

SZAKDOLGOZAT

Bilibok Róbert
2024



**Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Budai Campus
Élelmiszertudományi és Technológiai Intézet
Pálinkamester szakmérnök szakirányú továbbképzési szak**

**Székelyföld kistérség turisztikai-gasztronómiai
potenciáljának fejlesztése a pálinkakultúra segítségével**

Belső konzulens: Dr. habil. Temesi Ágoston
Egyetemi docens

**Belső konzulens
intézete/tanszéke:** Agrár- és
Élelmiszergazdasági Intézet,
Mezőgazdasági és
Élelmiszeripari Vállalati
Gazdaságtan Tanszék

Külső konzulens: Szöllősi Edit

Készítette: Bilibok Róbert

Budapest, 2024

TARTALOM

1. BEVEZETÉS.....	4
2. A MUNKA CÉLJA ÉS MÓDSZERTANA	5
3. SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS	6
3.1 Székelyföld Kistérség turisztikai és gasztronómiai jelentősége	6
3.1.1. Természeti és történelmi adottságok.....	6
3.1.2. Turisztikai jellemzők	9
3.2. Pálinkafőzés hagyományai a régióban	13
4. KUTATÁSI EREDMÉNYEK ÉS ÉRTÉKELÉSÜK.....	17
4.1. A pálinka megítélése, és lehetőségei termelők, vendéglátóhelyek és fogyasztók körében.....	17
4.2. Fogyasztói vélemények	17
4.3. Székelyföldi kereskedelmi főzdek felmérése.....	20
4.4. Vendéglátóipari felmérés:	22
4.5. Szakmai kóstolókat szervezők tapasztalatainak felmérése	24
5. ÖSSZEFOGLALÁS	26
Irodalomjegyzék	31
Mellékletek	31

1. BEVEZETÉS

Az emberiség kulturális öröksége sokszínű és gazdag. A különböző régiók sajátosságai, hagyományai olyan értékeket rejtnek, melyek nemcsak az ott élő emberek számára, hanem a turisták számára is érdekesek és vonzóak. Az ételek és italok különleges ízei, azok elkészítésének módjai gyakran fontos szerepet játszanak egy régió turisztikai vonzerejében. (Puczkó, Tátz, 2011)

Székelyföld szülötteként az általam úgy ismert, mint gazdag történelmi hagyományokkal és kulináris értékekkel rendelkező hely, melyek egyedivé és vonzóvá tehetik a turisták számára. A természeti szépsége és kulturális öröksége méltatlanul keveset jelenik meg a turisták számára elérhető ajánlatok között. Az vitathatatlan, hogy a pálinka évtizedek óta szerepelt azon értékek között, amelyek jellemzik magyar kulturális identitásunkat, hiszen maga az alaptermék és annak előállítása sok százéves hagyománnyal gyökerezik kultúránkban, helye van a magasabb igényű gasztronómiában is. (Balázs, 2012) Úgy tapasztaltam a pálinkakultúra iránt egyre növekvő érdeklődés mutatkozik, ezért ennek a hagyománynak a megismertetése és fejlesztése nemcsak a helyi turizmus, hanem a gazdaság szempontjából is lehetőséget jelenthet.

Természetesen személyes affinitásom is fűződik a pálinkakészítéshez, a helyi gasztronómiához és a turizmushoz, így ennek a kettős szakmai érdeklődésnek a fókuszába kerül a dolgozatom. Magánfőzőként harmadik éve készíték pálinkát és párlatot, szép eredményeket elérve hazai és nemzetközi pálinkaversenyeken, mint pl. egy Champion díj a 2023-as Quintessence-n. Ugyanakkor pálinkakóstolókat is szervezek, 6-10 fős társaságok részére., ahol több mint 20 féle párlatot lehet kóstolni.

A dolgozatom célja, hogy áttekintést nyújtson a Székelyföld kistérség turisztikai-gasztronómiai potenciáljáról, kiemelve a pálinkakultúra szerepét és lehetőségeit ebben a kontextusban.

A kutatás során összegyűjtött információk és eredmények reményeim szerint inspirációt nyújtanak mind a szakmai, mind a helyi közösségek számára ahhoz, hogy kiaknázzák és megőrizzék ezt a gazdag örökséget, egyúttal hozzájárulva Székelyföld turizmusának és gazdaságának fenntartható fejlődéséhez.

2. A MUNKA CÉLJA ÉS MÓDSZERTANA

Székelyföld sajátosságai, földrajzi és történeti jellemzőit, turisztikai helyzetét tanulmányokból, szakirodalomból és kimutatásokból mutatom be.

Székelyföldön a pálinkában rejlő lehetőségeket egyelőre nem sikerült maradéktalanul kiaknázni. A dolgozat célja feltárni Székelyföld turisztikai potenciálját gasztrókulturális szokásait, pálinkakultúrájának előtérbe helyezése mellett. Dolgozatommal áttekintést kívánok adni, Székelyföld kistérség turisztikai-gasztronómiai potenciáljáról, kiemelve a pálinkakultúra szerepét. Célom megvizsgálni annak lehetőségét, hogy a pálinka rendelkezik-e azokkal az eszközökkel, hogy az felhasználásával, a turisztikai kínálat bővíthető legyen, és növelje a térség vonzerejét, gazdasági potenciálját.

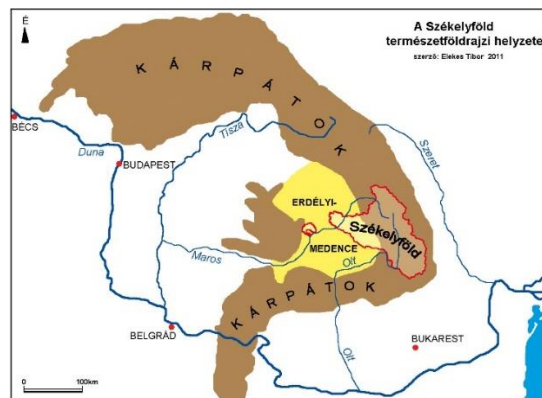
Munkám során primer és szekunder információkat is gyűjtöttem. Szakdolgozati témám esetében a szekunder adatokat a témához kapcsolódó pálinka és a turizmus történetéről, Székelyföldi helyzetéről információt hordozó tankönyvekből, tanulmányokból, pálinka fogyasztói szokásokról, statisztikákból, nyilvános jogszabály gyűjteményekből, jogtárból elérhető dokumentumok segítségével.

A primer adatok gyűjtésére kérdőíves megkereséssel több körben eltérő célközönséget kerestem meg, elektronikus formában szerkesztett kérdőívvel. Ezen kívül felhasználtam a személyes megfigyeléseimet melyeket pálinkatermelő üzemekben, pálinkakóstolókon és éttermekben szerettem.

3. SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS

3.1 Székelyföld Kistérség turisztikai és gasztronómiai jelentősége

Székelyföld történelmi régió, mely Erdély délkeleti részén, Romániában található. Orbán Balázs, a híres néprajzi gyűjtő Székelyföldről azt írta, a terület méltán ragadja magához a figyelmet fellegvára és védvonala a hazának. Székelyföld kiterjedése nagyjából azonos a történelmi Székelyföld területével (1. ábra), mely az erdélyi Hargita, Kovászna és Maros megyéket foglalja magában. Az elhelyezkedése különlegessé teszi a régiót, hiszen határai közelében található az Erdélyi-szigethegység és a Kárpátok, amelyek egyszerre nyújtanak védelmet és lehetőségeket a természeti látnivalókban gazdag környezet számára. (Csűrös István, 1981)



1. ábra: Székelyföld természetföldrajzi helyzete

Forrás: <https://elekes.adatbank.ro/?terkep=201>

3.1.1. Természeti és történelmi adottságok

Székelyföld domborzata változatos a vidék jellemzője a dombos, hegyvidéki táj, melyet kisebb-nagyobb völgyek, folyók és patakok tarkítanak. melyek olyan természeti értékeket kínálnak, melyek ideálisak a kirándulásokhoz. A Maros, az Olt és a Küküllő folyók fontos vízgyűjtő medre Székelyföld. Ezek a folyók gazdag élővilágot is biztosítanak a környéken. Az itt található tavak közül ismertebb a Hargita megyei Szent Anna-tó, mely vulkanikus eredetű természeti látványosság. A hegyvidéki erdőkben őshonos növény- és állatfajok találhatóak, melyek között számos védett és endemikus faj (pl. békási csüdfű, kárpáti sáfrány) is megtalálható. A természetvédelmi területek és a nemzeti parkok kiemelkedő fontossággal bírnak a természeti örökség megőrzése szempontjából. Hübner János 1816-ban azt írta a terület gazdag természeti kincsekben, jó gyümölcs terem, és a gazdák állattenyésztéssel

építőfakereskedelemmel pálinkaégetéssel, méhtartással igyekeznek magukat és családjukat is gazdagabbá tenni. (Hübner János, 1816)

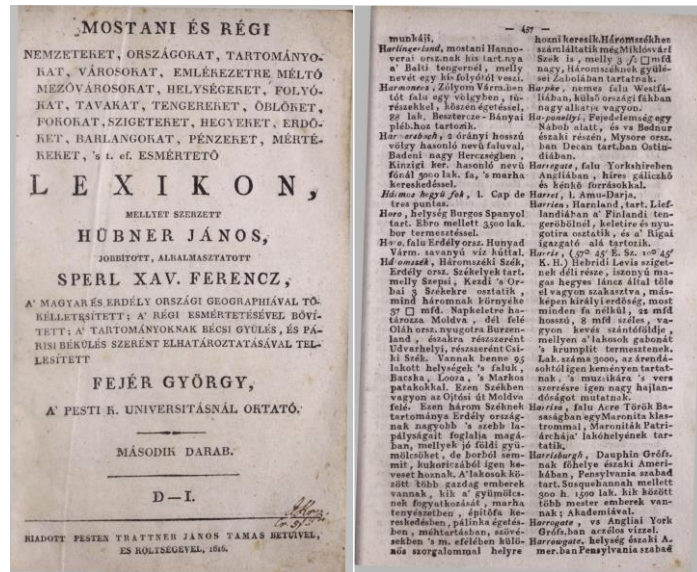
A székelyek a 12–13. sz.-ban népesítették be a mai Székelyföldet. Korábbi nemzeti tagoltságukat a 14–15. sz.-ban területi szervezet váltotta föl, kialakultak a vármegyéktől független közigazgatási egységek, a székek: Háromszék, Csíkszék, Udvarhelyszék és Marosszék. Az 1260-as években kézdi székelyekből települt Aranyosszék nyugat Erdélyben. (2. ábra)



2. ábra: A történelmi székek és a Székelyföld mai városhálózata

Forrás: <https://elekes.adatbank.ro/?terkep=216>

A székely székek különállása 1876-ban szűnt meg, ekkor vármegyét szerveztek belőlük. Székelyföld 1920-ban Erdéllyel együtt került Romániához, 1940–44 között ismét Magyarországhoz tartozott, 1945 óta Románia része. 1952–60 között, mint Erdély túlnyomóan magyar lakta része Magyar Autonóm Tartomány néven külön közigazgatási egység volt. 1960–68 között Maros-Magyar Autonóm és Brassó tartományhoz, azóta Maros, Hargita és Kovászna megyékhez tartozik. Jól elkülönülő medencék Gyergyó, Csík és Kászon, jellegzetes folyómenti tájak Nyárád mente, Nyikó mente, Homoród mente, Maros mente. Természetrajzi elnevezés az Erdővidék és a Sóvidék, Szikonyország. (Elekes Tibor, 2011)

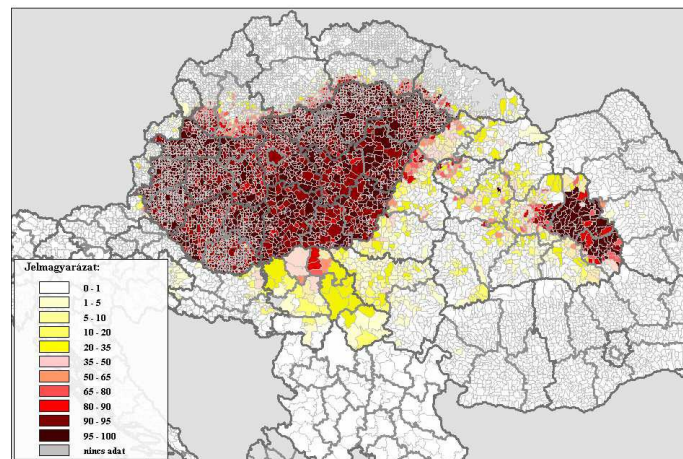


3. számú kép: Hübner János szerkesztette lexikon

Forrás: DAATSCHERON-HYTHE (Pest, 1816), 457. Old.

Székelyföld nemcsak történelmi-kulturális régió, hanem azért is, hogy a Magyarország határain kívül levő legnagyobb, tömbben élő magyar anyanyelvű közösség lakóhelye, egyszersmind etnikai régió is (4. ábra), amelynek sajátossága, hogy Erdély más tájegységeitől eltérően mindmáig meg tudta őrizni etnikai sajátosságait, a magyar közösség nem szórványosodott el.

A magyar nemzetiségű népesség aránya [%] Kelet-Közép-Európa országainak településein, 2002.



4. ábra: Magyar nemzetiségű népesség a Kárpát-medencében (Forrás:

http://gis.geox.hu/nkfp/dolgoz/terkepar/ENK_magyar.jpg)

A régió tele van középkori városokkal, erődtemplomokkal és népi építészeti emlékekkel, melyek hozzájárulnak a vidék egyedi varázsához és vonzerejéhez. Székelyföld gasztronómiája is gazdag, hiszen több kultúra is találkozott itt, az ételek és italok ízei őrzik a hagyományokat,

fontos szerepet játszanak a helyi identitás megőrzésében és ápolásában. A székely konyha jellegzetes ételei között találjuk a híres székelykáposztát. A híres székely kürtöskalács, a fonottkalács. A régióban termesztett gyümölcsök, mint például az alma, a körte és a szilva, valamint szőlő, kiváló alapanyagokat biztosítanak a minőségi pálinkák és borok előállításához, nem csoda hát, hogy a kistérség italokban is gazdag, a bora és párlata (pálinka) híres az egész országban. Székelyföld gasztronómiája nemcsak a helyiek életének fontos része, de turizmusban is fontos vonzerő, ezért a helyi éttermekben, vendéglőkben és piacokon a látogatók mindezekkel találkozhatnak is.

3.1.2. Turisztikai jellemzők

Romániában még nem alakultak ki a turisztikai régiók, annak ellenére, hogy az ország történelmi tartományai már keretét képezték a marketing kiadványoknak. A regionális fejlesztési stratégiáiba beépültek a turizmusfejlesztést célzó fejezetek is, de a területiség a turizmuspolitikai gondolkodásban az eddigi kormányzati ciklusok egyikében sem jelent meg markánsan. A történelmi tartományokra (5. ábra), az egykori fejedelemségek, országrészek területének megfelelő entitásokra, a kisebb néprajzi körzetekre, városrégiókra majd a természeti nagytájakra bontott a turisztikai célpontként működnek.



5. ábra: Románia történelmi régiói

Forrás: <http://www.romaniatourism.com/romania-maps/historical-regions-map.html>

A Székelyföld gazdaságának egyik tradicionális ágazata kitörési pontja a turizmus. Székelyföldön a legjelentősebb vonzerőt a táj, a természeti erőforrások (gyógyhatású ásvány-

és gyógyvizek, tavak, hegyek, erdők), a tiszta levegő, a csend, a nyugalom jelentik. Kiemelt vonzerővel bír továbbá a székely emberek vendégszeretete, a helyi gasztronómiai kínálat, a kulturális örökség és a népi hagyományok. A régió turizmusát meghatározó vonzerők így legalább ötféle csoportba összegezhetők: gyógytényezők; eredeti faluképek-falusi tájak – folklór-népművészeti értékek; vallási helyszínek; természeti tájak-tavak-geológiai formációk; települések–kulturális és sportrendezvények–múzeumok.

A vidék sokszínűsége és gazdagsága számos lehetőséget kínál a látogatóknak a felfedezésre és a pihenésre. Székelyföld tele van történelmi emlékekkel és kulturális látnivalókkal, az erődtemplomok, középkori városok és várak, pl. Bukovina az UNESCO világörökség részeit képező kolostorai, Máramaros világörökségi minősítést nyert fatemplomai lehetőséget kínálnak, hogy a látogatók megismerjék a régió gazdag történelmét és kulturális örökségét. A vidék domborzata változatos, így ideális helyszínt kínál a természetjárók és túrázók számára. A hegyek, erdők, völgyek és tavak lehetőséget biztosítanak a kirándulásokhoz, túrákhoz és különféle szabadidős tevékenységekhez. A Hargita, a Kovászna és a Maros megyéket magában foglaló régióban számos természetvédelmi terület és nemzeti park található, melyekben a védett növény- és állatfajok mellett lenyűgöző panorámák és természeti csodák is várják a látogatókat. A természeti világörökség részét képező Duna-delta nagy kiterjedésű bioszféra rezervátumként vált ismertté.

A Székelyföld gasztronómiai különlegességei és hagyományai is vonzóvá teszik. A helyi éttermek és vendéglők kínálják a hagyományos székely ételeket és italokat, melyek egyedülálló ízvilágot és gasztronómiai élményt nyújtanak. Egész évben számos kulturális eseménynek és fesztiválnak ad otthont. Az ünnepek, népművészeti vásárok, gasztronómiai fesztiválok és zenei rendezvények lehetőséget kínálnak a színvonalas szórakozásra. Bánságnak, Körösvidéknek ill. Partiumnak és Erdélynek a multi-kulturalitása, ezen belül pedig Székelyföld sajátos etnikai-kulturális jellege is hordoz vonzerőt.

Az elmúlt években Románia számos európai ország állampolgárának kedvelt úti céljává vált, a turisták több mint 60%-a az EU tagállamaiból érkezik, és Bulgária, Görögország, Olaszország és Spanyolország kínálatával versenyez. A tengerpart üdülőhelyei, Mamaia, Eforie, Mangalia, Neptun stb., a magyar turisták számára is jól ismertek. (6. sz. kép)



6 sz. kép: A tengerpart üdülőhelyek (Forrás: <https://www.szekelyfoldiinfo.ro/>)

Székelyföld egész évben képes turistákat vonzani, nem jellemzi erős szezonalitás, vonzóak a természeti és a kulturális értékei (7. és 8 sz. kép) a tiszta környezet, a vendégszeretet, de egyes helyszínek jobban látogatottak, míg más helyszínek még nem jelennek meg a turisztikai térképen. (Tózsér, Bánhidi, 2016)



7. sz. kép: Torockó | Székelykő (Forrás: <https://www.szekelyfoldiinfo.ro/>)

Kiaknázásra várnak a vulkáni utóműködésekkel kapcsolatos gyógyhatású természetes száraz gázömlések, fürdők és ásványvizek, a kelet-erdélyi sóövezet (parajdi sóbánya, szovátai sós tavak) (4. sz. kép). Jelentős potenciálokat jelenthet a viszonylag még jó állapotban levő erdős, legelő, rétlápi ökoszisztémák és a biodiverzitás, a nagyvadak (medve, farkas, hiúz, szarvas, vaddisznó, őz) viszonylagos bősége, a hagyományos népi kultúra még meglévő, de rohamosan átalakuló tárgyi és építészeti, valamint szellemi öröksége.



8. számú kép: Szováta, Medve-tó (Forrás: <https://www.szekelyfoldiinfo.ro/>)

A turizmusban megjelenők nemzetiségi megoszlását tekintve Székelyföldet elsősorban átlag feletti fizetőképességű román turisták látogatják 68%-ban, a turisták további 25%-a Magyarországról érkezik, azonban részarányuk folyamatosan csökken. A belföldi (román) turisták jelenleg egy-egy településre utaznak (Kovászna, Szováta, Parajd, Tusnádfürdő) és nem „Székelyföldre”. A korábban elkészült kutatások is megállapították, hogy a szakemberek szükségesnek tartják a Székelyföld márka megjelenítését, az etnikai turizmust is erősítheti. (Tózsér, Bánhidi, 2016)

Székelyföld gazdasági helyzete sok kihívással néz szembe, az egyik legnagyobb kihívást jelenti Székelyföld számára a munkanélküliség és az elvándorlás problémája. A hiányzó munkalehetőségek és a gazdasági fejlődés lassúsága miatt sok fiatal dönt úgy, hogy más területekre vagy akár külföldre költözik munka és jobb életkörülmények reményében. Az infrastrukturális fejlesztések hiánya a rossz minőségű utak, a gyenge közlekedési infrastruktúra és az elégtelen szolgáltatások gátolják a vállalkozások fejlődését és a turizmus potenciáljának teljes kiaknázását. A régió gazdasága hagyományosan az ipari és mezőgazdasági termelésre épült, azonban ezek a szektorok nem mindig képesek tartani a lépést a modern gazdasági trendekkel és elvárásokkal. Számos közösségi fejlesztési projekt és kezdeményezés létezik Székelyföldön. Ezek a projektek általában a helyi közösségek együttműködésére és részvételére építenek.

3.2. Pálinkafőzés hagyományai a régióban

A pálinka előállítás és fogyasztása több évszázados hagyományokra vezethető vissza. Magyarországon a pálinka történetének első biztos adata a 14. század elejére tehető. Praevotius, a páduai egyetem tanára 1656-ban megjelent munkájában írta, hogy Károly Róbert (1308-1342) királyunk köszvényét felesége, Erzsébet királyné rozmaringos aqua vitae-vel gyógyította, mely más szerzőknél is megjelenik mint az aqua vitae reginae Hungariae-t, azaz „a magyar királyné életvize”. Ez valószínűleg gyógyszerként használt borpárlat volt. Ezt követően 1439-ben, a felvidéki Bártfa számadáskönyvében találkozunk az égettbor kifejezéssel, majd egy év múlva előkerül az első barackpálinkára utaló emlék, amikor is azt jegyezték fel, hogy hat német és három magyar kofa pálinkának való barackot árult a budai piacon. 1570-ben már nem latinul, hanem magyarul bukkan fel az „égett bor” elnevezés, miközben a jelentése is kibővül, a borból, gabonából és gyümölcsből égetett szeszesitalra egyaránt vonatkozott. Az égettbor kifejezés az Erdélyi Magyar Szótörténeti Tárból is megtalálható. (Balázs, 2004)

Jövedelmező foglalkozásnak bizonyult a pálinkafőzés és a kocsmárlás Székelyföldön is. 1713-ban 7 pálinkafőző üstöt és egy sörfőzőt írtak össze Csíkszeredában, 1722-ben kilencet, illetve 5-öt. 1733-ban a szeszesital készítésére használt edények száma 22-re emelkedett. Ebből 17 pálinkafőző- és 5 sörfőzőüst volt. Gyakorlatilag ekkor minden második háznál főzték a pálinkát vagy a sört. Ínséges időkben a Főkormánysház megtiltotta a gabonának italkészítésre való használatát. Gyakoriak a tiltások, de azokat nem igen tartották tiszteletben, hiszen a bármikor értékesíthető szeszesital biztos pénzforrásnak számított. Egy 1715. májusi folyamodványukban a székely rendek, többek között, az „égettbor” készítés tilalmának a feloldását is kérték. Egyik érvük az volt, hogy „az égettbor főzés tilalmát, üstöknek elszedését nemesi szabadságunk megbántódására lenni tapasztaljuk”. A másik, hogy olyanok, akik az adót nem is fizetik - egyháziak, zsidók, németek, markotányok és rácák - szabadon főzik a pálinkát és károsítják az országot. Számukra a pálinkából való pénz biztosítja az adójuk jelentős részét, és ezért a szabad pálinkafőzés a haza hasznára válik. Arra kérik a Főkormánysházakat, hogy csak egyes termékeknek pálinkafőzésre való használatát tiltsa meg, ne az egészét. A kapott választ nem ismerjük, de ismert tény, hogy a főhatóság a továbbiakban is az évi termés hozamától tette függővé a gabonának pálinkafőzésre való felhasználását. Jó gabonatermés idején nem tiltotta azt, gyenge vagy rossz terméskor, annál inkább, még az üstöket is elkoboztatta. A pálinkát rendszerint rozból főzték, a sört tavaszgabonából (árpából). 1727-ben írják, hogy „ha mikor Isten tavasz gabonát ad, és az portieiből (az adóból) maradhat valami részecske, abból sert

szoktak főzni az emberek, ha csak egyszer vagy kétszer is esztendőnként, amikor kalákát tart trágyázáson, kik is ha két-három polturát is eladtak belőle”. (Pál-Antal Sándor, 2010)

Az ital beszerzése és szabad árusítása, a kocsmárlás kérdése szinte mindennapi volt ebben az időszakban. A Székelyföldön általában, Csíkszeredában is, az ital árusítása nem volt egyedárú jellegű. A város az 1730-as évekig nem tartott fenn saját kocsmát, és meg sem tiltotta az italkészítést (pálinka- és sörfőzést), valamint a kocsmatartást magánszemélyek számára. Az árusítás után azonban illetéket szedett, legalábbis a bor után. Az 1713- évi összeírásban megjegyzik, hogy: „Város számára való kocsmá nincsen, hanem az városiak, az kit bort korcsomárolnak, egy negyvenestől fizetnek az város számára denarum 36.”

Más székely mezővárosok gyakorlatához hasonlóan a Csíkszeredai polgárok is szabadon árusíthatták italaikat. Mivel itt a szőlő nem termett, a bort máshonnan hozták, a Küküllők vidékéről, de Moldvából és Havasalföldről is, és azt árusították házaknál, vagy a piacon. A méhsört is idegenből hozták. Helyben az árpasört és a gabonapálinkát főzték, nemcsak saját szükségre, hanem eladásra is. Az italkimérés után illetéket fizettek a tanácsnak. Ez az illeték 1713-ban 36 dénár volt egy 40 vedres hordó bor után.

Csíkszentkirályon a mezőgazdaság terményeit feldolgozva a lakosság sör- és pálinkafőzéssel is foglalkozott. A székelyföldi kulacs a székely identitás fontos része. A kulacs vagy csutora, eleink régi nevén, azaz személyes, állandó használatra való, korong alakú, lapos vagy domború oldalú, rövid nyakú, fa ivóedénye volt. Kisebb mennyiségű italfélék (ivóvíz, bor, pálinka) tárolására és személyes szállítására szolgált. A társadalom minden rétege használta, kisebb-nagyobb távok megtételekor, mezőre, erdőre, lovas-, szekeres utazáskor, vadászaton. Használatuk főként azután vált országossá, miután a 18. században, az osztrák-magyar hadsereg ivóedénye lett (hadi csutorák, kulacsok). Ennek az edénytípusnak elnevezése magyarul a területeken tájegységekként változó, a Dunántúlon és a Felföldön inkább a „csutora”, míg a „kulacs” megnevezést az Alföldön és Erdélyben találjuk meg, de a nagyobb méretűeket vetelérnek, csobolyónak is mondták.



9 sz. kép: Fakulacs, Csík, 1837 (Forrás: Csíki Székely Múzeum)

A pálinkafőzés hagyományosan fontos gazdasági tevékenység volt sok vidéki régióban. A gyümölcstermesztés mellett a pálinkafőzés lehetőséget teremtett a gazdálkodóknak a gyümölcsök értékesítésére és feldolgozására, így hozzájárulva a vidéki gazdaság fejlődéséhez és fenntarthatóságához. A pálinkafőzés és a pálinkafogyasztás számos kulturális és társadalmi esemény fontos részévé vált. Ünnepek, esküvők, rendezvények és egyéb események alkalmával a pálinka gyakran központi szerepet tölt be, mint a közösségi együttlét és az összetartozás jelképe. Székelyföldön régi hagyomány a kaláka. Sok régióban a pálinka egyfajta helyi identitást és büszkeséget jelképez. A helyi pálinkakészítési tradíciók és receptek ápolása és megőrzése fontos része a helyi kulturális örökségnek, és gyakran azonosítják a régióval azon kívül, hogy ízletes ital. Ezek eredetisége a hagyományos, őshonos gyümölcsfajtákból készült párlatokban rejlik. (Fejér György, Vass László, 1818)

Székelyföld őshonos almafajtái rendkívül gazdagok és változatosak, melyeket évszázadok során alakítottak ki a helyi adottságokhoz és igényekhez. Ezek a fajták nem csupán ízletes és értékes gyümölcsöket adnak, de a tájképi összkép fontos elemei is, és jelentős szerepet játszanak a mezőgazdaságban és a biodiverzitás megőrzésében.

Ilyenek a Batul alma (10 sz. kép), Pónyik alma vagy a Nemes sóvári (11 sz.kép)



10 sz. kép: Batul alma (Forrás: [Kesselyák Rita - Punktum Galéria \(punktumgaleria.hu\)](http://Kesselyák Rita - Punktum Galéria (punktumgaleria.hu)))



• *Nemes sóvári alma* •

11 sz. kép.: *Nemes sóvári alma.* (Forrás: [Kesselyák Rita - Punktum Galéria](#))

Régi fajták gyümölcsminőségi tulajdonságai különböznek mai világfajtáktól, rendkívüli alakgazdagságuk, sajátos zamatok miatt kedveltek a régi ízeket kedvelő fogyasztók körében. Éppen ezért, ezeket a fajtákat kellene előtérbe helyezni, mint friss fogyasztás, mint feldolgozás céljából, beleértve a pálinkakészítést is. Feladatunk a régi magyar fajták újra értékelése, újra megismertetése a fogyasztókkal, választékbővítés.

A Székelyföld rendkívül gazdag más őshonos gyümölcsfajtákban is így körték (Sóvári körte, Erdélyi muskotálykörte, Székely körte), szilvák (Besztercei szilva, Leányka szilva, Cacali szilva, Fenyőgyöngye szilva), valamint vadon termő gyümölcsök: naspolya, berkenye, galagonya, csipkebogyó, som, áfonya, kökény, amely mind kiváló alapanyag pálinkának.

A pálinkafogyasztás Székelyföldön mélyen beágyazódott a mindennapi életbe és a kultúrába, a vendégszeretet, a közösség és a hagyományok szimbólumáról is. Az utóbbi időben a pálinkafogyasztási szokások Székelyföldön is változnak, mivel a fiatalabb generációk körében egyre népszerűbbek a koktélok és a long drinkek, melyekben pálinkát is használnak. A kereslet növekszik a prémium minőségű pálinkák iránt, melyeket gondosan válogatott gyümölcsökből és hagyományos kisüsti vagy egymenetben lepárló eljárással készítenek. (Balázs Géza, 1998)

4. KUTATÁSI EREDMÉNYEK ÉS ÉRTÉKELEÉSÜK

4.1. A pálinka megítélése, és lehetőségei termelők, vendéglátóhelyek és fogyasztók körében

A pálinka szerepének, kedveltségének meghatározására kérdőívek segítségével gyűjtöttem adatokat, melyek elektronikusan kerültek kiküldésre. A kérdőívek a 1. számú mellékletben találhatóak. A széleskörű adatgyűjtés érdekében igyekeztem célközönségre bontottan pálinkatermelőkkel, a fogyasztókkal, a vendéglátókkal, valamint a pálinkakóstoló rendezvények szervezőitől külön-külön adatokat gyűjteni. A kutatás specifikus, így nem reprezentatív, hiszen kérdőívemmel a székelyföldi pálinkafogyasztók szokásait, a székelyföldi vendéglátóhelyek és székelyföldi kóstolót tartó szakemberek válaszait gyűjtöttem össze. Vizsgáltam attitűdjeiket és preferenciáikat ezzel átfogó képet alkotni a régió pálinkakultúrájáról, és megérteni a pálinka helyét a helyi identitásban és társadalmi életmódban.

4.2. Fogyasztói vélemények

A székelyföldi pálinkakultúra mélyebb megértése érdekében fogyasztóknak készített kérdőívemet 232 fő töltötte ki, akik életkor szerint 18-72 év közöttiek. A válaszadók mindegyike fogyaszt alkoholt, többségben vannak az alkalmakor (55%) és a havonta fogyasztók, akik együttesen 66,8%-ot képviselnek a válaszadók között. Azt, hogy naponta fogyaszt pálinkát csak a válaszadók 5,2%-a vállalta. A válaszadók majdnem azonos 1/3-1/3 arányban jelölték meg azokat a különféle társas eseményeket melyek alkoholfogyasztás motivációját jelentik.

A beszerzés forrásaként 88,6% jelölte meg az, hogy közvetlenül a pálinkakészítőtől vásárol, és csak 10,9% veszi a pálinkát üzletekben. A válaszadók között nagy arányban szerepelnek azok akik maguk is készítenek pálinkát.

A kívánatos pálinka választását számos tényező befolyásolja, az első szempont a gyümölcs fajtája (37,1%), a készítő másodlagos (27,8%), a harmadik legfontosabbnak az árat (11,4%), jelölték meg. A pálinkaversenyeken elért eredmények is fontosnak tűnnek, mert mintegy ötöde (20,9%) a válaszadóknak keresi a díjazott termékeket. A fogyasztóknak az alkoholtartalom kevésbé tűnik fontosnak (15,6%), mint ahogy a csomagolás (7,6%) sem számít fontos tényezőnek. Javulni látszik az az elképzelés miszerint egy pálinka nem kerülhet többé 50 RON-nál (cca. 4.000 Ft), mert arra a kérdésre, hogy mennyit hajlandó fizetni egy palack pálinkáért, csak a válaszadók 16,1% írta az 50 RON-t. Abból, hogy a 100 RON-t is kifizetni hajlandó

személyek száma több mint 53%, arra következtethetünk, hogy a minőségi pálinkára kezd nagyobb igény lenni, főleg ha hozzászámoljuk azon fogyasztók számát akik 150 vagy akár 200 lejt is adnának egy-egy üveg pálinkáért.

Mindenképp megosztottságot jelent, miszerint Székelyföldön van jó és rossz minőségű pálinka is, majdnem minden második fogyasztó állítja ezt (40,9%). A válaszok 24,1%-a szerint vannak a készítőknél minőségi termékei, és 18,2% szerint biztosan a jó minőség a jellemző a pálinkákra. Nem meglepő a még mindig magas alkoholtartalmú pálinkák (ez 48-52%-os alkoholfokot jelent) jelenléte, ez a hagyományos vonalat erősíti.

A válaszadók 72,1 % szerint a székely vendégszeretet és vidámság hírnöke a pálinka, és közösségi események velejárója is. Nem elhanyagolható az sem, hogy bevételi forrásként 16,5% tekint rá. A válaszadók kisebb százaléka káros és gyógyhatásúnak is minősítette a pálinkát. Olyan érdekes válaszokat is adtak, mint hogy Zsíroldó; Jobban lehet kommunikálni; Egy finom pálinkával sok mindent is el lehet „intézni”; ami azt mutatja, számos dologban tartják fontosnak és ezek a válaszok a tradicionális szerepét is erősítették. A fogyasztók több mint 60% úgy gondolja, hogy a pálinka segíthet ellazulni és oldja a stresszt.

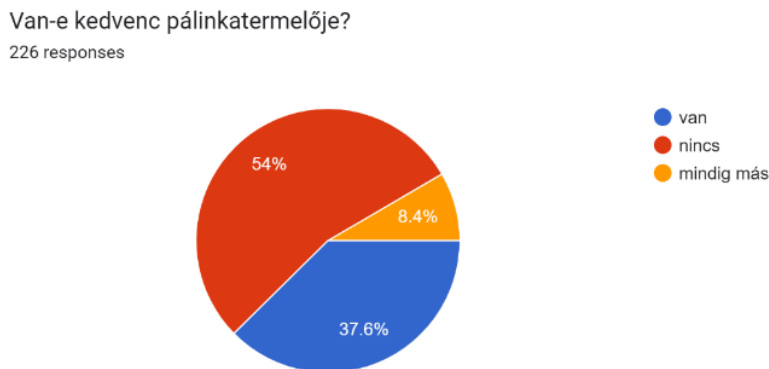
A pálinka típusa tekintetében a gyümölcstípus kiválasztása a legfontosabb (72.2%) szempont, és az alacsonyabb alkoholtartalmú ital a kedveltebb szemben a magasabb alkoholtartalmúval. A palackok mérete tekintetében a fél literes palackba csomagolt méretet kedvelik 51,4%-ban a válaszadók. Ha megvizsgáljuk a többi kiszerezést, azt láthatjuk, hogy a 0,75 és az 1 literes vagy annál nagyobbak aránya is igen kedvelt, de ez nagy valószínűséggel azt jelenti, hogy a pálinka zügődzéből, magánfőzötől származik, ugyanis a kereskedelemben nem nagyon találunk pálinkát 0,75 l feletti kiszerezésben.

A kérdésekre az általuk ismert pálinkafőzdek neveit a válaszadók 50%-a adta meg. A válaszok alapján kijelenthető, hogy a legtöbbet megjelölt főzde nem kereskedelmi üzem, vagy annak márkája volt, hanem házi, magánfőzők terméke ez több mint 45%-ot jelentett. Nagy ismertségnek örvend a Potio Nobilis, Sepsiszentgyörgyről, aki talán a legnagyobb minőségi pálinka képviselője Székelyföldön így az ő említése az összes 11,4%. A harmadik a szintén minőségi pálinkát és párlatot előállító székelyudvarhelyi Jammy Pálinka került 7,3%-al. A felsorolásból nem maradtak ki az olyan, méltán híres magyarországi főzdek sem, mint az Agárdi Pálinkaház, Árpád Pálinka, Panyolai Pálinkafőzde, Bestillo Pálinkaház, Rézangyal Pálinka, Bolyhos Pálinkafőzde, valamint Szicsek Pálinkafőzde, de ők összesen az említések 11,4%-át tették ki. A Zwack Füttyülős, valamint Unicum termékeket is megemlítették, annak ellenére, hogy ezek nem ebbe a termék kategóriába tartoznak, így azok a fogyasztók, akik nem

adtak meg kereskedelmi főzde nevet, vagy nem ebbe a kategóriába tartozó terméket jelöltek meg összesen 13,8%-os a részarányúak.

A fogyasztók választásai során 57,4%-ban a barátoktól, ismerősöktől kapott információkat, tapasztalatokat, tartják a legfontosabb információ forrásnak, 26,5%-uk kóstolókon szerzett tapasztalatok alapján és csak 10%-uk interneten szerzett adatok birtokában hozza meg döntését. Bár azt láthattuk, hogy online felületeken csak igen kevesen vásárolnak, a megjelölt források között a finestore.ro weboldalt, az emag.ro-t, a Travefree, a King, valamint a Facebook Market felületeit jelölték meg.

A fogyasztók márkahűségét tekintve elmondható, hogy csak 37,6%-nak van kedvenc pálinkakészítője, 8,4%-uk pedig nem is márkahű. (8 sz. ábra)



12 sz. ábra

A beszerzési források megoszlása nem okozott meglepetést, a fogyasztók 45,2%-a gyakorlatilag magánfőzőktől szerzi be kedvenc párlatát, 13% nem jelölt meg beszerzési forrást. A többiek kereskedelmi üzletláncokban vásárolnak, ezek között 8,3% a szupermarketben, 8,3% a Merkur székelgyföldi üzletláncban, 7,1% az Amigo helyi üzletlánc polcairól, további 7,1% helyi vásárokon, piacokon vásárolnak. A beszerzési lehetőségekre vonatkozóan a képet árnyalja, hogy a válaszadók 54,6%-a szerint nincs elegendő bolt, ahol minőségi pálinkát lehetne vásárolni, és további 24,2%-uk szerint a magas árak is gátolják a vásárlást. Nem meglepő, hogy 36,2%-uk szívesen látna több pálinkát szaküzletekben, és közel ennyien 35,9%-ban több rendezvényt és kóstolót is támogatnának.

A pálinka klasszikus, vagyis tisztán történő fogyasztása jellemző a válaszadókra (50,7%), de 32,2%-uk vízzel kísérve fogyasztja. A pálinka és étel párosításoknál a választható 37,9%-ban zsíros ételek kísérőjeként, 21,8%-ban grillezett ételekkel párosítva fogyasztják, és 27,3%-ban vallják, hogy minden étkezés előtt el kell fogyasztani egy kupicával. A fogyasztás terén

azonban 42,4%-uk úgy véli a fogyasztására időt kell szánni, 34,3%-uk szerint pedig a mértékletesség is előtérbe helyezendő. 30,5%-uk szívesen kóstolna új fajtákat, és 24,9%-uk szívesesen venne részt kóstolókon is. A válaszadók 25,4%-a szerint a legfontosabb szerepe a pálinkának a Székely vendégszeretet megmutatása, 20,8%-uk szerint kifejezetten a Székely identitás része is. Az ismeretterjesztés tekintetében egyöntetűen kevésnek tartják az információkat, 65,8%-a gondolta úgy nincs vagy kevés az edukáció és ismeretterjesztés a pálinkáról. A pálinka jövőjét tekintve a többség fejlődést 45,5% vár.

4.3. Székelyföldi kereskedelmi főzdek felmérése

Tekintettel arra, hogy csak 8 kereskedelmi főzde működik Székelyföldön, több kérdés esetében a százalékos meghatározást nem találtam relevánsnak, így a konkrét darabszámokat tüntettem fel. A kapott válaszok alapján a főzdek fele 10 évnél fiatalabb alapítású, 2 üzem pedig több mint 20 éve végzi tevékenységét, így nagyobb tapasztalatokkal rendelkeznek.

Saját bevallásuk szerint a 4 főzde többnyire a minőséget helyezi előtérbe, (ezek az újabb alapítású vállalkozások) 2 főzde pedig a prémium kategóriába sorolja magát.

A főzde alapítása terén a legnagyobb motivációt az alkotni vágyás jelentette mindenkinek, a kihívás és pénzügyi lehetőség is egyforma fontosságú volt 6 főzde esetében. Csak 3 főzde gondolta úgy megalakulásakor, hogy rossz minőségű párlatok voltak a piacon, ezért kezdtek a vállalkozásba.

A kihívások tekintetében a három legfőbb problémát egyértelműen mindenkinek a gyümölcs magas beszerzési ára, 1 kivétellel a megnövekedett üvegpalackok és a törvényi szabályozás jelenti. 2 főzde nem indult versenyen, a többi 6 kereskedelmi főzde ért már el sikereket versenyen, 5 főzde számos aranyéremmel és 2 több champion és legjobb főzde díjjal is büszkélkedhet. A főzdek között abban egyetértés van, hogy a hagyományok és a Székely élet szerves része a pálinka, ezt minden válaszadó egységesen jelölte.

Arra a kérdésre, hogy mit jelent a pálinka számukra igen változatos szabadszöveges választ adtak, itt olyan jelzőket használtak többségében, mint az alkotás, bevétel, siker, finom ízek, kiteljesedés, büszkeséget, jövedelem.

A székelyföldi párlatok jellemzésére 7-en elsőként a magas alkoholfokot jelölték, mint legfontosabb tulajdonságot, 5-en a hagyományosságát, majd az eredeti aromák és technológiai hibák következtek, mint legfontosabb jellemző. Az újonnan létesített 4 főzde szerint, a hagyományosan előállított pálinka, gyakran rossz minőségű gyümölcsből cefrészési hibákkal tüzdelve, valamint lepárlási hibákkal készül. A többiek szerint ez az irány jó, ezt keresik a

fogyasztók, vagyis a hagyományos ízvilág, eredeti aromák, testes, lekváros jegyek, valamint magas alkoholfokot.

A 4 újabb főzde szerint nincs probléma a versenyhelyezettel, a többiek szerint pedig túl sok a lepárlóüzem. A pálinkakészítés jövőbeni helyzete tekintetében inkább realisták, mert bár a törvények módosítását szívesen vennék, abban pozitív változási lehetőséget látnak.

A főzdek közül gyümölcspárlatot mindenki készít, azonban seprőpárlatot egyikük sem. Ágyaspálinkát a főzdek 50%-a törkölypárlatot, zöldségpárlatot és érlelt párlatot viszont csak 1-1 főzde. Klasszikus, őshonos gyümölcsből mindenki főz, vadgyümölcsből 4, zöldségből 2, déli gyümölcsből viszont csak 1 főző készít párlatot.

A feldolgozott gyümölcsök 50%-ban Romániából származnak, melyek 75%-ban helyi székely termelők kereskedőktől érkeznek. A külföldi beszerzés 90 %-ban Magyarországról történik.

A főzdek alkalmazott technológiájáról az mondható el, hogy 5 üzem kisüsti rendszerrel foglalkozik 3 egylépcsős módszerrel dolgozik. Teljes technológiai gépsora csak 3 üzemnek van, 3 főzdenek nincs, de szerintük nem is kell, 2 lepárlóüzem jelezte modernizálni szeretne.

Mindenki úgy gondolta, hogy fontos a lepárlás közbeni elválasztás, az előpárlat, valamint az utópárlat elvétele. Más kérdés, hogy nem azonos az elképzelés, főként az utópárlat elválasztásánál. 7-en fontosnak tartják a gyümölcs érettségi fokot, 5-en a gyümölcsminőséget, és csak 4-en a feldolgozást és a cefretárolást. A lepárlóüzemek fele igyekszik mindig ugyanolyan minőségű gyümölcsöt vásároljon. A főzdek többsége Erdélyben, azon belül főként Székelyföldön, adja el termékét, csak 1 főzde értékesít határon túlra is.

A gyümölcspárlat iránti keresletet a többségük véleménye szerint túlnyomó részt az ár határozza meg. Az értékesítés támogatására a lepárlóüzemek fele végez felméréseket a vásárlói szokások, igények felmérésére és ezekből 3 költ márképítésre és online marketingstratégiára. 2 főzde pedig azt nyilatkozta, nincs szüksége ilyesmire, ugyanis a teljes készletét eladja.

Értékesítésüket boltokon keresztül végzik, ahol minden válaszadó főzde terméke jelen van, csak 1 főzde árul nagykereskedőn keresztül. Többségük jelen van a vendéglőkben, online felülettel és értékesítési formával csak 3 üzem próbálkozik, és ezek közül csak 1 számolt be pozitív eredményekről. A hitelesség segít a brandépítésben minden főzde esetében, de csak 4 főzde állítja, hogy fontos egy kiváló minőségű párlat előállítására vagy a közösségi médiában jelen lenni.

Jövőbeni terveikkel kapcsolatosan az látható, hogy az új piacokat mindenki keresi, de csak a főzdek negyede (két főzde) tervei között szerepel az innováció és a magas minőségre való törekedés. Sokan előre menekülnek, 6 főzde a mennyiség növekedését tervezi. A

lepárlóüzemek fele tervez új berendezéseket beszerezni, 3 üzem marketingbe és új ültetvényben gondolkodik, de van két gyártó aki a kutatást, fejlesztést jelölte meg céljául. 6 üzemben gondolják úgy, hogy új termékkel szükséges színesíteni a termékpalettájukat, ők 60%-ban új gyümölcs-, vagy zöldségpárlattal, 20-20%-ban likőr, érlelt és ágyas termékkel.

Az együttműködéstől elzárkóznak 7 főzde szerinti is egyedül jobban érvényesülnek.

A fogyasztók felé eljuttatni kívánt üzeneteik azért érdekesek, mert csak 7 főzde gondolja úgy, hogy az, hogy 100% természets alapanyagból dolgoznak fontos információ. Minden főzde úgy látják, a pálinka kizárólag pozitív élettani hatásokkal jár, a túlzott alkoholfogyasztás veszélye csak 3 főzde válaszában kapott szerepet. A pálinkatermelőként vállalt felelősség tekintetében is hasonlóan gondolkodna a tradíció és minőség a legfontosabb, a környezetvédelem gyerekcipőben jár, mindössze 1 üzem vallotta fontosnak.

Mindössze 3 üzemből jött bátorító üzenet, a többinél eltanácsoltak attól, hogy új főzdet hozzak létre, mert a többség szerint (6 főzde) stagnáló vagy negatív kilátások vannak a pálinka jövőjét tekintve, mindössze 2 üzem állította azt, hogy javulni fog.

4.4. Vendéglátóipari felmérés:

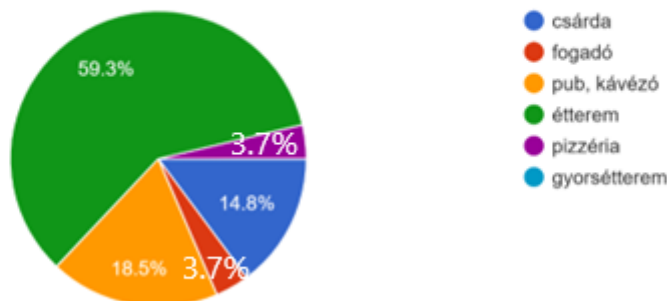
A vendéglátóhelyek felkeresésével arra igyekeztem adatokat gyűjteni, hogy milyen termékeket és milyen vendégkörnek értékesítenek, valamint, hogy hol van a szerepük a pálinka értékesítésében. 27 székelyföldi étteremtől kaptam választ pálinkával kapcsolatos kérdőívemre. A válaszadó éttermek 63%-a több mint 10 éve üzemel, így tapasztalataik szerteágazóak.

Az éttermek besorolását a 13. sz. ábra mutaja, többségük vagyis 59,3 %, az általános étterem kategóriába sorolta magát. Az elnevezések a területen jól ismert kategóriák, nem minőségi besorolás, tradicionálisán kialakult megnevezések. Vendégkör tekintetében az éttermek fele helyi vendégekkel dolgozik, viszont 25,9%-uknál az országos vendégkör jellemző.

Az szeszital kínálatra adott válaszaik alapján, pozitívum, hogy minden étteremben tartanak pálinkát, 14,8%-ban pedig zöldségpárlatot is. A kínálatukba helyezést 81,5%-ban elsődleges a hagyományörzés és helyi szokások megismertetése motiválta. Csak a válaszadók 14,8%-nak fontos szempont, hogy Székelyföldi párlat legyen, azonban a többség 81,5%- ezt nem helyezi előtérbe a többiekénél nincs jelentősége. Az igényességet mutatja, hogy a minőség 70%-nál a második legfontosabb kérdés a pálinka kiválsztásánál.

Milyen típusú vendéglátó helyet üzemeltet?

27 responses



13. sz. ábra

A termékek árára, vagyis, hogy a megkérdezettek hova pozícionálják kínálatukban, nem konkrétan összességében voltam kíváncsi, hanem más szeszesitalokkal összehasonlítva, ami véleményem szerint az éttermek általi pozícióját segít megérteni. A válaszok 1/3-1/3 arányban az mutatják, hogy egy whiskyvel vagy vodkával azonos áron, drágábban és olcsóbban is megtaláljuk, a válaszokban nincs szignifikáns különbség. A válaszadók 48,1 %-a szerint a pálinkafogyasztás stagnál, 44,4%-nál viszont növekszik, de 81,5%-a nem lát szezonálisan változást a pálinka iránti keresletben. A fogyasztás társasági eseményeken : baráti, családi összejöveteleken jellemző, de feltehetően a vendégkörük összetétele miatt, és a válaszok között az ár és minőség szerinti választás közel azonosan 48,1% és 44,8%-ban játszik szerepet, a fogyasztóknak.

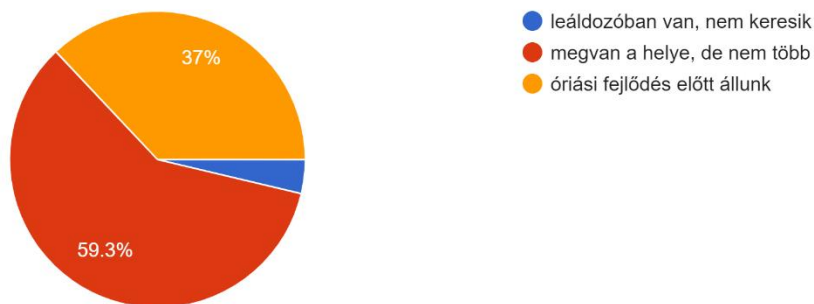
Az éttermek által tartott kínálatra nem kérdeztem rá, 7 gyümölcs és az érlelt valamint ágyas kategóriák közötti megoszlást vizsgáltam, amiből kiderült ezeket mindegyikét minden étterem tartja és a 3 legnépszerűbb gyümölcspálinka nem meglepő módon a kajszi, körte és szilva. A tradíciók miatt várható volt, hogy 88,5%-ban nem szolgáltatnak fel pálinkából készült koktélok. A pálinka népszerűsítésére nem használnak különösebben eszközöket ezt a feladatot 66,7 %-ban kizárólag a pincérekre bízzák, csak kis mértékben végeznek promóciós tevékenységet.

Az éttermek aktivitása a jövőbeni tevékenységben is igen nagy szórást mutat, mert 13 étterem elégedett a mostani forgalmával, 12 a növekedés érdekében kóstolókat bemutatók szervezését tervezi, ők, az aktívabb éttermek, azok a vendéglátóhelyek, akik növekvő forgalomról számoltak be és a rövidebb ideje vannak piacon.

A pálinka megítélése is igen beszédes, mert a válaszok 59,3%-a szerint a pálinka helye megvan a szolgáltatásukban, de nem különösebb jelentőségű. S amíg azt hogy leáldozóban elne a pálinkának nem gondolják, a válaszadók 37%-a gondolja azt óriási fejlődés várható. (14. sz. ábra)

Mit gondol a pálinka jövőjéről az éttermi gasztronómiában?

27 responses



14. számú ábra

4.5. Szakmai kóstolókat szervezők tapasztalatainak felmérése

5 olyan magánszemély tapasztalatait is felmérhettem, akik szerveznek pálinkakóstolókat Székelyföldön, 4 közülük a saját termékét kóstoltatja kevesebb mint 5 éve, 1 belföldi kereskedelmi termékeket ő több mint 5 éve.

A pálinkakóstolók szervezésének motivációi között első helyen mindenkinél a minőségi pálinka megismertetése állt. A második szempont egyenlő arányban a pálinka népszerűsítése és az új ízek bemutatása, csak a harmadik szempont a saját pálinka eladása.

Saját bevallásuk szerint mindenki prémium pálinkakóstolót szervez, ahol legalább 10 minta kóstolása történik és színes történetekkel is igyekeznek felkelteni az érdeklődést a pálinka iránt. Tematikus régiót, vagy egy gyümölcs típust bemutató kóstolót a válaszadók nem szerveznek. A kóstolókra 33,3%-ban a vendéglátó helyek meghívására kerül sor, 25-25%-ban intézmények cégek meghívására, vagy családi baráti társaságban, és csak 16,6%-ban valamilyen rendezvény programjaként. A kóstolók 33,3%-ban ételek felszolgálásával kiegészül. A kóstolók ára 150 RON-nál nem több, de 60%-ban 100 RON alatti.

A válaszadók mindegyike szerint gyerekcipőben jár a pálinkakóstolási kultúra Székelyföldön. A kóstolók 50%-ban gyümölcsparlatokat kóstoltatnak, ágyas és törköly termékeket egyáltalán nem. A kóstoltatni tervezett pálinkák kiválasztásánál 28-28 %-ban a vendégek igénye és

valamilyen kuriózum megmutatása, 21%-ban az őshonos tájjellegű termékek bemutatás kap szerepet. A válaszaik alapján bár a helyi termékek fontosak, a fogyasztók nem értékelik eléggé. Az egyes kóstolók kihívásait egyformán jelentik számukra a kóstoló helyszíne, a vendégszám mennyisége (túl sok, vagy kevés) és a megfelelően érdekes előadás összeállítása. Talán éppen ezért minden előadó tervez a jövőben tematikus kóstolókat, a gasztronómiával szorosabb összefűzését. A szakmabelieknek tartott webshopok és egyéni kóstolók kiszélesítésében további potenciálokat látnak. A válaszok alapján az látszik, hogy a minőségi pálinka és a színes fajtakínálat megismertetését 25-25%, valamint, hogy mit nem szabad csinálni és hogyan lehet jó pálinkát készíteni 15-15%-ban játszhat szerepet a pálinkakóstolókkal megmutatható ismeretekkel. Legfontosabb tanácsuk a vendégeknek, hogy legyenek nyitottak. A tapasztalataik egyöntetűen azt mutatják Székelyföldön egyre nyitottabbak az újdonságokra, azonban az alacsonyabb alkoholfok egyértelműen prioritásként jelentkeznek a fogyasztók részéről. Hátránynak látják, hogy bár a tanuláshoz egy pálinkakóstoló a legjobb módja, de, 4-en úgy tapasztalják a kulturált fogyasztás még nem megy, mert a kóstoló végére már nem figyelnek a vendégek.

5. ÖSSZEFOGLALÁS

A pálinka szerves része a székely identitásnak és fontos szerepet játszik a székely társadalmi és kulturális életben. A pálinka fogyasztási szokásai Székelyföldön változatosak, de a pálinkát általában ünnepi alkalmakkor, étkezések előtt vagy emésztés segítésére fogyasztják. Székelyföldön gazdag pálinkával kapcsolatos gasztronómiai hagyományok léteznek, amelyek a pálinkát a helyi konyha szerves részévé teszik. A pálinka fontos kulturális és gasztronómiai örökség Székelyföldön, amelyet meg kell őrizni és tovább kell adni a jövő generációinak.

A székelyföldi pálinka a régió ikonikus italaként foglal helyet a helyi gasztronómiában és kultúrában. A pálinkafőzés ősi hagyományai, a helyi gyümölcsök sokszínűsége és a pálinkák ízvilágának gazdagsága egyedülálló turisztikai vonzerőt jelentenek.

A székelyföldi pálinkakultúra mélyen gyökerezik a helyi hagyományokban, és a pálinka kiemelkedő szerepet játszik a társasági életben. Egyre több fogyasztó a minőségi, kézműves pálinkákat részesíti előnyben, és fontosnak tartja a tudatos fogyasztást. A pálinka beszerzésének elsődleges forrása a közvetlen vásárlás a pálinkakészítőtől, de a fogyasztók jelentős része maga is készít pálinkát. A pálinka választásánál a gyümölcsfajta a legfontosabb tényező, de a készítő és az ár is fontos szerepet játszik. A fogyasztók a pálinkát a székely vendégszeretet és identitás megtestesítőjeként tartják számon. Több edukációra és ismeretterjesztésre van szükség a pálinkakultúrával kapcsolatban. A pálinka jövője ígéretes, a fogyasztók többsége fejlődést vár.

Javaslatok további kutatásokra:

A pálinkakészítés technológiájának és a különböző gyümölcsfajtákból készült pálinkák ízvilágának alaposabb vizsgálata. A pálinkafogyasztás kulturális és társadalmi kontextusának mélyebb feltárása. A fogyasztók pálinkával kapcsolatos attitűdjeinek és preferenciáinak időbeli változásainak vizsgálata. A pálinka piaci potenciáljának és a székelyföldi pálinkakultúra turizmusban betöltött szerepének elemzése.

Székelyföldön a pálinkakészítés nem csupán egy iparág, hanem mélyen gyökerező hagyomány, amely szorosan összefonódik a helyi identitással. A felmérésben részt vevő 8 kereskedelmi főzde elkötelezettsége a minőség iránt, a pálinka iránti szenvedélyük és a tradíciók tisztelete mind ezt támasztja alá. A főzdek többsége a minőségi párlatok előállítására összpontosít, büszkék a termékeikre, és elkötelezettek a fogyasztói igények kielégítése iránt. A fogyasztói preferenciák alapján a gyümölcsfajta a legfontosabb tényező a pálinka kiválasztásakor, de a készítő hírneve és az ár is befolyásolja a vásárlást. A pálinkafogyasztás mértéktartó, tudatos

élvezetnek számít, szorosan kapcsolódik a vendégszeretet és a társasági összejövetelek hagyományaihoz. A felmérés rávilágít a székelyföldi pálinkafőzdeszek előtt álló kihívásokra is. A gyümölcs magas ára, a csomagolóanyagok drágulása és a jogszabályozási nehézségek mind komoly terheket rónak a vállalkozásokra. A jövőbeli fejlődéshez elengedhetetlen a hatékonyabb termelés, a piacok bővítése és a fogyasztói edukáció erősítése.

A felmérésben megfogalmazott tervek alapján a székelyföldi pálinkakultúra további fejlődése várható. A hagyományos értékek megőrzése mellett a főzdek nyitottak az innovációra, új piacok és fogyasztók bevonására törekszenek. A minőségi pálinkák iránti növekvő kereslet és a székelyföldi gasztronómiai turizmus fellendülése kedvező feltételeket teremthet a pálinkafőzdeszek számára a sikerhez.

Fontos megjegyezni, hogy a felmérésben az összes kereskedelmi főzde részt vett, így az eredmények többnyire tükrözik a teljes székelyföldi pálinkapiac helyzetét. További kutatásokra lenne szükség a pálinkakultúra mélyebb megértéséhez és a jövőbeli trendek pontosabb előrejelzéséhez.

A Székelyföld pálinkafőzdei elkötelezettek a minőség, a tradíciók és az innováció iránt. A jövőben a pálinka továbbra is fontos szerepet fog játszani a székely identitásban és a helyi gasztronómiai örökség megőrzésében.

A 27 székelyföldi étteremre kiterjedő felmérés alapján a pálinka kiemelkedő szerepet játszik a helyi vendéglátóhelyek kínálatában, és a székely identitás fontos eleme. A hagyományörzés és a helyi szokások megismertetése a pálinka kínálatba helyezésének elsődleges motivációja a válaszadók többsége számára. A vendégkör tekintetében az éttermek fele helyi vendégekkel dolgozik, de jelentős az országos vendégkör aránya is. A pálinka kínálatában a gyümölcs-, az érlelt- és az ágyaspárlatok egyaránt népszerűek, a 3 legnépszerűbb gyümölcspárlat a kajszi, a körte és a szilva. A pálinka fogyasztása stagnál vagy növekszik a válaszadók többsége szerint, szezonális ingadozást nem tapasztalnak. A fogyasztás társasági összejöveteleken jellemző, az ár és a minőség egyaránt fontos szerepet játszik a választásban. A pálinkakoktélok nem elterjedtek a székelyföldi vendéglátóhelyeken, a pálinka népszerűsítését elsősorban a pincérekre bízzák. A jövőbeni tervek között a kóstolók és bemutatók szervezése szerepel a növekedésre törekvő éttermeknél. A pálinka megítélése vegyes: a válaszadók többsége úgy gondolja, hogy a pálinkának megvan a helye a kínálatban, de nem tulajdonítanak neki kiemelkedő jelentőséget. Ugyanakkor a válaszadók jelentős része bízik a pálinka jövőjében, és óriási fejlődést vár.

Főbb következtetések:

A pálinka fontos szerepet játszik a székelyföldi vendéglátásban, és a helyi identitás fontos eleme. A pálinka kínálatában a gyümölcs-, az érlelt- és az ágyaspárlatok egyaránt népszerűek. A pálinka fogyasztása stagnál vagy növekszik, szezonális ingadozást nem tapasztalnak. A pálinkakoktélók nem elterjedtek a székelyföldi vendéglátóhelyeken. A pálinka népszerűsítését elsősorban a pincérekre bízák. A jövőbeni tervek között a kóstolók és bemutatók szervezése szerepel a növekedésre törekvő éttermeknél. A pálinka megítélése vegyes, de a válaszadók jelentős része bízik a pálinka jövőjében.

Javaslatok a további kutatásra:

A pálinkakoktélók népszerűsítésének lehetőségei Székelyföldön. A pálinka fogyasztásának trendjei a különböző vendégkörök körében. A pálinka marketingjének és értékesítésének hatékony stratégiái a vendéglátóhelyeken. A pálinka jövőjét befolyásoló tényezők elemzése. A székelyföldi pálinkakultúra gazdag örökséggel rendelkezik, és jelentős gazdasági potenciállal bír. A vendéglátóhelyeknek fontos szerepe van a pálinka népszerűsítésében és a fogyasztási kultúra alakításában. A további kutatások hozzájárulhatnak a pálinka piaci pozíciójának erősítéséhez és a székelyföldi gasztronómiai turizmus fellendüléséhez.

A 5 székelyföldi pálinkakóstoló szervező bevonásával készült felmérés alapján a pálinkakóstolók egyre népszerűbbek a régióban, de a kultúra még gyerekcipőben jár. A szervezők elkötelezettek a minőségi pálinka megismertetése és a pálinka népszerűsítése iránt, és prémium kóstolókat szerveznek, ahol legalább 10 mintát kóstolhatnak a résztvevők. A kóstolók leggyakoribb helyszíne a vendéglátóhely, de népszerűek a céges és családi kóstolók is. A kóstoltatott pálinkák kiválasztásánál a szervezők a vendégek igényeire, a helyi specialitásokra és a kuriózumokra összpontosítanak. A gyümölcspárlatok a legnépszerűbbek, de a jövőben tematikus kóstolók is várhatók. A jövőben a szervezők a gasztronómiával szorosabb összefonódást, a szakmabelieknek tartott kóstolók bővítését és a tematikus kóstolók szervezését tervezik. A pálinkakóstolók fontos szerepet játszhatnak a pálinkakultúra fejlődésében, és a fogyasztók edukálásában.

Főbb következtetések:

A székelyföldi pálinkakóstolók egyre népszerűbbek, de a kultúra még fejlődésre szorul. A szervezők elkötelezettek a minőségi pálinka iránt, és prémium kóstolókat szerveznek. A gyümölcspárlatok a legnépszerűbbek, de a jövőben tematikus kóstolók is várhatók. A kóstolók szervezői számos kihívással szembesülnek. A pálinkakóstolók fontos szerepet játszhatnak a

pálinkakultúra fejlődésében. A vendégeknek nyitottnak kell lenniük az újdonságokra, és bátran kell kóstolniuk a pálinkát.

Javaslatok a további kutatásra: A székelyföldi pálinkakóstolók fogyasztói preferenciáinak vizsgálata. A pálinkakóstolók hatékonyságának értékelése a pálinkakultúra fejlődésében. A pálinkakóstolók szervezésének legjobb gyakorlatainak feltérképezése.

A székelyföldi pálinkakultúra gazdag örökséggel rendelkezik, és jelentős gazdasági potenciállal bír. A pálinkakóstolók fontos szerepet játszanak a pálinka népszerűsítésében és a fogyasztási kultúra alakításában. A további kutatások hozzájárulhatnak a pálinkakultúra fejlődéséhez és a székelyföldi gasztronómiai turizmus fellendüléséhez.

A székelyföldi pálinkaturizmus az utóbbi években jelentős fejlődésen ment keresztül. Szaporodnak a pálinkafőzdek, a pálinkabárok és a pálinkakóstoló programok. A régióban egyre több turistát vonzanak a pálinkával kapcsolatos élmények, de ez még nagyon kezdeti fázisban van. Ha a Magyarországi szerepével összehasonlítjuk számos olyan eszközt találunk, mellyel kiaknázhatóak értékei. A turisztikai vonzerők erősítése érdekében, a pálinka használható lehet

- Pálinkára épülő tematikus utak szervezésével, ahol pálinkák sokszínűségére és tájjellegére alapozva gyümölcsösök látogatása és kóstolása, pálinkafőzési bemutatók, pálinkakóstolók különböző gyümölcsökből készült pálinkákból, pálinka és gasztronómia párosítások jöhetnek létre.
- Pálinka központú fesztiválok szervezése, a pálinkakultúra népszerűsítésére termelők bemutatkozására.
- A hagyományok és értékek összegyűjtése pálinkamúzeumok és bemutatóközpontok létrehozásával, az előállításához használt technológia bemutatása interaktív módon, a fogyasztásával összefüggő eszközök felsorakoztatása, ezek bemutatása workshopokon és kóstolókon.
- Pálinkás szálláshelyek és éttermek fejlesztése, a pálinkakultúrát integráló szálláshelyek és éttermek kínálata, pálinkás reggelik, pálinkás koktélok és ételek.
- Képzések és oktatások szervezése: célcsoportosan, vendéglátósok és turisztikai szakemberek számára és fogyasztók számára eltérő tudástartalommal az adott szintre igazítva.
- Marketing és promóció erősítése belföldön és külföldön, online és offline csatornákon.

- Együttműködés előmozdítása a pálinkafőzdek, turisztikai szolgáltatók és helyi önkormányzatok közötti a turisztikai kínálat bővítése és a marketing hatékonyságának javítása érdekében.

A kulturális örökség megőrzése és a helyi identitás erősítése kulcsfontosságú a fenntartható turizmus és a kulturális örökség megőrzése szempontjából. A helyi közösségek aktívabb bevonásával szervezett fesztiválok és rendezvények kiváló platformot nyújtanak a pálinkakultúra népszerűsítésére, a helyi termelők bemutatására és a turisták bevonására. Ezek a rendezvények kézműves vásárokat, pálinkakóstolókat, pálinkafőzési bemutatókat és kulturális programokat is magukba foglalhatnak.

A helyi termelők bevonásával új pálinkás termékek és szolgáltatások fejlesztése lehetséges, mint például pálinkás ételek, pálinkás koktélok, pálinkás ajándéktárgyak, pálinkás túrák és workshopok. Ezek a termékek és szolgáltatások hozzájárulnak a helyi gazdaság fellendüléséhez és a pálinkakultúra népszerűsítéséhez.

Oktatási programok és képzések szervezésével a helyi lakosság számára oktatási programok és képzések szervezése a pálinkakészítésről, a pálinkakultúráról és a turizmusról. Ezek a programok segíthetnek az érdeklődők tudásának és készségeinek fejlesztésében, ami új munkahelyek teremtéséhez és a helyi gazdaság fellendüléséhez vezethet.

A kulturális örökség megőrzése hozzájárul a helyi identitás erősítéséhez és a turisták számára egyedülálló élményeket nyújthat.

A székelyföldi pálinkaturizmusnak egyedülálló lehetősége van arra, hogy fenntartható és autentikus turisztikai attrakcióvá váljon, amely a helyi közösségek számára is előnyös. A székelyföldi pálinkakultúra összetett és sokszínű jelenség, amely további kutatást és feltárást igényel. A fenti javaslatok alapján további kutatások révén mélyebb betekintést nyerhetünk e páratlan kulturális örökségbe.

Irodalomjegyzék

- **Balázs Géza**, (1998) A magyar pálinka, Budapest: Alula Kiadó
- **Cheverton Péter**, (2005) A márkaimázs felépítése – Nélkülözhetetlen útmutató a márkamenedzsmenthez, Pécs Alexandra
- **Csűrös István**, (1981) A Nyugati-szigethegység élővilágáról, Tudományos és Enciklopédiai Könyvkiadó, Bukarest
- **Dennis, Duffy L.**, (1998) Customer loyalty strategies, Journal of Consumer Marketing
- **Elekes Tibor**, (2011) A természetföldrajzi adottságok és a közigazgatás térbeliségének kapcsolata a Székelyföldön
- **Elekes Tibor**, (2011) Székelyföld közigazgatás-földrajzi változásai, a 13. századtól napjainkig
- **Fodor Mónika és Totth Gedeon**, (2014) A pálinka vásárlási döntést befolyásoló tényezők Budapest, Budapesti Gazdasági Egyetem
- **Hübner János**, (1816) Mostani és régi nemzeteket, országokat, tartományokat, városokat, emlékezetre méltó mezővárosokat, helységeket, folyókat, tavakat, tengereket, öblöket, fokokat, szigeteket, hegyeket, erdőket, barlangokat, pénzeket, mértékeket
- **Jászberényi Melinda, Zátori Anita és Ásványi Katalin**, (2017) Fesztiváltrizmus, Budapest, Akadémia Kiadó
- **Kopcsay Lajos**, (2007) Lehet-e a pálinka turisztikai vonzerő Magyarországon? A falu
- **Kotler Philip**, (1986) The Prosumer Movement: a New Challenge For Marketers // NA Advances in Consumer Research
- **Marton Szabolcs**, (2004) Az italok és az italozás története, Pécs, JATE Press
- **Martonné Erdős Katalin**, (1998) Esettanulmányok a turisztikai erőforrások értékeléséről és a fejlesztés lehetőségeiről, Szolnok-Debrecen : Kereskedelmi és Gazdasági Fiskola és a Kossuth Lajos Tudományegyetem kiadása
- **McGovern, Patrick E.**, (2009) Uncorking the Past, The Quest for Wine, Beer, and Other Alcoholic Beverages, Berkeley, United States, University of California Press

- **Movsisyan S A**, (2016) Social media marketing strategy of Yerevan brandy
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1512188716300641>.
- **Pál-Antal Sándor**, (2010): Csíkszereda a 18. század elején, A Csíki Székely Múzeum Évkönyve 6.
- **Totth Gedeon, Dr. Fodor Mónika és Dr. Hlédik Erika**, (2014) A pálinka vásárlási döntést befolyásoló tényezők, Wessling Pálinka konferencia, Budapest
- **Tózsér Anett, Bánhidi Csilla**, (2022) Székelyföld turizmusa és turisztikai szervezeti rendszerének vizsgálata
- **WHO**, (2016)
http://www.who.int/gho/alcohol/consumption_levels/adult_recorded_percapita/en/.

Melléletek

1 sz. Melléklet: Pálinkafogyasztók Székelyföldön

Pálinkafogyasztók Székelyföldön

Pálinkafogyasztók felmérés

* Indicates required question

1. Mennyire gyakran fogyaszt pálinkát? *

Mark only one oval.

- naponta
- hetente
- havonta
- alkalmakkor

2. Milyen alkalmakkor fogyaszt pálinkát? *

Mark only one oval.

- hazaérek, s bedobok egy stampedlit
- hétvégén rokonokkal, haverokkal
- ritkán, ha vendégeim érkeznek vagy csak úgy
- csak összejövetelekkor, pl. lakodalom, keresztelő stb.

3. Többnyire hol szokott pálinkát vásárolni? *

Mark only one oval.

- boltban
- online rendelém
- direkt a pálinkakészítőtől

4. Milyen szempontok alapján választ pálinkát? *

Check all that apply.

- ki a készítő, gyártó
- csomagolás minősége
- mennyi az ára
- a gyümölcs alapján
- érlelés fajtája
- alkoholtartalom
- díjnyertes pálinka
- Other: _____

5. Mennyit hajlandó fizetni egy jó minőségű pálinkáért? *

Check all that apply.

- maximum 50 RON
- 100 RON körül
- megérhet 150 RON-t
- akár 200 RON felett is

6. Mi a véleménye a székelyföldi pálinkákról? *

Check all that apply.

- nagyon szeretem, jó minőség jellemzi
- van jó és rossz is
- gyenge minőségűek
- többnyire magas alkoholfok jellemzi
- csak néhány készítőnek vannak jó termékei

7. Ön szerint mi a pálinka szerepe a székely identitásban? *

Check all that apply.

- a pálinka a székely vendégszeretet és vidámság hírnöke
- gyakran közösségi esemény része
- bevételi forrást jelent a székelyföldi gazdák, termelők számára
- emésztésre, megfázásra és egyéb betegségekre alkalmazzák
- öl, butít és nyomorba dönt
- Other: _____

8. Mit gondol a pálinka fogyasztásának egészségügyi vonatkozásairól? *

Check all that apply.

- csökkentheti a szív- és érrendszeri betegségek kockázatát
- függőséget okozhat
- serkentheti az emésztést és elősegítheti a tápanyagok felszívódását
- egészségügyi problémához vezethet, pl. a májkárosodás, a szívbetegséget és az agyi károsodást
- gyomorfertőzések ellen is hatékony lehet
- növelheti a balesetek, sérülések és erőszakos cselekmények kockázatát.
- fájdalomcsillapító hatással bírhat, és enyhítheti a gyulladást.
- kölcsönhatásba léphet bizonyos gyógyszerekkel, és veszélyes mellékhatásokat okozhat
- a pálinka segíthet ellazulni és oldani a stresszt
- Other: _____

9. Milyen típusú pálinkákat vásárol a legszívesebben? *

Check all that apply.

- gyümölestípus alapján választok
- érlelt pálinkát
- alacsonyabb alkoholtartalmút, kb 40%
- magasabb alkoholfokút, kb. 50%
- szívesen veszek díjnyertes pálinkát
- alkalomfüggően, mindig mást
- Other: _____

10. Milyen kiszerelésben vásárol pálinkát? *

Check all that apply.

- 0.35 l
- 0.5 l
- 0.75 l
- legalább 1 l, vagy nagyobb kiszerelés, mert így olcsóbb
- Other: _____

11. Melyik kereskedelmi főzde termékeit ismeri és kedveli a legjobban?

12. Milyen forrásokból tájékozódik a pálinkákról? *

Check all that apply.

- internet
- helyi média
- ismerősök, haverok által
- kóstolók, rendezvények
- Other: _____

13. Van-e kedvenc pálinkatermelője? *

Mark only one oval.

- van
- nincs
- mindig más

14. Milyen online platformokon vásárol pálinkát?

15. Milyen offline üzletekben vásárol pálinkát?

16. Milyen kihívásokkal szembesült a pálinka vásárlása során? *

Check all that apply.

- online nem nagyon kapható
- kevés a bolt, ahol minőségi pálinka kapható
- túl nagy árak a jellemzőek
- nincs visszaváltás
- nincs kiszállítás
- Other: _____

17. Milyen javaslatai lennének a pálinka vásárlási folyamat javítására? *

Check all that apply.

- webáruház, ahol szélesebb a választék
- szakboltok
- több rendezvény és kóstoló
- üveg visszaváltás
- Other: _____

18. Hogyan fogyasztja a pálinkát? *

Check all that apply.

- tisztán
- koktélokban, longdrink-ben
- sörrel kísérve
- vízzel kísérve

19. Milyen ételekkel fogyasztja a pálinkát? *

Check all that apply.

- főként zsíros ételekkel
- mindegy, étel előtt egy kupica
- sós ételekkel
- grillezett vagy sült húsokkal
- sajtokkal
- desszertekkel
- Other: _____

20. Szerinte milyen szerepet játszhat a pálinka a székelyföldi turizmus fejlesztésében? *

Check all that apply.

- a székely identitás része
- helyi specialitások vonzereje
- főzde látogatások, kóstolók szervezése
- fenntartható turizmus
- a székely vendégszeretet része, a helyiekkel való ismerkedés
- nem kellene ezt erőltetni
- marketingkampány a székelység és a pálinka hagyományairól
- Other: _____

21. Milyen tapasztalatai vannak a pálinkakóstolókkal kapcsolatban? (több válasz lehetséges) *

Check all that apply.

- nagyon tetszett
- a vége felé már unalmas tud lenni
- szeretem ha történet is van mellette
- attól függ ki adja elé
- nem voltam még, nem érdekel
- nem voltam, de elmennék
- Other: _____

22. Milyen a véleménye a pálinka edukációról és ismeretterjesztésről? *

Mark only one oval.

- nagyon hiányzik, gyakorlatilag nincs ilyen
- rendben van így ahogy van
- jó úton haladunk, de több kellene

23. Mit gondol a pálinka fogyasztásának etikettjéről? *

Check all that apply.

- szánjon időt a pálinka ízének és illatának élvezetére
- mértékletesség betartása
- ha megkínálnak, meg kell inni
- lehetőleg tulipános pohárból való kóstolás
- fenékgig kell inni, ez a hagyomány
- Other: _____

24. Milyen tervei vannak a jövőre vonatkozóan a pálinka fogyasztásával kapcsolatban? *

Check all that apply.

- csökkentem a fogyasztását
- új fajtákat kóstolnék
- főzdet látogatnék
- kóstolón való részvétel
- gasztronómiai kapcsolódások keresése

25. Ön szerint mi a jövője a pálinkának Székelyföldön? *

Mark only one oval.

- leáldozóban van
- marad a jelenlegi helyzet, stagnálni fog
- nagy kihívás előtt vagyunk, fejlődés fog beállni

26. Van-e bármi más, amit szeretne elmondani a pálinkával kapcsolatban?

27. Mit tanácsolna a pálinkával még nem ismerkedőknek? *

Mark only one oval.

- semmi extra, ez is egy alkohol
- jó ízek
- kulináris élmény, mindenképp ki kell próbálni

28. Van-e bármi más, amit szeretne elmondani a pálinkakészítéssel kapcsolatban?

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

NYILATKOZAT

a szakdolgozat nyilvános hozzáféréséről és eredetiségéről

A hallgató neve: Bilibok Róbert
A Hallgató Neptun kódja: EENZA3
A dolgozat címe: Székelyföld kistérség turisztikai-gasztronómiai
potenciáljának fejlesztése a pálinkakultúra segítségével
A megjelenés éve: 2024
A konzulens intézetének neve: Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Budai Campus
A konzulens tanszékének a neve: Élelmiszertudományi és Technológiai Intézet

Kijelentem, hogy az általam benyújtott szakdolgozat egyéni, eredeti jellegű, saját szellemi alkotásom. Azon részeket, melyeket más szerzők munkájából vettem át, egyértelműen megjelöltem, és az irodalomjegyzékben szerepeltettem.

Ha a fenti nyilatkozattal valótlant állítottam, tudomásul veszem, hogy a záróvizsga-bizottság a záróvizsgából kizár és a záróvizsgát csak új dolgozat készítése után tehetek.

A leadott dolgozat, mely PDF dokumentum, szerkesztését nem, megtekintését és nyomtatását engedélyezem.

Tudomásul veszem, hogy az általam készített dolgozatra, mint szellemi alkotás felhasználására, hasznosítására a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem mindenkori szellemi tulajdon-kezelési szabályzatában megfogalmazottak érvényesek.

Tudomásul veszem, hogy dolgozatom elektronikus változata feltöltésre kerül a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem könyvtári repozitori rendszerébe. Tudomásul veszem, hogy a megvédett és

- nem titkosított dolgozat a védést követően
- titkosításra engedélyezett dolgozat a benyújtásától számított 5 év eltelté után nyilvánosan elérhető és kereshető lesz az Egyetem könyvtári repozitori rendszerében.

Kelt: 2024 év APRILIS hó 28 nap



Hallgató aláírása

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem

Élelmiszertudományi és Technológiai Intézet

Szak neve: Pálinkamester szakmérnök / szaktanácsadó szakirányú továbbképzési szak

Szakedolgozat készítés helye: ***Élelmiszertudományi és Technológiai Intézet***

Hallgató: Bilibók Róbert

A szakedolgozat címe: **Székelyföld kistérség turisztikai-gasztronómiai potenciáljának fejlesztése a pálinkakultúra segítségével**

Konzulens: Szöllősi Edit

Külső konzulens esetén tanszéki felelős

Beadás dátuma: 2024 április 28

szakedolgozat készítés helyének vezetője



Szöllősi Edit

dr. Temesi Ágoston

szakfelelős

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Élelmiszertudományi és Technológiai Intézet

NYILATKOZAT

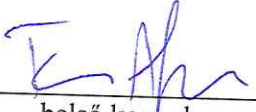
Bilibok Róbert (hallgató Neptun azonosítója: EENZA3) konzulenseként nyilatkozom arról, hogy a szakdolgozatot áttekintettem, a hallgatót az irodalmi források korrekt kezelésének követelményeiről, jogi és etikai szabályairól tájékoztattam.

A záródolgozatot/szakdolgozatot/diplomadolgozatot/portfóliót a záróvizsgán történő védeésre

javaslom / nem javaslom.

A dolgozat állam- vagy szolgálati titkot tartalmaz: igen nem

Kelt: Budapest, 2024. április 28.


belső konzulens