes”-et (free from)? Miért?
27. Mely élelmiszerek tartoznak a „mentes“ kategóriába?
28. A gluténmentes étel hasonló-e a mediterránhoz? Mely élelmiszerben van hasonlóság?
29. Ismertesse a turizmus fogalmát és a turizmus fejlődési szakaszait!
30. Mi a szelektív turizmus fő jelentése? Mire épül a szelektív turizmus?
31. Soroljon fel hat fő turizmustrendet és írja le általánosságban a turizmusban betöltött fontosságukat!
32. Miért fontos a turisták számára a gasztronómiai kínálat egy turisztikai desztinációban?
33. Mi a másik elnevezése a gasztronómiai turizmusnak?
34. Sorolja fel a gasztronómiai turizmus legfontosabb definícióit! Fontolja meg, miben különböznek a gasztronómiai turizmus definíciói. Hogyan definiálná a gasztronómiai turizmust?
35. Ismertesse a kultúra és a gasztronómiai turizmus kapcsolatát!
36. Milyen tevékenységeket foglal magában a gasztronómiai turizmus?
37. Befolyásolták-e a televíziós műsorok (főzőműsorok) a gasztronómiai turizmust? Milyen műsorokat ismer?
38. Miért turisztikai attrakció az étel? Mondjon példát!
39. Gondoljon lakóhelyének ételére. Melyik étel vagy élelmiszer válhat turisztikai attrakcióvá?

40. A gasztronómiai turisták melyik két csoportját különböztethetjük meg?
41. Ismertesse a gasztronómiai turista alapvető tulajdonságait! Miben különböznek az “általános” turistától?
42. A státusz, a hatalom és a presztízs alapvető meghatározói az utazási motiváció megteremtésének. Magyarázza meg ezt az állítást egy gasztronómiai turista példáján!
43. A gasztronómia fontos indok-e a turisták számára, hogy Horvátországba jöjjenek? Vannak-e különbségek a turisták gasztronómiai motivációjában a kontinentális és az adriai Horvátország között?
44. A gasztronómiai élmény lehet rekreációs, élményszerű, kísérleti és egzisztenciális. Magyarázza el, mi a különbség e gasztronómiai élmények között!
45. Van-e kapcsolat a gasztronómiai és a színházi élmény között a gasztronómiai turista számára? Fejtse ki!
46. Milyen elemeit ismeri egy gasztronómiai-turisztikai terméknek? Járt-e már valamelyik ételfesztiválon? Fejtse ki!
47. A horvát mezőgazdasági és élelmiszeripari termékeket EU minőségi védjegy védi. Melyik volt az első horvát termék, amely megkapta az egyik minőségi védjegyet?
48. Összesen hány terméket védenek uniós minőségi védjegyek? Sorolja fel azokat, amelyek a legérdekesebbek az Ön számára! Kóstolt-e már védett horvát mezőgazdasági és élelmiszeripari terméket? Vannak védett horvát termékek az Ön megyéjében? Fejtse ki!
49. Milyen Kapronca-Križevci megyei ételeket ismer? Van-e hasonlóság az ételekben Kapronca-Križevci megye és az Ön származási megyéje között? Hasonlítsa össze és magyarázza el a hasonlóságokat és különbségeket!
50. Ki az a Zlata Bartl?
51. Mi a neve a horvátországi speciális ipari termelési folyamat múzeumának? Hol található?
52. Sorolja fel a Verőce-Drávamente megye gasztronómiai turizmusában rejlő lehetőségeket!
53. Felhasználhatók-e az élelmiszerek a desztináció márkaépítési céljaira? Fejtse ki!

# 3. KÜLÖNLEGES TÁPLÁLKOZÁSI IGÉNYEK KUTATÁSA A GASTROTOP PROJEKT KERETÉBEN

A Križevci Közgazdaságtudományi Egyetem vezető partnerként valósította meg a GASTROTOP projektet, melynek célja, hogy oktatási támogatást nyújtson az élelmiszer-szolgáltatóknak. Célja, hogy segítse az élelmiszer- (és ital-) szolgáltatókat abban, hogy jobban megértsék az étkezési korlátozásokkal küzdő fogyasztók igényeit. A projekt megvalósításában részt vevő partnerek a Magyar Agrár- és Természettudományi Egyetem kaposvári kampusza, a Somogyi Kereskedelmi és Iparkamara, a Zala Megyei Kereskedelmi Kamara és a Viroviticai Műszaki Egyetem. A projekt, amely 2021. június 1-jén indult és 2022. szeptember 30-val zárult, a horvátországi Kapronca-Kőrös és Verőce-Drávamente megyék területén, valamint magyar oldalon Somogy és Zala megye területén valósult meg. A projekt célja az étkezési szolgáltatók oktatása és képzése a határon túli megyék gasztronómiai turisztikai kínálatának adaptálására. Az élelmiszer-szolgáltatóknak alkalmazkodniuk kell a turisztikai szektor aktuális fogyasztói igényeihez és trendjeihez, következésképpen a projektnek pozitív hatással kell lennie a fiatalok foglalkoztatására vagy önfoglalkoztatására az idegenforgalmi szektorban. A projekt célcsoportjai az említett egyetemek jelenlegi hallgatói és szakközépiskolák tanulói, akik számára innovatív élelmiszerek és speciális táplálkozási igényű élelmiszerek előállításáról tréningeket, workshopokat és panelbeszélgetéseket szerveztek. A második célcsoport a jelenlegi döntéshozók, élelmiszer-előállító kis- és középvállalkozások, mezőgazdasági termékek feldolgozói, gasztronómiai-turisztikai kis- és középvállalkozások, stb. A harmadik célcsoport pedig a különleges táplálkozási igényű személyek, akikről valójában szól ez a projekt.

A GASTROTOP projekt azon alapul, hogy a mai életkörülmények megváltoztatták az élelmiszer-igény és -fogyasztás szerkezetét, így a projekt egyik célja az élelmiszerkínálat adaptálása a bizonyos táplálkozási korlátokkal rendelkező fogyasztókhoz. A projekt célja annak vizsgálata, hogy a vidéki turisztikai gazdaságok képesek-e alkalmazkodni az újonnan kialakuló, speciális táplálkozási igényű élelmiszer-fogyasztói piacok keresletéhez.

Ezért a következő kutatási tevékenységekre került sor:

- felmérés a válaszadók körében az ételek és italok intoleranciájával vagy allergiájával kapcsolatos attitűdökről, valamint azok vendéglátóipari egységekben történő fogyasztásával kapcsolatban, különös tekintettel a speciális étkezési igényeket kielégítő ételekre és italokra
- interjúk az éttermek tulajdonosaival a különleges táplálkozási igényeket kielégítő étel- és italkínálatról
- panelbeszélgetés a felmérési kutatások eredményeiről és interjúk a speciális táplálkozási igények területével foglalkozó szakértőkkel.

Az összegyűjtött adatokat leíró statisztikával dolgoztuk fel, amely magában foglalja az adatok szerkesztését és csoportosítását, az adatgyakoriság megjelenítését, az adatok relatív gyakoriságát és százalékos arányát, valamint az adatok grafikus és táblázatos megjelenítését. A kutatás eredményei között szerepel a felmérés és az interjúk eredményeinek bemutatása, egyes eredményeket pedig a panelbeszélgetésen részt vevő szakértők nyilatkozataiban bővebben kifejtünk.

Az *„Étel(IN)tolerancia a vendéglátó helyeken“* című panelbeszélgetésen öt szakértő vett részt: egy középiskolai oktatótanár és egy séf, a Cöliákiás Betegek Egyesületének elnöke, a Horvát Falusi Turisztikai Egyesület képviselője és egy falusi turisztikai vállalkozás tulajdonosa. A résztvevőket a téma ismeretének és az étel- és italintolerancia vagy allergia területén végzett aktív munka feltételezése alapján választották ki. A résztvevők állításait átírtuk, és formálisan és tartalmilag adaptáltuk a felmérés eredményeihez tematikus területek és a megkérdezettek szakmája szerint.

## 3.1. A FELMÉRÉS EREDMÉNYEI A MEGKÉRDEZETTEK HOZZÁÁLLÁSÁRÓL AZ ÉLELMISZEREK ÉS ITALOK INTOLERANCIÁJÁVAL VAGY ALLERGIÁJÁVAL KAPCSOLATBAN, KÜLÖNÖSEN A SPECIÁLIS ÉTKEZÉSI IGÉNYEKRE SZÁNT ÉTELEKRE ÉS ITALOKRA VONATKOZÓAN

A felmérést Kapronca - Kőrös és Verőce-Drávamente megyékben egy 439 főből álló mintán végezték. A Google űrlapon keresztül lebonyolított felmérés 8 zárt kérdésből állt, azaz felsorolási lehetőségekkel, valamint Likert skála formájában intenzitási opciókkal rendelkező kérdésekből. A kérdések a speciális étkezési igényekre, valamint a válaszadók eddigi tapasztalataira vonatkoztak a speciális étkezési igényeket kielégítő ételek és italok vendéglátóipari kínálatával kapcsolatban. A felmérés utolsó része a válaszadók szocio-demográfiai adataira vonatkozik. A minta, amely alapján a kutatást végeztük, megfelelő módon előkésztett, alapvető kritériuma pedig a válaszadók életkora és lakóhelyük volt a célterületen.

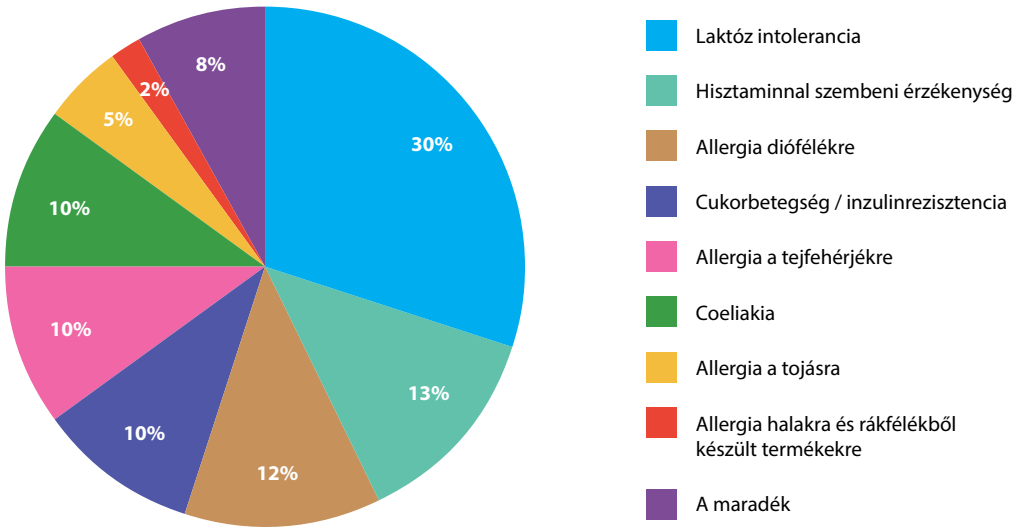
### 3.1.1. A megkérdezettek szocio – demográfiai adatai

A felmérésben mindkét nemhez tartozó válaszadók vettek részt. A férfi válaszadók 28,7%-a (126 fő), a női válaszadók 70,1%-a (308 fő), 1,1%-a pedig nem akarta megjelölni nemi hovatartozását (5 fő). A válaszadókat az életkori struktúra szerint öt csoportba osztották. Az első csoportba 18 és 28 év közöttiek (27,1%), a másodikba 29 és 38 év közöttiek (21,9%), a harmadikba 39 és 48 év közöttiek (31,7%), majd 49 és 58 év közöttiek tartoznak ( 13,9%, végül az 58 év felettiek (5,4%). A legtöbb válaszadó a vizsgált megyék

városaiból (77,7%), 22,3%-a pedig vidéki térségből érkezik. Iskolai végzettség szerint három csoportba osztották a válaszadókat, így a válaszadók többsége azt válaszolta, hogy felsőfokú végzettségű, 72,0%-uk (316 válaszadó), 27,3%-uk középiskolát végzett, és csak 0,7%, azaz csak 3 válaszadó nem végezte el az általános iskolát. A legtöbb válaszadó teljes munkaidőben dolgozik, 74,3%-uk (326 fő). 2,9%-uk részmunkaidőben foglalkoztatott, 22,8%-uk pedig munkanélküli.

### 3.1.2. Adatok a válaszadók speciális táplálkozási igényeiről

A kérdőív ezen részében a kérdések a válaszadók speciális táplálkozási szükségleteire vonatkoztak, aminek a célja az volt, hogy megtudjuk, hány válaszadónak van valamilyen problémája étellel és itallal kapcsolatban. Az étkezéssel kapcsolatos lehetséges problémákra a válaszadók többsége azt válaszolta, hogy nincs ételérzékenységgel vagy allergiával kapcsolatos problémája. A válaszadók valamivel kevesebb, mint 1/3-ának van valamilyen problémája az étkezéssel, és a leggyakoribb problémák a laktóz intolerancia (30%), a hisztaminérzékenység (13%), az allergia diófélékre (12%), a cukorbetegség, a tejfehérje allergia és a cöliákia (egyenként 10%). Egyéb élelmiszerekkel kapcsolatos problémák az 1. számú grafikonon láthatók.




1.sz. grafikon: A válaszadók étkezéssel kapcsolatos problémái

*Forrás: a GASTROTOP projekt keretében végzett kutatás alapján*

A felmérés arra is rákérdezett, hogy a válaszadók mely összetevőket kerülik az italokban, ahol a legtöbb válaszadó azt válaszolta, hogy kerüli a kén-dioxidot és a szulfitokat, ezt követi az alkohol, a tej (laktóz, laktit, tejsav), valamint kisebb mértékben a koffein és néhány egyéb összetevő. A kutatás korábbi eredményeit figyelembe véve elmondható, hogy a válaszadók több mint egyharmadának van valamilyen problémája az étellel vagy itallal.

Szintén a felmérésben a válaszadók többsége úgy nyilatkozott, hogy meg tud nevezni olyan közeli személyt, akinek étel- és italintoleranciája vagy valamilyen allergiája van (53%). Valamennyi említett kutatási eredmény aggasztó, és azt a tendenciát mutatja, hogy az emberek étellel és itallal szembeni érzékenysége, intoleranciája vagy allergiája fokozódik, illetve ellenőrizetlen körülmények között kerüli az étel és ital fogyasztását. Ebből arra lehet következtetni, hogy a vendéglátók kínálatának a közeljövőben alkalmazkodnia kell az említett trendhez, ha meg akarják tartani vagy magukhoz akarják vonzani a speciális táplálkozási igényű embereket, amelyekből egyre több van.

**A panelbeszélgetés 1. témája: A felmérés során megállapították, hogy a véletlenszerűen kiválasztott válaszadók harmadának van valamilyen élelmiszerrel kapcsolatos problémája. A táplálkozással kapcsolatos leggyakoribb problémák a laktózérzékenység, a hisztaminérzékenység, allergia a diófélékre és nagy százalékban a cukorbetegség és a cöliákia.**

***A Cöliákia Egyesület képviselőjének válasza***

Az egyesület képviselője az elején kiemeli, hogy az egyesület legfontosabb tevékenysége a cöliákiára neveléssel és a gluténmentes táplálkozás megfelelő megvalósításával kapcsolatos tevékenységek szervezése, mely előadások, főzőtanfolyamok, és oktatás útján valósul meg. Nagyon fontos, hogy ezeken a rendezvényeken a vendéglátók is részt vegyenek, ahol az egyesület gluténmentes táplálkozást mutat be, illetve lehetőség nyílik kapcsolatfelvételre családi gazdaságokkal. Az egyesület tagjai a biztonságos gluténmentes táplálkozás nevelésén és ösztönzésén dolgoznak óvodákban, iskolákban, diákotthonokban és más közintézményekben. Együttműködnek egészségügyi és egyéb szervezetekkel, ismeretterjesztő brosúrákat adnak ki a cöliákiáról, a gluténmentes diétáról és az egyesület munkáját bemutató szórólapokat terjesztenek. Az egyesület évente tíz projektet valósít meg, 2022-ben pedig először valósít meg uniós projektet. Ezen kívül az egyesület tagjai részt vesznek az egészséges étkezéssel kapcsolatos rendezvényeken, ahol bemutatják a biztonságos gluténmentes étrendet, workshopokat és oktatást tartanak 1-es és 2-es típusú cukorbetegeknek. Továbbá, hajdina és köles ételeket készítenek, mert az egyesület tagjai közül sokan cöliákiás betegek, cukorbetegek és pajzsmirigyproblémákkal küzdő emberek, akiknek káros a glutén.

Az egyesület képviselője hangsúlyozza: “A gluténmentes diéta azért összetett és kihívásokkal teli, mert az ember elhagyja a komfortzónát, ami az élelmiszerek könnyű elérhetőségét jelenti.” Megváltoznak a szokások, és ez különféle pszichés nehézségekhez, állandó éhségérzethez, társadalmi kirekesztettség érzéséhez vezet. Az ilyen állapot hozzájárul a sztereotip gondolkodás és a környezettel kapcsolatos

előítéletek kialakulásához, amelyek a tapasztalatok és ismeretek hiányának a következményei. A megbélyegzés csökkentése és a betegek vagy a gluténmentes diétát folytatók életminőségének javítása érdekében fontos a lakosság felvilágosítása."

***A cukorbetegek képviselője***

A cukorbetegek képviselője bemutatja egyesületét, amely 3 és 29 év közötti, 1-es típusú cukorbeteg gyerekeket és fiatalokat tömörít, akik gyakran mérnek vércukorszintet és használnak inzulint. A gyerekek és fiatalok mellett az egyesület a szüleiket is összefogja. Olyan projektet valósítanak meg, amelynek keretében számos tevékenység zajlik, amelyek célja a tagok, a cukorbetegek mindennapi életének támogatása és megerősítése. Az egyesület legtöbb tagja cukorbetegségben, autoimmun betegségben szenved, de nem cöliákiában, amelyek gyakran társuló autoimmun betegségek.

*Ami a cukorbetegséget illeti, Horvátországban a tudományos statisztikák szerint a lakosság 8-10%-a szenved 1-es és 2-es típusú cukorbetegségben, ami egybeesik a Gastrotop projekt kutatási eredményeivel. A legfélelmetesebb felismerés azonban az, hogy sokan nem is tudják, hogy cukorbetegek. Ezért az egyesület egyik célja a polgárok tájékoztatása és a cukorbetegséggel kapcsolatos figyelemfelhívás, valamint a cukorbetegség tüneteinek felismerése. A projekt során három alkalommal 200-250 főnél vércukorszintet mértek, majd a mérést követően 10-15 főt sürgősen átirányítottak a háziorvoshoz, aki cukorbetegséget diagnosztizált.*

*A cukorbetegeknek egészséges ételeket kell fogyasztaniuk, amelyeket kissé módosítani kell. Az egészséges táplálkozás azonban nemcsak a cukorbetegek vágya, hanem mindannyiunké.*

***Táplálkozási szakértő***

A táplálkozási szakértő Európa ezen részének egyik legjelentősebb és legnagyobb vállalatáttól érkezett, amelynek nagyon széles termékskálája. A vállalat kiváló minőségű termékeket gyárt, amelyeket a fogyasztók is elismernek.

„Az allergia önmagában nem betegség. Ide tartoznak az olyan betegségek is, mint a cöliákia és a cukorbetegség. Világszerte a felnőttek körülbelül 5%-a, és a gyerekek körülbelül 8%-a allergiás. Az 1169-es európai szabályozás 14 allergént határozott meg, de jóval több van. Azonban jóval kisebb százalékban vannak jelen, különösen a gyerekek körében, de ezek idővel megszűnő allergiák."

Az 1.számú téma kutatási eredményeinek megerősítése érdekében a táplálkozási szakértő hivatkozik korábbi kutatásaira és az allergiával kapcsolatos tapasztalataira:

„Ami a válaszadók önértékelését illeti, a kutatások azt mutatják, hogy az emberek mintegy 17%-ának van valamilyen formájú allergiája. Allergia esetén feltételezhető, hogy intolerancia is fennáll, így ha ehhez hozzávesszük a cukorbetegek 10-12%-át, akkor elvileg ez a szám a Gastrotop projekt kutatásának eredményét igazolja. A laktózallergia vagy intolerancia a valóságban nem annyira elterjedt a lakosság körében. Úgy gondolják, hogy a laktóz intoleranciát bejelentők számának csak 1/3-a rendelkezik ezzel. Nyilván több dologgal összefüggő problémáról van szó, de ha az emberek önértékeléséről és az étellel vagy itallal kapcsolatos problémákról van szó, akkor IGEN – az eredmény az, hogy ez a válaszadók 1/3-a."

A táplálkozási szakember rámutat a Cöliákia Egyesülettel 20 éve tartó együttműködésre. „Ez volt az az idő, amikor még törvényi keret sem volt a gluténmentes termékek címkézésének meghatározására, és az emberek információért kiáltottak az ilyen élelmiszerekről. Például, az emberek azt kérték, hogy a "gluténmentes" címkét helyezzék el olyan terméken, amely természetesen gluténmentes. Amikor azonban a gyártók elkezdték ezeket a termékeket "gluténmentesként" feltüntetni, az emberek ezt félrevezetőnek találták, és gyakran hasonlították össze azzal az állítással, hogy például a napraforgóolaj nem tartalmaz koleszterint. Napjainkban a jogszabályi keret lehetővé teszi, hogy olyan termékeket jelöljenek meg, amelyek valóban gluténmentesek."

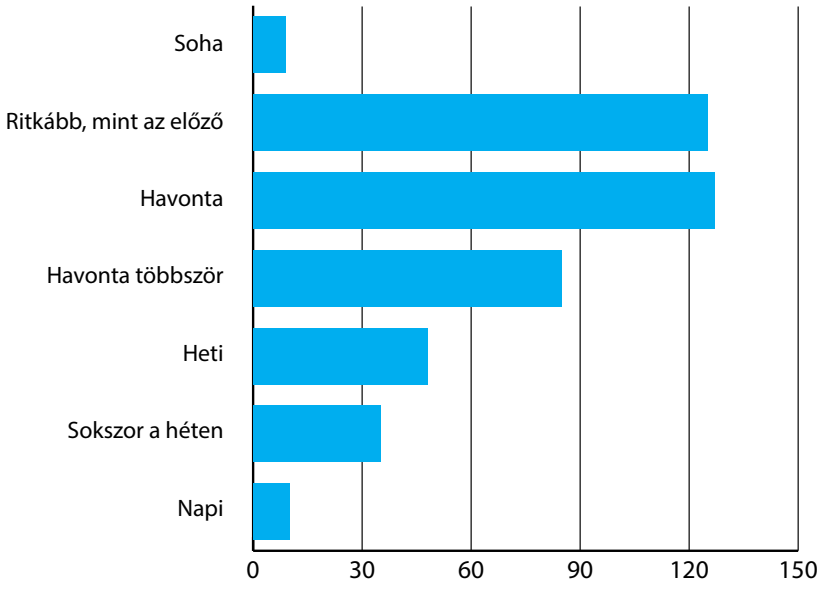
„A szövetséggel való együttműködésnek köszönhetően az elsők között készítettünk minőségi listát gluténmentes termékeinkről, és garantáljuk, hogy az azon szereplő termékek nyomokban sem tartalmaznak glutént. Ma már törvényi kötelezettség terheli az allergének bejelentését, és a gluténproblémákkal küzdők valóban tájékozódhatnak az élelmiszerekről. Listánk továbbra is létezik, rendszeresen frissül, így ha valaki szeretne tájékoztatást kapni a gluténmentes termékeinkről, akkor elmondatom, hogy ezekből egyre több van."

„Az elmúlt években a gluténmentes diéta divattá vált. A lakosság mintegy 40%-a azt mondja, hogy szeretne gluténmentes ételeket enni. Persze, nem azért, mert egészségügyi problémái vannak a gluténnel, hanem egyszerűen trenddé vált. A lakosság mintegy 10%-ának van valódi haszna a gluténmentes diétából az egészségügyi előnyök szempontjából, minden más pedig annak az eredménye, hogy egy népszerű személyiség gluténmentes diétára váltott, így mások számára is érdekessé vált."

### 3.1.3. A válaszadók élelmiszer-fogyasztási problémái vendéglátóipari egységekben

A felmérés következő kérdése a vendéglátóegységekben történt ételfogyasztási gyakoriságára vonatkozott. A legtöbb válaszadó azt válaszolta, hogy havi rendszerességgel, vagy évente csak néhány alkalommal fogyaszt ételt vendéglátóegységben. A legkevesebb válaszadó azt válaszolta, hogy naponta fogyaszt vendéglátóegységben ételt, vagy éppen

soha. Ha a 2. számú grafikonon szereplő adatokat összesítjük, akkor kiszámítható, hogy a válaszadók évente átlagosan 32 nap fogyasztanak ételt étteremben.




2. számú grafikon Ételfogyasztás vendéglátóegységben

*Forrás: a GASTROTOP projekt keretében végzett kutatás eredménye*

**A panelbeszélgetés 2. témája: A felmérés adatai szerint a megkérdezettek nem nagyon hajlandók vendéglátóhelyeken étkezni. A válaszadók az év 365 napjából átlagosan csak 32 nap fogyasztanak ételt egy vendéglátóipari egységben.**

***Szakács oktató***

A szakács oktató a vendéglátóhelyeken történő alacsony ételfogyasztással kapcsolatban a következőket mondja: „Minden országnak megvan a maga trendje, az éttermekbe, vendéglátóhelyekre járás pedig nagyban függ a fogyasztóktól és azok életkorától. Természetesen a kávézók látogatásának népszerűsége hangsúlyosabb, mint az éttermeké. Ami a családi éttermi látogatásokat illeti, még mindig le vagyunk maradva néhány turisztikailag frekventált EU-s tagországtól. Becslések szerint az embereket leginkább a felkínált ételek minősége, az egészséges ételek elkészítésének módja, illetve az érdekli, hogy az alapanyagot egészséges körülmények között termesztették, és ez a legfontosabb vezérelv vendégeink számára az éttermekben. A fogyasztóknak csaknem a 90%-a azonosulni tud azzal, mint trenddel, hogy mennyire fontos az egészséges táplálkozás, valamint a minőségi és ízletes ételek fogyasztása.

Emögött egy másik trend húzódik meg, amely alapján valaki az éttermlátogatást választja, mégpedig a pénzügyi szempont. A pénzügyi szempontok mellett kiemelendő a létesítmény elhelyezkedése és a környezet, amelyben a

létesítmény található. A minőségi és egészséges étkezési mód azonban mindenek elé kerül: mostanában a vendégek csúcsminőségű, helyi kistermelők által termesztett növényekből és általuk tenyésztett állatokból készült ételeket keresnek. A vendégek olyan termékeket akarnak, amelyek ellenőrzöttek, hogy tudják, honnan származik a termék, ki a gyártó, hogyan kerül a piacra, hogyan tárolják a vendéglősök az árut, hogyan készülnek az ételek – ez azt jelenti, hogy egyre több információra van szükség maguktól a vendéglősöktől.

A fiatalabb vendégek leginkább az interneten, közösségi oldalakon és online értékeléseken keresztül informlódnak, míg az idősebbek továbbra is szeretik a személyes beszélgetést, az ajánlásokat, mások tapasztalataira is kíváncsiak az ételekkel és az ételek minőségével kapcsolatban. Érdekli őket, hogy az ételek honnan érkeznek, van-e elegendő minőségi személyzet, aki bizonyos problémáikra való tekintettel elkészíti majd az ételt. Alapvetően az elmúlt tíz évben az egészséges táplálkozás trendje erősödött.

A Földművelésügyi Minisztérium az elmúlt néhány évben az ökológiai mezőgazdaságot népszerűsíti, és egyre több olyan kistermelő van, amely ökológiai módon állít elő élelmiszert. A vendéglátóegységek is felismerték ezt, így ma már az éttermek nagy százaléka csak helyi kistermelőtől származó, azaz biotermesztésű, tanúsítvánnyal rendelkező élelmiszerekkel kíván dolgozni. Az elmúlt néhány évben azt is észrevették, hogy az emberek egyre többet beszélnek a problémáikról. A stressz és a mozgalmas életmód miatt mindenféle problémával megküzdenek, kezdve a cukorbetegségtől, ételintoleranciától, bizonyos ételek fogyasztásával kapcsolatos problémáktól, így a vendégek mindenekelőtt az egészségüket szeretnék előtérbe helyezni. Hogy megvédjük magunkat, meg kell választanunk, hogy mit és hol eszünk, ki készíti el az ételünket, és persze, hogy az elkészítők szakemberek legyenek. Tehát az a tendencia, hogy az éttermek egyre aktívabban részt vesznek az egészséges ételkészítésben, minőségi árut rendelnek a kistermelőktől, és egyre aktívabbak a fogyasztókkal való kommunikációban is.”

***A Horvát Falusi Turisztikai Egyesület képviselője és egy falusi turisztikai vállalkozás tulajdonosa***

A szövetség képviselője úgy véli, hogy „az éttermeket, vidéki turistafarmokat minden bizonnyal többször látogatják, mint korábban. Mozgalmas időket élünk, ezért az emberek ma nagyon értékelik a tanyákon megtermelt minőségi élelmiszereket, ráadásul szeretnének a természetben, a levegőn, a szabad tereken tartózkodni. A világjárvány (COVID-19) korát éljük, amikor az emberek az egészségesebb élelmiszerek, a minőségi előállítású élelmiszerek megválasztása mellett a természetben való tartózkodás mellett döntenek, és olyan élelmiszert fogyasztanak, amelyet a családi gazdaságok tudnak biztosítani.

Egyesületünk Horvátország egész területéről tömöríti azokat a mezőgazdasági termelőket, akik a családi gazdaságban kiegészítő tevékenységként turizmussal foglalkoznak. Bárki, aki a falusi turizmussal foglalkozik, saját maga készítse el azt élelmiszert. Az egyesületen belül szeretünk viccelődni, hogy sokan falusi turizmussal foglalkozó vállalkozásként adják el magukat, mert különböző bevásárlóközpontokba járnak, és a világ minden tájáról importált élelmiszereket vásárolnak, a tanyájukon pedig van egy kis kertjük, és azt mondják, falusi turizmussal foglalkoznak. Ennek az üzletnek a lényege a mezőgazdasági termelés. A klímaváltozás miatt közeleg az ökológiai termelés ideje. Így a következő évtől (2023-tól) valószínűleg minden agrárgazdaságnak át kell orientálódnia az ökológiai termelés irányába. Remélem, hogy a közeljövőben az egész gazdaságnak (Rakić falusi turizmus) sikerül átállnia az ökológiai termelésre. A legtöbb élelmiszert, amelyet ma vásárolunk és fogyasztunk, nagyon gyorsan és mesterségesen állítják elő, műtrágyákkal, növényvédő szerekkel és egyéb vegyszerekkel kezelve. Tanyánkon arra törekszünk, hogy valóban minőséget érjünk el, természetes trágyát használjunk, ökológiai termékekkel irtsuk a gyomokat és a kártevőket, pl. hamu, tej, csalán stb. Ezt persze az emberek felismerik, mi is szeretjük hangsúlyozni. 15 évvel ezelőtt, amikor elkezdtünk dolgozni, az “intolerancia” kifejezés nem volt olyan elterjedt és nem is emlegették annyira, mint manapság. Akkoriban az volt a helyzet, hogy vagy mindent megeszel, vagy allergiás vagy valamilyen ételre, és ma már az embereknek tényleg gondjaik vannak, és olyan farmokra mennek, ahol minőségi, természetes úton előállított élelmiszert tudnak biztosítani számukra.”

Arra a kérdésre, hogy nekik, családtagjaiknak vagy barátaiknak/ismerőseiknek, akikkel vendéglátóhelyen tartózkodtak, volt-e valaha étel- és italintoleranciája vagy allergiája az adott vendéglátóhelyen, a válaszadók 90%-a azt válaszolta, hogy soha nem volt ilyen problémája, de oda kell figyelni arra a 10%-ra, akik olyan problémákat fogalmaztak meg, mint pl.:

- *Nem volt cukorbetegek számára adaptált élelmiszer.*
- *Nem volt „különleges” étel, pl. „gluténmentes” menü.*
- *Bár allergiát észleltek, tejszínt tettek az ételbe, és több napig súlyos emésztési zavarom volt.*
- *A leggyakoribb probléma, hogy a salátán kívül ritkán lehet tejszín vagy tejtermék nélküli ételt rendelni.*
- *Elfelejtették, hogy ne tegyen sajtot az asztalra, ezért utána eltávolították.*
- *Az, aki az ételt a tányéromra tette, nem ügyelt arra, hogy speciális fogót, azaz az ahhoz az ételhez szánt evőeszközt használjon. Halfogót használt, és allergiás lettem.*
- *A pincér nem tudta, hogy van-e tejszín a szószban. Máskor azzal az állítással, hogy nincs tejszín, az étel felszolgálása után érezni lehetett a tejszín illatát.* **Sajnos, a vendéglátósok egy része nem érti a kérdés komolyságát, és problémás**

**vendégként tekint ránk.**

- ……..

A fentiekből arra lehet következtetni, hogy étterembe járáskor a leggyakoribb probléma az étel allergénnel való szennyeződése. Tekintettel arra, hogy manapság egyre többen szenvednek valamilyen ételallergiában, ételintoleranciában, a vendéglátóhelyeknek speciális étrendi igényű élelmiszereket kell tartalmazniuk a kínálatukban, amelyek elkészítésekor ügyeljenek arra, hogy ne okozzanak szennyeződést, mert ez az intoleranciában vagy allergiában szenvedő fogyasztók súlyos egészségügyi problémáihoz vezethet.

**A panelbeszélgetés 3. témája: A kutatás eredményei szerint a válaszadók 90%-a emeli ki, hogy a vendéglátóhelyeken nem volt problémájuk étel/ital intoleranciával/allergiával. Néhány válaszadó azonban jelez némi problémát ebben a helyzetben. Például, az egyik kommentben felhívják a figyelmet arra, hogy egyes vendéglátósok nem értik az egyes ételek fogyasztásával kapcsolatos probléma súlyosságát, és problémás vendégként kezelik az ilyen vendégeket.**

A Cöliákiás Betegek Egyesületének képviselője szerint "...nagy a különbség, attól függően, hogy vendég vagy és à la carte étkezésre vágysz, vagy családtag, illetve egy csoport tagja, aki vacsorázni vagy ebédelni érkezik az étterembe." Felhívja a figyelmet arra, hogy figyelmeztetik tagjaikat a felelősségteljes magatartásra az étteremben, amikor gluténmentes ételt keresnek, vagyis csoportos utazáskor, hogy pontosítsák, milyen ételt keresnek, hogy az előre elkészíthető legyen. A cukorbetegek képviselője hangsúlyozza: "A cukorbetegek valamivel jobb helyzetben lehetnek, mint a cöliákiában szenvedők. A cukorbetegeknek nem lesznek túlzottan káros következményei egyetlen, nem hozzájuk igazított étkezésnek. Tehát, egy-két étkezés, még ha finomított szénhidrátban kicsit gazdagabb is, nem károsítja a szervezetet. Fontos a trendek megváltoztatása. Ugyanis kb. 15 évvel ezelőtt furcsa volt, amikor bementél egy kávézóba kávézni és elkérted a Natreent. A legtöbb bárban nem volt ilyen. 6-7 éve furcsa volt, ha Coca-Cola zerót kértek. Ma azonban a szupermarketekben nagyobb valószínűséggel találunk cukormentes Coca-Colát vagy alacsony cukortartalmú Sprite-ot, mint hagyományos Coca-Colát, ami azt jelenti, hogy a legtöbben egészségesebb életmódra térnek át. Természetesen a cukorbetegeknek is egészségesen kell táplálkozniuk, ez pedig azt jelentené, hogy a cukorbetegnek sült húst kell ennie, nem főtt húst. Főtt vagy párolt zöldségeket kell enni. A cukorbeteg ember ehet burgonyát, de jobb, ha a burgonya főtt, mint sült. Pontosan ezek az egészséges táplálkozás tendenciái. Erre van szüksége egy cukorbetegnek. És persze friss, minél több gyümölcs és zöldség és minél kevesebb finomított cukor. A mai modern kémiai vívmányoknak köszönhetően vannak édesítőszerek, amelyek valóban egyre kevésbé károsak, és az édességtartalmuk is

nagyobb, így jól használhatók.”

A falusi turisztikai vállalkozás tulajdonosa kiemeli, hogy tiszteletben tartják vendégeiket és kéréseiket. „Mivel mi a saját ételeinket állítjuk elő, nem tudunk à la carte étkezést biztosítani. Többnyire nagyobb vendégcsoporttal dolgozunk előzetes bejelentéssel, mert hétközben a mezőgazdaságban dolgozunk, hétvégén pedig a megtermelt ételeket szolgáljuk fel. A betérő csoportok szervezői figyelmeztetnek, ha valakinek bizonyos ételekre intoleranciája, allergiája van, így jobban oda tudunk figyelni az ételekre és a külön kérésekre. Nagyon keményen dolgozunk nap mint nap, hogy elérjük az ételeink minőségét, és az a szabály, hogy amit a család megeszik, azt a vendégek is megeszik. Elvileg mindent megegyezés szerint csinálunk, de ha egy vendégnek különleges problémája van, például cöliákia, akkor ezeket a kéréseket nem tudjuk teljesíteni. Elvileg nagyon ritkák az ilyen vendégek, és ők hozzák magukkal az ételt.”

**A panelbeszélgetés 4. témája: A kutatás eredményei szerint a megkérdezettek azt állítják, hogy az étterembe járás során a leggyakoribb probléma a speciális étkezési igényű élelmiszerek gluténnal és laktózzal való szennyeződése.**

Szakcs oktató: „Mi mindannyian, akik a vendéglátóiparban tevékenykedünk, ügyelünk arra, hogy az ételek és azok elkészítése a legjobb minőségű legyen. Megfelelő termikus eljárásokat, kiváló minőségű prémium olajokat alkalmazunk, a konyhában pedig ügyelünk a megfelelő eszközök használatára. Ezeknek az eszközöknek a használata során gyakran előfordul, hogy a vendég olyan fogantyúval ellátott edényt kap, amely szennyezett. Ezek olyan problémák, amelyek a konyhában előforduló műszaki problémák és a szakképzetlen konyhai személyzet miatt jelentkeznek. Időnként meg kell küzdenünk azzal a minimális térrel, ami körülvesz bennünket, de közben fel kell tálalnunk a csúcsfogásokat.

A vendég és a személyzet közötti kommunikáció nagyon fontos, mert a szakácsok gyakran ugyanazokat az eszközöket használják, így az étel elkészítése során (és nem a tudatlanság miatt) előfordulhat egy kis hiba, mert az étlapon szereplő ételnek 20 percen belül el kell hagynia a konyhát. Másrészt, a vendéget is tájékoztatni kell az étteremről, a felhasznált alapanyagokról és arról, hogy az étterem képes-e az igényeihez igazodó ételeket készíteni. Ezenkívül az éttermeknek az interneten keresztül vagy más módon tájékoztatni kell a vendégeket, hogy étkezési nehézségekkel küzdő személy beléphet-e az étterembe, és az ilyen személyt részletesen figyelmeztetni kell az étterem által használt összes ételre. Az éttermek napjainkban nagy problémával szembesülnek, ez pedig a képzetlen személyzet. Aki nem végez vendéglátós iskolát, az nem dolgozhat a konyhában, míg egy pincér sajnos igen. Nagyon nehéz, amikor olyan ételeket szolgálunk fel, amelyekről semmit sem tudunk. Manapság egyre több

vendéglátóegység fektet be a személyzet képzésébe. Horvátországon kívülre is küldik őket, hogy kiváló szakácsokká képezzék ki őket, és egy kiváló éttermet vezessenek. A legtöbb étterem manapság igyekszik a lehető legegészségesebb ételeket kínálni vendégeinek, miközben bürokráciával és munkaerőhiánnyal küzd."

A 3. számú táblázatból kitűnik, hogy a válaszadók nem érzik magukat kényelmetlenül, ha egy étteremben az allergénekről kell kérdezniük, de úgy gondolják, hogy az éttermeknek az étlapjukon megfelelőbben kellene feltüntetniük az allergéneket. Nem bíznak az éttermekben dolgozó kiszolgáló személyzet tudásában és szakértelmében sem, amikor az allergénekről kérdeznek. Ezért nem értenek egyet azzal az állítással, hogy a speciális étkezési igényű emberek nyugodtan fogyaszthatnak ételt, italt a vendéglátóhelyeken, illetve, hogy az éttermek egyre nagyobb hangsúlyt fektetnek a speciális étkezési igényűek megfelelő kiszolgálására. A megkérdezettek egyetértenek azzal, hogy a megyeszékhelyeken könnyebben beszerezhetők a "mentes" termékek, és amikor csak tehetik, saját készítésű ételeket, italokat fogyasztanak. A fentiek alapján megállapítható, hogy a válaszadók többsége aggodalmát fejezi ki a speciális étkezési igényű ételek és italok vendéglátóhelyeken történő felszolgálása miatt. A vendéglátó egységek speciális étkezési szükségleteivel kapcsolatos attitűdök mérése Likert-skála segítségével történt, és minden állításnál kifejezhető az állítással való (nem)egyetértés mértéke.

3. számú táblázat: A válaszadók hozzáállása a vendéglátó-ipari létesítmények speciális étkezési igényeire vonatkozó állításokhoz

| állítás | átlagos értékelés |
|---|---|
| Kellemetlenül érzem magam, amikor az allergénekről kell kérdeznem egy étteremben. | 1,8 |
| Az éttermek megfelelően megjelölik az étlapjukon az allergéneket. | 1,9 |
| Éttermi fogyasztásnál aggaszt a keresztszennyeződés lehetősége a speciális táplálkozási igényű ételek és italok (angol. "mentes") és más ételek és italok között. | 2,0 |
| Manapság a speciális táplálkozási igényű emberek biztonságosan tudnak ételeket és italokat fogyasztani az éttermekben. | 2,1 |
| Ha olyan étterembe megyek, ahol még nem jártam, azon aggódom, hogy van-e speciális étkezési igényeknek megfelelő étel vagy ital ("mentes"). | 2,1 |
| Ragaszkodok az éttermekhez, amelyek speciális étrendi igényeimnek megfelelő ételeket és italokat kínálnak. | 2,1 |
| Bízom az éttermi kiszolgáló személyzet tudásában és szakértelmében, amikor allergénekről érdeklődök. | 2,2 |
| Az éttermek egyre nagyobb hangsúlyt fektetnek a speciális étkezési igényű emberek megfelelő kiszolgálására. | 2,3 |

| | |
|---|---|
| A megyeszékhelyen könnyebben elérhetőek a „mentes” termékek, mint más megyei településeken. | 2,6 |
| Amikor csak tehetem, a saját készítésű ételemet, italomat fogyasztom. | 3,6 |

*Forrás: a GASTROTOP projekt keretében végzett kutatás eredménye*

**A panelbeszélgetés 5. témája: Az allergének jelölése az étlapon**

A panelbeszélgetés résztvevői megjegyezték, hogy az éttermek megfelelően (nem megfelelően) jelölik meg az allergéneket az étlapjukon, és a válaszadók amikor csak tehetik, az általuk elkészített ételeket és italokat fogyasztják el. A táplálkozási szakember felhívta a figyelmet arra, hogy az élelmiszeriparnak törvényi kötelezettsége, hogy bejelentsék azokat az élelmiszer-összetevőket, amelyek potenciális allergénnek és adalékanyagnak számítanak, így a fogyasztók pontosan tudják, mit tartalmaz az adott termék. Az élelmiszerekkel kapcsolatos fogyasztói tájékoztatásról szóló törvényről (Hivatalos Közlöny 56/2013) van szó, amely szerinte az éttermekben nincs megfelelően bevezetve, tekintettel arra, hogy az élelmiszerekben található allergénekre vagy ízfokozókra vonatkozó információk sokszor nem találhatók az étlapokon. Ugyanis minden vendégnek joga van, hogy kérésére a vendéglőtől tájékoztatást kérjen és kapjon az ételben található allergénekről vagy ízfokozókról. Ám felhívja a figyelmet arra, hogy elkerülhetetlen az ilyen információk kiemelése az étlapokon, ha valaki azt a 30%-ot akarja magához vonzani, akiknek a kutatás szerint valamilyen speciális étrendi igényük van, és akik azt mondják, hogy nem bíznak az étterem kínálatában, mert nem tudják mit esznek. Ha az éttermek nem biztosítanak számukra megfelelő étkezési módot és minden információt, továbbra sem fognak bemenni az éttermekbe. A falusi turizmus képviselője felhívja a figyelmet, hogy a vendég kérésére adni szokott egy listát az egyes ételekben felszolgált allergénekről.

### 3.1.4. A válaszadók véleménye a vendéglátóegységek allergénekről és mentes élelmiszerek tájékoztatásáról

A 4. számú táblázatból kitűnik, hogy a válaszadók egyetértettek minden olyan állítással, amely a vendéglátóhelyeken az allergénekről és a „mentes” élelmiszerekről szóló jobb tájékoztatásra vonatkozott, illetve, hogy az éttermi személyzetnek nagyobb figyelmet kell fordítania a speciális étkezési igényű vendégekre. Az alábbiakban a panelbeszélgetés résztvevőinek megjegyzései olvashatók.

**A panelbeszélgetés 6. témája[42]: Információk az éttermekben az allergénekről és a "mentes" ételekről**

**A szakács oktató** egyetértett abban, hogy az éttermeknek rendelkezniük kell információkkal arról, hogy egy adott étel mit tartalmaz, és ezt elektronikus formában is könnyen elérhetővé kell tenni, mert íly módon az étlap frissítése egyszerűbb. Ellenkező esetben az étlapokat napi rendszerességgel kell változtatni, ami lerövidítené a séf konyhában töltött idejét. Hangsúlyozza, hogy az információknak rendelkezésre kell állniuk és egyértelműnek kell lenniük, a konyhában dolgozó összes dolgozónak pedig tisztában kell lennie azzal, hogyan kell az ételt elkészíteni, hogyan kell kezelni egy adott problémával küzdő vendéget, és hogyan lehet ilyen jellegű ételt felkínálni a vendégnek. A jövő az új módszerekben van: QR-kódok olvasása a menükben és digitális menük használata. Az interneten kiemelten kell kezelni az éttermekben kínált ételekkel kapcsolatos információkat, és kiemelt figyelmet kell fordítani a közösségi oldalakra is, mert a közösségi oldalakon az emberek 99%-a szívesen olvassa mások kommentjeit, akik már fogyasztottak ilyen éttermekben. A cöliákiás betegek képviselője ismét a konyhában uralkodó szabályokra hivatkozott, kijelentve, hogy speciális étkezési igényekhez speciális konyhai eszközök és edények szükségesek, ami a kiskonyhákat tekintve igen bonyolult. Kiemelte tagjainak korábbi együttműködését az őstermelőkkel, és azt javasolja, hogy a falusi turizmussal foglalkozó vállalkozások térjenek át a teljesen gluténmentes termelésre. Azt állítja, hogy ezeknél a termelőknél az élelmiszerek 95%-a természetes, azaz nem tartalmaz glutént, mint például a gyümölcsök és zöldségek, a tojás és a tej. A környezetből származó élelmiszereket "Isten adja", táplálkozási szempontból rendkívül értékesek, egészségesek és mint ilyenek alkalmasak a biztonságos gluténmentes diétára. Azonban például a liszt kis százaléka szennyezheti az egész étrendet, ezért a termelők élelmiszereinek csak az 5%-át kell módosítani. Említett egy éttermet, amely teljesen gluténmentes ételeket kínál. Annak érdekében, hogy a személyzet minden étellel és a gluténmentes diéta szabályaival megismerkedjen, a képzés 3 hónapig tartott, és azóta az étterem tökéletesen működik. Ugyanakkor rámutat arra is, hogy ha egy őstermelő a fentiek mellett dönt, akkor kezdetben nagy hangsúlyt kell fektetnie a promócióra, mert a polgárok többségének minden bizonnyal felkelti majd az érdeklődését.

42 Ibid.

4. számú táblázat: A válaszadók véleménye a vendéglátóhelyeken a vendégekkel való kommunikációra és a mentes élelmiszerek megjelölésére vonatkozóan

| állítás | átlagos értékelés |
|---|---|
| Az ételekben és italokban található allergéneket nemcsak jellel vagy képpel, hanem szöveges formában is fel kell tüntetni az étlapokon, illetve itallapokon. | 3,2 |
| Az éttermekben dolgozó személyzetnek tájékoztatást kell adnia a speciális diétás igényeknek megfelelő ételekről és italokról (“mentes”). | 3,3 |
| Az éttermek személyzetének alternatív ételeket és italokat kell javasolnia speciális étrendi igényekhez (“mentes”). | 3,3 |
| Az éttermeknek gondoskodniuk kell a speciális étkezési igényű vendégeikről (kommunikálniuk kell reklámok útján, plakátokkal, táblákkal stb.). | 3,3 |
| Az étlapon és az itallapon szerepelnie kell azoknak az információknak, hogy az étel vagy ital milyen allergéneket tartalmaz. | 3,4 |
| Az étlapokon és itallapokon egyértelműen fel kell tüntetni, hogy bizonyos ételintoleranciában vagy allergiában szenvedő vendégeknek milyen különleges étrendi igényű (“mentes”) ételeket kínálnak. | 3,4 |

*Forrás: a GASTROTOP projekt keretében végzett kutatás eredménye*

## 3.2. A KÜLÖNLEGES ÉTKEZÉSI IGÉNYEK JELENLÉTE A VENDÉGLÁTÓEGYSÉGEK KÍNÁLATÁBAN – AZ INTERJÚK EREDMÉNYEI[43]

Kapronca-Kőrös megye területén 10 vendéglátóegységből álló minta alapján készült interjú a vendéglátóegységek tulajdonosaival a különleges táplálkozási igényeket kielégítő étel- és italkínálatról. A kérdés első része az étteremmel kapcsolatos általános információkra vonatkozott. A kérdés második része a speciális étrendet igénylő élelmiszerekre és italokra, valamint az ilyen típusú étrendet fogyasztókra vonatkozott. A legtöbb vendéglátóhely, amelynek tulajdonosai részt vettek a kutatásban, á la carte és/vagy étlapról felszolgáló étterem. A kutatásban rajtuk kívül két speciális/tematikus étterem, egy meleg és/vagy hideg ételeket kínáló önkiszolgáló étterem, valamint egy zenei és táncklub tulajdonosai vettek részt. A kutatásban részt vevő válaszadók többsége nagyobb, 100 férőhely feletti éttermek tulajdonosa. Az alábbiakban a kutatási eredmények értelmezése következik.

### 3.2.1. „Mentes“ ételek kínálata a vendéglátóhelyeken

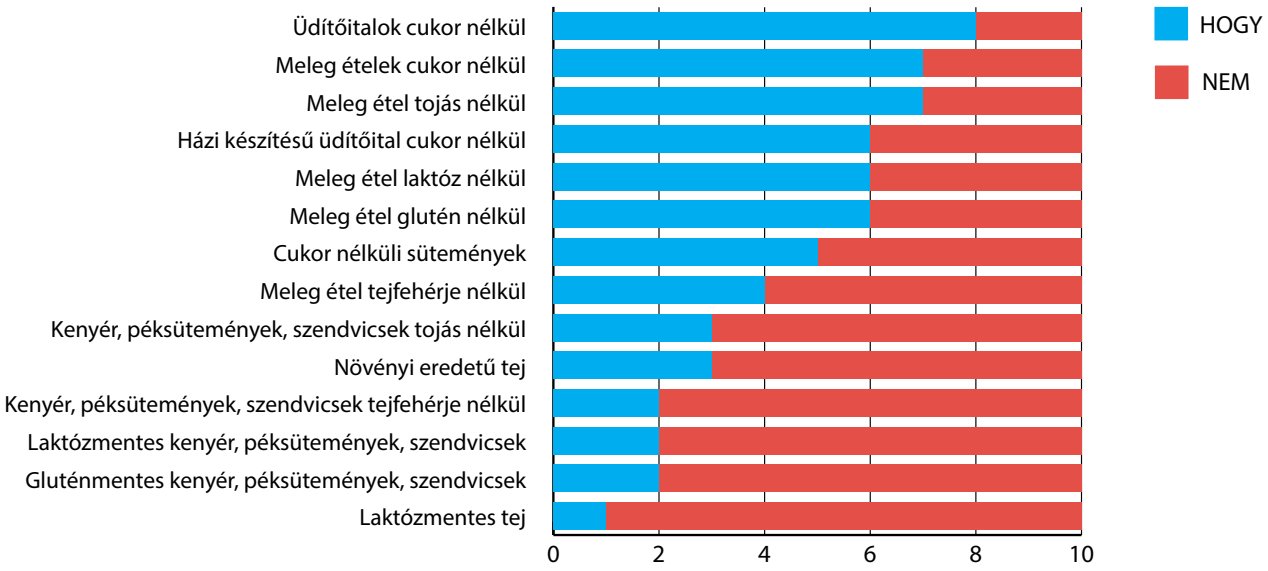
A speciális diétás ételek és italok felszolgálásával kapcsolatos első kérdésre a válaszadóknak meg kellett volna válaszolniuk, hogy éttermükben felszolgálnak-e speciális étkezési igényű embereknek szánt termékeket, például laktóz-, glutén-, cukor- és alkoholmentes termékeket (3. ábra).

A bemutatott grafikonból arra lehet következtetni, hogy a felsorolt speciális diétás termékek közül a létesítményekben többnyire cukormentes alkoholmentes italokat, cukor nélküli meleg ételeket és tojás nélküli meleg ételeket szolgálnak fel. A vendéglátóhelyeken legkevesebb speciális étkezési igényt kielégítő termékek a laktóz-, glutén- és tejfehérje-mentes kenyér, péksütemények és szendvicsek. Laktózmentes tejet csak egy étteremben szolgálnak fel, és ez kevés, tekintve, hogy a válaszadók nagy része azt válaszolta, hogy allergiás a laktózra, vagyis olyan allergiája van, amely manapság egyre gyakoribb a fogyasztók körében.

Arra a kérdésre, hogy az elmúlt két évben bővítették-e éttermük „mentes” étel- és italkínálatát, az interjúalanyok fele azt válaszolta, hogy ezt megtette, illetve tojás, cukor, tejfehérje és gluténmentes termékekkel is bővítette kínálatát.[44]

43 Az interjú kutatási eredményei részben Ištuk, L. (2022): Új trendek kialakulása a gasztroturizmusban Koprivnica-Križevačka megyében című diplomamunkából, szakdolgozat. Križevci: Križevci Mezőgazdasági Főiskola

44 A válaszadók egyénileg nyilatkozták, hogy laktóz-, dió- és szójamentes termékekre bővítették a kínálatot A válaszadók egyénileg nyilatkozták, hogy laktóz-, dió- és szójamentes termékekre bővítették a kínálatot.




3. ábra. A válaszadók válaszai arra a kérdésre, hogy éttermükben felszolgálják-e az említett termékeket

*Forrás: a GASTROTOP projekt keretében végzett kutatás eredménye*

**A panelbeszélgetés 7. témája: A kutatási eredmények szerint az étteremtulajdonosok többsége cukormentes ételeket szolgál fel az éttermében.**

**A cukorbetegek képviselője** úgy véli, „meg kell különböztetni, hogy a kutatásban résztvevők pontosan mire gondoltak. Ha a pincér Coke Zero-t kínál, a válaszadók azt mondják, hogy az étterem cukor nélkül használ valamit. Remélem, hogy ez egy magasabb szintre fog emelkedni. Például támogatom a tönkölyliszt használatát. Cukormentes fagylaltot és süteményt nagyon nehéz találni. Mi, a cukorbetegek szülei tudjuk, hogy a Snjeguljica fagylalt nagyon kevés cukrot tartalmaz, vagyis nem emeli meg a vércukorszintet, mert tejfagylalt. Ugyanez a válaszadó azt javasolja, hogy az éttermek készítsenek szénhidrátmentes étlapot is.”

**Aztán jött a kérdés: “Az elmúlt két évben bővítette-e éttermének kínálatát “mentes” ételekkel és italokkal?“ (8. TÉMA)**

**A falusi turisztikai vállalkozás tulajdonosa határozott** igennel válaszol, és hozzáteszi: “A megbeszéltek alapján laktózmentes, glükózmentes, tojásmentes, cukormentes élelmiszereket használunk... attól függően, hogyan egyeztetünk.” Bármennyire gazdag a fantáziád, sokat kell azért tenni, hogy megfelelő helyettesítő élelmiszereket tudjál felkínálni az embereknek. Főleg, ha a szakácsnak olyan minőségi és házi készítésű termékei vannak, amelyeket a Horvát Falusi Turisztikai Egyesület

tagjai is igyekeznek előállítani. Sok gyümölcsből és zöldségből sokféle étel készíthető. Az emberek meglepődnek, amikor azt mondják nekik, hogy ehetnek gyümölcsöt és zöldséget mosás előtt, mert nem permetezték be őket semmilyen méreggel."

Z interjú során a válaszadókat arra kérték, hogy értékeljék az alkalmazottak képzésével kapcsolatos állításokat, az ételekben és italokban található allergénekre vonatkozó információkat az étlapokon és itallapokon, valamint értékeljenek néhány általános állítást a mentes élelmiszerekl és italok vonatkozásában (5. táblázat).[45]

Az étkeztetés területén a folyamatos képzéssel kapcsolatos állításokat a legmagasabb átlagértékkel értékelték a válaszadók, figyelembe véve a vendéglátóhelyek egyre összetettebbé váló vendégigényét, különös tekintettel a „mentes" ételek elkészítésére. Ezen túlmenően a válaszadók egyetértenek azzal az állítással is, hogy a vendéglátó személyzetnek tisztában kell lennie a speciális táplálkozási igényekkel kapcsolatos minden információval (ami a táblázat egyéb állításaiból is kiderül). Ugyanakkor úgy gondolják, hogy nem könnyű feladat a munkatársakat folyamatosan képezni. A válaszadók minden, a vendéglátóhelyek étlapján és itallapján szereplő allergénekre vonatkozó információkkal kapcsolatos állítással egyetértenek, 3,0 és 3,5 közötti átlagértéket adva az állításoknak, így megállapítható, hogy a vendéglősök jónak tartják, ha az étlapon, illetve itallapon szerepelnek az allergénekre vonatkozó információk. Igaz, ez további elköteleződést okoz számukra, és további költségeket igényel.

Továbbá a válaszadók úgy vélik, hogy a "mentes" élelmiszer drágább, mint a hagyományos élelmiszer, és további beruházásokra van szükség a vendéglátóegységekben az ilyen típusú ételek elkészítéséhez és tárolásához. Másrészt úgy gondolják, hogy nem nőtt az elmúlt években a „mentes" ételek és italok iránti kereslet. A válaszadók megjegyzik, hogy a speciális táplálkozási igényeket kielégítő élelmiszerek fogyasztása olyan embereknél is trenddé vált, akiknek nincs egészségügyi alapja (allergia/érzékenység/intolerancia.). Ezért úgy gondolják, hogy a vendéglátóegységnek minden igényt ki kell elégíteni a látogatók táplálkozási igényei szerint.

5. táblázat. Az étteremtulajdonosok állításai a "mentes" élelmiszerekről"

| Állítás | Átlagos értékelés |
|---|---|
| Fontosnak tartom munkatársaim folyamatos fejlesztését a vendéglátás területén. | 3,6 |
| Fontosnak tartom saját magam folyamatos képzését a vendéglátás területén. | 3,8 |
| Könnyen megvalósítható a dolgozók folyamatos képzése a vendéglátás területén. | 2,5 |

45 A táblázat három részből áll, amelyek színben különböznek egymástól. Piros rész - alkalmazottak képzésével kapcsolatos állítások, szürke rész - ételekben és italokban lévő allergénekre vonatkozó állítások az étlapokon és italkártyákon, zöld rész - általános állítások az "mentes ételektől és italoktól"

| | |
|---|---|
| A különleges, „mentes” ételek elkészítése bonyolultabb, mint a hagyományosoké. | 3,2 |
| A vendéglátó személyzetnek tisztában kell lennie a speciális táplálkozási igényekkel kapcsolatos minden információval. | 3,4 |
| Az étlapon/itallapon kiemelt allergénekre vonatkozó kötelező tájékoztatás kiküszöböli a legtöbb nehézséget a rendelés során. | 3,0 |
| Jó döntésnek tartom, hogy az étlapon/itallapon szerepeljen az allergénekre vonatkozó minden információ. | 3,1 |
| Az allergénekre vonatkozó információk kötelező feltüntetése az étlapon/itallapon további kötelezettséget jelent a vendéglátóhelyek számára. | 3,5 |
| Az allergénekre vonatkozó információk kötelező feltüntetése az étlapon/itallapon többletköltséget jelent a vendéglátóegységek számára. | 3,0 |
| A vendéglátóegységnek képesnek kell lennie a látogatók minden étkezési igényének kielégítésére. | 2,9 |
| A speciális táplálkozási igényű embereknek gondoskodniuk kell a saját egészségükről. | 3,7 |
| A speciális táplálkozási igényt kielégítő élelmiszerek fogyasztása korszerűnek számít, még azok körében is, akik semmilyen egészségügyi okból nincsenek rákényszerítve (allergia vagy intolerancia). | 2,9 |
| Éttermemben a speciális táplálkozási igényű emberek nem rendelkeznek komolyabb vásárlóerővel. | 2,8 |
| A speciális „mentes” élelmiszerek elkészítése és tárolása további beruházásokat igényel. | 3,4 |
| A “mentes” élelmiszer drágább, mint a hagyományos. | 3,2 |
| Az elmúlt években a vendéglátóiparban megnőtt a kereslet a “mentes” élelmiszerek és italok iránt. | 2,3 |

*Forrás: a GASTROTOP projekt keretében végzett kutatás eredménye*

**A panelbeszélgetés 9. témája: Az oktatás fontosságára tekintettel a vendéglősök egyetértenek azzal az állítással, hogy nekik és munkatársaiknak folyamatos oktatásra van szükségük a speciális diétás ételek elkészítésével kapcsolatban. A vendéglátás területén a folyamatos képzés azonban nem valósítható meg olyen könnyen.**

Ezzel egyetért a szakács oktató is:

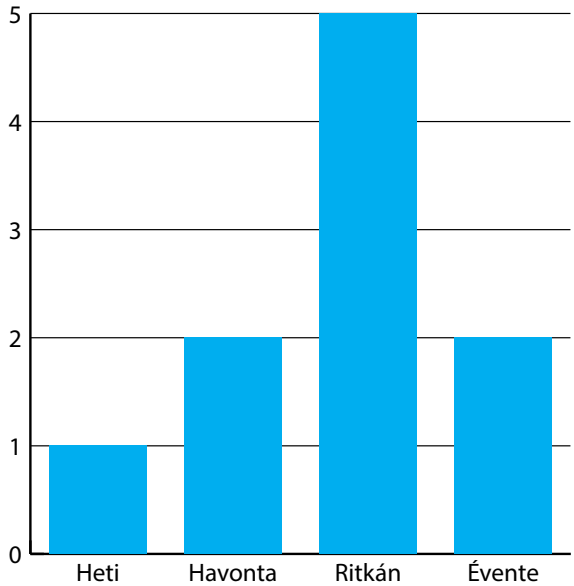
„A hangsúlyt az oktatásra kell helyezni, elsősorban a piac eltérő igényei miatt. A probléma az, hogy hiányszakma vagyunk. Turizmusorientált ország vagyunk, és úgy gondolom, hogy kiváló gasztronómiánk van. Ami magát az oktatást illeti, manapság a vendéglátó egységek egyre többet fektetnek be dolgozóik képzésébe, és így tudásuk és képességeik bővítése mellett megtartják a vendégeket, és a minőségét, amiért dolgoznak. Nem mondanám, hogy az oktatás csak a szakácsok számára szükséges, hanem a beszállítóknak, élelmiszer-előállítóknak is. Ami az iskolánk által kínált programokat illeti, sajnos jelenleg nincs élethosszig tartó oktatási programunk, de ezért van együttműködésünk a felnőttoktatással foglalkozó Népfőiskolával.”

„Sokévnyi tanulással és kereséssel válhatsz mesterszakáccsá. Mindig szeretem

elmondani a tanítványaimnaki, hogy egész életünkben tanulunk, és még a felét sem tudjuk, de új dolgokra kell törekednünk, folyamatosan keresnünk, fejlesztenünk kell magunkat. Ezt csak úgy érheti el az ember, ha szereti az elvégzett munkát. Amikor főzök, nagyon szeretek mindenféle ételt kombinálni, kezdve a haltól, hústól, rákféléktől, tenger gyümölcseitől a minket körülvevő ételekig... Szeretem felhasználni azt, amit körülöttem ültetnek és kínálnak. Tisztelem az évszakokat is, de pontosan a vendég kívánsága és szükséglete vezérel. Mindig alkalmazkodok, és azon gondolkodom, hogyan használom fel a legjobban az alapanyagot, hogy a vendég igényeit kielégítsem, és mindenki elégedett legyen. Arra a kérdésre, hogy a tantervben szerepel-e a speciális táplálkozási igények tananyaga, a mesterszakács így válaszol: „Első, második és harmadik évben a Gasztronómia tárgyat tanítom a szakácsoknak, a főzést pedig a pincéreknek és szálloda szakosoknak." Ezeknek a tantárgyaknak nagyon kis része, mindössze 13-14%-a foglalkozik étkezési nehézségekkel. A tanárok azonban saját kezdeményezésükre foglalkoznak ezekkel a témákkal. A ma és holnap szakemberekké váló diákokat megtanítjuk arra, hogyan használják ezeket az ételeket, hogy a vendégek minél elégedettebbek legyenek.

### 3.2.2. Kereslet a "mentes" termékek iránt a vendéglátóhelyeken

Arra a kérdésre, hogy a vendégek milyen gyakran érdeklődnek vendéglátóhelyükön a "mentes" ételek és italok iránt, a legtöbb válaszadó azt válaszolta, hogy ez ritkábban történik, mint havonta egyszer, míg hetente csak egy intézmény találkozik ezzel (4. grafikon).




4. grafikon. A „mentes" ételek és italok iránt érdeklődő vendégekkel való találkozás gyakorisága

*Forrás: a GASTROTOP projekt keretében végzett kutatás eredménye*

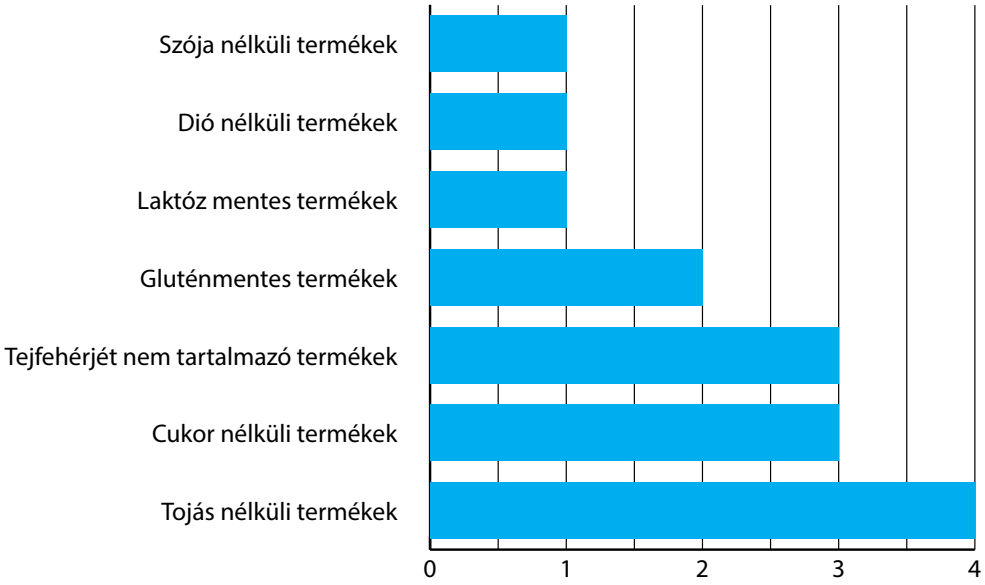
Az interjúban részt vevő 10 vendéglátóipari válaszadó közül a legtöbben azt állítják, hogy intézményükben a vendégek évente legalább egyszer megkérdezik a pincéreket az étlapon vagy itallapon szereplő termékek összetevőiről. Csupán egy tulajdonos állítja, hogy ez heti rendszerességgel fordul elő az ő létesítményében, míg a többi válaszadó azt állítja, hogy a vendégek az étlapon vagy itallapon szereplő termékek összetevőiről havonta egyszer vagy ritkábban kérdezik őket. Arra a kijelentésre, hogy a vendéglátóhelyek milyen gyakorisággal szembesülnek problémákkal a speciális „mentes" ételek és italok kínálatában, a válaszadók azt válaszolták, hogy ez az ő intézményeikben ritkábban fordul elő, esetleg havonta vagy évente egyszer, míg csak egy válaszadó állítja, hogy ez nála nem fordul elő. A legtöbb válaszadó azt állítja, hogy ritkábban, mint havonta találkozik problémákkal a „mentes" ételek és italok tárolása során. Szintén a válaszadók azt állítják, hogy a vendéglátóegységeikben kínált „mentes" ételt és italt nem tudják ritkábban eladni, mint havi egy alkalommal, mert nincs érdeklődés a vendégek részéről. Csak egy válaszadó válaszolta, hogy az ő létesítményében ez soha nem történik meg.

**A panelbeszélgetés 10. témája: A kutatás eredményei megerősítették azt a feltételezést, hogy az étterem vendégei táplálkozással kapcsolatos segítséget várnak. Így a táplálkozástudomány, mint az étkezés tudománya nagyon fontossá válik. Milyen együttműködést javasolna ilyen értelemben a vidéki-turisztikai vállalkozóknak?**

A táplálkozási szakértő válaszol: "A táplálkozási szakemberek részt vesznek az élelmiszer-előállítástól a fogyasztókkal való kommunikációig. Ezért lehetséges az étrendi terv elkészítésére vonatkozó oktatás. Természetesen a speciális étrendet igénylő csoportoknak is tudok segíteni a tápanyag- és szénhidrátszámításban. Jó, ha van egy képzett ember, aki tud nekik segíteni abban a szegmensben. Minden őstermelő vagy étterem nagy segítséget jelenthet ebben a szakmában."

"A mediterrán diétát a legegészségesebb étrendnek tartják, és nagyon ízletes. Azért, hogy manapság minden együtt járjon (például egy étterem neve "Zdravi Oblizeki", és felmerül a kérdés, hogy ez a két kifejezés együtt említhető-e). A fiatalok egyre ritkábban használnak húst az étrendjükben, amivel én nem értek egyet, de azt mondhatom, hogy a vegán receptek nagyon finomak, otthon és éttermekben is használhatóak."

A következő kérdés az volt, hogy az elmúlt két évben bővítették-e éttermük kínálatát "mentes" étellel és itallal, amire 6 válaszadó azt válaszolta, hogy nem, a maradék 4 pedig igen. Azok a válaszadók, akik arról számoltak be, hogy bővítették kínálatukat, jelezték, hogy cukor, glutén, dió, tojás, szója és tejmentes termékeket vettek fel étlapjukra és itallapjukra, amin az 5. ábrán látható.




*5. grafikon - Termékek, amelyekkel a vendéglátóhelyek bővítették kínálatukat*

*Forrás: a GASTROTOP projekt keretében végzett kutatás eredménye*

**A panelbeszélgetés 11. témája: A kutatás kimutatta, hogy a vendéglátósok nem értenek egyet azzal, hogy az elmúlt években megnőtt a vendéglátásban a „mentes" termékek iránti kereslet. A vendéglátóknak gondot okoz az ilyen áruk tárolása, és a későbbiekben nem tudják ezeket értékesíteni.**

A falusi turisztikai vállalkozás tulajdonosa felhívja a figyelmet: "A raktározást illetően ez ma nagy probléma, mert ritkán jelennek meg az ilyen igényű vendégek, és az előre elkészített ételek megromlanak." Hangsúlyozom, ez az à la carte éttermek problémája. Mi, akik előzetes bejelentéssel dolgozunk, pontosan tudjuk, mennyit kell felkészülnünk az adott csoportra vagy kirándulókra. Honlapunkon az áll, hogy előzetes bejelentést kérünk, hogy a lehető legjobban tudjunk felkészülni és megfelelni vendégeink igényeinek.

Szennyezett világban élünk, és az emberek vissza akarnak térni az eredeti, nem túlzottan kezelt étrendjükhöz, a családi gazdaságok pedig pontosan ezt tudják biztosítani. Így elkerüljük a tárolási problémát, mert minden elő van készítve és mindenben megegyezünk. Olyan idők járnak, hogy az embereknek egyre több vegán vagy vegetáriánus kérése van. Hangsúlyoznom kell, hogy ezzel egyetértek, és támogatom az emberek étrendjének megváltoztatását, és azt, hogy az emberek egyre gyakrabban forduljanak, ha nem is vegán, de a vegetáriánus étkezési mód felé. Például Angliában minden pincér először megkérdezi, hogy milyen típusú étlapot szeretne: vegán, vegetáriánus, allergiaellenes... és kiválasztja a kívánt ételt. Sajnos nálunk még mindig nem ez a helyzet, de úgy gondolom, hogy elindult valami, és jó úton járunk, hogy elérjük erre a szintre."

A panelbeszélgetés végén a speciális táplálkozási igényeket kielégítő táplálkozással kapcsolatos utolsó gondolatok hangzottak el:

- A Cöliákiás Betegek Egyesületének képviselője kifejtette mottójukat: “Az étel legyen a gyógyszered, és a gyógyszered legyen az ételed.”
- A táplálkozási szakember felhívta a figyelmet arra, hogy továbbra is hiányoznak az alacsonyabb szénhidráttartalmú termékek a piacon, és reméli, hogy ez a kínálat a közeljövőben bővülni fog.
- A cukorbetegek képviselője ismételten felhívja a figyelmet arra, hogy a cukorbetegek nem olyan igényes fogyasztók a vendéglátóhelyeken, ugyanakkor egyetért azzal, hogy az ételeket egészségesen kell elkészíteni, mert a cukorbetegek és mindenki más speciális étkezési igényű igénye.
- A szakács oktató felhívja a figyelmet arra, hogy minél több konzultációt és megbeszélést kell folytatni a tapasztalat- és információcsere érdekében. Úgy véli, hogy az e témával kapcsolatos oktatás és kommunikáció túl kevés, és számos egyesületet be kell vonni az ilyen jellegű megbeszélésekbe. „Mindig támogatom, hogy különböző egyesületekkel és állami iskolákkal együttműködve új ötleteket és oktatást hozzunk létre. Ha új ötlettel állunk elő, azt mindig tettekre válthatjuk.”
- A falusi turisztikai vállalkozás tulajdonosa kiemeli a Križevci Közgazdaságtudományi Főiskolval évek óta tartó jó együttműködést. „Sokszor jártak nálunk a diákok, látták üzletvitelünket, élelmiszertermelésünket, hallottak tapasztalatainkról. A legjobb a jó gyakorlati példákból tanulni, és hiszem, hogy az együttműködés folytatódni fog.”

## 3.3. KÉRDÉSEK ÉS FELADATOK A KUTATÁSI ESZKÖZ KÉSZÍTÉSÉHEZ

1. Hogyan végezne kutatást az Ön megyéjében a gasztronómiai kínálat feltérképezése érdekében? Milyen kutatási módszereket alkalmazna? Magyarázd el.
2. Tervezzen kutatási eszközt (Google felmérés / “papír alapú felmérés”) az Ön megyéjében a gasztronómiai turizmus témakörben. A bevezetőben ismertesse a kutatás célját és hasznát! Határozza meg, hogy mikor és hol kerül sor a kutatásra.
3. Kik a válaszadói a felmérésben? Kinek a véleményét szeretnéd kideríteni? Mekkora a kutatási minta – a válaszadók száma.
4. Tervezzen meg legalább tíz kérdést egy gasztronómiai turizmus témájú felméréshez!
5. Milyen kérdésekkel bővítené a GASTROTOP projekttel kapcsolatos Google felmérést? Mit változtatnál esetleg?
6. Ön szerint könnyebb egy felmérést vagy egy interjút lebonyolítani? Magyarázd el.
7. Határozza meg megyéje gasztronómiai turizmusának fejlesztéséhez elengedhetetlen legfontosabb érintetteket, akikkel interjút készítene.
8. Készítsen egy listát az alapvető interjúkérdésekről, amelyeket a következőkhöz fog használni:
   - az érintettek szerepének meghatározása a gasztronómiai turizmus fejlesztésében
   - meghatározzák a gasztronómiai turizmus fejlesztéséhez való hozzáállásukat
   - meghatározzák a gasztronómiai turizmus fejlesztési terveit
   - a gasztronómiai turizmus fejlesztésének és a fejlesztési tervek korlátainak feltárása intézményük szempontjából
   - megvizsgálja javaslataikat a gasztronómiai turizmus fejlesztésére, hangsúlyt fektetve arra, hogy intézményük mit tehetne

# 4. ÖSSZEGZÉS

A felgyorsult életmód miatt az emberek egyre gyakrabban foyasztanak a gyorséttermek ételeiből, amelyek különféle krónikus betegségeket idézhetnek elő. Ennek fényében az elmúlt néhány évben új trendek jelentek meg a táplálkozásban. A mai fogyasztók nemcsak azt várják el az ételektől, hogy ízletesek legyenek, hanem a krónikus betegségek megelőzését, valamint az egészség és az életminőség javítását is. Egyre népszerűbbek az ún. „mentes" élelmiszerek, azaz glutén-, laktóz- és gabonamentes élelmiszerek. Ezen kívül vannak még zsír, cukor, dió, liszt, só, tartósítószer és adalékanyag, élesztő, génmódosított szervezetek, tojás és hús nélküli élelmiszerek. A táplálkozás jelenlegi trendjei közé tartozik a bioétrend, a mediterrán étrend, a vegetáriánus étrend és a makrobiotikus étrend.

A GASTROTOP projekt keretében Google felmérés készült Kapronca-Kőrös és Verőce-Drávamente megye fogyasztóinak speciális étkezési igényeiről, majd interjút készítettek a Kapronca-Kőrös megyei vendéglátóipari létesítmények tulajdonosaival. A felmérések és az interjúk eredményeit panelbeszélgetések keretében elemezték szakértőkkel. A válaszadók véletlenszerű kiválasztása azt mutatta, hogy több mint egyharmadának valamilyen problémája van az étel vagy ital fogyasztásával. A panelbeszélgetésen megállapították, hogy ez a szám növekszik, és a lakosság érzékenyítésére és oktatására van szükség az emiatt gyakran megbélyegzett, sajátos táplálkozási igényű emberek életminőségének javítása érdekében. A lakosság felvilágosítása azért fontos, mert az emberek egy része csak ingyenes vércukormérés során derül ki, hogy például cukorbeteg.

Azok az emberek, akiknek problémáik vannak az étel- vagy italfogyasztással, gyakran "problémás vendégnek" érzik magukat az éttermekben, és nem biztosak abban, hogy speciális konyhai eszközöket használnak az étel elkészítése során. A vendéglátóhelyeken a szakácsok által használt konyhai eszközök szennyeződése a konyha műszaki adottságai, a képzetlen személyzet, valamint a szakácsok tartózkodási helyének mérete miatt következik be. Az ilyen helyzetek elkerülése érdekében arra a következtetésre jutottak, hogy a vendéglátó egységek személyzetét, valamint a speciális táplálkozási igényű embereket oktatásban kell részesíteni.

A válaszadók többsége egyetért azzal az állítással, hogy az éttermek nem megfelelően jelölik meg étlapjukon az allergéneket, és amikor csak tehetik, saját készítésű ételeiket, italaikat fogyasztják. A panelbeszélgetésen megállapították, hogy az étlapon kiemelten kell kezelni az allergéneket és az ételekben található adalékanyagokat, ha a speciális étkezési igényű embereket szeretnénk a vendéglátóhelyekbe csábítani. A probléma megoldása az étlapokon található QR-kódok leolvasásában, a digitális menük használatában és az étlapon szereplő információk internetes közösségi oldalakon történő közzétételében rejlik.

A válaszadók átlagosan az év 32 napján fogyasztanak ételt étteremben. A panelbeszélgetés során felhívták a figyelmet arra, hogy Horvátország az EU-országok rangsorában hátul áll a családi éttermi látogatások tekintetében, de az étterembe járás

fő motívuma az egészséges ételkészítés. A vendégek csúcsminőségű, azaz családi gazdaságokban termesztett élelmiszereket keresnek, tudni akarják, honnan származik a termék, ki a termelő és hasonlók. Ezért az éttermek egyre inkább arra törekszenek, hogy a helyi őstermelők alapanyagaiból készítsenek ételeket, a hangsúlyt pedig a biogazdálkodásra helyezik. A minőségi élelmiszerek megbecsülése mellett az emberek a természetben, a szabadban szeretnének időt tölteni, közvetlenül a kertből zöldséget vagy a fáról származó gyümölcsöt fogyasztani. Mindezt pedig olyan családi gazdaságok biztosítják, amelyek kiegészítő tevékenységként foglalkoznak falusi turizmussal vagy falusi turisztikai vállalkozással. Ennek a gazdaságnak a tagjai hétközben a mezőgazdaságban dolgoznak, és többnyire hétvégén szolgálják fel az általuk megtermelt élelmiszereket előzetes bejelentés alapján. Ők is alkalmazzák azt a szabályt, hogy „amit a családunk eszik, azt eszik a vendégeink is”, és ha nem sikerül leülniük enni a vendégeikkel, akkor mindenről elbeszélgetnek a vendégekkel, ami érdekli őket.

***A kutatás fő konklúziója tehát az, hogy a családi gazdaságok a falusi turizmus révén tudnak a leggyorsabban alkalmazkodni a speciális táplálkozási igényű élelmiszerek új fogyasztói piacai iránti specifikus kereslethez. A gasztroturizmus a lakosság egy részénél észlelt új étkezési igényekre épülhet, és az innovatív gasztroturizmus új formájává nőheti ki magát.***

# 5. SZAKIRODALOM


1. Alibabić, V., Mijić, I. (2016): Pravilna prehrana i zdravlje, Veleučilište u Rijeci. Elérhető: *https://www.veleri.hr/sites/default/files/2021-07/va_knjigapravilnaprehranaizdravlje_web_dec2016_0.pdf*
2. Bakan, R., Salopek D. (2015): Moderni trendovi u prehrani i njihov utjecaj na ugostiteljsku kuhinju. Praktični menadžment, 6 (1), 105-110. Letöltve innen *https://hrcak.srce.hr/144036*
3. Borović M. (2016.): Kontrola prehrambenih proizvoda u svrhu pripreme oboljelih od celijakije, završni rad, Veleučilište u Karlovcu, Karlovac. Letöltve innen *https://zir.nsk.hr/islandora/object/vuka%3A600/datastream/PDF/view*
4. Bujdosó, Z. i Szűcs, C. (2012): Nova vrsta gastronomskog turizma: pivski turizam. Acta turistica nova, 6 (1), 5-20. Letöltve innen *https://hrcak.srce.hr/107150*
5. Cordova-Buiza, F., Gabriel-Campos, E., Castaño-Prieto, L. i García-García, L. (2021). The Gastronomic Experience: Motivation and Satisfaction of the Gastronomic Tourist—The Case of Puno City (Peru). Sustainability. 13(16), 9170. doi: *https://doi.org/10.3390/su13169170*
6. Crespi-Vallbona, M. & Dimitrovski, D. (2016): Food market visitors: a typology proposal. British Food Journal, 118 (4), str. 1-20.
7. Croce, E., & Perri, G. (2017): Food and wine tourism: Integrating food, travel and territory. (CABI 2nd edition). Meridies, Italy.
8. Čikić, J. (2019): (Is)hrana kao sociološki problem – stara tema ili nova disciplina? Godišnjak Filozofskog fakulteta u Novom Sadu, vol. XLIV-1. Elérhető: *https://godisnjak.ff.uns.ac.rs/index.php/gff/article/view/2110/2026*
9. Drpić, K., Vukman, M. (2014): Gastronomija kao važan dio turističke ponude u Hrvatskoj, Praktični menadžment, vol. V. br. 1., str. 62-67.
10. Fields, K. (2002): Demand for the gastronomy tourism product. Motivational factors.
    Tourism and Gastronomy. U: Hjalager, A.M., Richards, G., Eds., Routledge: London, UK, str. 36–50.
11. Geić, S. (2011): Menadžment selektivnih oblika turizma. Split: Sveučilišni studijski centar za stručne studije.
12. Gibbs, D. i Ritchie, C. (2010): „Theather in Restaurant; Constructing the Experience“, Universtity of Wales, Cardiff (UWIC), Article, 2010. Elérhető: *https://www.researchgate.net/publication/292759423_Theatre_in_restaurants_Constructing_the_experience*
13. Hanna, S. i Rowley, J. (2020): Place and Destination Branding: A Review and Conceptual Mapping of the Domain. European Management Review, 18(2). 105-117. doi: *https://doi.org/10.1111/emre.12433*

14. Hjalager A., Richards G. (2002.): Tourism and Gastronomy, Routledge, London.
15. Hunziker, W., Krapf, K. (1942). Grundriß der allgemeinen Fremdenverkehrslehre. Schriftenreihe des Seminars für Fremdenverkehr an der Handels-Hochschule St. Gallen 1, Zurich.
16. Ištuk, L (2022): Razvoj novih trendova u gastro turizmu Koprivničko–križevačke županije. Završni specijalistički diplomski stručni rad, Visoko gospodarsko učilište u Križevcima, Križevci.
17. Jadrešić, V. (2001): Turizam u interdisciplinarnoj teoriji i primjeni – Zbornik istraživanja, Školska knjiga, Zagreb, 2001.
18. Kladou, S. i Trihas, N. (2022): Place Branding through Resource Integration and Gastro-Cultural Experiences: A Transnational Perspective. Tourism and Hospitality, 3, 1–14. doi: *https://doi.org/10.3390/tourhosp3010001*
19. Krešić, G. (2012.): Trendovi u prehrani, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija
20. Krsmanović, E. (2020.): Utjecaj medija na stjecanje prehrambenih navika, diplomski rad, Sveučilište u Zadru, Zadar. Letöltve innen: *https://repozitorij.unizd.hr/islandora/object/unizd:4317*
21. Kukurin, I. (2010): Trendovi u kuhinji, Portal Ugostiteljstvo i turizam, Elérhető: *http://www.utm.hr/?pgid=39&vid=154*
22. Lončarić, R., Lončarić, Z., Zmaić, K. (2010.): Regresijski model predviđanja ponašanja kupaca ekološke hrane u Hrvatskoj, Zbornik radova 45. hrvatskog i 5. međunarodnog simpozija agronoma, Poljoprivredni fakultet Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Osijek.
23. López, T., Hernández, Y., Sánchez, L. i Pastaz, M. (2019). Gastronomic Tourism: Attitudes, Motivations and Satisfaction of the Visitor in Cantons of Tungurahua, Ecuador. American Journal of Industrial and Business Management, 9, 699-719. doi: 10.4236/ajibm.2019.93047
24. Lucas, J. (2021). Food heritage as a tourist attraction: The commodification of the Mediterranean diet, in Chefchaouen (Morocco). Etnográfica, 25(1), 231–253. doi: *https://doi.org/10.4000/etnografica.10056*
25. Mennell, S., Murcott, A., van Otterloo, A. (1998): Prehrana i kultura: Sociologija hrane, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb.
26. Mičetić-Turk, D., Šikić Pogačar, M. (2014.): Vegetarijanstvo, makrobiotika, samoinicirane dijete: Dobrodošla aktivnost ili ne?, Paediatria Croatica, broj 58, str. 164-168.
27. Perković, M. (2020): Eno-gastronomski turizam čimbenik odabira turističke destinacije na primjeru Međimurske županije. Elérhető: *https://zir.nsk.hr/en/islandora/object/unin%3A2867/datastream/PDF/view*
28. Petti, A., Palmieri, B., Vadală, M., Lalurino, C. (2017.): Vegetarianism and veganism: not only benefits but also gaps. A review, Progress in Nutrition, broj 19,

str. 229-242. Letöltve innen: *https://www.coursehero.com/file/109251261/Petti-vegetarianismandveganismnotonlybenefitsbutalsogapspdf/*
29. Pintarić, G. (2019.): Legenda o šljivarima kao potencijal razvoja gastronomskog turizma. Specijalistički diplomski stručni rad, Visoko gospodarsko učilište u Križevcima, dotupno na: *https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:185:054235*
30. Pliner, P., Hobden, K. L. (1992): Development of a scale to measure the trait of food neophobia in humans. Appetite. 19(2): 105-20. Elérhető: *https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/019566639290014W*
31. Pollak, L. (2008): Dodaci prehrani i hrana za posebne prehrambene potrebe. Medicus, 17 (1_Nutricionizam), 47-55. Letöltve innen *https://hrcak.srce.hr/38034*
32. Premec, M. (2021.): Mediteranska prehrana, završni rad, Sveučilište Sjever, Koprivnica. Letöltve innen: *https://repozitorij.unin.hr/islandora/object/unin%3A4242/datastream/PDF/view*
33. Rabotić, B. (2013.): Selektivni oblici turizma, Čigoja štampa, Beograd.
34. Ristić, L. (2012): Development strategy for festival.based food tourism in the Republic of Serbia. University of Kragujevac. Elérhető: *https://www.researchgate.net/publication/294563389_Development_strategy_for_festival-based_food_tourism_in_the_Republic_of_Serbia*
35. Rječnik turizma (2001) ur. B. Vukonić, N. Čavlek; sur. Mirna Andrijašević...et.al. / Zagreb: Masmedia.
36. Rogar, J. (2018.): Bezglutenska prehrana, diplomski rad, Medicinski fakultet, Sveučilište u Zagrebu. Letöltve innen: *https://repozitorij.mef.unizg.hr/islandora/object/mef%3A2008/datastream/PDF/view*
37. Rukavina J. (2014.): „Šarena prehrana“– funkcionalna prehrana, završni rad, Sveučilište Josipa Juraja Strossmayera u Osijeku, Osijek. Letöltve innen: *https://zir.nsk.hr/islandora/object/ptfos%3A18/datastream/PDF/view*
38. Samardžić, V. (2021): Marketinški aspekti gastronomskog turizma. Doktorska disertacija. Elérhető: *https://repozitorij.efos.hr/islandora/object/efos:3973/datastream/PDF/download*
39. Sormaz, U., Akmese H., Gunes, E., Aras S. (2015): Gastronomy in Tourism. Procedia Economics and Finance 39 (2016); 725-730. Rome, Italy. Elérhető: *https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212567116302866*
40. Stalmirska, A., Whalley, P. i Fallon, P. (2019): Food as a Component in Destination Marketing. U Tourist Destination Management, 123-141. doi: 10.1007/978-3-030-16981-7_7
41. Tanacs, A. (2022): Osnove pripreme jela bez aditiva, Trgovačka i industrijska komora županije Somogy, Kaposvar
42. Vivero Pol, J. L. (2015). Food is public good. World Nutrition, 6 (4): 306–329. Letöltve innen: *https://www.researchgate.net/publication/274377117_Food_is_a_public_good*
43. Williams, H.A., Yuan, J., Williams, R.L. (2018): Characteristics and Practices fo

Gastro-Tourists: Application for a 6+ Gastro-Cluster Destination Development Model, Journal of Gastronomy and Tourism, vol.3, pp. 177-190.
44. Zakon o hrani za posebne prehrambene potrebe, NN 39/2013, *https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013_04_39_723.html*
45. Zakon o hrani. Narodne novine 81/13, 14/14 Elérhető: *https://definicijahrane.hr/definicija/hrana/*

**Internetes források:**

1. Food and Agriculture Organization of the United Nations, *https://www.fao.org/family-farming/detail/en/c/1378841/*
2. Gastronomija. Elérhető: *https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=21351*
3. GASTROTOP. Elérhető: *http://gastrotop.hr/hr/o-projektu/*
4. Guidelines for the development of gastrotourism. Elérhető: *https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284420957*
5. Hrvatska enciklopedija – mrežne stranice. Elérhető: *https://www.lzmk.hr/projekti/146-hrvatska-enciklopedija-mrezno-izdanje*
6. Novi trendovi u turizmu. Elérhető: *https://www.doba.hr/doba-znanja/novi-trendovi-u-turizmu*
7. Od proizvodnje do otpada: prehrambeni sustav. Elérhető: *https://www.eea.europa.eu/hr/signals/signali-2014/clanci/od-proizvodnje-do-otpada-prehrambeni-sustav*
8. Piramida vegetarijanske prehrane. Elérhető: *http://www.pbf.unizg.hr/edukacija/clanci1.htm*
9. Prehrana. Elérhető: *https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=50110*
10. Rad Season (2020). Pizza Fest - Napoli pizza Village 2020. Elérhető: *https://radseason.com/event/pizza-fest-napoli-pizza-village-italy/#gf_15*
11. Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj – TOMAS HRVATSKA 2019. Elérhető: *http://www.iztzg.hr/hr/projekti/tomas-istrazivanja/*
12. Svjetski forum za gastronomiju, treće izdanje. Letöltve innen: *http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/conclusions_3rd_world_forum_on_gastronomy_tourism_eng.pdf*
13. Tanjur zdrave prehrane. Elérhető: *https://www.hsph.harvard.edu/nutritionsource/healthy-eating-plate/translations/croatian/*
14. What is free-from food?. Elérhető: *https://www.baynsolutions.com/en/what-is-free-from-food/1050119*
15. What is food tourism? Elérhető: *https://worldfoodtravel.org/what-is-food-tourism/*

# 6. TÁBLÁZATOK LISTÁJA:

1. táblázat: Turisták Horvátországba érkezésének indokai (Tomas felmérése szerint, 2019 nyár) . . . . . 21
2. táblázat: EU minőségi védjeggyel védett horvát termékek . . . . . 26
3. táblázat: A válaszadók véleménye a vendéglátóhelyek speciális táplálkozási igényeire illetően . . . . . 45
4. táblázat. A válaszadók véleménye a vendégekkel való kommunikációra és a vendéglátóhelyeken a „mentes“ ételek megjelölésére vonatkozóan . . . . . 48
5. táblázat: Étteremtulajdonosok állításai a “mentes“ ételekről . . . . . 51

# 7. GRAFIKONOK LISTÁJA:

1. grafikon  A válaszadók élelmiszerrel kapcsolatos problémái. . . . . 36
2. grafikon  Ételfogyasztás a vendéglátó egységekbe . . . . . 40
3. grafikon  A megkérdezettek válaszai arra a kérdésre, hogy felszolgálják-e éttermükben a felsorolt termékeket . . . . . 50
4. grafikon A „mentes“ étel és ital iránt érdeklődő vendégekkel való találkozás gyakorisága . . . . . 53
5. grafikon Termékek, amelyekkel a vendéglátó egységek bővítették. . . . . 55

# 8. SZÓMAGYARÁZAT


Felmérés, 34
Gluténmentes táplálkozás, 13
Cöliákia, 13
Comfort food, 7
Ökológiai táplálkozás, 8
Gyorsétterem, 7
Ételfesztivál, 17, 24
Finger food, 7
Gasztronómia, 14, 18, 28
Podravina és Prigorje gasztronómiája, 27, 28, 29
Verőce-Drávamente megye gasztronómiája, 29, 30
Gasztronómiai élmény, 22, 23, 24
Gasztronómiai turisták, 20, 21
Gasztroturizmus, 17
Gastrotop projekt, 34
Gasztroturisztikai termék, 24
Glutén, 13
Étel, 1
Élelmiszer, mint márka, 30
Speciális táplálkozási igényű élelmiszerek (“mentes élelmiszerek”), 12
EU minőségi védjeggyel védett horvát termékek, 25,26
Identitás a táplálkozásban, 7
Interjú, 49
Főzés, 4, 5
Főzés oktatás, 14
Lacto-ovo-vegetáriánusok, 10
Laktovegetáriánusok, 10
Makrobiotikus táplálkozás, makrobiotika, 11
Tömegturizmus, 16
Mediterrán táplálkozás, 9
Gasztroturisták motivációja, 19. 20. 21. 22
Élelmiszermúzeum, 29
Étkezési szokások, 6
Neofóbia, 4
Fenntartható turizmus, 16
Ovo-vegetáriánusok, 10
Az élelem szükséglete, 6
Táplálkozási rend, 6
Élelmiszerrendszer, 5
Táplálkozás, 1
Táplálkozáspszichológia, 4
Szelektív turizmus, 16
Félvegetáriánusok, 10
Táplálkozásszociológia, 7
Egy tányér egészséges étel, 2
Turizmus, 16
A táplálkozás trendjei, 7, 8
A turizmus trendjei, 14, 15, 16, 17
Vegánok, 10
Vegetáriánus étrend, 10
Élelmiszertörvény, 1
Élelmiszertudomány, 1
Táplálkozástudomány, táplálkozás, 1

# 9. A SZERZŐKRŐL

Kristina Svržnjak 1973. április 7-én született Koprivnicán. Férjezett, két gyermek édesanyja. Koprivnicán él. A Zágrábi Egyetem Mezőgazdasági Karán szerzett mester- és doktori fokozatot. 1997-től 2003-ig a Zágrábi Egyetem Mezőgazdasági Karának Agrárgazdaságtani és Agrárszociológiai Tanszékén dolgozott tudományos gyakornokként, majd tudományos asszisztensként. Az Intézetben agrárpolitikai tudományos kutatásokban, valamint az Agrárgazdaságtan és Agrárszaktanácsadó tanfolyamokon tanársegédként vett részt. 2003 óta a Križevci Közgazdaságtudományi Főiskolán (VGUK) dolgozik. A Mezőgazdaság szakmai alapképzésén a Vidéki turizmus, Vidékfejlesztés, Agrárpolitika, Marketing és menedzsment a mezőgazdaságban, valamint a Gazdálkodási alapok a mezőgazdaságban szakokat oktatj. A Gazdálkodás a mezőgazdaságban szakirányú posztgraduális képzésen a desztináció menedzsment vidéki turizmusban, agrárgazdaságtan, vidékfejlesztési projektek és mezőgazdaság az Európai Unióban kurzusokat tart, részt vesz az Ökoturizmus és Marketing, a termékpiac tantárgyak gyakorlati képzésének megvalósításában, valamint a fenntartható és ökológiai mezőgazdaság szakirányú végzettségű mezőgazdasági szakképzésben.

Aktív tagja a Horvát Agrárgazdasági Társaságnak, mintegy hatvan makro-agrogazdasági témájú (vidéki turizmus, vidékfejlesztés, földpolitika) publikáció szerzője és társszerzője. Számos tudományos projekt kidolgozásában vett részt a Zágrábi Egyetem Mezőgazdasági Karán, valamint nagy tapasztalattal rendelkezik a VGUK tanulmányok és szakmai projektek kidolgozásában, különösen a falusi turizmus területén.

DR. SC. SANDRA KANTAR

Sandra Kantar 1973. március 9-én született Koprivnicán. Férjezett, két lány édesanyja. Az általános és középiskolát Križevciben végezte, ahol jelenleg is él. A zágrábi filozófiai karon szerzett diplomát szociológia (1999) és könyvtár szakon (2007). 2016-ban szociológiából doktorált ugyanezen a karon. 2004-től a Križevci Közgazdasági Főiskolán állandó oktatóként, 2019-től pedig szakmai tanulmányok tanáraként dolgozik. Az alapképzésben a Vidékszociológia, Üzleti etika és Bioetika tantárgyak tanára, a Vidékfejlesztés és Vidéki turizmus tantárgy munkatársa. A Fenntartható és Ökológiai Mezőgazdaság szakon az Ökoturizmus tantárgyat tanítja, és együttműködik a Fenntartható fejlődés a mezőgazdaságban kurzusban is. A Mezőgazdasági Menedzsment Szakképzésben a Vidékfejlesztési Projektek és Desztinációmenedzsment a vidéki turizmusban tanfolyamokon vett részt. 2015-ig a Križevci Közgazdasági Főiskola könyvtárának és olvasótermének vezetői posztját töltötte be. 2021-től a Gazdálkodási Tanszék vezetője. Számos hazai és nemzetközi szakmai és tudományos projektben (Tempus, IPA, Interreg, Erasmus+, ESZA, bilaterális projektekben),

valamint számos hazai és nemzetközi szakmai és tudományos konferencián vett részt. Szerzőként és társszerzőként mintegy 40 szakmai, tudományos és népszerű művet publikált a vidékszociológia, falusi turizmus, vidékfejlesztés, ökológia, bioetika és könyvtártudomány témakörben. Társszerzője 6 szakmai és tudományos tanulmánynak, illetve a “Rurális turizmus: bevezetés a desztinációmenedzsmentbe”, a “Turizmus lehetőségei a határon túli Magyarország-Horvátországban” és a “Kézikönyv a vidékfejlesztéshez mobil vidéki csomópontok felhasználásával” című könyveknek. Aktív tagja a Horvát Mezőgazdasági Társaságnak és a Horvát Szociológiai Társaságnak. Kiválóan beszél angolul.

DR. SC. SILVIJE JERČINOVIĆ

Silvije Jerčinović 1972. február 8-án született Koprivnicán, ahol elvégezte a középiskolát. A Zágrábi Egyetem Közgazdaságtudományi Karán 1999-ben kereskedelem szakon végzett vállalkozásgazdaságtan szakot. A „Marketing elmélete és politikája” tudományos posztgraduális tanulmányait 2006-ban fejezte be kandidátusa megvédésével. 2019-ben védte meg doktori disszertációját “Fenntarthatóság - sikeres vállalatok stratégiai marketingorientációja” címmel a Rijekai Egyetem Közgazdaságtudományi Karán, ezzel megszerezte a tudományok doktora fokozatot. 2000 óta dolgozik a gazdaságban. 2007-ben a Križevci Közgazdasági Főiskolán oktatóként a “Marketing”, a “Vállalkozás a mezőgazdaságban” és a “Finanszírozási formák a mezőgazdaságban” tárgyakban az alapképzésben, valamint a “Marketing a mezőgazdaságban” tantárgyakban helyezkedett el. “, “Piackutatási módszerek” és “Vállalkozás a mezőgazdaságban” című szakirányú szakmai posztgraduális tanulmány “Menedzsment a mezőgazdaságban” c. Tudományos kutatási területen marketinggel (fenntartható marketing, élelmiszermarketing, vállalkozás, öko-vállalkozás) foglalkozik. Számos tudományos és szakmai publikációja jelent meg folyóiratokban, részt vesz hazai és nemzetközi tudományos találkozókon. Több projektben vett részt kutatóként: pl. az IPA/INTERREG Magyarország-Horvátország határon átnyúló programban.

2020-ban tudományos munkatárssá választották a társadalomtudományok tudományterületén - a közgazdaságtan területén. 2021-ben megválasztották a Križevci Közgazdasági Főiskola oktatói és középiskolai tanári posztjára a társadalomtudományok, a közgazdaságtudomány területére. A 2010-től 2018-ig tartó időszakban a Križevci Közgazdasági Főiskola “Menedzsment a mezőgazdaságban” tanszékvezetői posztját töltötte be. A tudósok névjegyzékében 299706 nyilvántartási számon szerepel, önállóan vagy társszerzőként 31 közgazdasági tudományos és szakmai publikációt jelentetett meg, részt vett hazai és nemzetközi tudományos és szakmai konferenciákon. Kiválóan beszél angolul és spanyolul, alapfokon pedig magyarul. Emellett kiemelkedő számítógépes ismeretekkel rendelkezik, ismeri a legújabb információs technológiákat.

# Gastronomy Tourism

AN INTRODUCTION TO SOCIO-ECONOMIC ASPECTS

Scan me for English translation

# Gastronomski turizam

UVOD U SOCIO-EKONOMSKE ASPEKTE

Skeniraj me za hrvatski prijevod

ISBN 978-953-50672-2-1