

E-CONOM

Online tudományos folyóirat | Online Scientific Journal

Főszerkesztő | Editor-in-Chief
JUHÁSZ Lajos

Kiadja | Publisher
Nyugat-magyarországi Egyetem Kiadó |
University of West Hungary Press

A szerkesztőség címe | Address
9400 Sopron, Erzsébet u. 9., Hungary
e-conom@nyme.hu

A kiadó címe | Publisher's Address
9400 Sopron, Bajcsy-Zs. u. 4., Hungary

Szerkesztőbizottság | Editorial Board
CZEGLÉDY Tamás
JANKÓ Ferenc
KOLOSZÁR László
SZÓKA Károly

Tanácsadó Testület | Advisory Board
BÁGER Gusztáv
BLAHÓ András
FÁBIÁN Attila
FARKAS Péter
GILÁNYI Zsolt
KOVÁCS Árpád
LIGETI Zsombor
POGÁTSA Zoltán
SZÉKELY Csaba

Technikai szerkesztő | Technical Editor
TARRÓ Adrienn

A szerkesztőség munkatársa | Editorial Assistant
TARRÓ Adrienn

ISSN 2063-644X



Tartalomjegyzék | Table of Contents

SOMOGYI Noémi <i>A külföldi munkavállalás indítékainak vizsgálata a fiatalok körében Londonban</i> <i>Research of the Motivations to Work Abroad Among Young People in London</i>	1
KASSIM Iris <i>Employee Engagement and Human Resource Practices in Europe</i> <i>Dolgozói elégedettség és humán erőforrás gyakorlatok Európában</i>	12
TEMESI Melinda <i>A hallgatók vállalkozási hajlandóságának és az azt befolyásoló tényezők vizsgálata Magyarországon</i> <i>The Entrepreneurial Propensity of Students in Hungary</i>	25
TAPOLCSÁNYI Barbara <i>A Nemzeti Vágta turisztikai jelentősége hazánkban</i> <i>The Importance of Tourism of the National Gallop in our Country</i>	40
JENTETICS Kinga <i>The Connection Between Music and Country Image – in Case of Hungary</i> <i>A zene és az országimázs kapcsolata – Magyarország példáján keresztül</i>	52
STREIT Edit <i>A fiatal generáció utazási döntéseinek marketingszemponitú elemzése</i> <i>A Marketing Analysis of the Travel Decisions of Today's Young Generation</i>	66
KASZA Irén Éva <i>Product Placement – a magyar reklám új korszaka</i> <i>Product Placement – New Age of Hungarian Advertisement</i>	79
GÁBOR Diána <i>„Underground vendéglátás”: Budapest új attrakciói, a romkocsmák</i> <i>“Underground Hospitality” – Ruin-Pubs: The New Attractions of Budapest</i>	107
BEREZVAI Zombor <i>Élelmiszer-kiskereskedelmi üzletláncok árazási stratégiája a válság idején</i> <i>The Pricing Strategy of Food Retail Chains in Economic Crisis</i>	125
LOSONCZI György <i>Magyar felsőoktatási intézmények honlapjainak versenyképességi vizsgálata nemzetközi viszonylatban</i> <i>Competitive Website Evaluation of the Hungarian Higher Education in International Environment</i>	139
HORVÁTH Daniella <i>Innovativitás, márkahűség és demográfiai tényezők hatása a formaválasztásra az ásványvíz termék kategória középpontba állításával</i> <i>Innovativeness, Brand Loyalty and Demographic Factors Influence the Choice of Design</i>	157
FODOR Renáta Kitti <i>Libát és/vagy pénztárcát tömjünk?!</i> <i>Do We Stuff a Goose and/or our Pockets?!</i>	173

A Nemzeti Vágta turisztikai jelentősége hazánkban¹

TAPOLCSÁNYI Barbara²

A Nemzeti Vágta című rendezvény bemutatásával szeretnék rávilágítani a hazánkban megrendezésre kerülő fesztiválok, rendezvények fontosságára és jelentőségére. A Nemzeti Vágta a budapesti Hősök terén és közvetlen környezetében zajló rendezvény. A lovas hagyományok, illetve a magyar városok és falvak ünnepe, melyet évente megrendeznek. Az esemény központi eleme a névadó „Nemzeti Vágta”, melyre évente mintegy 100 település nevezi be a lovát és lovasát. A Nemzeti Vágta országimázs rendezvény, amely „Magyarország fellendítésének allegóriája” kíván lenni. Napjainkban jelentős hatást gyakorol a fesztivál turizmus által generált folyamat egy adott ország gazdasági mutatóira. Munkámhoz szekunder és primer kutatást egyaránt alkalmaztam. A szekunder adatokra épülő elemzésnél felhasználtam a témával összefüggő szakkönyveket, szakfolyóiratokat és kiadványokat. A primer kutatás keretében interjút készítettem Lázár Vilmossal a Magyar Lovas Szövetség és a Nemzeti Vágta elnökével, valamint kérdőíves vizsgálatot készítettem. A mélyinterjú során választ kaptam a rendezvény céljaival és terveivel kapcsolatos kérdésekre. A nem reprezentatív kérdőíves vizsgálat, 125 megkérdezett válaszait tartalmazta.

Kulcsszavak: lovas sport, verseny, fesztivál, tradíció, imázs
JEL: D20, D21, D22

The Importance of Tourism of the National Gallop in our Country

By presenting the great event of the National Gallop I would like to reveal the importance and significance of festivals and other celebrations held in Hungary. The central element of this festival is the Race. The Festival serves as an allegory of Hungary's boost in forming the country's new image. Nowadays the process induced by festival tourism has a significant effect on a country's economic indicators. I used both primary and secondary research for my work. For the analysis based on the secondary facts I made great use of books and magazines written on this topic. Within the primary research work I have interviewed Vilmos Lázár the chairman of the Hungarian Equestrian Association and also made a survey based on questionnaires. During the thorough interview I have obtained the answers in connection with the main objectives and plans of the event. The non-representative survey contains the answers of 125 people.

Keywords: equestrian sport, race, festival, tradition, image
JEL: D20, D21, D22

¹ A tanulmány a XXXI. Országos Tudományos Diákköri Konferencia Közgazdaságtudományi Szekciójának Kulturális- és rendezvényturizmus Tagozatában első helyezést elért dolgozat alapján készült. Az OTDK-pályamunka konzulense Dr. Tózsér Anett adjunktus.

² A szerző a Károly Róbert Főiskola 2012-ben végzett Turizmus- Vendéglátás szakos hallgatója (barbara.tapolcsanyi AT gmail.com).

Bevezetés

Munkám első fejezetét néhány alapvető fogalom leírásával kezdem. Elsőként a rendezvény fogalmával. A rendezvény egy adott helyen és időben megtartott összejövetel, vagyis meghatározott helyen, időszakban és témakörben, valamilyen célból megrendezett olyan csoportos összejövetel, amelyen legalább öt fő vesz részt és legalább egy napig tart. Nem elhanyagolható szempont a társadalmi programok színessége és érdekessége sem. Rendezvénynek nevezünk például egy esküvőt, művészeti kiállítást, fesztivált, sporteseményt is. (Gyarmati, *Rendezvényszervezési Kalauz*, 2005) 126/-131/; (Faragó, 2005) 44/-45/; (Getz, 1991) 40/-46/ „Manapság a rendezvények világát éljük. Akár a sajtót, a televíziót, szűkebb vagy tágabb környezetünket vizsgáljuk, biztosan találkozunk a rendezvények különböző fajtáival: kulturális és sportrendezvényekkel, kongresszusokkal, fesztiválokkal, kiállításokkal, vásárokkal vagy koktél partikkal.” (Mészáros & Voleszák, 2004). Napjainkban jelentős hatást gyakorol a fesztivál turizmus által generált folyamat egy adott ország gazdasági mutatóira. Ha azt akarjuk, hogy a rendezvény elérje kitűzött célját, elengedhetetlen, hogy mély benyomást tegyen a résztvevőkre. (Arany, és mtsai., 2002); 22/-25/ (O'Sullivan & Jackson, 2002) 325/-342/

Egy rendezvény helyszínének nevezzük azt a fizikailag behatárolható teret, ahol a rendezvény, esemény zajlik, amelyet a vendégek, látogatók használnak, illetve a szervezők ellenőrzésük alatt tartanak. (Allen, 2010) 94/-101/; (Watt, 1992) 1/-9/

A rendezvényszervezés tehát egy előre meghatározott (társadalmi, tudományos, szakmai, kulturális, sport és egyéb) célból, adott helyen és időben megtartott összejövetellel kapcsolatos teljes körű előkészítő, szervező, összehangoló munka. A rendezvényszervezés magába foglalja az esemény megvalósulásával kapcsolatos infrastruktúra (helyszín, technika, tolmácsolás, kiszolgáló egységek stb.) biztosítását, valamint a résztvevőkről való gondoskodást (szállás, étkezés, kísézőprogramok stb). (Gyarmati, *Rendezvényszervezési Kalauz*, 2005) 126/-131/; (Faragó, 2005) 41/-45/;53/-59/; (Richards, 1992) 101/-103/

A rendezvényszervezés ügyvitele magában foglalja a sikeres rendezvény érdekében végrehajtott intézkedések, tevékenységek, adminisztratív feladatok összességét, amely nélkül egy rendezvényt nem lehet sikeresen, zavartalanul lebonyolítani. A rendszer elemei közé tartoznak az emberi erőforrások, a rendezvényszervezés dokumentumai, a beszámolási, a tájékoztatási elemek, a munkaeszközök, a munkakörülmények és az anyagi források. (Gyarmati, *Rendezvényszervezési Kalauz*, 2005) 126/-131/; (Faragó, 2005) 86/-91/; (Watt, 1992) 25/-33/

Először meg kell fogalmazni a célokat, meghatározni a témát és programokat. A szükséges hatósági engedélyek megszerzése mellett pontos programterv, költségterv és a legapróbb teendőkre, feladat-, és hatáskörökre is kitérő forgatókönyv összeállítása is elengedhetetlen. (Watt, 1992) 1/-9/ A forgatókönyvek általánosságban tartalmazzák a konkrét események helyét, pontos időpontját, időtartamát, a résztvevőket, illetve látogatókra vonatkozó információkat is. A forgatókönyvnek tartalmaznia kell a rendezvény időpontját, időtartamát, a választott helyszínt, a rendezvényen résztvevők, valamint a látogatók létszámát is. (Gyarmati, *Rendezvényszervezési Kalauz*, 2005) 126/-131/ Akár hagyományos, akár egyedi helyszínt keresünk, számos kulcsszempontot kell figyelembe venni, amikor az eseménytervünket készítjük. (Allen, 2010) 94/-105/A Nemzeti Vágta esetében például a Hősök terét és a közvetlen környezetét találták minden szempontból a legalkalmasabbnak, így állandó helyszíne lett a rendezvénynek.

A lebonyolítás a vendégek megérkezésével kezdődik, addigra minden előkészítő munkálattal végezni kell. Az érkezőket fogadják, ellenőrzik a jegyeket. A Nemzeti Vágta esetében a belépőjegyet egy karszalag helyettesíti, melyet a tartózkodás ideje alatt végig viselni kell, így végig követhető, hogy ki váltott belépőt és ki nem. A VIP vendégeket gyakran plusz szolgáltatások igénybevételére is feljogosítja. (Például: kijelölt parkolóhely, elkerített hely a nézőtéren). (Gyarmati, *Rendezvényszervezési Kalauz*, 2005) 126/-131/

A rendezvényszervezés nem ér véget a programok befejeztével, ezután kezdődnek az utómunkálatok. „Egy rendezvénynek nem a zárónapon, nem is az utolsó vendég elutazásával, hanem az elszámolással van vége.” (Faragó, 2005, old.: 109) A bontási munkálatok, a takarítás és helyreállítás csak akkor veheti kezdetét, ha az utolsó vendég is elhagyta már a helyszínt. A fellépőkkel, előadókkal való elszámolás, köszönő levelek kiküldése, tanulságok levonása a rendezvény alatt felmerült problémákból is szükségszerű. (Richards, 1992) 113/-115/ Az esemény kiértékeléséről, a közönség és a fellépők által alkotott vélemények alapján, tudósítani szokták a médiát. (Nagy, 2005) 148/-149/

Egy rendezvény sikeressége mindazon múlhat, hogy az elképzelt terveket hogyan tudják meg valósítani, és hogyan tudnak minél színesebb programokat biztosítani a látogatóknak. Mennyire tudják a vendégek igényeit kielégíteni, illetve a rendezvény közben felmerült problémákat mennyire hatékonyan tudják orvosolni, hogyan tudnak megfelelni a kihívásoknak. Ezen kívül fontos szerepe van a reklámnak, a rendezvény széles körű terjesztésének. A médiában, plakátokon, szórólapokon való megjelenések, esetleg nemcsak magyar, hanem külföldi utazási irodák körében történő népszerűsítésének. (Gyarmati, *Rendezvényszervezési Kalauz*, 2005) 126/-131/; (Nagy, 2005) 205/-209/

„A világ turizmusának egyik sajátos vonzereje a lovasturizmus. A lovassport a ló és lovas együttes versenyzése, a közöttük lévő összhang, a ló ugrása, idomítása, engedelmességre való alkalmasságának, a lovas ügyességének, idomítási képességeinek, lovára gyakorolt befolyásának megteremtésére ad lehetőséget.” (Bodnár, 2000, old.: 210) A lovaglás az egész világot megmozgató, továbbá nagymértékben kedvelt rekreációs tevékenység. Napjainkban a lovaglás az egyik legközkedveltebb és legnépszerűbb szabadidős tevékenység. (Brown, 2003) 174/-187/; (Newsome, Smith, & Moore, 2008) 144/-166/

Munkámban a Nemzeti Vágta esettanulmányként jelenik meg, amelyet különböző szempontok (a rendezvény története, helyszíne, kiegészítő rendezvényei, marketing tevékenysége) alapján értékeltem.

A Nemzeti Vágta célkitűzéseit, üzenetét tekintve nem csupán lovas verseny, hanem hagyományörző, történelmi bemutató, a magyarság önmagába vetett hitének, erejének, összetartozásának, eleven múltjának képviselője. 2008-tól 2010-ig Geszti Péter rendezésben zajlottak az események. 2011-től azonban változások következtek.

2011-ben Geszti Péter átadta a rendezés feladatait. Ettől az évtől kezdve a Lázár testvérek irányításával zajlanak az események. A szervezés „lovaskézbe” került, de természetesen Geszti Péter is jelen van, mint kreatív igazgató. A Lázár testvérek szakmai tudásának köszönhetően egyre nagyobb volumenűvé vált a rendezvény. A programok még színesebbé és még fogyaszthatóbbá váltak. A rendezvény szakmai elemeit tekintve, az esélyegyenlőség megteremtésének érdekében korlátozták bizonyos lófajták indulását, ami még nagyobb izgalmakat generált a futamok során mind a résztvevők, mind pedig a nézők számára.

A rendezvény az eddigi 5 évének fennállása alatt, a Hősök terén került megrendezésre. A helyszínválasztás sokak körében értetlenkedést szült még a kezdeti időszakban, de ha belegondolunk, a lehető legalkalmasabb helyszínt választották, hiszen a Hősök tere és közvetlen környezete, beleértve az Andrássy utat is, a Világörökség része. A rendezvény helyszíne továbbá felöleli még a Szépművészeti Múzeumot, a Múcsarnokot és a Vajdahunyad várát is. A Nemzeti Vágta létrejöttének oka pedig a hagyományok és a nemzeti öntudat erősítése, mindezeket figyelembe véve pedig alkalmasabb helyet nem is találhattak volna.

A rendezvény sikeressége abban rejlik, hogy a Nemzeti Vágta egy olyan esemény, ami lehetőséget nyújt országon, illetve országokon belüli megismerkedésre különböző tájegységből érkezők kultúrájával. (Az Elővágta megjelenésével már Erdély is helyszínéül szolgál a rendezvénynek). Ahogy a mondás tartja, „Ahány ház, annyi szokás”. Magyarországon ez az egyetlen olyan sportesemény, ami lehetővé teszi az emberi kapcsolatok, a nemzeti szintű összekapcsolódás erősödését.

Napjainkban igen nagy érdeklődés övezi a különböző lovas rendezvényeket, lovas játékokat. Ez érthető, ha onnan közelítjük meg a kérdést, hogy mi magunk lovas nemzet vagyunk. A Nemzeti Vágta előnyeként szolgál az is, hogy ez az egyetlen olyan rendezvény, ami segítséget nyújt abban, hogy a ló-, illetve a lovassportok közel kerülhessenek hozzánk, rohanó emberekhez. A Magyarország szívében megrendezett lovas játékok képesek arra, hogy kiszáktassák rohanó életükből az oda ellátogatókat. Az ott megrendezett programok kortól és nemtől függetlenül kínálnak kikapcsolódást az egész család számára, ami napjainkban igazi kincs.

Ha a rendezvény 5 évét vizsgáljuk, hamar kiderül az, hogy a folyamatosan bővülő kiegészítő rendezvényekkel, mint például a Sztárfutam, a Fogatvágta, vagy akár bármely lovasprogram bemutatása, egyenes arányosságban egyre több látogató érkezik évről-évre a Nemzeti Vágtára. A 2010-es évtől a televízióban nézettségi rekordokat döntött a Vágta. A rendezvényt 21 különböző kameraállásból közvetítik a nézők felé. A Nemzeti Vágta Magyarország legnagyobb szabadtéri sporteseményei közé tehető.

A Vágta mára már szinte nemzetközivé nőtte ki magát. 2009-től kezdve megjelentek az úgynevezett Elővágta. Az Elővágta megjelenésével a rendezvény szervezése folyamatossá vált, így már nem kampányszerű. A Szervezőcsapat a lehető legnagyobb összhangban koordinálja a rendezvényt és a Vágta minden alkotóelemével más team foglalkozik a megfelelő munkatempó és munkaminőség érdekében.

A rendezvénnyel kapcsolatos kommunikációs tevékenységről, plakátokon, tévében, illetve rádióban látható és hallható reklámok gondoskodnak. A Nemzeti Vágtát az RTL Klub és az M1 közvetíti. A Pesti Est Különszámában mindig helyet kap a rendezvény és az internet kedvelői is könnyedén szerezhetnek információkat róla. A marketingigazgató szerepét Kocsik-Bogár Anita, a kommunikációs vezető szerepét Bódis Réka tölti be.

Módszertan

A Nemzeti Vágta a magyar települések legnagyobb seregszemléje. Határokon átívelő, közösségeket összekovácsló, nemzeti identitástudatot erősítő esemény. Egy magyar tradíciókra épülő történelmi hangulatú lóverseny, amely egyszerre hagyományörző és hagyományteremtő országos kulturális esemény. Fő célja a nemzeti lovas hagyomány és lovassport felelevenítése, új tartalommal való megtöltése.

Kutatásom célja az volt, hogy bemutassam, hogyan lehet a rendezvényben rejlő lehetőségeket felismerni és kiaknázni, valamint az előforduló lehetséges hibákat kiküszöbölni.

Munkámhoz szekunder és primer kutatást egyaránt alkalmaztam. A szekunder források elemzésénél felhasználtam szakkönyveket, szakfolyóiratokat, kiadványokat, mint például a Nemzeti Vágta saját kiadványait és az évről-évre megjelenő Pesti Est különszámait. Ezek mellett még számos napilap és folyóirat, különböző sport és lovas kalendárium cikkez a Vágta eszmei és gazdasági jelentőségéről. Az interjú lehetőséget ad arra, hogy azokra a kérdésekre is választ kapjunk, amit nem tudhatunk meg a sajtóból és semmilyen más forrásból sem. A kérdéseinkre csak a megkérdezett tud tényszerű választ adni. A másodlagos adatok összegyűjtésekor komoly segítséget nyújtott az internet is, hiszen rengeteg interjút, riportot és információt tartalmaz.

A primer kutatás keretében 2012-ben kérdőíves vizsgálatot végeztem a rendezvényre látogató 125 fő körében. A kutatómódszertan pillérei közül az interjú készítése mellett a kérdőíves vizsgálat az, ami segít meghatározó információkat gyűjteni az adott kutatás témájával kapcsolatban. A kérdőíves felmérés célja az volt, hogy lényegi kérdéseket feltéve meghatározó információhoz jussak az adott témával kapcsolatban. A kérdőív kérdéseinek összeállításakor nyitott és zárt kérdéseket egyaránt alkalmaztam. (Majoros, 2011) 115/-117/

A kérdőív 23 kérdést foglal magába. A kérdések összetételét tekintve 18 feleletválasztós, 2 kiegészítő és 3 demográfiai típusú kérdést tartalmaz. A vizsgálat helyszínéül a rendez-

vény helyszíne, a Hősök tere és közvetlen környezete szolgált. Az eredmények értékelése során az aritmetikai középértékeket emeltem ki. (*Kemény & Deák, 2000*). 26/-29/

A céloom annak bemutatása volt, hogy az immár ötödik éve megrendezésre kerülő esemény milyen változásokat eredményez a látogatottsági mutatókban. A látogatottsági mutatók évről-évre növekednek, egyre többen kíváncsiak a rendezvényre. Egyre több a külföldi vendég, ami lehetőséget teremt arra, hogy a rendezvény segítségével tradícióinkat a világ szeme elé tárjuk. Ezen kívül a válaszadók személyes véleménye is előtérbe kerül, ami jelentős segítséget nyújtott a rendezvény SWOT- analízisének elkészítéséhez és a rendezvénnyel kapcsolatos következtetések és javaslatok megfogalmazásához.

A Nemzeti Vágta elmúlt 5 évének értékelése

Ebben a fejezetében a rendezvény eddig megrendezett öt évének változásait mutatom be, amit meghatározott szempontok alapján értékeltem. Az értékelés szempontjai között szerepelt a rendezvény időintervalluma, (amely az 0. táblázatban látható) a résztvevő települések továbbá a látogatók és a tévénezők száma.

Az első évben, 2008-ban 96 település nevezett a versenyre és csaknem 250 ló mérte össze erejét a futamok során. (Ez az adat pontosan a kétszeresére nőtt 2012-re, hiszen a 2012-es évben megközelítőleg 500 ló mérte össze erejét a pályán.) A látogatók száma 2008-ban több tízezerre volt tehető, a tévénezők száma pedig csaknem elérte az egymillió főt. Már a kezdeti évben jelentős eredményeket produkált a rendezvény. 2009-ben 90 település nevezett a versenyre, ehhez több mint 100 000 látogató társult, ami 1,5 millió nézőt vonzott a tévéképernyők elé. (Itt megfigyelhető, hogy az előző évhez képest többszörösére nőttek a látogatottsági mutatók: csaknem 50%-os volt a növekedés a látogatók és a tévéképernyő nézőinek számát tekintve.) Ebben az évben rendezték meg az első regionális előfutamot Baján, ami a Bácskai Vágta nevet viselte. 2010-ben már 11 Elővágta rendeztek országsszerte. Ebben az évben közel 150 000 látogató jelent meg a budapesti eseményen. 1,5%-os növekedés figyelhető meg a helyszínen látogatók számában az előző évhez képest. A 2011-es évre a rendezvény szinte elérte jelenlegi arculatát, közel 20 Elővágta tartottak országsszerte (vagyis számokban mérve megkétszereződtek az Elővágta az előző évhez képest). 2012-re már a Nemzeti Vágta egy nemzetközi országimázs rendezvénnyé nőtte ki magát. Számokban mérve megdöntött minden nézettségi mutatót. A nyertesek összesen 21 500 000 Ft-ot vihettek haza. (*Pesti Est Különszám Nemzeti Vágta 2011, 2011*) 13/-14/; (*Amit a Nemzeti Vágtáról tudni érdemes, 2011*) 4/-9/

„A rendezvény nagy számokat produkál. A nevező települések, a szurkolók és a tévénezők száma egyaránt hatalmas. Ezáltal a rendezvény komoly befolyásoló képességgel bír.” – hangzott el a Lázár Vilmosssal készített mélyinterjú során.

1. táblázat: Látogatottsági mutatók

Szempontok	2008	2009	2010	2011	2012
Időintervallum	május 31-június 1.	május 30-június 1.	június 3- 6.	szeptember 14-18.	szeptember 15-16.
Résztevő települések száma	96 nevezett település	1 előfutam, 90 nevezett település	11 sikeres előfutam, 72 nevezett település	15 sikeres előfutam, 72 nevezett település	16 sikeres előfutam, 72 nevezett település
Látogatók száma	több tízezer látogató	több mint 100 ezer látogató	közel 150 ezer látogató	több mint 200 ezer látogató	több mint 200 ezer látogató
Tévé nézők száma	950 ezer néző a képernyők előtt	1,5 millió néző a képernyők előtt	több millió néző a képernyők előtt	nézettségi rekord	az előző évi nézettségi rekord megtartása

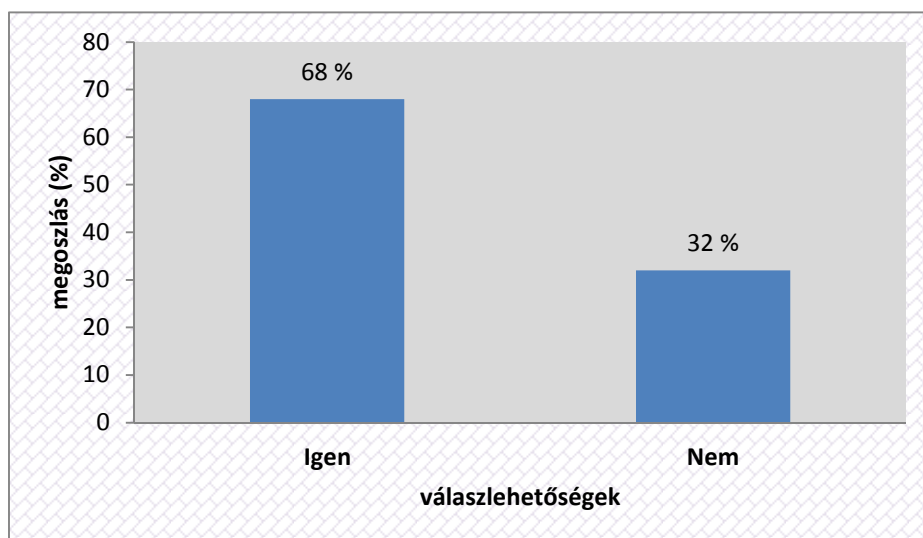
Forrás: Amit a Nemzeti Vágtáról tudni érdemes 2011 alapján saját szerkesztés

A Nemzeti Vágtához kapcsolódó kérdőíves vizsgálat eredményeinek értékelése

A kérdőívet kitöltők nembeli eloszlását figyelembe véve 73%-ot képviselnek a nők. A kitöltők több mint a fele (55%) iskolai végzettségét tekintve érettségivel és 32%-uk főiskolai és/vagy egyetemi diplomával rendelkezik.

A válaszadók legnagyobb arányban (33%) a 46-65 éves korosztályba tartoznak. Ez a számadat utalhat többek között arra, hogy a válaszadók többsége a családfenntartó szerepét tölti be és a Nemzeti Vágta családi programként jelenik meg, hiszen a rendezvények összetételét tekintve minden korosztálynak kínál szórakozási lehetőséget.

Az értékelést a részvételi arány vizsgálatával folytatom. (0. ábra) A válaszadók több mint kétharmada (68%-a) járt már korábban a rendezvényen és 32%-uk járt már valamilyen hasonló jellegű rendezvényen, mint például az Elővágta, illetve az OTP Lovas Világkupa rendezvénysorozat valamelyikén. Ezekon kívül számos szabadtéri és fedett pályás lovas program kerül megrendezésre hazánkban, ami további részvételi lehetőségeket biztosít.



1. ábra Járt már a Nemzeti Vágtán?

Forrás: Saját szerkesztés a Nemzeti Vágta rendezvényen 2012-ben végzett saját kérdőíves kiértékelés alapján

A továbbiakban a rendezvény marketingkommunikációs tevékenységére utaló kérdések elemzésével folytatom. Elsőként azzal, hogy milyen eszközök segítségével értesültek a láto-

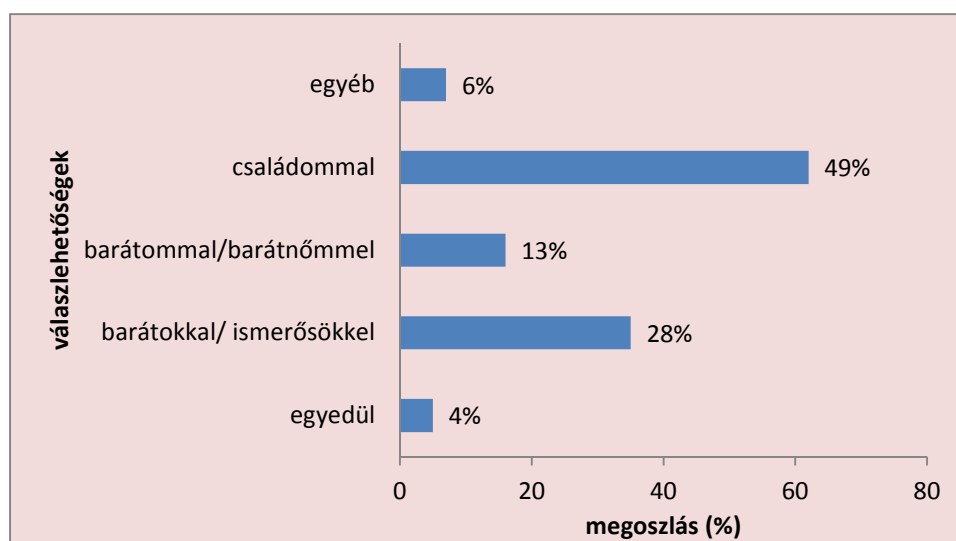
gatók a rendezvényről. Itt öt lehetőség közül választhattak a kérdőívet kitöltők úgymint: barátok/ismerősök, TV/rádió, hirdetés/plakát, internet illetve az „egyéb” lehetőség. A válaszadók körében túlnyomóan a TV illetve a rádió jelent meg 44%-os arányban, de szorosan követte ezt a hirdetés, valamint a plakát 22%-kal. Internetről a válaszadók 22%-a, rokonoktól és barátoktól 12%-uk tájékozódott.

Közvetlenül ehhez a kérdéshez kapcsolódott a következő kérdés: ”Honnan szerzi a rendezvényvel kapcsolatos fontos és mérvadó információkat”. A válaszadók között az internet jelent meg az elsősorú információforrásként (48%). A Nemzeti Vágta saját és önálló honlappal bír, ami minden esetben tartalmazza az aktuális információkat a rendezvényről, mind a nevezők, mind pedig a látogatók számára.

Az elemzést a rendezvényen eltöltött idő arányának vizsgálatával folytatom. A 2012-es év programja az előzőekhez képest rövidnek mondható, hiszen csupán kétnapos volt. Arra a kérdésre, hogy hány napot töltöttek el a rendezvénysorozaton, leginkább az egynapos válasz volt a leggyakoribb. Ez általánosságban igaz volt az előző évekre is: a látogatók főként egy napot tartózkodnak a rendezvényen, sőt sok esetben csak egy bizonyos versenyszámot tekintenek meg. 2012-ben a megkérdezettek 60%-a csupán egy napot töltött el a rendezvényen.

Logikailag szorosan ehhez a kérdéshez kapcsolható a szállásfoglalással kapcsolatos kérdés: „A rendezvény ideje alatt igénybe vett-e szállást”. A 125 megkérdezett közül 119 nem vett igénybe szállást, ami 98%-os arányban az egyik legszélsőségesebb eredmény, így a fennmaradó 2% szinte jelentéktelennek minősül. Ez annak is köszönhető, hogy a rendezvényre nagymértékben érkeznek budapesti lakosok. Ennek következménye többek között az is, hogy a látogatók többsége (58%) tömegközlekedési eszközzel közelíti meg a rendezvény helyszínét. Nagy segítséget nyújtott az utazás tekintetében, hogy a fesztivál idején a MÁV-START Zrt. és a GYESEV Zrt. a 2012. szeptember 15-16-án megrendezésre kerülő Nemzeti Vágta rendezvényre utazóknak kedvezményes, 50%-os alkalmi menettérti kedvezményt nyújtott a teljes árú jegy árából.

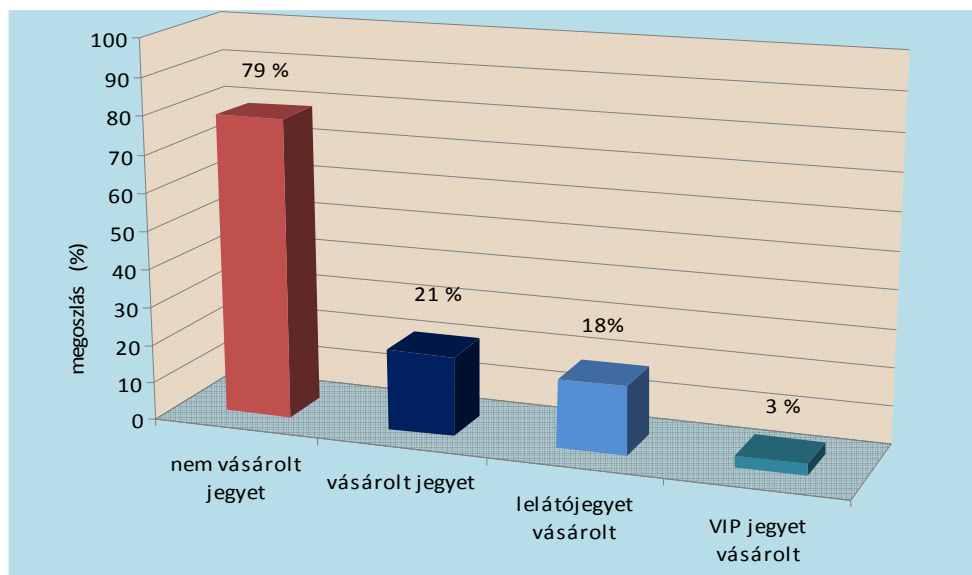
Kérdőívemben arra is kíváncsi voltam, hogy a résztvevők kikkel érkeztek a rendezvényre. (0. ábra) Legtöbben a „családdal” lehetőséget választották (49%). Ezt követte csökkenő sorrendben a „barátokkal/ ismerősökkel” (28%), „barátommal/barátnőmmel” (13%), „egyéb” (6%), és végül az „egyedül” (4%) válasz. Ez nagymértékben utalhat arra, hogy a Nemzeti Vágta rendezvény családi programként jelenik meg a látogatók életében, hiszen a rendezvény minden korosztály számára kínál programot.



2. ábra Kivel érkezett a rendezvényre?

Saját szerkesztés a Nemzeti Vágta rendezvényen 2012-ben végzett saját kérdőíves kiértékelés alapján

A Nemzeti Vágta alapvetően ingyenes, de van lehetőség VIP, illetve lelátójegyek megvásárlására is. (0. ábra) Az ábráról leolvasható, hogy azok a látogatók, akik a Vágtakorzón a kérdőívet kitöltötték, túlnyomóan nem vásárolták meg a jegyeket, hanem az „ingyenesség” lehetőségein belül szemlélték a rendezvényt. A megkérdezettek 79%-a nem vásárolt jegyet, 21%-a igen. Azok közül a látogatók közül, akik vásároltak jegyet, 18% lelátó és 3% VIP jegyet vásárolt. (Az ábrán sötétkék színnel jelöltem azokat, akik vásároltak jegyet és világoskékkel a jegyvásárlás megoszlását, úgymint lelátó és VIP jegyek vásárlása). A VIP jegyeket a 2012-es évben szombaton 12 000 Ft-ért, vasárnap 15 000 Ft-ért lehetett megvásárolni.



3. ábra Jegyvásárlás

Forrás: Saját szerkesztés a Nemzeti Vágta rendezvényen 2012-ben végzett saját kérdőíves kiértékelés alapján

A kérdőíves vizsgálat segítségével az is kiderült, hogy a látogató elégedett-e jegy vásárlása esetén a jegy ár-érték arányával. A válaszadók 45%-a mondta azt (56 fő), hogy többnyire elégedett az ár-érték aránnyal. Ehhez szorosan kapcsolódik az a kérdés is, hogy a látogató elégedett-e a rendezvényen belüli árakkal. A válaszok már némi ellentmondást tükröznek, mivel szinte azonos mértékben jelent meg az igenek és a nemek száma is. A válaszadók 51 %-a mondta azt, hogy elégedett az árakkal és 49 %-a, hogy nem.

A kérdőíves vizsgálat során azt is elemeztem, hogy a rendezvény kiegészítő programjai milyen mértékben befolyásolják a látogatottság célját. A kiegészítő programokhoz sorolom a lovas kocsikázást, a kis gyermekek számára nyújtott lovaglási lehetőségeket, az Országknyha, vagy a Vágtakorzó adta lehetőségeket. A kérdőívet kitöltők válaszai közül egyértelműen kiderült, hogy nagymértékben befolyásolja a látogatottságot a kiegészítő rendezvények köre. A válaszadók 56%-a tudatosan választja ki a számára érdekes programokat. A részletes programsorozat egyébként mindenki számára könnyen elérhető, hiszen különböző kiadványok és internetes oldalak előre tájékoztatják az oda látogatókat, így a látogató tudatosan válogathatott a különböző programok közül.

A következő kérdés a helyszín alkalmasságára vonatkozott. A kérdőívet kitöltők túlnyomó többsége (88%) alkalmasnak tartja a Hősök terét a megrendezés helyszínéül mindamellett, hogy a rendezvény gyengeségeinek vizsgálata során kiderült, hogy veszélyesnek ítélték meg a pályát és a rendezési helyszínt. A Vágta helyszíne még a mai napig vitatott téma, hiszen egy mesterségesen „megalkotott” ideiglenes pályán zajlanak az események. A 2012. év balesetmentesen zárult, bár ez a korábbi évekről sajnos nem minden esetben mondható el. Mindezek ellenére, évről-évre a Hősök tere ad otthont a futamok lebonyolításához, ami lehetőséget teremt arra, hogy a rendezvény a város szívében „mutassa meg magát”. A speciális

talaj biztosítja továbbá, hogy a mesterséges környezet ne okozzon gondot a ló számára. A ló és a lovassportok egyaránt a legveszélyesebb sportok közé tartoznak, így nem vonható egyenes arányosság a pálya, azaz a rendezési helyszín és az esetleges balesetveszély között. A Hősök tere tehát alkalmas az esemény lebonyolítására, így a következő évek során megrendezendő Nemzeti Vágta újra a Hősök terén kerül lebonyolításra.

A rendezvény színvonalának értékelésével kapcsolatban kiderült, hogy a válaszadók 94%-a, azaz túlnyomó többsége színvonalasnak ítélte meg a rendezvényt, amely szintén a Nemzeti Vágta sikerességét igazolja. Ezekből az következik, hogy a rendezvénynek volt, van, és lesz is helye a megrendezendő fesztiválok listáján. Az elégedettség a jól felépített marketingmunkának köszönhető. A jól előkészített marketing eszközök, a nagy odafigyeléssel lebonyolított rendezvénysorozatok összessége, mind hozzájárult ahhoz a pozitív képhez, ami a látogatókban a rendezvény történetének 5 éve alatt kialakult.

A válaszadók 94%-a voksolt a színvonalasság mellett és mindösszesen csak 6% volt az, aki nem tartotta megfelelő mértékben színvonalasnak a rendezvényt.

Szorosan az előző kérdéshez kapcsolódik, hogy a látogatók elégedettek voltak-e a higiéniai és a biztonságra utaló szempontokkal. Az a 6%, aki nem tartotta elég színvonalasnak a rendezvényt, a számára nem eléggé kielégítő programsorozat, vagy a megrendezési helyszín alkalmasságának megkérdőjelezése mellett, a higiéniai és a biztonsági tényezőket is negatív jelenségként értékelte.

A kérdőívben helyet kapott két olyan kérdés, ami a személyes véleményt vizsgálta. A kérdések a Nemzeti Vágtának a látogatók szerinti erősségeire és gyengeségeire irányultak. A válaszadók egyötöde gondolta úgy, hogy a rendezvény erőssége a lovak és a lóspportok megismertetésében és megteremtésében rejlik. Tradícióink, hagyományaink nagymértékben kötődnek a lovakhoz és a lovassportokhoz. Ez visszavezethető a rendezvény létrejöttének okára is. A válaszadók további egyötöde gondolta úgy, hogy az erősségek közé sorolható az összefogás is. A rendezvény jó alkalom a különböző tájegységek kultúrájának megismertetésére. Erősségként jelent meg továbbá a színes programsorozat. Az előző kérdések alkalmával kiderült, hogy a látogató tudatosan elemzi a rendezvény adta programkínálatot és ezek döntő szerepet játszanak abban, hogy részt vesz-e a rendezvényen. A látogatók az erősségek közé sorolták még a szórakozási lehetőséget, a minden korosztály számára fellelhető programkínálatot, a hungarikum jelleget, a vásárokat, a régiók megjelenését, és a közösségek bemutatkozását is. A válaszadók közül volt, aki kiemelte az ingyenességet, mint erősséget.

A továbbiakban a válaszadók által gyengeségnek ítélt szempontok elemzésével haladok tovább. Ahogyan az már a korábbi kérdések elemzése során kiderült, a válaszadók a rendezvény ár-érték arányával nem voltak megelégedve. A nem megfelelő helyszínt szintén a gyengeségek közé sorolták a látogatók, amit ehhez kapcsolódva a lovak számára veszélyesnek ítélt pálya követ. Gyengeségként jelenik meg az is, hogy az „ingyenes jegyek” nem tesznek lehetővé megfelelő rálátást a pályára. A futamokat négy óriáskivetítőn közvetítik éppen emiatt, de azok önmagukban kevésnek bizonyultak. Volt ugyan arra lehetőség, hogy a futamok között a pályán átsétálva a Hősök teréről szemléljék a versenyeket, de az korlátozza a szabadon mozgás lehetőségét. Csak adott időpontokban nyíltak ki ugyanis a kapuk: aki kapunyitáskor bement, az nem tudott a következő kapunyitás időpontjáig helyszínt változtatni. A látogatók a gyengeségek közé sorolták a nem megfelelő higiéniai feltételeket: a szemétkerakó, a kézmosási és az ivóvíz vételi feltételek hiányosságát, illetve a közlekedők szűkösségét, a nem gördülékeny áthaladást, és a biciklitárolók hiányát.

Zárásként azt a kérdést elemeztem, ami az elkövetkezendő Nemzeti Vágtán való részvételt vizsgálja. A kérdőívet kitöltők 86%-a, vagyis túlnyomó többsége azt tervezi, hogy részt vesz a következő évi Nemzeti Vágta rendezvényen. Ennek oka összetett, amit a kérdőívek értékelése is jól alátámasztott. Összességében igaz az, hogy a rendezvényre ellátogatók túlnyomó többsége elégedett a rendezvény megrendezésének időpontjával, helyszínével, kiegészíté-

szító rendezvényeivel. A fesztivál egy jól felépített terv alapján működik, mára már egész éves intervallumban, egy professzionális szervező csapat felelősségteljes munkájának köszönhetően. Ez az oka annak, hogy a rendezvény sikeres és évről-évre egyre csak „növekszik” mind látogatóinak számában, mind pedig sikerében.

A Nemzeti Vágta SWOT-analízise

A Nemzeti Vágta rendezvény erősségeinek, gyengeségeinek, lehetőségeinek és veszélyeinek megfelelő vizsgálata pontos képet ad a rendezvényről. Az alábbiakban a négy szempont egy-egy hangsúlyos tényezőjét emelem ki.

Az erősségek között hangsúlyosan jelent meg a „nemzeti összefogás erősítése” ami a rendezvény alapkonceptiója. A Nemzeti Vágta létrejöttének meghatározó pillére, amit a közönség is felismert, hiszen a rendezvényen bemutatkozó falvak és városok számára ez egy jó lehetőség a hagyományok megismerésére.

A gyengeségek között többek között a „kivetítők nem elegendő mennyisége” emelhető ki. Mivel a rendezvény alapvetően ingyenes, azoknak a vendégeknek, akik nem vásároltak lelátójegyet, a pálya beláthatósága komoly gondot okozhat. Bár vannak kivetítők, a kutatások azt igazolják, hogy nem megfelelő méretűek és kevés számban találhatóak meg az eseményen. Emellett gyengeségként jelenik meg az esetleges balesetveszély, ami ebben a sportban kiküszöbölhetetlen.

A rendezvény lehetőségei között szerepel a „rendezvény nemzetközivé válása”. Az Elővágták bevezetésével már országhatáron túli települések is nevezhetnek. Mi magyarok lovas nemzet vagyunk, a történelem is ezt igazolja. A Nemzeti Vágta pedig egy nemzeteket összekovácsoló esemény, amit környező országaink mára már jól ismerhetnek.

Utolsóként a Nemzeti Vágta „veszélyei” közül a rendezvénnyel egy azonos időpontban megrendezett konkurens eseményeket említeném meg „veszélyes” tényezőként. Példának okáért a Csokoládé- és Édességfesztivált a Budai Várban, az ezt követő zenei programokat, a Borfesztivált, amely programok „Az Édes napok” keretein belül kerültek lebonyolításra.

Összességében megállapítható, hogy a rendezvény évről-évre töretlen sikert arat és 2012-ben mind látogatottsági, mind nézettségi számait tekintve rekordokat döntött meg.

Következtetések

A kutatások alapján azt a következtetést vonom le, hogy a Nemzeti Vágta hazánk egyik legnagyobb kulturális és sport eseményévé nőtte ki magát. A rendezvény teljes mivoltában formabontónak mondható és mára már országimázs fesztivállá fejlődött. A ló és lovassport felvirágzóban van és a rendezvény segítségével ez igazán közel kerülhet az emberekhez. Az teszi még különlegessé a Vágtát, hogy Európa, sőt Világszerte egyedi és nincs még egy olyan rendezvény, ami konkurenciának minősülne a Nemzeti Vágtával szemben. Bár Olaszországban a sienai Palio-ban megrendezésre kerülő lovasverseny hasonlónak tűnhet, de a Vágta az értékeiben, a célkitűzéseiben és a megvalósításában, a kivitelezésében nem hasonlítható máséhoz. A 2008-as induló évhez képest számos fejlődési szakaszon ment keresztül. Itt gondolhatunk például az egyre bővülő kiegészítő rendezvényekre és a megjelenő Előfutamokra, ami csaknem egész évvé alakította az eseményt. Sajnos a Nemzeti Vágtát is megérintette a pénzügyi válság, amelynek következtében komoly szervezőmunkára volt szükség a fesztivál színvonalának megtartása érdekében. A rendezvény talán egyetlen negatív tényezője a helyszínválasztás lehet. Bár a Hősök tere hazánk egyik legszínesebb történelmi pillanatait és személyiségeit idézi, és országunk egyik világörökségi helyszíne, sokak mégis értetlenkedve fogadták a választást. Azt a választást, ami a lehető legtudatosabb döntés volt, az eddigi 5 évnek állandó helyszínéül szolgált és a jövőt tekintve állandó helyszínnül szolgál majd a rendezvénynek. A helyszínre vonatkozóan egy ilyen mértékben sikeres rendezvény esetében komoly fejtörést

okoz bármilyen jellegű javaslattétel. A primer kutatás során a megkérdezettek válaszaiból az derült ki, hogy bár a rendezvény ingyenes, csak az tudja igazán élvezni a futamokat, aki lelátójegyet vásárol. Ezért javasolnám a kivetítők megtöbbszörözését a futamok élvezhetőbbé tétele érdekében. Továbbá a fesztivál méretére és a látogatottsági mutatóira való tekintettel, fokozottan kellene figyelni az ivóvíz ellátásra, továbbá higiéniai feltételek biztosítására. Végezetül megjegyezném, hogy a rendezvény egyedülálló és más fesztiválhoz nem hasonlítható jellege, és a rendkívül elhivatott csapatok munkájának köszönhetően nehéz „fogást találni” a rendezvény kivitelezésében és lebonyolításában.

Összefoglalva, az elmúlt évek azt bizonyítják, hogy Magyarországnak szüksége van egy olyan nagyszabású eseményre, amely ápolja a nemzeti hagyományokat és ezáltal komoly turisztikai vonzerőt generál. A Nemzeti Vágta a lovas hagyományok ápolásán túl egy egész országot megmozgató, többnapos országimázs fesztivál, amely új tartalommal gazdagítja népünk kulturális és gasztronómiai örökségét. Megfigyelhető, hogy évről-évre újabb- és újabb programok kerülnek terítékre. A nézettségi szám és az odalátogatók száma egyre növekszik, a Nemzeti Vágta mára-már csaknem nemzetközivé nőtte ki magát. Jól megfigyelhető az évenkénti programok sokszínűségének befolyása, hiszen ezek újabb lehetőséget biztosítanak az odalátogatók számára. Az eddigi rendezvények közül 2012. év produkálta a legszínesebb eseményeket.

Köszönetnyilvánítás

Szeretném megragadni az alkalmat, hogy köszönetet mondjak. Köszönöm dr. Tózsér Anett tanárnőnek, aki az E-conom Online tudományos folyóirat cikk megírása során hasznos ötleteket és tanácsokat adott. Hálával tartozom neki, hiszen a cikk megírásához odafigyelésével járult hozzá.

Irodalomjegyzék

- Allen, J. (2010): *A rendezvényszervezés nagykönyve*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Amit a Nemzeti Vágtáról tudni érdemes. (2011): 27. Budapest: A Nemzeti Vágta saját kiadványa.
- Arany, E., Hajnal, T., Körössy, Z., Nagy, G., Novák, L., Novák, Z., és mtsai. (2002): *Üzleti rendezvényszervezés I. Titkok és trükkök*. h.n.: B+V Lap- és Könyvkiadó Kft.
- Bodnár, L. (2000): *A Turizmus földrajzi alapjai*. Eger- Budapest: Nemzeti Tankönyvkiadó Rt.
- Brown, D. O. (2003): Perception differences among visitors groups: The case of horse- attraction versus other- attraction tourist markets in Lexington, Kentucky. *Journal of Vacation Marketing*, 9 (2), 174-187.
- Faragó, H. (2005): *Idegenforgalmi rendezvények és kongresszusok szervezése*. Budapest: Képzőművészeti Kiadó.
- Getz, D. (1991): *Festivals, special events, and tourism*. London: Van Nostrand Reinhold International Company Limited.
- Gyarmati, I. (2005): *Rendezvényszervezési Kalauz*. Budapest: Athenaeum 2000 Kiadó.
- Kemény, S., & Deák, A. (2000): *Kísérletek tervezése és értékelése*. Budapest: Műszaki Könyvkiadó.
- Majoros, P. (2011): *Tanácsok, Típek, Trükkök nem csak szakdolgozatíróknak avagy a kutatómódszertan alapjai*. Budapest: Perfekt Gazdasági Tanácsadó, Oktató és Kiadó zártkörűen működő részvénytársaság a Sanoma company.
- Mészáros, T., & Voleszák, Z. (2004): *Villásreggelitől a gálavacsoráig*. h.n.: Magánkiadó.
- Nagy, A. (2005): *A sport marketingkommunikációja*. Budapest: A Magyar Sportmenedzsment Társaság.
- Newsome, D., Smith, A., & Moore, S. (2008): Horse Riding in Protected Areas: A Critical Review and Implications for Research and Management. *Current Issues in Tourism*, 11 (2), 144-166.
- O'Sullivan, D., & Jackson, M. (2002): Festival Tourism: A Contributor to Sustainable Local Economic Development? *Journal of Sustainable Tourism*, 10 (4), 325-342.
- Pesti Est Különszám Nemzeti Vágta 2011. (2011. szeptember 10.): *Pesti Est*, 70.

Richards, B. (1992): *How to market tourist attraction, festivals & special events*. United Kingdom:
Longman Group UK Limited.

Watt, D. C. (1992): *Leisure & tourism events management & organization manual*. United Kingdom:
Longman Group UK Limited.