



## A magyar gasztronómia és vendéglátás helyzete napjainkban

Szerzők: Fehér Patrik<sup>1</sup> – Dr. Füreder Balázs<sup>2</sup> – Várvi Péter<sup>3</sup>

Hazánk gasztronómiája és vendéglátása a rendszerváltás hajnalától kezdve folyamatos átalakuláson megy keresztül. A kilencvenes évek közepétől ez a változás felgyorsult, és napjainkra egy roppant színes, de nem minden esetben színvonalas kép tárul a korgó gyomrú vendégek elé. A korábbi magyar konyha jellegzetes elemei némileg módosultak, a globalizáció eredményeként szélesebb lett a nyersanyagválaszték, de konyhánk egyéni jellege háttérbe szorult. A fogyasztók igényei alapján az éttermek stílusa, kínálata szintén változott, ám sok esetben tapasztalhatjuk az „ebből is egy kicsit, abból is egy kicsit” alapfilozófiát.

Reményeink szerint a kiút megtalálása után az előbb említett mentalitás megszűnhet, és az egyszerű háziasszonyoktól a sztárséfeken át a többség megismeri és újból használni fogja a Kárpát-medence kulináris kincseit.

A Kodolányi János Főiskola Gasztronómiai Szakkollégiuma 2008 tavaszán határozta el, hogy egy országos kutatás keretén belül megvizsgálja, milyen hatások érthették a magyar konyhát az utóbbi évtizedekben, valamint felméri hazánk vendéglátó-ipari egységeit, vendégkörét és kínálatát.

**Kulcsszavak:** gasztronómia, gasztroturizmus, vendéglátás, éttermek.

### 1. Bevezetés

Előzetes feltételezésünk szerint a magyar táplálkozáskultúra fejlődése jelentősen befolyásolta a korábban élő éttermi kultúránkat is. Az elmúlt 20–30 évben bekövetkezett gasztronómiai átalakulások hatással lehettek az éttermek étel- és italkínálatára, azonban a vendéglátóhelyek kulináris fejlődése sem kerülhette el a hétköznapi fogások módosulását.

Véleményünk szerint a magyar lakosság gasztronómiai igényét a XXI. század elején legjobban az országban található éttermek jellege és kínálata tükrözheti bizonyos megszorítással, ugyanis feltételezhetjük, hogy sokan ennének jó és egészséges ételeket, ha ezeket az átlag polgárok is meg tudnák fizetni.

„Van a magyarokban valami leleményesség, eredetiség, ami sok tekintetben a szomszédaiak fölé emeli őket. Talán a »védett« földrajzi elhelyezkedésben kell keresnünk a különbséget; a magyar konyhának mindenestre sikerült megőriznie egyéniségét az idegen hatásokkal szemben. A magyar konyha a franciához hasonlóan az ingyenségektől kezdve a legegyszerűbb ételek tökéletes kivitelezéséig mindent tud. Az ellentétpárt már mindjárt az első fogásnál, a leveseknél megtalálhatjuk, ha összehasonlítjuk például a sűrű, nehéz, húsos leveseket a könnyű, izletes

gyümölcslevesfélékkel. A magyar disznósajt bármely hasonló francia termékkel felveheti a versenyt; az előételek skáláját gazdagítja szokatlanságával például a vesevelő tojással is. Magyarországnak nincs tengerpartja, ezért a magyar konyha csak az édesvízi halakat ismeri, a ponty, a fogassüllő és a kecsge azonban hagyományosan kitűnő. A gulyásféléket, azt hiszem, nem kell bemutatni – de bizonyára meg fognak lepődni, hogy szülőhazájukban milyen izletesek! Szinte nem is emlékeztem arra a narancssárga, olajban úszó tüzes vízre, melyet más országokban »gulyás« címszó alatt próbálnak elpasszolni. A magyar zöldségelekek pedig kifejezetten nagyszerűek. Kedvencem a tökfőzelék, amely igazi magyar leleményességgel varázsol valódi gasztronómiai élményt a közönséges, vizes tökből.” Így vélekedett a XX. század vége felé Quentin Crewe a magyar konyháról (Crewe 1998:125).

Az elmúlt évtizedekben a magyarnak nevezett konyha alapját a salonnából kiolvasztott zsír, az ezen megpirított vöröshagyma és a fűszerpaprika képezte (Tusor 1999). Magját a gulyásleves, a tejfölös borjú- és csirkepaprikás, a töltött káposzta és a rétesek adták (Csizmadia 1993). Ezen ételeket többek között kiegészíthetjük még például a halászlével, a tokányokkal, a magyaros főzelékekkel, a lecsóval, a lángossal, az aranygaluskával, a dobostortával, a rigójancsival, a kovászos uborkával, valamint a debrecenivel és a téliszalámmal. Az italoknál a barackpálinkát, az Unicumot, a tokajit és a fröccsöt emelhetjük ki (Gergely 2000, Robuchon 2001).

### 2. A XXI. század magyar konyhájának kialakulása

Napjaink magyar konyhájának kialakulását is a XIX. század elejére lehet visszavezetni. Az 1800-as évek elején

<sup>1</sup> Egyetemi hallgató, Hochschule für Technik und Wirtschaft – Chur, Svájc, e-mail: patrik.feher@msc.htwchur.ch.

<sup>2</sup> Főiskolai docens, Kodolányi János Főiskola Turizmus Tanszék, e-mail: fureder@uranos.kodolanyi.hu.

<sup>3</sup> Gyakorlatvezető, Kodolányi János Főiskola Turizmus Tanszék, e-mail: vpeter@uranos.kodolanyi.hu.



Európa nyugati országaiban elindult átalakulások (a modern fogyasztói világ kialakulása, az élelmiszerek innovációja a gyárak megjelenésével, az urbanizáció, a közlekedés fejlődése és a reklámok megjelenése) (Teuteberg 2007) ugyan nagyon lassan érkeztek meg hozzánk, de folyamatosan formálták a körülöttünk található világot. 1921-ben, az éttermi kultúra fejlődéseként, az egyesült államokbeli Kansasban megnyitották kapukat az első hamburgert értékesítő láncok, amelyek óriási sikerrel működtek, és példájukat a század folyamán még sokan követték (Shore 2007). A XXI. század embere életének minden mozzanatát átszövi a globalizáció. A világ beszűkült, a kultúrák közti falak leomlottak. A modern kapitalizmus eredményeként az ételeket nagy mennyiségben állítják elő, a higiénia szerepe megnőtt, a szuper- és hipermarketek ontják az olcsó élelmiszereket, és a fejlett országok polgárai egyre több kalóriát vesznek magukhoz, miközben bolygónk lakóinak jelentős része éhezik és nyomorog (Scholliers 2007). A tehetősebb országokban a hiánybetegségeket fokozatosan a túlzott fogyasztás okozta betegségek váltják fel (Montanari 1996), amely beláthatatlan következményekkel járhat a jövő generációinak életére is.

Hazánkat a világban végbemenő változások a XIX. században érték el, 1945-öt követően nagyon lassan, a nyolcvanas évektől viszont robbanásszerűen hatottak.<sup>4</sup> Véleményünk szerint a reformkorban kialakult „paprikás magyar konyhakultúra” korszaka véget ért, és egy új fejezet első évtizedeit éljük a XXI. század elején (Füeder – Rátz 2009). A változás az első magyar receptmagazín, a Magyar Konyha révén már a hetvenes években (1976) elkezdődött (Sári 2008).

A nyolcvanas évek végén (1988) Budapesten a Régiposta utcában nyílt meg az első magyarországi McDonald's étterem,<sup>6</sup> és ezzel elindult a gyorséttermi kultúra térnyerése hazánkban. Ezt követően a kilencvenes években több nemzetközi lánc próbálkozott a hazai piacon, de idővel néhányan jobbnak látták a kivonulást. A távozók sorát az amerikai jégkrémes, a Dairy Queen nyitotta a kilencvenes évek közepén, majd ezt követte

a fánkos Dunkin' Donuts. A belga-francia hamburgeres cég tizenkét Quick-egysége 2001-ben zárt be. Többségüket a Wendy's vette meg, azonban 2002-ben ők is távoztak. Jelenleg a nagyok között a McDonald's, a Burger King, a Pizza Hut, a Kentucky Fried Chicken (KFC) és a Subway várja vendégeit, de a Senor Patata, a Belfrit, a Yogurtlandia, és a Nordsee is meg szeretné vetni a lábát a magyar piacon (Ábrahám – Batka 2007). A magyar tulajdonú gyorséttermek talán legerősebb tagjának az 1990 óta működő Don Pepe tekinthető. Az étteremlánc az olasz és a magyar konyha hagyományos ízeit kínálja Budapesten és több vidéki nagyvárosban, már 33 helyen.<sup>7</sup> A magyarországi gyorséttermek külön kategóriáját képezik a magyaros jelleget előtérbe helyező vendéglátóhelyek. Ezek első előfutárának az 1997-től jelen lévő Főzelekfaló tekinthető.<sup>8</sup> A Lecsó 2008 novemberében nyitotta meg kapuit,<sup>9</sup> míg 2009-ben a Flekken állt be a sorba.

A hetvenes évek végén, a nyolcvanas évek elején a változás szele elérte a hétköznapi szakácsokat is. A háziasszonyok a korábban egyeduralkodó zsír mellett már egyre gyakrabban olajban sütötték a húsokat. Az elmúlt évtizedekben beszűkült fűszerhasználat (bors, fahéj, szegfűszeg, vanília, pirospaprika, kömény, majoránna, babérlevél) megújult, mivel újból lehetett kakukkfűvet, csombort vagy tárkonyt vásárolni. A kilencvenes években hazánkban is elindultak a nagy gasztronómiai fesztiválok, versenyek (Sári 2008), amelyek leginkább tematikus programjaikkal különböztek az átlagos vásári mulatságoktól. Ezek közül kiemelkedik az 1993 óta minden augusztus első hétvégéjén Nagyszakácsiban megrendezésre kerülő Királyi Szakácsok Versenye.<sup>10</sup> A július második szombatján 1996 óta megrendezett Bajai Halfőző Fesztivál<sup>11</sup> vagy az 1997 óta hagyományosan október második felében tartott Csabai Kolbászfesztivál<sup>12</sup> is a népszerű rendezvények közé sorolható. A gasztroturisták a fesztiválok mellett lassan bejárhatták a korszakban kialakuló tematikus borutakat is, ugyanis 1994. szeptember 14-én megalakult a Villány-Siklósi Borút Egyesület, hazánk első borútja (Szabó 2000).

A fogyasztók és a vendéglátásban dolgozók közizését nagyban formálták a kilencvenes évektől a különböző tévécsatornákon jelentkező főzőműsorok.<sup>13</sup> Horváth Rozi a magyar fűszerpiac meghatározó arca 1993-tól kisebb megszakításokkal 2004-ig főzött három különböző tévécsatornán (Nebehaj 2007). A Kudlik Júlia nevével fémjelzett „Juli sulit” 1993 júliusától 1997. szeptember végéig

<sup>4</sup> Magyarország gasztronómiájának történetét négy nagyobb egységre tudjuk felosztani a honfoglalástól napjainkig: 1. a kevésbé ismert magyar konyha (a magyarság letelepedésétől az Árpád-ház kihalásáig tartó időszak gasztronómiája); 2. a hosszú reneszánsz konyhakultúra (a XIV–XVIII. század gasztronómiája); 3. a paprikás magyar konyhakultúra (a XIX–XX. század gasztronómiája) (Füeder 2009); 4. napjaink magyar konyhája.

<sup>5</sup> A paprikás magyar konyhakultúra főbb jellemvonásai közé tartozott, hogy a korábbi édes-savanyú ízvilág háttérbe szorult. A vaj és az olívaolaj helyett előnyben részesítették a sertészsír használatát, a süritési módoknál a kenyérrrel, zsemelével történő lémegekötés eltűnt, a keleti fűszerek jelentősége (sáfrány, gyömbér, fahéj, szegfűszeg, szerecsendió, szerecsendió-virág) a húsos fogások esetében csökkent, ellenben a fűszerpaprika és a zöldfűszerek szerepe megnőtt (Füeder 2008).

<sup>6</sup> www.mcdonalds.hu

<sup>7</sup> www.donpepe.hu

<sup>8</sup> fozelekfalo-bartokhaz.hu

<sup>9</sup> www.lecsogyorsetterem.hu

<sup>10</sup> www.konyhamester.hu

<sup>11</sup> bajiahalfozofesztival.hu

<sup>12</sup> www.vendegvaro.hu

<sup>13</sup> Korábban a „Főzőcske, de okosan” című műsor egyeduralkodó volt (Terry 2006).



láthatták a nézők, kezdetben hetenként, később kéthetenként.<sup>14</sup> 1998 szeptemberében indította műsorát a „Recept Klub”, amelynek alkotói 1996-ban a Szív TV-n indult Konyhashow című műsor elkészítése során szereztek rutinjukat (Veres 2001). A műsor arculata folyamatosan változott, részben a sztárvendégekhez alkalmazkodott. A konkurens tévécsatornán akkoriban (1998–1999) Benke László, „Mindenki Laci bácsija” főzött a nézőknek.<sup>15</sup>

Idővel a különböző csatornák már nemcsak a magyar, hanem a nemzetközi sztárszakácsokkal és produkciókkal is megismertették a magyar nézőket. Jamie Oliver „A pucér szakács” című műsora vagy az „Olasz meló Jamie módra”, a 2009-ben elhunyt Keith Floyd „Mediterrán fiesztája” vagy a „Dugóhúzóval Franciaországban” és Nigella Lawson<sup>16</sup> műsorai jelentősen átalakították a közlést (Csizmadia 2007), a konyha ördögéről, a többszörös Michelin-csillagos, glasgow-i születésű Gordon Ramsay-ről nem is beszélve (Molnár B. – Bittera 2008). 2004 novemberében lépett a médiapiacra az ország első tematikus gasztronómiai csatornája a TV Paprika, „amelynek célja, hogy elősegítse Magyarország és a kelet-közép-európai térség kulináris hagyományainak megőrzését, népszerűsítse a hazai konyha tradicionális értékeit, a legjelentősebb gasztronómiai eseményeket, és bemutassa a távoli nemzetek konyháját.”<sup>17</sup>

A főzés a XXI. század első éveire divat lett. A műsorok „pörgősek”, szenvedélyesek és hitelesek. A néző „rohanó világunkhoz” illeszkedő kínálattal szembesül. Egészséges nyersanyagok felhasználásával gyorsan elkészíthető ételeket, mindezt egy csipetnyi humorral fűszerezve. Az új évezred első évtizedének a végére a kereskedelmi csatornák a hétköznapi főzőműsorokat már unalmasnak ítélték, ezért létrejött a főző valóságshow fogalma. Ezekben a műsorokban („Hal a tortán” és „Vacsoracsata”) ismert hazai személyiségek látják vendégül „kollégáikat”, de a gasztronómia szerepe már nem annyira jelentős, mint azt a korábbi főzős műsorokban tapasztalhattuk.

Érdemes megemlíteni a nyomtatott és az internetes sajtó szerepét is, mivel a szakácsmagazinok (például Prima Konyha Magazin, Fakanál, Magyar Konyha, Nők Lapja Konyha stb.), a különböző internetes oldalak (például szakacs.lap.hu; gasztronomia.lap.hu; diningguide.hu stb.) és blogok (például buvosszakacs.blog.hu; chiliesvanilia.blogspot.com stb.) a főzőműsorokhoz hasonlóan szintén napról napra alakítják, formálják gasztrokultúránkat.

A hétköznapi életben bekövetkező változások, a gasztronómia felértékelődése a turizmusban dolgozók figyelmét sem kerülte el. A Magyar Turizmus Zrt. által 2005-ben

indított, világhírű magyar személyiségekre építő nemzetközi turisztikai imázskampányban megjelenített tizenegy téma közül kettő kapcsolódott gasztronómiai örökségünkhöz. A hazai gasztronómia arca Kalla Kálmán, a Gundel Étterem mesterszakácsa volt, míg a magyar borokat Szepsy István, a 2001. év bortermelője képviselte.

Belföldön a gasztronómia témája köré szerveződött a „Nagy Ízutazás 2006” kampányév. Ennek keretében került sor először a „Torkos Csütörtök” akció megszervezésére, amelyhez országszerte közel 500 vendéglátóhely csatlakozott, fél áron kínálva fogásait (Füreder – Rátz 2009, Gondos – Hercz 2010). Szintén 2006-ban indult a „Nyitott Pince Napok” című háromnapos rendezvénysorozat, amelyhez 2008-ban már több mint 120 pincészet csatlakozott nagy sikerrel a pünkösdi hosszú hétvégén. Az akció célja a magyar borvidékek, borok megismertetése mellett egy igényes borkedvelői kör kialakítása volt (Halassy 2008).

Az étterembe járás újra divattá vált, ami magával hozta az étteremkritikusi szakma megszületését. A korszak első „fecskéi”, a magukat csak Wittman fivéreknek<sup>18</sup> nevező páros szorgosan járta Budapest éttermeit, és hétről hétre vidám perceket szerzett az olykor szarkasztikus és humoros kritikát értő olvasóiknak. A HVG 2002-ben próbálkozott egy új típusú étterem- és borkalauz kiadásával, amely rendkívül informatívra és sokoldalúra sikeredett, emellett egész Magyarország területét lefedte, azonban áttörő és óriási sikert nem hozott a szerzőknek. A Népszabadság 2007-ben próbálta meg újraéleszteni a már múltba vesztett Wittman fiúk kultuszát (A Wittman fiúk nyomában – 100 legjobb magyar étterem című kiadványával), majd 2008-ban Molnár B. Tamás felügyeletével elkészült az „Étterem- és borkalauz 2008” (Fehér 2009), ami azóta is évről évre megjelenik. 2010 elején pedig megjelent a „Superbrands top lista gasztronómia 2010”, amely az étteremkritikák mellett – többek között – ismerteti a legjobb hentesek, piacok vagy főzőiskolák listáját is (Mautner 2010).

Az előbbieken felsoroltak az elmúlt évtizedek során együttesen változtatták meg korábbi étkezési szokásainkat. Véleményünk szerint *napjaink magyar gasztronómiáját nem lehet pontosan meghatározni, körülírni*. Nem mondhatjuk, hogy „fontosabb” ételeinket zsírral készítjük, paprikával fűszerezzük, habarással vagy rántással sűrítjük és tejföllel dúsítjuk, mint azt korábban megtehettük.

Jelenleg egy átmeneti korszak éveit éljük. A globalizáció alapjaiban alakította át az emberek étkezéshez való viszonyát. Az elmúlt 150 évben kialakult magyaros, paprikás jelleg ugyan jelen van a konyhákban, de mellette a világ számos országából érkeznek hozzánk receptek, nyersanyagok, technológiák. Az éttermi szakácsok vagy a háziasszonyok ugyanúgy készítenek csirkepaprikást,

<sup>14</sup> [www.nemzetikonkultacio.hu](http://www.nemzetikonkultacio.hu)

<sup>15</sup> [lacibacsi.info](http://lacibacsi.info)

<sup>16</sup> Nigella Lawson magyar „megfelelője” Stahl Judit, műsora a „Stahl konyhája” az egyik legnépszerűbb hazai főzőműsor (Csizmadia 2007).

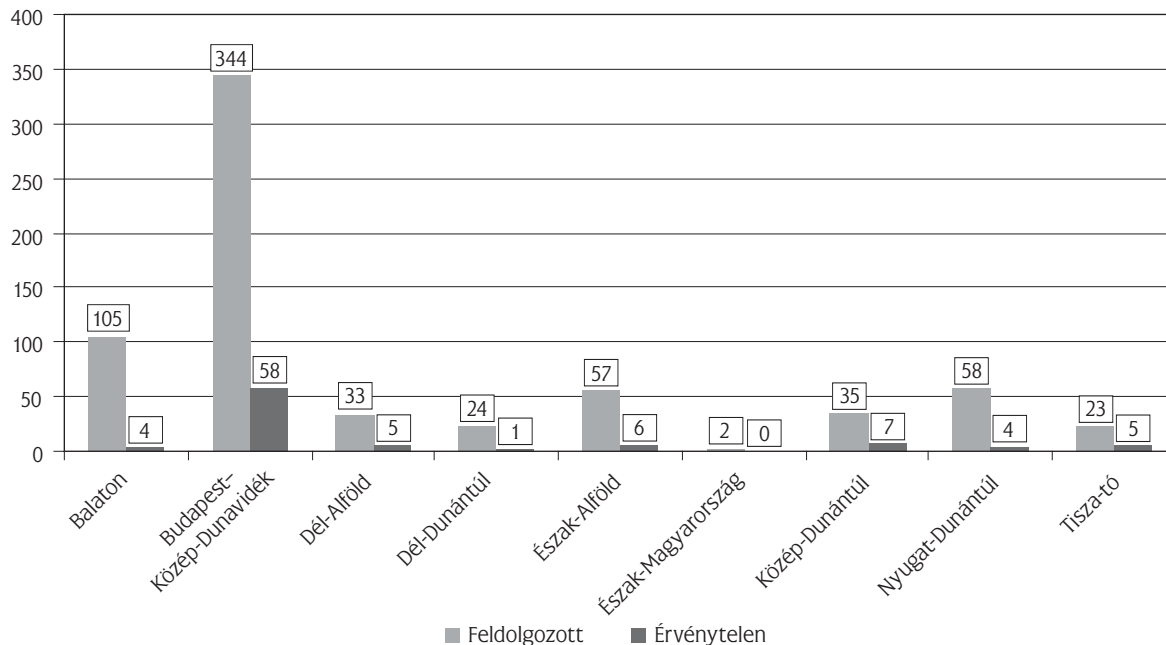
<sup>17</sup> [www.origo.hu](http://www.origo.hu); [tvpaprika.hu](http://tvpaprika.hu)

<sup>18</sup> A Wittman fivérek az ezredforduló környékén kezdték meg tevékenységüket ([forum.index.hu](http://forum.index.hu)).



1. ábra

A kérdőívek megoszlása turisztikai régiók szerint (darab)



Forrás: saját szerkesztés

mint olaszos tézsaételeket. Szívesen fogyasztjuk karácsonykor a töltött káposztát, de sokaknál megtalálható a gesztenyével töltött pulyka is. A piacon előszeretettel vásárolunk sült oldalast, hurkát és kolbászt, de a fiatalok körében népszerűbb a hamburger és a gyros.

Az átmeneti időszak végét jelenleg nem lehet megmondani, és lehet, hogy ez csak több évtized elteltével válik majd világossá, hasonlóan az új korszak domináns elemeihez.

### 3. A magyar vendéglátóhelyek értékelése

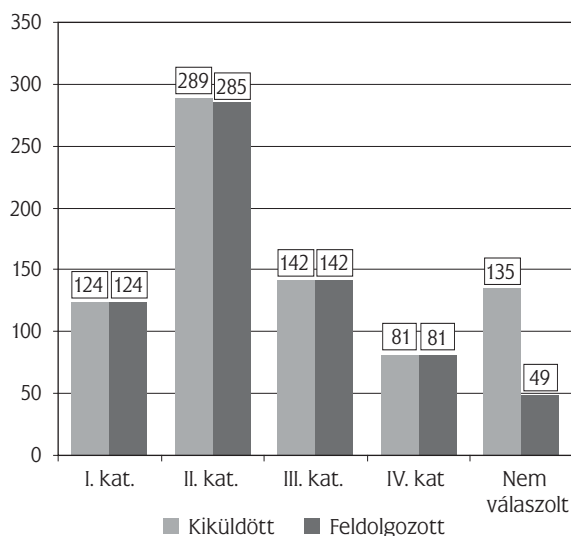
#### 3.1. A FELMÉRÉS MÓDSZERE

A vendéglátóhelyek felmérése során elsődlegesen kérdőíveket töltöttünk ki az egységekben, de ahol nyitottak voltak a megkeresésünkre, ott interjúkat is készítettünk a szakácsokkal, illetve a tulajdonosokkal. A kutatásban a Kodolányi János Főiskola Gasztronómiai Szakkollégiumának oktatói és a hallgatók is szervesen közreműködtek 2008 májusa és novembere között. Hazánk különböző turisztikai régióiban (1. ábra) található, eltérő kategóriájú éttermeihez (2. ábra) 771 darab, tíz kérdésből álló kérdőívet juttattunk el. Ezek közül 681 adatai voltak teljesek, de végül csak 679 darab adatait használtuk fel.<sup>19</sup> A mintavételezés alapját a már említett, Molnár B. Tamás

<sup>19</sup> A használható kérdőívek száma 681 darab lenne, azonban – sajnálatos módon – az észak-magyarországi régióból mindösszesen kettő értékelhető kérdőívet sikerült begyűjtenünk, így a régiókra bontott és rangsorolt grafikonokon e térséget nem tüntettük fel. Ebből kifolyólag az országosan elemzett grafikonokban az említett régió eredményeit a későbbiekben sem jelenítettük meg.

2. ábra

A kiküldött és feldolgozott kérdőívek megoszlása a vendéglátóhelyek kategóriába sorolása alapján (darab)

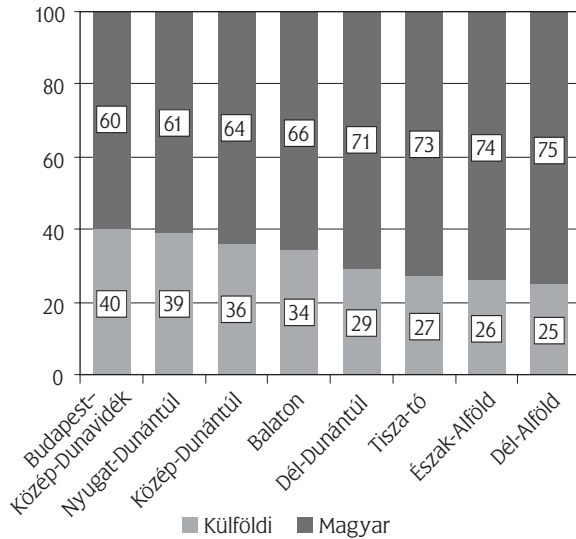


Forrás: saját szerkesztés



3. ábra

A külföldi és magyar vendégek aránya az egyes turisztikai régiókban (%)



Forrás: saját szerkesztés

koordinálásában kiadott „Étterem- és borkalauz 2008” szolgáltatotta. A kötet összegzésében megjelenésre került és felmért éttermek mellé – a teljesebb kép bemutatása érdekében – további IV. kategóriás vendéglátóegységeket is gyűjtöttünk. Fogyasztói oldalról kíváncsiak voltunk a vendégkör összetételére (külföldiek, magyarok), a külföldiek állampolgárságára, a vendégek átlagos költésére és motivációjára, arra, hogy mi alapján döntenek egy hely vagy egy fogás mellett. A kínálati oldal vonatkozásában felmértük az egységek ételválasztékának stílusát, milyen időközönként újul meg az étlap, van-e külön itallap, borlap, esetleg koktéllap, rövid leírást készítettünk a helyiségek berendezéséről, stílusáról, külső képéről, valamint megkérdeztünk szakácsokat az új technológiák bevezetéséről és a modern gépek alkalmazásáról.

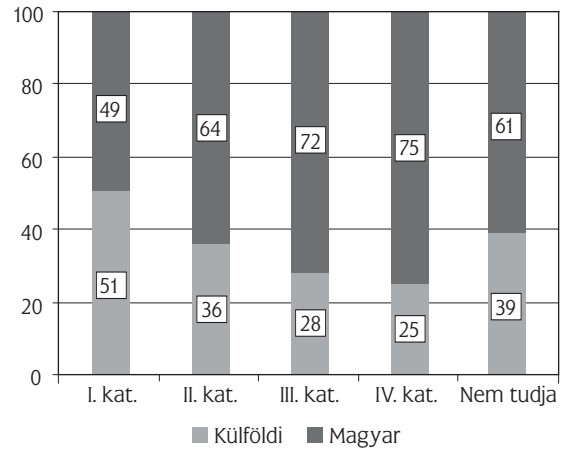
### 3.2. A MAGYAR ÉTTERMEK VENDÉGKÖRE ÉS ÁLTALÁNOS STÍLUSA

Felmérésünkben különböző kategóriájú magyarországi vendéglátóhelyek, éttermek, büfék működtetési szokásaira, tulajdonságaira kerestünk válaszokat, kvantitatív kutatási modell alkalmazásával. Ezek mellett további válaszokat kerestünk az átlagos vendégköltés behatárolására, mivel ez meghatározó tényező a szuprastruktúrából eredő bevételek tekintetében, amely befolyásolhatja a vendéglátóhelyek jövőbeni árképzését is.

Az éttermi alkalmazottakkal vagy vezetőkkel kitöltött kérdőívekben a külföldi és a magyar vendégek megoszlását, valamint a külföldiek esetében a kiemelkedő számban érkező állampolgárok körét igyekeztünk

4. ábra

A külföldi és magyar vendégek aránya a különböző kategóriájú vendéglátóhelyeken (%)



Forrás: saját szerkesztés

felmérni. Érdekes megfigyelés, hogy bár a *japán* és *indiai* konyhát felvonultató étteremek száma az elmúlt időszakban nőtt, azonban az ezekbe látogató vendégek töredékét teszik ki a hazánkban élő, említett két nemzet tagjainak. Ezek mellett a *pakisztáni* és az *arab* vendégek általánosságban mindösszesen 0,5-0,5%-kal képviseltetik magukat a kutatásban, míg a Tisza-tó környékén az éttermek nagy százaléka megemlíti a *mexikóiak* érkezését a régióba.

Az elemzések alapján megállapítható, hogy a Budapest-Közép-Dunavidék, valamint a nyugati, magyar-osztrák határ mellett található Nyugat-Dunántúl régió még frekvenciáltabb desztináció a vendéglátóhelyek külföldi vendégeinek szempontjából, mint a turisztikailag kiemeltnek számító Balaton régió (3. ábra).

A látogatottsági adatokat lebontottuk a különböző kategóriájú éttermek alapján is (4. ábra). Szembetűnő jellemzője az adatsornak, hogy az I. kategóriába sorolt éttermek vendégeinek több mint a fele (51,0%) külföldi, ezáltal megfordítva a hazaiak-külföldiek arányt és egyedülálló csoportot alkotva a többi kategóriával szemben.

Az 1. táblázat jellemző képet ad a hazánk vendéglátóhelyein megforduló, a kereslet alapján releváns küldőországok megoszlásáról.<sup>20</sup> Ebből látszik, hogy a német és brit turisták kimagasló számban látogatják hazánk vendéglátóegységeit. A további nemzetek közül az olasz, az osztrák, a holland, a francia, valamint az orosz látogatók emelhetők ki. E réteg képezte azt a vásárlóerőt, amely a korábban rohamosan gyűrűző gazdasági világválság okozta nehéz időkben is képes volt bevételt

<sup>20</sup> A vendéglátós szakemberektől konkrétan arra voltunk kíváncsiak, hogy az adott éttermet mely országok állampolgárai keresik fel (a válaszukban több országot is felsorolhattak).



1. táblázat

## A külföldi vendégek megoszlása 2008-ban a küldőországok szerint (%)

Németország	77,8
Nagy-Britannia	47,1
Olaszország	26,4
Ausztria	23,2
Hollandia	17,9
Franciaország	16,6
Oroszország	15,0
Szlovákia	13,4
Románia	12,9
Dánia	11,9
Amerikai Egyesült Államok	11,9
Spanyolország	11,9
Lengyelország	11,6
Svédország	10,3
Finnország	9,8
Ukrajna	9,5
Japán	9,3
Kína	8,7
Norvégia	8,4
Csehország	7,9
Svájc	7,6
Belgium	6,8
Szerbia	6,6
Horvátország	6,2
Szlovénia	5,7
Izrael	5,7
Portugália	5,4
Görögország	5,4
Dél-Korea	5,3
Arab országok*	0,6

\* Az arab turisták alacsony száma miatt nem részleteztük pontosan, hogy ténylegesen melyik országból érkezett hozzánk a vendég.

Forrás: saját számítás

generálni a hazai vendéglátásban. A részletes kutatási eredmények alapján megfigyelhető, hogy a német vendégek aránya a legmagasabb mindegyik említett régióban, míg a román és szlovák szomszédok látogatásai leginkább a határvidéki településekre koncentrálnak.

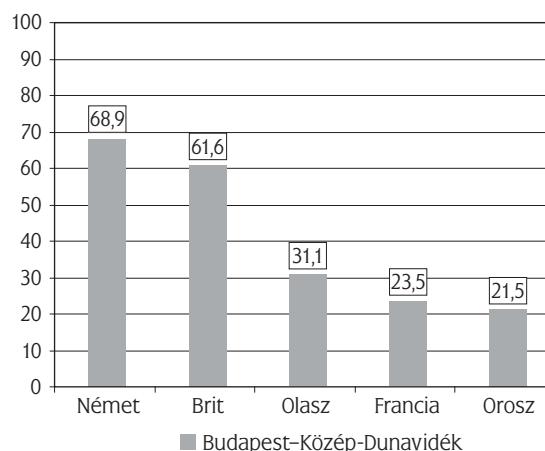
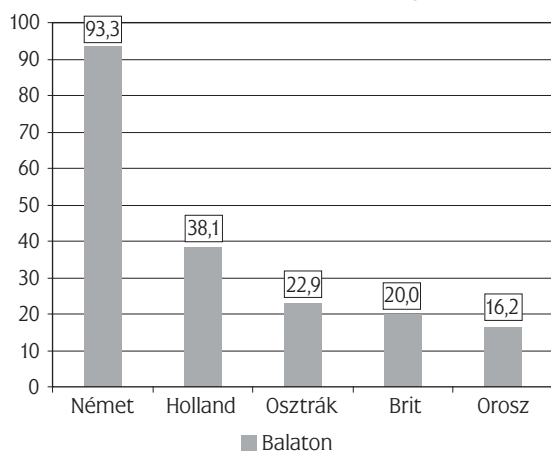
Az 5. ábrát elemezve jól kivehető, hogy a turisztikailag kiemelt jelentőséget játszó főváros, illetve Duna-kanyar, valamint a nyáron turistaközponttá alakuló Balaton vendégei nagyjából hasonlóan oszlanak meg. Csupán a holland turisták Balatonnál mért száma (megfordulás a vendéglátóhelyek 38,1%-ában) kiemelkedő, amely jóval magasabb, mint az e nemzetet jellemző 17,9%-os országos átlag (1. táblázat). Érdekes a német turisták éttermi látogatásának száma is a Balaton régióban, ahol a megkérdezett vendéglátósok 93,3%-a jelezte kimagasló jelenlétüket a térségben.

A vendégek összetétele összefügg az átlagos költéssel is. Vizsgálatunk során igyekeztünk feltérképezni a vendéglátósok által tapasztalt átlagos költést is. A kitöltött kérdőívek alapján a 6. és 7. ábrán bemutatott sorrendet tudtuk felállítani az egy főre jutó költsékre vonatkozóan. Az ábrákon láthatjuk, hogy a Budapest–Közép-Dunavidék régió ismételen kimagaslik a többi régió közül, így az a közhely, amely szerint vidéken alacsonyabbak az árak, még mindig helytálló.

Emellett a főváros kerületei között is mérhető különbségekkel találkoztunk. A 7. ábrán látható kerületekben található éttermek a fővárosi átlag fölötti vendégköltéssel számolhatnak. A listát a XII. (Hegyvidék), XIV. (Zugló), és az V. (Belváros) kerületek vezetnek, ahol az egy főre jutó átlagos vendégköltés több mint 6000 forint.

5. ábra

## A Balaton és a Budapest–Közép-Dunavidék régió vendéglátóhelyeinek legfontosabb külföldi látogatói, a vizsgált éttermek számához viszonyítva (%)



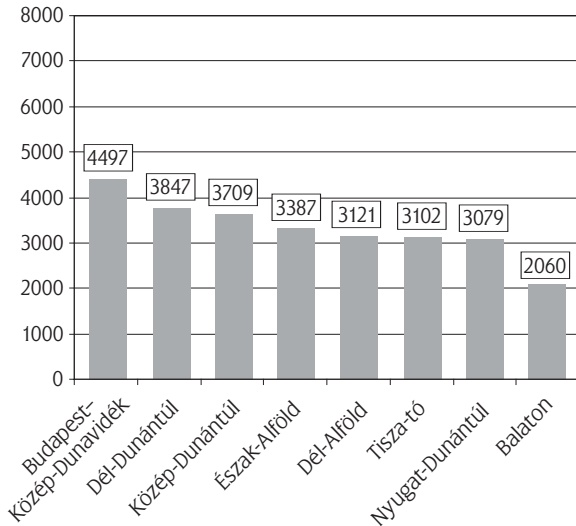
Értelmezési példa: a Balaton turisztikai régióban kiértékelt éttermek 93,3%-ában említették a német vendégek fokozott jelenlétét.

Forrás: saját szerkesztés



6. ábra

**Az egy vendégre jutó átlagos költség turisztikai régiók szerint (forint)**



Forrás: saját szerkesztés

A vendégek motivációja egyértelműen a „jót akarunk enni” gondolon alapszik. Aki étteremlátogatásra adja a fejét, a bővített Maslow-piramis fiziológiai szintjéből kiindulva tudattalanul is több fokozatot körbejárhat a szükségletek skáláján. Speciálisan értelmezve a hierarchiát a puszta éhség indukálja az esztétikai élménykeresést, amely szerint jót és gyönyörű alkotást szeretnénk enni. E motiváció további elengedhetetlen velejárója az éttermi kínálat, valamint a konyha tökéletességére való törekvése. Egy étterem vagy büfé jellegét meghatározza a kínálat és a stílus. Hazánkban a magyaros és a nemzetközi konyhát felvonultató éttermek az uralkodóak. Némelyik törekszik csak a magyar, vagy csak az úgy nevezett „nemzetközi” konyhát képviselni, de ezek keveredése – a nagy igyekezet ellenére –

2. táblázat

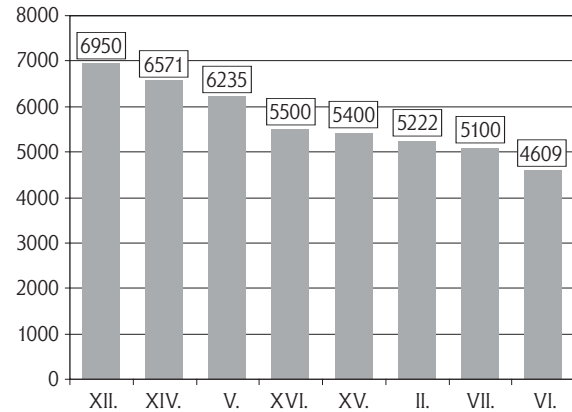
**Ételkínálat a vizsgált magyarországi vendéglátóhelyeken (%)**

Magyaros	52,9
Nemzetközi	33,9
Olasz	8,4
Mediterrán	3,5
Francia	2,8
Kínai	1,0
Japán	0,6
Ázsiai (egyéb)	1,6
Ír/brit/pub	0,4
Belga	0,1
Egyéb	15,4

Forrás: saját szerkesztés

7. ábra

**Az egy vendégre jutó költség az átlagon felüli költséget regisztráló budapesti kerületekben (forint)**



Forrás: saját szerkesztés

akaratlanul is bekövetkezik. Ebből fakadóan a vendéglátósok nagy hányada nem tudta egyértelműen meghatározni éttermének stílusát, így nem egyszer két válaszlehetőséget is megjelöltek. E bizonytalanság következtében az említett vendéglátóhelyeket mindkét kategóriába külön-külön besoroltuk, amiből következik, hogy a táblázatban található értékek összege meghaladja a 100%-ot (2. táblázat).

Megfigyelhető tehát, hogy az éttermek többsége nem mer elszakadni a jól bevált magyaros irányvonalától (ami nem lenne baj, ha megfelelő színvonalon kínálnák azt), ugyanakkor ébrednek egy rendkívül szűk réteg, amelynek tagjai úttörő módjára igyekeznek új vonalat teremteni az ún. fúziós konyha megismerése és megismertetése által. Megfigyelhető az is, hogy kevés specifikus étteremmel találkozhatunk hazánkban. A bajor, francia, kóser és a további nemzetiségi, illetve tájegységi konyhát felvonultató éttermek száma elenyésző, ezen speciális helyeket az „egyéb” kategóriában gyűjtöttük össze, ezzel szemben egyre népszerűbb a csapongó „mediterrán kínálat” megfogalmazás.

A stabil minőség és megújulás miatt elengedhetetlen fontossággal bír az étlapok időszakonkénti frissítése (Sándor 2008). Erre szintén rákérdeztünk a kérdőívekben (3. táblázat), ebből következtetve a szezonális esetleges sajátosságaira és a megkérdezett vendéglátóhelyek igényességére. Az „állandó étlappal” rendelkező helyeket leszámítva a vendéglátóhelyek többsége negyedévente, félévente és évente szabja át kínálatát, teret adva ezzel az „újászületésnek”. Sajnálatos tényként állapíthatjuk meg, hogy a vendéglátósok 11%-a soha, és közel 40%-a is csupán évente vagy még ritkábban újítja meg étlapját, pedig a szezonális megjelenítése roppant fontos lenne. Az előzőhöz hasonlóan komoly veszélyt jelent a gigantikus méretű étlapok



3. táblázat

**Az étlappmegújulás a vizsgált magyarországi vendéglátóhelyeken (%)**

Állandó	11,3
Naponta	1,8
Hetente	2,4
Kéthetente	0,4
Havonta	2,6
Kéthavonta	1,0
Negyedévente	12,8
Félévente	26,9
Évente	35,0
Kétévente	3,8
Háromévente	0,6
Ötévente	0,2
Nincs adat	1,2
Összesen	100,0

Forrás: saját számítás

jelenléte nagyon sok étteremben,<sup>21</sup> amelyekkel mi is rendszeresen találkoztunk kutatásaink során.

Kérdőívünk utolsó kérdése az étlap mellett található betétlapok létét, illetve nem létét kívánta feltárni (8. ábra). A megfigyelések azt igazolják, hogy hazánkban igen elterjedt a borlap és az itallap alkalmazásának szokása, ugyanakkor mégis rengeteg olyan hely akad, ahol az italtípusokat magában az étlapban tüntetik fel. A további kiegészítő lapokat (pálinkalap, koktéllap) alkalmazó étteremek száma még alacsony, de az elmúlt időszakban növekvő tendenciát mutatott. További észrevétel még, hogy néhány kivételtől eltekintve a felsőbb kategóriás éttermek esetében sem találkoztunk deszertlappal, esetlegesen szivarlappal.

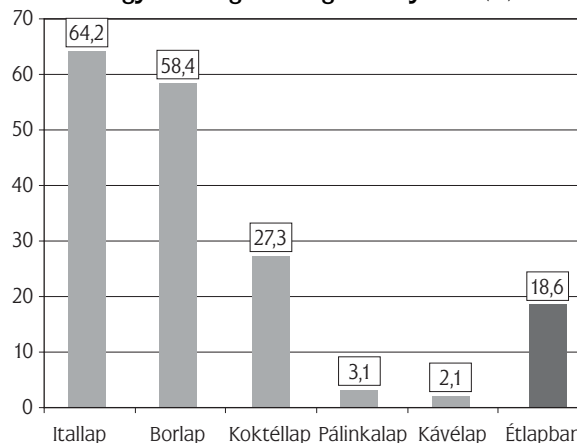
#### 4. Következtetések

Láthatjuk, hogy hazánk éttermi és gasztrókultúrája számos nehézséggel küzd a XXI. század elején. Véleményünk szerint a megújuláshoz elengedhetetlen a szemléletváltás a szakmán belül. Szükség lenne a Magyar Nemzeti Gasztronómiai Szövetség és a Magyar Gasztronómiai Egyesület közötti párbeszédre, hogy a továbbiakban ne csak külön-külön, hanem összefogva telessenek hazánk gasztronómiájának felemelkedéséért. Sokat segítené, ha a vendéglátást, a gasztronómiát végre tudományként kezelnék, és létrejönne kutatóközpontok. Ideje lenne elfelejteni a háború utáni, kicsit fellengzősen hangzó magyar „gasztronómiai univerzum” koncepcióját, miszerint a magyar konyha

<sup>21</sup> Az étlapon szereplő tömértelen mennyiségű fogás nem egyenlő azzal, hogy az adott étterem kiváló. Ezekben az éttermekben az ételek többsége általában csak egy-egy nyersanyagban különbözik egymástól, ennek eredményeként ugyan nagy lesz a választék, de a szezonális, a frissesség, az állandó magas minőség és az egyedi jelleg teljesen elvész.

8. ábra

**Kiegészítő lapok alkalmazása a vizsgált magyarországi vendéglátóhelyeken (%)**



Forrás: saját szerkesztés

nemcsak új fogásokat, hanem egy egész főzésmódot alkotott (Halász 1974:377), és több alázatot gyakorolva visszatérni a Gundel Károly által kialakítottéhoz, miszerint a „legkiválóbb minőségű nyersanyagokból egy válogatott szakácsművész-csapat” kreáljon fogásokat az éttermekben (Gundel 1984:4). A képzésbe érdemes lenne beépíteni a legújabb eredményeket, tendenciákat. A szakácsstanulókat ösztönözni kellene a nyelvtanulásra, a külföldi munkavállalásra azért, hogy megtapasztalják az idegen mentalitást, megismerhessék a modern gépeket, és elsajátítsák napjaink divatos ételkészítési technológiáit. Fontos lenne újból felfedezni a Kárpát-medence kincseit: a magyar szürke marhát, a mangalicát, a rackajuhot, a magyar kecskét vagy az erdélyi kopasznyakú tyúkot (Gundel – Ladocsi 2009), és ezekre építeni a hazai gasztroturizmust.

A gasztroturizmus jelenleg hazánkban a gasztronómiai fesztiválok, borutak és néhány egyéb rendezvény köré csoportosul. Nagyon ritka az, amikor egy társaság kifejezetten azért látogat meg egy éttermet, hogy ott kipróbálhassa a helyi szezonális alapanyagokból, tradicionális receptek által elkészített fogásokat, amelyekhez a környék borait, pálinkáit kóstolhatja, esetleg meg is vásárolja azokat. A kontinens számos országában tapasztalhatjuk a régiókon belüli összefogást a termelők, vendéglátós szakemberek és borászok, sörfőzdek között.<sup>22</sup> Ez az összefogás elengedhetetlen alapja annak, hogy hazánk gasztrókultúrája is a prosperitás útjára lépjen. Amíg az előbb említett nehézségek nem oldódnak meg, addig nem beszélhetünk izgalmas magyar konyháról és ténylegesen világhírű magyar vendéglátásról.

Azonban, ha ezen problémák megszűnnének, pár év alatt sokat javulhatna az ország gasztronómiai és éttermi kultúrája. Valószínűleg akkor már nem a büfék

<sup>22</sup> www.geniesslerland-bayern.de; www.genussland.at; www.turismoa.euskadi.net





világa jelentené a Balaton domináns tájelemét (Rätz – Michalkó 2008), és a turisták többsége sem a büfékben kapható fagyalt, lángos, sült hal és palacsinta nyújtotta élményekkel kapcsolná össze a tavat (Rätz – Michalkó – Kovács 2008). A Budapestre érkezőknek pedig nem kellene a feketelistára kerülő vendéglátóhelyek után böngészniük az interneten, hogy hova ne térjenek be.<sup>23</sup>

Ugyan a vendéglátóhelyek egy része megpróbálja követni a vendégek újonnan jelentkező igényeit, de jelentős hányaduk nem volt és napjainkban sincs felkészülve a magas színvonal biztosítására. Igaz, szerencsére vannak kivételek, amelyek eredményeként a 2010-es európai Michelin-kalauzban a budapesti Costes étterem megkapta az első magyar Michelin-csillagot, négy vendéglátóhely (Arcade Bistro, 21 étterem, Bock Bisztró, Csalogány 26 étterem) pedig Bib Gourmand-elismerésben részesült.<sup>24</sup>

### 5. Összefoglalás

Kutatómunkánkat az elmúlt két évben két fő irányvonal határozta meg. Először is kíváncsiak voltunk a magyar konyha- és táplálkozástudományban bekövetkező változásokra és ezek legfőbb okaira, valamint a hazai éttermek vendégkörére, stílusára.<sup>25</sup>

Hazánk gasztronómiáját a rendszerváltást követő években számos külső és belső hatás érte. Ennek köszönhetően jelentősen átalakult a családok, a vendégek és a vendéglátók elképzelése is a '70-es, '80-as években elfogadott magyar konyháról. A gyorséttermek, a gasztronómiai fesztiválok és a borutak megjelenése, a nagy üzletláncok térhódítása és a különböző főzőműsorok, szaklapok, internetes blogok napról napra formálták, formálják a lakosság és a szakma ízlését. Az éttermi kritikások feltűnése rákényszerítette a szakácsokat, hogy a régi, bevált módszereken változtassanak, friss nyersanyagokat, zöldfűszereket használjanak, és könnyebb fogásokat készítsenek.

A kérdőíves felmérésből kiderült, hogy hazánk vendéglátó-ipari egységeiben a Budapest–Közép-Dunavidék és a Nyugat-Dunántúl régióban találkozhatunk leggyakrabban külföldi vendégekkel. A külföldiek közül a németek, a britek és az olaszok látogatják legszívesebben a hazai éttermeket. Az átlagos vendégköltség a Budapest–Közép-Dunavidék régióban a legmagasabb, körülbelül 4500 forint/fő, Budapest XII. kerületében ez hozzávetőleg 7000 forint/fő, és a Balatonnál a legalacsonyabb, körülbelül 2000 forint/fő. Az utóbbinál a tóparton található büfékben, éttermekben tapasztalható fogyasztási szokások miatt lehet ilyen alacsony a vendégköltség. A Balatonnál étkezők többsége általában 800 forintos

menüben kínált fogást rendel valamilyen itallal, esetleg deszszerttel. A megkeresett éttermek 53%-a tartja az éttermét magyaros jellegűnek, míg a többiek inkább a nemzetközi ételeket kínálják vendégeiknek, amelyben nagy szerepet tölthet be a közizlés elmúlt évtizedekben történt változása is.

A szakácsokkal készített interjúk során kifejezetten az új technológiákra és a modern gépekre fókuszáltunk, mert véleményünk szerint ezek alkalmazása által konyha- és éttermi kultúránk is egyaránt megújulhatna. Az ismert technológiák közül a konfitálásról és a szuvidolásról hallottak a legtöbben, a modern gépeknél pedig a Hold-o-Mat sütőt, a krémekezőt, habok készítésére használható Paco-Jet gépet, az indukciós lapokat, a sous-vide technológia elengedhetetlen tartozékának tekinthető merülő forralót, a Thermomixet, a Robot-coupe gépet, valamint a vákuumcsomagoló említették a leggyakrabban.

Összességében megállapíthatjuk, hogy az első két év kutatási időszakában nem volt hiábavaló, és érdemes tovább folytatni az elkezdett munkát. Jelenleg a magyar gasztrókultúra és vendéglátás számos nehézséggel küzd, de ezt nem csak az ország vagy a világ gazdasági válságára lehet visszavezetni. A probléma sokkal összetettebb, viszont a megoldás nem feltétlenül csak az anyagi erőforrásokon múlik.

### Felhasznált irodalom

- 20 éves a Don Pepe, [www.donpepe.hu](http://www.donpepe.hu) (letöltés dátuma: 2009. szeptember 25.)
- A Főzelékfaló Ételtől, [fozelekfalo-bartokhaz.hu/](http://fozelekfalo-bartokhaz.hu/) (letöltés dátuma: 2009. szeptember 25.)
- A rettegett Wittman fiúk, [forum.index.hu/Article/showArticle?na\\_start=90&na\\_step=30&t=9044120&na\\_order=](http://forum.index.hu/Article/showArticle?na_start=90&na_step=30&t=9044120&na_order=) (letöltés dátuma: 2010. december 18.)
- ÁBRAHÁM A. – BATKA Z. (2007): Gyorsan jönnek és mennek a gyorséttermek, [nol.hu/archivum/archiv-446941](http://nol.hu/archivum/archiv-446941) (letöltés dátuma: 2009. szeptember 25.)
- Az Egyesült Államok Nagykövetsége Budapest Magyarország, [hungary.usembassy.gov/tourist\\_advisory.html](http://hungary.usembassy.gov/tourist_advisory.html) (letöltés dátuma: 2010. szeptember 21.)
- Baja, a halászlé fővárosa, [bajaihalfozofesztival.hu/index.php?option=com\\_content&task=view&id=89&Itemid=100](http://bajaihalfozofesztival.hu/index.php?option=com_content&task=view&id=89&Itemid=100) (letöltés dátuma: 2009. október 18.)
- Benke László, [lacibacsi.info/biografia.htm](http://lacibacsi.info/biografia.htm) (letöltés dátuma: 2009. október 18.)
- Costes étterem – az első magyar Michelin-csillagos étterem, [itthon.hu/aktualis/archivum/costes-etterem-also](http://itthon.hu/aktualis/archivum/costes-etterem-also) (letöltés dátuma: 2010. július 7.)
- CREWE, Q. (1998): Nemzetközi étlapkalauz, Szilágyi K. (ford.), Park, Budapest, p. 125.
- Csabai Kolbászfesztivál, Békéscsaba, [www.vendegvaro.hu/Csabai-Kolbaszfesztival-Bekescsaba](http://www.vendegvaro.hu/Csabai-Kolbaszfesztival-Bekescsaba) (letöltés dátuma: 2009. október 18.)

<sup>23</sup> [hungary.usembassy.gov](http://hungary.usembassy.gov)

<sup>24</sup> [itthon.hu](http://itthon.hu)

<sup>25</sup> Jelen tanulmány ezen kutatási projekt részeként készült el.



- CSIZMADIA É. (2007): A képernyőn minden finom, [www.origo.hu/teve/20071109-fozomusor-gasztronomusor-magyar-tevekben.html?pldx=1](http://www.origo.hu/teve/20071109-fozomusor-gasztronomusor-magyar-tevekben.html?pldx=1) (letöltés dátuma: 2009. szeptember 25.)
- CSIZMADIA L. (szerk.) (1993): *Gasztronómiai lexikon*, Mezőgazda, Budapest
- FEHÉR P. (2009): A budapesti luxuséttermek, mint elsődleges szuprastruktúra. A budapesti luxus-vendéglátás három képviselőjének vizsgálata, TDK dolgozat, Kodolányi János Főiskola Turizmus Tanszék, Budapest
- FÜREDER B. – RÁTZ T. (2009): Gasztronómiai örökség és identitás Magyarország turisztikai marketingjében, In Aubert A. – Berki M. (szerk.): *Örökség és Turizmus*, PTE TTK Földrajzi Intézet, Pécs, pp. 321-328.
- FÜREDER B. (2008): Szekula Teréz 1892-es Szeged új szakácskönyve, In Zombori I. (szerk.): *Móra Ferenc Múzeum Évkönyve, Történeti Tanulmányok/Studia Historica 11*. Szeged, pp. 315–321.
- FÜREDER B. (2009): A magyar gasztronómia változásai, avagy mikor milyen hatások érték konyhánkat, In Szónoky A. G. (szerk.): *Magyarok a Kárpát-medencében. Tudományos nemzetközi konferencia, Szeged, 2008. március 6.* Szeged, pp. 143–151. CD-ROM
- Gastronomía, [www.turismoa.euskadi.net/s11-15520/es/](http://www.turismoa.euskadi.net/s11-15520/es/) (letöltés dátuma: 2009. november 4.)
- Genießerland Bayern, [www.geniesserland-bayern.de/](http://www.geniesserland-bayern.de/) (letöltés dátuma: 2009. november 4.)
- Genussland Österreich, [www.genussland.at/](http://www.genussland.at/) (letöltés dátuma: 2009. november 4.)
- GERGELY A. (2000): *Magyar kóstoló. Gasztronómiai utazás*, Vince, Budapest
- GONDOS B. – HERCZ Á. (2010): A gasztronómiai rendezvények hatásai a Torkos Csütörtök vendégkörének elemzése alapján, In *Turizmus Bulletin 14* (3), pp. 26–32.
- GUNDEL J. – LADOCSEI T. (2009): Természetes táplálékaink – az őshonos állatok húsa, In Majoros P. (szerk.): *Budapesti Gazdasági Főiskola Tudományos Évkönyv 2008*, BGF-KFK, Budapest, pp. 355–368.
- GUNDEL K. (1984): *Kis magyar szakácskönyv*, (átdolgozta) Gundel F. – Gundel I., Corvina, Budapest
- HALASSY E. (2008): A 2008. évi Nyitott Pince Napok eredményessége, In *Turizmus Bulletin 12* (1), pp. 34–35.
- HALÁSZ Z. (1974): *Gasztronómiai kalandozások Európában*, Panoráma, Budapest
- Királyi Szakácsok Nyomdokán, [www.konyhamester.hu/gasztrutura/n\\_szakacsi\\_kiralyi](http://www.konyhamester.hu/gasztrutura/n_szakacsi_kiralyi) (letöltés dátuma: 2009. október 17.)
- Kudlik Júlia, [www.nemzetikonzultacio.hu/indexs.php?kat=1&cikk=9](http://www.nemzetikonzultacio.hu/indexs.php?kat=1&cikk=9) (letöltés dátuma: 2009. szeptember 25.)
- Lecsó Magyaros Gyorsétterem, [www.lecsogyorssetterem.hu](http://www.lecsogyorssetterem.hu) (letöltés dátuma: 2009. szeptember 25.)
- MAUTNER ZS. (szerk.) (2010): *Superbrands top lista gasztronómia 2010. 1. (1)*
- McDonald's – A vállalat története, [www.mcdonalds.hu/Company/1\\_Tortenet.aspx](http://www.mcdonalds.hu/Company/1_Tortenet.aspx) (letöltés dátuma: 2009. szeptember 25.)
- MOLNÁR B. T. – BITTERA D. (2008): A konyha és az ördög, [buvosszakacs.blog.hu/2008/03/08/a\\_konyha\\_es\\_az\\_ordog](http://buvosszakacs.blog.hu/2008/03/08/a_konyha_es_az_ordog) (letöltés dátuma: 2009. október 18.)
- MONTANARI, M. (1996): *Éhség és bőség. A táplálkozás európai kultúrtörténete*, Atlantisz, Budapest
- NEBEHAJ T. (2007): Az élet sava-borsa – Horváth Rozimódra, [www.elelmezes.hu/szamok/11/03/2007-03-16.htm](http://www.elelmezes.hu/szamok/11/03/2007-03-16.htm) (letöltés dátuma: 2009. szeptember 25.)
- RÁTZ T. – MICHALKÓ G. – KOVÁCS B. (2008): The influence of Lake Balaton's tourist milieu on visitors' quality of life, *Tourism 56* (2), pp. 127–142.
- RÁTZ T. – MICHALKÓ G. (2008): A Balaton turisztikai miliője: a magyar tenger sajátos atmoszférájának turizmusorientált vizsgálata, In *Turizmus Bulletin 11* (4), pp. 13–19.
- ROBUCHON, J. (Ed.) (2001): *Larousse gastronomique*, Hamlyn, London
- SÁNDOR D. (2008): Tájjellegű ételek megjelenésének elemzése a dél-dunántúli turisztikai régió ételválasztékában, In Majoros P. (szerk.): *Budapesti Gazdasági Főiskola Tudományos Évkönyv 2007*, BGF-KFK, Budapest, pp. 194–208.
- SÁRI ZS. (2008): Mai divatok, In Csapó K. – Füreder B. – Sári ZS.: *Reneszánsz ételek – Ételek reneszánsza*. MKVM, Budapest, pp. 41–67.
- SCHOLLIERS, P. (2007): Novelty and Tradition. The New Landscape for Gastronomy, In Freedman, P. (Ed.): *Food. The History of Taste*, University of California, Berkeley and Los Angeles, pp. 333–357.
- SHORE, E. (2007): Dining Out. The Development of the Restaurant, In Freedman, P. (Ed.): *Food. The History of Taste*, University of California, Berkeley and Los Angeles, pp. 301–331.
- SZABÓ G. (2000): Esettanulmány: A villány-siklósi borút mint tematikus út, In Puczko L. – Rátz T. (szerk.): *Az attrakciótól az élményig. A látogatómenedzsment módszerei*, Geomédia, Budapest, pp. 104–117.
- TERRAY I. (2006): Tévéfőzőcske: gáz van?, [www.origo.hu/print/teve/20060901tevefozocske.html](http://www.origo.hu/print/teve/20060901tevefozocske.html) (letöltés dátuma: 2009. október 31.)
- TEUTEBERG, H. J. (2007): The Birth of the Modern Consumer Age. Food Innovations from 1800, In Freedman, P. (Ed.): *Food. The History of Taste*, University of California, Berkeley and Los Angeles, pp. 233–261.
- TUSOR A. (1999): *Ételismeret*, In Tusor A. – Sahin-Tóth Gy.: *Gasztronómia. Étel- és itálistudomány*, KIT, Budapest, pp. 7–129.
- TV Paprika, [tvpaprika.hu/hu/tvpaprika](http://tvpaprika.hu/hu/tvpaprika) (letöltés dátuma: 2009. október 18.)
- Új arcot mutat a TV Paprika, [www.origo.hu/teve/20070928-uj-arcot-mutat-a-tv-paprika.html](http://www.origo.hu/teve/20070928-uj-arcot-mutat-a-tv-paprika.html)? (letöltés dátuma: 2009. október 18.)
- VERES M. (2001): *Gasztronómiai műsorok*, [www.mediamixonline.hu/index.php?pg=news\\_19\\_408&view=print](http://www.mediamixonline.hu/index.php?pg=news_19_408&view=print) (letöltés dátuma: 2009. szeptember 25.)