

SZAKDOLGOZAT

Hámori András

2023



Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Szent István Campus
Agrár- és Élelmiszergazdasági Intézet
Kereskedelem és marketing alapképzési szak

**A BUDAPEST, VALAMINT A FŐVÁROS KÖRNYÉKI
FIATALOK (21 – 27 ÉVESEK) SZÓRAKOZÁSI ÉS
KIKAPCSOLÓDÁSI SZOKÁSAINAK VIZSGÁLATA**

Belső konzulens:	Urbánné Treutz Ágnes Egyetemi Tanársegéd
Belső konzulens intézete/tanszéke:	Agrár- és Élelmiszergazdasági Intézet, Agrárlogisztika, Kereskedelem és Marketing Tanszék
Készítette:	Hámori András

Gödöllő
2023

Tartalomjegyzék

1. Bevezetés.....	3
2. Fogyasztói magtartás vizsgálat a 21 és 27 év közötti fiatalok esetén a szórakozóhelyek tükrében Budapest és vonzaskörzetében.....	4
2.1 A szórakozás	4
2.1.1 Szó eredete és jelentése	4
2.1.2 A szórakozás eredete, kialakulása	5
2.2 Budapest vonzaskörzetének lehatárolása (agglomeráció).....	9
2.3 Budapesti szórakozóhelyek tipizálása.....	10
2.4 Budapesti szórakozóhelyek népszerűségi listája.....	13
2.5 A Budapesti szórakozóhelyek elhelyezkedése, megközelíthetősége	20
2.6 Fogyasztói magtartás vizsgálata.....	21
2.6.1 Exogén befolyásoló faktorok, a szórakozás 7P-je.....	22
2.6.2 Exogén befolyásoló faktorok, a makrokörnyezet tényezői.....	24
2.6.3 Endogén befolyásoló faktorok.....	33
2.7 Generációk rövid áttekintése, illetve 21 - 27 éves korosztály, azaz a Z generáció	35
3. Anyag és módszer	38
3.1 A szekunder kutatás módszere, a felhasznált adatok fajtái és azok értékelése	38
3.2 Primer adatfelvétel	38
3.2.1 A kvalitatív kutatás módszerének a bemutatása, a fókuszcsoportos interjúk ismertetése.....	39
3.2.2 A kvantitatív kutatás módszerének bemutatása.....	43
4. Eredmények.....	45
4.1 A kvalitatív kutatás eredményei.....	45
4.2 A kvantitatív kutatás eredményei.....	67
5. Következtetések, javaslatok	85
6. Összegzés	89
Irodalomjegyzék.....	91
Mellékletek.....	98
Függelékek.....	114

1. BEVEZETÉS

„A fiatalok szórakozási vágya természetes emberi igény, amelyet az életkorra jellemző önállósodási, elkülönülési törekvések éppúgy meghatározzák, mint a partnerkeresés, a kollektív, korosztályon belüli együttlét és kikapcsolódás, pihenés szükséglete a munka vagy a tanulás szellemi-fizikai megterhelése után.” (Népművelési Intézet, 1982, 131.o)

A fiatalok életformájához minden korban hozzátartozott a szórakozás, kikapcsolódás. Számomra és a velem hasonló korú fiatalok számára a sok tanulás, illetve a munka mellett szükségünk van valami olyan tevékenységre, ami által kizökkenünk a mindennapi „mókuserékből”, hogy újult erővel tudjunk nekivágni a soron következő feladatoknak. Az elmúlt évtizedek alatt azonban jelentősen megváltoztak a szórakozási szokások. A mai fiatalok széles palettáról válogathatnak a különböző szórakozási és kikapcsolódási lehetőségek közül. Ebben a folyamatban meghatározó szerepe van a multimédiás eszközök megjelenésének és használatának is.

Életem során a folyamatos tanulás, valamint az otthon elvégzendő feladatok mellett mindig valamilyen fajta szórakozási vagy kikapcsolódási tevékenység volt az, ami által felfrissültem, segített átlendülni a problémákon és motivált a megoldások keresésében. Ez egyrészt a barátaimmal való találkozásokot jelentette, ahol egymással meg tudtuk beszélni a problémáinkat, esetleg segítséget adtunk és kaptunk azok megoldására. Miután betöltöttünk egy bizonyos életkort, a baráti találkozások fókuszpontjába nagyrészt az éjszakai szórakozóhelyek kerültek. Ezért dolgozatomban a 21 és a 27 év közötti fiatalok szórakozási, illetve kikapcsolódási szokásait szeretném megvizsgálni, a szórakozóhelyek tükrében. Korosztályt tekintve azért a 21 és a 27 év közöttiekre esett a választásom, mivel jómagam is ebbe a korcsoportba tartozom. Budapest, valamint agglomerációjának vizsgálta pedig a lakóhelyemből indul ki. Dolgozatomban továbbá arra a kérdésre is keresem a választ, hogy miként viselkednek a fiatalok a szórakozóhelyeken, valamint a fogyasztói magatartásukba is szeretnék jobban betekintést nyerni (anyagi lehetőségek, öltözködés, multimédiás eszközök használata, viselkedéskultúra, alkoholfogyasztás).

A kutatás célkiűzései

C1: A szórakozás múltjának és jelenének megismerése, tanulmányozása

C2: A 21 és a 27 év közötti fiatalokra jellemző szórakozási szokások vizsgálata Budapesten, valamint a vonzáskörzetben

C3: A fiatalok fogyasztói magatartásának vizsgálata a szórakozóhelyek szemszögéből

2. FOGYASZTÓI MAGTARTÁS VIZSGÁLAT A 21 ÉS 27 ÉV KÖZÖTTI FIATALOK ESETÉN A SZÓRAKOZÓHELYEK TÜKRÉBEN BUDAPEST ÉS VONZÁSKÖRZETÉBEN

A kötelező tevékenységek elvégzése után (munka, tanulás) a legtöbb ember számára jól esik egy kis kikapcsolódás, szórakozás, azaz a szabadidő eltöltése. Ennek lényege, hogy megpróbálunk megfelelkezni a problémáinkról, lazítunk, feltöltjük magunkat energiával. Ez egy kötöttségektől mentes időszak, ahol kedvünk és lehetőségeink szerint választhatunk a különböző programok között. Lényeges, hogy ez az egyén szabad akaratából választott tevékenysége. Szórakozhatunk egyedül, barátainkkal, osztály, illetve munkatársainkkal, családtagjainkkal.

A szervezetre gyakorolt hatása szerint a szabadidő eltöltése lehet:

- aktív (sportolás, kirándulás, számítógépes és egyéb játékok, tánc);
- passzív (olvasás, zenehallgatás, filmnézés, televíziózás);
- céltalan (drogfogyasztás, alkoholfogyasztás, cigarettázás);

(mas-kepp.gportal.hu)

A szórakozás, kikapcsolódás lehetőségeit csoportosíthatjuk aszerint is, hogy hétköznapi szórakozásról vagy hétvégi kikapcsolódásról, illetve a szabadság és ünnepnapok alatti szabadidő eltöltéséről beszélünk. További befolyásoló tényező lehet, hogy nagyvárosban vagy kisebb településen él a szórakozni vágyó fiatal, mely társadalmi réteghez tartozik, mennyire művelt, iskolázott, milyen anyagi helyzetben él. Továbbá meghatározó lehet a fiatalok számára a családtól látott értékrend vagy környezetének vallási felekezete is.

2.1 A SZÓRAKOZÁS

2.1.1 Szó eredete és jelentése

A „szórakozás” vagy inkább a „szórakozik” ige, egy német mintára létrehozott tükörszó, mely a nyelvújítás idején jelent meg, illetve ugyanebben az időben a magyar nyelvben is elterjedt. A kiinduló pontja a „szór” vagy „szétszór” ige. (Jánosi, 1982)

A magyar nyelv értelmező szótára szerint a szórakozás: (főnévként)

„Kellemes (vidám) időtöltés. Erre való alkalom. (Hajszolja a szórakozást)

(Magyar Értelmező Kéziszótár, 2003, 1278. o.)

A magyar nyelv értelmező szótára szerint a szórakozás: (igeként)

„(Társaságban) pihenést, felüdülést jelentő foglalatossággal kellemesen tölti idejét.”
(*Szórakozni jár*)

„*Valamivel szórakozik*: ilyen időtöltést jelentő foglalatosságot üz” (például: olvasással)

„Gúnyt üz belőle” (például: Ne szórakozz velem!)

„*Valamin szórakozik*: mulat, nevet rajta”

(Magyar Értelmező Kéziszótár, 2003, 1279. o.)

Egy másik forrás szerint: „A szórakozás a munka során felgyülemlett feszültséget hivatott más érzelmi feszültséggel ellensúlyozni.” (Reischl, 2006, 4.o.)

A 2016-os Ifjúságkutatás szerint Magyarországon négy általános fogyasztói csoportot különböztetünk meg a fiatalok kikapcsolódási szokásainak megfelelően:

- magaskultúra- orientáltak: a szórakozás komolyabb színtereit (színház, opera) részesítik előnyben;
- mindenevők: a szabadidős tevékenységek minden formáját kedvelik;
- könnyed szórakozók: nem kulturális élményekre vágnak, hanem a barátokkal együtt szórakoznak;
- passzívak: a különböző szabadidős tevékenységeket nem túl nagy gyakorisággal végzik a fiatalok.

(ifipress.hu)

A megállapításokat annyival tudnám én magam kiegészíteni, hogy számomra a pihentető vagy nyugtató szórakozás az, amikor a családommal, barátaimmal beszélgetünk különböző érdeklődési körökről, témákról. Ezek lehetnek az egyetemmel, párkapcsolattal vagy az étellel kapcsolatos, de természetesen a határ a csillagos ég. Ezzel szemben az aktív szórakozás és kikapcsolódás esetén szeretek elmenni különböző szórakozóhelyekre, ahol a barátaimmal táncolunk a számunkra közel álló R&B, pop, illetve latin slágerekre némi szeszes ital fogyasztása mellett.

„A szórakozás ugyanis épp abban különbözik minden más tevékenységtől, hogy középpontjában cselekvést kísérő kellemes élmények előidézése áll, amelyek elmaradása az aktivitás automatikus felfüggesztését vonja maga után” (Jánosi, 1986, 19. o.)

2.1.2 A szórakozás eredete, kialakulása

A mai fiatalok széles palettáról válogathatnak a különböző szórakozási és kikapcsolódási lehetőségek közül, azonban az emberiség történetében, a kapitalizmus előtt egészen másként volt jelen az emberek életében a szórakozás. Az *ókori* társadalmak szerkezete a közösség

elsőbrendűségét helyezte az egyén érdekei elé, ezért a közösség tagjainak nem volt lehetősége az élvezeti, szórakozási formák megválasztására. A szórakozást, épp úgy, mint a munkát a közösség határozta meg és szabályozta. Többnyire az egyházi ünnepekhez kötődtek (pl.: Vízkereszt, Gyertyaszentelő Boldogasszony, Pünkösöd), illetve a közösség előjáróihoz, azok családjához kapcsolódó ünnepekhez (lakodalom, keresztelő). (Harmath, 2016)

A szórakozás lehetőségét a *középkorban* jelentősen befolyásolta, hogy az ember melyik társadalmi réteghez tartozott, illetve, mely földrajzi helyen, holt élt. A nemességnek a szórakozást gyakran a lovagi tornák, a várünnepek jelentették, amit általában kiadós lakomák követtek. Mindezt zenészek, bűvészek, varázslók, táncosok előadásai tették még élvezetesebbé. A gazdagságot és a nemesi származást jelképező a vadászat is szórakozásnak számított.

A középkorban a városlakók számára szórakozást a különböző játékok, állatversenyek, fogadások, az utcai nevetetők, bűvészek jelentették. Extrém módon a nyilvános lefejezések és akasztások is szórakozásnak számítottak. (Harmath, 2016)

A szórakozás kulturáltabb formája a színjátszás a középkor elején inkább csak amatőr színelőadásokat, misztériumjátékokat foglalt magába. A valódi színjátszás a középkor vége felé, a reneszánsz korban vette kezdetét, amikor is 1599-ben megnyílt a híres londoni Globe színház. (Jánosi, 1986; Harmath, 2016)

A szórakozás az ókori és középkori társadalmakban valójában nem önálló tevékenység volt. Ebben a korszakban az emberek alapvető tevékenysége a létfenntartásra irányult, minimális szabadidejükkel sem rendelkezettek önállóan. A szórakozás önállóvá válása a polgárosodással vette kezdetét.

A *polgárosodás* történelmi folyamat, amely a tőkés piacgazdaság kialakulásával párhuzamosan ment végbe, az emberi és polgári jogok megszerzésére irányul. Kezdetének az 1642-ben kezdődött angol polgári forradalmat tekinthetjük, de az igazi áttörést a francia forradalomhoz köthetjük (1789). A forradalom hármas jelszava: „szabadság, testvériség, egyenlőség”. A felvilágosodás eszméit hirdette: az egyén személyes szabadságjogait, jogegyenlőséget, törvény előtti egyenlőséget. A forradalom eszméi egész Európára hatással voltak.

A *modern* értelemben vett szórakozás ebben az időszakban kezd kialakulni elsősorban Nyugat-Európában, ami a későbbiekben begyűrűzik a kontinens többi országába, így Magyarországra is. Franciaországban a társadalmi élet centruma Párizs volt, ahol a polgári

arisztokrácia otthonaiban is egyre divatosabbakká váltak a szalonok, ahol a különböző művészeti ágak is szerephez jutottak. A szalonok berendezése, használati tárgyai az iparművészet különböző területinek kínált lehetőséget. Az irodalmi szalonokban írók és költők olvasták fel műveiket, valamint a politizálás fontos színterévé vált is. Az asszonyok tea- és kávédelutánokat tartottak, szívesen játszottak társasjátékokat, de tartottak miniatűr színházi előadást és pantomimjátékot is. Természetesen az evés-ivás sem maradhatott el, de ez nem nagy lakomákat jelentett, mint a középkorban, sokkal inkább törekedtek különleges ételeket, ínycségeket feltálalni. Ezeknek az összejövetelnek a célja a szórakozás volt. Ez a fajta szórakozás azonban még nem a mai értelemben vett kellemes, önfeledt időtöltés volt, inkább a művelődést, a szellemi fejlődést, a reprezentálást szolgálta. (terebess.hu)

A *kispolgárság* számára követendő példa volt az arisztokrácia szórakozási szokása, de ehhez nem rendelkeztek sem elegendő pénzzel, sem túl sok szabadidővel. A szórakozást elsősorban a vallási ünnepek köré szerveződött szabadidős tevékenységek jelentették. (Jánosi, 1986; terebess.hu)

Az elszegényedett nagyvárosi rétegeknek anyagi helyzetük, valamint a napi 10-12 órás munkaidejük miatt csekély lehetőségük maradt a szórakozásra. Szabadidejüket elsősorban pihenés, szervezetük „feltöltése” töltötte ki. A kellemes élmény állapotába alkohol és kábítószer fogyasztásával jutottak el, ami nehezen tekinthető valódi szórakozásnak. (Jánosi, 1986; terebess.hu)

Az anyagi és társadalmi feltételek megerősödése a *XIX. század végén, a XX. század elején* lehetővé tette, hogy szórakozás véglegesen önálló tevékenységgé váljon. A munkások számára 1891-től a vasárnap munkaszüneti nap lett. Néhány évtizeddel később a munkaidő napi 8 órára csökkent, valamint néhány nap szabadságot is kaptak a dolgozók. A társadalmi egyenlőtlenségek azonban továbbra is fennálltak kisebb-nagyobb mértékben. Másfajta kikapcsolódási lehetőségük volt a felsőbb, gazdagabb rétegeknek, mint a szegényebb tömegnek. A társadalom minden rétege kialakította a maga szórakozási formáit társadalmi státuszának, foglalkozásának megfelelően. Eltérés volt tapasztalható a nagyvárosokban élő emberek, valamint a paraszti közösségek szórakozása között is. Az állatok ellátása, a mezőgazdasági termelés folyamatos munkát igényelt, a parasztok továbbra is napi 10-12 órát töltöttek munkával és vasárnap sem nagyon pihenhettek. Számukra a szórakozást a szakrális ünnepekhez kötődő alkalmak (búcsú), a mezőgazdasági munkák egy-egy szakaszát lezáró

események (arató bál, szüreti bál) valamint a lakodalmak jelentették. Nagyobb falvakban alkalmi filmvetítést is tartottak az 1930-as évektől kezdve. (Jánosi, 1986; terebess.hu)

A nagyvárosokban a dolgozó emberek számára elsősorban a vasárnapokon adódott lehetőség a szórakozásra, kikapcsolódásra. A városi ember számára kedvelt időtöltés volt a kirándulás, a vidékiek viszont szívesen utaztak a fővárosba. Nagyon népszerű volt a budapesti városligeti vurstli, ahol körhinta, mutatványosok szórakoztatták az embereket, de szívesen látogattak el az állatkertbe is. A mozgóképek megjelenésével, a filmgyártás fellendülésével párhuzamosan egyre több mozi nyitotta meg kapuit, amelyek széles tömegnek jelentettek kikapcsolódási, művelődési lehetőséget. A nagyvárosokban egyre több cukrászda kocsmá, étterem, kávéház nyílt, ahova szívesen beültek munka után az emberek. A felsőbb rétegekhez tartozó polgárok számára bőséges választék állt rendelkezésre. Budapesten és a nagyobb városokban számos színházi előadás közül választhattak. Nagy népszerűségnek örvendett akkoriban a kabaré műfaja. Szívesen jártak zenés, táncos szórakozóhelyekre, mulatóhelyekre, zenés kávéházakba (Royal Orfeum, Pesti vigadó). Ezek a helyek szolgálták helyszínül az Amerikából begyűrűző modern zenéknek és táncoknak (ragtime, boston, tangó) is. (Reischl 2006; Vámos, 2018; ujkor.hu)

A II. világháború utáni időszakban – a Rákosi korszak idején - a legfőbb szórakozási és kikapcsolódási forma a mozi volt, ahova az olcsó jegyek révén a kevésbé tehetősek emberek is el tudtak jutni. A moziban vetített filmek azonban épp úgy, mint a színház, rádió és a könyvek, a politikai rendszer szolgálatában álltak.

Az 1956 végén kezdődött „Kádár-korszak” egyik fő célkitűzése volt az emberek életszínvonalának javítása. Ennek az egyik fontos tényezője volt, hogy csökkent a heti munkaidő, a másik, hogy nőtt az emberek jövedelme. A kultúra minden területe (színház, könyv, mozi) elérhetővé megfizethetővé vált a tömegek számára is. 1958-ban megjelent a televízió, amely megváltoztatta az emberek szórakozási szokásait. A fiatalok azonban már akkor is vágytak a „pörgősebb” szórakozási lehetőségekre, de akkoriban még kevés szórakozóhely volt, elsősorban házibulikat szerveztek. Itt a beat korszak népszerű slágereire táncoltak és italozással fokozták a hangulatot. A házon kívüli zenés-táncos szórakozásra a különböző művelődési házakban, klubokban volt lehetőség, azonban a fiatalok körében az 1961-ben megnyílt Budai Ifjúsági Park, népszerű nevén Ifipark volt a „non plus ultra”. Ide azonban csak megfelelő öltözetben lehetett belépni, szigorú volt az ellenőrzés, aki nem megfelelően viselkedett, azt rendre utasították, vagy éppen kitiltották. A hazai könnyűzene jeles képviselői léptek fel, sokan közülük még a mai napig is népszerűek. A „nyíltan lázadó”

zenekaroknak a Fekete Lyuk nevű hely biztosított fellépési lehetőséget. (Járfás, 2021, femina.hu) Az 1970-es évek vége felé Magyarországot is elérte a „diszkóláz”, ahol már nem volt „dresscode”, merész, csillogó ruhákban jártak a fiatalok. A zenét népszerű dj-k (disk jockey -lemezlóvasok) szolgáltatták, akik jártasak voltak az adott zenei műfajban és rendelkeztek a megfelelő zenei gyűjteménnyel (hanglemezek, kazetták).

A *rendszer váltás után* Magyarországon egyre több szórakozóhely nyílt a fiatalok számára, amelyek között szép számmal találkozhatunk alternatív lehetőséget kínáló helyekkel is. Nagyon népszerűek lettek a romkocsmák, pubok, ahova jellemzően beszélgetni, iszogatni járnak a fiatalok. A különböző fesztiválok nagyobb tömegek számára kínálnak változatos programokat.

2.2 BUDAPEST VONZÁSKÖRZETÉNEK LEHATÁROLÁSA (AGGLOMERÁCIÓ)

Budapest vonzaskörzete a Budapest központtal kialakult településtömörülés más néven agglomeráció. Ez az, ami a fővárost, valamint a vele szorosan együtt élő, gazdasági, infrastrukturális, munkaerőpiaci és szolgáltatási tekintetben egymásra utalt településeket foglal magában, mely egy egyközpontú település tömörülés. Az agglomeráció több mint kétharmadát a főváros, azaz Budapest adja, míg a második legnagyobb város Érd népessége a fővárosi lélekszám 4%-át sem éri el. Amennyiben a népsűrűséget vesszük szemügyre akkor a központtól az agglomeráció széle felé majdhogyan nem folyamatos a csökkenés. (Electronica.hu)

A budapesti agglomerációhoz a 2005. évi LXIV. törvény a Budapesti Agglomeráció Területrendezési Tervéről, (továbbiakba: területrendezési törvény) alapján 80 település (+1 Budapest) tartozik. A KSH adatai alapján ezek közül 26 település rendelkezik városi ranggal, melyek közül egy megyei jogú városi ranggal is bír. Ez a település pedig Érd. (Bakos et al. 2007, ksh.hu)

A KSH nyilvántartása szerint a fővárosi agglomeráció nagysága 2.538 km², mely hazánk területének 2,7%-át adja. Itt él Magyarország lakosságának negyede, ami hozzávetőlegesen 2 millió 542 ezer főt jelent. Az agglomeráción belül az 525 km² kiterjedésű Budapesten pedig 1 millió 736 ezer ember lakik. Az agglomerációs gyűrűben pedig további 806 ezer ember él 2000 km²-en. (ksh.hu, 2014)

Így, amennyiben a budapesti szórakozóhelyeket vizsgáljuk akkor szükségszerű elkülöníteni melyek azok a szórakozóhely típusok, amelyek megtalálhatóak és preferenciát képeznek a fővárosi, valamint az agglomerációból érkező fiatalok választásaik során. Mivel se a szakirodalom nem írja le, se pontos meghatározás nem létezik arra, hogy milyen típusú szórakozóhelyek léteznek Budapesten, így interneten próbáltam utánajárni, annak, hogy milyen kategóriákba lehet sorolni az egyes szórakozóhelyeket. Számomra a legmegfelelőbb tipizálást egy 2010-ben írt szakdolgozatban találtam, amely a különböző vendéglátóipari egységeket vizsgálja aszerint, amik leginkább elterjedtek a köztudatban. A szakdolgozat írója Kosaras Brigitta a következő szórakozó-vendéglátóhelyeket vette szemügyre, melyeket kategorizált:

- **Sarki kiskocsmá, presszó, betérő**

Alapvetően kis alapterülettel rendelkeznek és a törzsvendégek szűk, az adott kerület lakosaiból állnak. Árfekvése alacsonynak mondható és könnyen, általában gyalogosan közelítik meg a vendégek. Termékei általánosságban a házi, név nélküli szeszes italok (bor, pálinka) és a piacon kapható standard sörök (Aranyászok, Löwenbrau, Steffl, Dreher). A vendégkör a jól megszokott törzsgárdából szokott állni, akik elég sok időt is töltenek el a helyen. Ennek a szórakozóhely típusnak a legfőbb ismertetőjegye a korai nyitás (13-14 óra) és az ünnepnapokon való nyitvatartás. (Kosaras, 2010; dreherzrt.hu)

- **„Külvárosi” vagy perem kerületi kocsmá**

Ezek a szórakozóhelyek túlnyomórészt a főváros kertvárosi részén a külkerületekben találhatóak. Célközönsége az adott kerület lakói, illetve a helyben élő fiatalokat próbálja idecsalogatni. Hangulatában, valamint megjelenésében az előbb említett sarki kiskocsmához hasonló, azonban italválasztéka meglepően szélesebb, mely próbál igazodni a mai fiatalok szeszesital irányvonalához. Ilyen italok például a különböző gyógynövényből készült italok. (Jägermeister, Tubi60). Jellemző továbbá a külvárosi kocsmákra, hogy 1-2 fiatalokat vonzó szórakozási lehetőség is megtalálható itt, mint például a darts, biliárd, csocsóasztal, valamint a 90-es évek egyik slágerterméke a zenegép is. (Kosaras, 2010)

- **Belvárosi kiskocsmá, romkocsmák**

Túlnyomórészt a frekventált belvárosi kerületekben helyezkednek el (V., VI., VII., VIII.), de egy-egy megtalálható a II., valamint a IX. kerületekben is. Amennyiben az árszínvonalát nézzük, akkor itt jellemzően alacsony árakkal találkozhatunk. Ennek magyarázata az, hogy a drágább szórakozóhelyekre látogató fiatalok ezeket a helyeket egyfajta „alapozásra”

alkalmas helyeknek tekintik, ahol olcsóbban hozzájuthatnak ugyanazokhoz a típusú italokhoz, mint a „végállomáson”. Az „alapozás” a fiatalok szóhasználatában annyit jelent, hogy a buli előtt több-kevesebb alkohol elfogyasztásával már felfokozott hangulatba kerülnek. Forgalma legnagyobb részét a péntek, valamint a szombati napokon bonyolítja le. Ezeknek a belvárosi kiskocsmáknak, valamint romkocsmáknak vendégeinek száma és összetétele elég vegyes. A mindennapi, mondhatni törzsvendégeken kívül itt már megjelennek a hazánkba ellátogató turisták, valamint azok is, akik a közelbe található szórakozóhelyek egyike előtt beugranak valamit fogyasztani. Italkínálata már szélesebbnek mondható, de jellemzően minden italfajtából 2-2 márka van jelen. Az italok mellett itt már megjelennek a különböző ételek is, azonban ez egy szűk szegmense a vendéglátóegységnek. (Kosaras, 2010; Juhász 2014)

- **Belvárosi söröző**

Sajátossága, hogy egy vagy két italtípusra és márkára összpontosít, amely magasabb értéket képvisel és szponzorációs tevékenységet is folytat. Célcsoportját tekintve itt nem lehet teljesen egy csoportra lebontani, mert a fiataloktól, kezdve az középkorúakig mindenki megtalálható. Nőknek és férfiaknak is egyaránt kedvelt szórakozásra alkalmas hely. Sajátos italválasztéka mellett szélesebb ételkínálattal is rendelkezik. Fontos ismertetője az idilli környezet, a visszafogott, ámde széles zenei világ, mely lehetőséget nyújt mélyebb és tartalmasabb beszélgetésekre is. (Kosaras, 2010)

- **Egyetemisták szórakozóhelye (PUB, Sportbár)**

Zömében szintén a belvárosban található, mely népszerű az egyetemre járó diákok körében. Általában minden egyetemnek megvan a maga PUB-ja, ahol az oda járó diákok alkotják a törzsközönseget. Áraik illeszkednek az egyetemisták által még megfizethető szórakozóhely kategóriába. Nyitvatartási idejük igazodik a főiskolához, egyetemre járó diákok szórakozási szokásaihoz, így többnyire nem a hétvégén, hanem hétköznap vannak a legjelentősebb bulik. Italválasztéka szélesnek mondható, mely megpróbál igazodni az éppen aktuális ital trendekhez. Szűk ételkínálattal rendelkezik, mely alatt a snackeket, illetve a különböző rácsálni valókat értjük (chips, ropi). (Kosaras, 2010)

- **Belvárosi disco**

Budapest legforgalmasabb részein a Nagykörút – Rákóczi út – Kossuth Lajos utca – Pesti alsó rakpart által határolt területen találhatóak meg. Árszínvonala jóval magasabb, mint a kocsmáknak, PUB-oknak, illetve itt általában pluszként megjelenik a belépőjegy és már a

„facekontroll” is, amely megszűri a „nem kívánatos” vagy viselkedni nem tudó személyeket. Látogatói a helyi lakosoktól kezdve az egyetemistákon és főiskolásokon át az agglomerációból érkező fiatalok. Bő italválaszték jellemző rájuk. A legnagyobb forgalmat általában hétvégén érik el, valamint a hosszúhétvégék és ünnepnapok alkalmával. (Kosaras, 2010)

- **Belvárosi exkluzív szórakozóhely**

Ezek a típusú szórakozóhelyek gyakran jóval magasabb árszinttel üzemelnek, mint az eddig említett szórakozó-vendéglátóhely típusok. Jellemzői között a már említett „facekontroll”, valamint a „dress code” is megmutatkozik, amelyet magyarra lefordítva öltözködési szabálynak lehetne hívni, de ez nem igazán terjedt el a köztudatban. Az ilyen exkluzív szórakozóhelyek sajátossága, hogy neves DJ-ék, valamint népszerű előadók szórakoztatják a kikapcsolódni vágyó közönséget. Zenei műfajok tekintetében az R&B, Pop, valamint a Latin vonal a legjellemzőbb stílusirányzatok. Italok terén elég széles palettáról választhat a vendég. A középkategóriás nedűktől a prémium minőségi italokig általában mindenféle fajta és márka megtalálható. Látogatói túlnyomórészt 18 év feletti fiatalok. (Kosaras, 2010)

2.4 BUDAPESTI SZÓRAKOZÓHELYEK NÉPSZERŰSÉGI LISTÁJA

Mielőtt rátérnék arra, hogy melyek a legnépszerűbb szórakozóhelyek Budapesten, érdemes különválasztani, hogy melyek azok a szórakozóhelyek, amelyek a hagyományosan vett szórakozó, valamint diszkónak felel meg, illetve melyek azok, amelyek alternatív megoldásokat nyújtanak. Elsődlegesen a hagyományos, javarészt este 8-9 órától hajnali 5-6 óráig nyitva tartó szórakozóhelyeket szeretném bemutatni. A We Love Budapest nevű internetes oldal újságírója Wágner Gábor az alábbi szórakozóhelyeket vette sorra:

1. Akvárium: Budapest szívében, a főváros legforgalmasabb csomópontjában az Erzsébet téren található meg az egykori Gödör Klub helyén. Kiemelkedő koncerthelyszín, melyben 3 jól elkülönített terem van és így egy időben akár 3 eltérő zenei stílusú bulit is lehet tartani. Hangulatos teraszán nemcsak nyáron, de télen is kiváló lehetőség nyílik arra, hogy akár baráti társasággal jól érezze az ember magát. (Wágner, 2021)

2. Ötkert: A turisták által frekventált részen, a Szent István Bazilika szomszédságában a Zrínyi utcában bújik meg. Mára az éjszakai élet egyik kikerülhetetlen szórakozóhelye, mely egy gyönyörűen felújított bérház belső udvarában alakítottak ki, immáron 12 éve. Minden

héten csütörtöktől szombatig várja az idelátogató közönséget a 3 táncterrel, ahol 3 különböző zenei stílusra táncolhatunk hajnalokig. A budapesti éjszakai élet egyik vezető szórakozóhelye. (Wágner, 2021)

3. Secret Room: Maga a név is titkolózásra utal, amelyet a kimagaslóan szigorú „face controll”, valamint a minimális befogadóképesség csak még jobban alátámaszt. Elhelyezkedését tekintve az Ötkert szórakozóhely felett az első emeleten lelt otthonra. A bejutás nem egyszerű, hiszen meghívásos alapon lehetett csak ide betérni. Zenei kínálata egyedi, amellyel szintén kiemelkedik a budapesti éjszakai élet nyüzsgő szórakozóhelyei közül. A legnagyobb hozzáértéssel szemezgetnek az elektronikus zene repertoárjából, mely alatt a tech house, deep tech és raw minimal irányokat kell érteni. (Wágner, 2021)

4. BoB: A már említett Ötkert és Secret Room-tól pár lépésnyire található, az immáron 10 éve jól működő exkluzív klub. Különlegessége a bottle service, melyet magyarra lefordítva asztal szolgáltatásnak értelmezhetünk. A szórakozóhely minden este más és más típusú zenei kínálattal várja az idelátogatókat. A hely szerdától szombatig különböző zenei irányzatoknak szolgál helyszínül, így egy elég széles közönséget vonz. Például a csütörtöki University Party, ahol a város, valamint az agglomeráció legmenőbb egyetemi estéjébe csöppenhet az ember vagy a péntekenként megrendezésre kerülő Mamacita Party, ahol a legforróbb latin zenékre táncolhatunk hajnalig. (Wágner, 2021)

5. Doboz: Igazi kuriózumnak számít, mely a 11 éve az éjszakai élet egyik fontos helyszíne. Budapest VII. kerületében a Klauzál utcában található, mely valójában egy romkocsmá, kialakításban azonban törekedtek arra, hogy mind a négy évszak alatt nagyszerűen kiszolgálja az ide érkező fiatalokat, valamint a hazánkba érkező turistákat. A helyen grillbár, valamint több egymásból nyíló táncter is megtalálható, ahol mindenki megtalálja a számára legmegfelelőbb zenei stílust szerdától egészen a hét utolsó napjáig. Nevét a belső udvarban lévő doboz alakú táncterről kapta. (Wágner, 2021; doboz.co.hu)

6. Instant- Fogas: A Doboztól egy utcányira található szórakozóhely- komplexum, mely az Instant, valamint a Fogasház szórakozóhelyek összeolvadásából jött létre. Jellegetessége, hogy a hét összes napján nyitva áll a nagyközönség előtt, valamint van saját rockklubja is, mely Robot néven fut. Emellett különböző zenei stílusoknak ad otthont, mint például a karibi

zenék, valamint underground zenei koncertek helyszínül szolgál. Így nem véletlen aggatták rá a komplexum jelzőt. (Wágner, 2021)

7. Cinema Hall: A helyén a X. kerületben, a Népligetben sokáig Budapest legnépszerűbb szórakozóhelye az E-klub üzemelt, mely azonban bezárt. Az üresen álló hely pedig nem sokáig maradt kihasználatlan, ugyanis itt nyílt meg a már említett Cinema Hall. Fő zenei irányvonala az elektronikus zene és ennek mindenféle ága, az undergroundtól a könnyed populáris elektronikáig. (Wágner, 2021)

8. Barba Negra: Elhelyezkedését tekintve kilóg a többi szórakozóhely közül, ugyanis a XI. kerületben a Rákóczi - híd budai hídfőjének tövében található meg. A köztudatban sokaknak csak szabadtéri szórakozóhelynek aposztrofálják, azonban a hideg időszakban is kiváló alternatívát biztosít a gyorsan felhúzható és fűthető sátrával. Zenei vonalában elsősorban a rock dominál, a pop-rocktól az egészen durva „gitársivításig”. (Wágner, 2021)

9. Terminal: A főváros egyik legújabb szórakozóhelye, mely az Akvárium mellett a Deák Ferenc téri metróállomásokhoz közel helyezkedik el. A nyáron nagy népszerűségnek örvendő Fröccsterasz benti részét 2021 őszén nyitották újra a nagyközönség számára, mely ekkor kapta a Terminal nevet. Maga névválasztás sem véletlen ugyanis 2001-ig itt működött a főváros legforgalmasabb buszpályaudvara. A hely rengeteg koncerttel és tematikus bulival fogadja az idelátogató fiatalokat. (Wágner, 2021)

10. Madam: Bár a cikk megjelenésekor a hely még nem volt nyitva, azonban, ahogy a szerző is fogalmazott „a bulinegyed királynője szeretne lenni”, mely véleményem szerint sikerült is. Több mint egy 1 év telt el és sikerességét azt bizonyítja a legjobban, hogy a novemberben megrendezésre került 1. születésnap rendezvényen több száz ember mulatott hajnalokig a legnépszerűbb hazai DJ-k kíséretében. (Wágner, 2021; madambudapest.hu)

Összeségében elmondható, hogy az itt felsorolt hagyományos szórakozóhelyek mind szerves részét képezik a budapesti éjszakai életnek. Véleményem szerint mind az budapesti, mind az agglomerációból érkező fiatalok számára remek alternatíva lehet egy-egy ilyen szórakozóhely felkutatása. Elmondható továbbá az is, hogy mindegyik hely más-más zenei

kínálattal várja az idelátogató leginkább fiatalokat, valamint a fővárosba látogató turisták is előszeretettel keresik fel ezeket éjszakai szórakozásra alkalmas létesítményeket.

A hagyományosan vett éjszakai szórakozóhelyek és diszkók után tekintsük át azokat a helyeket, amelyek alternatív megoldásokat kínálnak a fiataloknak, a hazánkba látogató turistáknak, valamint a kicsivel idősebb korosztálynak is. A felsorolásban olyan helyekkel találkozhatunk, amelyek túllépnek a tipikusan budapesti éjszakai életet meghatározó szórakozóhelyek stílusjegyein és egy szerte ágazóbb kikapcsolódási formát próbálnak nyújtani az idelátogató vendégek számára. Ismertetőjegyei lehetnek többek között, hogy már jóval korábban nyitva vannak a nagyközönség számára, azonban előfordulhat, hogy emiatt korábban is zárnak be. A válogatást csakúgy, mint a hagyományos szórakozóhelyek esetében a We Love Budapest újságírója Wágner Gábor vette jobban szemügyre. Ő az alábbi alternatív szórakozásra alkalmas helyeket vette sorra:

1. Turbina: Budapest VIII. kerületében a Harminckettesek terétől egy karnyújtásnyira található az úgynevezett „kulturcentrum”. A 2021-ben nyitott hely, melyre a komplexum szót is nyugodtan rá lehet aggatni, egyfajta összművészeti tér is. Ugyanis egymás mellett megfér egy galéria, bisztró, belső udvari kocsmá, több koncert terem, rendezvényterem, valamint irodák is, melyeket különböző ötletgazdag programoknak tud lehetőséget nyújtani. Helynek van egyerőtjeljes romkocsmás „feelingje”, ami inkább kívülről, mintsem belülről látszik. Az eredetileg több lakásból álló épületet úgy alakították át, hogy egyfajta szórakozó-vendéglátóhelyként funkcionáljon, valamint koncerteknek is lehetőséget tudjon biztosítani. Mára büszkén kaphatja az a jelzót, melyet a cikk írója is említ, hogy „az underground kultúra fellegvára” lett a Turbina. (welovebudapest.com)

2. A38 hajó: Maga a neve is sokat sejtet, hogy nem egy szokványos épületben talált otthonra, hanem egy dunai hajón, mely szinte egyedülálló atmoszférájával nemcsak a hazai, de nemzetközi tekintetben is kiemelkedőnek számít. A Petőfi híd budai hídfőjétől pár lépésre található hajó a főváros legnépszerűbb kulturális intézményévé és rendezvényhajójává nőtte ki magát az elmúlt több mint 20 évben. Kiváló koncerteknek adott otthon, valamint 2015 óta a Magyar Televízió 2 csatornájának több műsorát is az A38-on készítik el. Ilyen például a nagy népszerűségnek örvendő, Én vagyok te című műsor, ahol 3 előadó 3 jól ismert slágerért dolgozhatja át, amit sorsolás útján döntenek, hogy ki kinek a slágerét hangszerelheti át. (a38.hu) A hajón a mára már elfeledett előadók mellett, a mai zenei élet meghatározó

előadói, zenekarai adnak koncerteket, sokszor áthangszerelt akusztikus formában. (wlovebudapest.com)

3. Dürer Kert: A nagy port kavart Dürer Kert sorsa 2018-ban pecsételődött meg, amikor is kormány érdekeltségi körébe tartozó Garancsi István vezette Market-csoport tulajdonába került a terület. A mára már lebontott épület helyén, az egykori Szent- Szív zárda állt, amelyet a kommunista hatalomátvétel után a Magyar Dolgozók Pártja, majd később az Magyar Szocialista Munkáspárt politikai főiskolájának adott otthont. A Kádár- korszakban uszodával, könyvtárral, valamint rendezvényteremmel bővült az épület. (24.hu) A rendszerváltás követő időszakban továbbra is a művelődés állt a középpontban, amikor is kulturális központtá alakult teljes egészében, immáron az Eötvös Lóránd Tudományegyetemhez (továbbiakban: ELTE) csatolva. 2008-ban pedig a régi tornaterem, kápolna, valamint az előadóterem helyén megnyílt a mára már jól ismert Dürer Kert néven. Mivel a Kertet üzemelő cégnek 2020. december 31.-ig el kellett hagyniuk az épületet, így kénytelenek voltak egy új hely után kutatni. (Telex.hu) A közönségnek nem sokáig kellett nélkülöznie a helyet ugyanis 2021. november 4.-én Budán a XI. kerület Öböl utcában nyitott meg, mely lassan, de biztosan a régi pompájában tündököl újra.

4. AETHER: A Gozsdu- udvar mélyén található pinceklub egyedülálló zenei választékkal várja a bulinegyed központjába látogató fiatalokat és a hazánkba látogató turisták egyaránt. A leginkább underground elektronikára szakosodott helyen a techno, valamint a house műfajt kedvelői találhatnak leginkább otthonra. A klub jellegzetessége, hogy a föld alatt helyezkedik el, melyet sötétség övez szinte teljes egészében. Így joggal kaphatja azt a jelzöt, hogy belépve a „pokolban” találhatjuk magunkat. A sötétséget a fel- fel villódzó fények teszik még különlegesebbé. (wlovebudapest.com)

5. Gödör Klub: Mostani - immáron véglegesnek mondható - helye előtt a főváros több pontján megfordult már. Elsőnek a már említett Akvárium helyén, az Erzsébet- téren üzemelt. Azonban az Akváriumot üzemeltető cég megvásárolta a helyet, így a klubnak új bázis után kellett néznie. Először a Király utca elejére települtek át, ahol csak pár évig tudták szórakoztatni az idelátogató közönséget. Mai helyét 2021-ben találta meg a volt Sirály közösségi tér épületében, mely szintén a Király utcában helyezkedik el. A változatos programok, mint például az élőzenei vagy klubkoncertek mellett alkalmi helyszínnek is

kiváló lehetőséget biztosít a Gödör. Ezenfelül szubkulturális találkozási pont, ahol kortárs kocsma, filmklub, valamint időszakos kiállítások várják az erre látogató embereket. (facebook.com; welovebudapest.com)

6. 101 Klub: Az Astoriától pár lépésre elhelyezkedő klub, melynek nevét a Depeche Mode zenekar 1989-es koncertlemezeről kapta. Így a zenei irányvonal is kikövetkeztethető, hiszen a 70-es, 80-as, 90-es évek alter zenéi (punk, post-punk, szintipop, new wave) mellett rengeteg indie muzsikának is teret ad a klub. A hely érdekessége, hogy inkább az idősebb korosztályt próbálja megszólítani, de emellett a retro hangulatra vágyó fiatalokat is szívesen várják. (welovebudapest.com; facebook.com)

7. Toldi: A hely alapvetően moziként funkcionál, azonban a 80-as évektől kezdődően már bulik is alakultak itt meglehetősen sokszor. A 90-es, majd a 2000-es években pedig egyre inkább dominált ez a vonal, mely mind a mai napig szerves részét képezi a Toldinak. Ezáltal joggal is nevezhető multifunkcionális helyszínnek, hiszen egyszerre több kikapcsolódási lehetőséget is tud kínálni. Az Arany János utcai metrómegállótól csak pár méterre található hely fő irányvonala az elektronikus zene. Nem ritka, hogy nemzetközi előadók is tiszteletüket teszik a DJ pultban hazai, jól ismert előadók mellett. Alkalmanként koncerteknek is teret adnak, azonban ezt csak szigorúan, ahogy a bulikat is, az utolsó vetítés vége után kezdik el. (welovebudapest.com)

8. Ellátó: Mára már VII. kerület Kazinczy utca 52./b alatt található „alteres becsületsüllyesztő” 9 és fél évig Ellátó Kert, valamint Ellátóház néven üzemelt, pár háztömbbel arrébb a Kazinczy utca 48.-ban. Az eredetileg a Gozdsu – udvarban működő hely üde színfoltja volt a bulinegyednek és szerves részét képezte. A 2019 novemberében bezárt helyet az odalátogató vendégeknek nem kellett sokáig nélkülözniük, hiszen még az ősz folyamán megnyílt pár méterrel odébb, csak simán Ellátó néven. (welovebudapest.com). A koncertek és DJ-programkínálat mellett színes italválasztékkal, valamint a régi Ellátós éveket idéző bohém hangulattal várja az idelátogató fiatalokat és az idősebbeket egyaránt. (welovebudapest.com)

9. Gólya: Ha a fővárosi bulinegyedből egy kicsit kijjebb megyünk egészen a VIII. kerületi Orczy útig, akkor felfedezhetjük fel a 46-48. szám alatt található, magát közösségi térnek

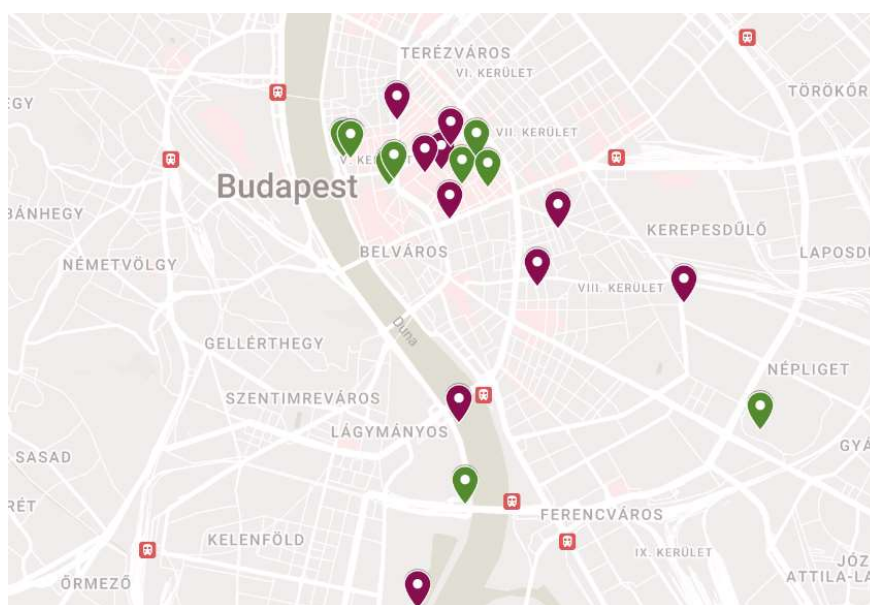
definiáló házat, melyet az alter „gyöngyszemének” is bátran hívhatunk. A hely elsősorban nem szórakozóhelyként funkcionál, sokkal inkább koncerthelyszín, szövetkezeti presszó vagy törzshely az itt élő helyiek számára mindezt három szinten. Programkínálata sokszínű, hiszen a születésnapoktól kezdve a társasesteken át szinte minden felelehető, mellyel igyekeznek minden társadalmi rétegnek a kedvében járni. A színes programok mellett természetesen igyekeznek különböző italokkal is szolgálni, hogy fokozzák a jó hangulatot. Így a helyen fogyaszthatunk különböző csapolt sörök mellett folyóborokat, valamint sörkockákat is. (wlovebudapest.com)

10. Auróra: Budapest VIII. kerületében az Auróra utcában bukkanhatunk rá, mely összekapcsolja a kulturális programokat, a civil és aktivista szervezetek munkáját, a közösségépítést, valamint a szórakozást is. Nevét egyrészt maga az utcáról, illetve arról a baloldali civilségről kapta mely jellemzi a helyet. A koncertek, színházi előadások, filmvetítések, valamint kiállítások mellett olyan közéleti, politikai és társadalmi témákról lehet eszmét cserélni, melyek a mai társadalomban megosztó témáknak számítanak. Ilyen témák például kisebbségeket érintő és hozzájuk szóló kérdések, emberi jogok, vallási és kulturális sokszínűség, valamint a környezetvédelem is. (marom.hu) Legfőbb céljuk, hogy szilárd kiindulópontot teremtsenek a szociális- vagy kulturális területeken tevékenykedő emberek, csoportok, nonprofit szervezetek számára. Emellett arra is, hogy találkozhassanak, megoszthassák elképzeléseiket, illetve új együttműködésekre tudjanak szert tenni. (auroraonline.hu)

A felsorolt alternatív megoldásokat kínáló létesítményekről elmondható, hogy túllép a hagyományosan vett szórakozóhelyek és diszkók jellegzetességein. Próbál egy jóval komplexebb kikapcsolódásra alkalmas lehetőséget nyújtani nemcsak a fiataloknak és a hazánkba látogató turistáknak, hanem az idősebbek korosztálynak is. Ezáltal pedig egy sokkal szélesebb társadalmi réteget tud bevonzani, ami összekapcsolhatja, valamint csökkentheti a generációk közötti szakadékokat is. (koloknet.hu) Véleményem szerint a fent említett helyek mindegyikéről elmondható, hogy próbál megszólítani egy-egy bizonyos réteget, amelynek adott esetben sokkal kisebb lehetőségei vannak arra, hogy megfelelően ki tudjanak kapcsolódni. Ez a jelenlegi életben pedig kulcsfontosságú, hogy egy olyan társadalomban tudjunk élni, ahol mindenki boldogan és önfeledten tud létezni, valamint mindenféle hátrányos megkülönböztetés nélkül képes legyen a számára legkülönbözőbb módon kikapcsolódni.

2.5 A BUDAPESTI SZÓRAKOZÓHELYEK ELHELYEZKEDÉSE, MEGKÖZELÍTHETŐSÉGE

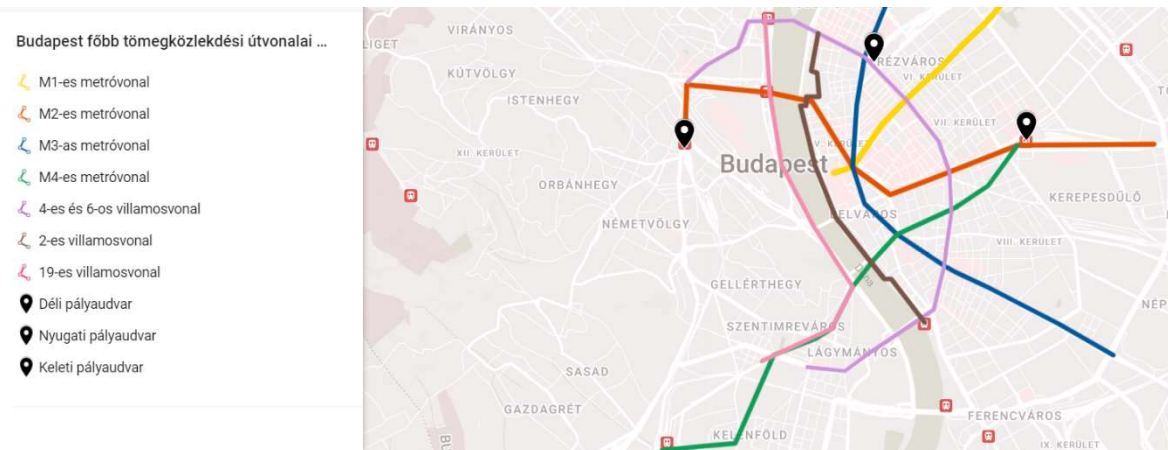
Ha visszatekintünk az előbbi felsorolásokra, akkor egyértelműen kirajzolódik az, hogy a budapesti szórakozóhelyek, valamint az alternatív megoldásokat kínáló létesítmények túlnyomórészt a frekvenciát magas Belső-pesti kerületekben (V., VI., VII., VIII.) helyezkednek el. Számottevően még a Budán a XI. kerületben (A38, Barba Negra, Dürer Kert), illetve a X. kerületben (Cinema Hall) találhatóak meg ezek a létesítmények, melyeket a 2. ábrán szemléltetünk is: (a38.hu)



2. ábra: Budapesti szórakozóhelyek és alternatív lehetőséget nyújtó létesítmények
Forrás: google.com alapján saját szerkesztés, 2023

A 2. ábrán a hagyományos szórakozóhelyek zölddel, az alternatív lehetőséget nyújtó helyek pedig lilával vannak jelölve. A térképről jól leolvasható, hogy többségében a főváros centrumában helyezkednek el ezek a szórakozásra és kikapcsolódásra alkalmas létesítmények. Ha azonban jobban megnézzük a térképet, hogy hol is vannak ezek a helyek, akkor azt lehet látni, hogy Budapest fő útvonalain és csomópontjaiban terülnek el leginkább. Emellett Budapest főbb tömegközlekedési vonalai is itt haladnak. Ilyen például a 4-es és 6-os villamos vonal, a metrók vonala, valamint a Duna-parti 2-es és 19-es villamos. Nem elhanyagolható továbbá az sem, hogy az agglomerációból érkezőknek kiváló lehetőséget biztosít a három fővárosi pályaudvar. Ezek mindegyike a város központjába szállítja a szórakozni vagy kikapcsolódni vágyó fiatalokat gyorsan és átszállásmentesen. A 3. ábrán

ezeket a főbb közlekedési útvonalakat fogom megmutatni, valamint a három fővárosi pályaudvart is feltűntetem.



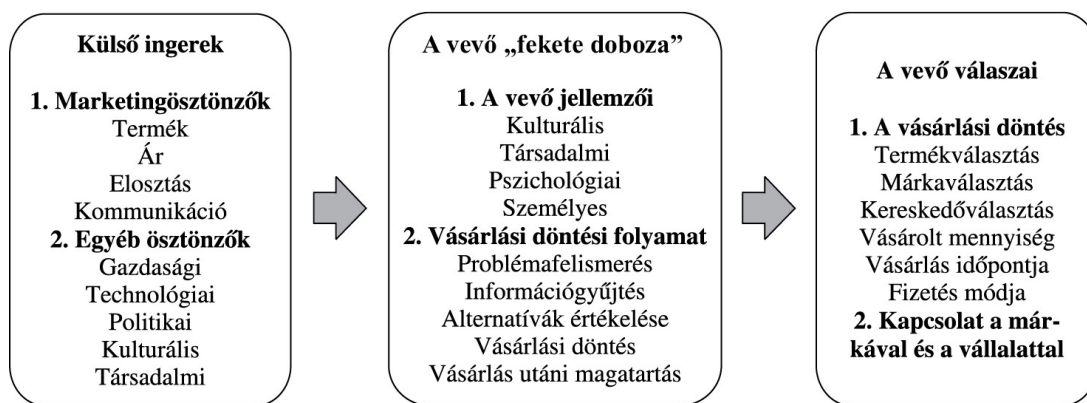
3. ábra: Budapest főbb tömegközlekedési vonalai
Forrás: google.com alapján saját szerkesztés, 2023

2.6 FOGYASZTÓI MAGATARTÁS VIZSGÁLATA

Amikor egyszerűen a címben szereplő fogyasztói magatartást szeretnék meghatározni akkor elsőnek a fogyasztó viselkedése, esetleges attitűdje juthat az eszünkbe. Azonban a fogyasztói magatartás vizsgálata ennél jóval összetettebb, mint ahogy azt hinnénk. Hiszen a fogyasztói magatartás a fogyasztó azon tevékenységeinek az együttese, amelyek folytán a szükségleteit várhatóan teljesítő termékeket, szolgáltatásokat kutat, szerez be, vesz igénybe, értékeli és a használatot követően bánik velük. A vizsgálat során azoknak a kérdéseknek jár utána, hogy például milyen termékeknek, illetve márkáknak mikor, hol, milyen időközönként vásárolja a felhasználó, milyen gyakran használja, miként értékeli vásárlás elteltével, továbbá megvásárolja-e újra azokat.

A fogyasztói magatartás alapmodellje

A vásárlás közben a fogyasztók egy komplex döntési folyamaton haladnak át, melynek egy része „látható”. Ezek a látható elemek a külső befolyásoló ingerek és a vásárlási döntés eredményei. A „nem látható” vagy ismeretlen ingerek pedig maga a döntési folyamat, mely a vevő „fekete dobozában” történik. Az úgynevezett „inger-válasz” modellt a 4. ábra szemlélteti. (Szakály, 2017)



4. ábra: Fogyasztói magatartás alapmodellje

Forrás: Szakály, 2017, 93.o.

A látható elemeket még tovább lehet bontani aszerint, hogy exogén vagy endogén befolyásoló faktorról beszélünk. Ezek alapján exogén befolyásoló faktorok a marketingösztönzők (**4P**: ár, termék, értékesítés, kommunikáció, és **+7P**: emberi tényező, tárgyi elemek, folyamat), valamint az egyéb vagy más néven a makrókörnyezet tényezői (gazdasági, technológiai, politikai, társadalmi- kulturális, természeti). Az endogén befolyásoló faktorok pedig a vevő saját jellemzői (kulturális, társadalmi, pszichológiai, személyes), melyek feltérképezésével megalkotható a lehetőség az eredményes piaci szegmentációhoz. Ez a négy endogén elem egymással szoros kölcsönhatásban áll. (Szakály, 2017)

2.6.1 Exogén befolyásoló faktorok, a szórakozás 7P-je

Termékpolitika (Product): Mivel a szórakozóhelyek a szolgáltatóiparba tartoznak, így nincs egy konkrét termék, hanem maga, az élmény, esemény, a tapasztalás az, amit szórakozóhelyek nyújtanak, azaz a szolgáltatás. A szolgáltatás általában áll egy alap- valamint egy kiegészítő szolgáltatásból. Míg az alapszolgáltatás alatt az igény kielégítését értjük, azaz a szórakozást, addig a kiegészítő szolgáltatás alatt az alapszolgáltatáshoz társuló egyéb elemeket értjük. Ilyen kiegészítő szolgáltatás lehet például, ha egy szórakozóhelyen több stílusú tánctér is megtalálható vagy, ha különböző helyek más- más italkínálattal rendelkeznek. De emellett az is kiegészítő szolgáltatás lehet, ha nagyobb vállalatok vagy cégek számára rendezvény helyszíneként is igénybevehető az adott helyszín. (Veres, 2021; Szakály, 2017)

Árpolitika (Price): A szórakozás esetén az ár döntő többségében egy fontos tényező. Mivel dolgozatomban a szórakozóhelyekkel foglalkozom, így fontos megtudni, hogy milyen árszintekkel találkozhatunk különböző helyeken. Az árak alakulást, valamint változását befolyásoló tényezőket a makrókörnyezet elemzés során fogom részletesebben kifejteni.

Értékesítéspolitikai (Place): Véleményem szerint a legfontosabb elem az értékesítéspolitikai, hiszen a jó kommunikációs csatorna segít elérni a potenciális vevőket a piacon. Veres szerint a szórakozóhelyek esetén pedig kiemelten fontos, hiszen a vendégekkel való kapcsolattartás, valamint a terjesztőkkel való kommunikáció hozzájárul az adott szórakozóhely image építéséhez, valamint a szolgáltatási színvonal növeléséhez is. (Veres, 2021; Szakály, 2017)

Marketingkommunikáció (Promotion): A marketingkommunikáció az értékesítéspolitikai mellett a másik legjelentősebb eszköze a szolgáltatásoknak. Mivel minden szolgáltatás, úgy a szórakozás esetén is a nem fizikai jellegből adódó problémát a marketingkommunikáció tudja a legkönnyebben kézzel foghatóvá tenni. A kommunikáció esetén a szórakozóhelyek és egyéb kikapcsolódási lehetőségeket biztosító létesítmények kevésbé tudják befolyásolni a fogyasztókat, ha a hagyományos eszközök révén ők maguk irányítják magát a kommunikációt. Ezzel szemben a nem szabályozott információcserék nagyobb hatást gyakorolhatnak a fogyasztókra. Ilyen információ és üzenetközvetítő lehet például a szolgáltató személyzet vagy más néven frontszemélyzet, illetve a fizikai környezet is. (Veres, 2021; Szakály, 2017)

Emberi tényező (People): Mint minden szolgáltató esetében, előtérbe kell helyezni, hogy munkavállalók alkalmasak legyenek az adott munkakör elvégzésére. Emellett fontos az ösztönzés is, mellyel a munka minél hatékonyabb és gördülékenyebb végzésre tudják sarkallni a munkavállalókat. Fontos megemlíteni továbbá, hogy minden szolgáltatás esetén a munkavállalók azok, akik a szolgáltatócéget képviselik, emiatt is lényeges front office csapat felépítése és működtetése. Egy szórakozóhelyen a front office csapat tagjai elsősorban a pultosok, akik az italokat készítik, pohárszedők, a ruhatárosok, a jegyszedők, a biztonsági személyzet, a lemezlovas(ok), valamint azok a személyek, akik közvetlen hozzájárulnak a szolgáltatás színvonalához. Mindezek mellett szükségszerűnek tartom megemlíteni, hogy az emberi tényező az ügyletben szereplő egyének magatartásának és kommunikációjának koordinálását jelenti, ami növeli vagy csökkenti az igénybe vevők megelégedettségét is. Ez pedig három szabályozási feladatkörből áll. Az első a szervezetet érintő belső marketing mely a háttér- és frontszemélyzet kapcsolatán alapszik és ahol minden belső tevékenységcserét a munkavállalókra szükséges formálni, ezzel is növelve a megelégedettséget. A második a frontvonalmenedzsment, mely a front officeban dolgozókra koncentrál és személyzeti normákkal irányítja az egyének magatartását, hiszen a szolgáltatások front részére irányuló humán „teljesítménymag” politikai arculatalakító

tényező is egyszerre. Harmadikként fontos megemlíteni az aktívügyfél- politikát, mely a szolgáltatást igénybe vevő aktivitását tervezi, valamint ellenőrzi, ezzel is redukálja az esetlegességből fakadó bizonytalanságot. (Veres, 2021; Szakály, 2017)

Tárgyi környezet (Physical evidence): A szolgáltatások azon elemeit értjük, amelyek megfoghatóságukkal elősegítik az igénybe vevők részére a minőség értékelését. Ezen tárgyi elemek alatt pedig az adott szolgáltatás, jelen esetben a szórakozóhely fizikai értelemben vett látható környezetét úgynevezett servicescape-et értjük bizonyos kiegészítő tárgyi létesítményekkel együtt. A servicescape tovább bontható aszerint, hogy külső vagy belső környezeti elemekről beszélünk. Külső környezeti elem például a szórakozóhely külső dizájnya, tájékoztató jelzései, valamint a közvetlen környezete is. Míg a belső környezeti elemek közé sorolható a hely elrendezése, (lak)berendezése, illetve a szórakozóhely belső hőmérséklete is. Egyéb kézzel fogható tényezők között pedig a névjegyek, céges papírok, számlák, valamint a szórakozóhely esetleges magazinjai lehetnek. (Veres, 2021)

Folyamat (Process): Ezalatt a szolgáltatásba beépülő és kapcsolódó folyamatok irányítását, tervezését értjük, melyek meghatározzák a szolgáltatás minőségét, valamint a szolgáltatást igénybe vevők megelégedettségére is hatást gyakorolnak. Összetevői az adott szolgáltatás műveleti menetének konkrét feltárása, elemzése, illetve modellezése. A folyamatokban kitüntetett szerepe van a „panaszhelyzetnek”, ami a fogyasztó elégedetlenségét jelenti. Ez sok esetben zavarhatja a frontvonal normál folyamatait, melyet egy esetleges panaszszituáció menedzsment képes kezelni. A panaszhelyzet mellett egy másik fontos tényező is megjelenhet, ami a várakozás vagy sorban állás. Lényege, hogy a sorban állásra a menedzsment megpróbáljon egy vevőorientált megoldást találni és azt működtetni. (Veres, 2021; Szakály, 2017)

2.6.2 Exogén befolyásoló faktorok, a makrokörnyezet tényezői

A makrogazdasági elemzések közül a STEEP elemzést választottam. A különböző vállalkozások számára a STEEP - analízis feltárja a külső befolyásoló tényezőket, makrokörnyezeti elemeket, melyeket az alábbi tényezőkre a STEEP szó segítségével:

- S- Social- társadalmi környezet;
- T- Technological- technológia környezet;
- E- Economical – gazdasági környezet;
- E- Ecological- természeti környezet;

- P- Political- politikai környezet. (Józsa, 2014)

A STEEP - elemzés mellett fontos megemlíteni továbbá a versenykörnyezetet is, hiszen a vállalatok számára szintén befolyásoló tényező, mely a következőkből áll:

- piac mérete és növekedési üteme (méret - size);
- piac szerkezet és részesedési viszonyai (szerkezet - structure);
- vevői és beszállítói alkupozíciók (alkupozíció - bargaining power);
- adott ágazat jellemző költségviszonyai (költség – cost).

A következőkben Kotler – Keller (2012) alapján a STEEP elemzés azon tényezőit kívánom bemutatni, amelyek alapján fogom tanulmányozni a szórakozóhelyeket.

Társadalmi környezet

A társadalmi környezet esetén a két legfontosabb elemet a demográfiai hatásokat, valamint a kulturális hatásokat vizsgáljuk. A demográfia trendek többé-kevésbé előre jelezhetőek és ritkán lehet tapasztalni gyors változásokat. Ugyanez a megállapítás elmondható a kulturális hatásokról is. Ilyen demográfiai is kulturális hatás például a népesség adatok, a társadalom összetétele, az iskolázottság szintje és a háztartások jellemzői. (Kotler – Keller, 2006)

Technológiai környezet

Technológia környezet esetén négy trendre kell nagyobb hangsúlyt fektetni. Ezek közül az első a változás gyorsuló üteme, mivel a szakemberek az eddigieknél még több ötleten munkálkodnak és ezek között az új ötletek között eltelt idő aránylag rövid. Másodikként az innováció korlátlan lehetőségeit kell megemlíteni, mely sok területen zajlik egyszerre. Ilyen például a számítástechnika, a telekommunikáció, a robottechnika, valamint az anyagkutatás. Szintén a technológia környezethez tartozik a kutatás- fejlesztési költségvetés változásai, melynél már a nagyobb hangsúlyt kap a fejlesztés, mintsem a kutatás. Utolsóként a technológia változás szigorúbb szabályozását kell megemlíteni, mely alatt leginkább a biztonsági és egészségügyi szabályokat értjük élelmiszerek, gépjárművek vagy építkezések esetén. (Kotler – Keller, 2006)

Gazdasági környezet

Magában foglalja a jövedelmeket, árakat, megtakarításokat, az eladósodottságot, valamint a hitelhez való jutást is egy meglévő gazdaságban. Ahogy a 2008-as világválságnál is láthattuk a vásárlóerőt érintő hatások nagymértékben befolyásolják az üzletmenetet, leginkább

azoknál a vállalatoknál, melyek áruikat magas keresetű és költségérzékeny fogyasztók veszik meg. (Kotler – Keller, 2006)

Természeti környezet

Ide tartozik egy meglévő vállalkozás fizikai környezete, az adott országban hatályos környezetvédelmi szabályozások, valamint az ország éghajlat is. Emellett a marketingszakembereknek ismerniük kell annak az adott ország vagy régió nyersanyagait vagy hogy van-e vízhiány az adott területen, azaz tisztában kell lenniük a lehetőségeikkel és a korlátaikkal egyaránt. (Kotler – Keller, 2006)

Politikai és jogi környezet

Ezalatt a jogszabályi környezetet, államigazgatási folyamatokat, és szerveket, valamint azokat nyomást gyakorló csoportokat kell érteni, melyek a szervezetekre és az egyénekre vannak hatással. A jogszabályi előírások alkalmanként új üzleti potenciált is kínálhatnak. Mindemellett a politikai és jogi környezetet két fő irányvonal határozza meg. Az üzleti élet nagyobb mértékű törvényi szabályozása, valamint a különleges értékcsoportok előretörése. (Kotler – Keller, 2006)

STEEP - elemzés a szórakozóhelyek aspektusából

Társadalmi környezet – demográfiai és kulturális hatások

Népesség és társadalom összetétel: Központi Statisztikai Hivatal (továbbiakban: KSH) 2022. januári adatai alapján Budapesten, valamint a hozzá tartozó agglomerációban 2 millió 542 ezer ember él. Ebből 1 millió 736 ezren a fővárosban, 806 ezren pedig az agglomerációban. Ez tulajdonképpen azt jelenti, hogy itt él Magyarország lakosságának a negyede, mivel hazánk lakossága 2022. januárjában 9 millió 689 ezer fő volt. Nagyobb mértékű változás 2001 és 2012 között mutatható ki, amikor is kevesebben születtek, mint amennyien meghaltak Budapesten. Ennek következtében 82 ezer fővel csökkent a főváros lakosság száma ebben az időszakban. (ksh.hu, 2023/a)

Amikor a dolgozatomban szempontjából a kor, valamint a nem szerinti megoszlást nézzük, megállapítható, hogy a KSH adatai alapján Magyarországon a 21 és 27 év közötti fiatalok létszáma 766 810 fő, melyből 395 178 fő férfi, illetve 371 632 fő nő. (ksh.hu, 2023/b)

Amikor pedig a budapesti fiatalok számát nézzük, akkor a ksh.hu 2011-es adatai alapján a következő kategóriákba sorolta a dolgozatomban által meghatározott 21 és 27 év közötti korosztályt. Eszerint a 20 és 24 év közöttiek 115 949, a 25 és 29 év közöttiek pedig 130 178-an éltek Budapesten. (ksh.hu, 2023/c)

Iskolázottság szintje: Dolgozatomban, ahogy már említettem a 21 és 27 év közötti fiatalok a célcsoportjára fókuszálok. Mivel ezek a fiatalok túlnyomórészt már a felsőoktatásban tanulnak, akár csak jómagam így ő szokásaikat szeretném vizsgálni. Magyarországon a 2021/2022-es tanévben a felsőoktatásban tanuló hallgatók száma 294 ezer fő volt. Ebből 207 ezren nappali képzésen tanulnak a 63 magyarországi felsőoktatási intézmények egyikén. A felsőoktatási intézmények több mint fele Budapest és vonzáskörzetében található meg (34 Budapesten, 4 pedig vonzáskörzetben), ahol 121 765 fő hallgató vesz részt nappali képzésen. (ksh.hu, 2023/d)

Technológiai környezet – változás, innováció, kutatás- fejlesztés, szabályozás

A technológia környezet esetében szükséges meghatározni, hogy melyek azok a változások, innovációs lehetőségek, amelyek szorosan kapcsolódnak a szórakozáshoz, valamint a szórakozóhelyekhez. Véleményem szerint ide sorolható minden olyan eszköz vagy technikai vívmány, amely minden kikapcsolódás alkalmával szembe jön velünk egy- egy szórakozóhelyen. Ilyen lehet például az: érintésmentes fizetés, korszerű led világítás, megújuló energiával működő műszaki berendezések, légtechnikai- vagy hangtechnikai berendezés, valamint a visszaváltható és környezetbarát poharak is. (Virág, 2022, index.hu) A felsoroltak mellett kiemelt jelentőséggel bír továbbá a telekommunikáció is, ahol a legmodernebbnek számító 5G hálózat segítségével tudunk internetezni. Érdekesség, hogy az 5G hálózat elsőnek Budapest belvárosában volt elérhető. A hálózat jellemzője, hogy maximális letöltési sebessége az 1,4 gigabit/szekundumot is meghaladhatja, 10 miniszekundum alatt van a késleltetés. (Szabó, 2019; napi.hu)

Ezekre a technológiai újításokra pedig a mai világban még nagyobb szükség van, mint gondolnánk. A 2022 szeptemberében bekövetkezett energiaválság következtében megugrott gáz és villany ára Európában. Ez pedig az élet minden területére befolyással volt. (portfolio.hu) Az elszabaduló energiaárak a szórakozó- és vendéglátóhelyeket sem kímélték, melyek mind a mai napig érzékeltetik hatásukat. Így fontossá vált, hogy a szórakozó létesítményekben a XXI. századnak megfelelő korszerű technikai újítások legyenek, mellyel az üzemeltetési költségek visszaszoríthatók, ráadásul ezek az újítások sok esetben megkönnyíthetik a szolgáltatások színvonalának biztosítását is. Az érintésmentes fizetéssel például kiküszöbölhetjük a papírpénzekben lévő baktériumok terjedését. (Assist-Trend Kft., 2018; assist-trend.hu) Emellett az érintésmentes fizetés pontosabb, az elszámolás, és tévedés lehetősége csökken, valamint a tranzakciók is gyorsabban lebonyolíthatóak. (mastercard.hu) A korszerű led világításnak köszönhetően pedig kevesebb

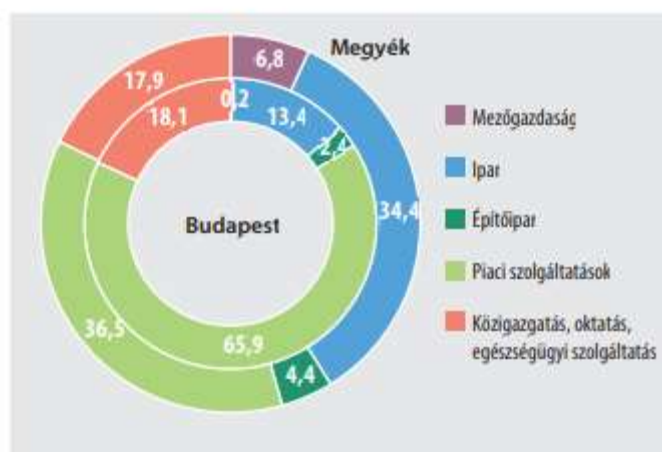
villamosenergiára van szükségünk, mellyel csökkenthetik a szórakozóhelyek az áramköltségeiket. (Láng, 2022; szeretlekmagyarorszag.hu)

Gazdasági környezet – jövedelmek, árak, megtakarítás, eladósodottság

A szolgáltatási szektor, mely a terciér vagy más néven a harmadlagos szektorba tartoznak a szórakozó- vendéglátóhelyek. Ebben a szektorban nem fizikai termékeket állítanak elő, hanem szolgáltatásokat nyújtanak, mellyel a társadalom bizonyos igényeit elégítik ki. (Rajczy, 2020; parlament.hu)

Emellett mindenképpen említésre méltó, hogy Magyarországon belül a főváros kiemelt jelentőséggel bír a szolgáltató ágazatban. A KSH nyilvántartása alapján míg az árutermelő ágazatokban (mezőgazdaság, nehézipar) jócskán elmarad, addig a piaci szolgáltatások majdnem kétharmadát a főváros adja, a megoszlását az 5. ábra szemlélteti. A szolgáltató szektorban lévő szereplők, mint például a pénzügyi szolgáltatás, telekommunikáció vagy a vendéglátás Budapesten, valamint vonzáskörzetében összpontosulnak. (ksh.hu, 2018)

Bruttó hozzáadott érték megoszlása nemzetgazdasági ágcsoporthoz, %, 2016



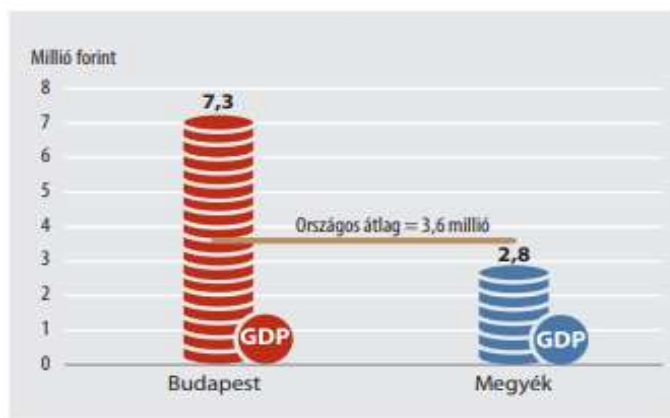
5. ábra: Bruttó hozzáadott érték megoszlás nemzetgazdasági ágcsoporthoz, %, 2016-ban

Forrás: ksh.hu, 2018

Jövedelmek: A fentiek alapján joggal jelenthető ki, hogy Magyarország GDP-jéhez nagymértékben hozzájárul a terciér szektor, melynek központja a Közép- Magyarországi régió budapesti központtal. A bruttó hazai termék (röviden: GDP) a különböző szektorokon keresztül előállított, alapáron értékelt bruttó hozzáadott értéket és a szektorokra fel nem osztható termékadók és- támogatások egyenlegének az összegével egyenlő. Az egy főre jutó GDP pedig Budapesten magasabb, mint az országos átlag, így nem meglepő, hogy ezáltal a jövedelmek is magasabbak, mint az ország más területén, melyhez nagyban hozzájárulnak a már említett szolgáltatási tevékenységek is. A KSH 2018-ban Budapest alapításának

145. évfordulójára készített kiadványában pedig azt is szemügyre lehet venni, hogy miként alakult az egy főre jutó GDP, mely a 6. ábrán látható is.

A GDP egy főre jutó értéke, 2016

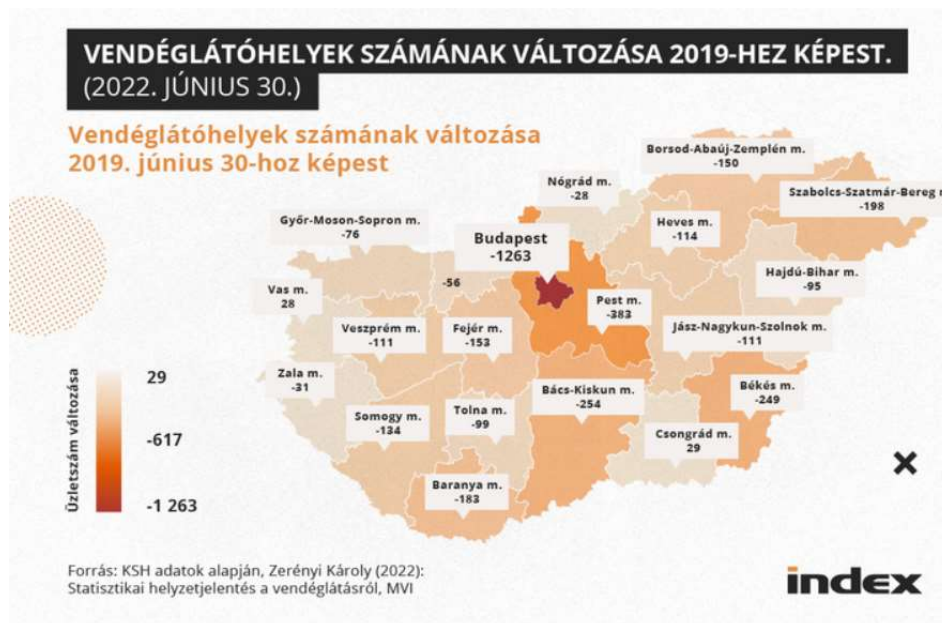


6. ábra: Egy főre jutó GDP értéke 2016-ban
Forrás: ksh.hu, 2018

Ezek alapján megállapítható, hogy Budapesten az egy főre jutó GDP 2016-ban 2,6-szor volt nagyobb, mint Magyarország többi megyéjében, mely a gazdasági szerkezetben lévő eltérésekből ered. Ami pedig a jövedelmeket illeti 2020-ban Budapesten a háztartások egy főre jutó éves átlagos bruttó jövedelme 2,8 millió forint volt, melyben a munkaviszonyból származó jövedelem, valamint a társadalomból származó jövedelmek is benne vannak. (ksh.hu, 2018)

Árak: Amikor a szórakozóhelyek árait vizsgáljuk, akkor nem mehetünk el amellett, hogy a 2022-es évben jelentős mértékű áremelkedést tapasztalhattunk az élet minden területén. A megugró energiaárak mellett számottevően nőtt az élelmiszerek ára, valamint az év végére az üzemanyag ára is soha nem látott magasságokba került. (Szedlák, 2022; agrarszektor.hu; nav.gov.hu) Ez a tartós árszínvonal emelkedés pedig inflációhoz vezetett. 2022. októberében a magyar infláció 21,9%-os volt, mely az Európai Unióban a harmadik legmagasabbnak számított. (Portfolio, 2022; portfolio.hu)

Az áremelkedés pedig a szórakozó- és vendéglátóhelyeket sem kímélte. Az Index.hu idén év elején készített cikket arról, hogy milyen extrém drágulás tapasztalható a vendéglátás területén, mely napról-napra csak fokozódik. A cikkükben többek közt arról is említést tesznek, hogy miként változott a vendéglátóhelyek száma 2019 június 30. és 2022. június 30. közötti időszakban Budapesten, melyet a 7. ábra ismertet. Mivel ez akkor a pillanatnyi állapotot tükrözte ez a szám feltehetőleg növekedett azóta.



7. ábra: Vendéglátóhelyek számának változása 2019-hez képest
Forrás: index.hu

Az ábráról jól leolvasható, hogy 2022. júniusában Budapesten 1.263 vendéglátóhellyel kevesebb üzemelt, mint a 3 évvel ezelőtti azonos időszakban. Ez pedig drasztikusnak mondható, ami feltehetőleg többek közt a koronavírusnak, valamint az elszabaduló élelmiszeráraknak tudható be leginkább. Mint a szórakozó-és vendéglátóhelyek alap szeszestiljának számító vodka is sohasem látott mértékű dráguláson ment keresztül 2019 és 2022 között. A statisztikai adatok alapján míg 2019-ben 0,5 liter vodka 2.740 forintba került, ugyanez a termék 2022-ben már 3.140 forintot is elérte, valamint a minőségi sör ára is megugrott 2019-hez képest. Míg 2019-ben 0,4 – 0,5 liter minőségi sör átlagban 243 forint volt, addig 2022-re már a 309 forintot is elérte. (ksh.hu, 2023/e)

Megtakarítások: A megtakarításoknál mindenképpen érdemes megemlíteni, hogy a mostani inflációs helyzet kedvezőtlenül érinti az egész lakosságot, köztük a fiatalokat is. A K&H ifjúsági indexe évek óta vizsgálja a 19 és 29 év közötti fiatalok megtakarításait, mely az előbbi állítást csak alátámasztja. A 2022 második negyében végzett reprezentatív kutatásuk szerint a 19 és 29 év közötti korosztály tagjainak a 20%-a egyáltalán nem spórol, 47%-uk havi rendszerességgel tesz félre addig 18%-uk csak akkor tud spórolni, ha jelentősebb összeghez jut. Mindezek mellett a megkérdezett fiatalok 28%-a nyilatkozta azt, hogy 2022 áprilisában tudtak spórolni, körülbelül 67 ezer forintot. Összegezve elmondható, hogy már az energiaválságot, valamint az elszabaduló élelmiszer árakat megelőzően is a fiataloknak kevésbé volt lehetősége takarékoskodni. (kh.hu)

Természeti környezet – éghajlat, vállalkozás fizikai környezet, környezetvédelmi szabályozások

A szolgáltatások vizsgálata során elengedhetetlen és talán a legfontosabb a természeti környezet elemzése, ahol hangsúlyos szerepet kell kapnia a környezetvédelemnek. Elsődlegesen fontosnak találom meghatározni, hogy mi is a környezetvédelem.

„Olyan céltudatos, szervezett, intézményesített emberi (társadalmi) tevékenység, amelynek célja az ember ipari, mezőgazdasági, bányászati tevékenységéből származó káros következmények kiküszöbölése és megelőzése az élővilág és az ember károsodás nélküli fennmaradásának érdekében” (Környezet- És Természetvédelmi Lexikon I., 636. o.)

Bár a megfogalmazásban a szolgáltatások konkrétan nem szerepelnek, de mint tudjuk, minden tevékenységet végző folyamatnál, úgy a szolgáltató iparban végzett tevékenység közben is keletkezik valamilyen fajta káros következmény (például: zajszennyezés, szemét). Ennek a káros következménynek a csökkentése minden szolgáltató számára kulcsfontosságú ügy. Hiszen, ha környezetünket megpróbáljuk védeni ezektől a káros tényezőktől, akkor egy sokkal élhetőbb és tisztább életkörülményt tudunk megteremteni magunknak és az utánunk következő nemzedékeknek.

Magyarországon és azon belül Budapesten a környezetvédelem „gyerekcipőben” jár. Bár a 2019-ben megválasztott új Fővárosi Közgyűlés első ülésén kihirdették a klímavészhelyzetet ez azonban a széndioxid- kibocsátás redukálására, valamint az egyre jobban extrémnek mondható időjáráshoz való alkalmazkodásra irányul. (budapest.hu) Lényegi előrelépés 2021-ben történt, amikor megalkották Budapest városfejlesztési stratégiáját mely az Otthon Budapesten - Integrált Településfejlesztési Stratégia nevet kapta. Ez kifejezetten a klímavészhelyzet kérdését helyezi előtérbe és a 2027-ig szóló fejlesztési irányokat jelöli ki. A stratégia célja, hogy a főváros egy olyan város legyen, ahol egytől -egyig mindenki, legyen az lakos, vállalkozás vagy vendég otthon érezze magát, biztonságban legyen, valamint, hogy lehetősége nyíljon egy számára élhető élet megteremtésére is. (otthonbudapesten.hu)

Éghajlat: Hazánk a mérsékelt övezetben helyezkedik el, ahol egyszerre három éghajlat típus figyelhető meg, így joggal kaphatja Magyarország az „ütközőzóna” jelzőt. Míg nyugati irányból óceáni, északkelet felől száraz kontinentális, addig dél felől mediterrán éghajlat az uralkodó klíma. (metkep.hu) Azonban, ahogy azt tapasztalhatjuk is, egyre inkább a mediterrán éghajlat a jellemző, melynek legfőbb ismertetőjegyei az enyhébb téli idő, a sok csapadék, valamint a mediterrán ciklonok. Emellett megfigyelhető az a tendencia is, hogy évről -évre egyre melegebb nyarak elé nézünk. Amennyiben Budapestet nézzük, akkor

láthatjuk, hogy az elmúlt húsz évben soha nem látott hőségrekordok születtek, illetve a meleg éjszakák száma is fokozatosan emelkedik, melyet a 2. sz. mellékletben lehet megtekinteni. Az ilyen meleg éjszakák pedig főleg Budapest belvárosában okoznak kellemetlenséget a bulizó fiatalok, valamint az ott lakóknak is egyaránt. A fiataloknál elsődlegesen az alkohol lehet, ami befolyással van, ha elviselhetetlen a hőség. A kettő egyszerre ájulásveszélyhez vagy legszélsőségesebb esetben kiszáradáshoz vezethet. Ezért minden esetben fontos a mértékletes alkoholfogyasztás.

A szórakozóhelyet üzemeltetőknek szem előtt kell tartani, hogy milyen típusú szórakozásra alkalmas helyet létesítenek, valamint milyen légtechnikai berendezéseket kívánnak kiépíteni az adott helyen. Nyáron a fokozódó hőség elviselhetetlen Budapest belvárosban, így érdemes olyan helyet, épületet kiválasztani, amely eleget tesz a jelenlegi energetikai előírásoknak. Ezáltal sokkal elviselhetőbb a nyári meleg, valamint a télen is kevesebb energiára van szükség, hogy megfelelő hőmérséklet legyen az adott helyen. Ebből adódóan csökkenhet a klímák száma, ami pozitív hatással lehet a környezetre is.

Politikai és jogi környezet

A fővárosi szórakozó- és vendéglátóhelyek jogi szabályozása az elmúlt években központi témává vált legfőképpen a „bulinegyednek” számító Belső- Erzsébetvárosban. (Juhász, 2020) A szórakozóhelyek nyitvatartását szabályozó kritériumrendszer fő eleme, hogy ezek a zenés, szórakoztató létesítmények csak éjfélig lehetnek nyitva Belső- Erzsébetvárosban. Ezek alól csak azok a vendéglátóhelyek kaphatnak mentességet, amelyek eleget tesznek a kritériumrendszerben meghatározott feltételeknek. De a főváros más pesti kerületeiben is hoztak rendeleteket, mellyel korlátozták a szórakozó és- vendéglátóhelyek nyitvatartását. Hasonló rendeletek hoztak még Józsefvárosban (VIII. kerület), illetve Terézvárosban is (VI. kerület). (Garai, 2019; hetedhetker.blog.hu)

A kerületek által létrehozott rendeletek mellett azonban van olyan politikai és jogi értelemben vett törvény és kormányrendelet is, amely már az egész országra kiterjed. Az 1997. évi CLV. törvény a Fogyasztóvédelemről szorosan összefügg a szórakozó- és vendéglátóhelyekkel. Eszerint a törvény szerint a 18 év alattiak nem szolgálhatóak ki alkohollal, mely által sok szórakozóhelyre nem is léphetnek be. A törvény így szól a gyermek- és fiatalok védelmét szolgáló különös rendelkezések részénél:

„16/A. § (1) „Tilos tizennyolcadik életévét be nem töltött személy részére - a kizárólag orvosi rendelvényre kiadható gyógyszer kivételével - alkoholtartalmú italt értékesíteni, illetve kiszolgálni”. (net.jogtar.hu)

A fogyasztóvédelmi törvény mellett egy 2011-ben megalkotott kormányrendelet is szorosan kapcsolódik a szórakozóhelyekhez. A 23/2011. (III. 8.) Kormány rendelet a zenés, táncos rendezvények működésének biztonságosabbá tételéről szól, mely ugyanabban az évben egy szórakozóhelyen történt tragédia miatt vált nélkülözhetetlenné. (net.jog.tar.hu; Bettina, 2021; magyarorszagom.hu)

2.6.3 Endogén befolyásoló faktorok

A fogyasztó kulturális jellemzői

„A kultúra magába foglalja nemcsak a tanult meggyőződések, normák, értékek és szokások, valamint tevékenységek összességét, hanem a tárgyakat és szolgáltatásokat, mint például autók, ruházat, élelem, művészet, sport stb., amelyek egy adott társadalomra jellemzőek és a fogyasztók magatartását irányítják.” (Hofmeister-Tóth, 2014, 15.o. - 16. o.)

A kultúrát a társadalomnak az értékrendje határozza meg, a különböző kultúrák sok tekintetben lehetnek hasonlóak, de legalább ilyen mértékben el is térhetnek egymástól. Egy adott környezet kultúrája kisebb csoportokból – szubkultúrákból – alakul ki. Ezek a csoportokat különböző sajátosságok jellemzik (például: nemzetiségi hovatartozás, vallási csoportok, foglalkozás, életkor, identitás). (Panyor, 2003)

A kultúra megjelenési formáját Brenbeck (1977) egy jéghegyhez hasonlította, mely két szintből áll: látható (anyagi elemek), illetve a láthatatlan (nem anyagi elemek). A kultúra megjelenési formáit a 8. ábra szemlélteti. (Holló, 2011)



8. ábra: A jéghegy: a látható és láthatatlan kultúra (2011)

Forrás: mersz.hu

A mai fiatalságot vizsgálva a szórakozás szerves részét képezi a kultúrának. A szabadidő eltöltés különböző szórakozóhelyeken, ahol kortársaikkal együtt lehetnek, ismerkedhetnek, táncolhatnak, ihatnak, beszélgethetnek vagy akár zenét is hallgathatnak. (Holló, 2011)

Társadalmi tényezők

A társadalom és a kultúra nagyon közeli kapcsolatban áll egymással, valamint folyamatosan hatással vannak egymásra. A társadalmi életben bekövetkező átalakulások a kultúrában is változásokat eredményeznek. (Panyor, 2003)

A kultúra hatással van a társadalomra, például a felvilágosodás szellemi mozgalma társadalmi átrendeződéshez vezetett, ugyanakkor a társadalmi megmozdulások megjelentek a művészetekben is.

A társadalmat különböző csoportok, közösségek alkotják, amelyek szokásaikban, életmódjukban, származásukban, foglalkozásukban, életstílusukban hasonlóságot mutatnak. Az egyén élete során életciklusa is folyamatosan változik, ki és belép különböző csoportokba és egyszerre több közösség tagja is lehet. A különböző csoportokban más és más szerepet töltenek be az egyének és ez viselkedési formájukban is megjelenik, személyiségüket, és viselkedésüket árnyaltabbá teszi. (Panyor, 2003)

Személyes jellemzők

Személyiség, egyéniség fogalma alatt az egyén tulajdonságainak összességét értjük, amely a különböző életciklusok során, külső és belső hatásokra folyamatosan formálódik. Ezek a tulajdonságok különböző formában jelennek meg: életmód, életstílus, értékrendek, fogyasztói magtartás. (Panyor, 2003)

A személyiség fejlődésére befolyásoló tényezőként tekinthetünk a családból hozott mintára, a társadalomban betöltött szerepre és nem utolsósorban az életkorra, amely alapvetően meghatározza, hogy az egyén melyik generációhoz tartozik. (Panyor, 2003)

2.7 GENERÁCIÓK RÖVID ÁTTEKINTÉSE, ILLETVE 21 - 27 ÉVES KOROSZTÁLY, AZAZ A Z GENERÁCIÓ

„Szociológiai értelemben a generáció olyan személyek csoportja, akik ugyanabban a korszakban születtek, akiket sajátos események, trendek és folyamatok alakítottak és kötnek össze.” (Komár, 2017)

Komár (2017) szerint jelenleg Magyarországon az embereket 6 korcsoportba tudjuk sorolni, melyek az alábbiak:

Veteránok: 1946 előtt születettek, akik ma már többségükben nyugdíjasok. Átélték a világháborút, a világválságot, amely kihatással volt egész életükre. Fontos számukra a család, a biztonság, a kiszámíthatóság. A digitális világgal idősebb korokban találkoztak.

Baby boomerek: 1946 és 1964 között születtek egy kicsit békésebb világba, mint az előző generáció tagjai. A háború után bekövetkezett demográfiai ugrás gyermekei ők. Fiatalon lázadók (hippi- és beatkorszak), majd „felnőnek” és szabálykövető munkaerőként a „számárlétrán” lépésről-lépésre haladva építik karrierjüket, ezzel megteremtve biztos anyagi helyzetüket. Igyekeznek megfelelni az elvárásoknak, sokat dolgoznak családjukért, gyerekeikért, emiatt viszont kevés időt töltenek velük. Felnőttek, amikor megjelennek a piacon a különböző elektronikus eszközök (számítógép, mobil telefon).

X generáció: 1965-1979 között születtek, nagyon öntudatosak, gyorsan reagálnak a változásokra. Fontos számukra az anyagi javak előteremtése, a munkahelyen betöltött pozíció. Gyermekeként vagy legalábbis nagyon fiatalon már találkoznak a modern technikai vívmányokkal, így felnőttként már életük (munkájuk, szórakozásuk) elengedhetetlen része ez.

Y generáció: 1980-1994 között születtek a posztmodern világba. Jellemző rájuk az energikusság és a magabiztosság. Merőben jó képességű, fantáziadús személyek. A munkavégzés, valamint a tanulás területén szignifikáns eltérést mutatnak. A modern technikával szinte párhuzamosan nőttek fel, „információéhségük” jelentős, illetve könnyed attitűddel kezelik a multikulturális környezetet.

Z generáció: 1995-2010 között születtek a digitális korszak elején. Róluk bővebben a dolgozatom későbbi fejezetében részletesebben írok.

Alfa generáció: 2010 után születtek, így viszonylag kevés információ áll rendelkezésünkre velük kapcsolatban. Azonban vannak olyanok, akik az új „csendes” generációként említik őket, míg mások agresszív hajlamokat vélnek felfedezni bennük. (Komár, 2017; Tari, 2011)

Dolgozatomban fontos behatárolni, hogy melyik az a generáció, amelyet kutatásom során alaposabban fogok vizsgálni. Itt fontos megemlítenem, hogy azt a generációt tudom a legjobban elemezni, amelyhez jómagam is tartozok. Így esett választásom a Z generációra. Azonban ennek a generációnak a pontos meghatározására több generációval foglalkozó szakember és szakirodalom is eltérő időszakot jelöl meg. Számomra a legjobb meghatározást Tari Annamária - Z generáció című művében találtam, ahol az 1995 - 2000 év közötti születésűek alkotják ennek a generációnak az első hullámát (második 2005-2010). Ők azok, akik a „digitális korszak” kezdetén születtek, vagyis az egyre nagyobb népszerűségnek örvendő internet, valamint az ehhez kapcsolódó közösségi médiaoldalak idején láttak napvilágot. (Tari, 2011, 18. oldal)

Ők azok, akik leginkább az X generáció gyermekei, de előfordulnak olyan szülők is, akik, a fiatalabb baby boomerek és az idősebb Y generáció utódai. A Z generációba született személyek olyan univerzumban élnek, melyet felnőttek teremtettek meg, valamint folyamatosan fejlesztenek. Ez az a generáció az, kinek tagjai olyan műszaki tudományban nőttek fel, amelyet már szüleik is ismernek (például: mobiltelefon, laptop, videojátékok). Ezek a gyerekek egy szempillantás alatt formálják készséggé a használati tudásukat. Jellemzőik továbbá, hogy roppant rugalmasak, rendkívül jól kezelik a technikai eszközöket. Mivel a Z generációt 2010-ig datálják, így a 2001-ben született embereket is belevettem a kutatásomba. Az így határoztam meg a számomra megfelelő korcsoportot: 21-27 év közöttiek.

A generáció meghatározásában fontos szempont volt számomra továbbá az is, hogy a különböző generációknak mi az, ami legmeghatározóbb tevékenysége a szabadidő hasznos eltöltésére. Törőcsik Mária - Fogyasztói magatartás - Insight, trendek, vásárlók c. művében a fiatal generáció szabadidő eltöltésének egyik leginkább meghatározó formája a szórakozás, ezen belül is a bulizást fogalmazta meg a legjellemzőbb kikapcsolódási tevékenységnek. (Törőcsik, 2018)

Pszichológiai tényezők

Az egyének magatartását alakító pszichológiai tényezők részben tudatosak, részben pedig tudat alattiak. Döntéseinket több lélektani összetevő befolyásolja: motiváció, attitűd, észlelés, érzékelés, gondolkodás, tanulás.

Motiváció: „A motiváció egy olyan belső generátor, amit az embereket arra ösztönzi, hogy az állandóan újratermelődő szükségleteket kielégítsük.” (Papp, 2020, pappgab.com) Az embereknek vannak különböző testi és lelki szükségletei, amelyeket, ha nem tud kielégíteni

belső feszültségeket teremtenek. Amikor ez a feszültség egy bizonyos tűréshatárt átlép, akkor cselekvésre készíti az egyént. A motivációs hierarchikus rendszerének kidolgozása Abraham Maslow nevéhez kapcsolódik. A Maslow Piramis felépítése szerint a legerősebb emberi szükséglet a létfenntartást szolgáló szükségletek (étel, alvás) ezt követi a biztonsági (fizikai anyagi), a szociális (barátság, család), az önbecsülés (presztízs) és végül a piramis csúcsán található önmegvalósítás igénye. (Papp, 2020, pappgab.com)

Attitűd: Az ember tárggyal, személlyel, jelenséggel szembeni megnyilvánulását jelenti. Segítségükkel tudjuk kiválasztani a külvilág felől érkező ingerekből azt, ami számunkra fontos. Ez a személyes beállítottság nagyban befolyásolja a fogyasztói magatartást, azon belül is a vásárlási döntést. (Tomku, 2020; mindsetpszichologia.hu)

Észlelés és érzékelés (percepció): A külvilágból érkező ingereket érzékszerveink segítségével tapasztaljuk meg. Ezek az érzékelés által szerzett ingereket szelektálva az érzékelési folyamaton keresztül jutnak el az egyénhez. Nem vagyunk képesek minden ingerre figyelni, ezért az információ sokaságából kiszűrjük azokat, amelyek pillanatnyi szükségleteinknek, érzelmi állapotunknak megfelelőek, szükségesek. Az észlelés során az érzékelés által kapott információk kiegészülnek a már meglévő tapasztalatainkkal, ismereteinkkel, valamint az érzelmeink is tovább árnyalják azokat. (Panyor, 2003)

Tanulás, gondolkodás: A tanulás egy folyamat, amelynek során a megszerzett ismeretek, tapasztalatokat felhasználva változtatunk a magatartásunkon.

3. ANYAG ÉS MÓDSZER

3.1 A SZEKUNDER KUTATÁS MÓDSZERE, A FELHASZNÁLT ADATOK FAJTÁI ÉS AZOK ÉRTÉKELÉSE

Szekunder kutatásom során olyan szakirodalmakat használtam fel, mint a különböző marketinggel foglalkozó tudományos szakkönyvek vagy a generációkkal foglalkozó szacikkek, könyvek. Mindezek mellett felhasználtam még a Környezet- És Természetvédelmi Lexikont, illetve az Ifjúság és szórakozás Szöveggyűjteményt is. A szakirodalmak mellett számos internetes forrásból is (cikk, folyóirat, magazin) dolgoztam fel a kutatásomhoz kapcsolódó anyagokat.

3.2 PRIMER ADATFELVÉTEL

Dolgozatom második fázisa a primer kutatás, mely egy kvalitatív részből és egy kvantitatív részből áll. Első lépésben a kvalitatív kutatást végeztem el, ahol a fókuszcsoportos interjú módszerét választottam, azon belül is félig strukturált interjútechnikát alkalmaztam. A fókuszcsoportos interjú tervezetét a 3. sz melléklet tartalmazza.

Gyulavári alapján (2017) döntöttem emellett a módszertan mellett, hogy a fókuszcsoportos interjú során jobban betekintést nyerek a választott témám kérdésköreinek szélesebb megismeréséhez. Ki tudom használni a csoportdinamikát, valamint a csoportinterakciókat is, amely által új témák és kérdések is felvetődhetnek. Továbbá nagy előnye, hogy azok a csoporttagok, akik visszahúzódóbbak minden gond nélkül el tudnak lazulni egy-egy ilyen szituációban. A fókuszcsoport tagjainak eszmecseréjéből fakadó plusz (hólabda effektus), valamint a szinergia hatás által pedig szélesebb körű információval szolgálhat, mint adott esetben egy-egy kutatási interjú. Ezáltal az egyének gondolatai inspirálóan hatnak a csoport többi tagjára és olyan dolgokra is tudnak reflektálni, amelyek egy egyéni interjú környezetben nem biztos, hogy eszükbe jutna. Fókuszcsoportos interjúimat projektív technikákkal is gazdagítottam. Ezzel a válaszadóimat ösztönöztem arra, hogy a szórakozással, kikapcsolódással kapcsolatosan szavakba öntsék motivációikat, érzéseiket. (Gyulavári et al., 2017)

Első fókuszcsoportos interjút a Budapest agglomerációjában élő 21 és 27 év közötti fiatalokkal folytattam le. A csoport tagjai Gödöllőn, Mogyoródon, Csömörön, Nagytarcsán, valamint Alsónémediben élnek, mely által remek lehetőség nyílik számomra megismerni az ő szórakozási és kikapcsolódási szokásaikat. A második fókuszcsoportos interjút Budapesten élő fiatalokkal készítettem.

3.2.1 A kvalitatív kutatás módszerének a bemutatása, a fókuszcsoportos interjúk ismertetése

Mintavétel meghatározása

- Célcsoport: a 21 és a 27 év közötti fiatalok, már fiatal felnőttek.
- A családalapításba még nem kezdtek bele.
- Lételemük a szórakozás és a kikapcsolódás.
- A szekunder kutatásban megjelölt szórakozóhely típusok egyikébe szoktak járni.

Mintavételi módszer

A fókuszcsoportos interjúk kiválasztásánál elegyítettem a kényelmi, valamint a véletlenszerű mintavétel módszerét. A kényelmi mintavételt azért választottam, mert a barátaimmal, ismerőseimmel gyakran találkozom, ezért viszonylag könnyen megtudok szervezni velük egy fókuszcsoportos interjút. A helyszín mindkét fókuszcsoportos interjú estén kézenfekvő, mivel abban a kerületben van lehetőségem lebonyolítani az interjúkat, amelyekben én magam is élek (XV. kerület). Míg az első fókuszcsoportos interjú helyszínéül a kerület egyik legszebb parkja szolgált, addig a második interjú egyik barátom lakásán készült el. Barátaim és ismerőseim azért is bizonyultak remek interjúalanyoknak, mert nemcsak Budapesten vagy az agglomerációban élnek, de életkorukból kifolyólag beleilleszkednek a kutatásomban vizsgált célcsoportba is.

Mintanagyság, elemszám

A fókuszcsoportos interjúk esetében először 6 fővel, majd a másodikban pedig 5 fővel értekeztem, arról, hogy mégis mi jellemző a szórakozási és kikapcsolódási szokásaikra. Ők beletartoznak a dolgozatom elején meghatározott 21 - 27 év közötti korcsoportba tartoznak bele. Míg az első fókuszcsoportos interjút a budapesti agglomerációban élő fiatalokkal addig a második interjút Budapesten élőkkel folytattam le. Ezáltal bíztam abban, hogy lehetőségem nyílik összehasonlítani a két interjúban elhangzott válaszokat és hasonlóságokat, párhuzamokat, valamint különbségeket is sikerül fellelnem.

A mintavétel kivitelezése

Mivel a fókuszcsoportos interjúk esetén csekély mintanagyságokról beszélünk, így ennek okán nem indokolt végig haladni a kivitelezés szigorú lépésein. A kényelmi mintavétel esetén azokat az barátaimat, ismerőseimet kérdezem meg, akik szeretnek eljárni szórakozni szórakozóhelyekre, illetve kikapcsolódni különböző tevékenységekkel. Amennyiben az adatfelvétel előtt 1 héttel nem állt volna rendelkezésemre elegendő interjúalany, úgy a baráti

környezetemben kerestem volna valakit (valakiket), akik a kutatásomban meghatározott kritériumoknak megfelelnek, ezért lenne véletlenszerű a kiválasztás.

Helyszín, honorárium, időzítés

Helyszín

Az első fókuszcsoporthoz interjút Budapest XV. kerületének egyik legszebb parkjában folytattam le, ami nemcsak praktikus, hanem logikus választásnak is bizonyult. A park azért is tűnt kitűnő alternatívának, mert a résztvevő személyek többsége (5 személy) Budapest agglomeráció keleti részén él. A kora esti időpont (18 óra) pedig alkalmas volt arra is, hogy a különböző településeken élő személyekkel a munkaidő után folytassuk le az interjút, mivel majdnem mindegyik megkérdeztem szinte teljes állásban végez munkát. Emellett ebben az időpontban még nemcsak, hogy világos van, de még az időjárás is kellemes ahhoz, hogy szabadtéri programokat lebonyolítsunk.

A második fókuszcsoporthoz interjút legkézenfekvőbb helyszínül Budapest, azon belül is szintén a XV. kerületre esett a választásom. Ez a kerület, azért is volt kitűnő választás, mert a megkérdezettek a IV. kerület vagy a XV. kerületben élnek.

Honorárium

A dolgozatomban kvalitatív kutatásában résztvevő személyek mindegyike kap egy saját névre szóló takarítási kupont, amelyet 3 hónapig felhasználhat. A kupon kiterjed autóra, lakókocsra, nyaralóra, garázsra, valamint a 40nm² meg nem haladó ingatlanra! A takarítást személyesen én magam vállalom el.

Időzítés

Az első fókuszcsoporthoz interjú időpontja: 2023. június 29. 18:02 – 18: 44

A második fókuszcsoporthoz interjú időpontja: 2023. július 5. 17:00 – 17: 44

Adatfelvétel lefolytatása

Struktúra

Agglomerációban élő fiatalok - Első fókuszcsoporthoz interjú időtartama: 42 perc

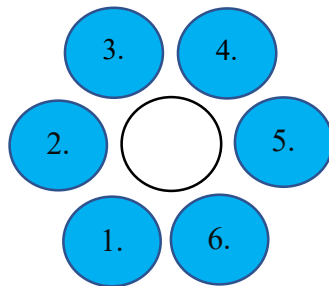
Budapesten élő fiatalok - Második fókuszcsoporthoz interjú időtartama: 44 perc

Szociodemográfiai jellemzők:

- ▶ Első fókuszcsoporthoz esetén:
 - nemek megoszlása: 3 nő, 3 férfi;

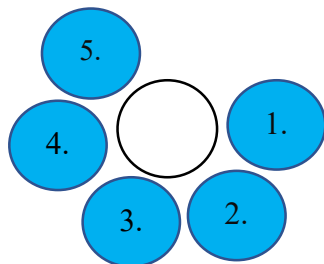
- mindegyik személy felsőfokú tanulmányait végzi, alapszakon;
 - 3 fő gazdálkodás és menedzsment, 3 fő pedig kereskedelem és marketing szakon tanul;
 - mindannyian a 6. szemesztert kezdték meg 2023 márciusában;
 - 5 fő munkát végez az egyetemi tanulmányai mellett;
 - mind a 6 fő a szüleivel lakik.
- ▶ Második fókuszcsoporthoz esetén:
- nekem megoszlása: 3 nő, 2 férfi;
 - a jelenlévő 5 főből 3 személy dolgozik;
 - 1 személy munkája mellett most kezdi meg az egyetemi tanulmányait szabadbölcsész szakon az ELTÉ-n. 1 alany pedig a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetemre (továbbiakban: MATE) jár kereskedelem és marketing szakra, mellette dolgozik
 - 2 fő a szüleivel lakik, míg 3-an már külön élnek.

Ülésrend az első fókuszcsoporthoz: kör alakzat, moderátor közepén: (9. ábra)



9. ábra: 1. fókuszcsoporthoz ülésrend
Forrás: Saját ábra, 2023

Ülésrend a második fókuszcsoporthoz: félkör alakzat, moderátor közepén: (10. ábra.)



10. ábra: 2. fókuszcsoporthoz ülésrend
Forrás: Saját ábra, 2023

Moderátor: személye megegyezik a kutatóéval, hétköznapi öltözetet visel

Megfigyelők: nincsenek megfigyelők. Második interjú teljesen elzárt helyen zajlott, míg az első interjú egy park nyugodt, csendes részén folyt le.

Technikai berendezések: a telefonom, amivel rögzítettem a beszélgetéseket, illetve a laptopom, amelyen követtem az interjú vezérfonalát.

Étel-ital: a válaszadók mindegyike előtt van egy üdítő, valamint csokoládé vagy keksz

Tartalom

Az alanyokat a felkéréssel egyidőben tájékoztattam a kutatás témájáról. Vizuális eszközöket nem használtam fel a fókuszcsoportos interjúk során. Az interjúvázlatban szereplő kérdésektől nem térünk el, és a kérdések sorrendje is csak néha-néha változott, hogy az alanyok a lehető legkényelmesebben tudjanak válaszolni. Ez leginkább akkor volt jellemző, ha az egyik interjúalany már rögtön megválaszolta egy másik kérdés esetleges válaszát is. Az interjúvázlatban szereplő altémák között nem voltak gyors ugrálások, egy témán belül tudott a csoport maradni, mely által sokkal könnyebb volt a tartalom feletti uralom. Minden alany ki tudta fejteni szabadon a véleményét a témával kapcsolatban. Megállítani nem kellett senkit, viszont 1-2 kérdést jobban pontosítanom kellett számukra. Nagyon pozitív volt számomra, hogy a beszélgetés közben senki nem próbált meg témát váltani.

Dinamika

Az első fókuszcsoport legaktívabb tagja egyértelműen a 4. számú alany volt, aki megpróbált mindig hosszabb válaszokat adni. Az 5. számú alany törekedett arra, hogy kreatívan fogalmazza meg a véleményét az adott kérdéssel kapcsolatban. Számomra körvonalazódott, hogy a 3 férfi alany, illetve a 3 nő alany mind válaszuk hosszúságában, mind a válaszuk tartalmában próbáltak hasonlóak lenni.

Második fókuszcsoportban is a 4. számú alany bizonyult a legaktívabbnak, aki megpróbált hosszú és részletes válaszokat adni, ezzel is segítve a kvalitatív kutatásomat. 1. számú alanyom személyiségéből adódóan általában rövid, de lényegre törő válaszokat adott. Nála pár alkalommal kellett 1-1 kérdést pontosítani, de ez egyáltalán nem befolyásolta az interjú menetét. Amit megfigyeltem, hogy a csoport női válaszadói rövidebb válaszokat adtak, mint a férfi tagjai, pedig sok esetben azt hihetnénk, hogy a hölgyek hajlamosabbak elkalandozni egy-egy téma kifejtésében, ám ez a tulajdonság jelen esetben inkább a férfi alanyokra volt jellemző az interjú során.

Vezetés

Igyekeztem az interjú elején pontosan tájékoztatni a fókuszcsoportos interjúban résztvevő alanyokat az interjú céljáról, a lebonyolítás formájáról és a hozzávetőleges időkeretről. Az interjú készítése közben törekedtem arra, hogy a kérdéseimet úgy fogalmazzam meg, hogy azzal ne befolyásoljam a válaszadókat. Folyamatosan figyeltem, hogy ne kalandozzak el, illetve, ha a válaszadó próbált kicsit eltérni a kutatás témájától, akkor visszatereltem őt, de azért az oldott hangulat megmaradjon. Törekedtem arra is, hogy tartsuk az általam felállított időintervallumot. Ez mindkét interjú esetén sikerült is, mivel nagyjából 1-1 órával számoltam az interjúk lefolytatására.

3.2.2 A kvantitatív kutatás módszerének bemutatása

Mintavétel meghatározása

- Célcsoport: a 21 és 27 év közötti fiatalok, már fiatal felnőttek.
- A családalapításba még nem kezdtek bele.
- Lételemük a szórakozás és a kikapcsolódás.
- A szekunder kutatásban megjelölt szórakozóhely típusok egyikébe szoktak járni.

Mintavételi módszer

A mintavételi mód meghatározásakor több mintavételi módszer közül tudunk választani, a legegyszerűbb, leggyorsabb önkéntes mintavételtől kezdve a leginkább időigényes rétegzett mintavételig.

Az idő szűkössége, valamint a csekély elemszám miatt teljes körű vizsgálatra nincs lehetőségem, ebből kifolyólag a választásom részvizsgálatra esett. A részvizsgálaton belül további mintavételi módszerek közül lehet választani. Ezek közül az önkényes kiválasztás az, ahol kényelmesen az elérhető elemek köréből tudjuk összeállítani a mintánkat. Így a mintavételi egységekről főként a kérdezőbiztos dönt. Ennél a mintavételi eljárásnál előfordulhat, hogy a válaszadókat azért jelölik ki, mert optimális időszakban voltak ideális helyszínen, vagy mindezek mellett a kérdezőbiztosnak is rokonszenvesek. Az önkényes mintavételre jellemző, hogy ez a legköltséghatékonyabb módszer. Fontos megjegyezni, hogy az önkényes mintavételt leginkább feltáró kutatásokhoz célszerű használni.

A felsorolt tulajdonságok alapján döntöttem úgy, hogy kvantitatív kutatásomban önkényes kiválasztást fogok alkalmazni. (Gyulavári et al., 2017)

Mintanagyság, elemszám

Annak érdekében, hogy a mintavétel eredményesnek minősíthető legyen, a minta minimumát 100 főben határoztam meg, maximuma azonban nincs, tehát a minta nagysága $n \geq 100$. A mintavétel nagysága végül 100 fő volt, amely már tükrözi a célcsoportra jellemző sajátosságokat.

Mintavétel helye és ideje

A lebonyolítás helye a világhálón keresztül történt. A kérdőív elkészítéséhez a Google Űrlap, felmérés- és adminisztrációs szoftver volt a segítségemre. A programmal egyszerűen és gyorsan készíthetünk online felméréseket, kérdőíveket vagy űrlapokat. A válaszok beérkezése után lehetőségünk van őket kielemezni, melyekhez a színes diagramok is a segítségül szolgálnak. A kérdőívet a saját közösségi oldalaimon (Facebook, Instagram) osztottam meg.

A mintavétel 2023. szeptember 20.- 2023. október 7. között tartott. Ezután lezártam a kérdőívre beérkező válaszok fogadását, mivel összegyűlt a minimális elemszám azaz a 100 fő. A kvantitatív kutatáshoz készített kérdőív a dolgozat 4. sz. mellékletét képezi.

Kvantitatív kutatás kérdései

K1: Az agglomerációban élő, valamint a Budapesten élő fiatalok milyen gyakran látogatják meg a szórakozóhelyeket?

K2: Az agglomerációban, valamint a fővárosban élő fiatalok általában mikor szoktak megérkezni egy szórakozóhelyre?

K3: Az agglomerációban élők mennyi időt töltenek el egy szórakozóhelyen?

K4: Mennyi időt töltenek el szórakozással a hétköznapiakon a Budapesten élő fiatalok?

K5: Milyen távolságra hajlandóak elmenni szórakozni az agglomerációban, valamint a fővárosban élő 21 és 27 közötti fiatalok?

Az adatelemzés módszerére adatelemzési stratégiát készítettem, melyet a terjedelmére való tekintettel táblázatos formában foglaltam össze és jelen dolgozat 5. sz. mellékletét képezi.

4. EREDMÉNYEK

4.1 A KVALITATÍV KUTATÁS EREDMÉNYEI

Az első fókuszcsoport elemzése – fővárosi agglomerációban élők

Bemutakozás, ismerkedés a témával

A megkérdezettek mindegyike a Magyar- Agrár és Élettudományi Egyetemen folytat tanulmányokat alapszakon. A 6 főből 3 gazdálkodás és menedzsment, 3 pedig kereskedelem és marketing szakon tanul. 4 fő már elvégezte a Felsőoktatási Szakképzést is, így tanulmányuk utolsó periódusában vannak. 2 fő pedig a 4. félévét kezdte meg 2023. márciusában.

Az első csoportos interjú keretében a két gazdálkodás és menedzsment szakon tanuló férfi (4. és 5. alany), akik hasonlóságot mutattak a válaszaik hosszúságának alapján. Mindketten szerettek összefüggő mondatokban beszélni és nem volt jellemző rájuk, hogy zavarban lennének. A szintén gazdálkodás és menedzsmenten tanuló hölgy (1.alany), valamint a kereskedelem és marketing szakot folytató (2. alany) hölgy szintén hasonlítottak egymásra válaszaik alapján. Mindkét személyre jellemző volt a rövid, tömör válasz és egyfajta „gyorsítás”. A 3., valamint a 6. alany pedig valahol az előbb említett résztvevők között helyezkednek el félúton. Azért félúton, mert mindkettőjükre jellemző volt az, hogy egyes kérdésekre hosszabban, egyes kérdésekre, pedig röviden fejtették ki véleményüket.

Amikor a nemek szerinti csoportosítást vizsgáljuk, akkor azt tapasztalhatjuk, hogy a nők szívesebben tanulják a „humánusabb” marketing szakmát, a férfiak pedig inkább választják a komoly összefüggésekkel vegyített, realisabb gazdasági területeket. A korcsoportot szemlélve láthatjuk, hogy 22 és 25 éves korosztály az, ahol már jobban megjelenik a munka, van benne kellő tapasztalatuk és fontos szerepet tölt be az életükben. Itt a korcsoport felső szegmense (1. alany, 6. alany) akik életük egy jelentős részét munkával töltik. Ráadásul az 1. alanynál a felsőfokú szakképzés befejezte után is maradt ugyanannál a cégnél, ahol gyakorlati idejét töltötte. Ez arra enged következtetni, hogy Felsőoktatási szakképzés (továbbiakban: FOSZK) megfelelő alapot teremt egy ember első munkahelyének, valamint kördülékenyebbé teszi az alapszak elvégzését is. A fiatalabb alanyoknál, akik a 22-25 éves korcsoport alsó szegmensébe tartoznak (2. alany, 3. alany) pedig megfigyelhető, hogy kiélvezik a diákélet minden egyes percét és kevesebb időt töltenek munkával. Ugyan tisztában vagyok azzal, hogy 2. alany idénymunkát szokott végezni, de ő ezt az interjú során nem említette.

Általánosságban a szórakozásról, kikapcsolódásról

Leggyakoribb szórakozási/kikapcsolódási forma:

Összességében elmondható, hogy mind a 6 kutatásban résztvevő alany leggyakoribb szórakozási és kikapcsolódási formája a szórakozóhelyek látogatása, ahova leginkább a barátaikkal, haverjaikkal szeretnek járni. Számottevő még a kocsmázás 3. és 4. alany esetében, valamint 1 fő esetében a különböző bárókba járás is (5. alany). A szórakozóhelyek valószínűleg azért jelenhetnek meg, mivel ez egy komplexebb szórakozási forma. Itt egyszerre jelen van a tánc, a különböző stílusú zenék, valamint az alkohol is. Nem elhanyagolható tényező, hogy a szórakozóhelyek általában nagyobb vendégkört vonzanak, így sok ismerőssel és baráttal összefuthat az ember, ami fokozza az élményt.

Mit jelent maga a kikapcsolódás?

Általánosságban elmondható, hogy minden olyan dolog, ami a mindennapokból való kiszakadást bármilyen formában lehetővé teszi azt kikapcsolódásnak nevezhetjük. Ezt az állítást leginkább az 1. és a 6. alany erősítette meg bennem, hiszen a válaszuk megegyezik azzal, amit én is válaszolnék rá. A 2. valamint az 5. alany esetén megjelent még az „otthon vagyok egyedül és filmezek” kifejezés is, amely arra enged következtetni, hogy az emberek számára az otthon nyújtotta „semmittevés” az egy költséghatékony és komfortos kikapcsolódási forma. Nincs szükség arra, hogy az alkalomhoz illően kiöltözzünk, nem kell órákig utazni nincsenek „felesleges” kiadások. Az otthonunkban nyugalom és béke van, nincs semmilyen zavaró környezeti hatás. A 3. illetve a 4. alany esetében megjelentek a kötelezettségek, mint a tanulás és a szorosabb időbeosztás, amikor az embernek számottevő egyéb teendője van. Így ő véleményük szerint az a kikapcsolódás, amikor ezek egyikét sem kell csinálni.

Mi jut először eszetekbe a szórakozásról? (2-2 dolog)

Arra kértem a fókuszcsoporthoz résztvevőket, hogy mondják el, mi az 2-2 fogalom, vagy szó, ami először eszükbe jut, ha meghallják a szórakozás szót. A következőket mondták:

- feltöltődés, buli;
- élmények, barátok;
- alkohol, lazulás;
- spontán, kötetlen;
- feltöltődés, zene;
- szabadság, életérzés;

A jelenlévő személyekből 2-en a feltöltődést választották, ebből megállapítható, hogy ez az a fogalom, amivel inkább társítják a szórakozást a fiatalok. Emellett megjelenik az élmény, amelyet átélünk és megőrizzük, a spontaneitás, mely az azonnali, gondolkodás nélküli cselekvésre világít rá, valamint a szabadság is, ami függetlenséget jelképez. Szintén a szórakozáshoz kapcsolódnak a barátok, akikkel az ember szereti megélni a pillanatokat, nem mellesleg társasággal általában jobban érzi magát az ember, valamint mindezek mellett a biztonságérzetet is növelheti. A zene és az életézés sokszor társulnak nemcsak a szórakozás, de bármilyen más tevékenység elvégzése közben is, hiszen ahol zene van ott élet is van. A válaszok közül legjobban az alkohol lóghat ki a sorból. Azonban, ha jobban belegondolunk talán pont ez az, ami mértékkel fogyasztva hozzájárulhat a hétköznapi feszültségek, stressz források időszakos kiiktatásához, a lazuláshoz.

Mi jut először eszetekbe a kikapcsolódásról? (2-2 dolog)

Az interjúban résztvevő alanyaim szinte ugyanazokat a dolgokat társítják a kikapcsolódáshoz, amit a szórakozáshoz is.

Fejezzétek be a mondatokat!

- A szórakozás számomra...
 - a barátokkal történő kapcsolattartás egyik formája.
 - a barátaimmal, ismerőseimmel való összejövetelek
 - alkalom az italozásra.
 - zenével egybekötött bulizás.
 - szabadságérzet, mindezt önfeledten.
 - az, amikor hétköznapi felgyülemlett stresszt levezetem.
- A kikapcsolódás számomra...
 - hasonló, mint a szórakozás, ugyanúgy a barátokkal való kapcsolattartás.
 - passzív pihenés, nyugodt alvás.
 - kirándulás a természetbe, otthoni pihenés jelent.
 - a zenehallgatás, kirándulás a természetbe.
 - autókázás, háziállatokkal való foglalkozás.
 - takarítás, illetve kirándulás a közeli hegyekbe vagy patakpartra

Szórakozási, kikapcsolódási szokások

Kikkel szerettek a leginkább szórakozni vagy kikapcsolódni?

Talán a legegyszerűbb kérdés feltenni azt, hogy ki vagy kik azok, akikkel az ember a legszívesebben szeret szórakozni, kikapcsolódni. A résztvevők mindegyike egyöntetűen barátokkal szeret időt tölteni. Emellett megjelentek a haverok, ismerősök, valamint a 4. és 5. válaszadónál a családtagok is. Ez azért lehetséges, mert sok olyan családtagunk, rokonunk lehet, akik szintén velünk egykorú, így egy-egy családi összejövetel lezárása akár egy szórakozóhelyen is történhet. De nemcsak a családi összejövetelek alkalmával szórakozhat az ember a rokonaival, hanem bármikor, amikor kedve van.

Melyek azok a szempontok, amelyek alapján kiválasztjátok a legmegfelelőbb szórakozóhelyet vagy kikapcsolódásra szánt helyet?

Ennél a kérdésnél figyelembe kell venni azt, hogy az agglomeráció mely településén lakik az adott személy. Egyrészt nem mindegyik település rendelkezik olyan kiváló közlekedési hálózattal, mint Budapest, másrészt az esti vagy éjszakai órákban sokszor az egyéni közlekedés (autó, gyaloglás) marad, mint egyetlen alternatíva. A problémára megoldást jelenthetnek a rolleres szolgáltatók (Tier, Lime) vagy a helyi taxitársaságok is.

Így nem meglepő, hogy a 2. számú alany erre azt válaszolta: „ami a legközelebb van a lakóhelyemhez”. Ugyanis alanyom Alsónémediben lakik, ahol a volánbusz közlekedésén kívül semmilyen más tömegközlekedési lehetőség nincs, maximum az egyéni közlekedés jöhet szóba. A jelenlévők közül ketten (1. és 5. alany) említették még a különböző családi, baráti, illetve internetes ajánlásokat. Ezek a szempontok, azért kulcsfontosságúak, mert már előre információval szolgálhat, mielőtt az ember még odaérne és estelegesen csalódást tapasztalna az adott hellyel kapcsolatban. További befolyásoló tényezőként megjelent az ár is (3. és a 6. alany). Az ár azért fontos, mert a mai világban olyan drágulást tapasztalhatunk, amely miatt sokkal kevesebb pénz jut bármilyen szórakozásra, kikapcsolódásra. 5. alanyom esetén főbb szempontként a szakképzett személyzet, valamint a minőségi italok is megjelentek, mint főbb szempont. Véleményem szerint egy valamit is magára adó szórakozóhelynél ez egy elengedhetetlen tényező. Hiszen, ha nincs megfelelő és szakképzett személyzet akkor az élmény is elvész.

Milyen gyakorisággal jártok szórakozni, kikapcsolódni?

Legnagyobb meglepetésemre olyan válaszok érkeztek, amelyeket még csak nem is gondoltam volna. Ugyanis szinte mindenki minden héten eljár különböző szórakozóhelyekre vagy valamilyen kikapcsolódásra szánt helyre. 5. alanyom 7 napból 6 alkalommal keres fel

különböző szórakozóhelyeket. 1. és 3. alanyom heti 1-2 alkalommal, a 6. alanyom pedig másfél hetente jár el szórakozni, kikapcsolódni. A 2. és 4. alanyom hétvégeként jár el szórakozni, mivel mindketten az agglomeráció azon részén élnek, ahol a tömegközlekedési kapcsolatok szerényebbek, így feltehetően csak hétvégén van lehetőségük arra, hogy eljárjanak Budapestre szórakozni.

Milyen típusú szórakozóhelyre jártok szívesen? Miért?

Az interjúban szereplő alanyok mindegyike különböző típusú szórakozóhelyre szeret járni. Ez függ többek között a hely zenei stílusától, az odalátogató emberektől, a hely kialakítástól, (nyitott vagy zárt, pincerendszerű vagy emeletes) valamint, hogy melyek azok a helyek, ahova barátaik is szívesen eljárnak.

A válaszok a következőképpen alakultak: míg 1. és 6. számú alanyaik az R&B és a pop zenei irányvonalú helyeket kedvelik, addig a 3. 4. és 5. számú alanyaik a techno, a house, valamint a rap stílusú helyeket preferálják jobban. 2. számú alanyom egy számomra különlegesebb műfajt szeret ez pedig az industrial metal. Emellett egybehangzó véleményük az, hogy jobban preferálják a nyitott szórakozóhelyeket, valamint, ahol nincs jelen a fiatalabb generáció.

Van valami kedvelt szórakozóhelyetek, vagy netán kikapcsolódásra szánt helyetek?

Mondjatok rá példát is, ha van ilyen! Miért kedvelt?

Erre a kérdésre egyöntetűen mindenki azt válaszolta, hogy van ilyen kedvelt szórakozó- és kikapcsolódásra szánt helye. A válaszadóim fele (4.; 5.; 6. számú alanyok) Budapesten szeretnek leginkább eljárni szórakozni, és a Budapest Parkot nevezték meg, valamint a 4. és 5. számú alanyaik a lakóhelyükhöz közel első a gödöllői Public és Novo Caféba is szívesen eljárnak. 1 számú alanyom a budapesti Pearl Harbourba szokott járni. 2. és 3. számú alanyaik esetén szintén budapesti szórakozóhelyek jöttek szóba, melyek közül a Tarajos Gőte Leitató Központot (3. számú alany), valamint az Ötkertet (2.számú alany) jelölték meg, mint kedvelt „törzshelyet”.

Melyek azok a tényezők, amelyek a leginkább befolyásolják a szórakozást, kikapcsolódást?

Itt olyan alapvető dolgokat soroltak fel alanyaik, amely szinte minden szórakozni- és kikapcsolódni vágyónak alapvetően fontos szempontok. Ilyenek például a megközelíthetőség, elérhetőség, befogadóképesség, italválaszték, árak, zenei kínálat, zsúfoltság mértéke, korosztály, illetve az éppen aktuális programok a szórakozó- és kikapcsolódásra szánt helyeken.

Mi a véleményetek a zsúfolt, tömött szórakozásra- és kikapcsolódásra szánt helyről?

A válaszadók többsége inkább a kevésbé zsúfolt helyeket preferálja. Egy válaszadó kimondottan szereti a zsúfolt helyeket (2. alany) egy személy pedig bizonyos esetekben ezt keresi (4. alany). A zsúfolt hely kedvelését nem részletezték, de a hátrányokra kitértünk a beszélgetés során. Az egyik ilyen a pultnál való sorban állás, amelyet a 3. alanyom említett meg. További hátránként szóba hozták még, hogy a zsúfolt helyeken kevésbé kényelmesen (6. alany) vagy kimondottan feszélyezetten érzik magukat (5. alany).

Milyen szolgáltatást vesztek igénybe?

Ilyen szolgáltatások lehetnek a szórakozóhelyek esetén a bár, a ruhatár vagy akár az asztalfoglalás. A bár, mint szolgáltatást a fókuszcsoportban szereplő összes alanyom minden esetben igénybe veszi. Emellett a ruhatár az, amelyet még igénybe szoktak venni, ám ebben már megoszlik a társaság véleménye. Míg a nők (1.; 2.; és 3. alany) előszeretettel használják minden szórakozás alkalmával, addig a férfiak (4.; 5.; és 6. alany) inkább a téli hónapokban veszik igénybe. Azonban fontos megemlíteni, hogy nem minden szórakozó- és kikapcsolódásra szánt helyen elérhető a ruhatár. 6. alanyom az asztalfoglalást említette még, azonban ezt inkább jeles és nagyobb létszámú eseményeknél szokta igénybe venni.

Fogyasztotok-e általában? Ha igen akkor mit?

Alanyaim szinte itt is egyszerre válaszolták, hogy „alkoholt”. Természetesen rögtön hozzá is tették, hogy fontos a mértékletes alkohol fogyasztás, főképp egy forró nyári estén, amikor a kiszáradás veszélye is fennállhat. Ilyenkor elengedhetetlen a megfelelő hidratálás is, melynek legegészségesebb és legegyszerűbb formája a víz. Emellett megjelentek a cukros szénsavas és szénsavmentes üdítők (cola, fanta, spirte, almalé, narancslé, baracklé, ice tea), melyet szintén mindegyik válaszadóm említett. Hölgyek körében népszerűek voltak még a koktélok is, mely elegyíti a szeszes italokat, illetve a már említett üdítőket.

Számít-e a vendégkör? Miért? Miként befolyásol?

Egyöntetű vélemény volt, hogy a botrányoktól mentes nyugis szórakozóhelyeket szeretik a kutatásban résztvevőim. A 2. és a 3. alanyt kifejezetten zavarja, ha a középiskolás korosztály (15-16 évesek) is jelen vannak a szórakozóhelyeken. Ezzel jómagam is egyetérték, hiszen ők még éretlenek ezekhez a fajta szórakozóhelyekhez. Nem beszélve arról, hogy ők nyilvános helyen nem fogyaszthatnának alkoholt, ennek ellenére több esetben tapasztaltam már, hogy ez mégis bekövetkezik. Szívesebben mennek olyan helyekre, ahol a vendégkör magasabb értékrendet képviselő családból érkezik. Ezt a tény leginkább az 1. és 4. alany

erősítette meg. Fontos továbbá az is, hogy egy adott helyen ne legyenek olyan személyek, akik kötekedő magatartásuk miatt zaklatják a szórakozóhelyen lévőket. Ebben az állításban a 5. illetve a 6. alany értett egyet teljes mértékig.

Mennyire számít az ár/érték-élmény arány egy szórakozóhely esetén?

Irreálisan magas árszínvonalú szórakozóhelyet egyikőjük sem választana. Ugyanakkor nem bánják, ha az átlagosnál kicsit magasabb az ár, de cserébe magas színvonalú szolgáltatást, minőségibb italokat kapnak. Ezzel az állítással leginkább 1. 4. 5. és a 6. alany értett egyet. Hiszen vannak olyan helyek, amelyek bár ismeretlenek a számunkra, de elképesztően magas összeget képesek elkérni egy italért. Erre célzott az interjúban résztvevő 3. alany is, aki már tapasztalt korábbi szórakozása alkalmával hasonlókat. De az ember nem feltétlenül szórakozóhelyeken tudja magát csak jól érezni. 2. alanyom válaszából arra következtetek, hogy lehetőségünk van helyben is szórakozni, házibulik formájában. Ez a fajta kikapcsolódási forma több szempont miatt is nagyszerű lehetőségeket kínálhat. Egyrészt meg lehet spórolni a belépőjegy árát, másrészt az szükséges ital és étel mennyiséget olcsóbban meg lehet vásárolni, nem utolsósorban az ember kedvére válogathatja a zenét, valamint a vendégeket is.

Mennyire befolyásol titeket egy szórakozóhely esetén a Google-on vagy Tripadvisor-on található vélemények?

A vélemények vagy átélt tapasztalatok az élet minden területére hatással vannak, mert ezek sok esetben segítséget nyújthatnak egy adott döntés meghozatalában vagy hely kiválasztásakor. Alanyaim azonban ebben is egyöntetűen azt válaszolták, hogy ők nem szokták az interneten található értékeléseket figyelembe venni. Abban esetben, ha új helyeket is keresnek fel, akkor is inkább baráti körből érdeklődnek, hogy mennyire jó egy adott szórakozóhely. 6. válaszadóm bővítette ki azzal a választ, hogy Magyarországon nem, ha külföldre megy akkor ott viszont megnézi és adott esetben befolyásolja is egy-egy Google vagy Tripadvisor értékelés. Ez sok esetben a külföldi szórakozóhelyek ismertlenségével magyarázható.

Fontos tényező-e, hogy melyik budapesti kerületben található az adott szórakozóhely?

Miért?

Mivel válaszadóimnak már megvannak a kedvelt, sűrűn látogatott szórakozóhelyeik, így az számukra nem fontos, hogy egy adott szórakozóhely melyik budapesti kerületben helyezkedik el. Egyedül a 2. válaszadóm esetén is a már említett, lakhelyéhez közel eső szórakozóhelyeket kedveli jobban.

Szórakozással, kikapcsolódással kapcsolatos fogyasztói magatartás

Egy- egy szórakozás alkalmával mennyi az az összeg, amit elköltötök?

A kapott eredményeket összevetve nagyságrendileg 10000 forint az az összeg, amelyet a kutatásban résztvevő alanyaim elköltenek a szórakozó- és kikapcsolódásra szánt helyeken. Egyedül a 2. alanyom válaszolta azt, hogy körülbelül 5000 forint az az összeg, amit egy szórakozás alkalmával elkölt. Ez valószínűleg korából adódik, mivel a résztvevő személyek közül ő a legfiatalabb, illetve az egyetem mellett nem dolgozik. Ez arra enged következtetni, hogy szűkebb anyagi keretek között mozog, így szórakozásra is kevesebb pénz jut.

A jelenlegi gazdasági helyzetben mennyire szempont az ár?

Az ár minden esetben egy meghatározó tényező, azonban a jelenleg elszabaduló energia- és élelmiszerárak az élet minden területén éreztetik hatásukat. A szórakozóhelyek esetén tetemes költségek lehetnek például a hűtők, fagyasztók, légtechnikai rendszer, a klímák energiaigénye, valamint a téli időszakban a gázfogyasztás is jelentős többletköltséget eredményezhet. A fókuszcsoportos interjúban résztvevő alanyaim egyetértettek abban, hogy a jelenlegi gazdasági helyzetben még inkább fontos szempont az ár. A már előbb is említett 2. alanyom az egyetem mellett nem dolgozik, így valószínűsíthető, hogy ő még inkább átgondolja, hogy egy adott szórakozóhelyen mit vásárol. 6. alanyom mondta azt, hogy a szórakozóhelyeken lévő sokszor irreálisan magas árakat, azzal próbálják kiküszöbölni, hogy még a beutazást megelőzően vagy kocsmába, vagy bárban látogatnak el, ahol „alapoznak”.

Szórakozáshoz kapcsolódóan használtok-e multimédiás eszközöket?

Manapság elmondható, hogy szinte a mindennapi életünk részét képezik a különböző multimédiás eszközök. Nincs ez másképp a szórakozásnál sem, ahol a kutatásban szereplő alanyok mindegyike azt válaszolta, hogy használ ilyesfajta eszközöket. Legjellemzőbb ezek közül a telefon, amely általában mindenkinél szokott lenni. Ezt leginkább jegyvásárlása, utazástervezésre, navigációra, valamint élmények megörökítésére, bankkártyás vásárlásra használják az alanyaim. A 3. számú alanyom említette még a polaroid fényképezőgépet, ami lehetővé teszi, hogy a fotót azon a helyen, abban az adott pillanatban ki lehessen nyomtatni. 6. alanyom pedig az okosórát hozta még fel, amelyen nemcsak az időt, de a telefonon szereplő értesítéseket is gyorsan el lehet olvasni. Nem elhanyagolható szempont az okosóránál, hogy egészségügyi jelentőséggel is bír. EKG-t, pulzusszámot, valamint esésészlelést is időben mutatja, ami egy esetleges eszméletvesztésnél akár életet menthet.

Ha igen akkor melyek ezek?

Telefon, melyet mindegyik alanyom használ szórakozás közben. Emellett a polaroid fényképezőgép 3. számú alanyom esetén, valamint 6. számú alanyomnál az okosóra jelenik meg, mint multimédiás eszköz.

Ezeket milyen gyakorisággal használjátok?

Válaszadóim egységesen azt feleleték, hogy telefont minden alkalommal ugyanarra a célra használják. A 2. alanyom azzal bővítette ki mondanivalóját, hogy polaroid fényképezőt nem minden alkalommal, általában csak havonta egyszer használja.

Negatív tapasztalatok voltak-e szórakozóhellyel vagy kikapcsolódásra szánt helyvel kapcsolatban? Leírjátok-e ezt a tapasztalatot?

Itt szinte mindenki különböző negatív benyomást tapasztalt egy adott szórakozás alkalmával. 1. alanyom a viszonylag kevés levegő hiányát említette, ami főleg egy zártterű szórakozóhelynél előfordulhat, ha nincs rendesen megoldva a szellőztetés. Ez több problémát is eredményezhet, ami mind rontja a komfortérzetet. A friss levegő hiánya ájulásveszélyhez és légzési nehézséghez is vezethet. Másodsorban a fertőzésveszély kialakulásához is nagyban hozzájárul a nem megfelelő szellőztetés. 2. alanyom a már említett kiskorúakat hozta fel, mint negatív tapasztalatot. Mivel vannak olyan a szórakozó létesítmények, ahová kiskorúak is belépnek, így ez egy állandó probléma forrása tud lenni egy-egy szórakozás alkalmával. Ami a nagyobb bajt jelenti, hogy sokszor nem tudják mennyi az elég, ha alkoholról van szó. Emiatt pedig sokszor önkívületi állapotba kerülnek és zavarják a szórakozni és kikapcsolódni vágyó tömeget. A fókuszcsoportos interjúmban résztvevő 3. alanyom az italokkal való „trükközést” hozta fel, mint negatívum. Ez szintén egy állandó problémaforrást képez a vendégek között, mivel az előírt mennyiség töredékét töltik csak a poharakba a bárpultosok. Feltehetőleg nyereszkesedés céljából készítik kevesebb szeszesitalból kedvenc koktéjainkat vagy a különböző alkoholtartalmú italainkat. 4. és 5. alanyom a „sznob” helyekre panaszkodott, illetve az ott sokszor előforduló agresszióra is. Itt jellemző, hogy az emberekbe akarva akaratlanul belekötnek. Ezt a tényt a 6. alany is megerősítette.

Pozitív tapasztalatok volt-e szórakozóhellyel vagy kikapcsolódásra szánt helyvel kapcsolatban? Leírjátok-e ezt a tapasztalatot?

Az ember hajlamos sokszor a rosszra emlékezni, -mintsem a jó élményekre. Ez a válaszokból is egyértelműen kirajzolódott, mivel két alanyom válaszolta azt, hogy pozitív benyomása

volt már szórakozóhellyel kapcsolatban. 3. válaszadóm a személyzet kedvességét és szakértelmét említette, mint pozitív tapasztalatot, míg 6. válaszadóm a zenei kínálatot hozta fel, mely számára tökéletes volt.

Milyen közlekedési eszközt vesztek igénybe, amikor szórakozni, kikapcsolódni mentek?

Ennél a kérdésnél szinte mindenki egyszerre azt mondta, hogy a tömegközlekedést, hiszen, ha az ember elmegy szórakozni, akkor nagy valószínűséggel fogyaszt alkoholt, aki pedig már ivott az nem ül a volán mögé. Ezt a mondatot az 5. alanyom mondta, melyet mindenki megerősített. Mivel válaszadóim mindegyike az agglomerációban lakik, így adódik a kérdés: Hogyan jutnak haza, ha éjszaka nem jár se vonat, se volánbusz? Nos ekkor két megoldás jöhet szóba. Vagy a hajnalig tartó bulizás vagy az autó, ami vagy taxi vagy sofőrszolgálattal kivitelezhető. Ezt az állítást szintén mindenki megerősítette, melyet a 6. alany mondott.

Milyen messze vagytok hajlandóak elutazni egy szórakozóhelyre?

Többségében mindenki azt válaszolta, hogy egy jó és stílusának megfelelő szórakozóhelyre Budapesten belül bármilyen messze hajlandó elutazni. 2. válaszadóm a már többször említett lakóhelyhez közel eső szórakozóhelyeket preferálja jobban, de ha már a fővárosban van akkor „számára mindegy milyen messze van”. Számos éjszakai járat is segíti a szórakozni vágyó fiatalok közlekedését, mely szinte a város minden pontjára szállítja az utasokat. Így a sokszor irreálisnak tűnő távolságok akár 1 felszíni járattal is megoldhatók.

Számít-e hol van az adott szórakozóhely?

Válaszóimnak itt a kérdés pontosítására volt szükségük, mert mindenkinek a távolság jutott eszébe elsőnek, miközben itt akár az adott terület biztonsága is szerepet játszhat. Ezek után a mindenki kiegészítette az addigi saját válaszát. Abban mindannyian egyetértettek, hogyha a távolságot nézzük akkor számít, hogy hol van adott szórakozóhely, bár Budapesten belül ez nem lényeges számukra. 2. válaszadóm már korábban is azt felelte, hogy azokat a szórakozóhelyeket szereti, ami a lakóhelyéhez van a legközelebb. 3. válaszadóm azzal egészítette ki, hogyha az ember már „mámorosabb” állapotban van, akkor nem mindegy, hogy hány tömegközlekedési eszközre kell várni és átszállni.

Számít-e a reklám? (kupon, reklámozás, akciók, kedvezmények)

A fókuszcsoporthoz szereplő alanyaim egyetértettek abban, hogy számukra a reklám nem játszik szinte egyáltalán szerepet. Egyedül a 6. alany mondta azt, hogy a korlátlan italfogyasztásos helyeket alkalmaként meglátogatja a barátaival, azonban általában nem eszerint választja ki a szórakozóhelyeket.

Hogyan jellemeznétek a saját személyiségeteket?

A kérdés kitalálásakor nem számítottam arra, hogy mindenki 1-1 szavas válaszokat ad, de ők inkább úgy érezték, hogy erre a kérdésre hosszú mondatokban nem tudnának válaszolni. Így általánosságban mindenki egy- egy kifejezéssel írta le saját. személyiségét.

- hétköznapi, egyszerű;
- átlagos;
- extravagáns;
- megfontolt;
- laza, de stílusos;
- visszafogott;

Mennyire fontos része az életeteknek a szórakozás? / Mennyire fontos része az életeteknek a kikapcsolódás?

A fókuszcsoportban szereplő alanyaim e kettő kérdést gyakorlatilag együtt értelmezték, mert számokra a szórakozás ugyanazt jelenti, mint a kikapcsolódást.

Az emberek számára létfontosságú, hogy valamilyen módon levezessék a hétköznapokban felgyülemlett feszültséget, elfeledjék rövid időre problémáikat, gondjaikat. A fókuszcsoportban résztvevő alanyaim ezzel az állítással túlnyomó többségben egyetértettek (1. 5. és 6. alany). 2. alanyom szerint „egyszer vagy fiatal utána meg már úgysem ez lesz az életed legfontosabb része”. Ebben az állításban teljes mértékig igazat adok neki, mert ha munkába áll, majd családot alapít, akkor már a szórakozásra feltételezhetően kevesebb ideje fog jut. 4. alanyom azt emelte ki, hogy „jó érzés egyszer csak elindulni és azt csinálni, amit szeretnél és nem kell azzal foglalkoznod, hogy éppen még mi a terv, hova kell rohángálni”. Válaszával jómagam is egyetérték, hiszen egy- egy olyan alkalom, amikor céltalanul, de kedvemre lézenghetek az maga a mámor.

A második fókuszcsoport elemzése – Budapesten élők

Bemutatkozás, ismerkedés a témával

Alanyaim túlnyomó többsége már tanulmányait befejezte és dolgozik. Egy fő a MATE-n folytat tanulmányokat Kereskedelem és Marketing alapszakon. Egy fő pedig idén szeptemberben kezdi meg tanulmányait az ELTÉ-n szabadbölcész szakon.

Második fókuszcsoportos interjú alatt két hölgy alanyom (1. és 2. alanyok) hasonlóságot mutattak válaszaik hosszúsága alapján. Ők ketten szerettek rövid, tömör, lényegre törő

válaszokat adni. Rövid válaszájuk visszafogott személyiségükből adódik, illetve első alanyom kicsit félénkebb is, mint társai. Az igazsághoz hozzátartozik az is, hogy ő volt az első, akit megszólítottam, így emiatt lehetett eleinte zavarban. Azonban ahogy haladt előre az interjú, úgy ő is szép fokozatosan oldódott fel. Az interjúban résztvevő 3. hölgy alanyom, már sokkal részletesebben válaszolt a feltett kérdésekre. Rá jellemző, hogy egyes kérdésekre rövidebben, másokra sokkal hosszabban fejtette ki az adott témával kapcsolatos véleményét. A fókuszcsoportban lévő férfi alanyok (4. és 5. számú alany) minden esetben részletgazdagabban válaszolták meg a feltett kérdéseket. Jellemző volt rájuk, hogy szerettek minden kérdést hosszasan kifejteni, valamint már-már előre megválaszolni olyan kérdést is, amely még nem került ismertetésre. Ez valószínűsíthetőleg a témában való elmélyedés váltotta ki belőlük.

Amikor nemek alapján szeretnénk következtetéseket levonni, akkor megállapítható volt, hogy a hölgyek a már említett rövid és tömör válaszokat preferálták jobban, addig az férfi alanyok egy-egy kérdést alaposabban körbejártak.

Amikor a korcsoportra tekintünk rá, akkor sikerült a már meghatározott 21 és 27 év közötti korosztályt majdnem lefedni. Ugyanis 23, 24, 25 és 26 életévüket betöltött alanyok szerepeltek az interjúban. A szociodemográfiai adatok ismertetése után arra a következtetésre jutottam, hogy az általam meghatározott 21 és 27 év közötti fiatalok felső szegmense már dolgozik, míg alsó szegmense még különböző tanulmányokat folytat a munka mellett.

Általánosságban a szórakozásról, kikapcsolódásról

Leggyakoribb szórakozási/kikapcsolódási forma:

Alanyaim egyöntetűen a szórakozási és kikapcsolódási formának a szórakozóhelyeket választották, melyre barátaikkal, haverjaikkal szeretnek járni. A csoportból mindösszesen 1 fő válaszolta még azt (4. alany), hogy házibulikba is szeret eljárni barátaival, ismerőseivel. A szórakozóhelyeket azért is választhatták a megkérdezettek, mivel egy komplexebb szórakozási formát jelentenek, ahol a tánc, a különböző stílusú zenék, valamint az alkohol is egyszerre megjelenik. Emellett a szórakozóhelyeken sok ismerőssel és baráttal összefuthat az ember, ami fokozza az élményt.

Mit jelent maga a kikapcsolódás?

Abban mindannyian egyetértettek alanyaim, hogy a kikapcsolódás szerves részét képezik a barátok, illetve azok, akikkel az ember a legjobban tudja magát érezni. Nyilvánvaló az is, hogy a fiatalok szeretnek a hasonló korú barátaikkal elmenni kikapcsolódni, hiszen

életkorukból adódóan van közös kapcsolódási pontjuk. Emellett a családdal is szeretnek időt tölteni (3. és 4. számú alany), akikkel leginkább a hétvégén van mód arra, hogy közös programokat (kirándulás, aktív pihenés) szervezzen meg az ember. 4. alanyom még hozzáfűzte, hogy a kikapcsolódás számára az, amikor „tulajdonképpen semmin nem kell gondolkoznom csak úgy elengedhetem magamat”. Ezt a kijelentést vagy jelenséget tulajdonképpen nevezhetjük, úgy is, hogy az agy teljesen „kikapcsolt állapotban” van, csak létezik az ember és pihen.

Mi jut először eszetekbe a szórakozásról? (2-2 dolog)

Arra kértem a résztvevőket, hogy mondják el mi az 2-2 szó vagy fogalom, ami először eszükbe jut, ha meghallják a szórakozás szót. A következőket mondták:

- zene, beszélgetés;
- alkohol, barátok;
- humor, zene;
- barátok, humor;
- tánc, éjszaka.

Az interjúban résztvevő személyek elsősorban a humorról, a zenéről, valamint a barátokkal társítják a szórakozást. A zenét és a barátokat véleményem szerint nem kell különösebben magyarázni, hiszen általánosságban elmondható, hogy szórakozni az ember a barátaival szokott. Míg a barátokkal az ember megéli a pillanatokat, addig a zene az az elem, amely megadja a hangulatot, emellett sok esetben felszabadít is. Megjelenik továbbá a humor is, amely jókedvet és vidámságot okoz a jelenlévő személyeknek. A zene és a humor sokszor társulnak nemcsak a szórakozáshoz, hanem más tevékenység elvégzése közben is jelen vannak, hiszen ahol zene van, ott élet is van. A válaszok közül itt is leginkább az alkohol fogyasztása lóghat ki a sorból, viszont, ha jobban belegondolunk talán pont az ital az, ami mértékkel fogyasztva hozzájárulhat a lazuláshoz. Mindezek mellett a tánc, valamint az éjszaka is jelen van, amely szintén szorosan kapcsolódik nemcsak a szórakozáshoz, de egymáshoz is. Hiszen a fiatalok a mai világban főleg éjszaka szeretnek eljárni különböző szórakozóhelyekre, ahol hajnalig táncolnak a legjobb hazai és nemzetközi slágerekre.

Mi jut először eszetekbe a kikapcsolódásról? (2-2 dolog)

Ahogy az első fókuszcsoporthoz tartozó interjú esetén, úgy itt is szinte ugyanazok a válaszok születtek a kikapcsolódáshoz, mint a szórakozáshoz.

Fejezzétek be a mondatokat!

- A szórakozás számomra...
 - boldogság.
 - időtöltés.
 - élet.
 - felszabadító.
 - örömforrás.

- A kikapcsolódás számomra...
 - pihenés.
 - feltöltődés.
 - heverészás.
 - nyugalom.
 - semmittevés.

Szórakozási, kikapcsolódási szokások

Kikkel szerettek a leginkább szórakozni vagy kikapcsolódni?

A kérdésre gyakorlatilag az előzőekben már szinte választ is kaptam, hiszen amikor arról kérdeztem őket, hogy mit jelent maga a kikapcsolódás számukra, akkor azt is hozzátették, hogy kikkel szeretik ezt leginkább folytatni. Így természetesen a barátok, valamint a család azok, akikkel alanyaim a leginkább szeretnek szórakozni és kikapcsolódni egyaránt.

Melyek azok a szempontok, amelyek alapján kiválasztjátok a legmegfelelőbb szórakozóhelyet vagy kikapcsolódásra szánt helyet?

A kérdésnél többségében különböző válaszok is születettek, melyek közül ketten (2. és 4. alany) a társaságot mondták. Ez véleményem szerint döntő szempont lehet egy szórakozó vagy kikapcsolódásra szánt hely esetén, ugyanis előfordulhatnak olyan helyszínek, ahol mondjuk hiába szól mindenki ízlésének megfelelő zene, hiába jó elhelyezkedése, ha a többi vendég viselkedése miatt élvezhetetlen az egész. Ez tudja leginkább elrontani az estét, ha ilyet tapasztalunk. 1. alanyom a lakhelyéhez közel eső helyeket is megemlített, mely nyilvánvalóan a közlekedés és az idő miatt lehet fontos szempont számára. 3. válaszadóm az évszakokat is említette, mely szintén nem utolsó szempont. Miközben az év egy jelentős részében csak beltéri szórakozásra vagy kikapcsolódásra van lehetőség, addig nyáron számos szabadtéri program közül lehet választani. Itt a különböző fesztiválok, amelyek bővítik, színesítik a palettát, valamint a szabadtéri szórakozóhelyek lehetnek azok, amelyek alternatívaként szolgálhatnak

szórakozás vagy kikapcsolódás helyszínéül. A válaszok között találjuk még a barátságos jelzőt is, amely minden esetben fontos szempont egy szórakozóhely kiválasztásánál. Hiszen azokra a helyekre, amelyek barátságosak oda az ember nagyobb valószínűséggel tér vissza. 2. alanyom még a zenei stílust említette, mint szempontot, ami szintén fontos, ha az ember szórakozásra vagy kikapcsolódásra alkalmas helyet keres. Különböző ízlésű, szubkultúrába tartozó emberek és preferenciáik behatárolják a piacot, és a vendéglátóhelyeket.

Milyen gyakorisággal jártok szórakozni, kikapcsolódni?

Interjúalanyaimról általánosságban elmondható, hogy hetente járnak el szórakozni, valamint kikapcsolódni. 1. számú alanyom munkája miatt az utóbbi időben sajnos csak havonta tudott szabadidős tevékenységeket beiktatni, de nyáron már lehetősége van több helyre eljárni szórakozni, kikapcsolódni. Elmondható továbbá az is, hogy mindenki többnyire belvárosi szórakozóhelyeket keres fel szórakozás céljából. Amikor pedig kikapcsolódásra vágnak akkor az étterem (2. 3. 4. alany), valamint a szülőknél való hétfélig ebéd (4. alany) jöhet szóba. Mindezek mellett említették még a bowlingozást, valamint a mozit is, mint kedvelt tevékenységet.

Milyen típusú szórakozóhelyre jártok szívesen? Miért?

Dolgozatom 2.4 fejezetébe, szekunder kutatásom keretében ismertetett budapesti szórakozóhelyek visszaköszöttek ennél a kérdésnél. Ugyanis alanyaim a belvárosi exkluzív szórakozóhelyeket, diszkókat, kocsmákat és bárakat hozták fel, mint gyakran látogatott szórakozóhelyeket. A miért kérdésre pedig több válasz is született. Míg a kocsmák, valamint a bár esetén lehetőség van beszélgetni, egyes helyeken akár teraszokon is, addig a diszkó és az exkluzív szórakozóhelyek esetén több zenei stílus közül van lehetőség választani.

Van valami kedvelt szórakozóhelyetek, vagy netán kikapcsolódásra szánt helyetek?

Mondjatok rá példát is, ha van ilyen! Miért kedvelt?

Itt toronymagasan a Budapest Park, valamint a Romkert győzedelmeskedett, ami sok szempontból érthető is. Egyrészt mindkét hely nyitott, valamint a szigorú biztonsági ellenőrzésnek köszönhetően biztonságos is a vendégek számára. Ez elősegíti azt, hogy ezek a helyek barátságosak, valamint kellemesek legyenek. Másrészt ezek a helyek sok Budapesten és az agglomerációban élő fiatalnak a találkozási pontja is egyben. Nem elhanyagolható szempont továbbá az sem, hogy mindkét helyen több program, illetve zenei kínálatból választhatnak az odalátogatók. A felsorolt két hely mellett 1. alanyom a Stifler Bár-t és a Shot Bár-t említette, ami megközelíthetőség szempontjából fontos számára. Ezek a helyek nemcsak, hogy közel található egymáshoz, hanem Budapest fő közlekedési

útvonalán a Nagykörúton helyezkednek el, mely gyakorlatilag akár tömegközlekedéssel, vagy gyalog is percek alatt elérhetők. 2. és 5. alanyom az Ötkertet, valamint az Akváriumot választotta, amelyek bár nem nyitottak, de kitűnő helyen Budapest szívében helyezkednek el, a világörökség részét képező Andrássy út és Szent István Bazilika szomszédságában. Ezek jellemzői a nagy befogadóképesség, valamint a széles italkínálat.

Melyek azok a tényezők, amelyek a leginkább befolyásolják a szórakozást, kikapcsolódást?

Itt többen (3. 4. és 5. alany) a hőmérsékletet mondták. Ez többek között a komfortérzet miatt válik kulcsfontosságúvá, hiszen egy olyan helyen, ahol fülledt meleg van oda kevésbé szívesen megy az ember. Ez nemcsak a komfortérzetre, de az hely levegőjére is hatással lehet. A légtechnikai hiányosságok túlzott meleghez izzadáshoz, valamint ezzel járó kellemetlen szagokhoz is vezethet, ami még inkább rontja az élvezhetőséget. Szerepet játszik még a megközelíthetőség, ami kapcsolatban van a parkolással is. Ugyanis sok leginkább belvárosi szórakozóhelyen a parkolás az egyik legnehezebb dolog. Mivel itt az utcáknak egy jelentős része sétálóutca, így eleve már csak gyalogosan van lehetőség megközelíteni 1-2 ilyen létesítményt. 1. alanyomnak szempont az is, hogy olyan szórakozó- és kikapcsolódásra szánt helyet találjon, ahol van dohányzásra kijelölt hely is. Erről a tényezőről általánosságban elmondható, hogy szinte már minden szórakozóhely rendelkezik ilyen területtel. A tisztaság, valamint a nagy tér is megjelent, mint fontos tényező, hiszen ezek az elmúlt években felerősödő betegség hullámok terjedése miatt kulcsfontosságú kérdéssé váltak. Végül, de nem utolsó sorban 4. alanyom az árakat emelte ki, amelyet a jelenlegi gazdasági helyzetben nem lehet figyelmen kívül hagyni. Az elmúlt időszakban talán ez az, amit mindannyian megérezzük és hatással van a hétköznapi életünkre.

Mi a véleményetek a zsúfolt, tömött szórakozásra- és kikapcsolódásra szánt helyről?

A csoport mindegyik tagja egyértelműen azt válaszolta, hogy ezeken a helyeken az ember nem tudja magát jól érezni. Így, ha már a szórakozóhelyen van és nagy tömeg alakul ki akkor megpróbál minél hamarabb elmenni onnan (2. alany) vagy el se megy (3. alany).

Milyen szolgáltatást vesztek igénybe?

Ilyen szolgáltatások lehetnek a már első interjú alkalmával említett szórakozóhelyek esetén a bár, a ruhatár, az asztalfoglalás vagy ide sorolható a biztonsági szolgálat is. A bárpultot, mint szolgáltatást a fókuszcsoportban szereplő összes alanyom minden esetben igénybe veszi. Emellett a ruhatár az, amelyet választanak. Erre leginkább a téli hónapokban van szükség. Ezt az állítást a 3. és 4. alanyom megerősítette, hiszen kabátban nem lehet jól önfeledten táncolni, mulatni. 4. és 5. alanyom felvetette még az asztalfoglalást is, amely

többnyire jeles és nagyobb létszámú eseményeknél játszik szerepet, főleg, ha péntekre vagy szombatra esik az alkalom.

Fogyasztotok-e általában? Ha igen akkor mit?

Alanyaim mindegyike fogyaszt minden esetben italt a szórakozások alkalmával. Érdekeség, hogy ennél az interjúnál a víz került szóba legelőször és csak utána az alkohol. A víz főképp nyáron a legfontosabb, hiszen testünket ezzel tudjuk megfelelően hidratálni, emellett a szomjúság enyhítésének a legegészségesebb és legegyszerűbb formája. A sort válaszadóim az alkoholos italokkal folytatták, amelyek közül vodka-szódát (3. alany) és a Malibu- almát (1. alany) említették, mint gyakran fogyasztott italt. Standard italok közül a bort (5. alany), valamint a pezsgőt (2. alany) mondták még.

Számít-e a vendégkör? Miért? Miként befolyásol?

Az interjúban résztvevők mindegyike itt is egyetértett abban, hogy a botrányoktól mentes szórakozóhelyeket keresik fel. A 3. és a 4. alanyomat továbbá kiemelte, hogy jobban preferálják azokat a helyeket, ahol szigorúbbak a biztonsági előírások, mert ott már eleve kiszűrik a problémás személyeket. Így nyugodt körülmények között tud az ember szórakozni, kikapcsolódni.

Mennyire számít az ár/érték-élmény arány egy szórakozóhely esetén?

A megválaszolásra 1. alanyom frappáns módon egy intervallumskálát alkalmazott, amelyet aztán a csoport többi tagja is átvett. Ez a skálát 1-től 5-ig határozták meg és átlagot számolva egy 4-es lett ez az arány. A kapott értéket vizsgálva elmondható, hogy alanyaim szerint eléggé fontos, hogy az ár, az érték, valamint az élmény egyensúlyban legyen egymással.

Mennyire befolyásol titeket egy szórakozóhely esetén a Google-on vagy Tripadvisor-on található vélemények?

Válaszadóim közül itt is szinte mindenki egyöntetűen azt válaszolta, hogy nem szokták az interneten található értékeléseket figyelembe venni. 3. alanyom egészítette ki azzal, hogyha új helyeket keresne fel, akkor esetleg szóba jöhetnek az ilyen értékelések, de alapvetően neki sem mérvadó. Itt is inkább baráti körből érdeklődnek, hogy milyen paraméterekkel, tulajdonságokkal rendelkezik egy adott szórakozóhely. 4. válaszadóim pedig azzal egészítette ki válaszát, hogy Magyarországon nem, de ha külföldre megy akkor ott viszont megnézi és adott esetben befolyásolja is egy-egy Google vagy Tripadvisor értékelés. Ez a már említett külföldi szórakozóhelyek ismertlenségével magyarázható.

Fontos tényező-e, hogy melyik Budapesti kerületben található az adott szórakozóhely?

Miért?

A feltett kérdések közül talán erre kaptam a leggyorsabb és a legegységesebb válaszokat, hiszen mindenki a belvárost mondta. Azonban, ha belvárosról beszélünk, akkor fontos meghatározni, hogy melyik kerületeket sorolják ide. Ha közigazgatás szerint nézzük akkor az V. kerület az igazi belváros, azonban a köztudatban ez mára a VI. a VII. kerület, valamint a budai oldalon lévő I. kerülettel bővült ki.

Szórakozással, kikapcsolódással kapcsolatos fogyasztói magatartás

Egy-egy szórakozás alkalmával mennyi az az összeg, amit elköltötök?

A kapott eredményeket, ha átlagoljuk akkor hozzávetőlegesen 19000 forint az az összeg, amelyet a második fókuszcsoportban résztvevő alanyaim elköltenek egy-egy ilyen szórakozóhelyen. Kiugróan magas összeget 2. alanyom mondott. Ez megközelítőleg 30.000 forint volt, amelyet elszokott költeni egy szórakozás alkalmával.

A jelenlegi gazdasági helyzetben mennyire szempont az ár?

A második fókuszcsoportos interjúban résztvevő alanyaim közül mindenkinek az egyik legfontosabb szempont ár. Azonban 4. alanyom esetén, ha étterembe megy akkor jóval megengedőbb magával szemben. Mivel az élelmiszerárak is az egekbe vannak, így egy-egy ebéd vagy vacsora elfogyasztása a korábbi évekhez viszonyítva duplájába is kerülhet. 3. alanyom pedig az irreálisan magas ital árakat hozta fel, ami már-már átlépi azt a bizonyos lélektani határt, amelyet még kifizet az ember.

Szórakozáshoz kapcsolódóan használtak-e multimédiás eszközöket?

Ahogy az első interjúnál már említésre került a multimédiás eszközök a mindennapi életünk részét képezik. Nincs ez másképp a szórakozásnál sem, ahol a kutatásban szereplő alanyok mindegyike azt válaszolta, hogy használ ilyesfajta eszközöket. Legjellemzőbb ezek közül a telefon, amely mindenkinél szokott lenni. Ezt leginkább jegyvásárlásra, utazástervezésre, navigációra, valamint élmények megörökítésére használják az alanyaim. 4. és 5. számú alanyaim ezen felül az okosórát hozták fel, amelyen nemcsak az időt, de a telefonon szereplő értesítéseket is gyorsan el lehet olvasni vagy akár a telefonunkat is megtaláljuk vele, vagy nyomon követéssel minket találhatnak meg barátaink.

Ha igen akkor melyek ezek?

Telefon, melyet mindegyik alanyom használ szórakozás közben. Emellett 4. és 5. számú alanyaim esetén az okosóra jelenik meg, mint multimédiás eszköz.

Ezeket milyen gyakorisággal használjátok?

Alanyaim telefont minden alkalommal használnak. A 4. számú alanyom azzal egészítette ki mondanivalóját, hogy okosórát nem minden esetben vesz fel.

Negatív tapasztalatok volt-e szórakozóhellyel vagy kikapcsolódásra szánt helyvel kapcsolatban? Leírnátok-e ezt a tapasztalatot?

Itt szinte mindenkinek eszébe jutottak olyan élmények, amelyek kellemetlenséget okoztak neki egy adott szórakozó- vagy kikapcsolódásra szánt helyen. 1. számú alanyom a tömeget hozta fel, mely sok esetben befolyásolni tudja a szórakozás élményét, illetve a minőségét is. Hiszen ahol kevés hely van ott nincs lehetőség például táncolni, valamint nagyobb az esély arra is, hogy a másik embernek véletlen neki megyünk. Ez pedig konfliktushoz vezethet, melyet szintén említett alanyom. 2. válaszadó egy olyan negatív tapasztalatot mondott, amely gyakorlatilag ellehetetleníti a szórakozást, kikapcsolódást. Ez pedig egy áramszünet volt, melynek következtében 1 óráig nem volt se világítás, se megfelelő hőmérséklet. Ez szintén kellemetlen tud lenni, főképp akkor amikor az ember már régóta tervez menni mondjuk arra az adott helyre. 3. alanyommal pedig olyasfajta dolog történt, amely ugyan sokszor elő tud fordulni, azonban sok időt vesz igénybe. Ez pedig a kabátja elvesztése volt, ami egy téli hónapban igencsak bosszantó tud lenni. Szerencsére hosszas keresgélés után sikerült megtalálni az elveszett kabátot. 4. valamint 5. alanyommal étteremben történtek kellemetlen esetek. Mindketten arról számoltak be, hogy az amúgy is irreálisan magas árakhoz képest minimális adagokat kaptak, amely még íztelen is volt.

Pozitív tapasztalatok volt-e szórakozóhellyel vagy kikapcsolódásra szánt helyvel kapcsolatban? Leírnátok-e ezt a tapasztalatot?

1. alanyom kivételével mindenkinek volt, ha nem is sok, de egy pozitív tapasztalata. Ez pedig a személyzet kedvessége és figyelmessége volt, amelyet szinte mindenki említett. 4. alanyom továbbá az éttermekben dolgozó felszolgálók szakértelmét hangsúlyozta ki, mint pozitív benyomást.

Milyen közlekedési eszközt vesztek igénybe, amikor szórakozni, kikapcsolódni mentek?

Interjúalanyaim válaszai megoszlanak ebben a kérdésben. Mivel 4. interjúalanyom soha nem iszik alkoholt, így ő gyakran személyautóval megy el szórakozni, kikapcsolódni. 3. alanyom is szintén a személyautót részesíti előnyben, mert párja (4. alany) nem iszik soha alkoholt és így együtt tudnak utazni. 1. 2. és 5. alanyom azonban a tömegközlekedést preferálják, mert ők mindhárman minden szórakozás alkalmával szoktak alkoholt fogyasztani. Emellett

leginkább a téli hónapokra jellemző még a taxi használat is, amely lényegesen komfortosabb és háztól- házig szállítja őket.

Milyen messze vagytok hajlandóak elutazni egy szórakozóhelyre?

Gyakorlatilag egybehangzóan mindenki Budapesten belül szeret maradni, ha szórakozóhelyekről van szó. 3. és 4. alanyom hozzátették, hogy az sem baj, ha a szórakozóhely az agglomerációban van, de személyautóval legyen elérhető körülbelül egy fél órán belül.

Számít-e hol van az adott szórakozóhely?

Általánosságban elmondható, hogy mindenkinek számít, hogy hol van az adott szórakozóhely, mégpedig az utazási idő miatt. Hiszen, ha sokat kell egy adott helyre utazni, valamint tömegközlekedés esetén többször kell átszállni, akkor már az alatt kifárad az ember. Így már a megérkezéskor elmehet az ember kedve a szórakozástól.

Számít-e a reklám? (kupon, reklámozás, akciók, kedvezmények)

Interjúalanyaimnál alapvetően nem számít a reklám azonban, abban egyetértettek, hogy szívesebben látogatnak el olyan szórakozóhelyekre, ahol különböző kupon- vagy italakciókkal kedveskednek az odalátogatók számára.

Hogyan jellemeznétek a saját személyiségeteket?

Ahogy az első interjúnál is úgy itt is mindenki 1-1 szavas, olykor mondatokat adtak válaszul. Ezáltal elmondható, hogy mindenki valamilyen tulajdonságot társított magához, amikor a szórakozik vagy kikapcsolódik. A következő válaszok születtek:

- „alkohol mennyiségétől függ, de általában lassan feloldó típus vagyok”;
- „függ az eseménytől, a társaságtól, valamint a helyszíntől, de lazább vagyok”;
- „hasonlóan laza, felszabadult”;
- „kommunikatívabb vagyok, illetve ilyenkor sokat iszogatok főképp szénsavas üdítőket”;
- „táncoslábú, jókedvű és laza vagyok”.

Mennyire fontos része az életeteknek a szórakozás? / Mennyire fontos része az életeteknek a kikapcsolódás?

A második fókuszcsoporthoz szereplő alanyaim ezt a két kérdést egyszerre válaszolták meg, mivel számukra a szórakozás és a kikapcsolódás szinte ugyanaz a két fogalom.

A kérdésre mindenki azt válaszolta, hogy az életüknek fontos részét képezi a szórakozás és kikapcsolódás. 2. 3. és 4. alanyom kiemelte, hogy a munka, valamint a hétköznapiak mellett

a kikapcsolódásra és a szórakozásra szükség van, hiszen akkor idézem: „mi értelme van az életnek?” Emellett a munkában való eredményességet és teljesítményt is nagyban befolyásolni tudja, hogy az ember mennyire tud egy-egy szórakozás és kikapcsolódás alkalmával feltöltődni, valamint ellazulni.

A fókuszcsoporthoz tartozó interjúk válaszainak összehasonlítása

A kvalitatív kutatás lefolytatása, valamint elemzése után fontosnak tartom, hogy feltárjam milyen hasonlóságok és esetleges különbségek vannak a két fókuszcsoporthoz tartozó interjúk válaszai között. Ezeket a megállapításaimat az alábbiakban ismertetem:

- Mindkét fókuszcsoporthoz tartozó interjúk esetében főleg szórakozóhelyekre szeretnek járni a válaszadók. Emellett még népszerűek a bárók, kocsmák, valamint a házibulik is.
- Interjúalanyaim számára általánosságban elmondható, hogy a kikapcsolódást a „semmittevés” kifejezéssel azonosítják, valamint azt az állapotot, amikor köteletmentesen csinálhat az ember azt, amit szeretne.
- Válaszadóim egyértelműen meghatározták, hogy kikapcsolódni, szórakozni a barátaikkal, haverjaikkal szeretnek legjobban.
- A szórakozó- és kikapcsolódásra szánt helyek kiválasztásánál legfőbb szempontnak a közelséget, az árat, zenei kínálatot, valamint a személyzet szakképzettségét említették.
- A szórakozás gyakoriságát döntő többségben tekintve heti rendszerességgel járnak el a kutatásban szereplő interjúalanyaim szórakozni, kikapcsolódni.
- Az alanyaim által leglátogatottabb helyek: belvárosi exkluzív szórakozóhelyek, kocsmák, valamint bárók.
- Zenei stílusok közül a legnépszerűbb az R&B, valamint a Pop zene.
- Legtöbbször a Budapest Parkba, valamint az Ötkertbe szeretnek járni.
- Általánosságban szinte minden alanyom egyértelműen kerüli a zsúfolt, tömött helyeket.
- A szórakozóhelyeken a bárpultot minden alanyom, a ruhatárt pedig hidegebb hónapokban szinte mindenki igénybe szokta venni. Emellett az asztalfoglalás játszik még fontos szerepet interjúalanyaimnál.
- Alanyaim többnyire alkoholt, szénsavas és rostos üdítőket, valamint vizet fogyasztanak. Hölgyeknél számottevő még a koktélok és likőrök fogyasztása is.

- Mindenki a botrányoktól mentes, nyugis szórakozóhelyeket preferálja, ahol a biztonsági szolgálat is jobban jelen van. Ezáltal jobban meg lehet szűrni a problémás, netán ittas személyeket.
- A jelenlegi gazdasági helyzetben mindenkinek elsősorú prioritás az ár, mivel az élet minden területén jelentős áremelkedést tapasztalunk.
- Szinte mindenki egyetértett abban, hogy az ár, az érték és az élmény egymással arányban legyen, nem mindegy mit kap az ember a pénzéért.
- Elmondható, hogy alanyaimnak a Google-on, valamint Tripadvisor-on található értékelések, vélemények itthon nem fontosak, ellenben külföldön inkább hatással vannak a szórakozóhelyek kiválasztásánál.
- Alanyaimat nem befolyásolja az, hogy melyik budapesti kerületben van az adott szórakozóhely, mivel Budapesten belül az ember könnyen eljuthat bárhova, gyorsan akár több közlekedési eszköz igénybevételével is.
- Átlagosan 10.000 forint az az összeg, amelyet a kutatásban résztvevő alanyaim elköltenek egy-egy szórakozás alkalmával.
- A szórakozások alkalmával mindenki használ multimédiás eszközöket, melyek közül telefont a kutatásban résztvevők mindegyike említett. Emellett az okosóra jelenik meg meg, mint multimédiás eszköz. Alanyaim telefont minden alkalommal használnak, míg okosórákat nem minden esetben és nem is mindenki.
- Negatív tapasztalata mindenkinek volt szórakozóhellyel kapcsolatban, azonban mindenkinek más-más típusú élménye volt.
- Jellemző volt, hogy a pozitív tapasztalatok ritkábban jutottak alanyaim eszébe, de rövid gondolkodás után szinte mindenki tudott mondani valamit, amire szívesen emlékszik vissza vagy kellemes meglepetésként érte őt.
- Alanyaim leginkább a tömegközlekedést veszik igénybe, ha szórakozni mennek, azonban vannak, akik saját személyautóval mennek vagy a taxit választják.
- Elmondható, hogy mindenki Budapesten szeret szórakozni, kikapcsolódni, ennél messzebb csak nagyon ritkán szoktak eljárni, ha mégis akkor az a fővárosi agglomeráció jelentősebb települései.
- Minden válaszadónál számít, hogy egy adott szórakozóhely hol helyezkedik el. Jellemzően azokat, a helyeket preferálják, amelyek a lakóhelyükhöz a közelebb találhatók. Emellett lényeges szempont, hogy az utazási idő minél rövidebb legyen.

- Bár van, aki szívesen ellátogat olyan helyre, ahol italakciók vannak, azonban a reklám, mint tényező alapvetően nem játszik hangsúlyos szerepet a szórakozóhely kiválasztásánál.

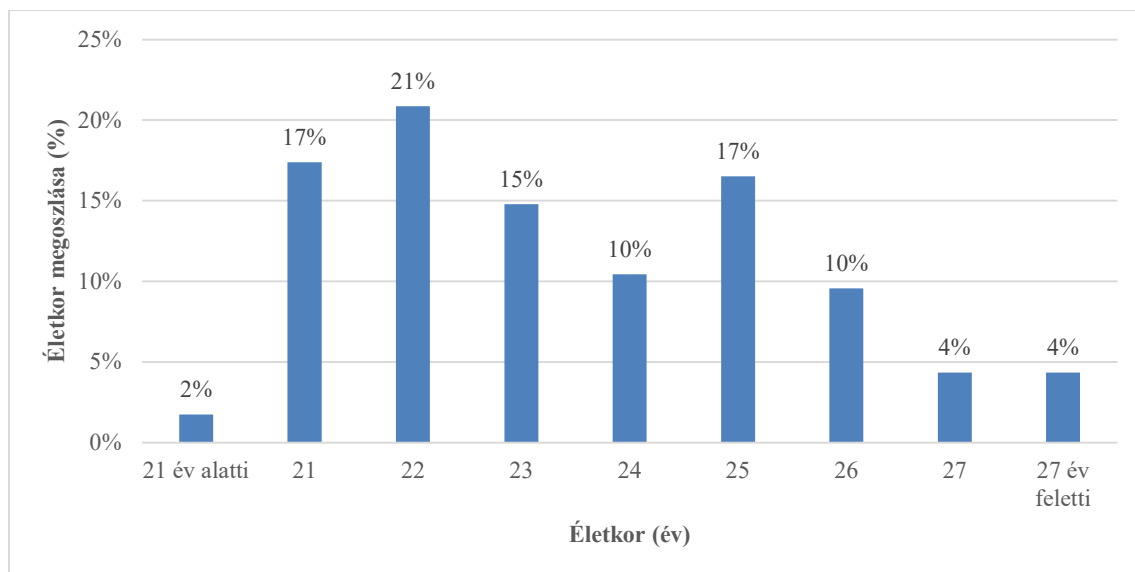
Kvalitatív kutatás összegzés

A kvalitatív kutatásban résztvevő 21 és 27 év közötti fiatalok életének fontos része a szórakozás, kikapcsolódás. A szórakozáson, kikapcsolódáson keresztül tudják levezetni a hétköznapokban felgyülemlett feszültségeket, új élményekkel gazdagodnak, baráti kapcsolatok alakulnak, elmélyülnek. Ez a feltöltődés segít abban, hogy újult erővel tudjanak nekivágni a soron következő feladatoknak, a rájuk váró kihívásoknak. Mivel többségük dolgozik, tisztában vannak azzal, hogy a kikapcsolódásra, szórakozásra szánt pénzhez mennyi befektetett munkára van szükségük. Reálisan látják a jelenlegi gazdasági helyzetet. Válaszaikból felelősségteljes viselkedésre következtethetnek, értem ez alatt, hogy ittasan nem ülnek volán mögé, valamint a mértékletességre, és a nyugalomra törekszenek. A két fókuszcsoporthoz interjú során kapott válaszokban számottevő különbséget nem találok.

4.2 A KVANTITATÍV KUTATÁS EREDMÉNYEI

Kérdőívemben bevezető, úgynevezett szűrő kérdéseket alkalmaztam. Ezek a kérdések abban voltak segítségemre, hogy a kutatásomat csak az előre meghatározott célcsoport tudja kitölteni továbbá, akik Budapesten vagy az fővárosi agglomerációban élnek.

Kvantitatív kutatásom első kérdése az online kérdőívet kitöltő személyek életkorára vonatkozik. A 11. ábrán jól megfigyelhető, hogy a 21 és 27 év közötti válaszadók életkora 80%-a 21 és 25 év között van. Ez azzal magyarázható, hogy a kérdőívet Facebookon és Instagramon ismerőseim között osztottam meg, és a kitöltők a saját korosztályom, a barátaim, ismerőseim, illetve szak- és osztálytársaim. A diagramról jól leolvasható az is, hogy 26 év felett már jelentősen csökkent a kérdőívet kitöltők száma. A kitöltők között volt 21 év alatti, illetve 27 év feletti is. Számukra azonban a 2. kérdés után befejeződött a kérdőív kitöltése. Így a 115 kitöltő közül a korcsoport szűrése miatt jutunk el a végső elemszámhoz a 100 kitöltőhöz, akik minden szempontnak megfeleltek.

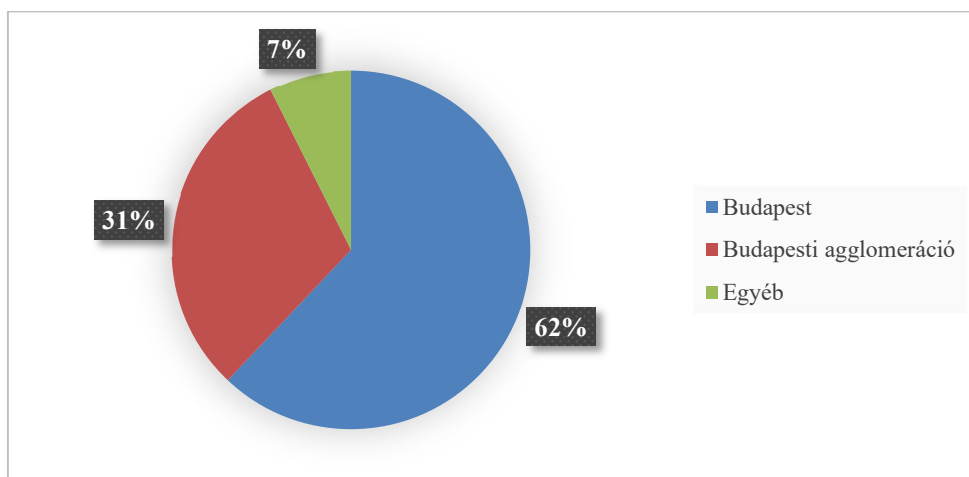


11. ábra: *Életkor megoszlás*
 Forrás: Saját kutatás, 2023

Q2. és Q3. kérdés – Lakóhely, település

Második és harmadik szűrőkérdésem a kitöltők lakóhelyére vonatkozik. Itt a válaszadók több mint fele (62%) Budapesten él, a budapesti agglomerációban pedig a kitöltők 31% százaléka. A kérdésnél csupán a válaszadók 7%-a mondta azt, hogy egyik sem, azaz nem Budapesten vagy az agglomerációban élnek. A kérdésre adott válaszokat a 12. ábra szemlélteti.

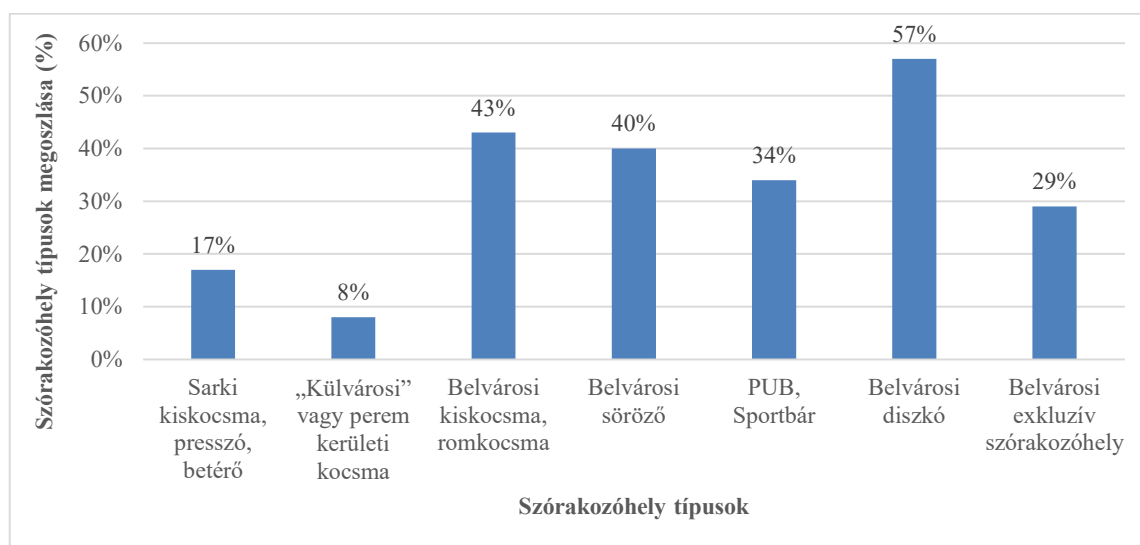
Harmadik, egyben az utolsó szűrőkérdés pedig az volt, hogy a válaszadók válasszák ki melyik agglomerációs településen élnek. A kutatás kritériumainak megfelelt személyek kétharmada (66%) válaszolta, hogy Budapesten lakik. A budapesti agglomerációs települések közül számottevően élnek Gödöllőn (12%), Fóton (4%), Dunakeszin (3%), Veresegyházán (3%), valamint Vácon (2%).



12. ábra: *Lakóhely*
 Forrás: Saját kutatás, 2023

Q4. kérdés - Az alábbiak közül Ön milyen típusú szórakozóhelyre szokott járni?

Ahogy a szekunder kutatásomban már említésre került a budapesti szórakozóhelyek tipizálása, úgy a kvantitatív kutatásom során is fontosnak tartottam, hogy valamilyen formában itt is hangsúlyos szerepet kapjon ez a kérdéskör. Ez azért lényeges, mert így megtudhatjuk, hogy jellemzően milyen típusú szórakozásra- és kikapcsolódásra alkalmas helyekre járnak a 21 és 27 év közötti fiatalok. A 13. ábra szemlélteti, hogy a válaszadók többsége (57%) inkább a Belvárosi diszkókat keresi fel egy-egy szórakozás alkalmával. A sort a belvárosi kiskocsmák, romkocsmák követik, amely a maga 43%-val szintén népszerű a fiatalok körében. Szorosan utána következnek a belvárosi sörözők, melyet a válaszadók 40%-a jelölt meg. Számottevően sokan jelölték meg a pubokat, sportbárokat (34%), valamint a belvárosi exkluzív szórakozóhelyeket is (29%). Összességében elmondható, hogy a válaszadók „Külvárosi” vagy perem kerületi kocsmákba szeretnek a legkevésbé járni (8%). Ennek oka abból eredhet, hogy a legnépszerűbb szórakozóhelyek a város központi részén helyezkednek el és azt az agglomerációban, valamint a Budapest perem kerületeiben élő fiatalok is könnyebben megközelítik azokat a közlekedési hálózat nyújtotta lehetőségeket kihasználva.

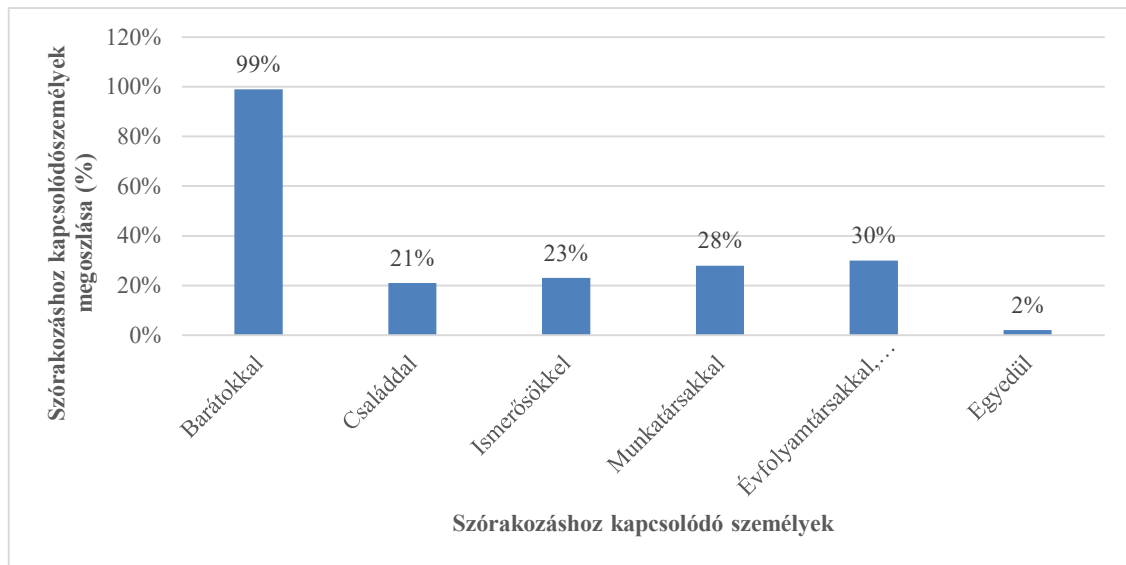


13. ábra: Szórakozóhely típusok
Forrás: Saját kutatás, 2023

Q5. kérdés - Kivel/Kikkel szokott legszívesebben szórakozni, kikapcsolódni?

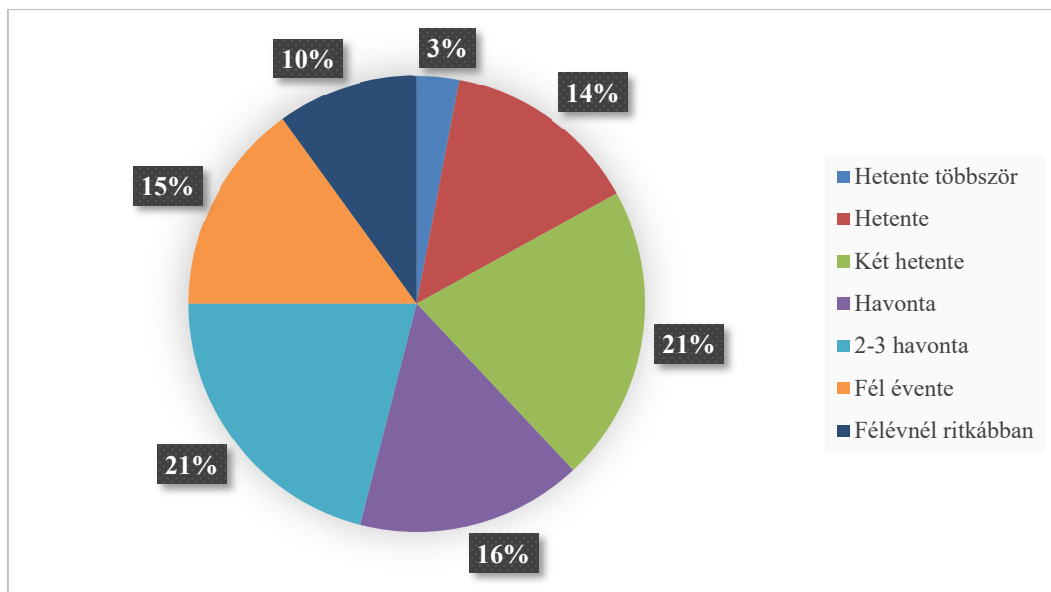
A feltett kérdések közül talán itt volt a legnagyobb az összhang a válaszadóm között. Ahogy a 14. ábrán látható, a kérdőívet kitöltők közül szinte mindenki (99%) a barátaival szeret eljárni legszívesebben szórakozni, kikapcsolódni. Ettől jócskán leszakadva jelölték meg, hogy évfolyamtársakkal, osztálytársakkal szeretnek a legszívesebben szórakozni (30%). Nem sokkal lemaradva a munkatársakkal (28%), ismerősökkel (23%), családdal (21%)

szeretnek a leginkább eljárni szórakozni. A válaszadók mindössze 2%-a válaszolta azt, hogy egyedül szeret elmenni szórakozni.



14. ábra: Kivel/kikkel szokott a legszívesebben szórakozni, kikapcsolódni?
 Forrás: Saját kutatás, 2023

Q6. kérdés - Milyen gyakran látogat meg szórakozóhelyeket?



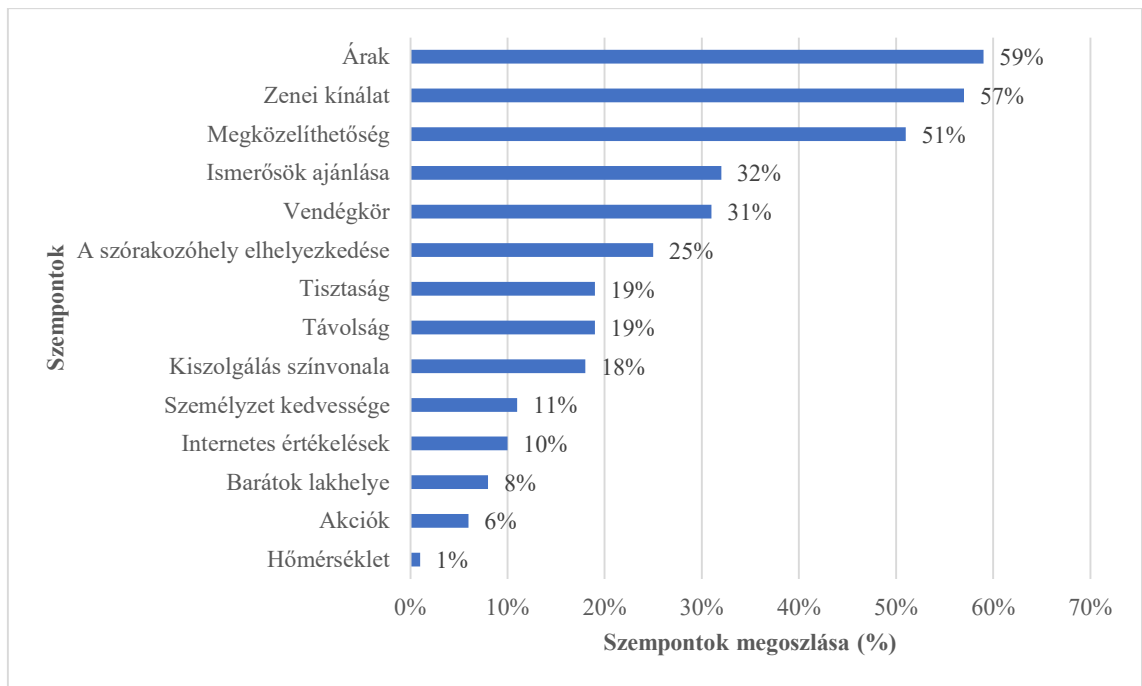
15. ábra: Milyen gyakran látogat meg szórakozóhelyeket?
 Forrás: Saját kutatás, 2023

A kérdőívet kitöltők fiatalok közül talán itt születettek eltérő válaszok, amelyet a 15. ábra szemléltet. Ami véleményem szerint nem meglepő, hogy a válaszadók közül 3% az, aki hetente többször látogatja a szórakozóhelyeket. Ennek oka, hogy az embereknek nem igazán van arra ideje, hogy hetente több alkalommal meglátogasson különböző szórakozóhelyeket.

Amennyiben arra vagyunk kíváncsiak, hogy milyen időközönként jutnak el a szórakozóhelyekre a megkérdezettek akkor jól látható, hogy a két hetente, illetve a 2-3 havonta opciók egyenlő arányban lettek megjelölve (21%-21%). Továbbá a válaszadók jelentős része jelölte meg, hogy havonta (16%), fél évente (15%) vagy a hetente (14%) járnak el különböző szórakozni. A válaszadók mindössze 10% mondta azt, hogy félévnél ritkábban él ezzel a lehetőséggel. Ennek az oka adódhat anyagi háttérből, másrészt a válaszadó időbeosztásából, esetleg az értékrendjéből, életszemléletéből.

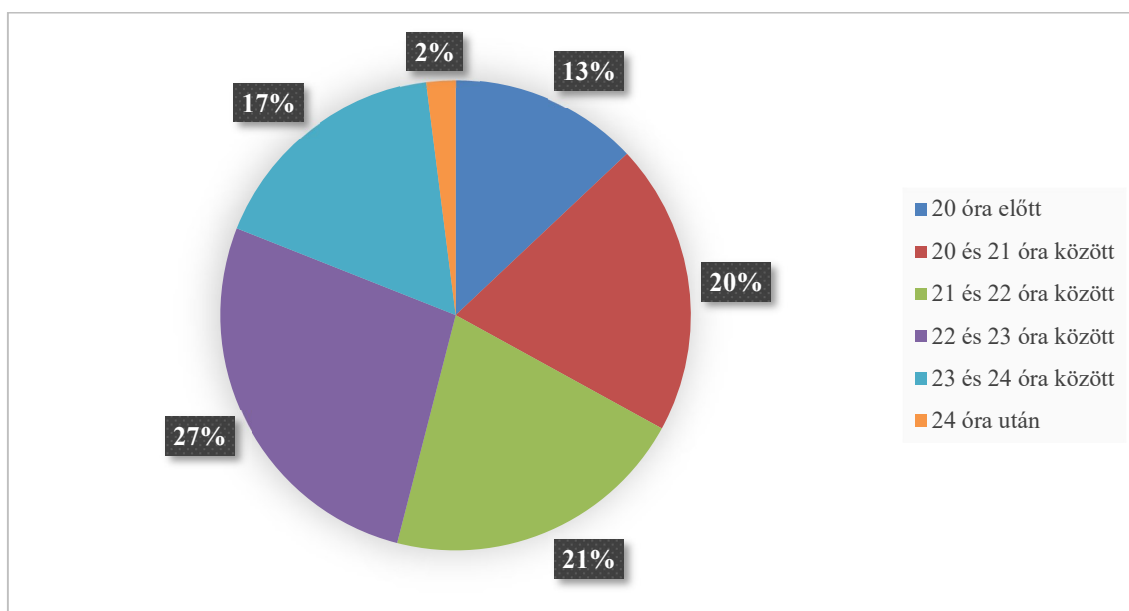
Q7. kérdés - Mi alapján választja ki az Ön számára legmegfelelőbb szórakozóhelyet?

Ez a kérdés a kvalitatív kutatásomban is nagy jelentőséggel bírt hiszen, minden döntési helyzetben, amennyiben lehetőség van rá, a rendelkezésre álló információk birtokában, valamilyen szempontrendszerrel figyelembe véve választ. Nincs ez másként a szórakozóhelyek esetében sem, ahol a megkérdezetteknek a felsorolt 14 szempontból kellett azt a 3-at megjelölniük, ami alapján kiválasztják a számukra megfelelő szórakozóhelyet. A 16. ábrán is jól látható, hogy a válaszok 59%-a esetében az árak kategóriát jelölték meg, mint fontos tényezőt. Kutatásomban már többször is említésre került (szekunder kutatás, kvalitatív kutatás), hogy az elszabaduló energia- és élelmiszerárak az élet minden területén éreztetik hatásukat. Így nem meglepő, hogy a kérdőívet kitöltők jelentős része az árszínvonal alapján dönti el, hogy pontosan hova megy el szórakozni. Az árak mellett fontos továbbá a zenei kínálat is, tekintettel arra, hogy mindenkinek megvan a maga egyéni zenei ízlése. Ezt a válaszadók 57%-nak volt fontos. A harmadik legfontosabb tényező 51%-kal a megközelíthetőség. Ez már csak azért sem elhanyagolható szempont, mert azok a helyek, amelyekhez nehezkesebb az eljutás, oda kevésbé sűrűn vagy egyáltalán nem jár az ember. Az élmézőnytől leszakadva ugyan, de szintén jelentős számban (32%-ban) jelölték meg az ismerősök ajánlása, valamint a vendégkör (31%) szempontokat. Érdekesség, hogy a kvalitatív vizsgálat során ez a két szempont ugyancsak meghatározó volt a kutatásban résztvevő személyeknek is. A szórakozóhely elhelyezkedése (25%), a távolság (19%), tisztaság (19%) valamint a kiszolgálás színvonala (18%) még számottevő volt a megkérdezettek körében, de itt már megfigyelhető egy nagyobb leszakadás, ha az élmézőnyt nézzük. A sort a személyzet kedvessége (11%), az internetes értékelések (10%), a barátok lakhelye (8%), illetve az akciók (6%) zárják. A hőmérséklet 1%-kal szinte elhanyagolhatónak tekinthető.



16. ábra: Mi alapján választja ki a legmegfelelőbb szórakozóhelyet?
 Forrás: Saját kutatás, 2023

Q8. kérdés - Általában mikor szokott megérkezni egy szórakozóhelyre?

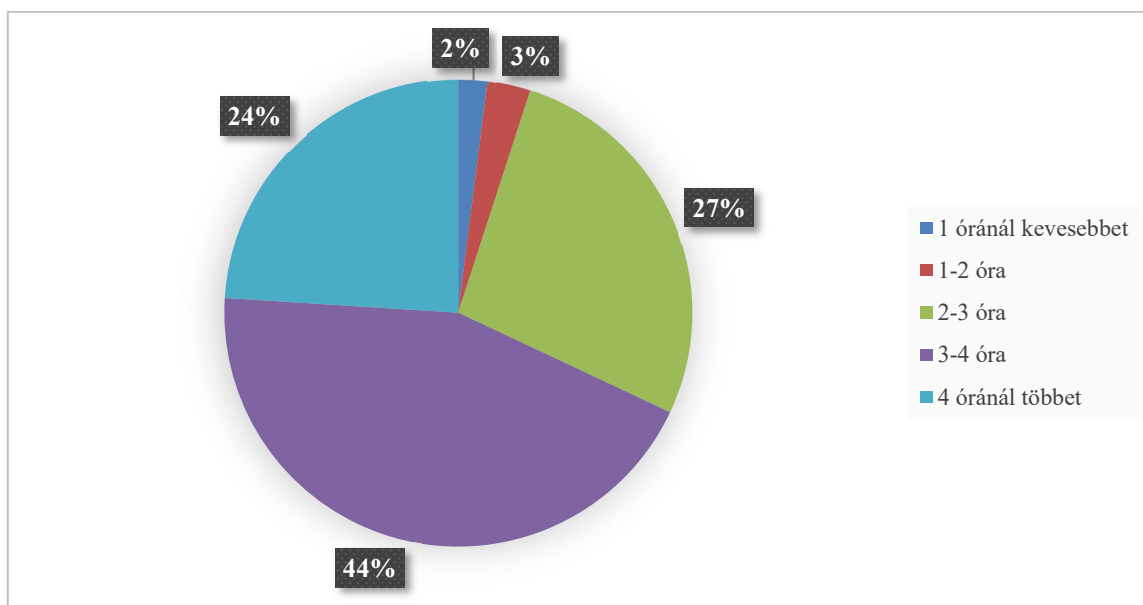


17. ábra: Általában mikor szokott megérkezni egy szórakozóhelyre?

Forrás: Saját kutatás, 2023

A 17. ábra bemutatja, hogy minként vélekedtek válaszadóim arról, általában mikor szoktak megérkezni a szórakozóhelyekre. Elmondható, hogy a többség 20 és 23 óra között érkezik meg kedvelt szórakozóhelyére. Ezen kívül szintén jelentős azok tábora, akik 23 - 24 óra között látogatják meg a szórakozóhelyeket (17%). Minimális azok száma, akik 24 óra után (2%), vagy 20 óra előtt (13%) érkeznek meg a létesítményekbe.

Q9. kérdés - Átlagosan mennyi időt tölt el egy szórakozóhelyen?

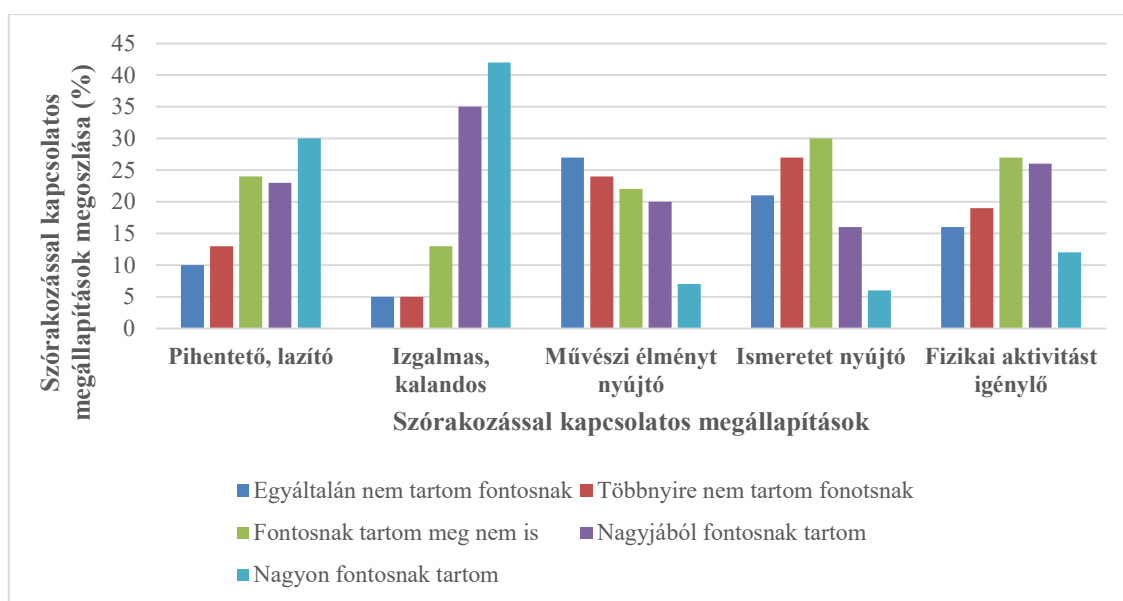


18. ábra: Átlagosan mennyi időt tölt el egy szórakozóhelyen?

Forrás: Saját kutatás, 2023

A megkérdezetteknek majdnem a fele (44%) 3-4 órát tölt el egy-egy szórakozóhelyen. Közel azonos mértékben jelölték meg a 2-3 óra (27%), valamint a 4 óránál többet (24%) válaszokat is. A 18. ábrán láthatóak a válaszok megoszlása, nem meglepő módon az 1 óránál kevesebbet, valamint az 1-2 órát a válaszadók csupán 2 és 3%-a jelölte meg. Ez annak tudható be, hogyha az emberek elmennek szórakozni, akkor általában hosszabb időt töltenek el ott.

Q10. kérdés – Kérem, értékelje, hogy a szórakozás, kikapcsolódás esetén mennyire fontosak Önnek az alábbi megállapítások!



19. ábra: A szórakozás legyen...

Forrás: Saját kutatás, 2023

Intervallum skála segítségével arra a kérdésre kívántam választ kapni, hogy a fiatalok számára mennyire fontosak az alábbi megállapítások a szórakozás vonatkozásában. A válaszadók ezt egy 1-5-ig terjedő skálán tudták értékelni, ahol 1 jelentette, hogy egyáltalán nem tartja fontosnak, az 5 pedig, hogy nagyon fontosnak tartja az adott megállapítást. A válaszokat 19. ábra szemlélteti.

Mennyire fontosak az alábbi megállapítások	Átlag	Szórás	Relatív szórás
pihentető, lazító	3,5	1,31	38%
izgalmas, kalandos	4,04	1,10	27%
művészi élményt nyújtó	2,56	1,27	50%
ismeretet nyújtó	2,59	1,16	45%
fizikai aktivitást igénylő	2,99	1,26	42%

1. táblázat: Q10. kérdés számítások

Forrás: Saját táblázat, 2023

Az adatokat a 1. számú táblázat tartalmazza, az átlagértékek azt mutatják, hogy a fiatalok legjobban azt szeretik, ha a szórakozás izgalmas és kalandos (átlag:4,04). Legkevésbé pedig azt tartják fontosnak, hogy művészi élményt nyújtson maga a szórakozás (átlag: 2,56). Ez azzal magyarázható, hogy ugyan a szórakozás is egyfajta kikapcsolódás, de a fiataloknak egy részének más fajta tevékenység jelenti a kikapcsolódást.

Q11. kérdés – Az Ön számára mit jelent a szórakozás?



20. ábra: Az Ön számára mit jelent a szórakozás?

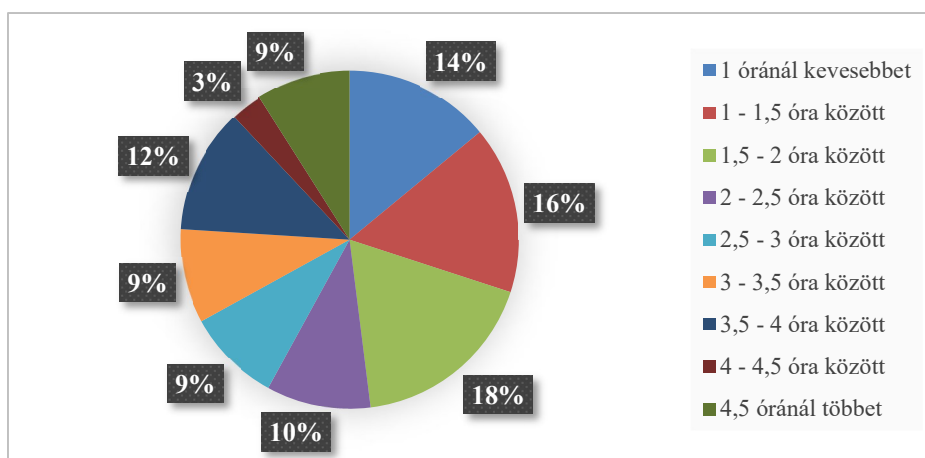
Forrás: Saját kutatás, 2023

Ahogy a 20. ábrán is jól látható a kérdőívet kitöltők jelentős része a szórakozást leginkább a barátokkal való lazulással társítják (62%). Igencsak lemaradva, de szép számmal követi a mozi, valamint a házibuli egyaránt 32 - 32%-kal. Szorosan követi őket a filmnézés (28%), a szórakozóhelyek látogatása (26%), valamint a kocsmák, romkocsmák, bárók, pubok látogatása (24%). Az adatokból az látszik, hogy a fiatalok a szórakozást a barátokkal élik meg és a házibuli, mozi vagy szórakozóhelyek látogatásával teszik még élvezetessé. A grafikonon az is megfigyelhető, hogy a passzív szabadidős tevékenységek, mint például a zenehallgatás (14%), olvasás (13%), színház (6%) hátrébb kerültek a listán. Ez azzal magyarázható, hogy a kérdőívemben megkérdezett fiatalok a szórakozást főként aktív szabadidős tevékenységnek tekintik.

Q12. kérdés - Hozzávetőleges mennyi időt tölt szórakozással a hétköznapokon?

A 21. ábrán jól szemügyre lehet venni, hogy a 21 és 27 év közötti fiatalok leggyakrabban 1 – 2 órát töltenek szórakozással a hétköznapokon (16+18=34%). Látható azonban az is, hogy 14% az, aki 1 óránál kevesebbet szórakozik hétköznapokon. Ez abból következik, hogy

hétköznap az emberek általában dolgoznak és sokszor csak nagyon kevés idő jut egyéb szabadidős tevékenységekre.

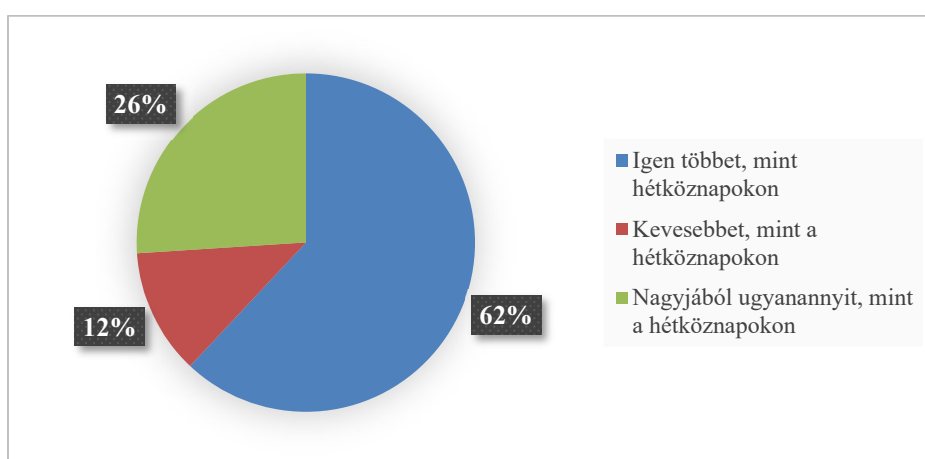


21. ábra: Hozzávetőlegesen mennyi időt tölt szórakozással a hétköznapokon?

Forrás: Saját kutatás, 2023

Q13. kérdés - Hétfvégén több időt tölt szórakozással?

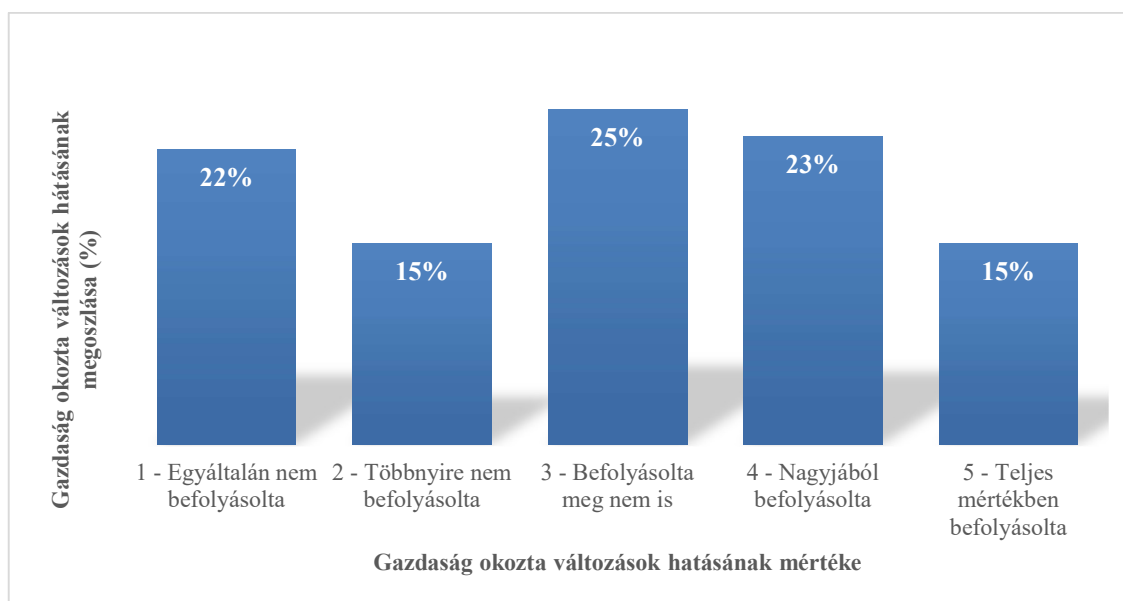
Kapcsolódva az előző kérdésre adott válaszokhoz, nem meglepő, hogy a Q13-as kérdés esetében, a válaszok alapján, a fiatalok több időt töltenek szórakozással hétvégén (62%). Itt a válaszadók csupán 12%-a mondta azt, hogy kevesebbet, mint hétköznapon. Sejthető, hogy ezt főként felsőoktatási intézményben tanuló személyek válaszolták, hiszen ott a különböző „egyetemi bulik” nem hétvégén, hanem hétköznap kerülnek megrendezésre. A hétvégi szórakozási szokásokat a 22. ábra szemlélteti.



22. ábra: Hétfvégén több időt tölt szórakozással?

Forrás: Saját kutatás, 2023

Q14. kérdés - Az elmúlt időszakban bekövetkezett gazdaság okozta változások mennyire befolyásolták az Ön szórakozásra fordítható anyagi lehetőségeit?



23. ábra: A gazdaság okozta változások mennyire befolyásolták a szórakozásra fordítható anyagi lehetőségeket.

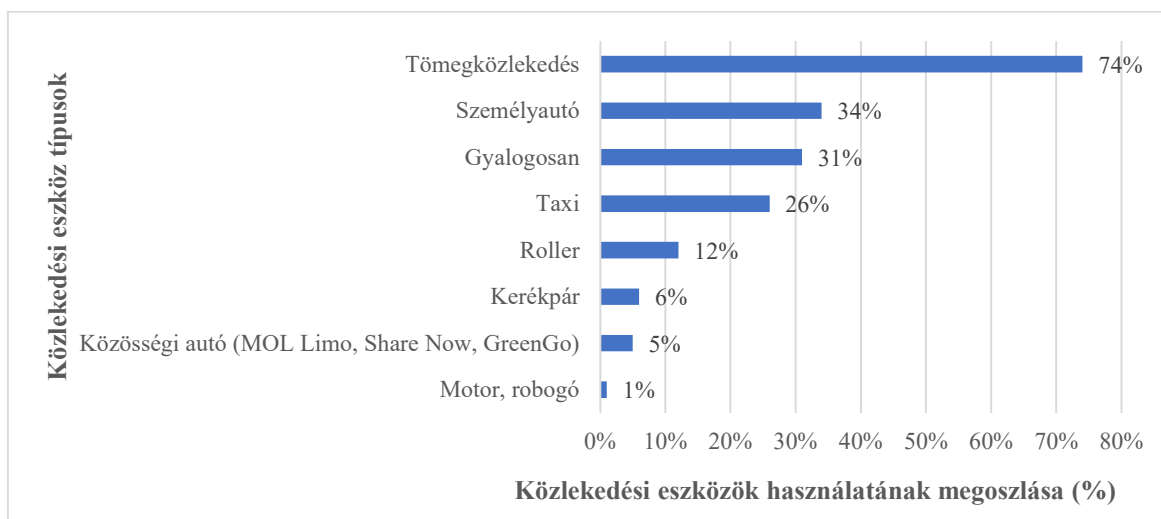
Forrás: Saját kutatás, 2023

A feltett kérdések közül válaszadóim itt tudtak a legkevésbé egyetérteni. Azonban összességében levonható az a következtetés, hogy ha nem is teljes mértékben, de a kitöltők nagy részének (63%) valamilyen szinten befolyásolta a szórakozásra fordítható anyagi lehetőségeit az elmúlt időszakban bekövetkezett gazdasági helyzet. (23. ábra) A kérdésre beérkező válaszokat átlagoltam is, mely szintén megerősíti azt az állítást, hogy megkérdezetteket közepesen (átlag: 2,94) befolyásolta a jelenlegi gazdasági recesszió. Itt az 1 jelentette, hogy egyáltalán nem befolyásolta, 5 pedig, hogy teljes mértékben befolyásolta a gazdaság okozta változások a szórakozásra fordítható anyagi korlátait a megkérdezetteknek.

Q15. kérdés - Ön általában milyen közlekedési eszközt választ a szórakozások alkalmával az alábbiak közül?

A 24. ábrán látható, hogy toronymagasan a tömegközlekedést választották (74%) a megkérdezett fiatalok. Véleményem szerint ez nem meglepő, tekintettel arra, ha az ember szórakozni megy akkor nagyobb a valószínűsége annak, hogy fogyaszt alkoholos italt. Emellett sokan ilyenkor nem szeretnek autóba ülni, másrészt a frekventált belvárosi részeken parkolóhely sem igazán akad. A tömegközlekedés mellett azonban jelenetős az egyéni közlekedés is, mint például a személyautó (34%), a gyalogos közlekedés (31%) vagy a taxi (26%). Az utóbbi években egyre nagyobb népszerűségnek örvendő elektromos rollerek, valamint közösségi autók azonban fokozatosan csábítják át a nemcsak munkába, de

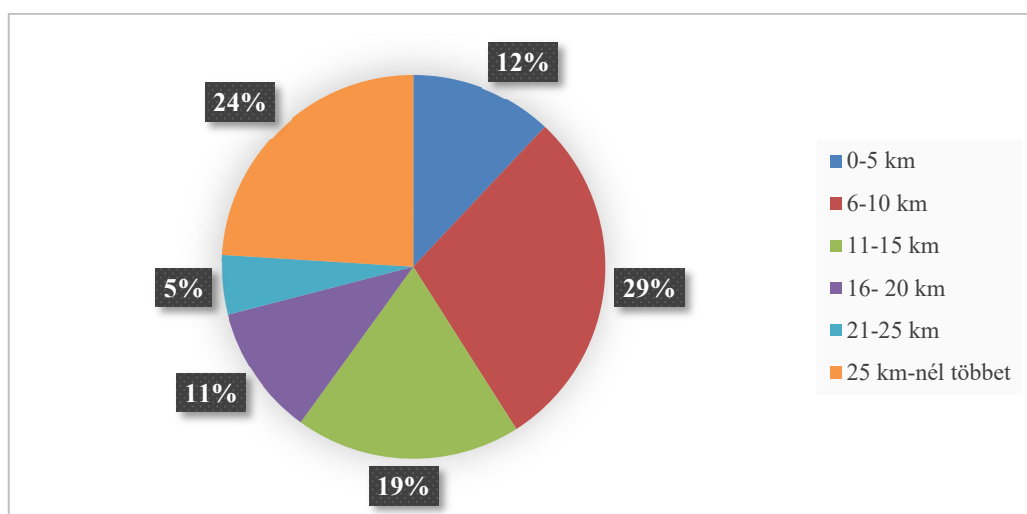
szórakozóhelyekre igyekvő embereket is. Így nem véletlen, hogy rollerek (12%), valamint a közösségi autók (5%) is bekerültek a közlekedési eszközök körébe.



24. ábra: Milyen közlekedési eszközt választ a szórakozások alkalmával az alábbiak közül?
Forrás: Saját kutatás, 2023

Q16. kérdés - Milyen távolságra hajlandó elmenni egy adott szórakozóhelyre?

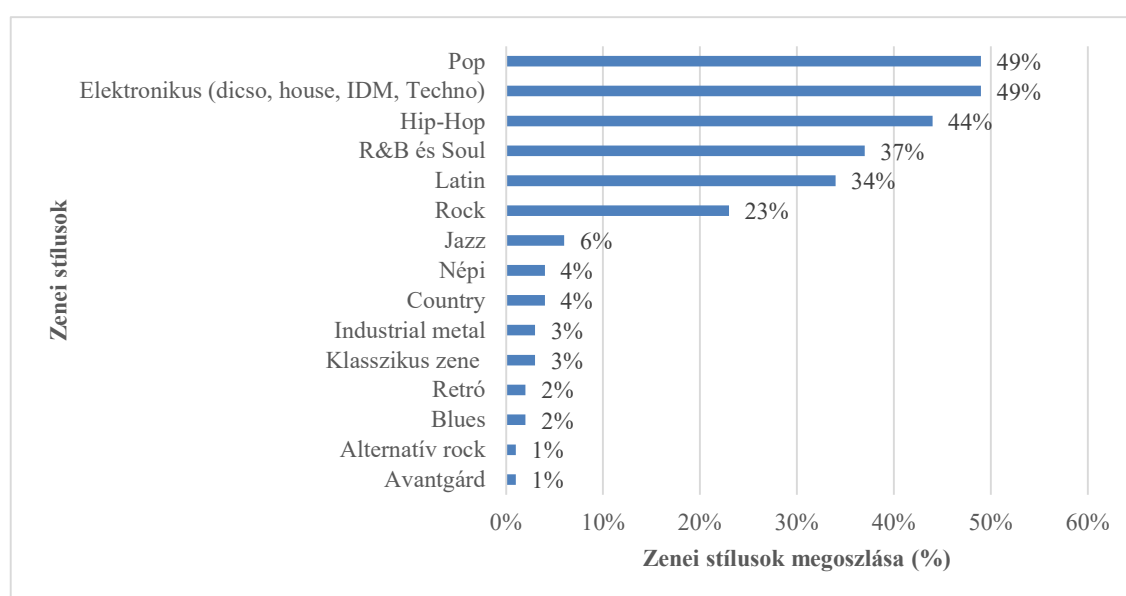
Itt a válaszadók két részre oszlanak: a Budapesten és az agglomerációban lakókra. Egyrészt azok, akik az agglomerációban élnek feltehetően sokkal nagyobb távolságot kell, hogy megtegyenek. Ezek alapján nem meglepő, hogy a válaszadóknak több, mint a fele (59%) 10 km-nél nagyobb távolságot is hajlandó megtenni, hogy felkeresse kedvelt szórakozóhelyét. Azok, akik pedig a fővárosban élnek valószínűleg sokkal kisebb távot kell, hogy megtegyenek, egy szórakozóhelyig, így nem meglepő, hogy 0-10 km közötti távolságot a válaszadók 41%-a (12+29=41%) jelölte meg. A megoszlást a 25. ábra ismerteti.



25. ábra: Milyen távolságra hajlandó elmenni egy adott szórakozóhelyre?
Forrás: Saját kutatás, 2023

Q17. kérdés – Milyen zenei stílust kedvel a szórakozóhelyeken?

A 26. ábra mutatja be a válaszadók zenei ízlésének sokszínűségét, hogy a kérdőívet kitöltők legnagyobb arányban pop (49%), elektronikus (49%), valamint a hip-hop (44%) stílust jelölték meg. Véleményem szerint nem meglepő adat, tekintettel arra, hogy a szórakozóhelyeken zömmel ez a három stílus van jelen. Szintén nagy számban jelölték még meg az R&B és soul (37%), latin (34%), valamint a rock (23%) zenei vonalakat is. Ezeknek a stílusoknak a szórakozóhelyek általában mindig heti egy napot, vagy előfordul, hogy külön termet is biztosít. Jól látható, hogy azok a zenei műfajok, mint például a jazz (6%), country (4%), klasszikus zene (3%) szűkebb körben népszerűek. Ezek a zenei irányzatok már kisebb létszámú szubkultúrához kapcsolódnak.



26. ábra: Milyen zenei stílust kedvel a szórakozóhelyeken?

Forrás: Saját kutatás, 2023

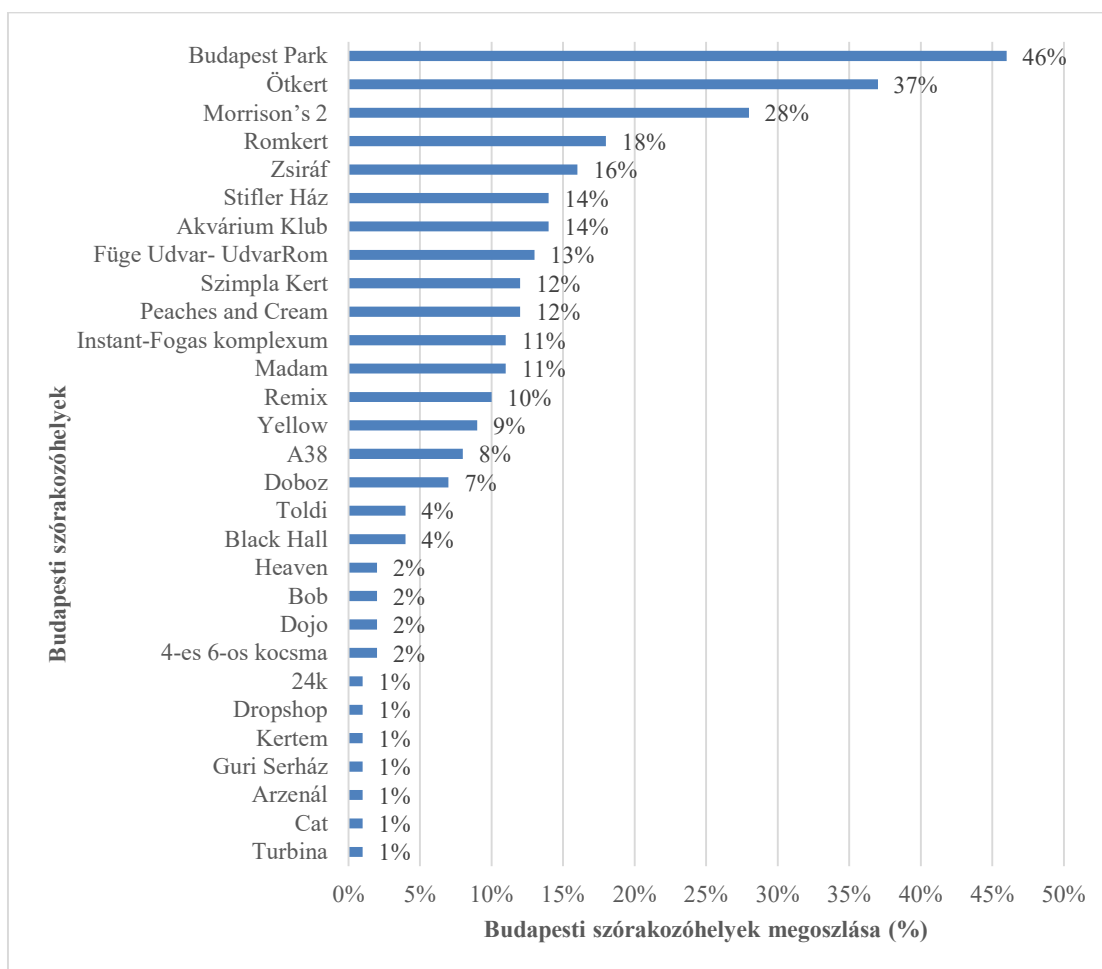
Q18. kérdés - A szórakozóhelyeken való megjelenése mennyiben tér el az Ön hétköznapi viseletétől?

A kapott válaszokat vizsgálva elmondható, hogy a 21 és 27 év közötti fiatalok megjelenése a szórakozóhelyeken számottevően nem tér el a hétköznapi viselettől. Így ez a kérdés a kutatásom szempontjából nem lényeges.

Q19. - Az alábbiak közül melyik budapesti szórakozóhelyre jár el a legszívesebben?

Ahogy a kvalitatív kutatásom során, úgy a kvantitatív kutatáson belül is kíváncsi voltam arra, hogy melyek a legnépszerűbb szórakozóhelyek, ahova a legszívesebben eljárnak a kutatásban résztvevők. Az eredmény nagyban hasonlít ahhoz, amelyet a kvalitatív kutatásban válaszoltak a megkérdezettek, hiszen a Budapest Park (46%), Ötkert (37%), valamint a Romkert (18%) itt is az élmezőnyben végzett. Ráadásul az Ötkert már a szekunder

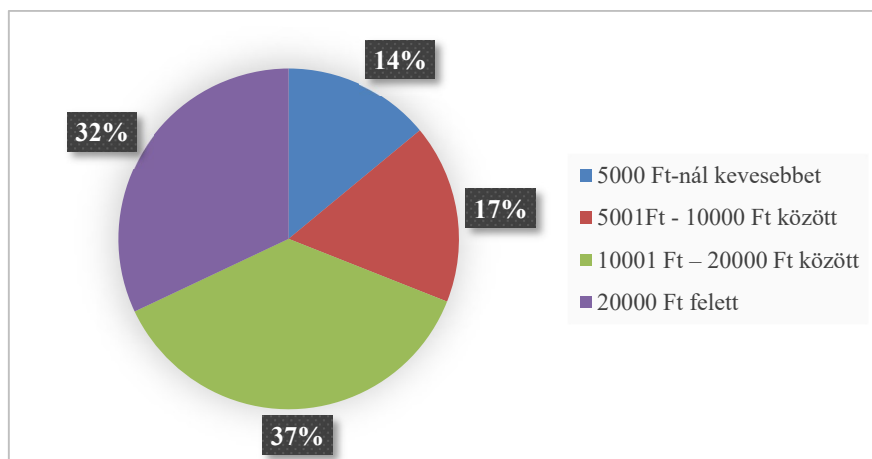
kutatásban is megjelent, mint az éjszakai élet egyik megkerülhetetlen szereplője, míg a Budapest Park a kvalitatív kutatás aratott osztatlan sikert. Az élvonaltól lemaradva, ámde nagy számban jelölték még meg a Zsiráf (16%), a Stifler Ház (14%), az Akvárium Klub (14%), valamint a Füge Udvar - UdvarRom nevű szórakozó létesítményeket. A szekunder kutatásban feltűnt Instant-Fogas komplexumot, Madam-ot, valamint az A38 nevű hajót a válaszadók csak egy kis százaléka jelölte meg. A szórakozóhelyek látogatásának megoszlását a 27. ábra ismerteti. Ez azzal magyarázható, hogy a fiatalok körében a Budapest Park, valamint az Ötkert nagy népszerűségnek örvend. Emellett valószínűsíthető, hogy a két szórakozóhely marketingtevékenysége is jóval hatékonyabban működik, ami által több embert érnek el kampányaikkal, így látogatottságuk és forgalmuk igencsak magas, és nő.



27. ábra: Az alábbiak közül melyik budapesti szórakozóhelyre jár el a legszívesebben?
 Forrás: Saját kutatás, 2023

Q20. kérdés - Mennyi összeget költ átlagosan havonta szórakozásra?

Egyértelmű, hogy a fiatalok anyagi helyzetét az is befolyásolja, hogy erre a tevékenységre mennyi pénzt tudnak fordítani. A jelenlegi gazdasági helyzetet ismeretében, valamint a 28. ábra alapján láthatjuk, hogy a válaszadók többségének 10.001 és 20.000 forint között van az a határ, amit egy hónapban szórakozásra átlagosan költenek. Ezek által nem meglepő, hogy a válaszadók 32%-nak van lehetősége arra, hogy 20.000 forint felett költsön havonta szórakozásra.

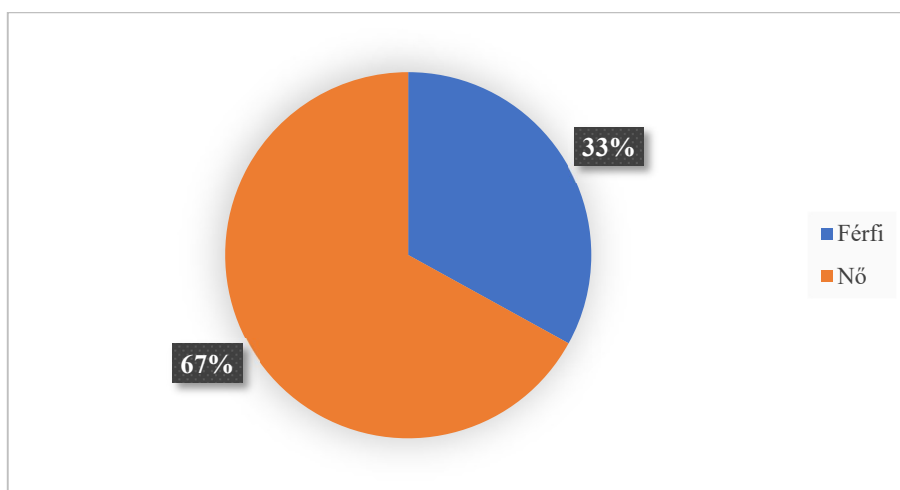


28. ábra: Mennyi összeget költ átlagosan havonta szórakozásra?
Forrás: Saját kutatás, 2023

Szociodemográfiára vonatkozó kérdések

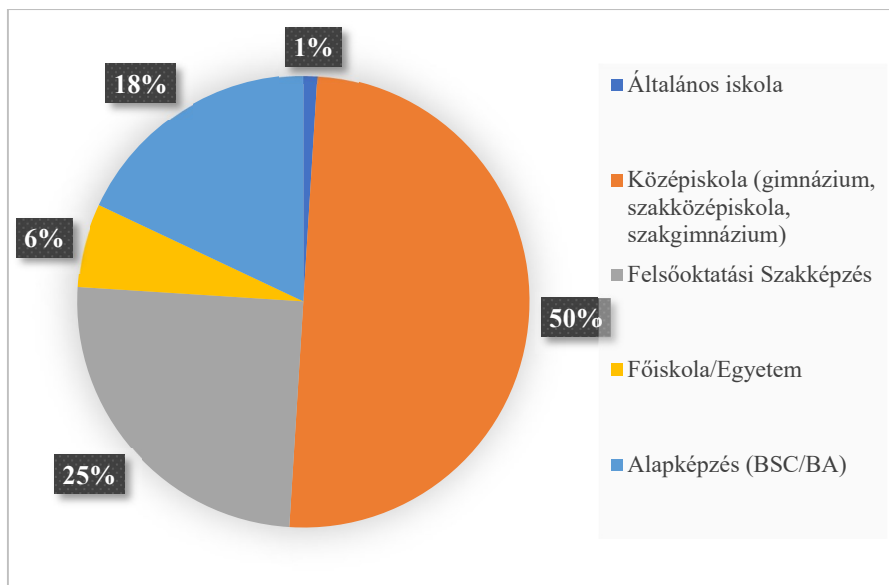
Az ön neme, iskolai végzettsége, foglalkozása

A 29. ábrán jól megfigyelhető, hogy a férfiak száma jóval kevesebb, mint a nőké. Így az arány 33:67 lett, ami vélhetően nem azt jelenti, hogy a férfiaknak kevésbé fontos a szórakozás, inkább arra utal, hogy a nőknél általában nagyobb a kitöltési hajlandóság a kérdőívek esetében.



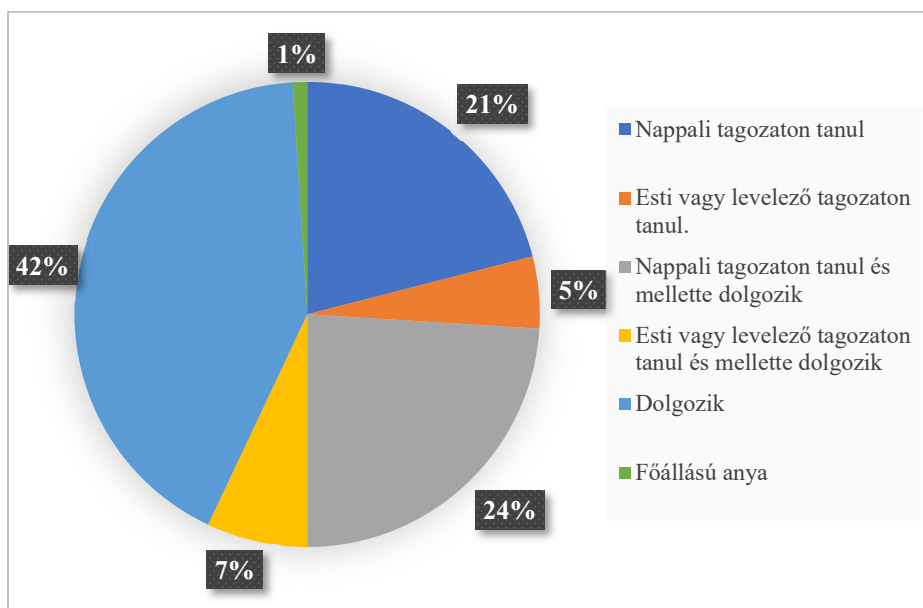
29. ábra: Nemek aránya
Forrás: Saját kutatás, 2023

A 30. ábrán a válaszadók iskolai végzettsége szerinti megoszlását mutatja. Látható, hogy a fiataloknak a fele (50%) rendelkezik valamilyen középfokú végzettséggel. A megkérdezettek másik pedig valamilyen felsőfokú végzettséget szerzett már (49%). Mindösszesen 1% az, aki csak az általános iskolát végezte el.



30. ábra: Iskolai végzettség
Forrás: Saját kutatás, 2023

A 31. ábrán a válaszadók foglalkozási helyzetét tekinthetjük meg. A válaszadók negyede (26%) esti vagy levelező szakon tanul. Összesen 31% válaszolta azt, hogy nappali, esti vagy levelező szakon tanul és mellette dolgozik. A kitöltőknek közel a fele (42%) jelenleg dolgozik, míg 1% válaszolta azt Főállású anya.



31. ábra: Foglalkozás
Forrás: Saját kutatás, 2023

Összefüggésvizsgálatok - Khi^2 próba

Q2. kérdés – Q16. kérdés

Annak érdekében, hogy megállapítsam van-e összefüggés a lakhely, valamint aközött, hogy mekkora távolságot hajlandóak elmenni a megkérdezettek egy adott szórakozóhelyért a, Khi^2 számítás végeztem el. Elsőnek kimutatást készítettem a lakhely és a megtenni szükséges távolságok között. A kimutatások után különböző statisztikai számítások mentén jutottam el az empirikus értékhez, mely 14,27 lett. Azonban ahhoz, hogy megtudjuk van-e összefüggés a két változó között szükségünk van a kritikus értékre is, melyet a Khi^2 eloszlás táblázat alapján lehet meghatározni. 95%-os megbízhatósági szint mellett, ahol a szabadságfok 5 ott a kritikus érték 11,1, azaz van kapcsolat a lakhely és a hajlandó távolságok megtétele között. Így feltételezhető, hogy azok, akik az agglomerációban élnek több kilométert tesznek meg, míg a fővárosban élők sokkal kevesebbet.

Q2. kérdés - Q12. kérdés

Hogy megtudjam van-e kapcsolat két változó, a lakhely, illetve, hogy a hétköznapokon mennyi időt töltenek szórakozással a Budapesten élő fiatalok Khi^2 számítás kellett végezniem. Empirikus értékem 5,59 lett, míg 95%-os bizonyossági szint mellett, ahol a szabadságfok 8 ott a kritikus érték 15,5. Ez azt jelenti nincs kapcsolat aközött, hogy hol élnek és mennyi időt töltenek el szórakozással a hétköznapokon.

Q20. kérdés – Q21.kérdés

Dolgozatomban kíváncsi voltam arra is, hogy van-e összefüggés a nemek aránya, valamint, hogy mekkora az az összeg, amit szórakozásra fordítanak havi szinten a kutatásban megkérdezett fiatalok. Itt az empirikus értékem 4,82 lett. Kritikus, azaz a táblázatos értékem pedig 7,81 lett, 95%-os megbízhatósági szint mellett, ahol a szabadságfok 3. Ezáltal kijelenthető, hogy a két vizsgált változó, a nemek, illetve a szórakozásra fordítható havi összeg között nincs kapcsolat.

Kvantitatív kutatás összegzése

Kvantitatív kutatásom során a szűrőkérdések útján jutottam el a 100 elemszámhoz, amellyel már sikerült értékelhető, illetve elemezhető adatokhoz hozzájutni. A kutatás lefolytatása után az elemzések végétével azonban eszembe jutott pár olyan változtatás, amelyet már egy következő dolgozatban biztos, hogy alkalmazni fogok. Ilyen változtatás például, hogy az

olyan nominális kérdések, ahol szám adatok voltak megadva ott arányskálás kérdéssel konkrétan megkérdezném, mennyit költ átlagosan havonta szórakozásra. Ezen felül ordinális kérdéssel is színesítettem volna dolgozatomat. Összességében azonban elégedett vagyok a kutatás által kapott eredményekkel.

5. KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK

Saját kutatás eredményei

Mind a kvalitatív, mind a kvantitatív kutatás során voltak olyan kérdések, melyekre hasonló vagy pontosan ugyanazok a válaszok születtek. Ezeket pontokba szedve összegeztem:

- A primer kutatás során nyert válaszokat vizsgálva levonható az a következtetés, hogy a megkérdezett interjúalanyok, valamint a kérdőívet kitöltők a belvárosi kiskocsmákba, romkocsmákba, valamint a belvárosi exkluzív szórakozóhelyekre, diszkókba szeretnek főleg járni.
- A megkérdezettek a szórakozást, mint fogalmat főként a barátokkal azonosítják, valamint velük is élik meg. Amíg a kvalitatív kutatás során a barátok, a zene, addig a kvantitás kutatás során lazulás is hozzátartozik a szórakozáshoz.
- A kutatásokban megkérdezett fiatalok szinte egyöntetűen a barátaikkal szeretnek eljárni szórakozni, kikapcsolódni.
- A szórakozás gyakorisága a két kutatásban eltérő eredményt mutat. Míg a kvalitatív kutatásban a megkérdezettek sűrűbben, heti rendszerességgel járnak el szórakozni, addig a kvantitatív kutatásban részvevők ritkábban, két hetente vagy annál ritkábban.
- A kutatások alkalmával a megkérdezettek túlnyomó része a Budapest Parkot választotta, mint legkedveltebb szórakozóhely. Emellett mind a kvalitatív kutatásban, mind a kvantitatív kutatásban az Ötkertet is szép számmal választották. A kvalitatív kutatás során az agglomerációban élők a budapesti szórakozóhelyek mellett kisebb, a lakóhelyük közelében lévő helyeket is szívesen látogatnak.
- A szórakozást, kikapcsolódást befolyásoló tényezők közül az ár, valamint a megközelíthetőség szempontok a legfontosabbak a kvalitatív kutatásban résztvevők szerint. Ez szintén megegyezik a kvantitatív kutatás eredményével, ahol a kérdőívet kitöltőknek arra kellett válasza adniuk mi alapján választják ki a legmegfelelőbb szórakozóhelyet. Itt is az ár, valamint a megközelíthetőség végzett az első helyeken.

A fiatalok fogyasztói magatartását vizsgálva kvantitatív adatgyűjtés során szintén több kérdésre megközelítőleg hasonló válaszok érkeztek, mint a kvalitatív kutatás során feltett ugyanazon kérdésekre. Ezek a következők:

- Míg a kvalitatív kutatás során a megkérdezettek egy-egy szórakozás alkalmával hozzávetőlegesen 10.000 forintot költenek, addig a kvantitatív kutatás során a válaszadók havonta átlagosan 10.001 és 20.000 forint között költenek.
- A jelenlegi gazdasági helyzetben az ár egy fontos szempont. Ezt a tényt a kvalitatív kutatásom során válaszadóim is megerősítették, hogy a mostani, romló gazdasági helyzetben számít, hogy egy adott szórakozóhelyen milyen árak vannak. A kvantitatív kutatás kérdőívénél válaszolók esetén pedig bizonyos szinten, de befolyásolta a szórakozásra fordítható anyagi lehetőségeit a jelenlegi helyzet.
- A szórakozások alkalmával a kvalitatív kutatásban résztvevők, valamint a kvantitatív kérdőívet kitöltők egyetértettek abban, hogy a tömegközlekedés az, amelyet ilyenkor előnyben részesítenek. Emellett nagy arányban válaszolták a személyautót is, főként a kvantitatív kérdőívet kitöltők körében.
- Elmondható, hogy az agglomerációban élők is Budapesten szeretnek a leginkább szórakozni és a fővároson belül pedig bármilyen messze hajlandóak elutazni, míg a Budapesten élő fiatalok kimondottan Budapesten szeretnek eljárni szórakozni. A kvantitatív kutatás eredményeiből pedig az látszik, hogy átlagosan 6-10 kilométer az a távolság, amelyet hajlandóak megtenni egy adott szórakozóhelyre a fiatalok.
- Mindkét kutatásban a pop, valamint az R&B zenei műfajokat választották a legtöbben. Emellett az elektronikus és hip-hop stílusok népszerűek főként a kvantitatív kutatásban résztvevők körében.

Kutatási kérdések összefoglalása

Kutatási kérdés	Eredmény
K1: Az agglomerációban élő, valamint a Budapesten élő fiatalok milyen gyakran látogatják meg a szórakozóhelyeket?	Az agglomerációban élő fiatalok átlagban 2-3 havonta, míg a Budapesten élő fiatalok 2-3 hetente látogatják átlagosan a szórakozóhelyeket.
K2: Az agglomerációban, valamint a fővárosban élő fiatalok általában mikor szoktak megérkezni egy szórakozóhelyre?	Elmondható, hogy az agglomerációban élő, illetve a Budapesten élő fiatalok is egyaránt 22 óra és 23 óra között szoktak megérkezni a szórakozóhelyekre általában.
K3: Az agglomerációban élők mennyi időt töltenek el egy szórakozóhelyen?	Mind az agglomerációban élő fiatalok 3-4 órát töltenek el átlagosan egy- egy szórakozóhelyen
K4: Mennyi időt töltenek el szórakozással a hétköznapokon a Budapesten élő fiatalok?	A Budapesten élő fiatalok átlagosan 1,5 – 2 órát töltenek szórakozással a hétköznapokon

Kutatási kérdés	Eredmény
K5: Milyen távolságra hajlandóak elmenni az agglomerációban, valamint a fővárosban élő 21 és 27 közötti fiatalok?	Míg az agglomerációban élő fiatalok több, mint 25 km-t is képesek megtenni, addig a fővárosban élők 6-10 km közötti távolságot hajlandóak megtenni átlagosan.

Javaslatok

A primer kutatás eredményei alapján megállapítható, hogy a 21 és 27 közötti fiatalok szórakozási és kikapcsolódási szokásai sok esetben hasonlóságot mutatnak. Ezt többek között a kvalitatív és kvantitatív kutatás eredményei is bizonyítják. A hasonlóság főképp annak köszönhető, hogy a Budapesten működő szórakozóhelyek egy jelentős része voltaképpen megegyező kínálattal várja az odalátogató közönséget. Másrészt ahogy például az öltözködésben, úgy a szórakozás esetében is megvannak azok a trendek, amelyeket követnek a fiatalok. Legyen ez zenei stílus vagy maga a szórakozás, mint fogalom azonosítása a lazulással, bulizással. Ennek tükrében javaslatokat fogalmaztam meg, amelyek a következők:

- Ahhoz, hogy ne csak a belvárosi kocsmák, romkocsmák, valamint az exkluzív szórakozóhelyek legyenek népszerűek, a külvárosi vagy „perem” kerületekben lévő szórakozásra alkalmas helyeket érdemes lenne az agglomerációban, illetve a külkerületekben jobban népszerűsíteni. Nagyobb közösségi médiás jelenléttel (Instagram, Facebook, Tik-Tok), intenzív reklámmal sikerülhet megszólítani egy nagyobb közönséget, akik mielőtt a belvárosba érnének, már a külvárosban szórakozásra alkalmas helyet találnának. Itt fel lehetne hívni a figyelmet arra is, hogy az eredetileg találkozási pontoknak kiválasztott helyszín, magas szolgáltatási színvonalával, értem ez alatt a kiszolgálást, és a barátságos légkört még akár további maradásra is bírhatja a vendégeket.
- Hogy több fiatal sikerüljön megszólítani a szórakozóhelyeknek, több kevésbé elterjedt zenei stílust kellene játszani a különböző helyeknek. Viszonylag kevés a rock stílusú szórakozásra alkalmas hely Budapesten, pedig a kvantitatív kutatás során a rockzenét a válaszadók 23% jelölte meg, mint kedvelt műfajt.
- A szórakozóhelyeknek szem előtt kellene tartaniuk a fiatalok társadalmi igényeit. Olyan rendezvényeket és programokat nyújtsanak számukra, amelyek a barátokkal való találkozásokat, valamint a közösségépítést még jobban elősegíti.

- Az agglomerációban lévő szórakozóhelyek vonzóbbá tétele. Ezt különböző marketingstratégiával vagy fejlesztésekkel lehetne elérni, hogy azok a fiatalok, akik az agglomerációban lévő településeken élnek, helyben is ki tudjanak kapcsolódni, szórakozni. Egy egészséges „lokálpatriotizmus” jó hatással lenne a közösségekre.
- Az árat, mint tényezőt célszerű lenne előtérbe helyezni a szórakozóhelyeknek. Mivel a jelenlegi gazdasági helyzetben lényeges, hogy mi mennyibe kerül, így olyan árpolitikával lenne érdemes kereskedni a szórakozóhelyeknek, amelyek pénztárcabarát megoldást nyújtanak a fiataloknak. Több akcióra, a mennyiségi, vagy időszakos kedvezményre, kuponokra a szűkösebb erőforrással rendelkezők nagy valószínűséggel felfigyelnének.
- Bár a szórakozó létesítmények székhelyüket változtatni nem tudják, az újonnan nyíló szórakozóhelyek esetén érdemes jól elérhető, gyorsan megközelíthető helyet választani. A forgalmas csomópontok, útszakaszok remek lehetőséget nyújtanak új szórakozóhelyek létesítésékor. A főbb útvonalakon, csomópontokban több ember fordul meg.
- Ahhoz, hogy népszerű és kedvelt szórakozóhelyet alapítson egy vállalkozás szükség van egy jól kidolgozott marketing tervre. A marketing terv az üzleti terv része, így azok a vállalkozások, akik belefognak egy szórakozóhely létesítésébe elsődlegesen egy remek üzleti tervet kell elkészíteniük. Kiket szeretnénk megszólítani hosszútávon, miben és kiben látják a jövőbeni törzsvendégeiket. Hogyan kívánják a környezet tudtára adni, hogy léteznek, és mivel tudják becsalogatni az utca emberét.

6. ÖSSZEGZÉS

Dolgozatomban főként arra a kérdésre próbáltam választ találni, hogy a 21 és 27 év közötti Budapesten, valamint az fővárosi agglomerációban élő fiatalok jellemzően milyen módon szórakoznak, illetve a szórakozóhelyek szemszögéből nézve milyen a fogyasztói magatartásuk. Ennek első lépéseként különböző szakirodalmakat, jogszabályokat, valamint internetes forrásokat gyűjtöttem össze, amelyek által a szórakozás múltjáról és jelenéről kaphattam széles képet. Az ezekből a forrásokból kinyert információkból, állítottam össze a szekunder kutatásomat.

Dolgozatom második fázisában primer kutatásokat folytattam le, mely két részből épült fel. Elsőnek kvalitatív kutatást végeztem, melyhez fókuszcsoportos interjútechnikát alkalmaztam. Két interjút folytattam le, ahol egyik esetben a Budapesten élő fiatalokat (5 fő), másik esetben pedig fővárosi agglomerációban élőket kérdeztem (6 fő). A fókuszcsoportos interjúkon belül félig strukturált interjútechnikát alkalmaztam.

A kvantitatív kutatás során, főként a fiatalok fogyasztói magatartására voltam kíváncsi a szórakozóhelyek szemszögéből. Ennél a kutatásnál már egy sokkal nagyobb elemszámra volt szükségem, hogy statisztikai, valamint matematikai számításokkal tudjak adatokhoz jutni, az elemzések vizsgálatához. A primer kutatások lefolytatásával kapott eredményeket összesítettem, majd összehasonlítottam őket a szekunder adatokkal.

Ezek az adatok több ponton hasonlóságot mutattak a primer kutatás eredményeivel, melyek az alábbiak

- Elmondható, hogy a szekunder kutatásban meghatározott szórakozóhely típusok közül a belvárosi exkluzív szórakozóhelyet kedvelik leginkább a kutatásban megkérdezett fiatalok többsége
- Az árát, mint kiválasztási szempontot a megkérdezett fiatalok jelentős hányada rangsorolja az első helyre, tehát ez számukra a legfontosabb tényező.
- A legnépszerűbb zenei stílusokat a popzene, valamint az R&B vezeti.
- A szórakozások alkalmával a megkérdezettek nagy százaléka tömegközlekedést választja, mint más közlekedési eszközt.
- Átlagosan 10.000 forint az az összeg, amelyet egy szórakozás alkalmával elköltenek a fiatalok.

Úgy vélem, hogy a célkitűzéseimre, valamint a primer kutatásokban feltett kérdésekre összességében véve sikerült választ kapnom. Mivel a témában átfogó tanulmányok ritkán

készülnek, így kutatásom jó kiindulási alap lehet esetleges diplomamunkához, illetve későbbi kutatásom során is.

IRODALOMJEGYZÉK

Szakirodalom

1. Gyulavári T. – Mitev A. Z. – Neulinger Á. – Neumann- Bódi E. –Simon J. –Szűcs K. (2017): A marketingkutatás alapjai, Akadémia Kiadó, Budapest
2. Hofmeister- Tóth Á. (2014): A fogyasztói magatartás alapjai, Akadémia Kiadó, 15. o. – 16. o.
3. Holló D. (2011): Értsünk szót! Akadémia Kiadó, Budapest
4. Jánosi Gy. (1986): A szórakozás történelmi funkcióváltozásai, Magvető Kiadó, Budapest, 19. o.
5. Józsa L. (2014): Marketingstratégia, Akadémia kiadó, Budapest
6. Juhász D. (2020): Formálódik az új bulinegyed-szabályozás, Népszava, XXI. század Média, Budapest, 147. évf. 44. sz. 4. o.
7. Komár Z. (2017): Generációelméletek, Új Köznevelés magazin, Eszterházy Károly Egyetem Oktatókutatató és Fejlesztő Intézet, Budapest, 73. évf. 8-9. sz. 14. o.
8. Kotler P. – Keller L. K. (2012): Marketingmenedzsment, Akadémia Kiadó, Budapest, 105. o. – 108. o.
9. Láng I. szerk. (2002): Környezet- És Természetvédelmi Lexikon I., Akadémiai Kiadó, Budapest, 636. o.
10. Pörös G. – Thoma L. (1982): Ifjúság és szórakozás Szöveggyűjtemény, Népművelési Propaganda Iroda, Budapest
11. Pusztai F. (2003): Magyar Értelmező Kéziszótár, Akadémia Kiadó, Budapest, 1278. o.-1279. o.
12. Szakály Z. (2017): Élelmiszermarketing, Akadémia Kiadó, Budapest
13. Szalay A. (2021): A budapesti agglomeráció városainak lakosság száma egyre csak nő, míg a főváros népessége 2015 óta csökken, Népszava, XXI. század Média, Budapest, 148. évf. 233. sz. 2. o.
14. Tari A. (2011): Z generáció, Tercium Kiadó Kft. Budapest, 18. o.
15. Töröcsik M. (2018): Fogyasztói magatartás, Akadémia Kiadó, Budapest
16. Veres Z. (2021): A szolgáltatásmarketing alapkönyve, Akadémia Kiadó, Budapest

Internetes források

17. Aurora Civil Központ
<https://www.marom.hu/aurora-civil-kozpont-kozossegi-haz> (letöltés ideje: 2022. 12. 30.)

18. Auróra
<https://auroraonline.hu/rolunk/> (letöltés ideje: 2022. 12. 30)
19. A fiatalok ötöde spórol, de már látszik az infláció kedvezőtlen hatása is
<https://www.kh.hu/csoport/sajto/-/sajtohir/a-fiatalok-otode-sporol-de-mar-latszik-az-inflacio-kedvezotlen-hatasa-is> (letöltés ideje: 2023. 01. 05.)
20. A kikapcsolódás fogalma
<http://mas-kepp.gportal.hu/gindex.php?pg=27641277> (letöltés ideje: 2022. 12. 20.)
21. Bakos N.- Brinszkyné Hidas Zs. – Pásztor L. (2007): Társadalmi, gazdasági jellemzők, Központi Statisztikai Hivatal, Budapest.
<https://www.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xftp/idoszaki/regiok/bptarsgazdjell.pdf>
(letöltés ideje: 2023. 01. 06.)
22. Baktériumok ezrei a bankjegyeken
<https://www.assist-trend.hu/webshop/post/bakteriumok-ezrei-a-bankjegyeken>
(letöltés ideje: 2023. 01. 15.)
23. Bettina (2010): West-Balkán tragédiája már 10 éves, magyarorszagom.hu
<https://www.magyarorszagom.hu/west-balkan-tragediaja-mar-10-eves.html>
(letöltés ideje: 2023. 01. 10.)
24. Dobox.co.hu
https://dobox.co.hu/?gclid=CjwKCAiAxreqBhAxEiwAfGfndKauHkhfmArxXSIP2VjI47vawRSGbC-7Ppe6sfGX83Efp4MvXJheFBoCt5QQA_vD_BwE (letöltés ideje: 2023. 01.14.)
25. Dreherzrt.hu
https://www.dreherzrt.hu/markaink_oldal/arany-aszok/ (letöltés ideje: 2023. 01. 14.)
26. Egyik EU-s országban sem drágultak olyan mértékben az élelmiszerek, mint Magyarországon
<https://www.portfolio.hu/gazdasag/20221117/egyik-eu-s-orszagban-sem-dragultak-olyan-mertekben-az-elelmiszerek-mint-magyarorszagon-579730>
(letöltés ideje: 2022. 12. 23.)
27. Electronica.hu

- https://www.electronica.hu/villamossagtan-alapfogalmak/index.php?pojem=Budapesti_agglomer%C3%A1ci%C3%B3
(letöltés ideje: 2022. 12. 12.)
28. Én vagyok Te
<https://www.a38.hu/hu/programsorozat/en-vagyok-te> (letöltés ideje: 2023. 01. 09.)
29. Érintésmentes fizetés
<https://www.mastercard.hu/hu-hu/te-es-a-mastercard/fizetesimodok/erintesmentes-fizetes.html> (letöltés ideje: 2023. 01. 15.)
30. Ezek a dolgok érdeklik leginkább a fiatalokat
<https://ifipress.hu/ezek-a-dolgok-erdeklik-leginkabb-a-mai-fiatalokat/> (letöltés: 2022. 12. 20.)
31. Garai D. (2019): Belvárosi csendrendeletek - I. rész
https://hetedhetker.blog.hu/2019/02/11/belvarosi_csendrendeletek_az_uzletek_nyitvatartasanak_korlatozasara (letöltés ideje: 2023. 01. 16)
32. Gergely Á. (2010): Generációs szakadék, Köloknet.hu
<https://www.koloknet.hu/csalad/csaladi-szerepek/generacios-szakadek/> (letöltés ideje: 2023. 01. 06.)
33. Gólya Presszó
<https://welovebudapest.com/hely/golya-presszo> (letöltés ideje: 2023. 01. 06.)
34. Gödör Klub
<https://www.facebook.com/godorklub/> (letöltés ideje: 2023. 01. 07.)
35. Grafikonok – Budapest
https://www.met.hu/eghajlat/magyarorszag_eghajlata/eghajlati_adatsorok/Budapest/grafikonok/#y_Tn20 (letöltés ideje: 2023. 01. 05.)
36. Harmath Á. P. (2016): Szórakozás a középkorban
<http://tortenelemcikkek.hu/node/92> (letöltés ideje: 2022. 12. 14.)
37. Integrált Településfejlesztési Stratégia
<https://otthonbudapesten.hu/integral-t-telepulesfejleszt-esi-strategia> (letöltés ideje: 2023. 01. 07.)
38. Járfás E. (2021): femina.hu
<https://femina.hu/utazas/kadar-korszak-szorakozohelyei/> (letöltés ideje: 2023. 01. 20.)

39. Juhász L. (2014), (főszerk.); Tanulmányok a gazdaság- és társadalomtudományok területéről
http://real.mtak.hu/30264/1/08_GaborD_e_conom_III1_u.pdf (letöltés ideje: 2023. 01. 06.)
40. Kaszás G. (2023): Óriási drágulás az éttermekben, kedves vendéglátósok, tartsatok ki!
<https://index.hu/gazdasag/2023/01/11/ettermek-turizmus-vendeglatas-mvi-kovacs-laszlo-csapody-balazs-koltsegek-energiaarak-alapanyarak/> (letöltés ideje: 2023. 01. 12.)
41. Klíma- és környezetvédelem
<https://budapest.hu/Lapok/Hivatal/Kornyezetvedelem.aspx> (letöltés ideje: 2023
42. Kosaras B. (2010): Mitől lesz cool egy szórakozóhely Budapesten, Budapest (letöltés ideje: 2022. 12. 23.)
43. KSH.hu, 2023/a Magyarország helységnévtára
https://www.ksh.hu/apps/hntr.main?p_lang=HU (letöltés ideje: 2022. 12. 24.)
44. KSH.hu, 2014 Magyarország településhálózata 1.
https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/mo_telepuleshalozata/agglomeracio.pdf (letöltés ideje: 2022. 12. 25)
45. KSH.hu, 2023/b Népeség korév és nem szerint (1980 – 2022)
https://www.ksh.hu/stadat_files/nep/hu/nep0003.html (letöltés ideje: 2022. 12. 26.)
46. KSH.hu, 2023/c Éves településstatisztikai adatok 2022-es településszerkezetben (2000- 2022)
<https://statinfo.ksh.hu/Statinfo/haViewer.jsp> (letöltés ideje: 2022. 12. 28.)
47. KSH.hu, 2023/d Főbb felsőoktatási adatok az intézmény székhely vármegyéje és régiója szerint (2001 – 2022)
https://www.ksh.hu/stadat_files/okt/hu/okt0041.html (letöltés ideje: 2022. 12. 29.)
48. KSH.hu, 2018 Budapest Gazdaság és Társadalom
<https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/pdf/budapest.pdf> (Letöltés ideje: 2022. 12. 28)
49. KSH.hu, 2023/e Egyes termékek és szolgáltatások éves fogyasztói átlagára (1995 – 2022)
https://www.ksh.hu/stadat_files/ara/hu/ara0004.html (letöltés ideje: 2022. 12. 28.)

50. Láng D. (2022): Drasztikus áremelésre vagy akár bezárára is kényszerülhetnek a szórakozóhelyek az elszállt rezsiköltségek miatt
<https://www.szeretlekmagyarorszag.hu/szempont/szorakozohely-rezsiarak-dragulas-sporolas-energiavalsag/> (letöltés ideje: 2023. 01. 20.)
51. Madambudapest.hu
<https://madambudapest.hu/> (letöltés ideje: 2023. 01. 14.)
52. Magyarország éghajlata
<https://www.metkep.hu/magyarorszag-eghajlata/#:~:text=Magyarorsz%C3%A1g%20%C3%A9ghajlata%20jellemez%C5%91%20meteorol%C3%B3giai%20%C3%A9rt%C3%A9kei%20saj%C3%A1toss%C3%A1gai.%20Magyarorsz%C3%A1g%20a%20kontinent%C3%A1lis%20mediterr%C3%A1n%20%C3%A9s%20az%20%C3%B3ce%C3%A1ni%20%C3%A9ghajlat.> (letöltés ideje: 2023. 01. 13.)
53. Panyor Á. (2003): A fogyasztói döntéseket befolyásoló tényezők
http://real.mtak.hu/78852/1/SZTE_Europai_Kihivasok_2_2003_u.pdf (letöltés ideje: 2023. 01. 03.)
54. Papp G. (2020): Motiváció fogalma
<https://pappgab.com/motivacio-fogalma/> (letöltés ideje: 2023. 02. 02.)
55. Rajczy I. (2020): Szolgáltatások, parlament.hu
https://www.parlament.hu/documents/10181/4464848/Infojegyzet_2020_11_szolgalta%C3%9Fsok.pdf/600b3c6f-cb2f-fec0-8875-00a194e6432d?t=1586414141886 (letöltés ideje: 2023. 02. 01.)
56. Reischl K. (2006): Szabadidő ismeretek, 4.o
https://unp.hu/sites/default/files/imuk/pdf/szabadidos_ismeretek_-_tematikus_vazlatok.pdf (letöltés ideje: 2023. 01. 05.)
57. Sajó D. (2020): Bezár a Keleti Blokk, a Dürer Kertnek is csak hónapjai lehetnek, Telex.hu
<https://telex.hu/kult/2020/09/26/bezar-a-keleti-blokk-a-durer-kertnek-is-csak-honapjai-lehetnek> (letöltés ideje: 2023. 01. 14.)
58. Szabó Zs. (2019): Most már Budapesten is lehet 5G-vel netezni, Napi.hu
<https://www.napi.hu/tech/vodafone-budapest-5g-internet.693560.html> (letöltés ideje: 2023. 01. 16.)
59. Szalonok és teaestélyek

- <https://tereless.hu/tea/snagy10.html> (letöltés ideje: 2022. 12. 11.)
60. Szedlák L. (2022): Durván elszabadultak az árak Magyarországon: itt az újabb áremelkedés
<https://www.agrarszektor.hu/elelmiszer/20221003/durvan-elszabadultak-az-arak-magyarorszagon-itt-az-ujabb-aremelkedes-40802> (letöltés ideje: 2023. 01. 17.)
61. Tomku Gy. (2020): Mit vásárolunk és miért? – Az attitűdök szerepe a fogyasztói döntésekben; mindsetpszichologia.hu
<https://mindsetpszichologia.hu/mit-vasarolunk-es-miert-az-attitudok-szerepe-a-fogyasztoi-dontesekben> (letöltés ideje: 2023. 01. 29.)
62. Vámos E. (2018): Dübörgő húszas évek Trianon után? Jazz és modern táncok az 1920-as évek Magyarországon
<https://ujkor.hu/content/duborgo-huszas-evек-trianon-utan-jazz-es-modern-tancok-az-1920-evек-magyarorszagon> (letöltés ideje: 2022. 12. 14.)
63. Vincze M. (2020): Apácázárda és Kádár kedvenc uszodája helyén épít óriásokat a kormány egyik kedvenc oligarchája, 24.hu
<https://24.hu/kulfold/2020/12/06/durer-kert-szent-sziv-zarda-iskola-ismeretlen-budapest-garanci-market/> (letöltés ideje: 2023. 01.15.)
64. Virág S. (2022): Komoly profitot termel a vendéglátóegységeknek a visszaváltható pohár
<https://index.hu/gazdasag/2022/07/30/visszavalthato-pohar-vendeglatoegyseg-turista-csapda-lehuzas-token-penz/> (letöltés ideje: 2023. 01. 20.)
65. Wágner G. (2021): 10 budapesti szórakozóhely az őszre I. rész, We Love Budapest
<https://welovebudapest.com/toplista/ejszakai-elet-10-budapesti-szorakozohely-az-oszre-i-resz> (letöltés ideje: 2023. 01. 10.)
66. Wágner G. (2021): 10 budapesti szórakozóhely az őszre 2. rész, We Love Budapest
<https://welovebudapest.com/toplista/ejszakai-elet-10-budapesti-szorakozohely-az-oszre-2-resz> (letöltés ideje: 2023. 01.10)
67. Wágner G. (2021): Az underground kultúra új fellegvára – A józsefvárosi Turbina Kulturális Központ, We Love Budapest
<https://welovebudapest.com/cikk/2021/11/5/ejszakai-elet-az-underground-kultura-uj-fellegvara-a-jozsefvarosi-turbina-kulturalis-kozpont> (letöltés ideje: 2023. 01. 10.)
68. 101 Klub

https://www.facebook.com/101klubofficial/?locale=hu_HU (letöltés ideje: 2023. 01. 10.)

69. 2022-ben alkalmazott üzemanyagárak

https://nav.gov.hu/ugyfeliranytu/uzemanyag/2022_uzemanyagar (letöltés ideje: 2023. 02. 12.)

Jogszabályok

70. 2005. évi LXIV. területrendezési törvény a Budapesti Agglomeráció Területrendezési Tervéről

<https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=A0500064.TV×hift=20160701&txtransferer=> (letöltés ideje: 2023. 01. 15.)

71. 1997. évi CLV. törvény (Fogyasztóvédelmi törvény)

<https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=99700155.TV&searchUrl=/gyorskereso?keyword%3Dfogyaszt%25C3%25B3v%25C3%25A9delmi%2520t%25C3%25B6rv%25C3%25A9ny%25201997> (letöltés ideje: 2023. 01. 17.)

72. 23/2011. (III. 8.) Korm. rendelet (a zenés, táncos rendezvények működésének biztonságosabbá tétele)

<https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=A1100023.KOR> (letöltés ideje: 2023. 01. 17.)

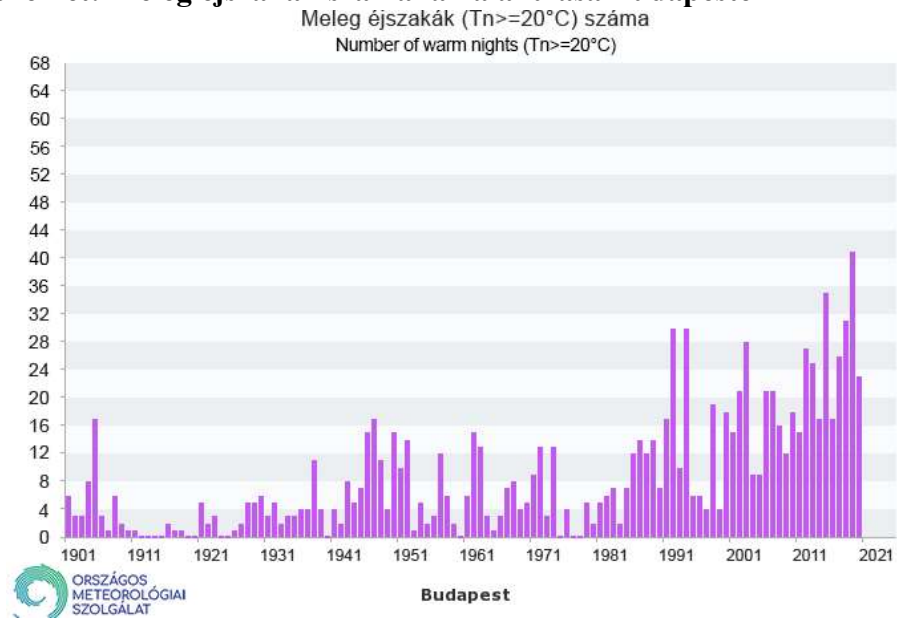
MELLÉKLETEK

1. sz. melléklet: A budapesti agglomeráció 15 legnépesebb települése

Település	Népesség (fő)
Érd	71 641
Dunakeszi	43 907
Szigetszentmiklós	40 750
Vác	32 977
Gödöllő	31 494
Budaörs	28 864
Szentendre	27 641
Gyál	24 370
Dunaharaszti	23 688
Vecsés	21 517
Göd	21 265
Fót	20 773
Veresegyház	20 634
Gyömrő	20 548
Százhalombatta	17 403

*1.sz. melléklet: A budapesti agglomeráció 15 legnépesebb települése 2022-ben.
Forrás: ksh.hu adatai alapján saját szerkesztés*

2. sz. melléklet: Meleg éjszakák számának alakulása Budapesten



2. sz. melléklet: Meleg éjszakák számának alakulása Budapesten (1901-2021 között)

Forrás: met.hu

3. sz. melléklet: fókuszcsoporthos interjúvázlat

1. Moderátor tájékoztatás

- Bemutatkozás,
- A kutatás célja, beszélgetés témájának az ismertetése: Szórakozási és kikapcsolódási szokások vizsgálatáról fogunk beszélgetni, melyet budapesti 21 és 27 év közötti fiatalokkal fogok lefolytatni. (5 személy)
- Időtartam: kb. 40-50 percet vesz igénybe
- Hallgatóság jelenléte: nincs hallgatóság a jelenlévő 5 személyen és a moderátoron kívül
- Hangfelvétel: saját elemzés céljából van szükség a felvételre és felhívom a jelenlévőknek a figyelmét, hogy az adatvédelmi törvények megfelelően fogok eljárni. A munkám befejezése után a felvételt megsemmisítem.
- Telefon lenémítása/ kikapcsolása
- Szórakozási és kikapcsolódási szokások felmérése: Ki hol/hogyan szokott kikapcsolódni? (szórakozóhely, night-club, diszkó, kocsmá, bár haverokkal/barátokkal/ismerősökkel)
- A jelenlévők szabadon kifejezhetik véleményüket a témával kapcsolatosan
- Nincsenek jó és rossz válaszok

2. Bemutatkozás

- Név
- Kor
- Nem
- Lakhely
- Foglalkozás

3. Általánosságban a szórakozásról, kikapcsolódásról

- Melyik kikapcsolódási formát választjátok a leginkább (szórakozóhely, night-club, diszkó, kocsmá, bár haverokkal/barátokkal/ismerősökkel)?
- Mi jelenti számotokra a kikapcsolódást?
- Mi jut először eszetekbe szórakozásról? Soroljatok fel 2-2 dolgot!
- Mi jut először eszetekbe a kikapcsolódásról? Soroljatok fel 2-2 dolgot!
- Fejezzétek be a mondatokat!
 - A szórakozás számomra...
 - A kikapcsolódás számomra...

4. Szórakozási, kikapcsolódási szokások

- Kikkel szerettek a leginkább szórakozni vagy kikapcsolódni?
- Melyek azok a szempontok, amelyek alapján kiválasztjátok a legmegfelelőbb szórakozóhelyet vagy kikapcsolódásra szánt helyet?
- Milyen gyakorisággal jártok szórakozni, kikapcsolódni? Hová?
- Milyen típusú szórakozóhelyre jártok szívesen? Miért?
- Van valami kedvelt szórakozóhelyetek, vagy netán kikapcsolódásra szánt helyetek? Mondjatok rá példát is, ha van ilyen! Miért kedvelt?
- Melyek azok a tényezők, amelyek a leginkább befolyásolják a szórakozást, kikapcsolódást?

- Mi a véleményetek a zsúfolt, tömött szórakozásra- és kikapcsolódásra szánt helyről?
- Milyen szolgáltatást vesztek igénybe?
- Fogyasztotok-e általában? Ha igen akkor mit?
- Számít-e a vendégkör? Miért? Miként befolyásol?
- Mennyire számít az ár/érték-élmény arány egy szórakozóhely esetén?
- Mennyire befolyásol titeket egy szórakozóhely esetén a Google-on vagy Tripadvisor-on található vélemények?
- Fontos tényező-e, hogy melyik Budapesti kerületben található az adott szórakozóhely? Miért?

5. Szórakozással, kikapcsolódással kapcsolatos fogyasztói magatartás

- Egy- egy szórakozás alkalmával mennyi az az összeg, amit elköltötök?
- A jelenlegi gazdasági helyzetben mennyire szempont az ár?
- Szórakozáshoz kapcsolódóan használtok-e multimédiás eszközöket?
 - Ha igen akkor melyek ezek?
 - Ezeket milyen gyakorisággal használjátok?
- Negatív tapasztalatok volt-e szórakozóhellyel vagy kikapcsolódásra szánt hellyel kapcsolatban? Leírnátok- e ezt a tapasztalatot?
- pozitív tapasztalatok volt-e szórakozóhellyel vagy kikapcsolódásra szánt hellyel kapcsolatban? Leírnátok-e ezt a tapasztalatot?
- Milyen közlekedési eszközt vesztek igénybe, amikor szórakozni, kikapcsolódni mentek?
- Milyen messze vagytok hajlandóak elutazni egy szórakozóhelyre?
- Számít- e hol van az adott szórakozóhely?
- Számít-e a reklám? (kupon, reklámozás, akciók, kedvezmények)
- Hogyan jellemeznétek a saját személyiségeteket?
- Mennyire fontos része az életeteknek a szórakozás?
- Mennyire fontos része az életeteknek a kikapcsolódás?

6. Befejezés

- Bármilyen, ami az interjú alatt megfogalmazódott bennetek a szórakozással kapcsolatban.

7. Moderátor

- Köszönet nyilvánítás és ajándék átadása, amely egy takarítási kupon (3 hónapig beváltható)

4. sz. melléklet: kvantitatív kutatás kérdőív

Kedves Kitöltő!

Hámori András vagyok, a Magyar- Agrár és Élettudományi Egyetem, Kereskedelem és Marketing végzős alapszakos hallgatója. Dolgozatom témája a 21 és a 27 év közötti budapesti, illetve agglomerációjában élő fiatalok szórakozási és kikapcsolódási szokásainak vizsgálatára, valamint fogyasztói magatartására vonatkozik elsősorban a szórakozóhelyek szemszögéből nézve. A kérdőív kitöltése teljesen anonim és körülbelül 8-10 percet vesz igénybe. A válaszokat kizárólag a dolgozatomhoz fogom felhasználni. Köszönöm, ha válaszaiddal segíted a munkámat!

Q1. (ÖNÉ) Az Ön életkora:

- 21 év alatti (1)
- 21 (2)
- 22 (3)
- 23 (4)
- 24 (5)
- 25 (6)
- 26 (7)
- 27 (8)
- 27 év feletti (9)

Q2. (HOLLAK) Kérem jelölje, hogy hol lakik:

- Budapest (1)
- Budapesti agglomeráció (2)
- Egyéb (3)

Q3. (MELYTEL) Ha az előző kérdésben a budapesti agglomerációt választotta, kérem, válassza ki a listából, hogy melyik településen él.

Szórakozási, kikapcsolódási szokások

Q4. (LEGSZKI) Az alábbiak közül Ön milyen típusú szórakozó-és kikapcsolódásra alkalmas helyre szokott járni? (Több választ is megjelölhet!)

- Sarki kiskocsmá, presszó, betérő (0/1)
- „Külvárosi” vagy perem kerületi kocsmá (0/1)
- Belvárosi kiskocsmá, romkocsmá (0/1)
- Belvárosi söröző (0/1)
- PUB, Sportbár (0/1)
- Belvárosi diszkó (0/1)
- Belvárosi exkluzív szórakozóhely (0/1)

Q5.(LEGSZÓKI) Kivel/Kikkel szokott legszívesebben szórakozni, kikapcsolódnival?

- Barátokkal (0/1)
- Családdal (0/1)
- Ismerősökkel (0/1)
- Munkatársakkal (0/1)
- Évfolyamtársakkal, osztálytársakkal (0/1)
- Egyedül (0/1)

Q6. (MIGYAK) Milyen gyakran látogat meg szórakozó- és kikapcsolódásra szánt helyeket?

- Hetente többször (1)
- Hetente (2)
- Két hetente (3)
- Havonta (4)
- 2-3 havonta (5)
- Fél évente (6)
- Félévnél ritkábban (7)

Q7. (MIALAP) Mi alapján választja ki az Ön számára legmegfelelőbb szórakozóhelyet? (Többet is megjelölhet!)

- Árak (0/1)
- Megközelíthetőség (0/1)
- Távolság (0/1)
- Zenei kínálat (0/1)
- Vendégkör (0/1)
- A szórakozóhely elhelyezkedése (0/1)
- Kiszolgálás színvonala (0/1)
- Internetes értékelések (0/1)
- Ismerősök ajánlása (0/1)
- Akciók (0/1)
- Barátok lakhelye (0/1)
- Személyzet kedvessége (0/1)
- Tisztaság (0/1)
- Hőmérséklet (0/1)
- Egyéb..... (0/1)

Q8. (MIKSZÓR) Általában mikor szokott megérkezni egy szórakozóhelyre?

- 20 óra előtt (1)
- 20 és 21 óra között (2)
- 21 és 22 óra között (3)
- 22 és 23 óra között (4)
- 23 és 24 óra között (5)
- 24 óra után (6)

Q9. (MENNYISZÓR) Átlagosan mennyi időt tölt el egy szórakozóhelyen?

- 1 óránál kevesebbet (1)
- 1-2 óra (2)
- 2-3 óra (3)
- 3-4 óra (4)

- 4 óránál többet (5)

Q10. (MENNYFONT) Kérem értékelje, hogy a szórakozás, kikapcsolódás esetén mennyire fontosak Önnek az alábbi megállapítások! (5- nagyon fontosnak tartom, 1- egyáltalán nem tartom fontosnak). A szórakozás legyen....

	Egyáltalán nem tartom fontosnak (1)	Többnyire nem tartom fontosnak (2)	Fontosnak tartom meg nem is (3)	Nagyjából fontosnak tartom (4)	Nagyon fontosnak tartom (5)
Pihentető, lazító (PILA)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Izgalmas, kalandos (IZKA)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Művészi élményt nyújtó (MŰÉLNŸ)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ismeretet nyújtó (ISMNY)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fizikai aktivitást igénylő (FIZAKIG)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

(A kérdéshez soronként egy válasznak kell tartoznia)

A fiatalok fogyasztói magatartásának vizsgálata

Q11. (JELSZÓR) Ön számára, mit jelent a szórakozás? (Több választ is megjelölhet, de kérem háromnál többet ne jelöljön meg!))

- lazulás a barátokkal (0/1)
- szórakozóhelyek látogatása (diszkó, exkluzív szórakozóhely) (0/1)
- házibuli (0/1)
- kocsmák, romkocsmák, bárók, pubok látogatása (0/1)
- mozi (0/1)
- színház (0/1)
- olvasás (0/1)
- zenehallgatás (0/1)
- filmnézés (0/1)
- kirándulás, túra (0/1)

Q12. (HOZMENYID) Hozzávetőleges mennyi időt tölt szórakozással a hétköznapokon?

- 1 óránál kevesebbet (1)
- 1 - 1,5 óra között (2)
- 1,5 - 2 óra között (3)
- 2 - 2,5 óra között (4)
- 2,5 - 3 óra között (5)
- 3 - 3,5 óra között (6)
- 3,5 - 4 óra között (7)
- 4 - 4,5 óra között (8)

- 4,5 óránál többet (9)

Q13. (TÖIDSZÓ) Hétvégén több időt tölt szórakozással?

- Igen többet, mint hétköznapokon (1)
- Kevesebbet, mint a hétköznapokon (2)
- Nagyjából ugyanannyit, mint a hétköznapokon (3)

Q14. (GAZDOK) Az elmúlt időszakban bekövetkezett gazdaság okozta változások mennyire befolyásolták az Ön a szórakozásra fordítható anyagi lehetőségeit? Kérem jelölje ezt 1-5ig terjedő skálán! (1- Egyáltalán nem befolyásolta, 5- Teljes mértékben befolyásolta)

	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	
Egyáltalán nem befolyásolta	○	○	○	○	○	Teljes mértékben befolyásolta

Q15. (KÖZESZK) Ön általában milyen közlekedési eszközt választ a szórakozások alkalmával az alábbiak közül? (Több választ is megjelölhet!)

- Tömegközlekedés (autó- és trolibusz, villamos, metró, hÉv, vonat, hajó) (0/1)
- Személyautó (0/1)
- Motor, robogó (0/1)
- Taxi (0/1)
- Kerékpár (0/1)
- Roller (0/1)
- Gyalogosan (0/1)
- Közösségi autó (MOL Limo, Share Now, GreenGo) (0/1)

Q16. (KILUT) Milyen távolságra hajlandó elmenni egy adott szórakozóhelyre?

- 0-5 km (1)
- 6-10 km (2)
- 11-15 km (3)
- 16- 20 km (4)
- 21-25 km (5)
- 25 km-nél többet (6)

Q17. (ZENSTIL) Melyik zenei stÍlust kedveli a szórakozóhelyeken? (Több választ is megjelölhet!)

- Avantgárd (0/1)
- Blues (0/1)
- Country (0/1)
- Elektronikus (dicso, house, IDM, Techno) (0/1)
- Népi (0/1)
- Hip-Hop (0/1)
- Jazz (0/1)
- Latin (0/1)
- Pop (0/1)
- R&B és Soul (0/1)

- Rock (0/1)
- Klasszikus zene (0/1)
- Egyéb, éspedig.... (0/1)

Q18. (MEGJELEN) A szórakozóhelyeken való megjelenése (öltözék, smink, frizura és egyéb kiegészítők) mennyiben tér el az Ön hétköznapi viseletétől? Kérem jelölje ezt 1-5-ig terjedő skálán! (1 – Egyáltalán nem tér el, 5 – Teljes mértékben eltér)

	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	
Egyáltalán nem tér el	○	○	○	○	○	Teljes mértékben eltér

Q19. (BUDSZORK) Az alábbiak közül melyik budapesti szórakozóhelyre jár el a legszívesebben? (Több választ is megjelölhet!)

- Ötkert (0/1)
- Morrison's 2 (0/1)
- Madam (0/1)
- Instant-Fogas (0/1)
- Turbina (0/1)
- Akvárium (0/1)
- A38 (0/1)
- Remix (0/1)
- Romkert (0/1)
- Budapest Park (0/1)
- Peaches and Cream (0/1)
- Füge Udvar- UdvarRom (0/1)
- Stifler Ház (0/1)
- Zsiráf (0/1)
- Black Hall (0/1)
- Dojo (0/1)
- Yellow (0/1)
- Egyéb, éspedig... (0/1)

Q20. (MENNYÖSSZ) Mennyi összeget költ átlagosan havonta szórakozásra?

- 5000 Ft-nál kevesebbet (1)
- 5001Ft - 10000 Ft között (2)
- 10001 Ft – 20000 Ft között (3)
- 20000 Ft felett (4)

Q21. (ÖNNEM) Az Ön neme:

- Férfi (1)
- Nő (2)

Q22. (ISKVÉG) Az Ön legmagasabb iskolai végzettsége:

- Általános iskola (1)
- Közéiskola (gimnázium, szakközéiskola, szakgimnázium) (2)
- Felsőoktatási Szakképzés (3)
- Főiskola/Egyetem (4)

- Alapképzés (BSC, BA) (5)
- Mesterképzés (MSC, MA) (6)
- PhD (7)

Q23. (ÖNJEL) Ön jelenleg:

- Nappali tagozaton tanul (1)
- Esti vagy levelező tagozaton tanul (2)
- Nappali tagozaton tanul és mellette dolgozik (3)
- Esti vagy levelező tagozaton tanul és mellette dolgozik (4)
- Dolgozik (5)
- Egyéb: ... (6)

Köszönöm, hogy munkájával hozzájárult Szakdolgozatom sikerességéhez!

5. sz. melléklet: adatelemzési stratégia

Témakör	Az adatok elvárt statisztikai formája	Kérdés	Mérési szint	Statisztika
Szűrőkérdések	Gyakoriság	Az Ön életkora	Nominális kérdés	Gyakoriság, relatív gyakorisága, módusz
	Gyakoriság	Kérem jelölje, hogy hol lakik	Nominális kérdés	Gyakoriság, relatív gyakorisága, módusz, Khi^2
	Gyakoriság	Ha az előző kérdésben a budapesti agglomerációt választotta, kérem, válassza ki a listából, hogy melyik településen él.	Nominális kérdés	Gyakoriság, relatív gyakorisága, módusz
T1: Szórakozási, kikapcsolódási szokások	Gyakoriság	Az alábbiak közül Ön milyen típusú szórakozó-és kikapcsolódásra alkalmas helyre szokott járni?	Nominális kérdés	Gyakoriság, relatív gyakorisága, módusz
	Gyakoriság	Kivel/Kikkel szokott legszívesebben szórakozni, kikapcsolódni?	Nominális kérdés	Gyakoriság, relatív gyakorisága, módusz
	Gyakoriság	Milyen gyakran látogat meg szórakozó- és kikapcsolódásra szánt helyeket?	Nominális kérdés	Gyakoriság, relatív gyakorisága, módusz
	Gyakoriság	Mi alapján választja ki az Ön számára legmegfelelőbb szórakozóhelyet?	Nominális kérdés	Gyakoriság, relatív gyakorisága, módusz
	Gyakoriság	Általában mikor szokott megérkezni egy szórakozóhelyre?	Nominális kérdés	Gyakoriság, relatív gyakorisága, módusz
	Gyakoriság	Átlagosan mennyi időt tölt el egy szórakozóhelyen?	Nominális kérdés	Gyakoriság, relatív gyakorisága, módusz
	Átlag	Kérem értékelje, hogy a szórakozás, kikapcsolódás esetén mennyire fontosak Önnek az alábbi megállapítások!	Intervallum kérdés	Átlag, szórás, relatív szórás

Témakör	Az adatok elvárt statisztikai formája	Kérdés	Mérési szint	Statisztika
T2: A fiatalok fogyasztói magatartásának vizsgálata	Gyakoriság	Ön számára, mit jelent a szórakozás?	Nominális kérdés	Gyakoriság, relatív gyakorisága, módusz
	Gyakoriság	Hozzávetőleges mennyi időt tölt szórakozással a hétköznapokon?	Nominális kérdés	Gyakoriság, relatív gyakorisága, módusz, $K\chi^2$
	Gyakoriság	Hétvégén több időt tölt szórakozással?	Nominális kérdés	Gyakoriság, relatív gyakorisága, módusz
	Átlag	Az elmúlt időszakban bekövetkezett gazdaság okozta változások mennyire befolyásolták az Ön a szórakozásra fordítható anyagi lehetőségeit?	Intervallum kérdés	Átlag, szórás, relatív szórás
	Gyakoriság	Ön általában milyen közlekedési eszközt választ a szórakozások alkalmával az alábbiak közül?	Nominális kérdés	Gyakoriság, relatív gyakorisága, módusz
	Gyakoriság	Milyen távolságra hajlandó elmenni egy adott szórakozóhelyre?	Nominális kérdés	Gyakoriság, relatív gyakorisága, módusz, $K\chi^2$
	Gyakoriság	Melyik zenei stílust kedveli a szórakozóhelyeken?	Nominális kérdés	Gyakoriság, relatív gyakorisága, módusz
	Átlag	A szórakozóhelyeken való megjelenése (öltözék, smink, frizura és egyéb kiegészítők) mennyiben tér el az Ön hétköznapi viseletétől?	Intervallum kérdés	Átlag, szórás, relatív szórás
	Gyakoriság	Az alábbiak közül melyik budapesti szórakozóhelyre jár el a legszívesebben?	Nominális kérdés	Gyakoriság, relatív gyakorisága, módusz
	Gyakoriság	Mennyi összeget költ átlagosan havonta szórakozásra?	Nominális kérdés	Gyakoriság, relatív gyakorisága, módusz, $K\chi^2$

Témakör	Az adatok elvárt statisztikai formája	Kérdés	Mérési szint	Statisztika
T3: Demográfiai kérdések	Gyakoriság	Az Ön neme:	Nominális kérdés	Gyakoriság, relatív gyakorisága, módusz, Khi^2
	Gyakoriság	Az Ön legmagasabb iskolai végzettsége	Nominális kérdés	Gyakoriság, relatív gyakorisága, módusz
	Gyakoriság	Ön jelenleg:	Nominális kérdés	Gyakoriság, relatív gyakorisága, módusz

6. sz. melléklet: táblázatok jegyzéke

1. táblázat: Q10. kérdés számítások	74
---	----

7. sz. melléklet: ábrák jegyzéke

1. ábra: A budapesti agglomeráció települései és szektorai	10
2. ábra: Budapesti szórakozóhelyek és alternatív lehetőséget nyújtó létesítmények	20
3. ábra: Budapest főbb tömegközlekedési vonalai	21
4. ábra: Fogyasztói magatartás alapmodellje	22
5. ábra: Bruttó hozzáadott érték megoszlás nemzetgazdasági ágcsoportok szerint (%) 2016-ban .	28
6. ábra: Egy főre jutó GDP értéke 2016-ban	29
7. ábra: Vendéglátóhelyek számának változása 2019-hez képest	30
8. ábra: A jéghegy: a látható és láthatatlan kultúra (2011).....	33
9. ábra: 1. fókuszcsoport ülésrend	41
10. ábra: 2. fókuszcsoportos ülésrend	41
11. ábra: Életkor megoszlás	68
12. ábra: Lakóhely.....	68
13. ábra: Szórakozóhely típusok	69
14. ábra: Kivel/kikkel szokott a legszívesebben szórakozni, kikapcsolódni?	70
15. ábra: Milyen gyakran látogat meg szórakozóhelyeket?	70
16. ábra: Mi alapján választja ki a legmegfelelőbb szórakozóhelyet?	72
17. ábra: Általában mikor szokott megérkezni egy szórakozóhelyre?	73
18. ábra: Átlagosan mennyi időt tölt el egy szórakozóhelyen?	73
19. ábra: A szórakozás legyen.....	74
20. ábra: Az Ön számára mit jelent a szórakozás?	75
21. ábra:Hozzávetőlegesen mennyi időt tölt szórakozással a hétköznapiakon?.....	76
22. ábra: Hétvégén több időt tölt szórakozással?	76
23. ábra: A gazdaság okozta változások mennyire befolyásolták a szórakozásra fordítható anyagi lehetőségeket.	77
24. ábra: Milyen közlekedési eszközt választ a szórakozások alkalmával az alábbiak közül?	78
25. ábra: Milyen távolságra hajlandó elmenni egy adott szórakozóhelyre?.....	78
26. ábra: Milyen zenei stílust kedvel a szórakozóhelyeken?.....	79
27. ábra: Az alábbiak közül melyik budapesti szórakozóhelyre jár el a legszívesebben?.....	80
28. ábra: Mennyi összeget költ átlagosan havonta szórakozásra?.....	81
29. ábra: Nemek aránya.....	81
30. ábra: Iskolai végzettség	82
31. ábra: Foglalkozás	82

FÜGGELÉKEK

1. sz. függelék: hallgatói és konzulensi nyilatkozat

NYILATKOZAT

Alulírott Hámori András, a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem, Szent István Campus, Kereskedelem és Marketing alapszak nappali/levelező* tagozat végzős hallgatója nyilatkozom, hogy a dolgozat saját munkám, melynek elkészítése során a felhasznált irodalmat korrekt módon, a jogi és etikai szabályok betartásával kezeltem. Hozzájárulok ahhoz, hogy Szakdolgozatom egyoldalas összefoglalója felkerüljön az Egyetem honlapjára és hogy a digitális verzióban (pdf formátumban) leadott dolgozatom elérhető legyen a témát vezető Tanszéken/Intézetben, illetve az Egyetem központi nyilvántartásában, a jogi és etikai szabályok teljes körű betartása mellett. A dolgozat állam- vagy szolgálati titkot tartalmaz: igen nem*

Kelt: 2023 év november hó 12. nap

Hámori András

Hallgató

NYILATKOZAT

A dolgozat készítőjének konzulense nyilatkozom arról, hogy a Szakdolgozatot áttekintettem, a hallgatót az irodalmi források korrekt kezelésének követelményeiről, jogi és etikai szabályairól tájékoztattam.

A Szakdolgozatot záróvizsgán történő védelemre javaslom / nem javaslom*.

A dolgozat állam- vagy szolgálati titkot tartalmaz: igen nem*

Kelt: 2023. év november hó 12. nap

Belső konzulens

Belső konzulens

*Kérjük a megfelelőt aláhúzni!

2. sz. függelék: hozzáférésről és eredetiségről szóló nyilatkozat

NYILATKOZAT

a szakdolgozatnyilvános hozzáféréseről és eredetiségéről

A hallgató neve: Hámori András
A Hallgató Neptun kódja: CEJZ9W
A dolgozat címe: A Budapest, valamint a főváros környéki fiatalok (21 - 27 évesek) szórakozási és kikapcsolódási szokásainak vizsgálata
A megjelenés éve: 2023
A konzulens intézetének neve: Agrár- és Élelmiszergazdasági Intézet
A konzulens tanszékének a neve: Agrárlogisztika, Kereskedelem és Marketing Tanszék

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

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

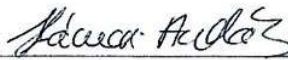
A leadott dolgozat, mely PDF dokumentum, szerkesztését nem, megtekintését és nyomtatását engedélyezem.

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

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

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

Kelt: 2023 év november hó 6. nap


Hallgató aláírása

3. sz. függelék: tartalmi kivonat – absztrakt

A DIPLOMADOLGOZAT TARTALMI KIVONATA

A Budapest, valamint a főváros környéki fiatalok (21 -27 évesek) szórakozási és kikapcsolódási szokásainak vizsgálata

Hámori András

Kereskedelem és marketing alapszak, nappali tagozat

Agrár- és Élelmiszergazdasági Intézet, Agrárlogisztika, Kereskedelem és Marketing Tanszék

Belső témavezető: Urbánné Treutz Ágnes, Egyetemi tanársegéd, Agrár- és Élelmiszergazdasági Intézet, Agrárlogisztika, Kereskedelem és Marketing Tanszék

A dolgozat alapkérdése, hogy miként szórakoznak, kapcsolódnak ki a 21 és a 27 év közötti fiatalok, mindezt a szórakozóhelyek tükrében. Másrészt arra a kérdésre is keresi a választ, milyen módon viselkednek a Budapesten és agglomerációjában élő fiatalok a szórakozóhelyeken. A kutatás továbbá a fiatalok fogyasztói magatartásába is szeretne jobban betekintést nyerni (anyagi lehetőségek, öltözködés, viselkedéskultúra, alkoholfogyasztás, zenei ízlés, szórakozás gyakorisága).

A felsorolt tényezők alapján kerültek megfogalmazásra a célkitűzések, melyek a dolgozat főbb fejezeteihez kapcsolódnak (szekunder kutatás, kvalitatív- és kvantitatív kutatás). A célkitűzések rövid ismertetőt adnak az adott rész tartalmából melyek a következők:

- C1: A szórakozás múltjának és jelenének megismerése, tanulmányozása
- C2: A 21 és a 27 év közötti fiatalokra jellemző szórakozási szokások vizsgálata Budapesten, valamint a vonzáskörzetben
- C3: A fiatalok fogyasztói magatartásának vizsgálata a szórakozóhelyek szemszögéből

A kutatás első fázisa a szekunder kutatás, mely a már elérhető, főként nyilvános adatokra támaszkodik. Az itt kigyűjtött adatokból áll össze az első célkitűzésben meghatározott, azaz a szórakozás múltjának és jelenének a megismerése, tanulmányozása.

Dolgozat következő eleme az anyag és módszertan fejezet, ahol a primer kutatások módszerei kerültek bemutatásra. Ezután kvalitatív, majd ezt követően kvantitatív kutatás következett. A kvalitatív kutatáson belül fókuszcsoportos interjú módszer, azon belül is félig

strukturált interjúvázlat típussal készültek el az interjúk. A primer kutatás második összetevője a kvantitatív kutatás volt, ahol önkényes mintavételi módszer került alkalmazásra. Itt internetes megkérdezés formájában standardizált kérdőív készült. Az így lefolytatott kutatások által jutott el a dolgozat a feltett alapkérdések megválaszolása szakaszba, vagyis miként szórakoznak, kapcsolódnak ki a 21 és 27 év közötti fiatalok, illetve mi jellemző a fogyasztói magatartásukra.

A kutatások lefolytatása után az eredmények elemzése, valamint értékelése szakasszal zárult a dolgozat fő fejezete. Az itt született eredmények pedig röviden összegzésre kerültek. Elmondható, hogy a fiatalok a barátaikkal szeretnek a leginkább szórakozni, főként Budapest belvárosi diszkóiban, exkluzív szórakozóhelyein. Legnépszerűbb szórakozóhelyek között a Budapest Park, a Morrison's, valamint az Ötkert végzett az élen. A szórakozások alkalmával leginkább a tömegközlekedést választják a megkérdezettek, míg legfontosabb kiválasztási szempontnak az árat mondták.