

**A NÉPMŰVÉSZETI, NÉPTÁNC ÉS A HAGYOMÁNYŐRZŐ
RENDEZVÉNYEK HATÁSA
A BUDAPESTI SZÁLLÁSSZOLGÁLTATÓKRA
ÉS EZEK INNOVÁCIÓS LEHETŐSÉGEI**

**THE IMPACT OF FOLK ART, FOLK DANCE AND
TRADITIONAL EVENTS IN THE MARKET OF
ACCOMMODATION PROVIDERS OF BUDAPEST AND
THEIR INNOVATION OPPORTUNITIES**

SEBESTYÉN Alíz – KOZMA Tímea

Kulcsszavak: *népművészet, rendezvény, szállásslolgáltatás, turizmus, hagyomány, Budapest*

Keywords *folk art, event, accomodation, tourism, traditional, Budapest*

JEL kód: *Z32, R11*

ÖSSZEFOGLALÁS

Hagyományaink tisztelete és őrzése hidat jelent a múltunk és jelenünk között. Mint minden nép, mi magyarok is magunkkal hordozzuk elődjaink több ezer éves bölcsességét, írástudását és tapasztalatait. Tradícióink tiszteletének alapköve népszokásaink, melyek hatással voltak, mint népdalainkra, néptáncunkra, a mindennapi öltözetre, valamint iránymutató volt a viselkedési formákra. Évszázadokon át formálta az emberek erkölcsi rendjét és a közösségekbe való tartozás jelentőségét. Mára, a 2010-es évekre egész Magyarország területén több száz néptánc-, kézműves csoport alakult, számtalan népzenei együttes húzza a talpalátalót az ország különböző pontjain. A fesztiválok, mint jelenségek a hagyományőrök életében is jelen vannak, és évről évre összegyűlnek, hogy együtt élbessék meg hagyományukat. Hazánk fővárosa, Budapest számtalan népzenei, népművészeti rendezvénynek adott már otthon az elmúlt évtizedek során, generálva ezzel belföldi turisztikai mozgást. Kultúra, gasztronómia, gazdaság, szórakoztatás, egészség, örökség, konferencia. Ha csak hazánk fővárosát tekintjük, szinte kevés olyan témakört tudnánk megemlíteni, ami, nincs kapcsolatban a turizmussal. Mára a turizmus általános jelenség az egész világon és szerteágazó jelensége összefonódott már a rendezvényekkel is. Egyre gyakoribbak a népi kézműves vásárok, nő az előadássorozatok színvonala és mennyisége, gyakoribbak az egy-két napos, vagy akár egy hosszú hétvégét felölelő folk rendezvények.

Jelen tanulmány célja, hogy strukturált kérdőíves vizsgálatra és mélyinterjúk kutatásra alapozva feltárja a népművészeti rendezvények és a budapesti szállásszolgáltatók közötti kapcsolatot. Jelenleg ez a piac még kiaknázatlan, ám számtalan lehetőséget rejt magába, ami a jövőben egy nyereséges korporációt jelenthet mindkét szolgáltató számára.

SUMMARY

Respecting and preserving our traditions means building bridges between our past and present. Like every other nation, we Hungarians have, inside us our culture, the wisdom and knowledge of writing as well as the experience of more than one thousand years of history. The basis of our traditions are the folk customs that have affected folk songs, folk dance our everyday clothing, as well as guiding behaviors. For centuries it has shaped the morality of people and the importance of belonging to the community. Nowadays, during the 2010-s, hundreds of folk dance and hand-crafting groups have been established around the country, with plenty of folk music groups playing their wonderful songs all around in Hungary. Festivals, which are new ways of expression, are also present in the lives of people who respect traditions and meet every year to feel that special atmosphere together. The capital of Hungary, Budapest, has been home to countless folk music and art events in the past decades, generating domestic tourism. Culture, gastronomy, economy, entertainment, healthcare, heritage, conferences: if we look only at our capital city, there are very few topics that do not relate to tourism. Today tourism is a phenomenon all over the world, and it is already interconnected with these events. The folk art and hand-craft markets are becoming more common, the quality and quantity of the performing art series is growing and the interest for longer and more interactive folk events has become stronger.

The aim of this study is to find out about the relationship between folk art events and the accommodation providers in Budapest, based on structured questionnaires and in-depth interviews. Currently, this market is

still untapped, but it includes numerous opportunities that, in the future, could be a profitable corporation for all parties involved.

BEVEZETÉS, PROBLÉMAFELVETÉS

Napjainkban a hagyományőrzők, a népművészet pártolók köre egyre inkább bővülőben van. Egyre jobban terjednek a táncházak, gyakoribbak a kézműves vásárok, nő az előadásorozatok színvonala és mennyisége, megjelent a Fölszállott páva tehetségkutató műsor, mint a Röpülj páva utódja, egyre gyakoribbak az egy-két napos, vagy akár egy hosszú hétvégét felölelő rendezvények.

Manapság a rendezvények, sőt a fesztiválok (mint a rendezvények legpiacképesebb típusa) már világjelenségnek számítanak, szinte már divattá vált „fesztiválozni”. Ezeket a rendezvényeket, fesztiválokat kettős céllal szervezik. Elsősorban a résztvevők az élményszerzésért látogatnak el, míg a szervezők érdekében az információ átadás, illetve a tudatformálás áll, célja pedig az élménynyújtás és információ közlés. Hazánk országhépeének formálása több erőforráson és terméken keresztül zajlik. Egyik jelentős szegmense a kulturális turisztikai termékek, melyek alcsoportjai között szerepelnek a hagyományok. Ide tartoznak a néphagyományok, a népművészet, lovashagyományok és a gasztronómia egyaránt. Másik gondolatmenetet követve a rendezvényekre kommunikációs eszközként is tekinthetünk. Megalaphozhatja egy már jól működő termék, ebben az esetben egy esemény, fesztivál értékesítését, továbbfejlesztését. Feltételezésem szerint már vannak olyan szállásszolgáltatók, akik nagyobb eseménysorozatok intervalluma alatt más árakkal dolgoznak, mint azt a szezon diktálja, esetleg kapcsolatban állnak értékesítési irodákkal, netán csomagajánlatokban lehet felfedezni őket.

A témaválasztást elsősorban a személyes érintettség inspirálta.

ANYAG ÉS MÓDSZERTAN

A kutatási folyamat során, primer és szekunder forrásokra egyaránt támaszkodtam. Az eredmények feldolgozásához a kutatási kérdéskörhöz kapcsolódó szakirodalmak, folyóiratok, dokumentumfilmek, saját tapasztalatok kerültek felhasználásra. Szakirodalmak tekintetében elsősorban a témához szorosan kapcsolódó hazai források kerültek feldolgozásra, a magyar folk történetéről: JÁVORSZKY, 2013; AMMANÉ HÉDERVÁRÉ, 2008; CSONKA - TAKÁCS - HAVAY, 2011). A rendezvénszervezés módszertanáról: KÁPOSZTA, 2011, PÚZOK - RÁTZ, 2011). Kulturális turizmushoz kapcsolódóan: CSAPÓ – MŰTESZ, 2007, JÁSZBERÉNYI, 2014), illetve az alap turisztikai elméletek: PALANCSA, 2010, LENGYEL, 1992.

„Egy nemzedéknek szüksége van arra, hogy gyökereit ismerje; hogy honnan hová halad.” - Hamar Dániel, zenész, Muzsikás együttes

Erről a csodálatos témakörrel talán oldalakon keresztül lehetne írni, annyira szerteágazó és komplex. Maga a szó, népművészet tágabb értelemben véve a népművészeti ágazatok megnevezése, ugyanakkor a tárgyak művészi megformálását jelenti, ha szűkebb értelemben definiáljuk. (MAGYAR NÉPRAJZI LEXIKON, 1977-1982) A paraszti világban a tárgyi eszközök önmagukban is műalkotások, nem kezelik eltérően más használati tárgyaiktól, mind-egyiknek van esztétikai feladata is, ezért a néprajztudomány legfőképpen azokat a tárgyakat rendszerezi a népművészet körébe, melyek célszerű használhatóságága több mint csupán esztétikai. Legtöbbször ünnepi eseményekkel kapcsolatos tárgyak, melyek népszokásokhoz kapcsolódnak, ugyanakkor megkíméltek.

„A népművészet megújulása még a hetvenes évek második felében elkezdődött, amikor a városi fiatalok Erdély újrafelfedezésével visszatáltak a hagyományokhoz. Ennek eredményeként 1982-ben megalakult a Népművészeti Egyesületek Szövetsége (NESZ), amelynek vállalt feladata ma is rendezvények és kiállítások szervezésével piacra segíteni a mestereket.” (TÁNCZOS, 2017)

Magyarország 2010-ben nyújtotta be pályázatát az UNESCO-ba, melyet a világszervezet a szellemi kulturális örökség megőrzésének jegyében hozott létre. A program olyan metódust követ, melyek alkalmazhatóak több hatókörben, ez esetekben helyi szinten, közösségi vagy országos szinten. Ide tartozik a magyar táncház módszer, amely spontán, civil kezdeményezésen alapulva alakult meg számos támogató és mozgalmár közreműködésével, míg végül közösségi tevékenységgé nem csiszolódott. „A táncház módszer titka és sikere annak köszönhető, hogy a kialakított eljárásokat, a kidolgozott oktatási tevékenységet, a helyszíni gyűjtéseket és a tudományos dokumentálást, archiválást, valamint az eredmények művészi szintű adaptálását bárhol a világon alkalmazni lehet az adott ország vagy közösség kulturális örökségének feltárása és népszerűsítése érdekében.”

Az első zárkörű táncházra 1972-ben került sor, mely egy évvel később már nyitott kapuival várta a táncolni vágyókat, oktatással és élőzenével. Az ötlet alapján pár év leforgása alatt nem csak nagyobb városokban jelentek meg a táncházak, hanem fiatalok tízezreit vonzotta. Hírnevét az immár országos mozgalom többek között a média érdeklődésének és támogatásának köszönheti, valamint számos művelődési szakember és kutató kooperációja egyfajta erős bázisként szolgált. Kidolgozták azt az élmény és értékteremtő módszert, ami azonnali közösségi impulzust és szórakozást biztosít a maga nem színpadi mivoltából.

„A táncház módszer több nemes célt is megfogalmazott, többek között olyan művelődésforma megteremtését, mely szellemi kulturális örökséget szerteágazóan alkalmazza, ami tudás átadás révén öröklődik, az újabb generáció bevonása és aktív részvételre ösztönző módon sajátítsa el a tudást, úgy, hogy a hagyományos közösségi eszközöket alkalmazzuk (néptánc, népzene) valamint, alkalmat biztosít az emberi produktivitás manifesztációjának.

A táncház módszer több népművészeti eszközt és kifejezési formát kapcsol össze, így a módszertanhoz kötődnek:

- a) szóbeli hagyományok és kifejezési formák [...]
- b) előadóművészetek
- c) társadalmi szokások, rítusok, ünnepli események
- d) a természetre és a világegyetemre vonatkozó ismeretek és gyakorlatok
- e) hagyományos kézművesség” (CSONKA - HAVAY, 2011, 4.p.)

2017-re már egy jól kialakított kommunikációs csatornán tartja fenn a kapcsolatot a mozgalom a civilekkel. Bejárattott folyóirata van (FolkMAGazin), különböző internetes oldalakat üzemeltet, hagyományteremtő rendezvényeket szervez.

2013. január 31-i hatállyal, Táncház módszer, mint a szellemi kulturális örökség átörökítésének magyar modellje a Magyar Hungarikumok Gyűjteményébe került. A táncház mozgalom nem csak kidolgozott módszere miatt különleges, hanem az ereje miatt is, ami képes volt egy erős közösséget, egy családot alkotni. Pezsgő élet volt, bárhova ment az ember. Ez a jelenség az, amit a mai táncházak és néphagyományokkal kapcsolatos rendezvények elevenítenek meg, ez az erős érzés, amelyet minden hagyományőrző keres.

Primer kutatásként⁵ standardizált online kérdőíves megkérdezést és mélyinterjút alkalmaztam. Az első mintavétel célcsoportja a hagyományőrző közösségek tagjai voltak. A felmérés 2 hétig zajlott, hagyományőrző egyesületek csoportjain keresztül juttattam el a kérdéseimet, publikus internetes bejegyzés formájában. A kérdőívesfelmérésnek két fő célja volt, egyrészt feltárni, hogy melyek a legkedveltebb Budapesten megrendezett folk rendezvények, ezeket milyen gyakran látogatják meg, valamint feltárni, hogy milyen szálláshelyszolgáltatásokat vesznek igénybe. Az itt kapott eredmények alapján állítottam össze második felmérést csak szálláshelyszolgáltatóknak. A felmérés 2017 októberében zajlott, összesen 244 válasz érkezett be, melyből 230 volt értékelhető. A másik kérdőív célcsoportjai a szállásadók voltak, egy földrajzilag előre kijelölt területen belül 120 szálláshelyszolgáltatónak küldtem ki kérdéseim, figyelve arra, hogy az előző kérdőív eredményei alapján minden szállástípusnak írjak. Összesen 40 értékelhető válasz érkezett, legnagyobb részt az apartmanok (30%) adták, majd a 2 illetve 3 csillagos szállodák (27,5%), hostelek (20%), panzió (12,5%) illetve az egyéb szállástípusok (10%) A mélyinterjú elkészítésében olyan szakmailag elismert személyek nyújtottak segítséget, mint például Berán István, (a Táncház Egyesület ügyvezetője, a Méta Együttes egykori tagja, valamint a Táncháztalálkozó társszervezője) illetve az Events and More rendezvényszervező cég munkatársai, Nagy Judit (ügyvezető) és Perfalvi Bianka.

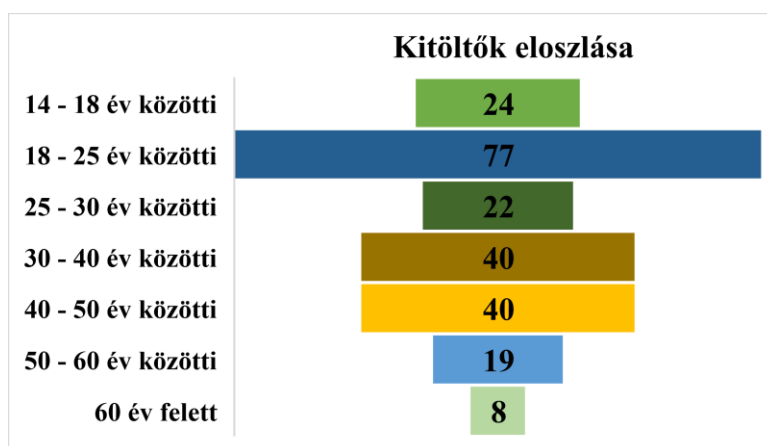
⁵ A tanulmány alapjául szolgáló kérdőíves és a mélyinterjúkat a hallgató készítette az oktató (konzulens) szakmai vezetésével, irányításával.

A kérdőíveket SPSS statisztikai programcsomaggal dolgoztam fel, illetve tartalomelemzést is végeztem a nyitott kérdések esetében, valamint a mélyinterjúk feldolgozására.

EREDMÉNYEK

A hagyományőrző közösségek tagjai, mint a minta főbb jellemzői

A mintavétel alanyai közötti nemi megoszlás a következőképpen alakult: az érvényes 230 kitöltő 72%-át alkotják a nők, a maradék 28%-át a férfiak. A mintavétel alanyait korcsoport szerint 7 kategóriába osztottam, melynek alsó korhatára 14 és 18 év közötti fiatalok és felső határa a 60 éves kor feletti hagyományőrzők. A válaszadók korcsoportonként megoszlását mutatja a 1. ábrán.



1. ábra. A kérdőívet kitöltők életkor szerinti eloszlása

Forrás: saját szerkesztés

Napjainkban fénykorát élik a fesztiválok. Magyarországon mára már minden város, település programajánlatai között van egy fesztivált vagy egy közösségi esemény. (TURIZMUS BULLETIN, XIII. évfolyam) Még ha nem is jellemzi ezeket a rendezvényeket a profitalibitás, akkor is okkal kapnak kiemelkedő figyelmet, mivel élményközpontúság jellemzi a célközön-séget, a társadalmat. Indukált hatások érvényesülnek, ha ezek a rendezvények elnyerik a média figyelmét, képesek jó fényt vetni a település arculatára. A Központi Statisztikai hivatal 2014-ben csak a Budapesten megrendezett rendezvények számát több mint 16 000-re teszi, melyből csupán egy nagyon apró töredékét teszik ki a hagyományőrző rendezvények. (KSH, Budapest számokban, 2014)

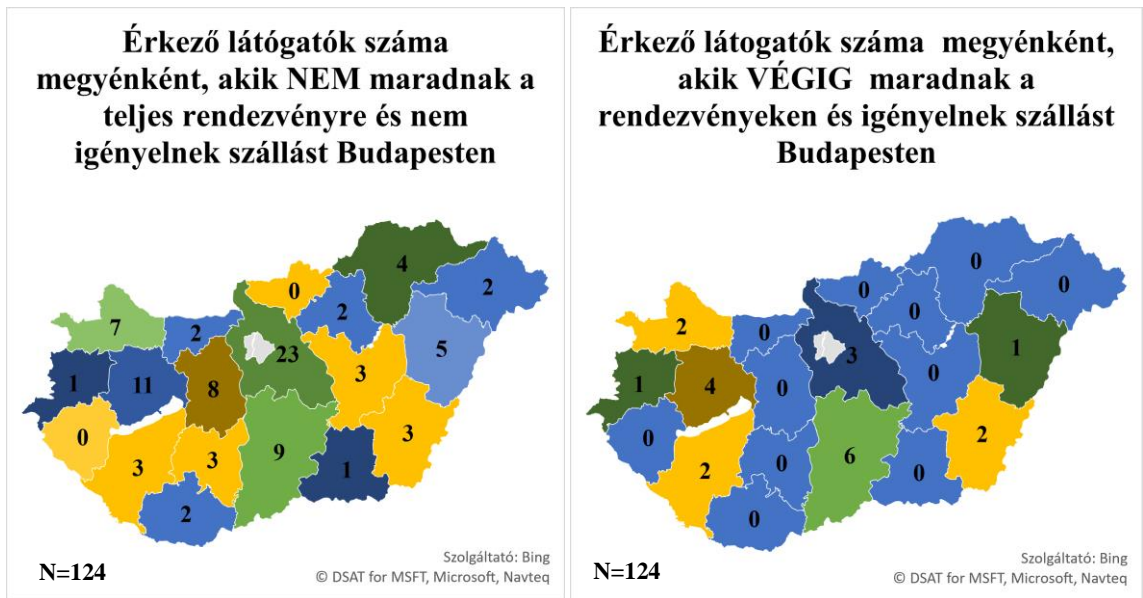
A kutatás eredményei a rendezvények szempontjából

Kölcsönösen kiegészítik egymást a rendezvények és a turisztikai termékfejlesztések, ugyanis, a desztináció attrakciói turistákat, látogatókat eredményez a rendezvényeknek vagy fesztiválok, a rendezvények elősegítik az adott desztináció felkeresését, mint turisztikai látványosságot, attrakciót. „Habár a fesztivál ipar fő mozgatórugója a gazdasági haszon, egyéni és társadalmi szinten is érdemes vizsgálni a fesztiválok és a fesztiválturizmus értékteremtő folyamatait és hatásait, nem beszélve a kulturális és környezeti rövid és hosszútávú változásokról” (JÁSZBERÉNY - ZÁTORI - ÁSVÁNYI, 2016, 32. p.) Ezért is merült fel a kérdés, hogy egy adott rendezvénynek, például Országos Táncháztalálkozó vagy Néptáncantológia, van-e akkora vonzereje, hogy csak a rendezvény élménye miatt látogassanak el a vendégek, főként, ha távolabbi régióból érkeznek, vagy egybe kötik azt más szabadidős célokkal.

A kérdőíves vizsgálat szerint bármelyik korosztályt vizsgáljuk, a válaszolók többsége csak a rendezvény miatt érkezik a fővárosba. Az 50 és 60 év közöttiek vegyes eredményt mutatnak; 42%-k csak a rendezvény miatt, 30% nem csak a rendezvény miatt érkezik, és ebben a korcsoportban van a legmagasabb százalékszám (26%), akik nem egy adott rendezvény miatt jönnek Budapestre. A jelenlegi 230 kitöltőből a minta alapján megállapítható, hogy a rendezvények törzsközönsége a 18-25 év közöttiek, illetve 40 és 50 év közöttiek. Az eredmények magyarázhatóak a korosztály sajátos életrésztjeinek jelenségeivel, hiszen a fiatalabbak, még tanulmányaik mellett több időt tudnak szakítani a közösségi életre, mint a kisgyerekes, családos 30 évesek.

Az első kérdőív eredményei alapján a 10 jelölhető folk rendezvény közül legismertebb és látogatottabb budapesti hagyományőrző rendezvény, az Országos Táncháztalálkozó és Kirakodó Vásár (205 szavazattal), melyet a Néptáncantológia követett 137, és a 3. helyen a Mesterségek ünnepe áll 155 válasszal.

Mivel mindegyik rendezvény több napot ölel fel, fontos volt felmérni, vajon „Igénybe vesz szállásslolgáltatást a rendezvény idejére?” A 124 magyarországi kitöltők közül kevesebb mint a fele tartózkodik a teljes rendezvény ideje alatt a fővárosban és ez idő alatt csak a harmada vesz igénybe szállást. Számokban ez úgy néz ki, hogy a Budapestre látogató vendégek száma, akik nem maradnak végig egy rendezvényen, az 142 fő. Összesen 89 olyan férfi és nő volt, akik nem maradnak a teljes rendezvény idejére és nem is igényelnek szállást. Az eredmények alapján, a mintavétel alanyai, olyan lakosok, akik valószínűleg Budapest vonzáskörzetében élő hagyományőrzők, hiszen 89-ből 23 pest megyei lakosra és a válaszadók 45%-a, a rendezvény után hajnalban az első járművel haza utaznak, mindazok mellett, hogy drágának tartják a szállást és a parkolást Budapesten. Ezzel szemben azon kevés válaszadók akik, végig maradnak és a teljes időtartamra szállásslolgáltatást is igénybe vesznek, jellemzően az ország távolabbi megyéiben élő lakosok. Ez a metszet, csupán 21 magyarországi lakost számlál.

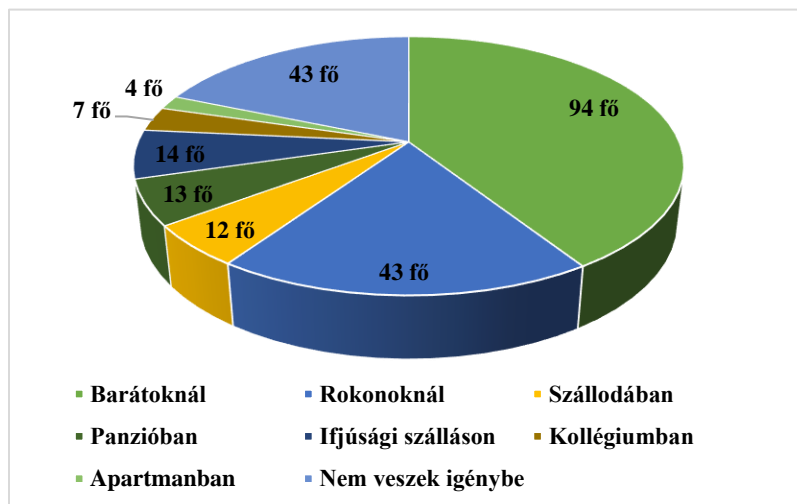


2. ábra. Belföldi vendégek szállás iránti igénye megyénként

Forrás: saját szerkesztés

A kutatás eredményei a Szállás lehetőségek szempontjából vizsgálva

A megkérdezettek szerint a hagyományörzők elsősorban barátaiknál és rokonaiknál szállnak meg a rendezvények idejére (3. ábra), főleg, ha a végig részt vesznek a rendezvényen, csak utána jöhetnek szóba az apartmanok, szállodák és ifjúsági szállások.



3. ábra Több napos rendezvények szállásigénye

Forrás: saját szerkesztés

A további 95 európai országból (leggyakoribb küldőországok: Románia, Szlovákia, Szerbia, Ausztria, Ukrajna, Lengyelország, Egyesült Királyság.) érkező látogatóra általánosságban jellemző, hogy csak évente egyszer látogatnak el Budapest valamelyik folk rendezvényére, mely esetek többségében az Országos Táncháztalálkozó, ez a megkérdezettek 71%-a. A külföldön élők, 75 %-a végig marad az eseményeken, mert egy napért nem utaznának több órán vagy akár fél napon keresztül és az esetek 48%-ban igénybe vesznek szállást. Eltekintve a barátoktól és a rokonoktól ezek a szállástípusok általában az ifjúsági szállások és három csillagos szállodák.

A kérdőívből egyértelműen látszik, hogy a legnagyobb problémát a magas szállásárak okozzák. Az összes kitöltő közül 152 -en jelölték a drága szállást, mint probléma. A 230 kitöltő magába foglalja azokat a látogatókat is, akik Pest megyeiek, vagy közeli megyékben laknak és hajnalban az első járművel hazautaznak, ezért, ha ezeket a változókat nem számítjuk bele, még mindig 50 olyan kitöltőről beszélhetünk, akik biztosan igényelnének szállásslolgáltatást (nem barátoknál és rokonoknál) de még mindig az anyagi okok miatt választanak más lehetőséget.

A szállásslolgáltatóknak fizetőképes vendékre van szüksége, mintavétel alanyainak pedig megfizethető szállásra. Létre jöhetne a kapcsolat, ha lenne egy közös nevező. Korosztályok szerint csoportosítva kerestem azt az összeget, melyet a maximálisan hajlandóak kifizetni a potenciális vendégek. Ezt az összeget, előzetesen 5 000 és 10 000 forint közötti összegnek becsülöm, egy éjszaka per egy fő esetében.

A legalacsonyabb korosztály, (14 és 18 év közöttiek) vagy nem költenek semmit vagy maximum 5 000 forintot. Egy kategóriával feljebb, a 18 és 25 év közöttieknél már megjelenik az 5 000 és 10 000 forint közötti érték, de több mint a fele, 57,1%, továbbra is csak maximum 5 000 forintot lenne hajlandó fizetni egy éjszakáért. Viszont, összehasonlítva a többi korcsoporttal, jól látszik, hogy többen hajlandóak 18 és 25 év között magasabb összeget fizetni a szállásért. Az idősebb korosztályok, már a 40 és 50 év közöttiek körében megjelennek magasabb összegek, de ez nem szabályszerű. Bár az elemszám alacsony és ezért nem igazolható statisztikailag az állítás, de a mégis jól kirajzolódik, hogy az életkor befolyásolja a fizetési hajlandóságot, az idősebbek hajlandóak többet fizetni, ez függ persze a keresettől.

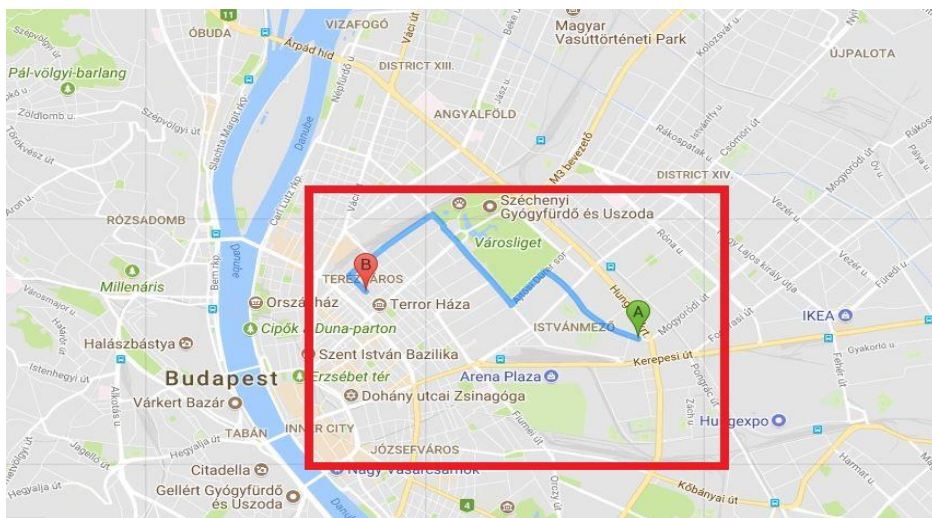
A kutatás eredményei a Szállásslolgáltatók szempontjából vizsgálva

A második kérdőív összeállításánál már tudatosan koncentráltam a szállásslolgáltatók kiválasztására. Egyértelművé vált, hogy a leglátogatottabb folk rendezvény Budapesten az Országos Táncháztalálkozó, ezért a mintavételhez egy olyan területi lefedettséget igyekeztem behatárolni, ami magába foglalja a rendezvény két helyszínét, illetve a közkedvelt szállodák, panziók, hostelek keresztmetszetében üzemelnek.

Az ábrán az A pont jelenti a Sport Arénát, a B a Fáklya Klubbot, ahol az esti program folytatódik táncház kereteiben.

A válaszolók a szálláslehetőségekről elsősorban az internetes felületeken tájékoznak, de gyakori információforrás még a telefon és az ismerős ajánlása. Maga az ajánlás egy meglehetősen erős befolyásoló tényező, ha csak a szállásszolgáltatókról alkotott véleményeket tekintjük.

Az értékelések és a pontszámok pozitív és negatív irányba képes léptetni például egy magán szállás státuszát a honlapokon. Ha ismerősünk révén választunk egy szállást nagyobb bizalmat kelt bennünk a szolgáltatás. Persze nem feltétlenül szükséges ez a bizalom, ha egy jó marketing kommunikációval ezt a szolgáltató kitudja váltani. Bár a kérdés kapcsán csak a második helyen állnak az „ismerősök” mint tájékozási lehetőség, kevés kitöltő számmal marad el az internetes tájékozódás mértékétől.



4. ábra A Táncház-találkozó két helyszínének területi lefedettsége
Forrás: Google Maps alapján saját szerkesztés

A világháló alternatívát kínál a potenciális fogyasztóknak, ami biztosítja az azonnali információ áramlást. Ennek hatására a fogyasztók, ahogy a kérdőív is tükrözi, már internetről tájékoznak. Az internetes fogyasztók emellett új igényeket eredményeznek, új elvárásokat állítva a szállásszolgáltatók felé. Ezáltal a vállalatok azonnali kapacitás és árinformációval kell rendelkezzenek, elvárt a többnyelvű tájékoztatás, igénylik az azonnali foglalási lehetőséget fenntartva a módosítási lehetőségeket. A legismertebb szállásfoglaló és ár összehasonlító oldalak a Booking.com, TripAdvisor.com, Hotels.com, Expedia.com, Airbnb.com, Trivago.hu, hazánkban pedig a Szállás.hu, Szállásguru, stb. A felmérés alapján a belföldi hagyományörzők is ezeket az oldalakat látgatják, ha szállást keresnek. A válaszadók körében a két legnépszerűbb oldal a Szállás.hu (63%), majd ezt követi a Booking.com 41%-kal.

A második kérdőívben, melyet csak a szállásszolgáltatóknak tettem fel válaszmátrixot alkalmaztam. A kutatás célja az volt, hogy hozzávetőleges képet kapjak, arról, hogy a 40 szállásszolgáltató mit gondol, mennyire követik nyomon a Budapesten megrendezett hagyományőrző rendezvényeket, lát-e benne üzleti lehetőséget.

1. táblázat. A szállásszolgáltatók kérdésmátrixa és azok válaszai

	Egyáltalán nem tartom lehetségesnek	Nem tartom valószínűnek	Látok rá némi esélyt	Valószínűnek tartom	Biztos vagyok benne
a) rendezvényszervezőkkel partneri kapcsolatra tegyenek szert?	5	10	10	12	3
b) lát benne üzleti lehetőséget?	1	6	18	9	6
c) ha a reklámoznák a rendezvényeket, nőne kereslet?	3	13	14	9	1
d) a jövőben figyelemmel kísérik a hagyományőrző rendezvényeket?	2	10	14	10	4
e) változtatnak a szállás árain (emelik vagy csökkentik) a rendezvények ideje alatt?	5	6	8	8	13

Forrás: saját szerkesztés

A nagyobb, több csillagos szállodák (kevésbé veszik figyelembe ezeket a rendezvényeket, főleg, hogy sokaknak évek óta kialakított partneri kapcsolata van más rendezvényszervező cégekkel, akik folk esték szervezésére szakosodtak. A 40 válaszadó szállásszolgáltató közül 30%-uk gondolja úgy, hogy alakíthatnak ki partneri kapcsolatot hagyományőrző rendezvényekkel például az Országos Táncháztalálkozóval. Mind két fél számára adottak a lehetőségek, nem elképzelhetetlen esetleg olyan kedvezményes belépőjegyek kibocsátása mely az adott időszakra partner szállásokon foglalási kedvezményt biztosíthatna. A megkérdezett szolgáltatók közül csak 8%-uk teljes biztos ennek a kapcsolatnak a kialakítási valószínűségében és 25%-25% gondolja egyenlő arányban, hogy nem tartják valószínűnek vagy látnak rá némi esélyt.

Arra a kérdésre, hogy látnak-e üzleti lehetőséget a rendezvényekben, egyértelműen csak a némi esély fogalmazható meg, ugyanis a válaszadóknak közel a fele (45%) gondolja így. Némi biztatásra ad okot, hogy második legtöbb a „Valószínűnek tartom” kategóriára esett. Fontos kérdés volt, hogy ha beszállnak valamilyen formában az események reklámozásába, számítanak-e nagyobb forgalomra. A válaszadók inkább a nemleges válaszok irányába húztak, 33% és 34%-kal és csupán 3%, azaz csak 1 szolgáltató biztos a pozitív hatásban.

A szállásadók 35%-ának véleménye alapján a csak valószínű, hogy a jövőben figyelmet fordítanak a fővárosban zajló eseményre, és csak 10%-kal kevesebb szolgáltató tartja valószínűnek. Bízom benne, hogy ezek az események képesek szezonális kereslet növekedést generálni, és ha eddig nem is voltak rá képesek, a jövőben lesz rá mód. A szállásszolgáltatók 13%-a a jövőben sem fog változtatni árpolitikáján, nem tartják annyira erős mozgatórugónak az eseménysorozatokat, míg 33%, tehát 13 szolgáltató már igen. Valószínűleg a kérdőív kitöltése megfogalmazhatott több új ötletet az értékesítési stratégiájukban.

A kérdőív teljes anonim volt, viszont a kitöltők a kérdőív elején meg kellett jelöljék, mely szolgáltatók közé tartoznak. Jellemzően az olcsóbb szállástípusoknál tapasztalhatóbbak a pozitív kimenetelű válaszok, a jövőben inkább majd ők fognak több figyelmet szentelni a rendezvényeknek. Az elmúlt évek során csak Táncháztalálkozón 14 000 fős közönséget számlált a rendezvény, ami növekedben van. A következő fejezetben a Táncháztalálkozó elemzésével foglalkozom, illetve a felmerülő hibák felkutatásával, melyeket, ha sikerül kiküszöbölni könnyen létrejöhetnek partneri kapcsolatok szállásszolgáltatók közül és sikerül nagyobb volumenűt szerezni a rendezvénynek.

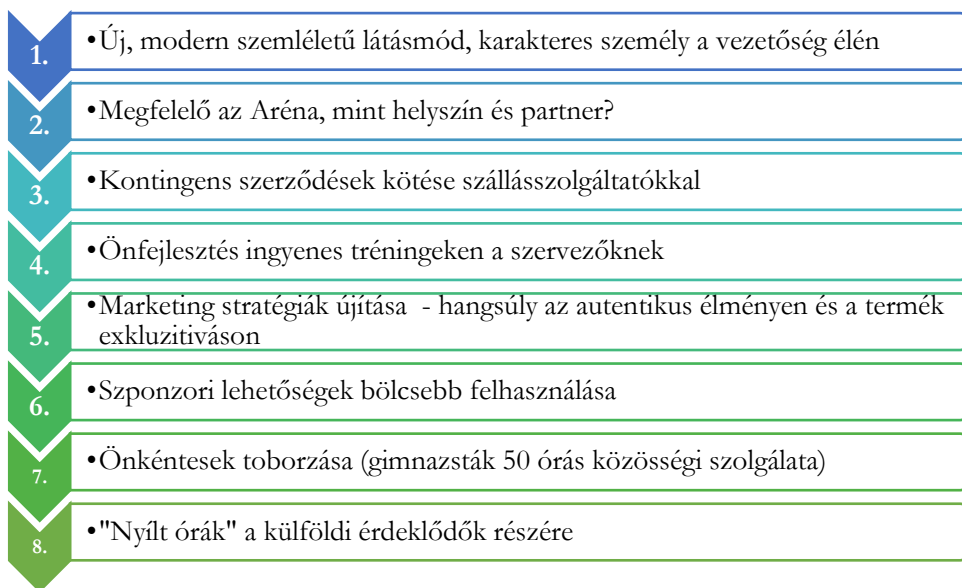
Innovációs lehetőségek

Az innovációs javaslataimat elsősorban az Országos Táncháztalálkozó és Kirakodó vásár részére készítem, de általánosságban az összes hagyományőrző rendezvényre hasonló javaslatok fogalmazódnak meg. Annak érdekében, hogy objektív képet kapjak a rendezvény jelenlegi helyzetéről egy SWOT analízist készítettem az eddigi primer kutatás eredményeiből, illetve a két szakmai mélyinterjúból levont következtetésekből. Az elemzés segít abban, hogy egyes tényezők egymáshoz viszonyított fontosságát megállapíthassam.

	Lehetőségek	Veszélyek
KÜLSŐ TÉNYEZŐK	<ol style="list-style-type: none"> 1. Évről évre növekvő kereslet a fiatalok részéről 2. Folyamatos szálláshirdetések érkeziknek 3. Külföldiek igénye az autentikus élményre 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Megszűnt a termékek exkluzivitása 2. Konkurens országos fesztiválok, és kirakodóvásárok 3. Bizonyos előadói kategóriákból, melyekkel új fogyasztókat szólítanak meg, kifognak hosszútávon
	Erősségek	Gyengeségek
BELSŐ TÉNYEZŐK	<ol style="list-style-type: none"> 1. Könnyen megközelíthető a fővárosban 2. A rendezvény alatt a szervezők folyamatosan járják a helyszíneit 3. Tolerancia, másság elfogadása (etnikai kisebbségek ünnepe is) 4. Eddigi marketing tevékenység 5. Több évtizedes múltra néz vissza 6. Állami támogatás és szponzorok 7. Autentikus élmény nyújtás 8. Ismert magyar előadók első nagy koncertjük az Aréna színpadán volt 9. A helyszín infrastruktúrája 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elavult külsejű honlap 2. Internetes felülete, online jegyvásárlási nehézségek 3. Nincsenek bevonva a turisztikai termékek közé 4. Kevésbé ismert rendezvény (külsős szemlélők) 5. Anyagi nehézségek 6. Emberi Erőforrás hiánya (tervezés és az egész rendezvény ideje alatt) 7. Étkezési lehetőség kevés és drága, lassú kiszolgálás 8. Túl konzervatív szemlélet 9. Nincs semmilyen közgazdasági ismeret vagy tapasztalat a szervezők részéről 10. A szervezők nem használják ki az új kínálózó alkalmakat 11. Vendéglégedettségi mérések szüneteltetése

5. ábra. SWOT analízis
 Forrás: saját szerkesztés

Az elemzések alapján a problémamegoldó javaslatok az alábbi nyolc pont köré csoportosíthatóak:



6. ábra. Megoldási javaslatok

Forrás: saját szerkesztés

- Új, modern szemléletű látásmód, karakteres személy a vezetőség élén: Mindenképp szükség van egy modernebb szemléletű irányítóra, aki ért a marketinghez, bele lát gazdasági folyamatokba és elég karakteres jellem a komoly tárgyalásokhoz.
- Megfelelő az Aréna, mint helyszín és partner? Újra kell gondolni a Papp László Sport Arénával való együtt működést, a túl magas költségek miatt. Alternatív helyszín például Művészetek Palotája, Syma Csarnok
- Kontingens szerződések kötése szállásszolgáltatókkal: A rendezvény helyszíne közelében elengedhetetlen lenne szállásszolgáltatókkal kapcsolatot kiépíteni, figyelembe véve az újonnan megállapított 5 000 forintos fizetési hajlandóságot. (Esetleg új kombinált jegyek kibocsátása, mely a belépő mellé kedvezményes szállásfoglalást biztosít)
- Önfejlesztés ingyenes tréningeken: Az elavult internetes felület ellen az ingyenes továbbképzési módok lennének, melyeket például a Google Budapesten évente több alkalommal is hirdet.
- Marketing stratégiák újítása - hangsúly az autentikus élményen és a termék exkluzitíváson: Egy jól működő, átgondolt marketing stratégiára van szükség.



7. ábra. Új marketing mix elemei

Forrás: saját szerkesztés

- Szponzori lehetőségek tudatosabb felhasználása: Biztosítani kell hirdetési lehetőséget a szponzoroknak és a szponzori weboldalakon, illetve módot találni haza (ismert) márkák, termelők bevonására, erősítve és ösztönözve ezzel is haza termékek fogyasztását.
- Önkéntesek toborzása (gimnazisták 50 órás közösségi szolgálata): Emberi erőforrás hiányára jó megoldás lehetne, ha a rendezvény az esemény lebonyolítása alatt tudná biztosítani az érettségi megszerzéséhez szükséges kötelező 50 óra közösségi szolgálatot. Ezzel például művészeti iskolák diákjainak biztosíthatna lehetőséget, illetve jó reklám lehetőség azoknak a diákoknak, akik érdeklődnek vagy nyitottak a hagyományőrzés iránt.
- "Nyílt órák" a külföldi érdeklődők részére: Véleményem szerint lehetne bizonyos nyílt órákat hagyni turisták valamikor a kora délutáni órákban, hiszen igény van rá és egyben egy fizetőképes keresletet is jelente.

ÖSSZEFOGLALÁS

Ha csak hazánk fővárosát tekintjük, szinte kevés olyan témakört tudnánk megemlíteni, ami nincs kapcsolatban a turizmussal. Mára a turizmus általános jelenség az egész világon és szerzteágazó jelensége összefonódott a rendezvényekkel is. Egyre gyakoribbak a népi kézműves vásárok, nő az előadássorozatok színvonala és mennyisége, gyakoribbak az egy -két napos,

vagy akár egy hosszú hétvégét felölelő folk rendezvények. Egyre jobban terjed a népzene, a néptánc és a népművészet szeretete, hiszen beállt már egyfajta folytonosság. Azok, akik már felnőttek, megöregedtek tudásukat továbbadják gyermekeiknek, majd unokáiknak. A mozgalom, már nem csak Magyarország határait, hanem Európai határit is átlépte. Számos Európai nagyvárosban már vannak magyar közösségek és magyar táncházak, melyek más nemzeteknek például szolgál, mivel a táncház, ahol autentikus régi muzsika szól, betanítás zajlik, és tanult zenészek sajátítják el újra régi dalaikat egyedi jelenség.

Az új stratégia megalkotása 3 éve kezdődött, amikor a rendezvény hanyatlásnak indult. A konzervatív szemléletű rendezvény nehezen tudott nyitni a változások felé, de végül sikerült és ismét reneszánszát éli, évről évre nőnek a jegyeladási számok. Ugyanakkor ez nem eredményezhet hosszútávú megoldást, hiszen olyan szervezési problémákkal és anyagi nehézségekkel küzd a rendezvény, hogy könnyen nehéz helyzetbe kerülhet ismét. A problémamegoldó javaslatim között, 8 olyan lehetőséget soroltam fel, melyek megoldást kínálhatnak és segíthetnek nagyobb volumenű szervezési munkák elvégzésében a rendezvénynek. Bár ezek az újítások jár némi kockázattal és jogosan felmerül a kérdés, nem e veszti el így a jellegét a rendezvény.

Az elemzések során több állítást nem lehetett igazolni statisztikailag, a 230 fős elemszám nem bizonyult elég nagyknak. A táblázatokból és az eredményekből jól kirajzolódik, hogy egy kevésbé fizetőképes célcsoportról van szó. Jellemzően maximum 5 000 forintos összegért kész megszállni a vendégek többsége. Az idősebb korosztályok, már a 40 és 50 év közöttiek körében megjelennek magasabb összegek, ez körülbelül 10%-ot jelent, de ez nem szabályszerű. Bár az elemszám alacsony és ezért nem igazolható statisztikailag az állítás, de a mégis jól látszik, hogy az életkor befolyásolja a fizetési hajlandóságot, az idősebbek hajlandóak többet rászánni, de ez függ persze a keresettől. Minél idősebb potenciálisan annál többet tud keresni (tapasztalat, szolgálati idő, stb.). Kevés olyan látogató van, akik végig maradnak a rendezvényen és minden éjszakára igénybe vennének szállást is. Jellemzően ezek a fogyasztók az ország távolabbi megyéiben élő lakosokra igaz. Ha lenne kedvezményes szállásfoglalási lehetőség a kitöltők 41%-a élne a lehetőséggel, illetve a 43%-os talán válaszadókból válhatnak még ki. A legtöbben a drága szállás, a drága parkolás miatt nem éjszakáznak a fővárosban, ezért sokan úgy döntenek, hogy hajnalban az első járművel hazautaznak.

A szállásszolgáltatók válaszai alapján egyelőre nem tekintik lehetséges szegmensek és célközönségnek a hagyományőrzőket, akik évről évre ellátogatnak a fővárosba. A problémát a fizetőképeség okozza, hiszen a legtöbb kitöltő maximum csak 5 000 forintot hajlandó kifizetni egy éjszakáért. A közös megegyezéshez vezető út egy kontingens szerződés lehetne, ahol mindkét fél igényeit szem előtt tartva a haszonra is szert tegyenek. Jellemzően az olcsóbb szállástípusoknál tapasztalhatóbbak a pozitív kimenetelű válaszok, a jövőben inkább majd ők fognak több figyelmet szentelni a rendezvényeknek, mert a magasabb kategóriájú szállások már kapcsolatban állnak olyan rendezvény szervező cégekkel, akik folk tematikájú eseményeket szervez a külföldi vendégeknek.

Gondolataimat összegezve, ha már pár javaslati lépést felhasználna, és ezek alapján dolgozná ki a következő évi programot a Táncház Egyesület vezetősége, egy nagy előrelépést jelent. Szükség van a változtatásra, mert halad a kor, halad a világ és változtatni kell a struktúrán, annak érdekében, hogy a következő generáció számára is legyen egy „biztonságos, otthonos környezet” ahol minden évben megélheti varázslatos hagyományainkat és átélheti a közösséghez tartozás valós érzését. Hiszen hagyományaink tisztelete és őrzése hidat jelent a múltunk és jelenünk között. Gyarapítsuk hídjaink számát.

Köszönetnyilvánítás

Köszönet illeti a kvantitatív kutatás alapját képező kérdőív kitöltőket, és Köszönettel tartozom mindhárom mélyinterjúalanyomnak, akik készségesen segítettek az információszerzésben. Külön köszönet illeti Kollár Pétert, a statisztikai adatok megértésének közbenjárásáért.

HIVATKOZOTT FORRÁSOK

CSONKA-TAKÁCS E. - HAVAY V. (2011): A tánc ház módszertan, mint a szellemi kulturális örökség átörökítésének magyar modellje, Budapest, 2p., 3.p., 4.p.

KÁPOSZTA J. (2011): Rendezvényszervezés módszertana, Tantárgyi segédlet Turizmus vendéglátás BA szakos hallgatók számára, Gödöllő, 4. p.

JÁSZBERÉNYI M. (2014): A kulturális turizmus sokszínűsége, Budapest, Nemzeti Közzolgálati és Tankönyv Kiadó Zrt. 2014

JÁVORSZKY B. Sz. (2013): A magyar Folk története, Budapest, Kossuth Kiadó, 115. p., 158. p.

PALANCSA A. (2010): A turizmus hatása a gazdasági rendszerekre, Sopron, 537. p., 546. p. 541. p.

PÚZOK L.- RÁTZ T. (2011) Az attrakciótól az élményig: a látogatómenedzsment módszerei. Budapest, Akadémia Kiadó.

WTO (1989) In: Lengyel Márton (1992) A turizmus általános elmélete, Budapest, 37. p.

GETZ, 1191 In: Sulyok – Sziva (2009): Jászberényi M.- Zátori A., Ásványi K.: Fesztiválturizmus, Budapest 2016, 20. p.

AMMANÉ HÉDERVÁRÉ Zita (2008): Hagyomány és felelősség. Hagyományos forma, és mintakincs napjaink tárgykultúrájában III, Budapest, Nemzeti Szakképzési és Felnőttképzési Intézet, 2. p.

CSAPÓ J. –MŰTESZ K. (2007): A kulturális turizmus jelentősége és szerepe napjaink idegenforgalmában, Földrajzi Értesítő, LVI. évf. 3–4. füzet, 292. p., 293. p., 295. p.

Turizmus Bulletin, XIII. Évfolyam, 3. szám

KSH (2014): Budapest számokban, 13 pp.

TÁNCZOS E. (2017): Sokszínű Vidék.hu, <http://sokszinuidek.24.hu/életmod/2017/08/18/elonpmuveszet-es-hagyomanyorzes-a-mestersegek-unnepen/> Letöltés ideje: 2017. augusztus 18