

# Nemes Adrián - Horváth Zoltán: A hungarikumok kapcsolata a turizmussal a Vas vármegyei választadókön keresztül



## Bevezetés

Az idegenforgalomban egyre nagyobb szerepe lesz, lehet a nemzeti értékeknek, ezért fontos a turizmus megközelítéséből is vizsgálni a hungarikumokat. Ezek olyan termékek, helyek, vagy szokások, amelyek csakis hazánkra, illetve a magyarokra jellemzőek. Ez a téma különösen aktuális a globalizmus terjedésével, ahol ellenirányként megfigyelhető tendenciaként a lokalizmus is életre kelt. A helyi, regionális, nemzeti értékek a COVID19 világjárványt, majd a rezsi- és gazdaságiválságot követően a belföldi turizmus egyik meghatározó tényezői lehetnek. Tanulmányunkban arra keressük a választ, hogy az elmúlt időszakban valóban erősödik-e ez a tendencia. Mindezt a Vas vármegyei fogyasztókon keresztül kívánjuk vizsgálni.

Munkánk első felében áttekintjük a releváns szakirodalmat A globalizáció és a nemzeti kultúra viszonyával kezdjük, hiszen ez a téma adta meg a kutatás ötletét is.

A turizmuson belül a hazai kulturális turizmus népszerűségének vizsgálata jelen tanulmány témája. A kutatás döntő részét online kérdőív segítségével végeztük. A felmérés során a megkérdezett személyek hungarikumokkal és kulturális turizmussal kapcsolatos kérdésekre válaszolhattak. Az eredmények értékelése után összegezzük a feltárt információkat és a kutatás eredményeit.

## Globalizáció és a nemzeti kultúra

A globalizáció a pénzügyi termékek, áruk, technológiák, információk és munkahelyek országhatárokon és kultúrákon átívelő szétszóródását jelenti (Fernando 2024). Hatására a nemzetközi kapcsolatok jelentősége megnövekedett. Világméretű piac jött létre, amely során a társadalmi és kulturális különbségek, korlátok fokozatosan háttérbe szorultak. A nemzetközi turizmus rohamos fejlődése szintén nagy szerepet játszik a globalizációs folyamatokban, mivel az emberek utazásuk során mindig kulturális összetevőket cserélnek: mindkét fél kultúrájából ragadnak át elemek a másik félre. A fejlődéshez ugyanakkor elengedhetetlen a mobilitás növelése, aminek köszönhetően a térbeli távolságok könnyen leküzdhetőek. Ez pedig a turizmus mellett a kereskedelemnek is kedvez (Bayer 2021). Ez természetesen nem egy újkeletű jelenség. A kereskedők már az ókorban is nagy távolságokat utaztak különböző árukért, amik ritkák, vagy túl drágák lettek volna a hazájukban. Viszont igazán világméretűvé csak a 19. századtól, az ipari

forradalomnak köszönhetően kezdett válni (Fernando 2024).

## Kulturális turizmus

A Nemzeti Turizmusfejlesztési stratégia alapján a kulturális turizmus alatt olyan terméket értünk, amely piacképes, a rá irányuló kereslet elsődleges mozgatórugója szellemi, illetve tárgyi értékek megismerése. A kulturális turisztikai termékeknél a fő attrakciót, azaz magát a kultúrát, két különálló részre szokás bontani: egy belső és egy külső körre. A külső kört az életstílus és a kreatív iparágak testesítik meg, míg a belső körbe tartoznak a múlt örökségei és a művészetek. A kulturális attrakciók lényeges jellemzője, hogy különféle művelődési lehetőségeket kínálnak a látogatók számára, lehetőséget teremtve a műélvezetre. Ezenkívül adott esetben életmódváltást is jelenthetnek, továbbá elősegítik a turisták személyiségfejlődését (Jászberényi 2016).

A kultúráközvetítő szervezetek alapvető célja a megfelelő számú látogató és igénybevevő elérése. A modern marketingdefiníciók általában azt hangsúlyozzák, hogy nemcsak elégedett, hanem megfelelő számú elégedett látogatóval és igénybevevővel rendelkezzenek. Azonban, mint ahogy később látni fogjuk, a kulturális javak fogyasztói számára nem elegendő, ha csupán elégedettek, mert az csak azt jelenti, hogy az előadás rendben zajlott, olyan, mintha egy termékről mondanánk, hogy működik. A kulturális termékek esetében ennél többre van szükség, mivel azoknak nem csak technikailag kell működniük, hanem olyan élményt kell nyújtaniuk, amelyben a néző gyönyörködhet, élvezheti az előadást, izgulhat, tanulhat, elgondolkodhat azon, amit látott és hallott. Az elvárások magasabbak: kilépni a hétköznapiakból, átértékelni nézeteinket, sőt akár életünk megváltozását is eredményezhetik. Kutatások szerint a kultúrafogyasztók között szép számban találhatóak azok, akik passzívan várják, hogy az előadás szórakoztató, vidám vagy izgalmas legyen (Pavluska 2017).

## Hungarikumok

A jogszabályi meghatározás szerint a hungarikum olyan megkülönböztetésre, kiemelésre méltó értéket jelöl, amely a magyarságra jellemző tulajdonságával, egyediségével, különlegességével és minőségével a magyarság csúcsteljesítményeként említhető (Hungarikum.hu 2023).

Ahhoz, hogy valamiből hungarikum legyen első lépésként valamely települési vagy tájegységi értéktárba kell bekerülnie (tájegységi akkor lehet, ha nem lehet egy konkrét településre behatárolni pl. regionális népviseletek). Ezt követi a magyar értéktárba való felvétel, amely során kiemelkedő nemzeti értéké nyilvánítás megtörténik. Az utolsó lépcsőfok pedig a hungarikummá nyilvánítás (Farkas 2019). Ehhez a szükséges dokumentumokat szintén a Hungarikum bizottsághoz kell benyújtani (Hungarikum.hu 2023). A fenti hierarchiát a Hungarikum piramis ábrázolja (1. ábra)

1. ábra: Hungarikum piramis  
(Forrás: hungarikum.hu 2023)



Ezek alapján hungarikum lehet bármi, amit elfogadnak annak. Ugyanakkor legnépszerűbbnek a hazai gasztronómiát és az agráripart lehetne mondani, hiszen országunk híres az édes vagy csípős fűszerpaprika örleményéről (Tózsér 2023), valamint a hazai szeszesitalokról (Ritter 2019).

Hungarikumok között vannak olyan helyek is, amik ráadásul még a Világörökség részei is. Idetartozik pl. a Duna part látképe Budai Várnegyeddel és az Andrássy úttal Budapesten. De gondolhatunk például Hollókő épített örökségére is. Így ezek a helyek a világ legmagasabb szintű védettségét élvezik. A Világörökségi programot 1972 novemberében alapították. Célja a földön található kulturális és természeti örökségek védelme, feljegyzése. Magyarország az egyezményhez 1985-ben csatlakozott, majd 87-ben Hollókő és a budapesti Dunapart, valamint a Budai Várnegyed a világörökség részévé vált (Farkas, Benkei-Kovács, Hübner, Vácziné, 2021).

Az 1. táblázatban foglaltuk össze azon hungarikumokat, amelyek helyhez, természeti kincshez, vagy kulturális eseményhez kapcsolódnak. Kutatásunk során ezen hungarikumokat vizsgáltuk

1. táblázat: A kutatás tárgyát képező hungarikumok  
(Forrás: hungarikum.hu 2023)

Aggteleki karszt
Budapest (Andrássy út, Budai várnegyed, Duna part)
Csíkсомlyói pünkösdi búcsú és kegyhely
Felső-Tisza vidék
Fertő tavi kultúrtáj
Hévízi-tó
Hollókő
Hortobágyi nemzeti park
Kaptárkövek és Bükkaljai kőkultúra
Kalocsa
Máriapócs
Pannonhalmi Bencés Apátság
Tokaji történelmi borvidék
Torockó

Kutatási területünk, Vas vármegye nem rendelkezik hungarikumnak számító örökséggel, ugyanakkor vármegyei értékek szép számmal találhatóak. Ezek között egyszerre találunk épített, természeti, kulturális és szellemi értékeket (Vas Vármegyei Értéktár honlapja 2024).

## A kutatás módszere

A kutatás a megkezdésekor két, a hazai turizmussal kapcsolatos hipotézisre alapoztunk. A vizsgálat alapját képező egyik felvetés az, hogy a fiatalabb generációk számára már kevésbé fontosak a nemzeti sajátosságaink és kulturális örökségeink. Ilyenek például a természeti kincseink, valamint az épített örökségeink.

**H1:** Feltételezésünk szerint a 18-25 év közötti korosztály számára, az internet és az országhatárok elvékonyodásának hatására inkább a külföldi úti célok nagyobb jelentőséggel bírnak, mint a hazaiak.

Kíváncsiak voltunk a hungarikumok népszerűségére Vas vármegyén belül.

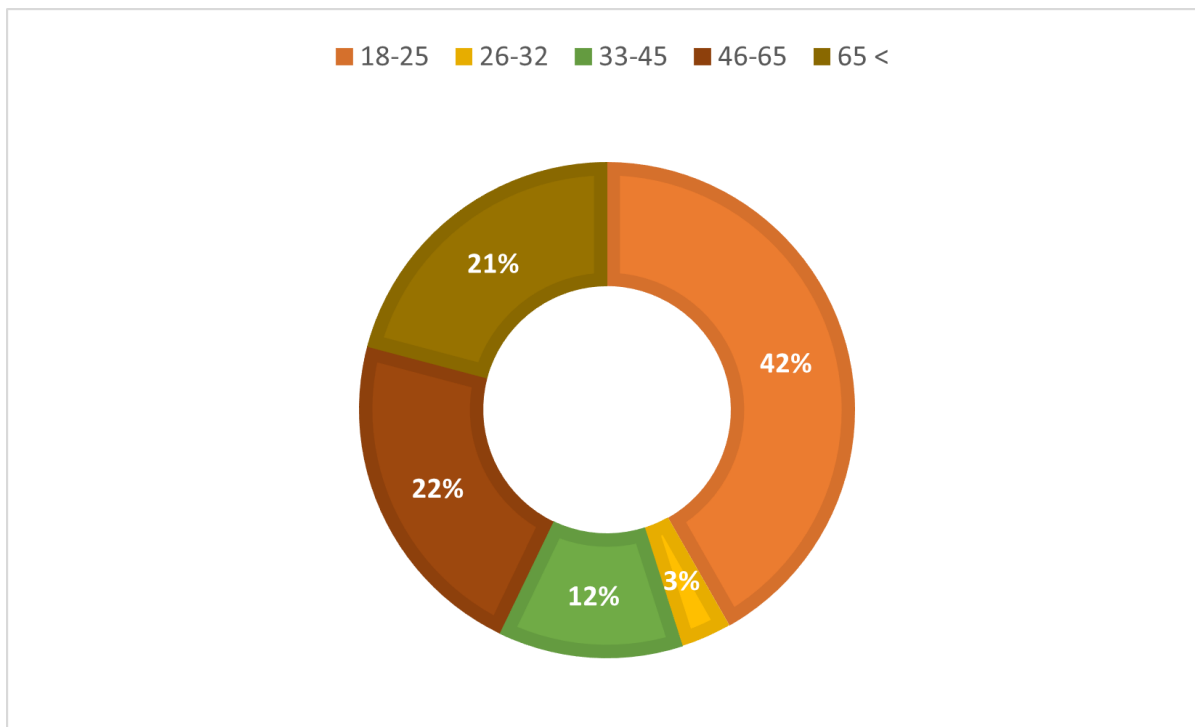
**H2:** A médiában gyakrabban szereplő hungarikumnak számító helyek látogatottabbak, mint, amelyek ritkán szerepelnek a sajtóban.

A fentiek miatt úgy gondoljuk, hogy a vizsgált vármegyétől távol esnek és inkább szellemi, esetleg vallási értékkel bírnak a nagyközönség számára érdektelenebbek lesznek.

A felmérés során figyelembe vettük, hogy a megkérdezettek többsége valószínűleg nincs teljesen tisztában azzal, hogy mely helyek, épületek számítanak hungarikumnak. Ezt azért nem tartjuk kutatási problémának, mert a vizsgálat szempontjából érdektelen, hogy valaki esetleg azért utazott volna el egy adott helyre, mert tudta, hogy hungarikum.

A vizsgálat nagyrésze primer, kvantitatív kutatás volt, amelyet egy online kérdőívvel végeztünk. Ebben a kitöltők a hazai kulturális turizmussal és a hungarikumokkal kapcsolatban válaszoltak meg kérdéseket, személyes érintettségük alapján. A felmérésben kizárólag 18 éven felüli, gyámságra nem szoruló egyének tölthették ki. A kérdőív összesen 9 kérdésből áll. A válaszadókat egyrészt online, hólabda módszerrel választottuk ki, továbbá személyes megkereséssel. A személyes megkereséssel lehetett kiegészíteni azokat a vizsgálni kívánt korosztályokat, akiket az online módszerrel nem lehetett elérni. A kutatásban összesen 91 személy vett részt. A nemek aránya nagymértékben a nők felé tolódott, mivel a kitöltők 80%-a nő és csak 20%-uk volt férfi. A kitöltők életkorának aránya a fiatalabb generáció felé tolódott el (2. ábra), elsősorban az online adatgyűjtés miatt. Mivel kutatásunk kis, 100 fő alatti mintára tudott kiterjedni, ezért jelezzük, hogy az eredmények csak jelen kutatásra érvényesek.

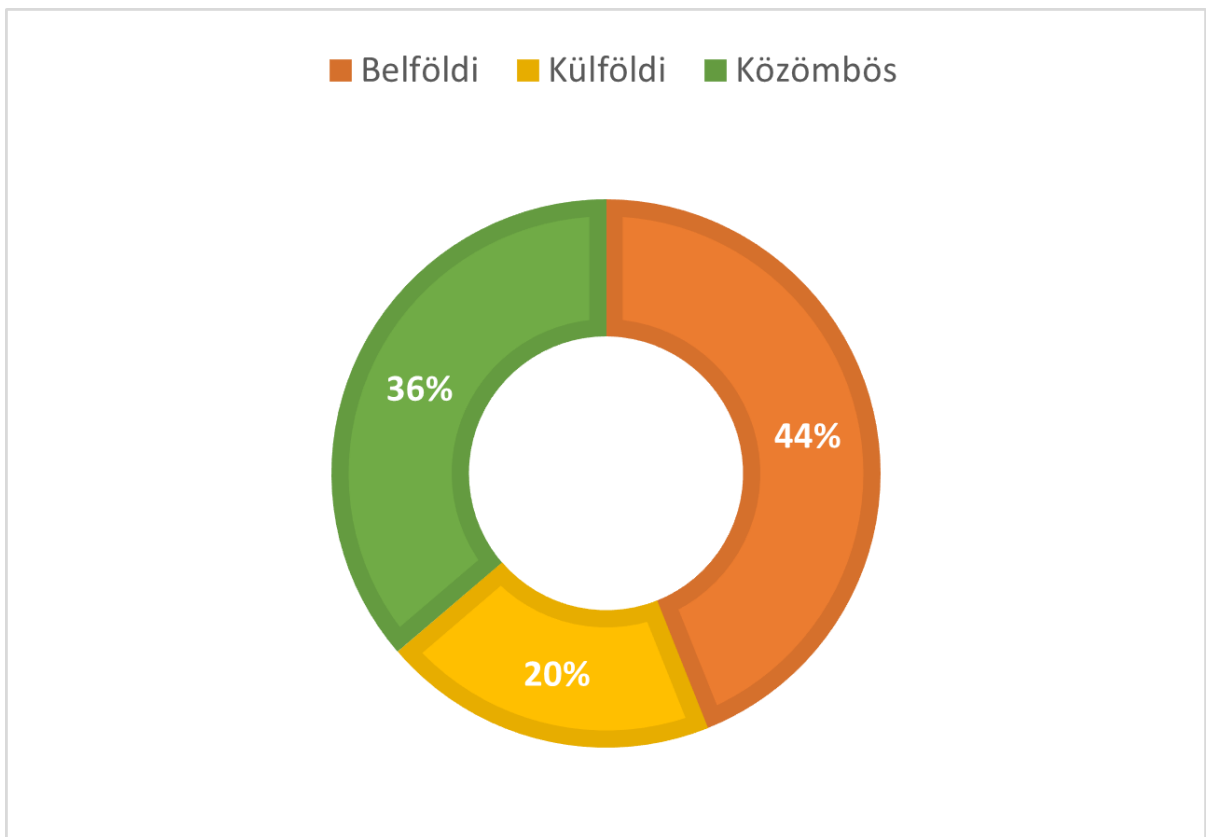
2. ábra: A kitöltők aránya életkor szerint  
(Forrás: saját szerkesztés)



## Utazási preferenciák

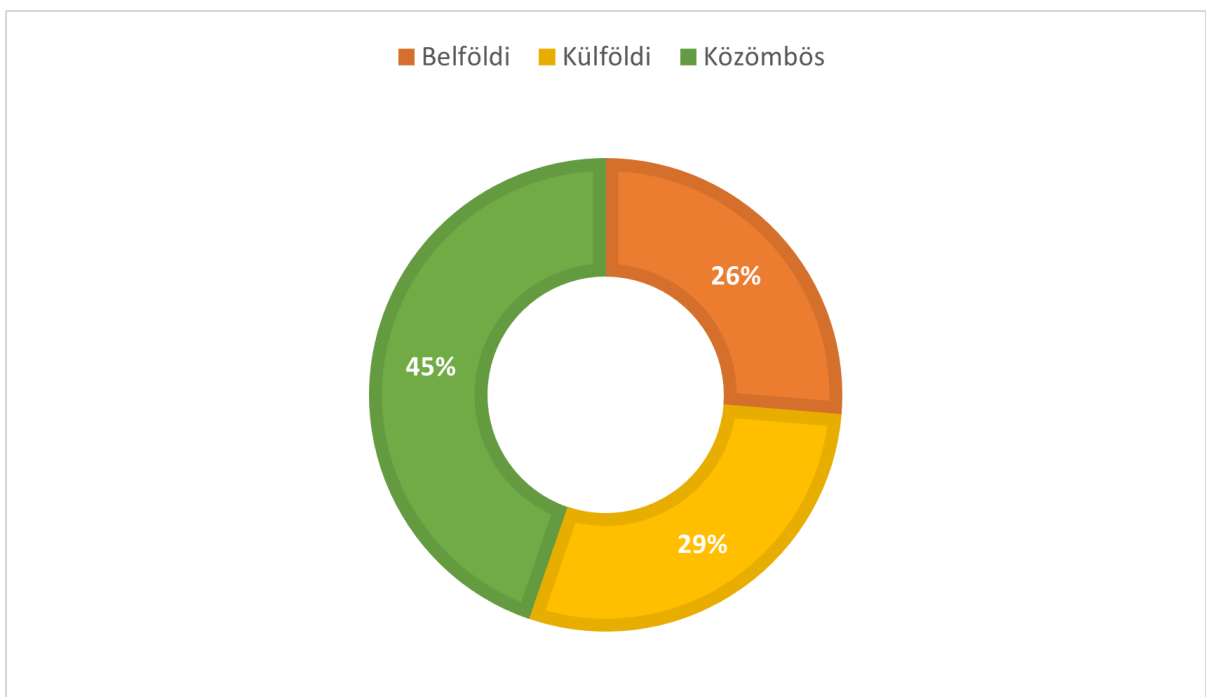
A megkérdezett személyek legnagyobb része a belföldi utazásokat részesíti előnyben (44%) és csak 20%-uk választaná inkább a külföldi utazásokat. A kitöltők viszonylag nagy száma (36%) nyilatkozott úgy, hogy ilyen téren nincs preferenciájuk és egyformán viszonyulnak mindkettőhöz. (3. ábra)

3. ábra: A kitöltők utazási preferenciái  
(Forrás: saját szerkesztés)



Ha a preferenciákat lebontjuk korcsoportokra, akkor azt kapjuk, hogy a fiatalabb generáció, a 18-25 közöttiek esetében inkább a külföldi utazások a kedveltebbek a belföldiekkel szemben. Viszont legtöbbjük számára inkább közömbös. Ez pedig, ahogyan azt a 4. ábra is mutatja csaknem a megkérdezettek felét jelenti.

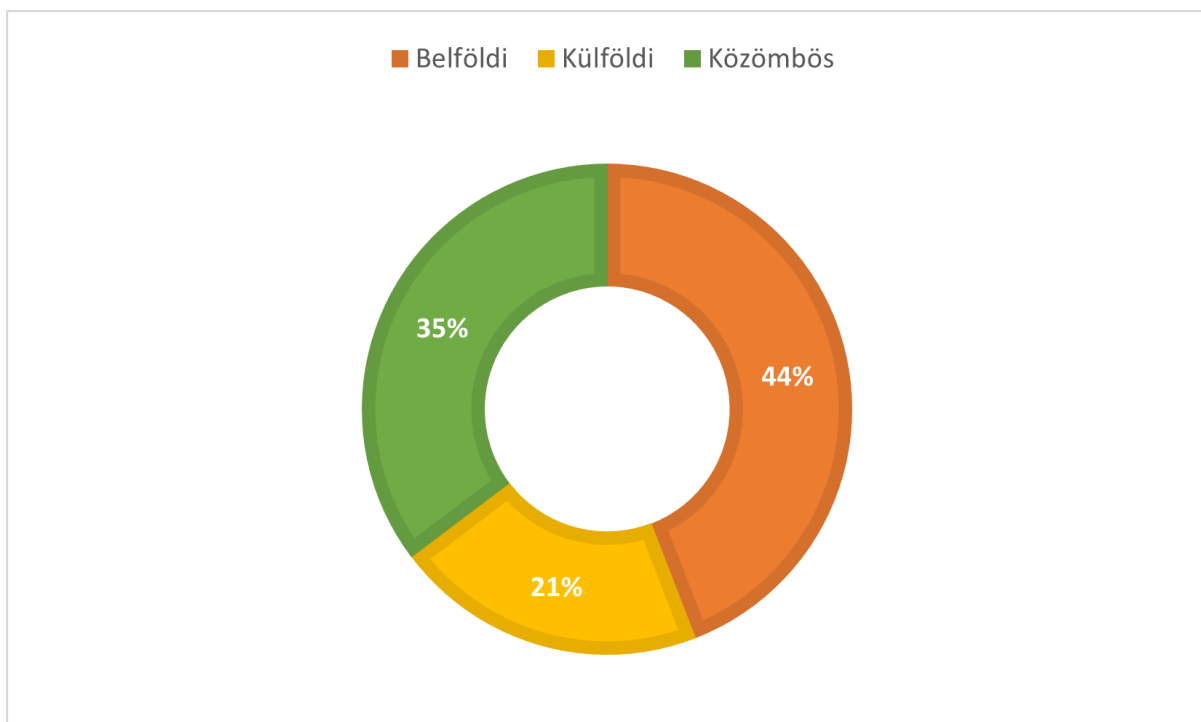
4. ábra: A 18-25 év közöttiek utazási preferenciája  
(Forrás: Saját szerkesztés)



Ez utalhat arra, hogy a fiatalabbak többségének ugyanolyan fontosak a külföldi utazások, mint a belföldiek és nyitottak az idegen kultúrák felé. De a hazai értékek is ugyanolyan jelentőséggel bírnak számukra. Természetesen az is előfordulhat, hogy egyformán érdektelen számukra a hazai és a külföldi kultúra és csak az olyan helyek érdeklik őket, amik a globális világgazdaság hatására valamilyen formában a legtöbb fejlett országban megtalálható (pl. pláza). Ebben nagy szerepet játszanak a különböző közösségi média platformok és a rajtuk nagy számban megjelenő reklámok, ahol szinte csak a nyugati kultúrákra jellemző dolgokat látnak és ezért azokat veszik természetesnek. Többségüknek pedig feltehetően az idegen nyelvek sem jelentenek problémát.

A középső korosztályokat az alacsony kitöltésszám és a hasonló válaszok miatt nem bontottuk szét. Náluk viszont ez a kép teljesen máshogy alakult (5. ábra), mivel itt a belföldi úti célok kerültek többségbe (44%). Ugyanakkor második leggyakrabban a közömbös választották (34%). Ez pedig szintén utalhat arra, hogy a globalizáció hatására csökkent az országhatárok szerepe (különösen a határmenti településeken) és amennyiben nincsenek nyelvproblémáink, akkor ugyan olyan egyszerű egy másik Európai Unió belüli helyre utazni, mint egy belföldire. Viszont hozzá kell tenni, hogy azoknak a száma, akik konkrétan a külföldi utazásokat részesítik előnyben, mindössze 21% volt.

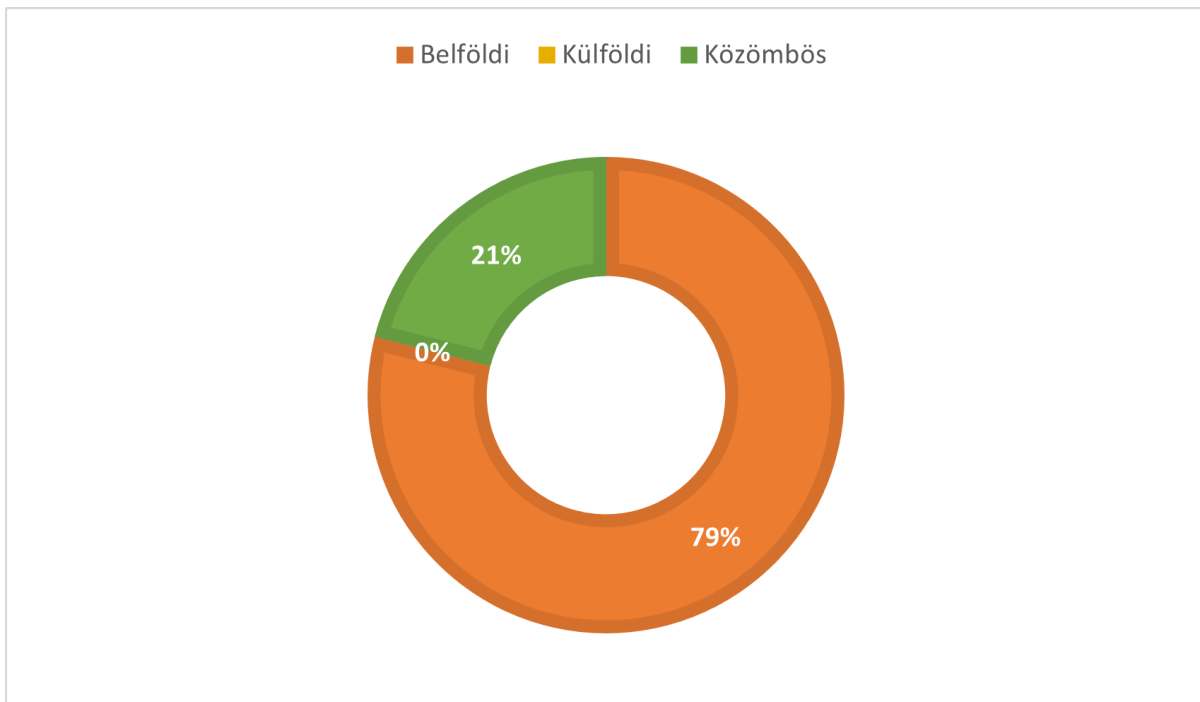
5. ábra: 26-65 év közöttiek utazási preferenciája  
(Forrás: Saját szerkesztés)



A 65 év felettek esetében a belföldi úti célok egyértelmű többséget szereztek (6. ábra). Összesen 79%-uk szavazott úgy, hogy inkább azokat választaná a külföldiekkel szemben. 21%-uk pedig egyformán pozitívan vélekedett mindkét utazástípusról. Olyan viszont egyáltalán nem volt közöttük, aki azt mondta volna, hogy a külföldi kikapcsolódásokat jobban kedvelné.



6. Ábra: 65 év felettiak utazási preferenciája  
(Forrás: Saját szerkesztés)

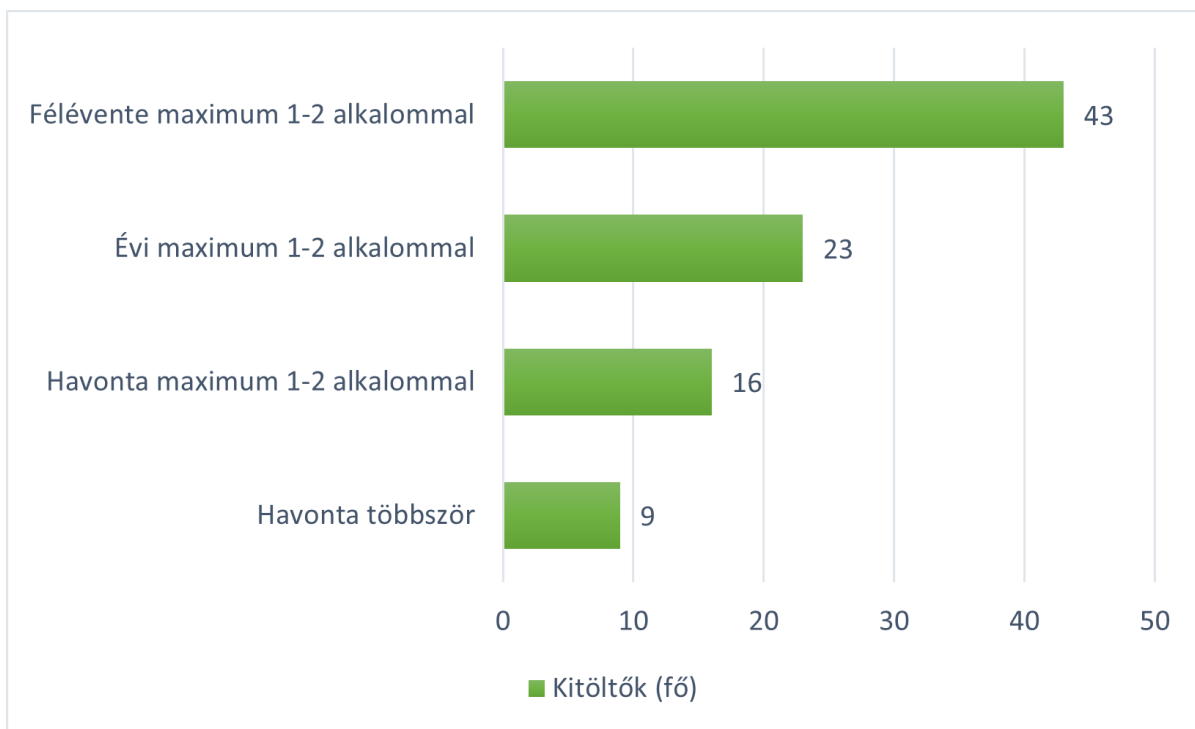


Ez valószínűleg azért alakult így, mert az idősebbek számára nagy értéket jelent a hazai kultúra és ezért szívesebben töltik szabadidejüket belföldön. De azért is lehet, mert nem szívesen utaznak nagy távolságokra, idegen helyekre, ahol akár nyelvi akadályok is fennállhatnak. Ennek lehet az oka akár az egészségi állapotuk is. Akik pedig mégis szeretnek külföldre utazni, ők általában olyan helyre mennek, amik valamikor még Magyarországhoz tartoztak, mert ott még talán tudnak magyarul kommunikálni.

Az utazási preferenciákat megvizsgáltuk nemek szerint is, ám megállapítható, hogy az eredményeket ez nem befolyásolja, hasonló értékeket mutatnak, mint az összesített értékelés.

A fentiekén túl vizsgáltuk azt is, hogy amennyiben belföldön utaznak kikapcsolódás céljából, akkor egy éven belül hányszor teszik és mennyi időre utaznak el (7. ábra).

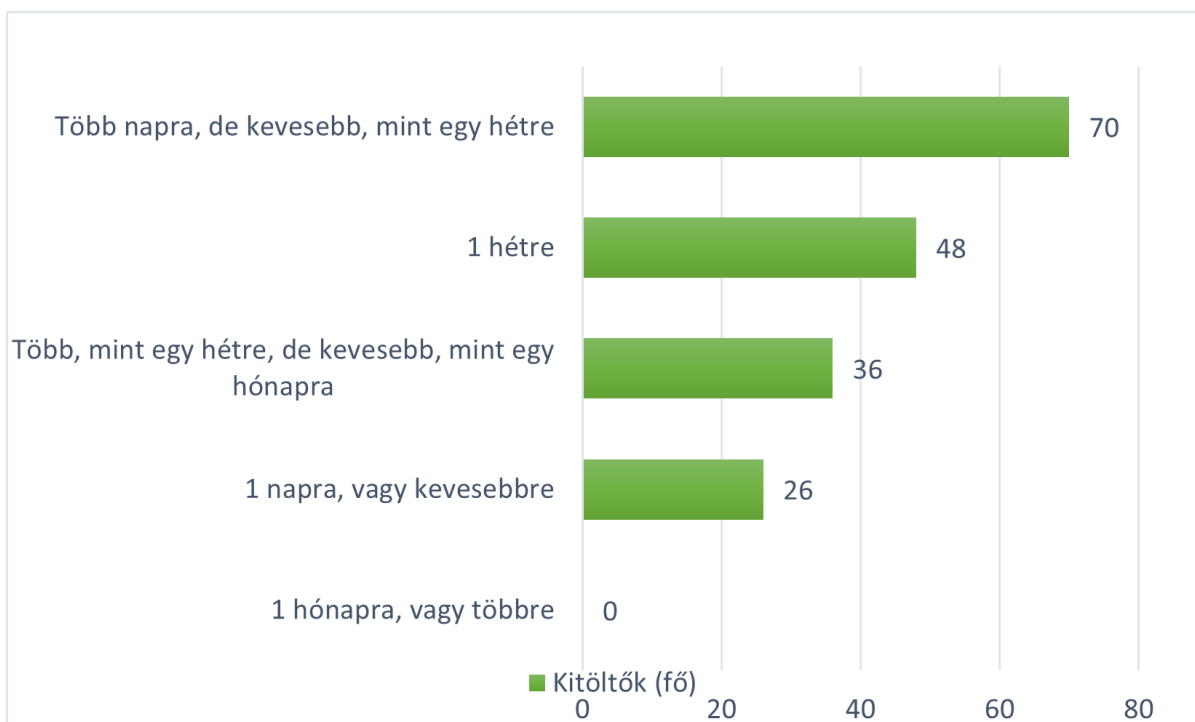
7. ábra: Utazási gyakoriság belföldön  
(Forrás: Saját szerkesztés)



Legtöbben erre a kérdésre azt a választ adták, hogy félévente maximum 1-2 alkalommal utaznak belföldön. Ezt a kitöltők 47%-a választotta. 25% az évi maximum 1-2 alkalommal utazik. Ha ezeket összevetjük azzal, hogy mennyi időt töltenek el utazásuk során (8. ábra), akkor azt kapjuk, hogy a többségük inkább kevesebbszer utazik közepesen hosszú időre.

8. ábra: Belföldi utazások időtartama

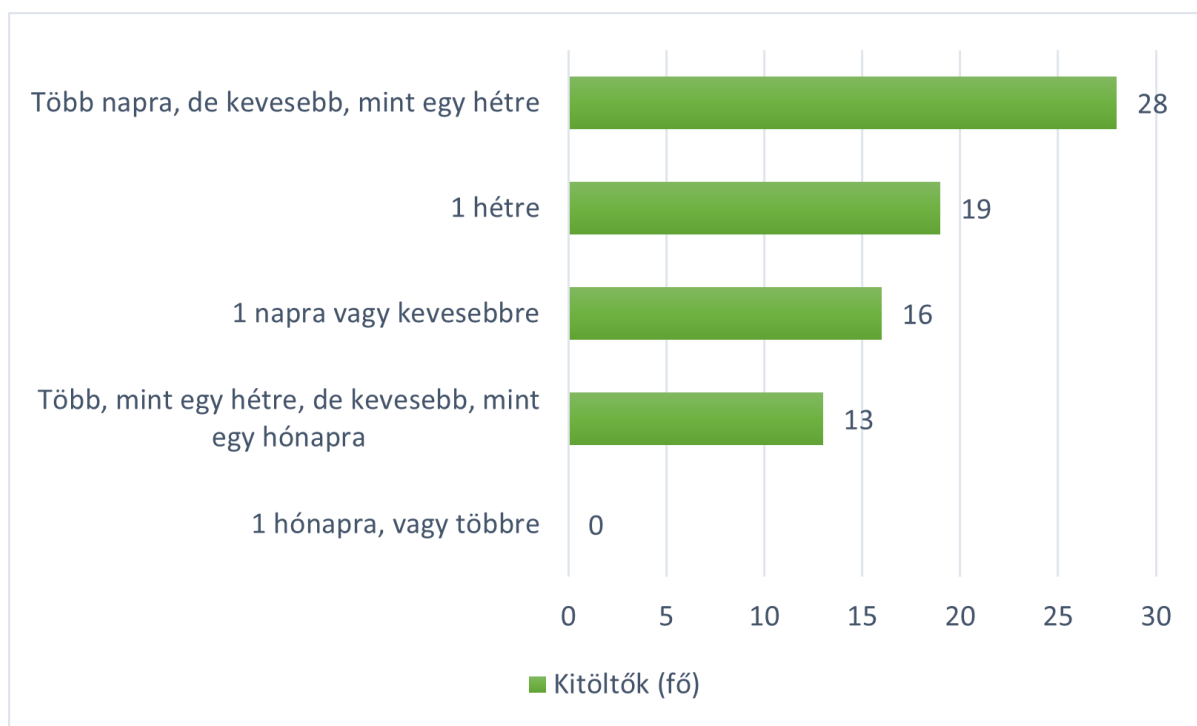
Forrás: Saját szerkesztés



Az ábráról azt is leolvashatjuk, hogy senki nem választotta azt az opciót, hogy legalább egy hónapra utazna. Ez várható volt, hiszen az embereknek ennyi szabadideje ritkán adódik. Itt esetleg talán a 65 év felettek, valamint a 18-25 év közöttiek lehetnek volna, ha csak a szabadidő mennyiségét vesszük figyelembe. Fontos ugyanakkor azt is megjegyezni, hogy egy ilyen hosszú utazás ha nem rokonoknál, vagy saját ingatlanban (pl. nyaraló) történik, akkor jelentős anyagi kiadással jár. Valamint, ha valaki hosszabb időt tölt egy helyen, az egy idő után valószínűleg érdektelen lesz a számára.

Érdekes ugyanakkor, hogy második legkevesebben a havi többszöri, egynapos utazásokat választották (29%). Ez azért is meglepő, mivel talán ez a legegyszerűbb utazási forma, igaz lakóhely környéki utazásokat jelent elsősorban. A fiatalabb, 18-25 év közötti korosztály számára viszont az egy napos utazások felértékelődnek. (9. ábra)

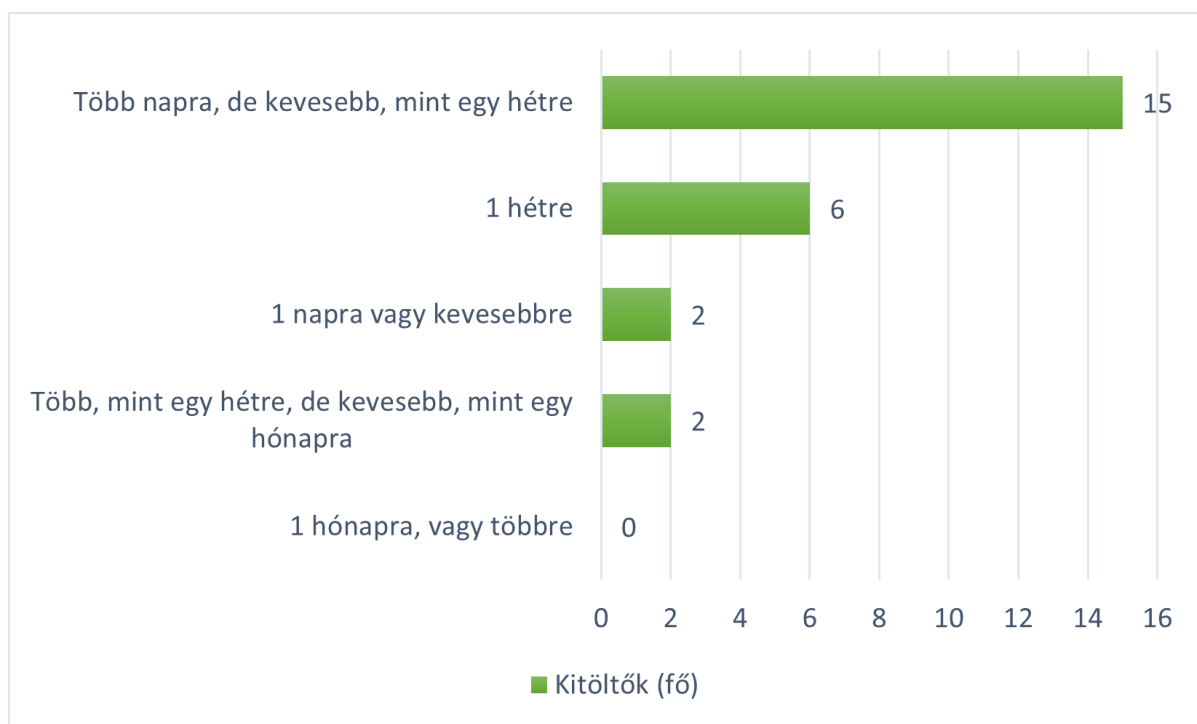
9. ábra: 18-25 év közöttiek utazási időtartama  
(Forrás: Saját szerkesztés)



A fiatalabb kitöltők 42%-a nyilatkozott úgy, hogy 1 napra vagy kevesebbre utazik belföldön. Ezek lehetnek akár baráti összejövetelek is. (Meg kell ugyanakkor jegyezni, hogy a kérdésnél egy kitöltő több válaszlehetőséget is bejelölhetett, mivel nem biztos, hogy minden alkalommal ugyan annyi időre utaztak el.)

Az arányok a 65 év felettek esetében sem alakultak drasztikusan másképpen. Itt annyiban változott, hogy ugyanannyian szavaztak az 1 napos utazásokra, mint az egy hét és egy hónap közöttiekre. A sorrend többi része változatlan maradt (10. ábra).

10. ábra: 65 év felettiak utazási szokásai  
(Forrás: Saját szerkesztés)

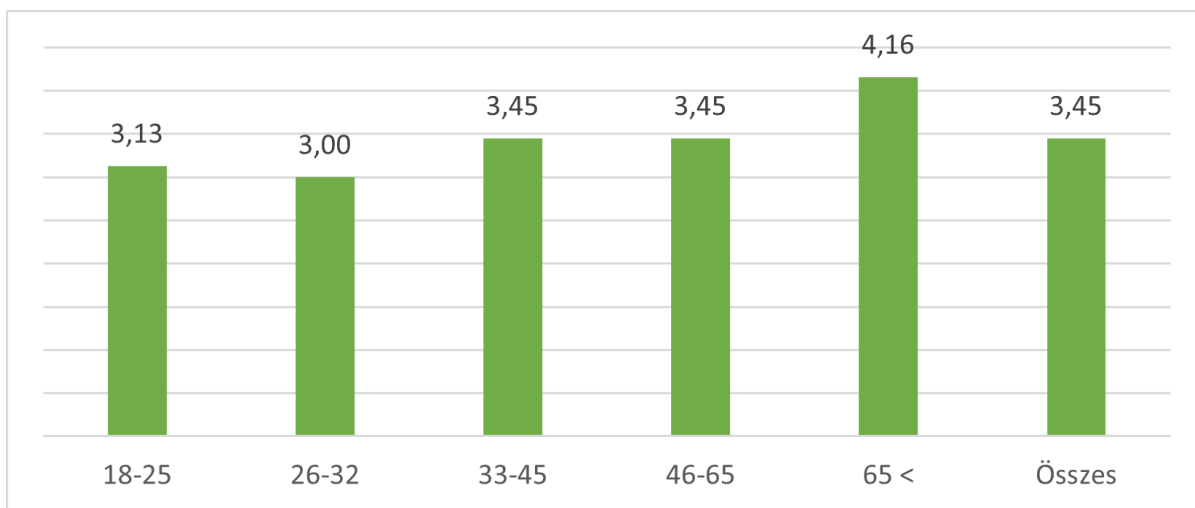


A kutatás ezen része azt bizonyítja, hogy az emberek nagy számban választanak a mai napig Magyarországi helyszínt több napos nyaralásuk céljaként. Bár a külföldi utazások népszerűsége is nagy számot tesz ki, különösen a fiatalabbak körében, mégis az összesítés azt mutatja, hogy a belföldiek a népszerűbbek.

## Hungarikumok és a magyar kultúra fontossága az utazások során

A kutatás során szeretnénk volna választ kapni arra, hogy a kitöltők körében mennyire fontos, hogy utazásuk során olyan helyre menjenek, ami kapcsolódik a hazai kultúrához. Magát a kultúrát viszont szándékosan nem definiáltam, mert így a kitöltők a saját kultúra asszociációjukhoz tudtak viszonyítani. Ez pedig egyéneként eltérhet. Az ehhez alkalmazott, öt fokozatú Likert skála alapján arra az eredményre jutottam, hogy összesítve az emberek ehhez a témához közömbösen állnak. Ha mégis választaniuk kell, akkor inkább érdekes lehet a kulturális vonatkozás, mint nem. Ez magyarázható azzal, hogy amennyiben belföldi úti célt választanak, akkor az olyan legyen, ami a hazai sajátosságokat tükrözi. (11. ábra)

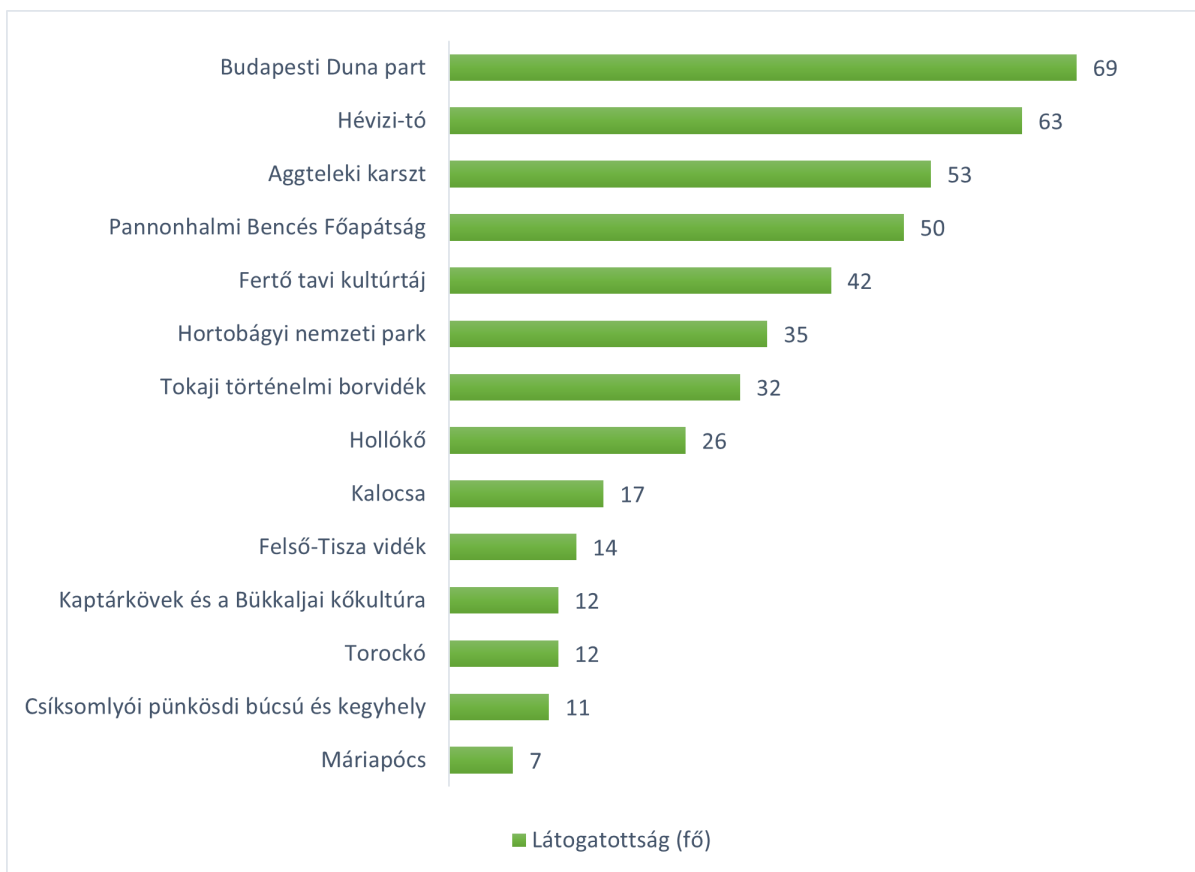
11. Kultúra fontossága utazás során  
(Forrás: Saját szerkesztés)



Ha lebontjuk korcsoportokra, akkor itt is tisztán látszik, hogy az idősebb, 65 év feletti, valamint a 18-25 évesek kultúrához való viszonya között éles különbség található. A fiatalabbak számára (egy-két kivétellel) ez a téma inkább közömbös, míg az idősebbek számára jóval fontosabb. Nemek szerint ennél a résznél nem érdemes szűrni. Bár az eredmények azt mutatnák, hogy a férfiaknak fontosabb a kultúra, mint a nőknek, az aránytalan nemi eloszlás miatt ez elveszíti a reprezentatívitasát. Ez természetesen lehet a kultúra szó értelmezése miatt is. Legtöbbször a kultúra szó hallatán a művészetekre gondolnak, viszont a hazai kultúra része lehet bármi, ami az országot és az itt lakókat tükrözi. Akár egy kedvelt hazai kirándulólé hely is.

A kutatás középpontjában álló hungarikumok népszerűségének vizsgálatához kigyűjtöttük azokat, amelyek valamilyen helyhez vagy kulturális eseményhez tartoznak. A kitöltők megjelölhették, hogy melyikeket látogatták már meg. A válaszok alapján alakítottuk azt a rangsort, amely során kialakultak a legnépszerűbbtől a legkevésbé látogatott hungarikumok közé sorolt helyek és események a vasi válaszadók preferenciái alapján. (12. ábra) A legnépszerűbbnek a budapesti Duna part bizonyult. A megkérdezettek 76%-a járt már ott. A külföldi hungarikumok, mint Csíksomlyó vagy Torockó viszonylag kevés szavazatot kaptak. Ez magyarázható azzal, hogy a két település Erdélyben található, Vas vármegyétől több száz kilométerre. Ennek tükrében meglepő lehet, hogy a harmadik helyen az Aggteleki karszt zárt, mivel szintén elég messze található a vármegyétől. Ha valaki ide utazik, az legalább 2-3 napra tervez. Viszont, ez alátámasztja azt az eredményt, miszerint a megkérdezettek a belföldi nyaralásaik során inkább több napra, közel egy hétre terveznek. Legkevésbé Máriapócs volt. Várható eredmény volt, hiszen ez is elég messze fekszik a vármegyétől (Szabolcs-Szatmár-Bereg Vármegyében található). Valamint ez a hely leginkább vallási értékkel bír, ami ilyen távolságnál (a zarándokokon kívül) nem valószínű, hogy szerepelne az úti célok listáján.

12. ábra: Hungarikumok látogatottsága a megkérdezettek körében  
(Forrás: Saját szerkesztés)



A felmérés során a hungarikumokat meglátogató személyek értékelték azokat a helyeket, ahova már ellátogattak. Ehhez szintén egy öt fokozatú Likert skálát alkalmaztunk. A megkérdezettek a helyeket 4,32-re értékelték. Szöveges értékelést nagyon kevesek adtak, Összesen öten. Legtöbbjük azt nyilatkozta, hogy mindent rendben talált, nagyon meg volt elégedve a helyekkel.

## Összegzés

A kutatás során betekintést nyertünk abba, hogy a Vas vármegyei hogyan viszonyulnak a hungarikumokhoz utazásaik során. Mint azt láttuk, a válaszadók többsége pozitívan viszonyul a hungarikum besorolású helyekhez, eseményekhez, még akkor is, ha nem ezek a helyek voltak a konkrét úti céljuk, vagy talán nem is tudták, hogy az a hely, amit meglátogattak hungarikum.

Az elsőként megfogalmazott hipotézis, miszerint a fiatalabbak számára kevésbé fontosak a hazai kulturális helyek, igazolást nyert. Ugyanakkor a kérdőívre adott válaszok alapján azt a következtetést vonhatjuk le, hogy bár valóban alacsonyabb az érdeklődés az ő körükben, mégsem mondhatjuk ki általánosságban, hogy az említett generációt közömbösen érintik a kulturális helyszínek. A vizsgálat során kiderült, hogy a kitöltők körében legalább annyi személy számára fontos, mint nem.

A második hipotézisünk részben nyert csak megerősítést. Az természetesen beigazolódtott, hogy a legnépszerűbb helyek azok, amelyek a legtöbbet szerepelnek a médiában (budapesti Duna part, Hévízi-tó), valamint az is, hogy a vallási helyszínek (pl. Máriapócs) kevesebb látogatót vonzanak, de meglepő volt látni, hogy az egyik legjelentősebb természeti kincsünk, az Aggteleki karszt lett a 3. leglátogatottabb hely. Különösen azért is, mert viszonylag nagy távolságra található.

Ezek alapján azt a következtetést vonhatjuk le, hogy bár a 21. századra változtak az értékek, a hazai kincsek még mindig előtérben vannak. Bár a fiatalok valóban kevésbé fogékonyak az ilyesfajta kikapcsolódásra, mégsem állíthatjuk, hogy teljes mértékben idegenkednének tőlük. Ez pedig potenciális lehetőséget jelent a településeknek, a helyi kulturális és turisztikai szakembereknek arra, hogy a fiatalabb nemzedékeket is megnyerjék.

### **Felhasznált irodalom**

- Bayer, J. (2021.) *Felbolydult világ. Írások a globalizációról*. Budapest: Napvilág kiadó.
- Hungarikumok Listája, Letöltés időpontja: 2023.10.29. Interneten:  
[https://www.hungarikum.hu/sites/default/files/hungarikumok-lista\\_2023.10.17.pdf](https://www.hungarikum.hu/sites/default/files/hungarikumok-lista_2023.10.17.pdf)
- Farkas, Év (2019.) Az értéktárak működésnek jogi szabályozása, szerepük az átörökítésben és a közösségépítésben. *Kulturális Szemle*, VI(2), 76-83.
- Fernando, J. (2024.) *Globalization in business with history and pros and cons*. *Investopedia* Letöltés dátuma: 2024.05.08. Interneten:  
<https://www.investopedia.com/terms/g/globalization.asp>
- Jászberényi, M. (szerk.) (2016.) *A kulturális turizmus sokszínűsége*. Budapest: Akadémiai Kiadó
- Farkas, J., Benkei-Kovács, B., Hübner, A., Vácziné Takács, E. (2021.). A hungarikumtól a helyi értékekig: elméleti alapokra épülő empirikus kutatás Fót, Göd és Vác településeken. *Kulturális Szemle*, VIII (1), 26-48.
- Magyar Turisztikai Ügynökség honlapja. Letöltés időpontja 2023.11.26. Interneten:  
<https://mtu.gov.hu/cikkek/bemutatkozas/>
- Pavluska, V. (2017.) *Kultúramarketing*. Budapest: Akadémia Kiadó
- Ritter, K. (2019.) A hungarikum, mint endogén erőforrás szerepe a helyi fejlesztésben, a gönci barackpálinka példáján keresztül. *Multidiszciplináris Kihívások, Sokszínű Válaszok*. 2019(1), 46-60.
- Tózsér, A. (2023.) A hungarikumok szerepe az országimázs formálásában. *Turizmus Bulletin*, XXIII (1), 44-50.
- Vas vármegyei Értéktár honlapja. Letöltés időpontja 2024.04.25. Interneten:  
<https://vasmegyeiertektar.hu/>