

TURIZMUS BULLETIN

A Magyar Turisztikai
Ügynökség szakmai és
tudományos folyóirata

XX. évfolyam 3. szám (2020)



Turizmus Bulletin

A MAGYAR TURISZTIKAI ÜGYNÖKSÉG
SZAKMAI ÉS TUDOMÁNYOS FOLYÓIRATA

XX. évfolyam 3. szám, 2020

Turizmus Bulletin

A MAGYAR TURISZTIKAI ÜGYNÖKSÉG
SZAKMAI ÉS TUDOMÁNYOS FOLYÓIRATA

XX. évfolyam 3. szám, 2020

FŐSZERKESZTŐ:

Jászberényi Melinda, PhD, egyetemi docens
Budapesti Corvinus Egyetem

FELELŐS SZERKESZTŐ:

Szalai Katalin, PhD, főiskolai docens
Kodolányi János Egyetem

TÁRSSZERKESZTŐ:

Gyulavári Tamás, PhD, intézetigazgató
Budapesti Corvinus Egyetem

Princzinger Péter, dr. jur, elnök
Magyar Turisztikai Szövetség

OLVASÓSZERKESZTŐ:

Istlstekker Lidia

SZERKESZTŐBIZOTTSÁG ELNÖKE:

Michalkó Gábor, MTA doktora,
egyetemi tanár; tudományos tanácsadó
BCE, CSFK FTI

TUDOMÁNYOS TANÁCSADÓ TESTÜLET

Aubert Antal, kandidátus, egyetemi tanár
Pécsi Tudományegyetem

Dávid Lóránt, PhD, egyetemi tanár
Szent István Egyetem

Hinek Mátyás, PhD, főiskolai tanár
Budapesti Metropolitan Egyetem

Irimiás Anna, PhD, kutató, egyetemi docens
Universita degli Studi di Trento (Olaszország)
Budapesti Corvinus Egyetem

Jandala Csilla, kandidátus, egyetemi docens,
Turizmus Kutatócsoport vezető, Soproni Egyetem

Kenesei Zsófia, PhD, egyetemi tanár
Budapesti Corvinus Egyetem

Kincses Áron, PhD, elnökhelyettes
Központi Statisztikai Hivatal

Kiss Róbert, PhD, egyetemi adjunktus
I-Shou University (Tajvan)

Könyves Erika, PhD, egyetemi docens
Debreceni Egyetem

Kraft Péter, alelnök
Turisztikai Tanácsadók Szövetsége

Lőrincz Katalin, PhD,
egyetemi docens, intézetigazgató
Pannon Egyetem

Melanie Smith, PhD, egyetemi docens,
Budapesti Metropolitan Egyetem

Puczkó László, PhD, tanácsadó
Xellum Kft.

Rátz Tamara, PhD, főiskolai tanár
Kodolányi János Egyetem

Szalók Csilla, PhD, főiskolai tanár,
intézetvezető
Budapesti Gazdasági Egyetem

Szende Péter, dékánhelyettes
Boston University,
School of Hospitality Administration
(USA)

Zátori Anita, PhD, egyetemi adjunktus
Radford University (USA)

Kiadja: Magyar Turisztikai Ügynökség

Felelős kiadó: Guller Zoltán, vezérigazgató (Magyar Turisztikai Ügynökség)
- Láncki András, rektor (Budapesti Corvinus Egyetem)

Szerkesztőség: Heiling Média Kiadó Kft. 1142 Budapest, Erzsébet királyné útja 125.
Kapcsolat: turizmusbulletin@uni-corvinus.hu

Címlapfotó: © Pap Miklós

ISSN: 1416-9967; ISSN: 1587-0928

Tördelőszerkesztés: Király Zoltán, CCPrinting Kft.
Nyomdai munka: CC Printing Kft; Felelős vezető: Könczey Áron; ccprinting.hu

Tartalom

LEKTORÁLT TANULMÁNYOK

Megyeri Gábor – Boros Kitti – Fekete Balázs

Hidakból teremtett emlékek, avagy kísérlet egy innovatív tárgy megalkotására
a B-bridge koncepción keresztül

Souvenirs created from bridges – an innovative product generated by a B-bridge concept 4

Iványi Tamás

Játékosítási megoldásokra való nyitottság zenei fesztiválokon

Analyzing acceptance of gamification in the case of music festivals 13

Tóth Bettina – Hegedűs Gábor – Pusztai Bertalan

A falusi gasztrofesztiválok iránti kereslet és kínálat vizsgálata dél-alföldi példák alapján

Case studies on demand and supply analysis of rural gastronomic festivals
in Hungary's Southern Great Plain 24

Drotár Nikolett

Jorcájtok és Sábátok, avagy a zsidó vallási turizmus térhódítása és társadalmi hatása Tokaj-Hegyalján

Jorcajts and Shabbats – the spread and social impact of Jewish religious tourism in Tokaj-Hegyalja 34

MŰHELY

Gál Zsombor

A hazai borfesztiválok közönségének vizsgálata

Analysis of the visitors to wine festivals in Hungary 43

RECENZIO

Hübner Andrea

Etnoárucikk, domesztikált idegen és a hulladék politikai gazdaságtana

53

A falusi gasztrfesztiválok iránti kereslet és kínálat vizsgálata dél-alföldi példák alapján

Case studies on demand and supply analysis of rural gastronomic festivals in Hungary's Southern Great Plain

Szerzők: Tóth Bettina¹ – Hegedűs Gábor² – Pusztai Bertalan³

A gasztrfesztiválok jelentősége világszerte és Magyarországon is növekszik. Település- és turizmusfejlesztési szerepük ellenére tudományos vizsgálatuk kevésbé elterjedt, ami a falusi gasztrfesztiválokra különösen jellemző. Kutatásunkban a Dél-Alföld tervezési-statisztikai régióban vizsgáljuk a gasztrfesztiválok jellemzőit, az ilyen fesztiválok iránti keresletet és ezek kínálatát esettanulmányi megközelítésben. A különböző stakeholderek (szervezők, helyi látogatók és turisták) turisztikai keresletet és kínálatot alakító szerepét és hatását kvalitatív módszerrel kutatjuk. Az eredmények azt mutatják, hogy a fesztiválok nagy kínálata és célcsoportjaik változó igényei hatására a szervezők megújítási válsággal néznek szembe. Emiatt indokolt a közösség nagyobb arányú bevonása a stratégiai tervezésbe, ami nélkül a falusi gasztrfesztiválok megrendezése várhatóan konfliktusokba fog ütközni.

The significance of gastronomic festivals is increasing both worldwide and in Hungary. Despite their role in settlement and tourism development, related scientific studies are less common, especially in the case of rural gastronomic festivals. We study their characteristics and demand–supply analysis by applying a case study approach in Hungary's Southern Great Plain. We explore the roles and impacts of various stakeholders (organisers, local visitors and tourists) in shaping tourist demand and supply in our qualitative study. Due to a large supply of gastronomic festivals and to the continuously changing demands of their target groups, their organisers face a renewal crisis. For this reason, strategic planning with greater community participation is called for. Without this, the hosting of rural gastronomic festivals will probably lead to conflicts.

Kulcsszavak: falusi gasztrfesztivál, stakeholderek, kereslet-kínálat elemzése, Dél-Alföld tervezési-statisztikai régió.

Keywords: rural gastronomic festival, stakeholders, supply-demand analysis, Southern Great Plain NUTS 2 region.

¹ PhD-hallgató, Szegedi Tudományegyetem, toth.bettina@geo.u-szeged.hu

² egyetemi adjunktus, Szegedi Tudományegyetem, hegedusg@geo.u-szeged.hu

³ egyetemi docens, Szegedi Tudományegyetem, bpusztai@primus.arts.u-szeged.hu

1. A gasztrfesztiválok általános jellemzői

Napjainkban az utazás élményében egyre nagyobb szerepet kap az étkezés és italfogyasztás mint kiegészítő szolgáltatás. Esetenként ezek akár az utazás fő motivációi is lehetnek. Ennek következtében létrejött a gasztroturizmus, mint turisztikai szegmens, melynek jelentősége világszerte és Magyarországon is növekszik. A gasztroturizmusnak többféle típusa és formája létezik, melyek közül tanulmányunkban a gasztrfesztiválokkal foglalkozunk.

A gasztroturizmus, amely az étkezés és a turizmus kapcsolatából származó turisztikai terméktípus, más turisztikai termékek fontos kiegészítője, de egyes megközelítések szerint önálló turisztikai formaként is értelmezhető (MAGYAR TURIZMUS ZRT. 2013). A Magyar Turisztikai Ügynökség a bor- és gasztroturizmust olyan turisztikai terméként értelmezi, „melynek során a látogató fő motivációja a felkeresett célterületre jellemző ételek és italok megízlése, a nemzeti és tájjellegű konyha kipróbálása, a desztináció vendéglátási tradícióival való megismerkedés, de megjelenhet az igény a gasztronómiai különlegességek elkészítési módjának elsajátítása iránt is.”⁴ Magyarországon a gasztrofesztivál a gasztroturizmus egyik legnépszerűbb megjelenési formája, valamint a fesztiválturizmus leggyorsabban fejlődő szegmense (VÁSÁRHELYI 2016).

Napjainkra a településhierarchia minden szintjén szerveznek olyan rendezvényt, amely nevében benne van valamilyen étel, ital, termény, termék, ételkészítési eljárás vagy terményünnep, melyhez gyakran a fesztivál szó is társul (KULCSÁR 2016). Ezeket az eseményeket általában gasztofesztiváloknak nevezik, melyek elterjedésének oka, hogy számos település- és turizmusfejlesztési előnyt jelenthetnek a szervező település számára, amit egyre több településen szeretnének elérni. Így például a gasztofesztiválok segítenek az adott hely gasztronómiai hagyományainak vagy akár új irányainak népszerűsítésében, növelik az ételek előállítóinak bevételeit, turisztikai vonzerőt hoznak létre, formálják a település imázsát, és bővítik a turisztikai kínálatot (KALKSTEIN-SILKES et al. 2008, KULCSÁR 2016, TIMOTHY-PENA 2016, SÜLMARTYIN 2017). Mindemellett a gasztofesztiválok találkozási helyet biztosítanak a fogyasztók és a termelők számára, illetve lehetőséget teremtenek a látogatóknak a számukra új, különleges ételek és ízek megismerésére (KALKSTEIN-SILKES et al. 2008). A gasztofesztiválok turisztikai vonatkozása, illetve közösségépítő hatása is kiemelendő, hiszen a rendezvény, az átélt élmények, így az együtt étkezés és ételkészítés erősítheti a közösségi kapcsolatokat (HORVÁTH et al. 2016, ZÁTORI 2016). Mindezek alapján a gasztofesztiválok fontos társadalmi és kulturális funkciót töltenek be, de gazdasági vonatkozásaik szintén jelentősek lehetnek, például a helyi bevételek növelése által (ALVES et al. 2010, HALL-GÖSSLING 2016, KULCSÁR 2016). Természetesen az egyes fesztiválok esetében ezek a funkciók eltérő mértékben jelenhetnek meg.

Az 1990-es évektől kezdve hazánkban is megszorodott az ételekre vagy italokra alapozó fesztiválok száma. Ezek jelentős része azóta átalakult vagy megszűnt, illetve számos új rendezvény jött létre (KORÓDI-BAKOS 2017, PUSZTAI 2020). A gasztroturizmusba bekapcsolódni kívánó településeken általában a helyi közösség térképezi fel a gasztronómiai hagyományait, erőforrásait, melyekre alapozva fesztivált szervezhetnek (CSURGÓ 2014, PUSZTAI 2020). Akadnak olyan települések is, ahol a szervezők nem saját hagyományaikra alapoznak, hanem kreativitásuk szerint választanak egy terméket, melyet magukénak, a település egészének alakítanak különösebb helyi kötődés nélkül (PUSZTAI 2007, KORÓDI-BAKOS 2017). Így olyan települések is bekapcsolódhatnak a turizmusba, melyek csekély mértékben rendelkeznek turisztikailag hasznosítható autentikus erőforrással, vagy turisztikailag kevésbé frekvenciált térségben fekszenek (FEHÉR-KORÓDI 2008). Ennek következménye, hogy napjainkra a fesztiválok között sok a hasonló tematikájú rendezvény. Részben az erre adott válaszként értelmezhető, hogy igazodva a kereslet változó igényeihez, az újabb fesztiválokat szervezőik igyekeznek egyre innovatívabb, egyedibb termékre építeni, mesterségesen generált kínálati termékeket nyújtva (PUSZTAI 2007, KULCSÁR 2016, KORÓDI-BAKOS 2017, ÁSVÁNYI et al. 2019).

A gasztofesztiválok jellemzőit a Dél-Alföld régióban vizsgáljuk részletesen. Munkánk során feltárjuk a régióban található fesztiválok térbeli elhelyezkedésének adottságait és egyéb fő mennyiségi jellemzőit. Továbbá csoportosítjuk és elemezzük a fesztiválokat tematikájuk szerint, mellyel a régió gasztofesztivál kínálatának bemutatása a célunk. Adatbázisunkból kiválasztottunk két falusi eseményt, amelyeket kvalitatív kutatás segítségével vizsgáltunk meg. A kutatás segítségével feltártuk a szervezők tapasztalatait az események működtetése során, illetve a fesztiválok látogatóinak (helyi lakosok és turisták egyaránt) az eseményekről alkotott meglátásait. Eredményeink felvázolják az egyes események jó gyakorlatait és működési lehetőségeit, melyek segíthetnek a vizsgált fesztiválok szervezőinek ártértékelní a szervezést, valamint hasznosak lehetnek más fesztiválok szervezői számára is.

2. A Dél-Alföld régió gasztofesztivál-kínálatának mennyiségi elemzése

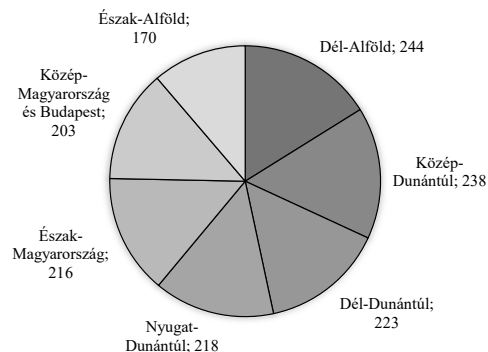
Annak ellenére, hogy Magyarországon különösen elterjedt jelenség a gasztofesztiválok szervezése, nem létezik olyan adatbázis, amely az összes hazai eseményt és főbb adatait tartalmazná. Ennek részben oka lehet az események változé-

⁴ <https://mtu.gov.hu/cikkek/bor-es-gasztroturizmus-1490>, Letöltve: 2020. január 24.

kony jellege, illetve a fesztivál sokféle definiálása. Tanulmányunkban a fesztivál fogalmát úgy értelmezzük, mint „közös érdeklődésű embereket célzó, térben és időben koncentrált, előre meghirdetett, közös elnevezés alatt futó, legalább egynapos, gyakran több műfaj felölelő szabadidős rendezvénysorozat” (KÓRÓDI-BAKOS 2017:480).

Az eddigi hazai fesztiválregisztrációs törekvések során szigorú szabályok alapján minősítették a fesztiválokat, ahol a helyi szintű események sokszor nem kerültek rögzítésre, vagy a bejelentés önkéntes alapú volt (SULYOK 2016, KÓRÓDI-BAKOS 2017). Kutatásunk szempontjából azonban egyaránt fontosnak tartottuk a helyi és a nagyobb területi léptékű rendezvények regisztrálását, ezért saját módszer alapján készítettünk országos primer adatbázist a hazai gasztrorendezvényekről települési szinten, a 2019-es évről vonatkozóan. Az események legyűjtése kulcsszavas keresés alapján a Google keresőprogram segítségével történt. A kulcsszavakat a korábbi, mások által készített adatbázisokban szereplő fesztiválok elnevezését elemezve választottuk ki, végül a „település neve” és a „fesztivál”, „főzőverseny”, „disznótor”, illetve „szüret” szókapcsolatokat használtuk. A legyűjtés során felhasználtuk a meglévő országos fesztivál adatbázisok (programturizmus.hu, NETA, fesztivalregisztracio.hu) tartalmát is. Részletesebb vizsgálatainkat a Dél-Alföld régióban végeztük, ugyanis az országos adatbázis készítése során azt tapasztaltuk, hogy ebben a régióban a legmagasabb a gasztronómiai témájú események száma az országban (1. ábra).

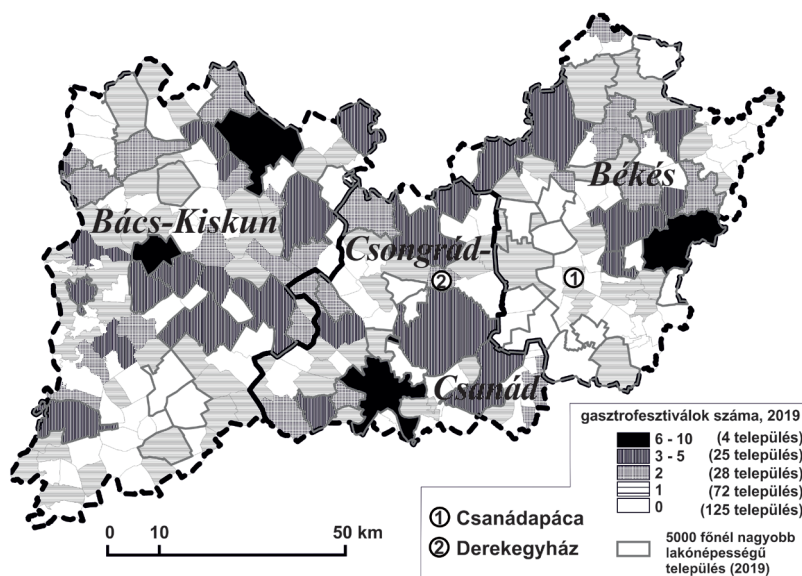
1. ábra
A magyarországi gasztronómiai témájú események száma (db) régióként (2019)



Forrás: saját szerkesztés egyéni adatgyűjtés alapján

Adatgyűjtésünk alapján a Dél-Alföld régióban 2019-ben összesen 244 gasztrofesztivált rendeztek, a 254 régióbeli település 51%-án, vagyis 129 településen. Az összes szervező település 67%-a 5000 fő alatti lakónépességű, ami alapján kijelenthető, hogy a gasztrofesztiválok különösen az alacsonyabb lélekszámú településeken jellemzőek (2. ábra). Feltehetően azonban ezek legnagyobb része csak helyi szinten jelentős esemény, kevés vonzereje nyúlhat túl a szűkebb értelemben vett térségén (ZÁTORI 2016). Megyei bontás szerint az összes gasztrofesztivál 24%-át Csongrád-Csanád megyében, 23%-át Békés megyében, 53%-át pedig Bács-Kiskun megyében rendezték meg.

A gasztroesemények települési elterjedése a Dél-Alföld régióban (2019)



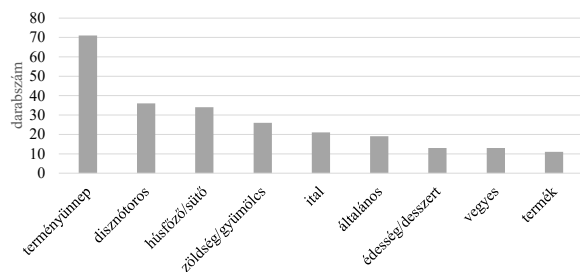
Forrás: saját szerkesztés egyéni adatgyűjtés alapján

Megvizsgáltuk a gasztroesemények tematikáját is. A fesztiválokat sokféle szempont alapján lehet csoportosítani, például a fesztiválokon zajlott tevékenység, a települési hagyománnyal való kapcsolatuk, a szervezők jellege vagy a látogatók száma alapján (SULYOK–SZIVA 2009, TIMOTHY–PENA 2016, SZABÓ–ZÁVODI 2018). Végül saját módszert dolgoztunk ki a rendezvények csoportosítására, a fesztiválok középpontjába helyeztük étel/ital/eljárás jellege alapján. A fesztiválok kategorizálása az elnevezésük alapján történt, ugyanis álláspontunk szerint a fesztivál elnevezésével a szervezők pozícionálják magukat a gasztrofesztiválok piacán, igyekeznek a választott témához alakítani a település brandjét és turisztikai kínálatát, valamint a fesztivál a település imázsának és a helyiek identitásának is szerves része lehet (PUSZTAI 2020). Így az interneten végzett tartalomlemezésünkből következő eredmények alapján ez a legbiztosabb szempont a fesztiválok értékelésére, bár meg kell jegyezni, hogy két ugyanúgy elnevezett fesztivál között is óriási lehet a kínálatbeli különbség.

A leggyűjtött fesztiválok elnevezését elemezve 9 fő kategóriát alkottunk meg, melyeket további alkategóriákra bontottunk (3. ábra).

3. ábra

A Dél-Alföld régióban szervezett gasztroesemények száma kategóriánként (2019)



Forrás: saját szerkesztés egyéni adatgyűjtés alapján

Legnagyobb arányban (29%, 71 rendezvény) a terményünnepek képviseltetik magukat a régióban, melyek közé soroltuk az arató (61 darab) és a szüreti (10) eseményeket. Ez utóbbiak túlnyomó része Bács-Kiskun megyében kerül megrendezésre szeptemberre koncentrálódva.

A disznótoros események hasonló arányban (15%, 36 rendezvény) vannak jelen, mint a húsfőző/sütő (14%, 34) események. Az előbbieket jellemzően a főszezonon kívül kerülnek megrendezésre, és szoros kapcsolatban állnak a magyar hagyományok megőrzéséhez. A kategórián belül megkülönböztettünk általános disznótoros fesztiválokat (24), hurkára vagy kolbászra alapozó eseményeket (11), és elkülönítettünk 1 töpörtyű fesztivált. A húsfőző/sütő események közé leginkább főzőfesztiválok tartoznak,

melyek a közösen végzett főzés és étkezés által segíthetnek a helyi közösségek összekovácsolásában. Ebbe a kategóriába 16 általános főzőverseny, 10 halra alapozó esemény, valamint 8 baromfifesztivál került. A legutóbbi alkategóriában szerepelnek libára és kakasra alapozó események is.

A zöldség/gyümölcs (11%, 26 rendezvény) fesztiválok esetében különösen sok, ugyanakkor kis elemszámú alkategóriát hoztunk létre, mivel ez a kategória a legváltozatosabb. Besoroltunk 2 lecsó, illetve 1-1 paprikás krumpli, burgonya-, dinnye-, hagyma-, káposzta-, kukorica-, meggy- és őszibarack-fesztivált.

Az italfesztiválokat (9%, 21 darab) külön kategóriaként kezeljük, amelyek lényegesen alacsonyabb számban vannak jelen az ételekhez képest. A kategóriában 12 bor-, 7 sör- és 2 pálinkafesztivál szerepel. Az általános kategóriába került rendezvények (8%, 19 rendezvény) nem valamilyen konkrét ételre vagy itálra fókuszálnak, hanem többféle étel, helyi íz kóstolható meg ezeken. Ide soroltuk a street food⁵ alkategóriát is, amelybe egy szegedi esemény tartozik. A fentiek alapján kitűnik, hogy a régió kínálata sokkal inkább a hagyományos ételek és italok bemutatása köré szerveződik, a modern étkezési szokások egyelőre kevésbé jelennek meg fesztivál formájában.

A fő kategóriák csoportjában kisebb arányban jelennek meg a főleg édességre vagy desszertre épülő fesztiválok (5%, 13 rendezvény). Ebbe a kategóriába 3 csokoládé-, 2-2 palacsinta-, rétes-, sütemény-, illetve 1-1 csöröge-, kalács-, lepény- és pogácsafesztivál került. A termékfesztiválok (4%, 11 rendezvény) mindegyike valamilyen előállított termékre alapoz, melyek között azonosítottunk 3 tészta-, 2-2 méz-, sajt-, és általános, továbbá 1 ajvár-fesztivált. Megkülönböztettünk vegyes fesztiválokat is (5%, 13 esemény), amelyek két eltérő ételre, itálra vagy eljárásra fókuszálnak. Ezek között találunk 4 disznótoros és pálinkafesztivált, 2 bor- és pálinkafesztivált, valamint 7 eseményt az egyéb alkategóriában.

Jelen tanulmányban a gasztrofesztiválok egyéb minőségi jellemzőit nem értékeljük, mivel a kutatás jelenlegi fázisában nem áll rendelkezésünkre olyan eredmény, melynek segítségével meghatározhatnánk, hogy az egyes fesztiválokon milyen mértékben és arányban van jelen a gasztronómiai kínálat, illetve a kulturális programok. Viszont a fesztiválok legyűjtése során elemzett médiaanyagokból arra következtettünk, hogy egyes fesztiválokon a fesztivál nevét adó gasztronómiai termék kevésbé hangsúlyos, különösen a falvak esetében

⁵ A nagyvárosi gasztrofesztiválokat gyakran fesztiválszervezésre szakosodott vállalkozások szervezik profitszerzés céljából. Az eltérő szerveződés és célok miatt a falusi gasztrofesztiválokkal való összehasonlításuk nem célszerű.

a szervezők célja sokkal inkább a közösségi összejövetel megteremtése. Ennek ékes példája a szatymazi Őszibarack fesztivál, melyről a média a következőképpen ír: „Őszibarack fesztivál néven rendezték meg szombaton a szatymazi falunapot...”⁶ Nem célunk eldönteni, hogy az adatbázisunkban szereplő fesztiválok közül melyek azok, amelyek csupán falunapok ételkészítéssel kiegészítve, és melyek azok, amelyek elsősorban a gasztronómiai hagyományokat őrizni célzó gasztr fesztiválok. Véleményünk szerint, ha a szervezők az eseményeket valamilyen gasztronómiai téma köré szervezték, és a gasztronómia megjelenik az ételnépszerűsítés, az újdonságok kipróbálása, a termelői értékesítés vagy a közösséget összekapcsoló ételkészítés és ételfogyasztás formájában, akkor gasztrfesztiválnak tekinthetők. Szemszögünkben a közösségépítés a gasztrfesztiválok legfőbb funkciója, így nem tartjuk szükségesnek elválasztani a falunapot a gasztrfesztiváltól, melyek összemosása hazánkban hosszabb ideje elterjedt jelenség. Összességében a fenti módon meghatározott eseményekre a falusi gasztrfesztivál elnevezést használjuk, melyeknek külön figyelmet szentelünk kutatásunkban. Ennek oka, hogy ezek az események gyakran a települések legnagyobb rendezvényei, és sok esetben egyetlen turisztikai attrakciói. Szervezőik gyakran kitörési pontként tekintenek a rendezvényre, amely ismertté teheti a település nevét, és amitől további, közvetett előnyre számíthatnak (QUINN 2018). Emellett kiemelten fontos céljuk a helyi lakosok körében végzett közösségépítés

és szórakozási lehetőség biztosítása, ugyanis sok kistelepülésen korlátozottabbak a kikapcsolódási lehetőségek, mint a városokban. A városokhoz mérten kisebb humán erőforrásbeli és anyagi kapacitások miatt a szervezés jellemzően kevésbé professzionális, így jóval nagyobb szerep hárul a helyi önkormányzatra és a civil önkéntes segítők-re. Mindezek mellett, a városi gasztrfesztiválok egy részével ellentétben, az ételekhez és italokhoz a látogatók általában alacsonyabb áron juthatnak hozzá, a programlehetőségek pedig legtöbbször ingyenesek. Így a szerényebb körülmények között élő családok számára is elérhetővé válik a közösségi élmények e formája.

3. A kereslet és kínálat találkozási falusi gasztrfesztiválok alapján

3.1. AZ ESETTANULMÁNYI HELYSZÍNEK ÁLTALÁNOS JELLEMZŐI

A falusi gasztrfesztiválok jelentőségéből adódóan tanulmányunkban két kiválasztott falusi esettanulmány példáját mutatjuk be a kereslet és a kínálat alapján, a szervezők és a látogatók szemszögéből. A fesztiválok kiválasztása során figyelembe vettük, hogy a szervező települések lélekszáma, illetve az események megrendezési alkalomszáma hasonló legyen, de időbeli terjedelmük, valamint tematikájuk eltérjen egymástól. Ezek alapján a Csanádapácai Kakasfesztiválra (Békés megye, Orosházi járás) és a Derekegyházi Palacsintafesztiválra (Csongrád-

1. táblázat

A kiválasztott fesztiválok jellemzői (2019-ben)

Fesztivál	Csanádapácai Kakasfesztivál	Derekegyházi Palacsintafesztivál
Lakónépesség	2366 fő	1527 fő
Megrendezési alkalom (régiónbeli átlag: 11,3)	13.	13.
Időtartam (nap) (régiónbeli átlag: 1,6)	1 (+1 nap falunap)	4 (+1 nap falunap)
Megrendezés időpontja	augusztus 10-11.	július 10-14.
Becsült látogatószám	1500 fő	2500 fő
Félig strukturált interjúk – szervezők, aktív támogatók	Polgármester Szervező (1 fő) Helyi lakos (2 fő) Civil szervezeti tag (3 fő)	Polgármester Szervező (2) Helyi lakos (3) Civil szervezeti tag (1)
Strukturált interjúk – látogatók	30 strukturált interjú összesen 60 fővel, melynek 60%-a helyi, 40%-a turista	60 strukturált interjú összesen 105 fővel, melynek 15%-a helyi, 85%-a turista

Forrás: saját szerkesztés egyéni adatgyűjtés alapján

⁶ <https://www.delmagyar.hu/szeged-es-kornyeke/barackkal-es-birkaporkolttel-unnepeltek-szatymazon-a-falunapon-782878/>, Letöltve: 2020. március 27.

Csanád megye, Szentesi járás) esett a választásunk. Derekegyházon és Csanádapácán 2018-ban 7-7 félig strukturált interjút készítettünk a rendezvények fő érdekcsoportjaival, így szervezőkkel, polgármesterekkel, aktív helyi lakosokkal és civil szervezetekkel. Az volt a célunk, hogy felmérjük, hogyan ítélik meg rendezvényüket a kereslet-kínálatot illetően, milyen nehézségeket tapasztalnak a működtetés során, hogyan alkalmazkodnak a látogatók igényeihez. A kereslet igényeinek felméréséhez strukturált interjúkat készítettünk a fesztiválok látogatóinak kisebb csoportjaival a 2019-ben megrendezett fesztiválokon (1. táblázat).

3.2. A KERESLET-KÍNÁLATOT ALAKÍTÓ TÉNYEZŐK ELEMZÉSE

Meghatároztuk a két kiválasztott fesztivál pozícióját a vizsgált régióban. Mindkét fesztivál illeszkedik a régióban legújított összes rendezvény átlagos korához, tipikusan a közepesnél kicsit hosszabb múltra tekintenek vissza (1. táblázat). A Kakasfesztivál a húsfőző/sütő főkategóriában, a baromfi alkategóriában szerepel. A régióban további öt kakasra épülő fesztivált szerveznek, melyek közül a csanádapácai rendezvény a rémi fesztivállal mutatja a legtöbb hasonlóságot, ugyanis mindkettőnek Kakasfesztivál az elnevezése, ráadásul 2019-ben egy időpontban rendezték meg őket. Véleményünk szerint azonban nem konkurenciái egymásnak, mivel a települések viszonylag távol fekszenek egymástól. A Dél-Alföld régióban két palacsintafesztivált szerveznek az adatbázis szerint, Derekegyházon és Kecskeméten, melyek csoportosításunkban az édesség/desszert kategóriában szerepelnek. A két esemény feltehetően nem versenytársa egymásnak, ugyanis térben és időben is távol vannak egymástól, továbbá városi, illetve falusi rendezvényként más a célcsoportjuk.

A két vizsgált fesztivál közül egyik sem valamilyen helyi hagyományra vagy helyhez kötött termékre alapozva jött létre. Mindkét esemény szervezői valamilyen általános, a hazai kultúrához köthető ételt választottak, melyet lokalizáltak, és saját hagyományukként alkottak meg, ami számos hazai gasztrofesztiválra jellemző (PUSZTAI 2003, KÓRÓDI-BAKOS 2017). A fesztivállátogatóknak interjúnkban feltettük a kérdést, hogy tudják-e, miért a kiválasztott ételre alapozták fesztivált a szervezők. A válasz döntően nemleges volt, csak néhány helyi lakos tudta, honnan ered a fesztivál gondolata. Ez igazolja a megalkotott hagyomány koncepcióját (PUSZTAI 2003), és a fesztivál létrehozását illetően a kínálatvezéreltséget támasztja alá. A fesztivál eredetének megismertetését követően, az étel eredetétől függetlenül, szinte minden válaszadó jó, kreatív

ötletnek tartotta a fesztiválok ilyen jellegű létrehozását, hiszen elmondásuk szerint nem az étel eredete miatt látogatják az eseményt, hanem maga a fesztiválhangulat adja az élményt. Korunkban a fesztiválok esetében külföldön is a kommercializálódás, az aktív bevonás, az átélhető élmények iránti igény a jellemző (BIAETT 2017).

Az interjúzásba bevont helyi lakosok és turisták is egyöntetűen fontosnak tartották, hogy a hasonló vidéki településeken legyen olyan közösség-építő rendezvény, ami kikapcsolódási lehetőséget biztosít és a települést is ismertebbé teheti, tehát keresleti oldalon a rendezvény mint intézmény létét igénylik. Kiemelendő egy 10 év körüli, turistaként érkezett fiú véleménye a Palacsintafesztivál eredetéről: „Jó, ez okos ötlet, miért ne dobnák fel a helyi rendezvényt. Jellemző, hogy a szervezők különlegessé akarják tenni az eseményeiket, ezért elcsenik más ötleteit, mert úgy gondolják így jobb lesz a településük. Más is ellopta már más ötletét, meg minden városnak van már valami fesztiválja.” Felvetődik a kérdés, hogy egy új hagyománnyal, annak bevezetését követően a helyi lakosok mennyire tudnak azonosulni. Ehhez a szervezőknek biztosítaniuk kell a helyiek étel- és italkészítésbe való bevonását, hogy a tevékenység az identitásuk részévé váljon. A két településen készített interjúk eredményei alapján úgy véljük, hogy a derekegyháziak települési identitásába sokkal inkább beágyazódott a palacsintasütés, mint Csanádapáca esetén a kakasfőzés (PUSZTAI 2020). Ennek oka lehet, hogy a palacsintasütéssel Derekegyház a korábbi években a közösség nagy részét megmozgató rekorddöntéseket szervezett, mellyel többször bekerült az országos médiába. Álláspontunk szerint az étel/ital típusának nagy szerepe lehet a látogatók vonzásában, ugyanis a sokak által kedvelt ételre építő fesztivál vonzóbb lehet a látogatók számára. Mindemellert az ételkészítés módjának is nagy szerepe van egy fesztivál népszerűségében. Kutatásunk azt bizonyítja, hogy a látványos és közösen végezhető, izgalmas ételkészítés sokkal jobban felkeltheti az érdeklődők figyelmét, mint egy egyszerű főzés. Mindezek alapján egy gasztrofesztivál gasztronómiai vonalának eredményessége a kreativitáson múlik, amihez gyakran nem szükséges jelentős anyagi forrás bevonása.

Kérdésként merült fel, hogy kevés turisztikai látványossággal és viszonylag alacsonyabb népességszámmal rendelkező települések önkormányzatait milyen tényezők motiválták arra, hogy fesztivált hozzanak létre, mellyel hagyománnyá teszik egy kiválasztott étel elkészítését. A vizsgált rendezvények szervezőivel, illetve a működtetésben részt vevő helyiekkel készített interjúk során feltártuk a fesztiválalkotás motivációit. Mindkét

esemény szervezőinek fő célja a kikapcsolódási és szórakozási lehetőség biztosítása a helyi lakosok számára, valamint a helyi közösség összekovácsolása a közös ételkészítés és étkezés által. További cél a turisztikai kínálat bővítése, valamint a település népszerűsítése. Ellenben egyik esemény szervezői sem tartják célnak a bevételstervezést, ugyanis ezek az események nem profitorientáltak, inkább a társadalmi dimenzió a meghatározó. A fesztiválok szervezőivel egyetértünk abban, hogy nem csupán a mérhető anyagiakkal lehet javítani a helyi lakosok életminőségén, hanem a lakóhelyükön biztosított kedvező életfeltételekkel, közösségi tevékenységekkel is. A szervezők az ételnépszerűsítést és az étkezési hagyományok megőrzését sem említették célként, ami ételekre alapozó rendezvények esetében ellentmondásosnak tűnhet. Az interjúzás eredményei alapján kitűnik, hogy az általunk vizsgált események fő funkciója az imázsépítés, a közösségkovácsolás és az identitás erősítése, ennek fontos eszköze a gasztronómia, ami nem egyedül a fesztiválszervezés gyakorlatában (KULCSÁR 2016, BERTELLA 2017, GETZ 2017).

A kereslet oldaláról vizsgálva a jelenséget, hasonló megállapításra jutottunk. Mindkét fesztivál esetében a látogatás legfőbb motivációja a szórakozás, kikapcsolódás és a kapcsolatok ápolása, melyek mellett az ételfogyasztás ezek eszközeként jelenik meg. Figyelemreméltó, hogy a látogatók között nagy arányban szerepeltek a főként a szomszédos városokból kisgyerekekkel érkező szülők, nagyszülők. Több ilyen látogatóval készítettünk interjút, akik mindkét fesztivál esetében kiemelték (de különösen a Palacsintafesztiválon), hogy sokkal szívesebben vesznek részt kisebb léptékű, falusi eseményeken, mint városi fesztiválokon, ugyanis a falusi események hangulata sokkal szabadabb, barátságosabb és lényegesen olcsóbbak városi társaiknál.

Kapcsolódva a megállapításunkhoz, miszerint a vizsgált rendezvények szervezői eszközként használják a gasztronómiát céljaik eléréséhez, felmértük, hogy a gasztronómia hogyan jelenik meg ezeken az eseményeken. A Kakasfesztiválon főzőverseny keretében, az önkormányzat is készít pörköltet, melyből a látogatók kóstolójegy ellenében fogyaszthatnak. A gasztrojelleghöz kapcsolódóan azonban a szervezők azt tapasztalják, hogy évről évre csökken az érdeklődés a főzőversenyben való részvétel iránt, ami veszélyeztetheti az esemény hosszú távú fennmaradását. Ez hasonlít a külföldi kutatások eredményeihez, amelyek az önkéntesek pozíciójának változásától teszik nagyban függővé a kisebb falusi gasztrofesztiválok jövőjét (BERTELLA 2017). A látogatók részéről kritikaként fogalmazódott meg, hogy rövid a kakaspörkölt fogyasztására jutó idő, ami kizárólag az ebéddőre korlátozódik.

Továbbá néhány fiatal interjúalanyunk felvetette, hogy lenne igénye valamilyen modernebb, különböző ételkészítési eljárással készült étel kisebb adagokban történő kóstolására.

A Palacsintafesztiválon sokkal nagyobb hangsúlyt kap a fesztivál fókuszába helyezett étel, mint a Kakasfesztiválon. Országos viszonylatban is kiemelkedő, hogy Derekegyházon négy napon át folyamatosan, éjjel-nappal sütik a palacsintát a csapatokba szerveződött önkéntesek. A palacsintásütés a fogyasztók előtt zajlik, melynek látványa fokozhatja a látogatók élményeit. A palacsinta árát a látogatók önkéntes alapon becsületkasszába helyezhetik el, amelyet helyi, jótékony célokra fordítanak. Interjúink feltárták a Palacsintafesztivállal kapcsolatos problémákat, kritikákat is, mind a szervezők, mind a látogatók – különösen a helyi lakosok – részéről. E problémák nem annyira a gasztronómiai kínálatra irányulnak, sokkal inkább fenntarthatósági, technikai jellegűek. A fesztivál első éveiben a helyi lakosok saját szórakoztatásuk céljából sütötték a palacsintát. A kezdeményezés nagy sikert aratott, és az eredményeiknek, a rekordok megdöntésének köszönhetően növekedett az érdeklődés a Palacsintafesztivál iránt. Azonban egyre nehezebben tudták kiszorgálni a sorban álló tömeget, ezért a szervezők szervezett formává alakították át a sütést. Mivel ehhez nagyszámú munkaerőre van szükségük, a környező településekről is toboroznak sütőcsapatokat, ami erősíti a térségi kapcsolatokat és tehermentesíti a helyieket, miközben csökkenti a várakozási időt a palacsintáért. Azonban ez újabb problémát generál, mégpedig a helyi lakosok elidegenedését a fesztiváltól, melyet kutatásunk több eredménye is alátámaszt. Figyelemreméltó, hogy az összes megkérdezett látogató mindössze 15%-a volt helyi lakos, tehát feltehetően az összes látogató között is jóval alacsonyabb arányban vannak jelen a turistákhoz képest. Továbbá a megkérdezett helyiek nagy része kiemelte, hogy ugyan sok helyi lakos szereti a Palacsintafesztivált, ami azonban kezd már számukra teherre válni. Ennek oka, hogy egyrészt túl hosszú a fesztivál, másrészt a helyiek elmondása szerint sok helyi lakos érzi úgy, hogy a fesztivál már inkább a turistákról szól, és mivel a sütők között is nagyon sok az idegen, így ők már nem szívesen vesznek részt a sütésben. Ezzel a problémával a szervezők is tisztában vannak, egyikük például az interjúban említette, hogy „a helyi lakosoktól kaptunk olyan bírálatot is, hogy elveszett a régi falunapjuk, elnyomta a Palacsintafesztivál, közben a cél nem ez volt, hanem a település hírnevének az öregbítése és olyan dolgok bemutatása az 5 nap során, amire az egész falu büszke lehet.” Mindezek alapján látható, hogy a fesztiválszerve-

zők két cél, a helyi közösségi összetartás erősítése, valamint a település népszerűsítése, dilemmájába kerültek. A szakirodalom alapján ez nem egyedi probléma, ugyanis több olyan helyi szintűnek induló fesztivál létezik, aminek nem volt eredeti célja a turisták vonzása, ám különlegességükből, illetve jó marketingjükből kifolyólag a turisták számára is vonzóvá váltak (ZÁTORI 2016, GETZ 2017). Emiatt fontos, hogy a célok meghatározásánál a szervezők figyelembe vegyék a helyi lakosság teherbíró képességét is (BODNÁR 2016, BERTELLA 2017).

Eredményeink alapján a gasztrofesztivál népszerűsége nemcsak a gasztronómiai kínálaton, hanem a programlehetőségen is nagyban múlik. Ez egybevág a két vizsgált fesztivál szervezőinek véleményével. A fesztiválok programkínálatában szerepelnek gyermekeknek szóló műsorok, helyi és környékbeli amatőr művészek fellépései (táncosok, énekkórusok), míg az esti program rendszerint egy hazai sztárénekes műsora. Az interjú tapasztalatok azt mutatják, hogy e két fesztivál esetében a látogatószám nagyban függ a sztárénekes népszerűségétől. Az interjúpartnerek szerint sokkal több látogató érkezett, ha híres és kedvelt fellépőt hívtak meg. Azonban erre a szervezőknek nem minden évben van lehetősége, ugyanis ez magas költségekkel jár számukra. A vizsgált események a legtöbb falusi fesztiválhoz hasonlóan non-profit jellegükből fakadóan ingyenesen látogathatóak, így a programba befektetett anyagiak nem feltétlenül térülnek meg a szervezőknek.

Mindebből látszik, hogy a szervezők forrásaikhoz és kreativitásukhoz mérten igyekeznek megfelelő programkínálatot biztosítani minden korosztály számára, azonban a látogatók véleménye alapján ez nem minden esetben valósul meg. A turisták összességében pozitívan ítélték meg a fesztiválok programkínálatát, illetve falusi események lévén nincs is nagy elvárásuk erre vonatkozóan. A tapasztalatok azt mutatják, hogy a helyi lakosoknak magasabbak az elvárásaik a programkínálat minőségét illetően. Azonban a turisták és a helyiek összesített megítélése alapján a programkínálat a kisgyermekes családoknak felel meg leginkább. A Kakasfesztiválon viszonylag alacsony összeg ellenében több körhintát, ugrálóvárat kipróbálhatnak a gyermekek, míg Derekegyházon egy ugrálóvár várja ingyenesen a gyermekeket a fesztivál egyik napján. A gyermekek lekötésének fontosságát szinte minden megkérdezett szülő kiemelte. A fiatalok (tinédzserek) viszont feltűnően alacsony számban voltak jelen a rendezvényeken. Ez jelentős generációbeli keresleti különbségeket jelez a kisgyermekesek és a fiatalabb generációja között. A fenntarthatóság szempontjából rendkívül kedvezőtlen, hogy a

megkérdezett fiatalok egyöntetűen unalmasnak tartják a kiegészítő programokat, köztük a sztár-fellépők műsorait is. Egyes külföldi kutatók felvetik, hogy a fesztiválokat a résztvevők aktívabb és spontánabb bevonásával kellene megszervezni. Ugyanis a passzív megfigyelői szerepkör nem elég motiváló a látogatók számára a globalizáció, a megaesemények, az élményközpontú kultúra és az internet virtuális világában (BIAETT 2017).

A Palacsintafesztivál szervezői számára a programkínálat összeállítása nagy kihívást jelent a rendezvény időtartamának hossza miatt. Egy rövidebb időtartamú rendezvény esetén minőségibb programokat lehetne összeállítani, ami növelné a helyiek keresletét. Továbbá kevesebb munkaerőre lenne szükség, és kisebb terhet jelentene az önkéntesek számára a fesztivál lebonyolítása.

Véleményünk szerint a 13 megrendezési alkalom mindkét fesztivál esetében alkalmas arra, hogy a szervezők tapasztalatot szerezzenek abban, hogyan érdemes kínálni az ételt, illetve a programokat, ugyanakkor fennáll a megszokás veszélye. Újításokra azért van szükség, mert a látogatók sokkal inkább az újdonságokat, a különlegességet preferálják (GETZ 2017). A szervezőknek alkalmazkodniuk kell a látogatók változó igényeihez, újításokat kell bevezetniük, hogy évről évre fenntartsák a látogatói keresletet és minden szükséges érdekcsoportot bevonjanak a működésbe. Minden törekvésük ellenére a szervezők és a látogatók szerint is tapasztalható, hogy csökken mindkét fesztivál látogatóinak a száma. Ezt legtöbbször a megrendezésre kerülő fesztiválok nagy számával indokolják, amelyek véleményük szerint elvonzzák egymástól a látogatókat.

4. Összegzés

Minden említett, a két részletesebben vizsgált esettel kapcsolatos kritika ellenére megállapítható, hogy mindkét fesztivál megítélése alapvetően pozitív a látogatók és helyi lakosok részéről egyaránt, habár a megkérdezettek mindkét fesztivál esetében csökkenő látogatószámra számoltak be. Annak ellenére, hogy a látogatók, közülük főként a helyi lakosok, tapasztalnak hiányosságokat, többségük mégis évről évre visszatér az eseményekre. Ez arra utal, hogy a megkérdezett helyi lakosok igénylik a fesztiválokon való részvételt, mellyel erősíthetik a közösséghez való tartozásuk érzését és a közösségi kapcsolataikat, valamint sokuk egyéb szórakozási lehetőségei korlátozottak. A legtöbb megkérdezett turista is visszatérő résztvevő, mert kedvelik a falusi gasztrofesztiválok nyújtotta élményt, illetve egy részük nem teheti meg, hogy drágább programokon, utazáson vegyen részt.

A vizsgált fesztiváloknak végső soron nem a gasztronómiai hagyományok ápolása az elsődleges funkciója, hanem a társadalmi előnyök elérése. A közös ételkészítés és étkezés által a fesztiválok segítenek a közösségépítésben. Élményt jelentenek a programok és az ételek révén, illetve a turisták felé nyitáson keresztül segítenek a település népszerűsítésében, ugyanakkor nem a közvetlen gazdasági előnyök elérése a szervezők fő célja. Véleményünk szerint leginkább a társadalmi előnyökre fókuszálva van mindenképp szükség a gasztrofesztiválok szervezésére, ugyanis a közösségi kapcsolatok erősödése legalább annyira fontos a látogatók, különösen a helyiek, életminőségének javításában, mint az anyagi megtérülés szempontjai. Bár a falusi gasztrofesztiválokat szervező településekenként eltérő társadalmi, kulturális és gazdasági kontextus miatt konkrét szervezési elvek nehezebben fogalmazhatóak meg, az említett kapcsolaterősítéshez fontos lenne, hogy a szervezők egyértelműen határozzák meg célcsoportjaikat. Fontos továbbá, hogy a szervezők a célcsoportok minél több igényének igyekezzenek megfelelni a rendelkezésükre álló anyagi és humán erőforrások tekintetében, figyeljék a kereslet és a kínálat változó viszonyait, és törekedjenek azok dinamikus egyensúlyának megteremtésére.

Köszönetnyilvánítás

Az Innovációs és Technológiai Minisztérium ÚNKP-19-3 kódszámú Új Nemzeti Kiválóság programjának szakmai támogatásával készült.



Felhasznált irodalom

- ALVES, H. M. B. – CERRO, A. M. C. – MARTINS, A. V. F. (2010): Impacts of small tourism events on rural places. *Journal of Place Management and Development*. 3(1). pp. 22–37.
<https://doi.org/10.1108/17538331011030257>
- ÁSVÁNYI K. – MITEV A. – JÁSZBERÉNYI M. – MERT M. (2019): Családok fesztiválélménye – két családbarát fesztivál elemzése. *Turizmus Bulletin*. 19(3). pp. 30–37.
- BERTELLA, G. (2017): Running, walking, wining and dining in the Chianti countryside: the development of an active eno-gastronomic event and the changing role of the stakeholders. In: Cavicchi, A. – Santini, C. (eds): *Food and Wine Events in Europe: A Stakeholder Approach*. Routledge, London–New York. pp. 100–109.
<https://doi.org/10.4324/9781315796901>
- BIAETT, V. (2017): Organic festivity: A missing element in organic festival. In: Jepson, A. – Clarke, A. (eds): *Exploring community festivals and events*. Routledge, London–New York. pp. 17–27.
<https://doi.org/10.4324/9781315776569>
- BODNÁR D. (2016): Környezeti és szociokulturális fenntarthatóság a fesztiválturizmusban. In: Jászberényi M. – Zátori A. – Ásványi K. (szerk.): *Fesztiválturizmus*. Akadémiai Kiadó, Budapest. pp. 55–66.
<https://doi.org/10.1556/9789634540083>
- CSURGO B. (2014): A vidék nosztalgája. Kulturális örökség, turizmus- és közösségszervezés három észak-alföldi kistérségben. *socio.hu*. 2. pp. 1–20.
 DOI: 10.18030/SOCIO.HU.2014.2.1
- FEHÉR I. – KÓRÓDI M. (2008): *A vidéki turizmus fejlesztése*. Szaktudás Kiadó Ház, Budapest.
- GETZ, D. (2017): Food and wine events as permanent institutions. In: Cavicchi, A. – Santini, C. (eds): *Food and Wine Events in Europe: A Stakeholder Approach*. Routledge, London–New York. pp. 54–70.
<https://doi.org/10.4324/9781315796901>
- HALL, C. M. – GÖSSLING, S. (2016): From food tourism and regional development to food, tourism and regional development: themes and issues in contemporary foodscapes. In: Hall, C. M. – Gössling, S. (eds): *Food tourism and regional development*. Routledge, London–New York. pp. 3–57.
<https://doi.org/10.4324/9781315691695>
- HORVÁTH A. – JÓNÁS-BERKI M. – SZEIDL K. – AUBERT A. (2016): Nemzetiségi gasztrofesztiválok a Dél-Dunántúlon – stífeldertől a babfőző fesztiválig. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*. 1(1). pp. 33–45.
- KALKSTEIN-SILKES, C. – CAI, L. A. – LEHTO, X. Y. (2008): Conceptualizing festival-based culinary tourism in rural destinations. In: Hall, C. M. – Sharples, L. (eds): *Food and wine festivals and events around the world*. Butterworth Heinemann, Oxford. pp. 80–92.
<https://doi.org/10.1016/B978-0-7506-8380-7.00004-X>
- KÓRÓDI M. – BAKOS R.-NÉ (2017): A gasztrofesztiválok, mint élménygazdasági termékek változatossága és választékossága. *Gradus*. 4(2). pp. 479–486.
- KULCSÁR N. (2016): A szennai hurkafesztivál sikertörténete. In: Jászberényi M. – Zátori A. – Ásványi K. (szerk.): *Fesztiválturizmus*. Akadémiai Kiadó, Budapest. pp. 227–233.
<https://doi.org/10.1556/9789634540083>

- MAGYAR TURIZMUS ZRT. (2013): Bor és gasztronómia mint turisztikai termék. *Turizmus Bulletin*. 15(1). pp. 45–49.
- PUSZTAI B. (2003): Megalkotott hagyományok és falusi turizmus. In: Pusztai, B. (szerk.): *Megalkotott hagyományok és falusi turizmus/ Invented Traditions and Village Tourism: A pusztamérgesi eset/The Pusztamérges Case*. JATEPress Kiadó, Szeged. pp. 9–21.
- PUSZTAIB. (2007): „Bajászlé”. Identitás, kanonizáció és márkázás a bajai népnepélyen. In: Pusztai B. – Neill M. (szerk.): *Turizmus, fesztiválok és helyi identitás*. University of Edinburgh, Szegedi Tudományegyetem Néprajzi és Kulturális Antropológiai Tanszék. Edinburgh-Szeged. pp. 7–25.
- PUSZTAI B. (2020): A rurális fesztiválszcéna a közösségi fesztiválok és a tervezett események keresztútján. In: Dobák J. – R. Nagy J. (szerk.): *DOCENDO DISCIMUS. A 60 esztendő Kotics József köszöntése*. Kulturális és Vizuális Antropológiai Tanszék, Miskolc. pp. 323–332.
- QUINN, B. (2018): Festivals and social sustainability. In: Mair, J. (ed): *The Routledge Handbook of Festivals*. Routledge, London–New York. pp. 53–61.
<https://doi.org/10.4324/9781315186320>
- SULYOK J. (2016): A magyarországi fesztiválturizmus országos szintű marketingje. In: Jászberényi M. – Zátori A. – Ásványi K. (szerk.): *Fesztiválturizmus*. Akadémiai Kiadó, Budapest. pp. 97–106.
<https://doi.org/10.1556/9789634540083>
- SULYOK J. – SZIVA I. (2009) A fesztiválturizmus nemzetközi és hazai tendenciái. *Turizmus Bulletin*. 13(3). pp. 3–13.
- SÜLI D. – MARTYIN Z. (2017): A közösségi média szerepe a fesztiválturizmusban – a Szegedi Ifjúsági Napok és a Green Future példáján. *Turizmus Bulletin*. 17(3–4). pp. 24–32.
- SZABÓ G. – ZÁVODI B. (2018): The wine tourism of Hungary from the point of festivals. *Journal of Tourism and Hospitality Management*. 4(4). pp. 74–83.
- TIMOTHY, D. J. – PENA, M. (2016): Food festivals and heritage awareness. In: Timothy, D. J. (ed): *Heritage cuisines: traditions, identities and tourism*. Routledge, London–New York. pp. 148–165.
<https://doi.org/10.21747/21832242/litcomp-39rec6>
- VÁSÁRHELYI T. (2016): A fesztiválturizmus szinergiái. In: Jászberényi M. – Zátori A. – Ásványi K. (szerk.): *Fesztiválturizmus*. Akadémiai Kiadó, Budapest. pp. 44–54.
<https://doi.org/10.1556/9789634540083>
- ZÁTORI A. (2016): A fesztiválturizmus elméleti aspektusai. In: Jászberényi M. – Zátori A. – Ásványi K. (szerk.): *Fesztiválturizmus*. Akadémiai Kiadó, Budapest. pp. 15–33.
<https://doi.org/10.1556/9789634540083>