

SZAKDOLGOZAT

HEUSCHMIDT ANNA KAROLINA

Turizmus Vendéglátás Bsc

Budai Campus

2023



Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem

Budai Campus

Turizmus Vendéglátás Szak

**Turisztikai rendezvények szervezése, értékelése, hatásai és a
budapesti Oktoberfest több szempontú vizsgálata**

Konzulens: Dr. Molnár Csilla

Készítette: Heuschmidt Anna Karolina

IZYDFI

Nappali tagozat

Intézet/Tanszék:

Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet

Fenntartható Turizmus tanszék

Budai Campus

2023

Tartalomjegyzék

1	Bevezetés.....	2
2	Szakirodalmi áttekintés.....	4
2.1	<i>A turizmus rendszere és trendjei.....</i>	4
2.2	<i>Rendezvények a turizmus rendszerében.....</i>	7
2.2.1	<i>A rendezvény fogalma és a rendezvények csoportosítása.....</i>	8
2.2.2	<i>A rendezvények hatásai.....</i>	10
2.2.3	<i>A rendezvényszervezés folyamata.....</i>	11
2.3	<i>A gasztronómia és a gasztronómiai rendezvények.....</i>	12
2.3.1	<i>Sörfesztiválok.....</i>	13
3	Anyag és módszer.....	16
3.1.	<i>A vizsgálat tárgya.....</i>	16
3.2	<i>Kutatási kérdések és hipotézisek.....</i>	16
3.3.	<i>Alkalmazott kutatási módszerek és a kutatás körülményei.....</i>	16
3.4.	<i>A vizsgálati minta bemutatása.....</i>	18
4	Eredmények.....	21
4.1	<i>Kérdőíves megkérdezés eredményei.....</i>	21
4.2	<i>Mélyinterjún elhangzottak eredményei.....</i>	29
5	Következtetések és javaslatok.....	32
6	Összefoglalás.....	34
Hivatkozások.....		36
	<i>Online Források.....</i>	37
	<i>Ábrák és táblázatok jegyzéke.....</i>	39
Mellékletek.....		40
	<i>1.számú melléklet.....</i>	40
	<i>2.számú melléklet.....</i>	45
Függelékek.....		46
	<i>1. számú függelék- Hallgatói és konzulensi nyilatkozat.....</i>	46
	<i>2. számú függelék- Tartalmi kivonat.....</i>	48

1 Bevezetés

A turizmus és a rendezvények szervezése is több évezredes múltra tekintenek vissza. Ahogy a szabadidős utazások, úgy a rendezvények is nagy utat tettek meg napjainkig, hogy elfoglalják helyüket a mindennapjainkban. Az utazások, mint ahogy a rendezvényeken való részvétel is a mindennapokból való kiszakadást jelentik. A résztvevők számára a kínálat által megszerezhető élményen van a hangsúly. Kapcsolódhat a szabadidő tartalmas eltöltéséhez vagy akár a hivatásturizmushoz is. A rendezvények nem csak a benne résztvevők számára fontosak, de az érintett vállalkozások és a fogadóterületek szempontjából is számos pozitív hatással bírnak. Közvetlen és közvetett bevételeket és munkahelyeket teremtenek, segíthetnek a kereslet ingadozásának enyhítésében, hozzájárulnak a település fejlődéséhez, az ismertség és imázs kialakításában, illetve multiplikátor hatásaiknak köszönhetően az egész gazdaságra pozitív hatással lehetnek. A rendezvények célját, jellegét, időtartamát, hatókörét, témáját tekintve széles a paletta. A középpontban többek között állhatnak a kultúra és a művészetek, a társadalmi kérdések, a vallás vagy a politika és a sport is. Nem ritkák az úgynevezett komplex rendezvény kategóriába sorolt események sem, amelyek több témakört ölelnek fel és egyszerre több célt is szolgálnak. Európa nagy részén a gasztronómiai turizmus iránti érdeklődés növekedése és a megosztott gazdaság állnak a jelenlegi trendek centrumában. Magyarország is elsősorban a könnyűzenei és gasztronómiai eseményeiről, fesztiváljairól ismert. Gasztro- és gasztrokulturális fesztiváljaink segítenek nemcsak hagyományaink megőrzésében és megismertetésében, de elősegítik a megújulást is. Ahhoz, hogy egy rendezvény a hivatkozott pozitív hatásokat elérje és a lehető legkevesebb negatív hatással legyen a környezetre összehangolt, profi szervezésre és lebonyolításra van szükség. Ismerni kell a turizmus piacának működését, szereplőit, trendjeit és hatásait egyaránt.

Szakedolgozatomban mindezek bemutatására törekszem a gasztronómiai fesztiválok témám középpontjába helyezve, az immár hazánkban is hagyományosnak tekinthető Oktoberfest esettanulmányát bemutatva.

Az ötletem onnan származik, hogy volt alkalmam részt venni több sörfesztiválon is, melyek közül számomra ez a rendezvény volt a legérdekesebb. Egy úgynevezett adaptált rendezvényről van szó, hiszen azt a Németországban minden évben megrendezendő müncheni Oktoberfestről mintázták. Ennek hatására döntöttem úgy, hogy elemzem, mennyire tudták rekonstruálni itthoni adottságokkal a külföldi sörfesztivált. Olyan lehetőségeket vagy akár meglátásokat is szeretnék a dolgozatomba felvetni, amivel akár erősíteni vagy jobbá lehetne tenni a rendezvényt. Azt remélem, hogy a két fesztivált összehasonlítva rávilágíthatok, hogy milyen fejlesztések

lennének szükségesek ahhoz, hogy a budapesti Oktoberfest a legkiemelkedőbb gasztronómiai fesztiváljainak egyike lehessen.

A témához kapcsolódó szakirodalmak megismerésére és saját tapasztalatomra alapozva fogalmaztam meg hipotéziseimet, melyek igazolására primer kutatást végeztem a kérdőíves megkérdezés és az interjú módszerét alkalmazva.

2 Szakirodalmi áttekintés

A szakdolgozatom elkészítéséhez kapcsolódó kutatómunkát a témához kapcsolódó szakirodalmak és egyéb források összegyűjtésével, megismerésével és feldolgozásával kezdtem. A turizmus rendszeréhez és trendjeihez kapcsolódó szakirodalmak közül elsősorban Lengyel (2004), Michalkó (2007, 2011), Irimiás – Jászberényi – Michalkó (2019) munkái voltak segítségemre, míg a rendezvényszervezés vonatkozásában Gyarmati (2001), Raffai (2005), Allen, J. (2010), Köves (2016) Molnár (2019) és Bugóczi (2016) témához kapcsolódó publikációit ismertem meg és dolgoztam fel. Természetesen számos internetes forrás is a rendelkezésemre állt, köztük nemcsak a kutatás középpontjába álló rendezvények, de a Magyarországi Rendezvényszervezők és –szolgáltatók szövetségének, valamint a Magyar Fesztiválszövetség honlapjai is. A kutatásomban és a szakdolgozatom középpontjában álló rendezvényszervezésre vonatkozó forrásaim Jászberényi – Zátori– Ásványi (2016), Molnár (2017), Szabó (2014) és Göttlicher, A. (2022) munkái voltak. A fenntarthatóság a turizmusban és a rendezvénypiacon is igen fontos szerepet tölt be, ehhez kapcsolódóan elsősorban internetes forrásokat, illetve Jászberényi – Boros – Miskolczi (2022), Ásványi (2022) és Papp (2017) publikációit ismertem meg, míg a marketinghez kapcsolódó szakirodalmak közül Deli-Gray – Árva (2016) és Horváth – Bauer (2016) munkái segítettek a kutatáshoz kapcsolódó elméleti háttér megismerését.

2.1 A turizmus rendszere és trendjei

A turizmust többféle megközelítésben értelmezhetjük: a turista szemszögéből egy utazás az élmények, a „más” keresése, a vállalkozói szféra számára a profittermelés lehetőségét jelenti, míg a fogadóterületek (turisztikai desztinációk) számára egy olyan tevékenységet jelent, ami gazdasági előnyökhöz juttatja a területet, alkalmas a népesség megtartására és egyben fontos területfejlesztési eszköz is. A fogadóterület lakossága szemszögéből vizsgálva a jelenséget, az egyrészt munkahelyeket teremt, megélhetést és jövedelmet biztosít, ezáltal életminőséget javító tevékenység, ám ugyanakkor zavaró tényező is lehet (lásd az overtourism által érintett területek) (Lengyel 2004, Michalkó 2011, Molnár 2018). Bár a Turisztikai Világszervezet (mai nevén UNWTO) 1989-ben a Hágai Nyilatkozatban megfogalmazott definícióját ma is sokat idézik, a minket körülvevő világ és az utazások természetének megváltozása, valamint szakdolgozatom központi témája szempontjából is Michalkó (2007 p.18) értelmezése a legelfogadhatóbb, miszerint *„a turizmus az egyén élményszerzéssel párosuló környezetváltozása, melynek során szolgáltatásokat vesz igénybe”*.

A **turizmus rendszer**ként értelmezésének egyenes következménye, hogy kölcsönható összetevőkből épül fel, amelyek léte feltételezik egymást. Tekintettel arra, hogy a turisztikai piac hatékony működését tükröző turisztikai tevékenységek elválaszthatatlanok környezetüktől, és a környezet döntően befolyásolja a folyamat minőségét, ezért a turizmust nyitott rendszernek tekintjük. Általánosságban elmondható, hogy a nyílt rendszerek lényege, hogy a környezethez való kapcsolódásuk kölcsönösen bizonyítható, sikeres működésük feltétele a harmónia. Egy turisztikai rendszer megértéséhez a lehető legpontosabban meg kell határozni annak legfontosabb összetevőit és az egyes környezeti tényezőket. A turizmus működésében a gazdaság, a társadalmi kultúra, a politika, a technológia és a természeti környezet játssza a legmeghatározóbb szerepet. A közvetítő szektort a piac szerves részének feltételezik, a környezeti tényezők is hatnak erre a részre. Így a turizmus összetett és meglehetősen érzékeny, egymásra épülő rendszerként értelmezhető. A turizmussal összefüggő jelenségek közül kiemelt jelentőséggel bír az utazók elhelyezkedésének és térbeli mobilitásának változása, amely érzékenyen reagál minden változásra. A keresleti oldal likviditás csökkenésével vagy növekedésével a kínálati oldal is változik, így az egész rendszer dinamikus. A turisztikai rendszer elemei, tényezői folyamatosan frissíthetők, bizonyos mértékig módosíthatók, a működési mechanizmusának főbb jellemzőinek megőrzése mellett (Michalkó 2011, Irimiás – Jászberényi – Michalkó 2019). A rendszer állandó változására hívja fel a figyelmet Michalkó (2016), hiszen a rendszerezés alapját képező ismeretek fokozatosan gyarapodnak, a rendszerező pedig újabb és újabb revíziókra kényszerül, egyre tökéletesebb, az aktuális tudományos világhépphez illeszkedő modelleket alkotva.

A **turizmus trendjeit**, az **utazási- és fogyasztói szokásokat** vizsgálva a szakdolgozatom központi témáját képező rendezvényszervezés kapcsán is mindenképpen kiemelendő, hogy napjaink tapasztalt és igényes utazója számára elsődlegesnek számít az **autentikus, komplex élmény** megtapasztalása, a **minőség** és a **jó ár-érték arány** (Molnár 2019).

A környezettudatos szemlélet elterjedése, továbbá a természeti-, gazdasági- és politikai környezetben történt változások a **fenntarthatóság** kérdését vetik fel. Az UNWTO 1999-ben fogadta el a Turizmus Globális Etikai Kódexét, melynek 3. alapelve a turizmust, mint a fenntartható fejlődés tényezőjét határozza meg (Csorba, 2017). A Turisztikai Világszervezet (UNWTO) és az United Nations Environment Programja a fenntartható turizmussal kapcsolatban 12 célt fogalmazott meg (Knežević, 2013), köztük a gazdasági életképesség, a helyi és közösségi jólét, a látogatók elégedettsége, a kulturális gazdagság, az erőforrás-hatékonyság és a környezeti tisztaság céljait, melyek a rendezvényszervezéshez is szorosan kapcsolódnak. Az ENSZ 2015 őszén elfogadott Fenntartható Fejlődési Célok végrehajtásáról szóló

javaslatcsomagja 169 célkitűzést fogalmaz meg a témával kapcsolatban (<https://ensz.kormany.hu/agenda-2030> Letöltve: 2023.02.26.), míg a fenntartható fejlődés alapidokumentumának tekinthető Agenda 2030 (The 2030 Agenda for Sustainable Development) céljai egymásra épülve irányulnak a gazdasági-, és társadalmi problémák megoldására irányulnak hangsúlyozva a kormányok, a magánszektor, a civil társadalom és az egyének felelősségét (<https://ensz.kormany.hu/agenda-2030> Letöltve: 2023.02.26.) A fenntartható megközelítés fontos szempontja, hogy kulturális változást idézzon elő a társadalomban, és ezen keresztül a rendezvényiparban is. Az elmúlt években a világnak és a rendezvényszervezőknek is számos válsággal kellett szembenézni, többek között természeti katasztrófákkal, gazdasági válságokkal, társadalmi konfliktusokkal és egészségügyi válságokkal, melyek okán új kihívások jelennek meg a fenntartható rendezvényszervezés terén is, ami szemléletváltást követel (Ásványi, 2022). A szerző szerint a fenntartható rendezvényszervezés olyan reális és hosszú távú hatást generáló rendezvények megvalósítását jelenti, amelyek elősegítik azt, hogy

- a társadalmi-gazdasági hasznot igazságosan osszák el;
- folyamatos foglalkoztatás valósuljon meg, a rendezvényekből származó bevételek a helyi közösségen belül maradjanak és járuljanak hozzá a társadalmi-gazdasági egyenlőtlenségek csökkentéséhez;
- a környezeti erőforrásokat tudatosan és felelősségteljesen használják fel, ami elősegíti a rendezvények fejlesztését és lebonyolítását;
- megvédjék a természeti örökséget;
- rendezvényeket csak a helyi közösségekkel közösen fejlesszenek és valósítsanak meg.

Magyarország első „zero waste” rendezvényszervezője a High Vibes partnerei, beszállítói és megrendelői számára 7 pontból álló útmutatóban foglalta össze a fenntartható rendezvények alapkritériumait (<https://highvibes.hu/> letöltve: 2023. 03. 01.), melyben megjelenik a az öko-catering ami azt jelenti, hogy igyekeznek helyi beszállítóktól beszerezni az alapanyagokat és odafigyelnek a szezonálásra. A következő kritérium a logisztika és a karbonsemlegesség, ami azt jelenti, hogy amit a beszerzés során kitermelt károsanyag- kibocsátás enyhítésében erdőtelepítési projektben vesznek részt. Odafigyelnek a rendezvénydekorációra is, hogy minél fenntarthatóbb legyen és igyekeznek növényekkel díszíteni és visszaforgatni a körforgásba. A helyszín kiválasztásánál fontosnak tartják, hogy az ügyfelek a zöld rendezvényhelyszíneket preferálják, igyekeznek olyan szállodákat és éttermeket keresni, akik nyitottak erre az igényekre. A rendezvények után minden hulladékot szelektíven gyűjtenek és környezetbarát tisztítószerekkel takarítanak, már a tervezés folyamatában is odafigyelnek a fenntarthatóságra

ennek érdekében nem is adnak névjegykártyát, gazdálkodnak a fűtéssel és a kávézaccot is komposztálják. Igyekeznek a legtöbb emberhez eljuttatni a fenntarthatóság eszméjét és, hogy mindenki a saját környezetében próbálja meg környezettudatosabb lenni.

A KÖVET Egyesület a Fenntartható Gazdaságért 2021-ben vezette be a rendezvények minősítését a fenntarthatóságát figyelembe véve. Szempontjaihoz tartozik, hogy a szervezet a fenntartható rendezvényszervezés alapelveit ismerje és kövesse, rendelkezzen egy koordinátorral, aki felelős a környezeti és társadalmi fenntarthatóság megvalósulásáért és, hogy a környezettudatosság a rendezvényszervezés minden fázisában (előkészülettől az utómunkáig) megvalósuljon. (<https://kovet.hu/zold-rendezyeny-minosites/>, Letöltve: 2023.02.11).

A Magyar Rendezvényszervezők Szövetsége (MARESZ) 2022-ben készített piackutatásának megállapításai között szerepel, hogy a **biztonság** és a **higiénia** nagymértékben előtérbe fog kerülni a jövőbeli rendezvényeknél. A megfelelő befogadókapacitású helyszín kiválasztása is a prioritási lista elején áll. A gasztronómia, a design, a dekoráció – a felmérés szerint – háttérbe szorul majd, ugyanakkor a technikai megoldások egyre fontosabb szerepet töltenek be. (https://www.maresz.hu/uploads/documents/MaReSz_Felm%C3%A9r%C3%A9s_a_rendezy%C3%A9nyszakma_helyzet%C3%A9r%C5%91_2021.pdf Letöltve: 2023. 03. 24.)

A trendek között a rendezvénypiacot is jelentősen érinti az **információs és kommunikációs technológia (IKT)** fejlődése és alapvetővé válása az értékesítésben, a kommunikációban és a látványtechnikában is.

A megrendelők számára fontos a **rugalmasság, ami** vonatkozik a jó ár-érték arányra és a lemondhatóságra is. (MARESZ, 2021)

2.2 Rendezvények a turizmus rendszerében

A turizmus rendszerében a rendezvények meghatározó szerepet töltenek és töltenek be napjainkban is. Egy rendezvény alapját sokszor egyrészt valamilyen vonzerő (esetünkben a gasztronómia) jelenti, és szoros kapcsolatban állnak nemcsak a turizmus kínálatát biztosító elemekkel (így szállás- és vendéglátóhelyekkel).

A rendezvényturizmus valódi kialakulása hazánkban a 1960-as, 1970-es évekre tehető. Ebben az időszakban jelentek meg az első hivatalos rendezvényszervezők, akik a rendezvény lebonyolításáért feleltek. A rendszerváltás után, az 1990-es években egyre nagyobb számban jelentek meg a turisztikai események kínálatában a fesztiválok, először is kulturális tényezőként, másodrészt pedig a térségfejlesztésként szolgáltak. Jászberényi-Boros-Miskolczi (2022) szerint „A fesztiválokat hazánkban 2002 óta a Magyar Fesztivál Szövetség

fogja össze, amelynek 225 tagja volt 2021-ben, 280 fesztivál megvalósításáért felelősek”. Ma már számos turisztikai desztináció termékfejlesztésként kezeli a fesztivál koncepció létrehozását és bevezetését. A területfejlesztési cél kitűzései a helyi lakosság számára a környezet minőségének javítása, vonzó üzleti környezet kialakítása a régióban működő vállalkozások számára, az ide látogató turisták számának növelése, valamint a lakosok, a vállalkozások és a régióba érkező turisták közötti együttműködést javító intézmények hatékonyságának növelése. Ebben fontos szerepet játszanak a kulturális események, rendezvények és zenei fesztiválok. A regionális fejlesztés során a cél általában az, hogy a lakosság nagyobb hányadát célozzák meg magasabb fajlagos kiadásokkal. A tematizálás mellett a közösségi médiában való megjelenés és az ott létrehozott hatás is növelheti a látogatói élmény szintjét.

2.2.1 A rendezvény fogalma és a rendezvények csoportosítása

A rendezvény legegyszerűbb meghatározása szerint egy előre meghatározott céllal és témakörben, meghatározott helyen és időben tartott összejövétel (Gyarmati, 2001). Raffai (2005, p.3) szerint *„Egy meghatározott térben, időszakban és körben, nem üzemszerű ismétlődéssel szervezett eseménysorozat, továbbá folyamatos üzemelés keretében szervezett egyedi esemény, amelynek során emberek csoportja közös cselekvést hajt végre alkalmi, kitüntetett jelleggel.*” A Magyar Rendezvényszervezők Szövetsége (MARESZ) a fogalom értelmezésekor a rendezvényszervezéshez kapcsolódó feladatokra is kitér: *„Előre meghatározott – társadalmi, tudományos, szakmai, kulturális, sport és egyéb – célból adott helyen és időben tartott összejövettel kapcsolatos teljes körű előkészítő, szervező, összehangoló munka, mely magában foglalja az esemény megvalósításával kapcsolatos infrastruktúra (helyszín, technika, tolmácsolás, kiszolgáló egységek stb.) biztosítását, valamint a résztvevőkről való gondoskodást (szállás, étkezés, programok stb.).*” (www.maresz.hu letöltve: 2023.02.26).

A rendezvényeket különböző szempontok alapján csoportosíthatjuk, ám egy rendezvény több csoportba is beletartozhat (Alen, J. 2010, Káposzta 2011, Molnár 2019) (1. táblázat).

1. táblázat A rendezvények csoportosítása

A rendezvény célja	<ul style="list-style-type: none"> – hagyományteremtés – hagyományőrzés – ismeretség erősítése – imázs teremtés – szórakoztatás és élményszerzés – közösség építés
Jellege	<ul style="list-style-type: none"> – művészet – tudományos – társadalmi – politikai – egyházi – sport – komplex
A rendezvény eredetisége	<ul style="list-style-type: none"> – kandidált – adaptált – innovált – konvencionális
Helyszíne	<ul style="list-style-type: none"> – szabadtéri – zárt – kombinált
Időtartam	<ul style="list-style-type: none"> – néhány órá – több napos – több hetes rendezvényeket.
Periodicitás	<ul style="list-style-type: none"> – egyszeri – visszatérő – rendszeresen visszatérő
Hatókör	<ul style="list-style-type: none"> – világrendezvény – kontinenst érintő – országos – regionális – helyi
Vonzás erősség	<ul style="list-style-type: none"> – elsődleges – másodlagos

Forrás: Alen, J. (2010), Káposzta (2011), Molnár (2019), saját szerkesztés

A szakdolgozatom fókuszába helyezett esemény elsősorban a szórakoztatást és az élményszerzést szolgálja, aminek a fő középpontjában a gasztronómia (a sör) szerepel. A rendezvény helyszínét tekintve szabadtéri, ahova az odalátogatók leginkább a környező városokból érkeznek. Több napos, rendszeresen visszatérő, regionális hatókörű eseményről van

szó, mely a belföldiek számára elsődleges, míg a fővárosba látogató külföldiek számára inkább másodlagos vonzaserősségű. Adaptált rendezvény, hiszen egy másik országból átvett rendezvény, amelyet már bevezettek és kellő érdeklődés kísér, tehát érdemes Magyarországon is megszervezni.

2.2.2 A rendezvények hatásai

Jászberényi-Boros-Miskolczi (2022) felhívja a figyelmet a rendezvények környezeti, gazdasági és társadalmi hatásaira, éppen ezért a rendezvényszervezőknek a piacon figyelniük kell arra, hogy egy adott rendezvény fejlesztése és megvalósítása mindenki számára kedvező legyen és elégedettséget eredményezzen. A rendezvényekről döntő szervezőknek mérlegelniük kell a környezeti hatások mértékét és a társadalmi-gazdasági következményeket. A turizmus trendjeinél már részletesen kifejtett fenntarthatóság éppen ezért nagyon fontos.

A rendezvények pozitív hatásai között a leggyakrabban a munkahelyteremtést, a közvetlen (a rendezvény helyszínén) és közvetett (például a szállás- és vendéglátóhelyeken, közlekedésben, kereskedelemben stb.) módon generált személyi- és vállalkozói jövedelmeket, valamint központi költségvetési és önkormányzati adóbevételeket, továbbá a szervező desztináció vonatkozásában kimutatható ismertség- és imázs növelést emelik ki. A fogadóterület szempontjából fontos az is, hogy egy jól „kitalált” rendezvény addicionális kereslet generálását is lehetővé teszi, azaz olyan vendégeket is bevon, akit maga a desztináció önmagában nem tudott. A nem főszezonban rendezett események – mint például az általam vizsgált budapesti Oktoberfest – alkalmas a szezon széthúzására, vendégforgalom és bevételek generálására az elő-, utó- vagy akár holszezonban is. Természetesen felmerülhetnek negatív hatások is (úgy, mint az értékvesztés - például, hogy az idegen kultúra felülírja a helyi kultúrát -; a társadalom átalakulása vagy a helyi életminőség romlása amibe beletartozik a privát szféra veszélye; a telítettség, amikor a tömegben elveszik a hely szépsége; vagy a környezetszennyezés), de tudatos és tervezett rendezvényszervezésnél ezek a problémák kiküszöbölhetők illetve csökkenthetők (Jandala-Sándor, 2016) (Molnár, 2019).

A Formadi–Hunyadi szerzőpáros (2019) a fesztiválok pozitív hatásként megemlíti és egyben az egyik legfontosabbnak tartja az értékteremtést, a helyi település ismertségének és az ott élők az életminőségének javítását, az együttlét fontosságát. Ezzel szemben negatívumként megjelenhet a zsúfoltság, vagy a környezetszennyezés, ami a későbbiekben rossz marketingként visszaüthet nemcsak a fesztivál minőségére és megítélésére, de az annak helyt adó fogadóterületre is. Természetesen, akik a fesztiválhoz közelebb laknak erőteljesebb meglátással állnak a fesztiválhoz és hatással van az életükre, legyen az pozitív vagy negatív.

2.2.3 A rendezvényszervezés folyamata

Magát a rendezvényszervezést 4 fő szakaszra oszthatjuk fel: a tervezés, az előkészítés, a lebonyolítás és az utómunkálatok (Allen, J. 2010, Köves 2016, Molnár 2019).

1. Tervezés

Ebben a szakaszban elkezdnek konzultálni a szervezők a megrendelővel. Ez az egyik legfontosabb rész, mivel itt derül ki, hogy milyen költségvetéssel kell számolni és hogy mik lesznek a további tervek a rendezvénnyel kapcsolatban. A megrendelő feladatai közé tartozik, hogy meghatározza a helyszínnel kapcsolatos elvárásokat a célcsoportokat és a témát. A szervező feladata ebben a szakaszban, hogy információkat gyűjtsön össze a jövőbeli tervekről, elsősorban arról, hogy milyen elképzelései van a megrendelőnek a célcsoporttal (korosztály, érdeklődési kör, fizetőképesség, lakóhely stb.), a szolgáltatásokkal (például szállás, étkezés, közlekedés stb.), a helyszínnel és a programokkal kapcsolatban. A rendezvény költségvetésének egyeztetése és véglegesítése is ebben a szakaszban történik. A szervezőnek ezen információk után össze kell állítani egy olyan anyagot, ami a későbbiekben a rendezvény elkészítésére szolgál.

2. Előkészítés

Az előkészítésnél, az egyik legfontosabb feladat a helyszín bejárása. Ez különösen fontos, ha a szervező ajánlotta a megrendelőnek a helyszínt, mivel meg kell bizonyosodni arról, hogy az megfelelő lesz-e. A rendezvény szervezésének és a lebonyolításának a forgatókönyve is ekkor készül. A forgatókönyvnek 3 nagy fejezete van: a rendezvény előtti-, alatti- illetve utáni munkálatok. Itt kell megfogalmazni minden olyan feladatot, amit tudni kell a szervezéssel kapcsolatban. A forgatókönyv megírásánál, fontos, hogy könnyen átlátható és teljesíthető legyen. Minden feladatot és részfeladatot ki kell osztani a megfelelő ember(ek)re (felelős és közreműködők) és azokhoz határidőket kell rendelni. Oda kell figyelni a részletekre, mivel a legkisebb problémából is nagy baj lehet. Fel kell készülni az esetleges csúszásokra ezért az időpontokat úgy kell, beütemezni, hogy a csúszás ellenére is a rendezvény időben eltudjon kezdődni. A költségvetés tartása az előkészítés során fontos feladat mindkét részből.

3. Lebonyolítás

A rendezvény kezdete a rendezvényszervező szemszögéből a helyszín berendezésével kezdődik és addig tart, amíg vannak vendégek a helyszínen, illetve a bontás megtörténik, a helyszínt mindenki elhagyja. Belső, illetve külső munkatársak is részt vesznek a lebonyolításban. Többek között a színpad és standok építése (ha van), bútorok és technikai berendezések beszállítása és kikészítése, dekorálás, végső soron a vendégek fogadására való felkészülés történik. A rendezvényszervezőnek minden apró részletre oda kell figyelni, mivel, ha bármi történik a rendezvény alatt az az ő felelőssége. Ennek megelőzésére lehet egy technikai próbát is tartani, hogy biztosan minden a megfelelő időben és helyen legyen. A rendezvény valójában akkor kezdődik meg mikor az első vendég megérkezik és az utolsó vendég távozásáig tart. Mivel az esemény a vendégekért van ezért mindent meg kell tenni annak érdekében, hogy a lehető legjobban érezzék magukat. Miután a rendezvénynek vége van, megkezdődik a bontása és a helyszín visszaadása a felelős vezetőnek.

4. Utómunkálatok

Egy rendezvény utómunkálatai közé tartoznak a pénzügyi elszámolások, a számlázás, az utókalkulációk, a rendezvény utáni értékelés, az esetleges reklamációk elrendezése. Ha esetlegesen volt külön megrendelés/kérés, akkor például az ajándékok, köszönőlevelek kiküldése is ide tartozik.

2.3 A gasztronómia és a gasztronómiai rendezvények

Szabó (2014) szerint a gasztronómia az egyik meghatározó része a „magyar élménynek”. A gasztroturizmus célcsoportja korosztálytól is független, szegmentumait adják a városokba élők, esetükben a vidéki környezet iránti igény szerves része a motivációnak. Ezen túlmenően a vidéki környezetben élők, mint a hagyományok őrzői is kíváncsiak a vidéki gasztronómiai attrakciókra. A nemzeti gasztronómia piacképességének növelését célzó eszközei közé tartoznak a gasztronómiai rendezvények, mint a legjellemzőbb turisztikai termékek. A gasztronómiai termék elemek, mint a folklórral és a vidékiség sokszínűségével összekapcsolva egyedi terméké válhatnak. A gasztroturisztikai választék a gasztronómia rendezvényekre, a gasztronómiai múzeumok és a tematikus utak láttnivalóira csoportosítja. A gasztroturisztikai rendezvények csoportosítása a diverzifikációt jól mutatja:

1. Magyaros ételekhez, italokhoz kapcsolódó rendezvények:
 - egy étel több változatban elkészítését célozva
 - egy alapanyagon alapulva, több módszerrel
 - egy módszert több alapanyagon alkalmazva
2. Neves napokhoz kapcsolódó rendezvények
3. Tájjellegű gasztronómia rendezvényei
4. A hungarikum múltjához kapcsolódó rendezvények
5. Szakmai jellegű rendezvények

Napjainkban a gasztronómiai turizmus fejlesztése érdekében a desztinációs marketing szervezetek aktívan keresik a lehetőségeket arra, hogy az ételekkel és italokkal kapcsolatos üzeneteket promóciós tevékenységeik és rendezvényeik középpontjába helyezték. A szakirodalom szerint a gasztronómiai fesztiválok gyakran igen sikeres márkaépítési eszközök ezen a területen. A legújabb kutatások azt is kimutatták, hogy a gasztronómiai események fontos szerepet játszanak az élelmiszerközpontú város vagy régió imázsának kialakításában és a rendszeres látogató vonzásban. Kiemelt példaként hozható fel a müncheni Oktoberfest, amelynek neve nemcsak egybeforr a város nevével, de rekordszámú, 6 milliót is meghaladó látogatótömeget vonz évről évre. A kiállításokhoz és kongresszusokhoz hasonlóan a versenyek is fontos szerepet töltenek be a gasztronómia fejlődésének folyamatában (Jászberényi–Boros–Miskolczi, 2022).

2.3.1 Sörfesztiválok

A sörfesztiválok a gasztronómiai rendezvények egyik speciális ünnepe. A fesztivál középpontjában a finomabbnál finomabb sörökön kívül, számos étellel, attrakciókkal, koncertekkel várnak minket a rendezők. A leghíresebb sörfesztivál a müncheni, de Európa számos területén rendeznek már hozzá „hasonló” rendezvényeket. Ez a speciális ünnep, abban is eltér a többitől, hogy nem csupán egy korosztályt akar megfogni, hanem 18 éves kortól a nyugdíjasokig szinte az összes korosztály képviselteti magát a fesztiválon. A sörfesztiválok célja, hogy az emberekkel új söröket ismertessenek meg, legyen az kézműves sör vagy valamilyen ízesített. A szürke hétköznapiokból kilépve összehozzák a családokat egy kulturális gasztronómiai rendezvény keretében (Szabó, 2014)

A sörturizmus is feltörekvő piacnak tekinthető. Ez olyan utazásokat jelent, amelyek során a turisták fő motivációját a sörfőzdék, sörfesztiválok vagy sörbemutatók látogatása jelenti, így megtapasztalhatják a sörfőzés folyamatát és a sörök kóstolását. Európán belül

Csehország, Németország, Belgium, Nagy-Britannia, számítanak kiemelkedő úti célként a sörturisták számára, azonban Kanadában és az Egyesült Államokban is egyre több sörturisztikai attrakcióval találkozhatunk. A sörturistákat nem a sörivás mennyisége motiválja, hanem a sör és a sörfőzdék egyedisége, egyénisége. Ebből adódóan a szolgáltatóknak a sörkínálatuk egyedi jellegére szükséges összpontosítaniuk.

A sörfesztiválok között az egyik legismertebb a szakdolgozatom szempontjából is legfontosabb **Müncheni Oktoberfest**, melyet 2022-ben 187. alkalommal rendeztek meg.

Ebben az évben visszaesett a látogatók száma a járvány előtti időszakhoz képest, ezzel szemben a visszaesés elsősorban az időjárásnak tudható be a fesztivál vezetősége szerint. Pozitívumként tudható be, hogy mivel a tömeg nem volt olyan nagy, mint az elmúlt években ennek köszönhetően a légkör is nyugalmasabb volt és nem volt tapasztalható semmiféle bűncselekmény a fesztivál ideje alatt. Ennek érdekében, a sörfogyasztás is csökkent mintegy 15%-kal, ennek köszönhető, hogy a söroket az elmúlt években drágábban is adták, mint az a járvány időszak előtti időkben. Az időjárástól és a magas sör áraktól eltekintve a hangulat a 2022-es évben is kifogástalan volt. Mintegy 5,7 millió ember látogatott el a világ egyik leghíresebb sörfesztiváljára. Különböző területekről érkeztek látogatók, de a legtöbben Angliából és az USA-ból érkeztek. Amit még érdemes megjegyezni, hogy nem csak az emberek száma, de a sörfogyasztás is meghaladja az 5 millió korsót, több mint 5,6 millió liter korsó fogyott, kevesebb mint a 2019-es évben amikor ugyanis 7,3millió liter sör fogyott el a fesztivál teljes ideje alatt, de ahhoz képest, hogy az elmúlt két évben elmaradt a rendezvény a számítások alapján ez is kimagasló teljesítmény Oktoberfest Tours travel (2022).

A **Belvárosi Sörfesztivál** több mint 250 féle nemzetközi és kézműves sörökkel készül minden évben az oda látogatók számára, helyszínét tekintve a város egyik legközpontibb helyén található a Szabadság téren. Az ország egyik legjobb sörfőzdéi 6 napon keresztül várják a vendégeket, hogy egy helyen kipróbálhassák a legkülönlegesebb söroket. Külföldi és hazai vendégek számára is egyaránt izgalmas élményt nyújthat. (<https://www.sorfesztival.hu/>, letöltve: 2023.03.04.)

A **Zalaegerszegi sörfesztivál** a Nyugat- Magyarország egyik legnépszerűbb fesztiválja a város szívében. A kézműves és import sörök, a söriváson kívül kulturális programok is megrendezésre kerülnek a gasztronómiai kalandok mellett. Három napos fesztivál amire napijegyet vagy bérletet lehet vásárolni és ezzel lehet részt venni a fesztiválon (<https://csodalatosmagyarorszag.hu/programok/gasztro-programok/zalaegerszegi-sorfesztival-2023/> letöltve: 2023.03.06.)

E rendezvények növekvő népszerűségét mutatja, hogy a <https://www.programturizmus.hu/kategoria-sorfesztival.html?f=10&fs=dc> (Letöltés ideje: 2023. 04. 24.) oldalon erre az évre mintegy 15db sörfesztivál jelenik meg. Ezek az átlagosan 4-5 napos események jellemzően a főszezonban kerülnek megrendezésre, programjaik között a gasztronómiai- és kulturális programok, kézműves bemutatók és vásárok, továbbá koncertek, sörkostolások egyaránt szerepelnek.

3 Anyag és módszer

3.1. A vizsgálat tárgya

Vizsgálatom tárgya a budapesti Oktoberfest, mely a nagy múlttal és ismertséggel rendelkező müncheni sörfesztivál adaptált rendezvénye.

3.2 Kutatási kérdések és hipotézisek

Kutatásomban arra voltam kíváncsi, hogy a sörfesztiválokat látogató vendégeket mi motiválja, honnan érkeznek, illetve ki a fő célcsoport és ha esetlegesen nem voltak még sörfesztiválon akkor ezeknek milyen okai lehettek. Vizsgálataim során több témakört érintően is tettem fel kérdéseket kitöltőim felé és ezek mentén fogalmaztam meg hipotéziseimet. Célom, hogy a kérdőívem beigazolja, vagy adott esetben cáfolja hipotéziseimet, melyek a következők:

H1: A budapesti Oktoberfest nem jelent elsődleges vonzerőt a főváros számára.

H2: Az Oktoberfest elsődleges célcsoportja a Budapesten élő 30 év alattiak

H3: Az Oktoberfest látogatói létszáma az évek alatt nem növekedett jelentősen

H4: Az Oktoberfest meglátogatásának elsődleges motivációjának maga a hangulat a miliő nem pedig a sörfogyasztás.

3.3. Alkalmazott kutatási módszerek és a kutatás körülményei

Kutatásom során a primer és a szekunder kutatási módszereket egyaránt alkalmaztam. Munkámat az elsősorban a turizmus rendszeréhez és a rendezvény szervezéshez kapcsolódó **szakirodalmak** összegyűjtésével, megismerésével és az abban foglaltak szintetizálásával kezdtem a téma minél részletesebb megismerése és saját kutatásom megalapozása céljából.

Saját, primer kutatómunkámban a kvantitatív és a kvalitatív adatgyűjtési módszereket is alkalmaztam.

Kvantitatív adatgyűjtésként kérdőíves megkérdezést végeztem. A kérdőíves vizsgálat lényege, hogy előre meghatározott, lehetőleg könnyen és gyorsan megválaszolható és elemezhető kérdéseket tesz fel a kutató. Hátránya, hogy kizárólag a kutatást végző előzetesen meghatározott szempontjait és válaszlehetőségeit tartalmazza, ami korlátozza a válaszadók gondolkodását. A kérdőív szerkesztése során magam is igyekeztem figyelemmel lenni a kérdőív szerkesztés szabályaira, ezért főleg zárt kérdéseket tettem fel, amelyek közül a

válaszadók kiválaszthatják a számukra megfelelő vagy nemleges válasz is (például a „nem tudom” vagy az „egyéb” válaszlehetőséget). A zárt kérdéseknél fontos, hogy egyértelműek, könnyen érthetőek legyenek. A válaszadók szempontjából fontos, hogy minél kevesebb időt és erőfeszítést vegyen igénybe. (Mitev, 2019)

A szakdolgozatom tárgyát képező fesztiválról online kérdőíves kutatást végeztem. A könnyebb terjeszthetőség és nagyobb minta elérése érdekében a kérdőív (1. melléklet) elkészítéséhez és terjesztéséhez is az internet adta lehetőségeket használtam fel. A Google Űrlapok programban elkészített kérdőívet először próbakérdezésnek vettem alá, majd véglegesítettem. A természetesen önkéntes alapon, anonim módon kitölthető kérdőívet 2023.03.27-én osztottam meg a Google Forms online felületen és arra kértem a válaszadókat, hogy azt ők is osszák tovább. Ez az úgynevezett hólabda módszer, mellyel azt szerettem volna elérni, hogy minél nagyobb mintanagyságot elérjek és kiküszöböljem a kor és/vagy lakóhely szerinti felülreprezentáltságot. Mivel azt tapasztaltam, hogy a kitöltések száma az első nap volt a legmagasabb, majd napról napra csökkent, a kitöltés lehetőségét 2023.04.02-én lezártam. A kérdőívet összesen 150 személy töltött ki. A kutatás bár nem tekinthető reprezentatívnak, ám úgy gondolom, hogy kutatási céljaim elérése alkalmasnak bizonyult.

Kvalitatív kutatásom módszere a mélyinterjú volt. Az *interjúkészítés* módszerének lényege, hogy részletesebb választ kapjak a szakdolgozatomban megfogalmazott kérdésekre. Az interjú egy párbeszéd formájában lebonyolított beszélgetés az interjú alannyal, de mégis specifikus. Fontos, hogy az interjúztató előre felkészüljön, ezért érdemes előre elkészíteni egy strukturált kérdéssort. Fontos továbbá, hogy csendes és nyugodt környezetben legyen az interjú. A beszélgetést általában rögzítik, de erre még az interjú elején engedélyt kell érni, erre azért van szükség, hogy később újra lehessen hallgatni és feldolgozni az anyagot. Az átlagosan 30-90 perc hosszúságú beszélgetés (mely történhet személyesen, telefonon, vagy akár valamilyen online felületen) a későbbi könnyebb feldolgozhatóság, visszahallgathatóság érdekében általában rögzítésre kerül, amihez az interjú alanyának engedélyét előre ki kell kérni. (Mitev, 2019)

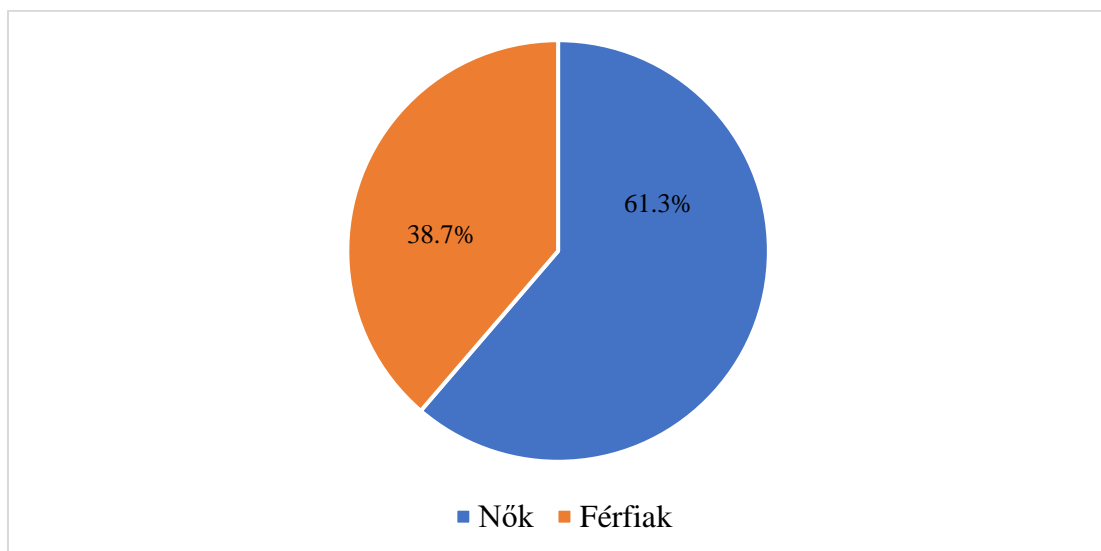
Témámhoz kapcsolódóan 2023.02.08-án a budapesti Oktoberfest rendezvényszervezőjével a budapesti Paulaner ügyvezetőjével, Zsélyi Gáborral készítettem interjút. A 60 perces beszélgetésre a magyarországi Paulaner színházban (2040 Budaörs, Gyár utca 2.) került sor. A mélyinterjúmban a fesztivállal kapcsolatos konkrét kérdésekre igyekeztem választ kapni, hogy az elhangzottakat a kérdőíves kutatással összevetve teljes képet alkothassak. A strukturált kérdéssort (2. melléklet) az Igazgató úr kérésére előzetesen elküldtem emailben, hogy

interjúalanyom fel tudjon készülni, ezzel is könnyítve és gyorsítva a személyes interjúztatást. Az interjú rögzítésre került interjúalanyom engedélyével.

Módszereim között mindenképpen említést érdemel a **terepszemle**, azaz a 2022. évi fesztiválom való személyes részvételem is, mellyel saját tapasztalatot is szerezhettem. Igyekeztem egyrészt a vendég szemüvegén keresztül megélni az eseményt, másrészt szakmai szempontok szerint értékelni azt.

3.4. A vizsgálati minta bemutatása

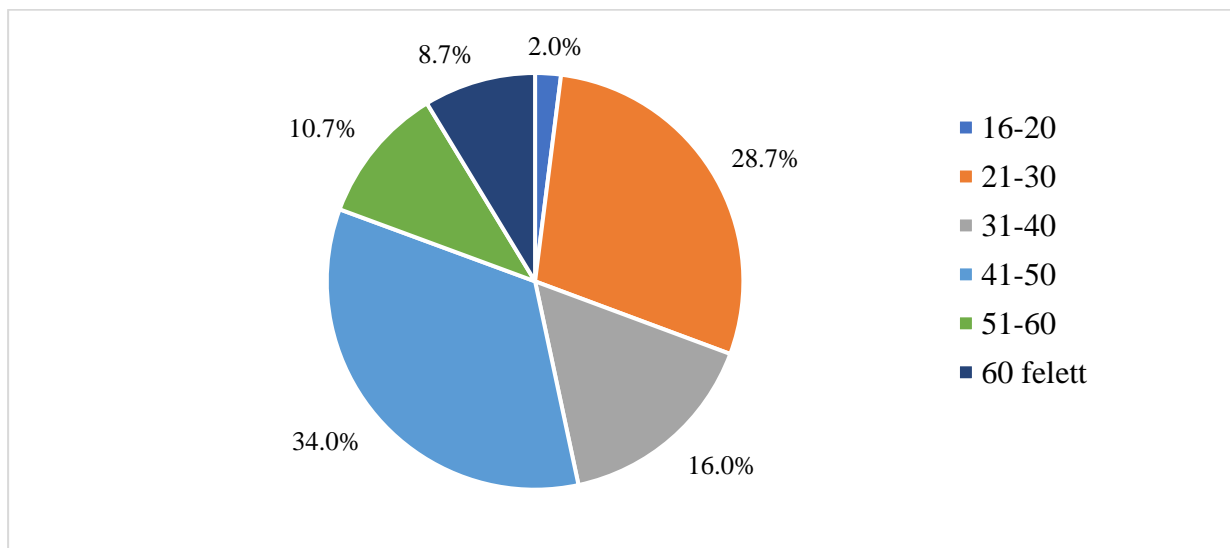
Kérdőívemet már a korábban említett időszakban 150 fő töltött ki, a válaszadók közül 92 fő (61,3%) nő volt, míg 58 fő (38,7%) férfi. (1. ábra)



1. ábra A kérdőív kitöltőinek nemek szerinti megoszlása (n=150)

Forrás: Saját kutatás és szerkesztés

A kérdőív kitöltői közül a 41-50 éves korosztály produkálta a legmagasabb kitöltő számot 51 fővel (34%). Második helyen a 21-30 év közöttiek szerepelnek (43fő; 28,7%), míg a 31-40 közöttiek aránya 16%. A 21-50 év közöttiek, azaz a fiatal, illetve középkorosztály aránya mindösszesen 12,7% (2. ábra). Ez összhangban van saját, személyes tapasztalatommal is, hiszen a fesztiválon jellemzően ezzel a korosztállyal találkoztam én is. A fesztivál programkínálata is ezt a korosztályt célozza. A 20 év alattiak alacsony aránya érthető, hiszen 18 év alattiakat a fesztiválon sem szolgálhatnak ki szeszes itallal, így ez számukra kevésbé érdekes program. Ráadásul a fesztivál sörkínálata a minőségi kategóriát célozza, melynek ár fekvése is magas e korosztály számára.

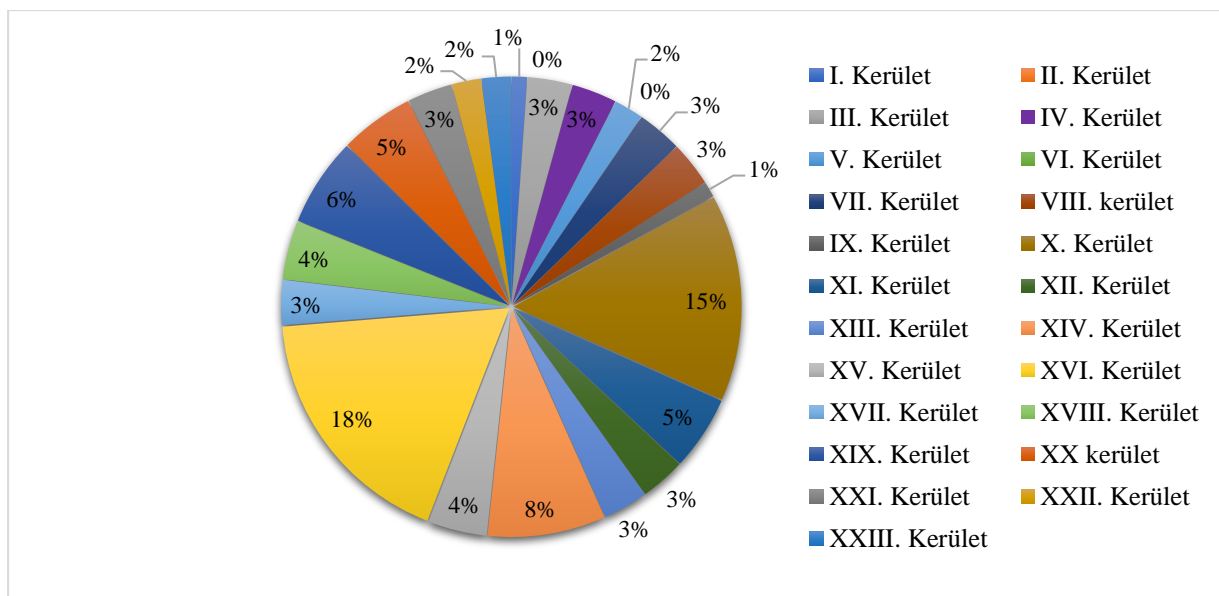


2. ábra A kérdőív kitöltőinek korosztály szerinti megoszlása (n=150)

Forrás: Saját kutatás és szerkesztés

A kitöltők lakóhelyét tekintve 63,3%-ban a fővárosban él, de a Pest megyei lakosok száma is igen magas, 18,7%-a. Ezzel a Közép-Magyarország régió a válaszadókat tekintve erősen felülreprezentált. Válaszadóim 4%-a külföldön (Svájcban, Németországban, Angliában) él, de magyar nemzetiségű. A budapestieknek volt lehetőségük bejelölni, hogy melyik kerületben laknak, illetve a vidéken élőkötől is a lakóhely (megye) megjelölését kértem (3. ábra).

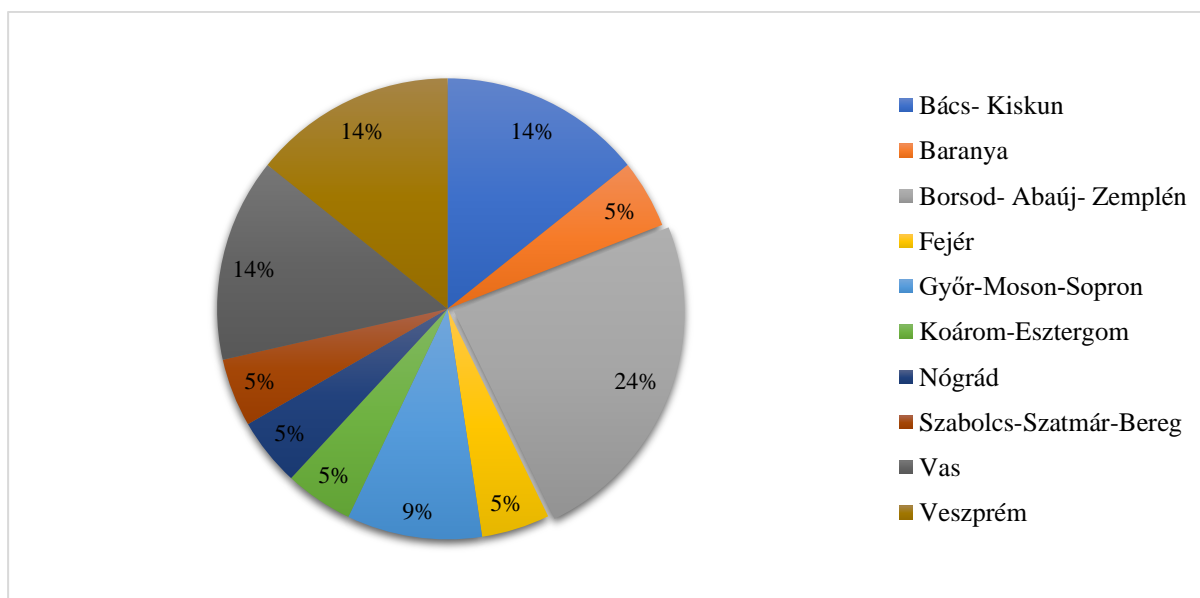
A fővárosiak legtöbben a XVI. kerületben élnek (18%), második helyen a X. kerület (15%) áll. A többi kerület megjelenése a mintában viszonylag ugyanolyan arányú.



3. ábra A budapesti lakosok kerületi megoszlása (n=95)

Forrás: Saját kutatás és szerkesztés

Az ország Pest megyén kívüli területeiről a legmagasabb arányt Borsod-Abaúj-Zemplén megyei lakosok képviselték (24%), Győr-Moson-Sopron, Veszprém és Vas megye aránya 14-14% (4. ábra).



4. ábra A kitöltők megyék szerinti megoszlása (n=21)

Forrás: Saját kutatás és szerkesztés

4 Eredmények

4.1 Kérdőíves megkérdezés eredményei

A budapesti Oktoberfest neve ma már ismerősen cseng a legtöbb ember számára. Sokan még csak hallottak róla, de vannak olyanok, akik már eljutottak legalább egy fesztiválra (válaszadóim 59%-a).

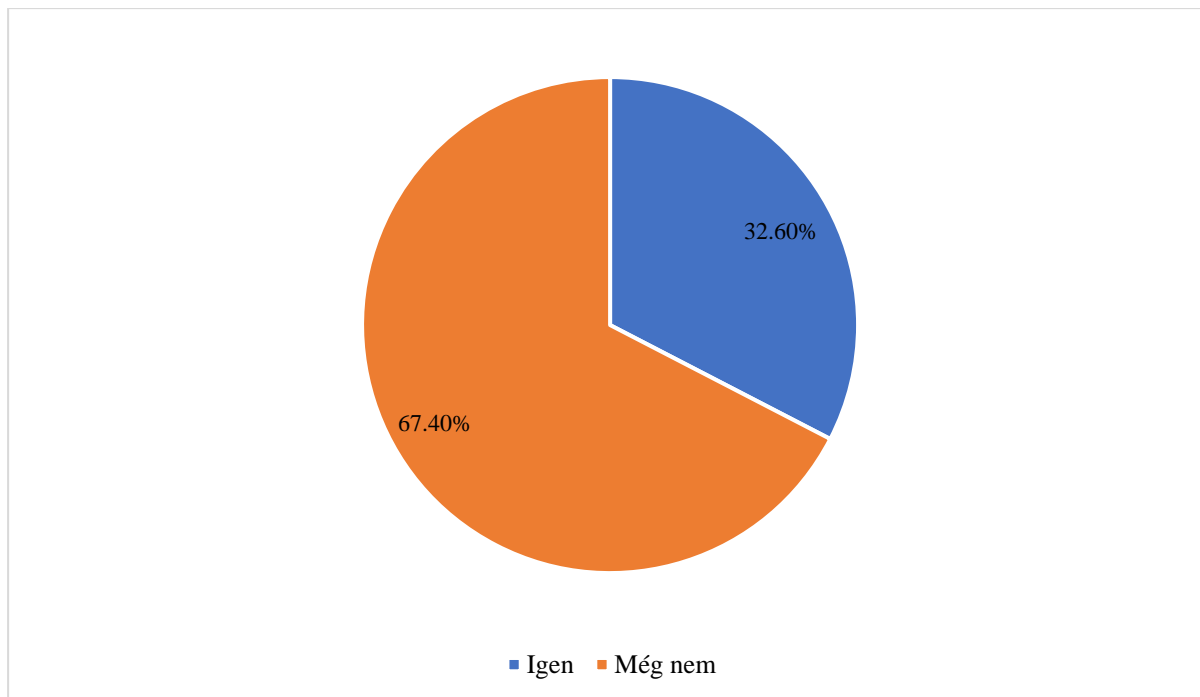
Spontán asszociációs kérdéssel vizsgáltam, hogy mi az a 3 szó, ami a fesztivál nevének hallatán a válaszadók eszébe jut először. Függetlenül a budapesti fesztiválon való korábbi részvételtől, a 150 kitöltőből 127 írta egyik válasz lehetőségnek, hogy a „sör”. Ez nyilvánvalóan nem meglepő, mivel egy sörfesztiválról beszélünk. A második legtöbb válasz (24 db) „Németország” volt (5. ábra).



5. ábra A kitöltők válaszai az Oktoberfestről (n=150)

Forrás: Saját kutatás és szerkesztés

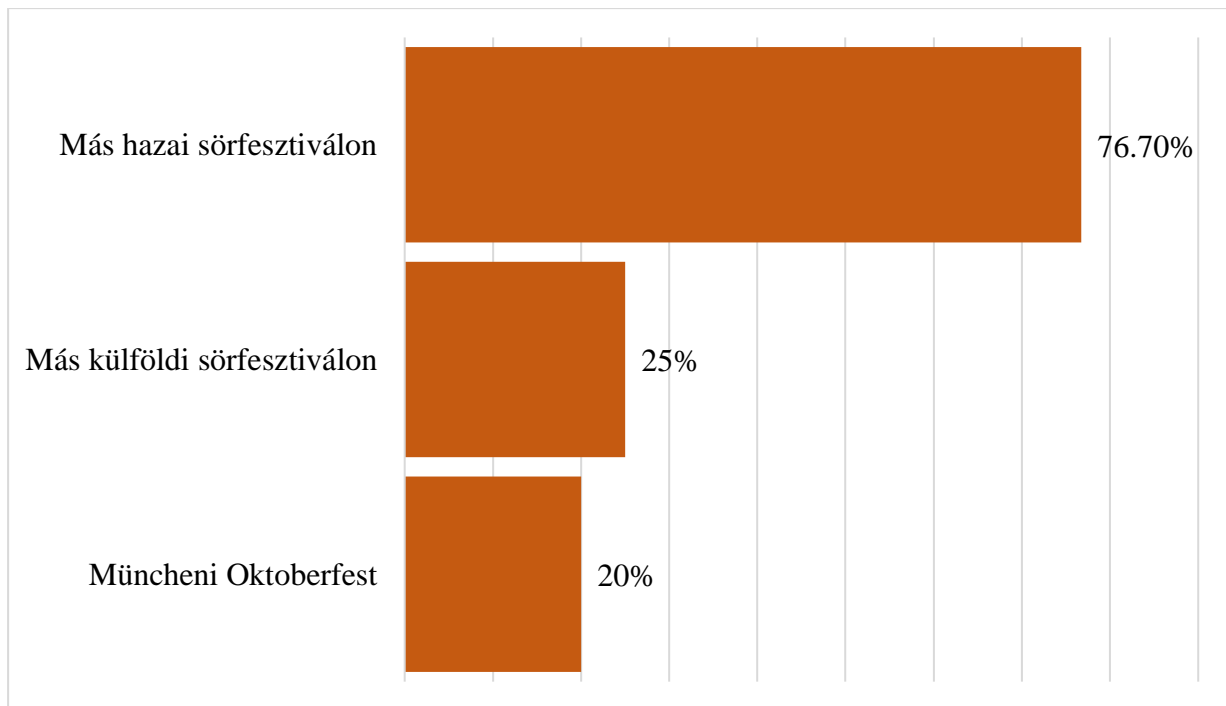
Azok a válaszadók, akik vettek már részt sörfesztiválon (89 fő), de a budapesti Oktoberfesten még nem voltak nagyobb létszámban vannak, mint azok, akik már részt vettek az általam kutatott eseményen és valamely másik sörfesztiválon is (61 fő). (6. ábra)



6. ábra A budapesti Oktoberfest látogatottsága (n=150)

Forrás: Saját kutatás és szerkesztés

Azon kitöltőket, akik már vettek részt sörfesztiválon megkérdeztem, hogy milyen sörfesztiválon vett még részt. 60 válaszadó volt, aki erre a kérdésre tudott válaszolni a válasz lehetőségek közül többet is meglehetősen jelölni. Kimagaslóan magas arányban jelölték meg a más hazai sörfesztivált (76,7%-ban) (7. ábra) ennek köszönhetően lehet bizonyítani, hogy miért kevesebb a budapesti Oktoberfest látogatottsági aránya. A fesztiválra látogató vendégeket inkább más itthoni sörfesztivált látogatnak meg mintsem a budapesti Oktoberfestet. Ennek oka véleményem szerint, hogy még nem sokan ismerik az itthoni Oktoberfestet mivel ezt már korábban is említettem az emberek fejében inkább a németországi Oktoberfest az ismert.

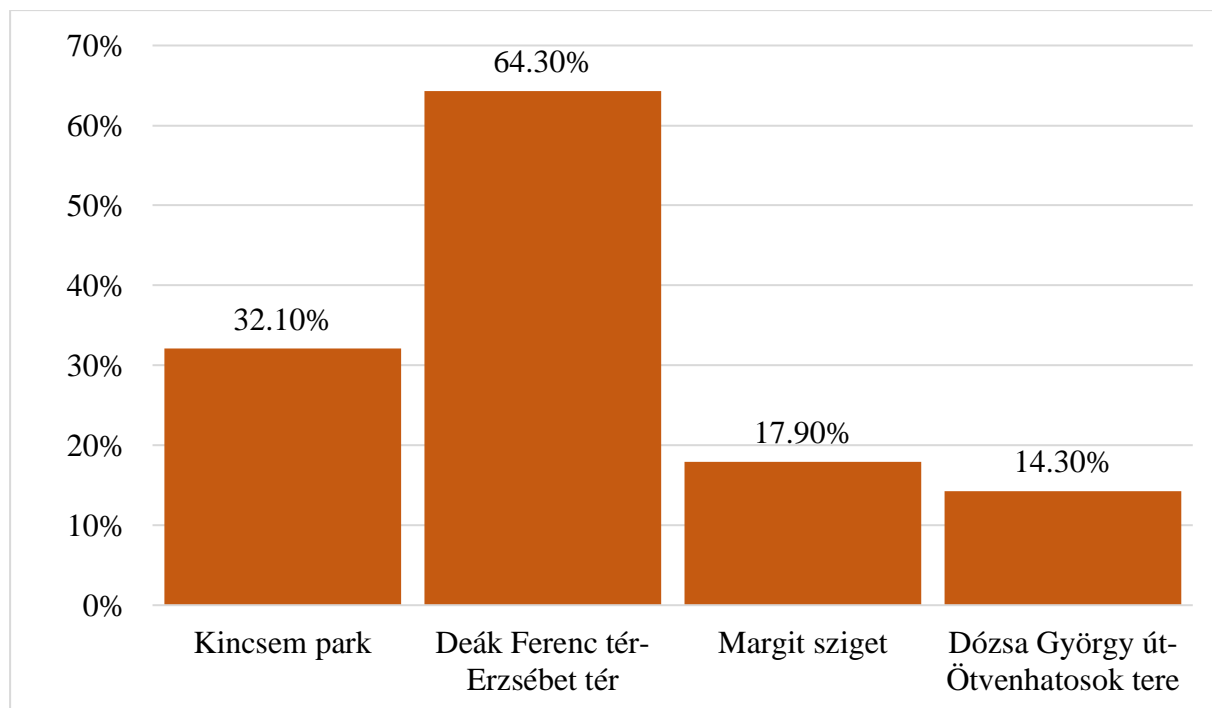


7. ábra Sörfesztiválok látogatottsága (n=89)

Forrás: Saját kutatás és szerkesztés

A kutatásom következő kérdésével azt vizsgáltam, hogy melyik budapesti Oktoberfesten vettek részt a válaszadók. Ennél a kérdésnél négy válaszlehetőséget adtam meg mivel az elmúlt években négy helyszínen került megrendezésre a budapesti Oktoberfest. A kitöltőim közül a legmagasabb arányban látogatott helyszín az Erzsébet tér (64,3%), ahol az előző évben is megrendezésre került az esemény. Ahova pedig a legkevésbé (14,3%) mentek a Dózsa György útján lévő Oktoberfest – az ötödik ilyen esemény – volt. (8. ábra)

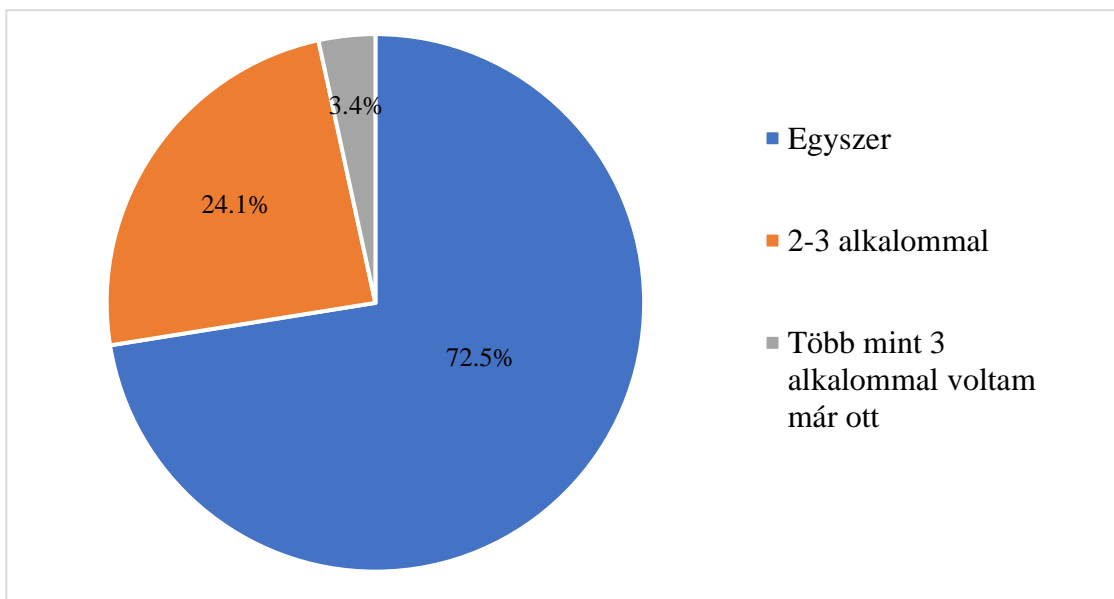
Kérdőívem egy későbbi kérdése arra vonatkozott, hogy a válaszadók melyik helyszínt preferálják, melyiket tartják a legalkalmasabbnak. A legtöbben (45,7) ugyanezt a választ adták meg, azaz, hogy az Erzsébet tér az eddigi legjobb helyen mivel könnyen megközelíthető és központi helyen van. A helyszínek között második helyen a Margit sziget (32,9%) szerepelt, a kőbányai Kincsem Park 14,2%-ot kapott, míg a legkevésbé jó helyszínnek a Dózsa György utat találták a válaszadók (7,2%).



8. ábra A budapesti Oktoberfest látogatottsága helyszín szerint (n=29)

Forrás: Saját kutatás és szerkesztés

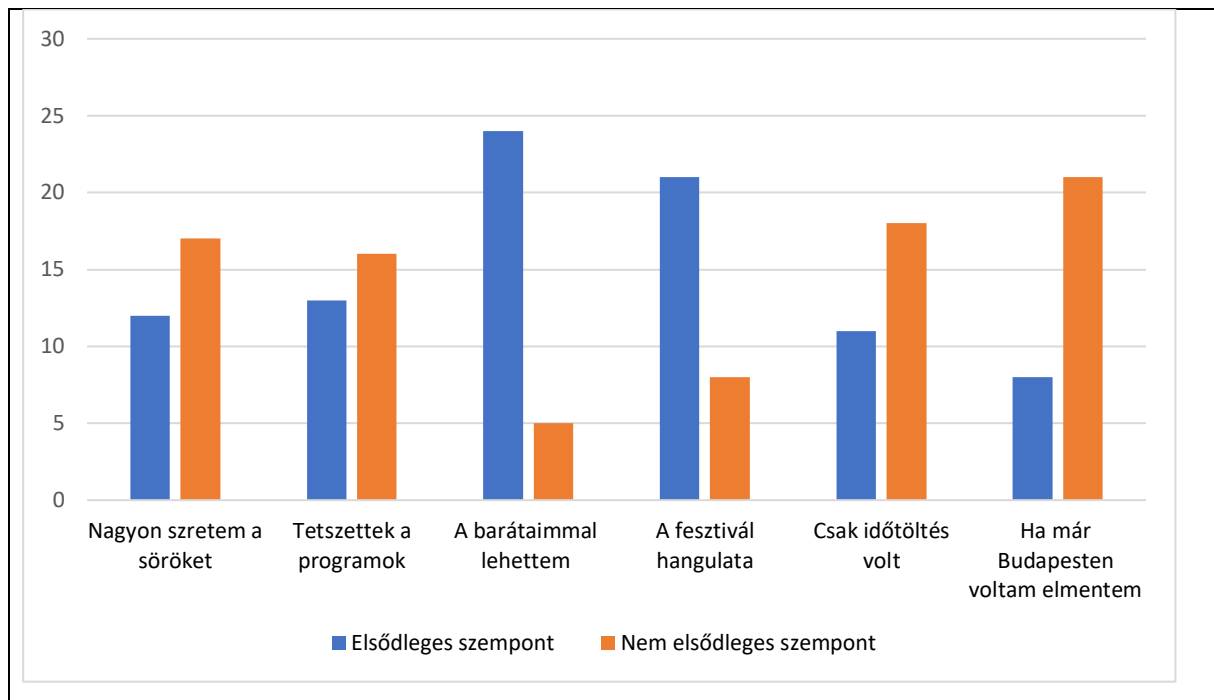
Azon kitöltőimet, akik már részt vettek a budapesti Oktoberfesten megkérdeztem, hogy hány alkalommal látogatták meg a fesztivált. A válaszadók 72,5%-a válaszolta, hogy „egyszer” de válaszaikból kiderült az is hogy tervezik még, hogy meglátogatják a fesztivált máskor is. Bár a Covid-19 világjárvány ezt nem tette lehetővé az elmúlt években, de úgy tűnik, hogy a motiváltság és a fesztivál vágy még mindig megvan az emberekben. A legkevesebben azok a válaszadók voltak, akik már több mint 3 alkalommal vett részt a fesztiválon (3,4%, 1 fő) (9. ábra)



9. ábra A budapesti Oktoberfesten való részvétel gyakorisága (n=29)

Forrás: Saját kutatás és szerkesztés

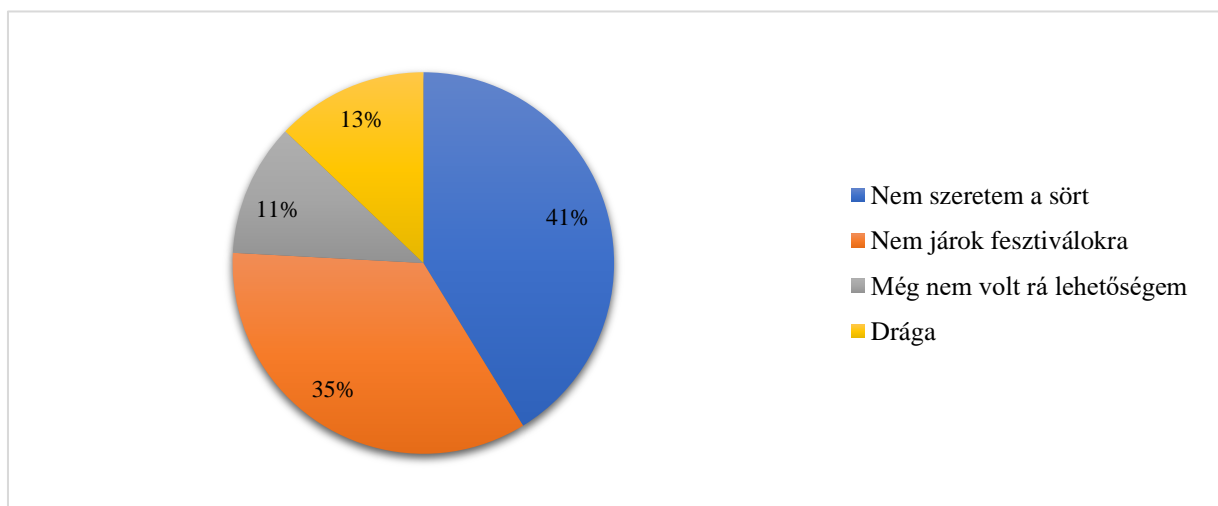
Kíváncsi voltam arra, hogy az Októberfestet vendégként ismerők számára a fesztivál elsődleges, avagy másodlagos vonzerő-e. A válaszadók 24%-a kifejezetten a fesztivál miatt érkezett a helyszínre, számukra a motivációk rangsorában első helyen a barátokkal való együttlét szerepelt, fontosnak tartva, hogy együtt élhetik meg a fesztivál nyújtotta élményt, amely a második helyen áll. A sörök szeretete csak a negyedik helyet kapta a rangsorban. A fesztivált sokan tekintik másodlagos vonzerőnek, számukra a fesztivál csak egy időtöltés, a programok keltették fel az érdeklődésüket. A sörfogyasztás itt sincs az első helyen. (10. ábra)



10. ábra Az Oktoberfest látogatóinak motivációi (n=29)

Forrás: Saját kutatás és szerkesztés

Akik még sohasem jártak sörfesztiválon, leginkább azért nem vettek még részt a programon, mert nem szeretik a sört (41%). A válaszadók 35%-a egyáltalán nem jár fesztiválokra, 11%-nak még nem volt lehetősége elmenni, míg 13% a fesztivál árait magasnak tartja. (11. ábra)

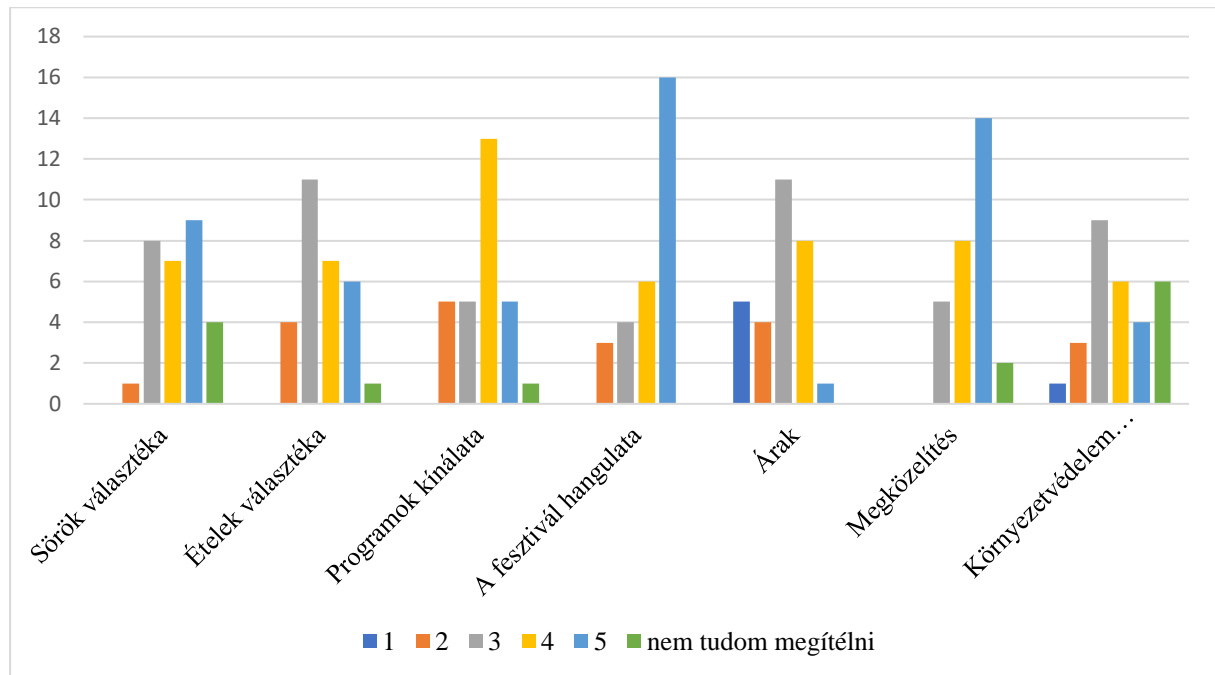


11. ábra A kitöltők miért nem látogatják az Oktoberfestet (n=61)

Forrás: Saját kutatás és szerkesztés

A kutatásom következő kérdésében azt a hipotézisemet igyekeztem alátámasztani, amiben azt állítottam, hogy „Az Oktoberfest meglátogatásának elsődleges motivációjának maga a hangulat

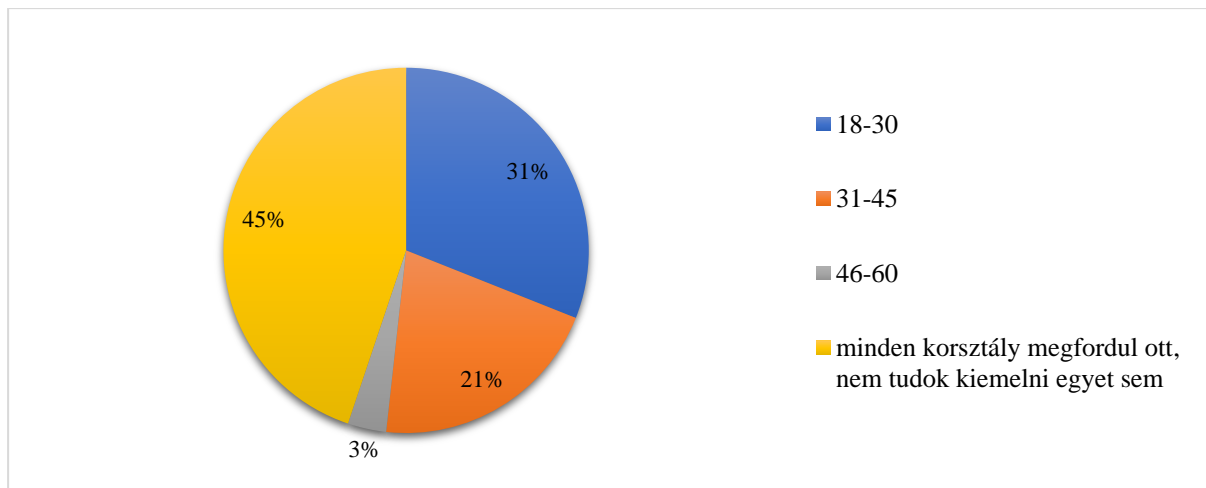
a milió nem pedig a sörfogyasztás.” Ezt már egy korábbi kérdésem is alátámasztotta (lásd 10. ábra), de ez a feltételezésem tovább erősödött. Az 1-5 skálán való jelölésnél a legmagasabb pontszámot a fesztivál hangulata kapta, a sörfogyasztás pedig csak harmadik legfontosabb szempont (12. ábra).



12. ábra A budapesti Oktoberfest értékelése (n=29)

Forrás: Saját kutatás és szerkesztés

Kutatásom utolsó előtti kérdésével a második hipotézisemre kerestem a választ, azaz arra voltam kíváncsi, hogy az Oktoberfest elsődleges célcsoportját a Budapesten élő 30 év alattiak adják-e. A hipotézisemet se nem cáfolták meg, de nem is igazolták, mivel a kitöltők szerint 45%-ban a budapesti Oktoberfestet minden korosztály látogatja és nem csak a 30 év alatti korosztály. A második legtöbb választ a 18-30 év közöttiekre kaptam 31%-ban, de ez nem igazolja teljes mértékben a hipotézisemet mivel ez a vendégek véleménye (13. ábra). A mélyinterjúmban – melynek eredményeit rövidesen ismertetek - a Fesztivál rendezvényszervezőjét megkérdeztem, hogy melyik korosztály számára vonzó program a fesztivál, amire azt a választ kaptam, hogy a 40 és 50 év közötti vendégek látogatják azt a legnagyobb arányban.

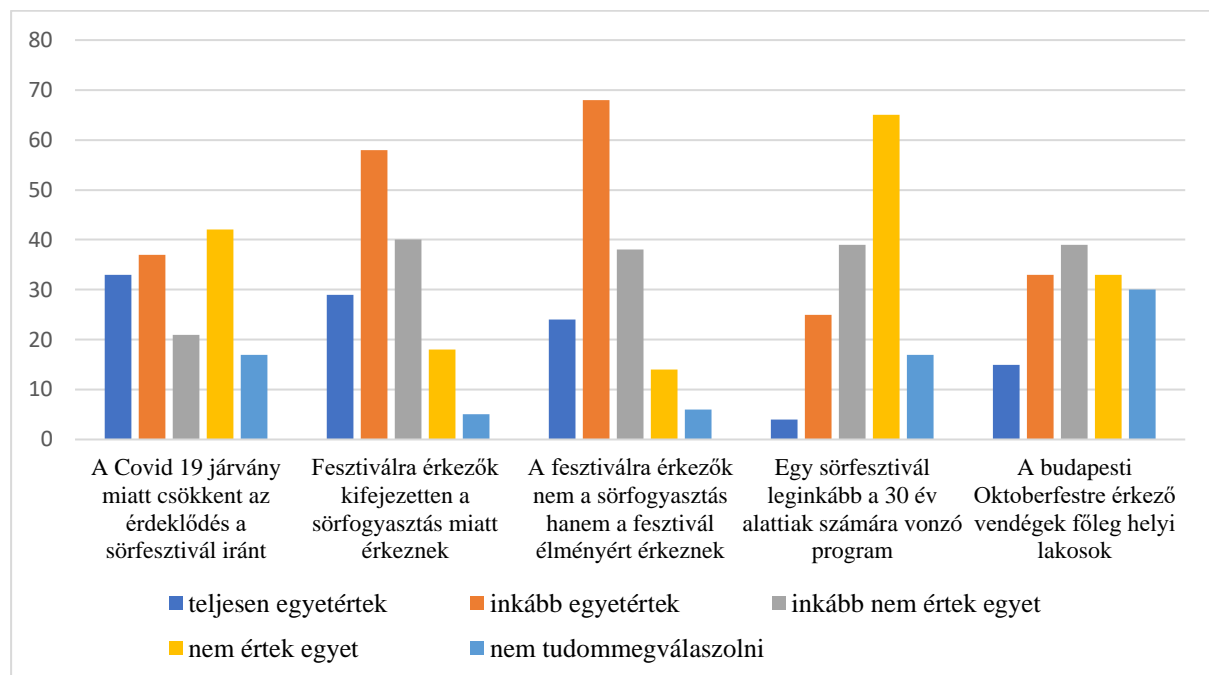


13. ábra A budapesti Oktoberfestet látogató korosztályok a válaszadók véleménye szerint (n=29)

Forrás: Saját kutatás és szerkesztés

Kutatásom utolsó kérdésében válaszadóimnak állításokat kellett elfogadni, vagy elvetni. A kérdés megválaszolására öt válaszlehetőséget adtam meg amelyek közül egy állításnál csak egy válaszlehetőséget adhattak meg. A válaszokból itt is kiderült, hogy a megkérdezett fesztivállátogatók döntő többsége (68 fő) a fesztivál hangulata miatt érkezik a fesztiválra és nem a sörfogyasztás miatt. Ezzel a H4 hipotézisem végleg elfogadást nyert. Az egyes korosztályok látogatottsági arányaira vonatkozó állításommal 65 fő nem értett egyet, véleményük szerint a budapesti Oktobrefestet nem elsősorban a 30 év alattiak látogatják. A hipotézisem között még szerepelt egy olyan állítás, hogy a budapesti Oktoberfest nem jelent elsődleges vonzerőt a főváros számára. A kutatásaim alapján és a kérdőívre kapott válaszokból kiderül, hogy a fővárosban élő lakosoknak nem elsődleges vonzerő, mivel inkább a külföldiek számára fő program. A válaszadóim közül 39-en gondolták úgy, hogy inkább nem értenek egyet ezzel az állítással, vagy esetlegesen nem tudják megválaszolni. Sokat olvasni arról, hogy a pandémia a tömegrendezvények iránti érdeklődést csökkentette. Ebből következett H3 hipotézisem, melyben azt állítottam, hogy az Oktoberfest látogatói létszáma az évek alatt nem növekedett jelentősen. Éppen ezért megkérdeztem a kitöltőimet, hogy szerintük csökkent-e a látogatottság és a fesztivál iránti érdeklődés a világjárvány okán. A válaszadókból 42-en nem értenek egyet ezzel a kijelentéssel, az egyetértők és inkább egyetértők száma 37 fő volt. (14. ábra) ami az utolsó hipotézisemet cáfolja mivel én azt állítottam, hogy nem növekedett a látogatói létszám az elmúlt években. Interjúalanyom szintén megcáfolta az állításomat mivel az emberek vágyanak arra, hogy fesztiválokra menjenek ezért amint lehetett újra elkezdtek

eseményekre és rendezvényekre járni, ami azt eredményezi, hogy az elmúlt évekhez képest nem csökkent az érdeklődés a fesztivál iránt.



14. ábra A válaszadók véleménye (n=150)

Forrás: Saját kutatás és szerkesztés

4.2 Mélyinterjún elhangzottak eredményei

A fesztivál történetéről, gondolatáról interjúalanyom elmondta, hogy 10 éve volt egy cég, amely elkezdett az Oktoberfesthez hasonló rendezvényeket szervezni a Kopaszi-gáton. Ez volt az első Oktoberfest Budapesten, de úgy igazán semmi köze nem volt a német fesztiválhoz. Az Oktoberfest márkanév használatát engedélyeztetni kellett és természetesen el kellett fogadni a minőségre vonatkozó előírásokat is. A névhasználati jogra vonatkozó engedélyt a müncheni polgármesteri hivatalnál kérvényezték és kapták meg azzal, hogy egy e néven futó fesztivál kizárólagos névadó szponzora csak a Paulaner lehet. A legnagyobb, legtöbb látogatót vonzó fesztiválok a Dózsa György úton és a Kincsem parkban voltak, 50-60 ezer ember jelent meg a fesztivál 3 napján. Később (2019-ben) helyezték át az Erzsébet térre és ezzel egy időben rendezték meg a Margit szigeten is. Ennek oka az volt, hogy egy olyan központibb elhelyezkedésű helyszínt kerestek, amit a turisták is könnyebben megtalálnak, de a helyi lakosok is könnyebben betérhetnek a fesztiválra, ha arra járnak. A területfoglalási díj alacsonyabb, mivel kisebb területen helyezkedik el az esemény, így sokkal több pénzt tudtak

ráfördítani a marketingre és a programokra, amivel színesebbe és érdekesebbé tudták tenni a fesztivált.

Interjúalanyom a szervezéshez kapcsolódó feladatokról sajátosságokról elmondta, hogy – mint minden rendezvény esetében – a budapesti Oktoberfest megszervezéséhez is szükséges készíteni egy fesztivál tervet. A tervben szerepel minden, ami egy fesztivál megszervezéséhez szükséges, így az előzetes munkálatok az engedélykérek a szervező csapat összeállítása is. Nagyon fontos maga a szervező csapat, amelyben a rendezvény főszervezője és szervezői mellett fontosak a színpad technika és világítás, a katasztrófa védelem, a mentőszolgálat és a média szakemberei is helyet kapnak. A fő probléma – tekintettel az alkoholfogyasztásra – az ittas emberekkel van, ezért igyekeznek olyan biztonsági cégekkel dolgozni, akik jól tudnak kommunikálni és valóban odafigyelnek az emberekre.

Az engedélyeztetés a helyi önkormányzat területfoglalási engedélyének megkérésével kezdődik a rendezvény előtt 2-3 hónappal. További engedélyeket kell bekérni a névhasználati joghoz kapcsolódóan, illetve be kell szerezni minden olyan engedélyt, amit a zenés- táncos rendezvényhez kapcsolódóan a 23/2011. (III. 8.) Korm. rendelet előír a szervezők részére. Amikor minden engedély megvan, kezdik el a rendezvényt hirdetni. Legfontosabb média partnereik a Facebook és a Google reklámok, de mivel a fő célcsoport 30 feletti, plakátokon és a rádióban is hirdetik a fesztivált, de akár egy zenekarral is lehet reklámozni a fesztivált.

Az Oktoberfest nem egy államilag támogatott rendezvény, ami talán már csak ebben a városban mondható el. Szponzori pénzből és a vendéglátásból jön be a bevétel nagy része. A főszponzor (Paulaner) fő célja, hogy a fesztivállátogatók megismerjék a német söröket, a Paulaner márkanév ismertsége növekedjen.

A fesztivál szervezésének költségeiről és bevételeiről is érdeklődtem, de erre vonatkozó pontos, számszaki adatokat sajnos nem kaptam, hiszen azt a szervező üzleti titoknak minősíti. A költségek – melyek az az elmúlt időszakban arányosan évi 15-20%-kal növekedtek - teljes ráfordításhoz (100%) viszonyított aránya a következőképpen alakul (2. táblázat).

2. táblázat Költségek aránya (%) a budapesti Oktoberfesten

Területbérleti díj	5%
Engedélyeztetések	2%
Hatóságilag előírt biztonsági eszközök bérlet (kordonok, vészkijárat jelzések, poroltók)	1,5%
Hatóságilag előírt biztosítás (mentő, katasztrófavédelem)	1%
Zenés táncos rendezvényhez biztonsági szolgálat, beléptetési technikai eszközök	8%
Technikai felszerelések (sátrak, színpad, sörpadok, VIP kialakítása, árusító pultok, sör csapoló berendezések, víz, világítás kiépítése)	20%
WC egységek	1,5%
Dekoráció	5%
Fellépők	20%
Logisztikai költségek	3%
Munkabérek	18%
Marketing	15,5%

Forrás: Mélyinterjú, Saját szerkesztés

A bevételek tekintetében elmondható, hogy a nagyobb szabású budapesti Oktoberfesteknél (Kincsem park) származott belépői díj, míg az elmúlt években rendezett Oktoberfesteknél ami az Erzsébet téren, illetve a Margitszigeten lett megrendezve a bevételek nagyrésze a támogatásokból, szponzori díjakból tevődtek össze.

A jövőre vonatkozó tervekről Zsélyi Gábor elmondta, hogy tervükben áll egy hosszabb, több vendéget fogadó rendezvényt szervezni, ugyanígy a Fröccsterasz együttműködésével. Eddig mindig 3 naposak voltak a rendezvények (péntektől szombatig), de eddigi tapasztalataik alapján a hétköznapi kevésbé látogatott.

Látogatási elégedettség mérést nem készít külön a fesztivál, a vendégek a közösségi médián véleményüket, de kifejezetten erre platformot nem készítettek.

5 Következtetések és javaslatok

A saját kutatásom befejezését követően a korábban megfogalmazott kutatási kérdések megválaszolására és a felállított hipotéziseim megcáfolására vagy alátámasztására törekedtem.

Kutatásom fő célja annak megállapítása volt, hogy a budapesti Oktoberfest milyen szerepet tölt e a hazai fesztiválpiacon, azt melyik korosztály látogatja elsősorban, illetve, hogy mi motiválja elsősorban a vendégeket a fesztivál meglátogatására.

A kérdőíves kutatás során arra a megállapításra jutottam, hogy a budapesti Oktoberfest nem jelent elsődleges vonzerőt a főváros számára. Bár a külföldi kitöltők száma nagyon alacsony volt, ezért valódi következtetés levonására a minta nagysága nem alkalmas a csekély számú válaszadó is úgy fogalmazott, hogy nem kifejezetten a rendezvény miatt érkeznek Budapestre. Az viszont megállapítást nyert, hogy azok a külföldi vendégek, akik esetleg már jártak a müncheni Oktoberfesten, szívesen követik ezt a nevet és ellátogatnak más sörfesztiválra a Németországban kívül is. A budapesti lakosok esetében a kérdés nem igazán értelmezhető. A vidéken élő válaszadók amennyiben tehetik elutaznak Budapestre a sörfesztivál miatt mivel, olyan nagyvárosi fesztivál élményben lehet részük, amit vidéken nem valószínű, hogy tapasztalhatnak.

A magyar lakosok bár szeretik a fesztiválokat – köztük a gasztronómiához kapcsolódó rendezvényeket - szívesebben látogatják azokat, ahol a belépés díjtalan. Ilyen az Oktoberfest történetében a Margit szigeten, illetve a Deák Ferenc téren rendezett fesztivál, míg a Kincsem parkban megrendezettért belépőt kellett fizetni. A megközelíthetőség szintén fontos szempont, ezért a helyszín választás a siker meghatározója.

Kérdőíves kutatásomból egyértelműen kitűnt, hogy az Oktoberfest meglátogatásnak elsődleges motivációja maga a hangulat és nem a sörfogyasztás. Válaszadóim többsége azt jelezte vissza, hogy a fesztivál élményért mennek el a fesztiválra és nem pedig a sörök választéka miatt. Ebből következően jó programkínálat, a német életérzést, mielőtt megvalósító fesztiválhangulat azokat is bevonhatja, akik nem sörfogyasztók.

A fesztiválozók között bár valamennyi korosztály megfordul, a fesztivál szervezői is igyekeznek olyan programokat kínálni, ami minden korosztály számára élvezhető ilyenek például a fellépők, akik bajor dalokat játszanak a fesztivál teljese ideje alatt. A legutóbbi fellépők közé tartoznak a Werischwarer Burschen, a Lohr Kapelle és a Tarianer Spitzbuam.

A pandémia nem hozott negatív változást a fesztiválra érkezők létszámában, ezt támasztotta alá nem csak a szervezővel készített interjú, de az Oktoberfestet már több alkalommal meglátogatók válaszai is.

A kutatás eredményei alapján a 4 hipotézisem közül az első hipotézisemet igazoltnak tekintem mivel a fesztivál inkább a külföldiek számára elsődleges vonzerő mintsem a fővárosban élőknek. A kutatásom is alátámasztja, mivel a megkérdezettek szerint sem elsődleges vonzerő a Budapesten élők számára a rendezvény.

A második hipotézisemet nem fogadtam el mivel a kérdőívemben, illetve a mélyinterjú által elhangzott beszélgetés során is kiderült, hogy a budapesti Oktoberfest mindenki számára vonzó program lehet, ezért nem lehet leszűkíteni kifejezetten egy célcsoportra.

A harmadik hipotézisemet is csak részben tudtam elfogadni, miszerint az Oktoberfest látogatói létszáma az évek alatt nem növekedett jelentősen, ezzel a kijelentéssel azért nem tudtam teljesen mértékben egyetérteni, mivel nem növekedett, illetve nem is csökkent jelentősen a fesztivál látogatottsága.

A negyedik hipotézisemet teljesen igazoltnak tekintettem, mivel a kutatásomban is kiderült, hogy a látogatók elsődleges motivációja inkább a hangulat az élményszerzés és nem a sörfogyasztás az elsődleges szempont. (3. táblázat).

3. táblázat: Hipotézisek vizsgálata

Hipotézis	Bizonyítás eredménye	Tézis
H1: A budapesti Oktoberfest nem jelent elsődleges vonzerőt a főváros számára.	igazolt	T1: A budapesti Oktoberfest nem jelent elsődleges vonzerőt a főváros számára.
H2: Az Oktoberfest elsődleges célcsoportját a Budapesten élő 30 év alattiak alkotják.	nem igazolt	T2: Az Oktoberfest elsődleges célcsoportja a Budapesten élő minden korosztály
H3: Az Oktoberfest látogatói létszám az évek alatt nem növekedett jelentősen.	részben igazolt	T3: Az Oktoberfest látogatói létszáma az évek alatt stagnál
H4: Az Oktoberfest meglátogatásának elsődleges motivációjának maga a hangulat, a milió nem pedig a sörfogyasztás	igazolt	T4: Az Oktoberfest meglátogatásának elsődleges motivációjának maga a hangulat a milió nem pedig a sörfogyasztás

Forrás: saját szerkesztés

Javaslataim a következők:

- Több felületen lehetne hirdetni a fesztivált, hogy minél több emberhez eljuthasson a híre, ezzel lehetne növelni a Budapesten élő lakosok számára is vonzó program lehessen
- Olyan helyre lehetne szervezni a fesztivált, ami nagyobb létszám befogadására is alkalmas
- Érdemes lenne meghívni olyan fellépőket, akik a budapesti lakosok számára is ismertek
- Egy platformot készíteni arra, hogy a vendégek leírhassák a véleményüket, javaslataikat és egyben lehetőséget adna az elégedettség mérésére is.

6 Összefoglalás

Szakedolgozatom témaválasztásának aktualitását alapvetően a gasztronómiai rendezvények Magyarországon is egyre növekvő népszerűsége adta. Dolgozatom központi témájaként a sörfesztiválokat választottam, melyek közül magam is már többön részt vettem. A budapesti Oktoberfest azért keltette fel az érdeklődésemet, mert egy olyan adaptált rendezvényről van szó, melynek őshazája bár Németország, mégis már 9. alkalommal Budapesten is megrendezésre került. Kíváncsi voltam elsősorban arra, hogy az eredetileg bajor hagyományokon alapuló rendezvény mennyire épülhet be a hazai fesztiválpiacra, mennyire jelenthet vonzerőt fővárosunkban is. Érdekelt az is, hogy ki lehet ennek a rendezvénynek a fő célcsoportja, illetve, hogy melyek a fesztivál szervezésének legfontosabb sarokpontjai.

Kutatómunkámat az elsősorban a rendezvényszervezéshez és a rendezvénypiaci változásokhoz kapcsolódó szakirodalmak megismerésével és feldolgozásával kezdtem. A forráselemzés célja az volt, hogy megismerjem a vizsgálatom középpontjába helyezett sörfesztivál és általában a rendezvények szervezésének elméleti hátterét. Fontosnak tartottam megismerni a rendezvények hatásait és folyamatát, valamint azokat a trendeket, amelyeket egy rendezvényszervezőnek mindenképpen figyelembe kell vennie munkája során.

A szakirodalmi feldolgozást követően négy hipotézist fogalmaztam meg, melyek bizonyítására saját kutatást végeztem kantitativ és kvalitatív módszerekkel. A kérdőíves megkérdezéssel elsősorban arra kerestem a válaszokat, hogy a válaszadók (n=150), hogyan vélekednek a sörfesztiválokról, mennyire ismerik a budapesti Oktoberfestet, illetve, hogy részt vettek- e már ezen a sörfesztiválon. A rendezvényt személyesen ismerők esetében elsősorban az érdekelt, hogy mi a részvétel motivációja, mitől lesz számukra érdekes, értékes egy fesztivál. A keresleti oldal véleménye mellett érdekelt természetesen a szervező véleménye is, melyet interjúm ismertem meg. Az eredmények ismeretében vontam le következtetéseimet és

fogalmaztam meg a javaslataimat, amelyek talán hasznos felvetések a rendezvényszervezők munkájának fejlesztésére és a résztvevő vendégek elégedettségének növelésére.

Kutatásom végeztével természetesen végig gondoltam azt is, hogy mi az, amit ma már másképp csinálnék, melyek azok a kérdések, amire munkám során nem kaptam választ, bennem felmerült az a kérdés, hogy a jövőre nézve milyen változtatások fognak bekövetkezni, hogy erre milyen igények vannak, miben fog változni a fesztivál hangulata, helyszíne és célcsoportja.

Úgy gondolom, hogy a téma további kutatási kérdéseket is felvet, mint például mi a számottevő különbség a müncheni és a budapesti Oktoberfest között, vagy, hogy a kutatott fesztivál miért nem olyan látogatott, mint a többi budapesti sörfesztivál.

Ezek vizsgálatára érdemes lenne egy személyes terepszemlére menni a fesztiválra és esetlegesen személyesen kérdezni a vendégektől pár kérdést, amivel még színesebbe és változatosabbá tudnám tenni a kutatásomat a jövőre nézve. Érdemes lenne egy olyan kérdőívet készíteni, ami külföldiek számára is elérhető és akár a Münchenben élő személyeknek is kiküldeni, hogy nekik, mint helyi lakosok mi a véleményük a fesztiválról.

Hivatkozások

Ásványi Katalin (2022): *Fenntarthatóság a turizmusban*. Akadémiai kiadó, Budapest

Bugóczi Bettina (2015) *Rendezvények hatása a balatonfüredi turizmusra*, Budapesti Gazdasági

Főiskola Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Főiskolai Kar

<http://dolgozattar.repozitorium.uni->

bge.hu/4238/1/Bug%C3%B3czi%20Bettina%20v%C3%A9gleges%20szakdolgozat.pdf

Letöltés ideje: 2022.10.19.

Deli-Gray Zsuzsa – Árva László (2016): *Turizmusmarketing esettanulmányok*. Akadémiai

kiadó, Budapest

Formadi Katalin- Hunyadi Zsuzsanna (2019) *Helyi büszkeség vagy bosszúság?! A fesztiválok*

hatása a települések életében

https://publikaciotar.uni-bge.hu/1748/1/formadi-hunyadi_2019_4_prosp_full.pdf

Letöltés ideje: 2023.02.16

Göttlicher, Anett (2022) *Oktoberfest Final Report: The Oktoberfest 2022- peaceful, happy, rainy*

<https://www.oktoberfest.de/en/magazine/oktoberfest-news/2022/the-official->

[oktoberfest-review-2022](https://www.oktoberfest.de/en/magazine/oktoberfest-news/2022/the-official-oktoberfest-review-2022)

Letöltés ideje: 2022.10.19.

Gyarmati Ildikó (2001): *Rendezvényszervező kézikönyv*

<https://www.antikvarium.hu/konyv/gyarmati-ildiko-rendezvenyszervezo-kezikonyv-502123-0>

Letöltés ideje: 2023.04.25.

Horváth Dóra – Bauer András (2016): *Marketingkommunikáció*. Akadémiai kiadó, Budapest

Irimiás Anna – Jászberényi Melinda – Michalkó Gábor (2019): *A turisztikai termékek innovatív fejlesztése*. Akadémiai kiadó, Budapest

Jászberényi Melinda – Boros Kitti – Miskolczi Márk (2022): *Vonzerőfejlesztés a kulturális és aktív turizmusban*. Akadémiai kiadó, Budapest

Jandala Csilla- Sándor Tibor (2016): *A rendezvények és a turizmus kapcsolata a múltban és a jelenben*. Pogári Szemle 12. évfolyam, 1-3 szám 313-325. oldal

<https://polgariszemle.hu/archivum/104-2016-augusztus-12-efolyam-1-3->

[szam/gazdasagpolitika/754-a-rendezvenyek-es-a-turizmus-kapcsolata-a-multban-es-a-jelenben](https://polgariszemle.hu/archivum/104-2016-augusztus-12-efolyam-1-3-szam/gazdasagpolitika/754-a-rendezvenyek-es-a-turizmus-kapcsolata-a-multban-es-a-jelenben)

Letöltés ideje: 2023.02.16

Jászberényi Melinda – Zátori Anita – Ásványi Katalin (2016): *Fesztiválturizmus*. Akadémiai

kiadó, Budapest

Judy Allen (2016): *A rendezvényszervezés nagykönyve Események szervezése és menedzselése*. Akadémiai kiadó, Budapest

Kundi Vikória (2013): Fesztiválok városokra gyakorolt gazdasági és társadalmi-kulturális hatásainak elemzése (doktori értekezés), Széchenyi István Egyetem Regionális- és Gazdaságtudományi Doktori Iskola, Győr
https://rgdi.sze.hu/images/RGDI/honlapелеmei/fokozatszerzesi_anyagok/kundi_viktoria_vegleges_disszertacio.pdf

Letöltés ideje:2023.02.16

Lengyel Márton (2004): *A turizmus általános elmélete*, Akadémiai kiadó, Budapest

Michalkó Gábor (2007): *A turizmus elmélet*, Akadémiai kiadó, Budapest

Michalkó Gábor (2016): *Turizmológia*. Akadémiai kiadó, Budapest

Mitev Ariel Zoltán (2019): *Kutatásmódszertan a turizmusban*. Akadémiai kiadó, Budapest

Molnár Csilla (2019): *Utazás- és rendezvényszervezés*. Digitális jegyzet, Szent István Egyetem, Gödöllő

Molnár György (2017): *Protokoll az üzleti életben*. Akadémiai kiadó, Budapest

Szabó Krisztián (2014): *A Miskolci Sörfesztivál fejlesztési lehetőségei egy nemzetközi összehasonlítás alapján*. Miskolci Egyetem Marketing Intézet
<https://docplayer.hu/17419894-Miskolci-egyetem-marketing-intezet-a-miskolci-sorfesztival-fejlesztési-lehetosegei-egy-nemzetkozi-osszehasonlítás-alapjan.html>

Letöltés ideje: 2022.10. 19.

Papp Zsolt (2017): *A turisztikai termék*. Akadémiai kiadó, Budapest

Online Források

OktoberfestTours.travel (2022) Oktoberfest 2022 in Munich, Germany: What you need to know
<https://www.oktoberfesttours.travel/oktoberfest-2022/>

Letöltés ideje: 2022.10.19.

Kevesebb a vendég és a bűncselekmény az Oktoberfesten

<https://turizmus.com/szallashely-vendeglatas/kevesebb-a-vendeg-es-a-buncselekmény-az-oktoberfesten-1183277>

Letöltés ideje: 2022.10.19.

A bizonytalan jövő is fűti a céges rendezvények piacát

<https://turizmus.com/szabalyozas-orzagmarketing/mice-a-bizonytalan-jovo-is-futi-a-ceges-rendezvenyek-piacat-1183259>

Letöltés ideje: 2023.02.26

Agenda 2030

<https://ensz.kormany.hu/agenda-2030>

Letöltés ideje: 2023.02.26.

Highvibes: Magyarország első zero waste rendezvényszervezője

<https://highvibes.hu/>

Letöltés ideje: 2023.03.01.

MARESZ Rendezvénypiaci felmérés

https://www.maresz.hu/uploads/documents/MaReSz_Felm%C3%A9r%C3%A9s_a_rendezv%C3%A9nyszakma_helyzet%C3%A9r%C5%91l_2021.pdf

Letöltés ideje: 2023.03.24.

Belvárosi Sörfesztivál

<https://www.sorfesztival.hu/>

Letöltés ideje: 2023.03.24.

Csodálatos Magyarország

<https://csodalatosmagyarorszag.hu/programok/gasztro-programok/zalaegerszegi-sorfesztival-2023/>

Letöltés ideje: 2023.03.24.

Fenntartható turizmus

https://www.parlament.hu/documents/10181/1202209/Infojegyzet_2017_41_fenntarthato_turizmus.pdf/47b870e8-9c07-4268-b7e6-db0466b02da3

Letöltés ideje: 2023.04.25.

Rendezvényszervezés

http://users.atw.hu/humanmenedzser/4_felev/rendezvenyszervezes/rendszer2005.pdf

Letöltés ideje: 2023.04.25.

A rendezvényszervezés ABC-je

<https://turizmus.com/utazas-kozlekedes/a-rendezvenyszervezes-abc-je-1149141>

Letöltés ideje: 2023.04.25.

Rendezvényszervezés módszertana

http://abi.gtk.szie.hu/system/files/upload/course_material/a_jegyzet_20110817.pdf

Letöltés ideje: 2023-04.25.

Ábrák és táblázatok jegyzéke

1. ábra A kérdőív kitöltőinek nemek szerinti megoszlása (n=150).....	18
2. ábra A kérdőív kitöltőinek korosztály szerinti megoszlása (n=150).....	19
3. ábra A budapesti lakosok kerületi megoszlása (n=95).....	20
4. ábra A kitöltők megyék szerinti megoszlása (n=21).....	20
5. ábra A kitöltők válaszai az Oktoberfestről (n=150).....	21
6. ábra A budapesti Oktoberfest látogatottsága (n=150).....	22
7. ábra Sörfesztiválok látogatottsága (n=89).....	23
8. ábra A budapesti Oktoberfest látogatottsága helyszín szerint (n=29).....	24
9. ábra A budapesti Oktoberfesten való részvétel gyakorisága (n=29).....	25
10. ábra Az Oktoberfest látogatóinak motivációi (n=29).....	26
11. ábra A kitöltők miért nem látogatják az Oktoberfestet (n=61).....	26
12. ábra A budapesti Oktoberfest értékelése (n=29).....	27
13. ábra A budapesti Oktoberfestet látogató korosztályok a válaszadók véleménye szerint (n=29).....	28
14. ábra A válaszadók véleménye (n=150).....	29
1. táblázat A rendezvények csoportosítása.....	9
2. táblázat Költségek aránya (%) a budapesti Oktoberfesten.....	31
3. táblázat: Hipotézisek vizsgálata.....	33

Mellékletek

1.számú melléklet

Kérdőív

A budapesti Oktoberfest több szempontú vizsgálata

1. Az Ön neme
 - Nő
 - Férfi
2. Az Ön életkora
 - 16-20
 - 21-30
 - 31-40
 - 41-50
 - 60 felett
3. Az Ön lakóhelye
 - Budapest
 - Budapesti agglomeráció (Pest megye)
 - Magyarország más megyéje
 - Külföld
4. Melyik kerületben lakik? *(Csak a 3.kérdésnél Budapestet megjelölő válaszadóknak)*
 - I. kerület
 - II. kerület
 - III. kerület
 - IV. kerület
 - V. kerület
 - VI. kerület
 - VII. kerület
 - VIII. kerület
 - IX. kerület
 - X. kerület
 - XI. kerület
 - XII. kerület
 - XIII. kerület

- XIV. kerület
 - XV. kerület
 - XVI. kerület
 - XVII. kerület
 - XVIII. kerület
 - XIX. kerület
 - XX. kerület
 - XXI. kerület
 - XXII. kerület
 - XXIII. kerület
5. Ön melyik megyében lakik? *(Csak a 3. kérdésnél más megyét megjelölő válaszadóknak)*
- Baranya vármegye
 - Bács-Kiskun
 - Békés
 - Borsod-Abaúj- Zemplén
 - Csongrád- Csanád
 - Fejér
 - Győr-Moson-Sopron
 - Hajdú- Bihar
 - Heves
 - Jász-Nagykun-Szolnok
 - Komárom-Esztergom
 - Nógrád
 - Somogy
 - Szabolcs-Szatmár-Bereg
 - Tolna
 - Vas
 - Veszprém
 - Zala
6. Nevezze meg, hogy melyik külföldi országban lakik! *(Csak a 3. kérdésnél külföldet megjelölő válaszadóknak)*
7. Vett már részt sörfesztiválon?
- Igen
 - Még nem

8. Volt már a budapesti Oktoberfesten?
- Igen
 - Még nem
9. Ön milyen sörfesztiválon vett már részt?
- Müncheneri Oktoberfesten
 - Más külföldi sörfesztiválon
 - Más hazai sörfesztiválon
10. Miért nem vet még részt egyetlen sörfesztiválon sem
- Nem szeretem a sört
 - Nem járok fesztiválokra
 - Egyéb:...
11. Tervezi, hogy valamikor a jövőben ellátogat egy sörfesztiválra?
- Igen, a münchenire egyszer elmennék
 - Igen, a budapestire egyszer mindenképpen ellátogatok majd
 - Nem tervezem
 - Még nem tudom
12. Ön melyik budapesti Oktoberfesten vett már részt? (Több választ is megjelölhet)
(Innen: csak a 8.kérdésre „Igen” választ adóknak)
- Kincsem park
 - Deák Ferenc tér- Erzsébet tér
 - Margit sziget
 - Dózsa György út- Ötvenhatosok tere
13. Ön hány alkalommal vett már részt a budapesti Oktoberfesten?
- Egyszer
 - 2-3 alkalommal
 - Több mint 3 fesztiválon voltam már ott
14. Mi motiválta arra, hogy ellátogasson a sörfesztiválra?
- elsődleges szempont volt másodlagos szempont volt
- Nagyon szeretem a söröket
 - Tetszettek a programok
 - A barátaimmal lehettem
 - A fesztivál hangulata
 - Csak időtöltés volt
 - Ha már Budapesten voltam elmentem

15. Kérem értékelje a budapesti Oktoberfestet a következő szempontok alapján! (válaszát kérem, 1-5-skálán adja meg, 5= teljesen elégedett, 1= egyáltalán nem elégedett)

1 2 3 4 5 nem tudom megítélni

- Sörök választéka
- Ételek választéka
- Programok kínálata
- A fesztivál hangulata
- Árak
- Megközelítés
- Környezetvédelem szempontjának figyelembe vétele

16. Tapasztalat szerint a budapesti Oktoberfestet mely korosztály látogatja elsősorban?

- 18 év alattiak
- 18-30 évesek
- 31-45 évesek
- 46-60 évesek
- 60 feletti
- minden korosztály megfordul a fesztiválon, nem tudok kiemelni egyet sem

17. Ön részt vett még más sörfesztiválon?

- Igen, a müncheni Oktoberfesten
- Igen, más külföldi sörfesztiválon
- Igen, más hazai sörfesztiválon
- Nem, még nem

18. Mi az a 3 szó, ami az „Oktoberfest” hallatán elsőre eszébe jut? (Innen újra minden válaszadó)

19. Egyetért-e a következő kijelentésekkel?

teljesen egyetértek- inkább egyetértek- inkább nem értek egyet- nem értek egyet- nem tudom megítélni

- A Covid- 19 világjárvány miatt csökkent az érdeklődés a sörfesztivál iránt
- Fesztiválra érkezők kifejezetten a sörfogyasztás miatt érkeznek
- A fesztiválra érkezők nem a sörfogyasztás hanem a fesztivál élményért érkeznek
- Egy sörfesztivál inkább a 30 év alattiak számára vonzó program
- Megközelíthetőség szempontjából jó az elhelyezkedése a jelenlegi Oktoberfestnek (Deák Ferenc tér- Erzsébet tér)
- A budapesti Oktoberfestre érkező vendégek főleg helyi lakosok

20. Ön szerint az alábbi tényezők mennyire fontosak egy sörfesztiválon? (Válaszát kérem, 1-5 skálán adja meg, ahol 5=nagyon fontos, 1= egyáltalán nem fontos)

- Sörök választéka
- Ételek választéka
- Programok kínálata
- A fesztivál hangulata
- Ne kelljen belépőjegyet fizetni
- Árak
- Legyen könnyen megközelíthető
- Ne kelljen sokat utazni
- A fesztivál vegye figyelembe a környezetvédelem szempontjait (legyen „zöld”)
- Legyen ismert

21. Melyik helyszínt preferálná az Oktoberfest megszervezésére?

- Kincsem park
- Deák Ferenc tér- Erzsébet tér
- Margit sziget
- Ötvenhatosok tere- Dózsa György út
- Egyéb:...

Szakértői interjú kérdései

1. Mióta rendezik meg az Oktoberfestet Budapesten?
2. Története az Oktoberfestnek?
3. Vizsgálják mennyi a külföldi és belföldi vendégek létszáma?
4. Kik az elsődleges küldő piacok? Honnan érkeznek a legtöbben?
5. Milyen bevételekre számítanak a fesztivál alatt?
6. Milyen kiadások jöhetnek számításba egy ilyen nagy rendezvény megszervezéséhez?
7. Az év múlásával milyen százalékkal növekedtek ezek a számok? (Kiadások, Bevételek)
8. A fesztivál szervezésének milyen lépesei vannak, hogyan zajlik?
9. Melyik cég szervezi a fesztivált?
10. Mik a helyszín választásának főbb okai, miért rendezték már meg több helyen, mi ennek az oka, mi volt ennek az előnye, hátránya? Miért döntöttek a változás mellett?
11. Marketing szempontból milyen felületen hirdetik magukat, milyen eszközöket használnak?
12. Az Oktoberfest névhasználati joghoz kitől kell engedélyt kérni?
13. Kik a szponzorok a fesztiválon?
14. Hány naposak a rendezvények?
15. Milyen jellegű programokat kínálnak még?
16. Készítenek látogatási elégedettség mérést?
17. Milyen engedélyeket kell beszerezni a rendezvény működtetéséhez?

Függelékek

1. számú függelék- Hallgatói és konzulensi nyilatkozat

NYILATKOZAT

Alulírott **Heuschmidt Anna Karolina**, a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem, Budai Campus, **turizmus-vendéglátás** szak **nappali** 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 04 hó 23 nap

Heuschmidt Anna Karolina

Hallgató

NYILATKOZAT

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

A Záródolgozatot/Szakedolgozatot/Diplomadolgozatot záróvizsgán történő védeésre javaslom / nem javaslom*.

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

Kelt: 2023 év 04 hó 24 nap



Belső konzulens

SZAKDOLGOZAT TALMI KIVONATA

A szakdolgozat készítőjének neve: Heuschmidt Anna Karolina

A szakdolgozat címe: Turisztikai rendezvények szervezése, értékelése, hatásai és a budapesti Oktoberfest több szempontú vizsgálata

Szak, képzési szint és tagozat megnevezése: Turizmus-vendéglátás alapképzési szak, nappali tagozat

Tanszék/Intézet megnevezése: Fenntartható Turizmus Tanszék/Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet

Belső témavezető: Dr. Molnár Csilla, egyetemi docens

A dolgozat rövid leírása:

Szakdolgozatom témaválasztásának aktualitását alapvetően a gasztronómiai rendezvények Magyarországon is egyre növekvő népszerűsége adta. Dolgozatom központi témájaként a sörfesztiválokat választottam, melyek közül magam is már többen részt vettem. A budapesti Oktoberfest azért keltette fel az érdeklődésemet, mert egy olyan adaptált rendezvényről van szó, melynek őshazája bár Németország, mégis már 9. alkalommal Budapesten is megrendezésre került. Kutatómunkámat az elsősorban a rendezvényszervezéshez és a rendezvénypiaci változásához kapcsolódó szakirodalmak megismerésével és feldolgozásával kezdtem. A forráselemzés célja az volt, hogy megismerjem a vizsgálatom középpontjába helyezett sörfesztivál és általában a rendezvények szervezésének elméleti hátterét. A szakirodalmi feldolgozást követően négy hipotézist fogalmaztam meg, melyek bizonyítására saját kutatást végeztem kvantitatív és kvalitatív módszerekkel. A kérdőíves megkérdezéssel elsősorban arra kerestem a válaszokat, hogy a válaszadók (n=150), hogyan vélekednék a sörfesztiválokról, mennyire ismerik a budapesti Oktoberfestet illetve, hogy részt vettek- e már ezen a sörfesztiválon.

NYILATKOZAT

a szakdolgozat nyilvános hozzáféréséről és eredetiségéről

A hallgató neve: Heuschmidt Anna Karolina
A Hallgató Neptun kódja: IZYDFI
A dolgozat címe: Turisztikai rendezvények szervezése, értékelése, hatásai és az Oktoberfest több szempontú vizsgálata
A megjelenés éve: 2023
A konzulens tanszék neve: Fenntartható Turizmus Tanszék

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

Kelt: 2023 év 04 hó 23 nap

Heuschmidt Anna Karolina
Hallgató aláírása