



AgEcon SEARCH
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search
<http://ageconsearch.umn.edu>
aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

ACTA CAROLUS ROBERTUS

Károly Róbert Főiskola tudományos közleményei
Alapítva: 2011



3 (2)

A NEMZETI VÁGTA TURISZTIKAI JELENTŐSÉGE HAZÁNKBANTAPOLCSÁNYI BARBARA
TÖZSÉR ANETT**Összefoglalás**

A tanulmány célja a Nemzeti Vágta rendezvény segítségével a Magyarországon megrendezésre kerülő fesztiválok és rendezvények jelentőségének a megvilágítása. Munkánkban bemutatjuk, hogy a már 5. éve megrendezett Nemzeti Vágta évről-évre milyen változásokat eredményezett. A rendezvény mára már országimázs fesztivállá nőtte ki magát. Az esemény létrejöttének a célja, hogy erősítse az emberekben a nemzeti öntudatot, rávilágítson az igazi értékekre, a hungarikumok, a magyarság értékeinek felszínre hozásával. A rendezvény megálmodója és megalkotója Geszti Péter, akiben 2007-ben fogalmazódott meg, hogy létrehozzon egy nagyszabású, az egész országot megmozgató fesztivált.

A rendezvény középpontjában a történelmi hangulatú lóverseny áll. A Nemzeti Vágta célkitűzéseit, üzenetét tekintve nem csupán lovas verseny, hanem hagyományörző, történelmi bemutató, a magyarság önmagába vetett hitének, erejének, összetartozásának, eleven múltjának képviselője.

A rendezvény sikeressége abban rejlik, hogy a Nemzeti Vágta egy olyan esemény, ami lehetőséget nyújt országon, illetve országokon belüli megismerkedésre különböző tájegységből érkezők kultúrájával. (Az Elővágták megjelenésével már Erdély is helyszínül szolgál a rendezvénynek). Ahogy a mondás tartja, „Ahány ház, annyi szokás”.

A rendezvény volumenére és összetettségére való tekintettel, a Nemzeti Vágtáról való alapos tájékozódás érdekében interjút készítettünk Lázár Vilmosssal, a Magyar Lovas Szövetség és a Nemzeti Vágta elnökével. Az interjú kérdéseit a rendezvény szervezésének felépítése szempontjából állítottuk össze. A Nemzeti Vágtával kapcsolatos kérdőíves vizsgálat 125 válaszadó válaszait tartalmazza és rávilágít a rendezvény népszerűségének mértékére, továbbá személyes véleményeket is tartalmaz, ami nagymértékben megkönnyítette a rendezvény SWOT- analízisének elkészítését.

Összességében elmondható, hogy a Nemzeti Vágta valóban országunk és népünk értékeit hivatott képviselni. A szervezők terveit és céljait tekintve a fesztivál a nemzetközivé válás irányába halad, hiszen már napjainkban is egy meghatározó és tulajdonságaiban egyedülálló rendezvény, ami évről-évre egyre nagyobb turisztikai jelentőséggel bír és emellett a Vágta egy jó lehetőség arra, hogy az egész világ megismerjen bennünket.

Kulcsszavak: lovas sport, verseny, fesztivál, tradíció, imázs, egyediség

JEL: D20, D21, D22

The importance of tourism of the National Gallop in our country

Abstract

By presenting the great event of the National Gallop we would like to reveal the importance and significance of festivals and other celebrations held in Hungary.

The National Gallop is a grand event which takes place in the capital at Heroes' Square and its surroundings. It is not only a unique equestrian festival but also the greatest annual celebration of Hungarian towns and villages. The central element of this grand festival is the National Gallop Race to which almost a hundred towns and villages enter their best horses and riders. Any Hungarian local governments, communities beyond the Hungarian border or even individuals can enter this competition. According to the organizers this National Gallop Festival serves as an allegory of Hungary's boost in forming the country's new image. Nowadays the process induced by festival tourism has a significant effect on a country's economic indicators. In our study the National Gallop appears as a case-study which we have examined from different aspects such as the history of the event, the description of its location and marketing activities.

During the past few years this festival has become a so called mega-event. The aim of our research is to present how we can recognize and exploit the opportunities an event can offer, moreover to eliminate the potential mistakes. We used both primary and secondary research for our work. Within the primary research work we have interviewed Vilmos Lázár the chairman of the Hungarian Equestrian Association and also made a survey based on questionnaires. During the thorough interview we have obtained the answers in connection with the main objectives and plans of the event. According to these the main purpose of this event is to preserve the Hungarian traditions, to strengthen Hungarian self-awareness and to become an international event.

The non-representative survey contains the answers of 125 people who were questioned at and near Heroes' Square. We were concerned what changes the event had on its attendance and economic figures during the past few years. In addition the ones who filled in the survey gave their personal opinion on this festival, which served as an important assistance in making the SWOT analysis of the National Gallop. Our impression was that the event has the potential to become international.

Keywords: *equestrian sport, race, festival, tradition, image, unique*

JEL: *D20, D21, D22*

Bevezetés

Munkánk első fejezetét néhány alapvető fogalom leírásával kezdjük. Elsőként a rendezvény fogalmával. A rendezvény egy adott helyen és időben megtartott összejövetel, vagyis meghatározott helyen, időszakban és témakörben, valamilyen célból megrendezett olyan csoportos összejövetel, amelyen legalább öt fő vesz részt és legalább egy napig tart. Nem elhanyagolható szempont a társadalmi programok színessége és érdekessége sem. Rendezvénynek nevezünk például egy esküvőt, művészeti kiállítást, fesztivált, sporteseményt is. (Gyarmati, 2005a; Faragó, 2005; Getz, 1991)

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

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

A rendezvényszervezés ügyvitele magában foglalja a sikeres rendezvény érdekében végrehajtott intézkedések, tevékenységek, adminisztratív feladatok összességét, amely nélkül egy rendezvényt nem lehet sikeresen, zavartalanul lebonyolítani. A rendszer elemei közé tartoznak az emberi erőforrások, a rendezvényszervezés dokumentumai, a beszámolási, a tájékoztatósi elemek, a munkaeszközök, a munkakörülmények és az anyagi források. (Gyarmati, 2005a; Gyarmati, 2005b; Faragó, 2005; Watt, 1992)

„Manapság a rendezvények világát éljük. Akár a sajtót, a televíziót, szűkebb vagy tágabb környezetünket vizsgáljuk, biztosan találkozunk a rendezvények különböző fajtáival: kulturális és sportrendezvényekkel, kongresszusokkal, fesztiválokkal, kiállításokkal, vásárokkal vagy koktél partikkal.” (Mészáros- Voleszák, 2004). Napjainkban jelentős hatást gyakorol a fesztivál turizmus által generált folyamat egy adott ország gazdasági mutatóira. Ha azt akarjuk, hogy a rendezvény elérje kitűzött célját, elengedhetetlen, hogy mély benyomást tegyen a résztvevőkre. (Arany et al., 2002; O’Sullivan, 2002)

„A világ turizmusának egyik sajátos vonzereje a lovasturizmus. A lovassport a ló és lovas együttes versenyzése, a közöttük lévő összhang, a ló ugrása, idomítása, engedelmességre való alkalmasságának, a lovas ügyességének, idomítási képességeinek, lovára gyakorolt befolyásának megteremtésére ad lehetőséget.” (Bodnár, 2000, 210. o.) A lovaglás az egész világot megmozgató, továbbá nagymértékben kedvelt rekreációs tevékenység. Napjainkban a lovaglás az egyik legközvetlenebb és legnépszerűbb szabadidős tevékenység. (Brown, 2002; D. Newsome et al., 2008)

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

Anyag és módszer

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

Munkánkhoz szekunder és primer kutatást egyaránt alkalmaztunk. A szekunder források elemzésénél felhasználtunk szakkönyveket, szakfolyóiratokat, kiadványokat, mint például a Nemzeti Vágta saját kiadványait és az évről évre megjelenő Pesti Est különszámait. Ezek mellett még számos napilap és folyóirat, különböző sport és lovas kalendárium cikkez a Vágta eszmei és gazdasági jelentőségéről.

A primer kutatás keretében 2012-ben kérdőíves vizsgálatot végeztünk a rendezvényre látogató 125 fő körében. A kutatómódszertan pillérei közül az interjú készítése mellett a kérdőíves vizsgálat az, ami segít meghatározó információkat gyűjteni az adott kutatás témájával kapcsolatban. A kérdőíves felmérés célja az volt, hogy lényegi kérdéseket feltéve meghatározó információhoz jussunk az adott témával kapcsolatban. A kérdőív kérdéseinek összeállításakor nyitott és zárt kérdéseket egyaránt alkalmaztunk. (Majoros, 2004).

A kérdőív 23 kérdést foglal magába. A kérdések összetételét tekintve 18 feleletválasztós, 2 kiegészítő és 3 demográfiai típusú kérdést tartalmaz. A vizsgálat helyszínéül a rendezvény helyszíne, a Hősök tere és közvetlen környezete szolgált. Az eredmények értékelése során az aritmetikai középértékeket emeltük ki. (Kemény-Deák, 2000).

A célunk annak bemutatása volt, hogy az immár ötödik éve megrendezésre kerülő esemény milyen változásokat eredményez a látogatottsági mutatókban. Ezen kívül a válaszadók személyes véleménye is előtérbe kerül, ami jelentős segítséget nyújtott a rendezvény SWOT- analízisének elkészítésében.

A Nemzeti Vágta elmúlt 5 évének értékelése

Ebben a fejezetében a rendezvény eddig megrendezett öt évének változásait mutatjuk be, amit meghatározott szempontok alapján értékeltünk. Az értékelés szempontjai között szerepelt a rendezvény időintervalluma, a résztvevő települések továbbá a látogatók és a tévénezők száma.

Az első évben, 2008-ban 96 település nevezett a versenyre és csaknem 250 ló mérte össze erejét a futamok során. (Ez az adat pontosan a kétszeresére nőtt 2012-re, hiszen a 2012-es évben megközelítőleg 500 ló mérte össze erejét a pályán.) A látogatók száma 2008-ban több tízezerre volt tehető, a tévénezők száma pedig csaknem elérte az egymillió főt. Már a kezdeti évben jelentős eredményeket produkált a rendezvény. 2009-ben 90 település nevezett a versenyre, ehhez több mint 100 000 látogató társult, ami 1,5 millió nézőt vonzott a tévéképernyők elé. (Itt megfigyelhető, hogy az előző évhez képest többszörösére nőttek a látogatottsági mutatók: csaknem 50%-os volt a növekedés a látogatók és a tévéképernyő nézőinek számát tekintve.) Ebben az évben rendezték meg az első regionális előfutamot Baján, ami a Bácskai Vágta nevet viselte. 2010-ben már 11 Elővágatát rendeztek országsherte. Ebben az évben közel 150 000 látogató jelent meg a budapesti eseményen. 1,5%-os növekedés figyelhető meg a helyszínre látogatók

számában az előző évhez képest. A 2011-es évre a rendezvény szinte elérte jelenlegi arculatát, közel 20 Elővágtát tartottak országszerte (vagyis számokban mérve megkétszereződtek az Elővágták az előző évhez képest). 2012-re már a Nemzeti Vágta egy nemzetközi országimázs rendezvénné nőtte ki magát. Számokban mérve megdöntött minden nézettségi mutatót. A nyertesek összesen 21 500 000 Ft-ot vihettek haza. (Pesti Est különszám, 2011; Amit a Nemzeti Vágtáról tudni érdemes, 2011)

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

1. táblázat: Látogatottsági mutatók

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

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

A Nemzeti Vágtához kapcsolódó kérdőíves vizsgálat eredményeinek értékelése

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

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

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

A továbbiakban a rendezvény marketingkommunikációs tevékenységére utaló kérdések elemzésével folytatjuk. Elsőként azzal, hogy milyen eszközök segítségével értesültek a látogatók a rendezvényről. Itt öt lehetőség közül választhattak a kérdőívet kitöltők úgymint: barátok/ismerősök, TV/rádió, hirdetés/plakát, internet illetve az „egyéb”

lehetőség. A válaszadók körében túlnyomóan a TV illetve a rádió jelent meg 44%-os arányban, de szorosan követte ezt a hirdetés, valamint a plakát 22%-kal. Internetről a válaszadók 22%-a, rokonoktól és barátoktól 12%-uk tájékozódott.

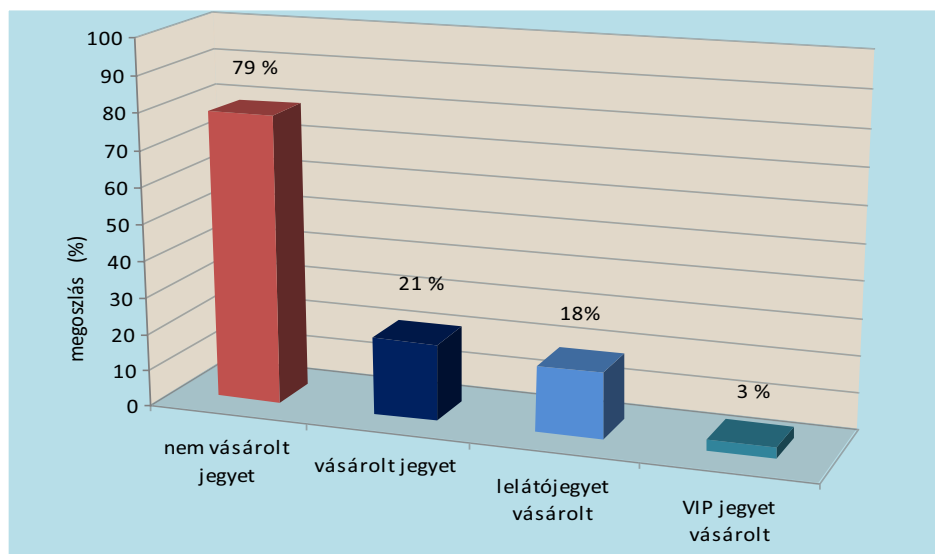
Közvetlenül ehhez a kérdéshez kapcsolódott a következő kérdés: "Honnan szerzi a rendezvénnyel kapcsolatos fontos és mérvadó információkat". A válaszadók között az internet jelent meg az elsősorú információforrásként (48%). A Nemzeti Vágta saját és önálló honlappal bír, ami minden esetben tartalmazza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

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

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

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

A Nemzeti Vágta alapvetően ingyenes, de van lehetőség VIP, illetve lelátójegyek megvásárlására is. (1.ábra) Az ábráról leolvasható, hogy azok a látogatók, akik a Vágtakorzón a kérdőívet kitöltötték, túlnyomóan nem vásárolták meg a jegyeket, hanem az „ ingyenesség” lehetőségein belül szemlélték a rendezvényt. A megkérdezettek 79%-a nem vásárolt jegyet, 21%-a igen. Azok közül a látogatók közül, akik vásároltak jegyet, 18% lelátó és 3% VIP jegyet vásárolt. (Az ábrán sötétkék színnel jelöltük azokat, akik vásároltak jegyet és világoskékkel a jegyvásárlás megoszlását, úgymint lelátó és VIP jegyek vásárlása). A VIP jegyeket a 2012-es évben szombaton 12 000 Ft-ért, vasárnap 15 000 Ft-ért lehetett megvásárolni.



1. ábra: Jegyvásárlás

Forrás: Saját szerkesztés

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

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

A következő kérdés a helyszín alkalmasságára vonatkozott. A válaszadók túlnyomó többsége (88%) alkalmasnak tartja a Hősök terét a megrendezés helyszínéül mindamelllett, hogy a rendezvény gyengeségeinek vizsgálata során kiderült, hogy veszélyesnek ítélték meg a pályát és a rendezési helyszínt.

A rendezvény színvonalának értékelésével kapcsolatban kiderült, hogy a válaszadók 94%-a, azaz túlnyomó többsége színvonalasnak ítélte meg a rendezvényt, amely szintén a Nemzeti Vágta sikerességét igazolja. Ezekből az következik, hogy a rendezvénynek volt, van, és lesz is helye a megrendezendő fesztiválok listáján. Az elégedettség a jól

felépített marketingmunkának köszönhető. A jól előkészített marketing eszközök, a nagy odafigyeléssel lebonyolított rendezvénysorozatok összessége, mind hozzájárult ahhoz a pozitív képhez, ami a látogatókban a rendezvény történetének 5 éve alatt kialakult.

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

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

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

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

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

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

A Nemzeti Vágta SWOT-analízise

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

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

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

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

Utolsóként a Nemzeti Vágta veszélyei közül a „balesetveszélyt” emelnénk ki, ami lóra és lovasra egyaránt értendő. A rendezvény helyszíne még a mai napig vitatott téma, hiszen egy mesterségesen megalkotott ideiglenes pályán zajlanak az események. A 2012. év balesetmentesen zárult, bár ez a korábbi évekről sajnos nem minden esetben mondható el.

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

Következtetések, javaslatok

A kutatások alapján azt a következtetést vonhatjuk le, hogy a Nemzeti Vágta hazánk egyik legnagyobb kulturális és sport eseményévé nőtte ki magát. A rendezvény teljes mivoltában formabontónak mondható és mára már országimázs fesztivállá fejlődött. A ló és lovassport felvirágozóban van és a rendezvény segítségével ez igazán közel kerülhet az emberekhez. Az teszi még különlegessé a Vágtát, hogy Európa, sőt Világszerte egyedi és nincs még egy olyan rendezvény, ami konkurenciának minősülne a Nemzeti Vágtával szemben. Bár Olaszországban a sienai Palio-ban megrendezésre kerülő lovasverseny hasonlónak tűnhet, de a Vágta az értékeiben, a célkitűzéseiben és a megvalósításában, a kivitelezésében nem hasonlítható máshoz. A 2008-as induló évhez képest számos fejlődési szakaszon ment keresztül. Itt gondolhatunk például az egyre

bővülő kiegészítő rendezvényekre és a megjelenő Előfutamokra, ami csaknem egész évensé alakította az eseményt. Sajnos a Nemzeti Vágtát is megérintette a pénzügyi válság, amelynek következtében komoly szervezőmunkára volt szükség a fesztivál színvonalának megtartása érdekében. A rendezvény talán egyetlen negatív tényezője a helyszínválasztás lehet. Bár a Hősök tere hazánk egyik legszínesebb történelmi pillanatait és személyiségeit idézi, és országunk egyik világörökségi helyszíne, sokak mégis értetlenkedve fogadták a választást. Azt a választást, ami a lehető legtudatosabb döntés volt, az eddigi 5 évnek állandó helyszínéül szolgált és a jövőt tekintve állandó helyszínnül szolgál majd a rendezvénynek. A helyszínre vonatkozóan egy ilyen mértékben sikeres rendezvény esetében komoly fejtörést okoz bármilyen jellegű javaslattétel. A primer kutatás során a megkérdezettek válaszaiból az derült ki, hogy bár a rendezvény ingyenes, csak az tudja igazán élvezni a futamokat, aki lelátójegyet vásárol. Ezért javasolnánk a kivetítők megtöbbszörözését a futamok élvezhetőbbé tétele érdekében. Továbbá a fesztivál méretére és a látogatottsági mutatóira való tekintettel, fokozottan kellene figyelni az ivóvíz ellátásra, továbbá higiéniai feltételek biztosítására. Végezetül megjegyeznénk, hogy a rendezvény egyedülálló és más fesztiválhoz nem hasonlítható jellege, és a rendkívül elhivatott csapattagok munkájának köszönhetően nehéz „fogást találni” a rendezvény kivitelezésében és lebonyolításában.

Hivatkozott források

- [1.] Allen, J. (2010): A rendezvényszervezés nagykönyve. Budapest, Akadémiai Kiadó, 375 o.
- [2.] Amit a Nemzeti Vágtáról tudni érdemes (2011) Budapest, 27 o.
- [3.] Arany E. – Hajnal T – Körössy Z. – Nagy G. – Novák L. – Novák Zs. – Temecskó E. (2002): Üzleti rendezvényszervezés I Titkok és trükkök. B + V Lap- és Könyvkiadó Kft., h.n., 128 o.
- [4.] Bodnár L. (2000): A Turizmus földrajzi alapjai. Nemzeti Tankönyvkiadó Rt., Eger-Budapest, 321 o.
- [5.] Brown, D. O. (2002): Perception differences among visitors groups: The case of horse- attraction versus other-attraction tourist markets in Lexington, Kentucky, *Juornal of Vacation Marketing*, Vol. 9, No. 2, p. 174-187.
- [6.] Faragó H. (2005): Idegenforgalmi rendezvények és kongresszusok szervezése. Képzőművészeti Kiadó, Budapest, 132 o.
- [7.] Getz, D. (1991): Festivals, special events, and tourism, London. Van Nostrand Reinhold International Company Limited, p. 374.
- [8.] Gyarmati I. (2005a): Rendezvényszervező Kézikönyv. Szókratész Külgazdasági Akadémia, Budapest, 221 o.
- [9.] Gyarmati I. (2005b): Rendezvényszervezési Kalauz. Szókratész Külgazdasági Akadémia, Budapest, 206 o.
- [10.] Kemény S. – Deák A. (2000): Kísérletek tervezése és értékelése. Műszaki Könyvkiadó, Budapest, 492 o.
- [11.] Majoros P. (2004): A kutatómódszertan alapjai. Perfekt Zrt., Budapest, 250 o.
- [12.] Mészáros T. – Voleszák Z. (2004): Villásreggelitől a gálavacsoráig. Magánkiadó, h.n., 600 o.
- [13.] Newsome, D. – Smith A. – Moore, S. A. (2008): Horse Riding in Protected Areas: A Critical Review and Implications for Research and Management, *Current Issues in Tourism*, Vol. 11, No. 2, p. 144-166.

- [14.] O’Sullivan, D. – Marion, J. (2002): Festival Tourism: A Contributor to Sustainable Local Economic Development? *Journal Sustainable Tourism*, Vol. 10 No.4, p. 325-342.
- [15.] Pesti Est Különszám (2011): Nemzeti Vágta 2011, XV. Évfolyam, 68 o.
- [16.] Richards, B. (1992): How to market tourist attractions, festivals & special events, United Kingdom. Longman Group UK Limited, p.142.
- [17.] Watt, D. C. (1992): Leisure & Tourism Events & Management & Organization Manual, United Kingdom. Longman Group UK Limited, p.178.

Szerzők:

Tapolcsányi Barbara

Turizmus-Vendéglátás szak
2012-ben végzett hallgató
barbara.tapolcsanyi@gmail.com

Dr. Tózsér Anett

adjunktus
Károly Róbert Főiskola
atozser@karolyrobert.hu