

A Nemzeti Vágta Gazdasági hatásai

Kovács Cecília

Tartalom

Bevezetés.....	3
A kutatás célja.....	3
Alkalmazott módszerek.....	4
Szakirodalmi áttekintés.....	5
A Nemzeti Vágta történeti áttekintése.....	7
A Nemzeti Vágta költség haszon elemzése.....	7
Makrogazdasági elemzés.....	7
Mikrogazdasági elemzés.....	8
Társadalmi hatások.....	9
Összefoglaló.....	10
Irodalomjegyzék.....	11
Mellékletek és ábrajegyzék.....	13

Bevezetés

Magyarország a második világháború előtt vezető szerepet töltött be az Európai lovaskultúrában, ami sajnos a későbbiekben nagymértékben megváltozott, viszont megmaradtak a hagyományok, amelyek felélesztésével foglalkozik a Nemzeti Vágta is. A Nemzeti Vágta Magyarország legnagyobb lovasrendezvénye melynek legfőbb célja, hogy minél többen megismerjék és újra szabadidős tevékenységnek válasszák a lovaglást. A Hősök terén a látványos huszár bemutatókkal és a települések közti versenyekkel egy egyedi ünnepet biztosít, mely Európában sehol máshol nincs.

A Vágta népszerűsége és ismertsége évről-évre folyamatosan növekszik, ami felveti azt a kérdést, hogy egy nemzeti szinten ekkora jelentőségű sporteseménynek vajon milyen gazdasági és egyéb – például a sportágában megjelenő – hatásai lehetnek. A sportesemények, mint a regionális gazdaság katalizátoraiként (Wilson, 2006) viselkedhetnek, de nem minden esetben és nem azonos jelentőséggel bírnak a különböző körülmények között. A (sport) események hatásait elemző kutatások száma az elmúlt években számottevően megnövekedtek (Getz, 2008), ugyanakkor az irodalmak többsége a nagyméretű eseményekkel foglalkozik. A kis- vagy közepes méretű sportesemények szakirodalma továbbra is alulreprezentált. (Wilson, 2006).

A kutatás célja

A dolgozat célja, hogy a nagy sporteseményekből, mint pl. Olimpia, Világjátékok kiindulva, melyekről mindenki elfogadja, hogy nagymértékben befolyásolják a gazdaságot, bemutassam, hogy a kis eseményeknek is lehet gazdasági és más társadalmi hatásuk.

A hipotézis olyan bizonyítást igénylő állítás, amelyet a vizsgálat során ellenőrzünk. Ennek függvényében a következő hipotéziseket állítottam fel:

H1: A Nemzeti Vágta, mint a sportág legjelentősebb és leglátványosabb eseménye hatással van a lovassportokra, különösen a sportágban résztvevők számának emelkedésére.

H2: A Nemzeti Vágta médianyilvánosságra és országos népszerűségére való tekintettel a sportesemény mérhető gazdasági hatással rendelkezik regionális szinten.

H3: A Nemzeti Vágta tulajdonságai alapján fesztiválnak tekinthető ezért alkalmazható rá a fesztiválok elemzésének tényezői.

Alkalmazott módszerek

A kutatás során kvalitatív és kvantitatív módszereket egyaránt alkalmaztam. Kvalitatív, beavatkozó módszer a mélyinterjú készítése, a Nemzeti Vágta versenyigazgatójával, marketing szakemberével, technikai igazgatójával és a Lovas Szövetség adminisztrátorával. Az interjú készítése során nem strukturált módszert alkalmaztam, mivel ennek a szabadsága lehetővé tette, hogy az interjú alany saját nézeteit, érzéseit fejezze ki. Kvantitatív, beavatkozó módszer a kérdőíves felmérés ahol az minta alapsokaságát a Magyarországon található lovasklubok és egyesületek képezték. A kérdéseket a következő csoportokba soroltam:

- A lovas klubok/egyesületek általános adatai
- A profi versenyzők, amatőr lovasok, hobbi lovasok és látogatók megoszlása, illetve változása 2008-tól
- Saját vélemény formálása a Nemzeti Vágta hatásáról, illetve arról, hogy hogyan segíthetné elő a lovassportok ismertségének növelését.

Kvantitatív, nem beavatkozó módszer a szisztematikus adatgyűjtés és primer és szekunder adatok elemzése, melyeket a Nemzeti Vágta szervezőbizottsága és a Magyar Lovas Szövetség bocsájtott rendelkezésemre. Az adatok feldolgozására az egyik választott módszer a SWOT (strengths – erősségek, weaknesses – gyengeségek, opportunities – lehetőségek, threats- veszélyek) a hangsúlynak nem azon kell lennie, hogy mindenféle erősséget, gyengeséget, lehetőséget és veszélyt felsoroljunk, hanem inkább azon, hogy felismerjük azokat, amelyek kapcsolatban állnak a stratégiával.

Másik módszer pedig a költség-haszon elemzés módszere, mely a leginkább megfelelő az ilyen jellegű és méretű események gazdasági hatásainak elemzésére (Marijket, Kesenne, Chalip, Green, Martyn, 2011)

Szakirodalmi áttekintés

Szakirodalom többsége a mega eseményekre koncentrál, pl. Olimpia, Világjátékok, és azok gazdasági, illetve társadalmi hatásukat elemzi, és általánosan elfogadott tény, hogy a mega eseményeknek nagy hatásuk lehet a gazdaságra. Ezzel szemben a kis eseményekre nagyon kevés szakirodalom koncentrál, és azok is külföldi szakirodalmak. Szakirodalmi áttekintés alapján az elemzést több részre osztottam fel:

1. Az esemény, mint turizmus látványosság

A turisták nagyobb tömegeit is fogadni képes események leginkább elterjedt típusai az úgynevezett tematikus fesztiválok, ünnepek, amelyek valamely, a város tradíciójához szorosan kapcsolódó témához kötődnek.

Fesztivál alatt: azokat a legalább egynapos, rendszeresen ismétlődő, ünnepélyes, gasztronómiai, sport, zenei, művészeti és összművészeti rendezvényeket értem, melyek egyszeriek és megismételhetetlenek. Programkínálatukban nem kizárólagosan ingyenes,

hanem jegyáras előadások is megjelennek. Helyszínüket tekintve egyaránt lehetnek szabadtéri- vagy fedett helyen bonyolított rendezvények. Jellemzi őket a kultúra egy szeletének élményszerzéssel párosuló bemutatása, ezen értékek átadása. Témájuk kapcsolódik a rendező város, terület adottságaihoz, kultúrájának szerves részét képezi. Szervezőjük egyaránt lehet magánszemély, cég, vállalkozás, önkormányzat illetve alapítvány (Kundi, 2012).

Mindezen feltételeknek a Nemzeti Vágta eleget téve tekinthető egy fesztiválnak, és így alkalmazhatóak rá a fesztiválokra jellemző elemzési tényezők is.

2. Mint sportesemény

A Nemzeti Vágta legfontosabb eseménye a települések között megrendezett galopp verseny, ezért tekinthető sporteseménynek. A kis méretű események elemzésére a legalkalmasabb módszer a költség-haszon elemzés. A költség-haszon elemzésnek magába kell foglalnia minden költséget és hasznot annak érdekében, hogy megállapítható legyen, hogy van-e bármilyen nettó haszna. Költség oldalon a lehetséges költségeket és nem a tényleges pénzügyi költségeket kell figyelembe venni. Bevétel oldalon a helyi lakosok fogyasztásának a növekedését, fogyasztói többletet és az eseménynek a közösségre való pozitív hatását is figyelembe kell venni (Taks, Kesenne, Chalip, Green, Martyn, 2011).

Három fontos tényező határozza meg (Dancsecz, 2008):

- Gazdasági-hatások

- Társadalmi-hatások

A kutatás a lokális hatásokra fókuszál, nem pedig a globális gazdasági hatásokra és arra, hogy milyen társadalmi, ezen belül is a lovassportokban megjelenő hatása van a Nemzeti Vágtának.

A Nemzeti Vágta történeti áttekintése

A Nemzeti Vágta egy Európa szerte egyedi és különleges eseménynek számít. 2008-ban alapította Geszti Péter, 2011-től a verseny rendezési joga Geszti Péter Vágta G. T. Kft-től átkerült a Lovas Show Kft-hez. A Nemzeti Vágta fő célja a magyar hagyományok ápolása, kapcsolatteremtés az egyes falvak és Budapest között. Az eseményen különböző korok korabeli lovasságának a bemutatása is szerepet kap. A versenyen induló lovas 18. életévét betöltött olyan személy lehet, aki vagy magyar állampolgár vagy kérelmezte a magyar állampolgárságot. A lovast egy település nevezi és annak a színeiben vesz részt először az elővágván, ha ott I-II helyezést ér el akkor nevezhet a Nemzeti Vágtára. Felszerelés: fekete csizma, gerincvédő három ponton rögzített lovaglókabát, lovaglódressz és nadrág, ami huszárruhát mintázó jelmez. A lovas bármilyen fajtájú és nemű, 5 éves (születési év: 2007.) vagy idősebb lóval részt vehet, kivéve az ismeretlen származású, valamint argentin póló póni, Akhal tekini, angol telivér, verseny félvér fajtájú vagy genetikailag oda sorolható lovakat. Kiegészítő programok: országkonyha, koncertek, kis-husár vágta, fogatvágta sztárfutam, hussar hadi bemutató, lovasbemutató, díjugratás.

A Nemzeti Vágta költség haszon elemzése

Gazdasági hatásoknál megkülönböztetünk makro- és mikrogazdasági szinten jelentkező hatásokat.

Makrogazdasági elemzés

Makrogazdasági szinten az összgazdasági kereslet alakulása, az árszínvonal, a kamatláb, a foglalkoztatottság és a külkereskedelem szintjén jelenik meg. A Nemzeti Vágta esetében a foglalkoztatottsági funkció az önkéntesek és az alkalmazottak szétválasztása. A lovakra való tekintettel a Nemzeti Vágtán nem dolgozhatnak önkéntesek, mivel veszélyes lehet emberre és

állatra egyaránt. 2008-ban az első vágta alkalmával felmerültek a költségek a brand bevezetéséhez: ruhák, kobakok tervezése- kivitelezése, speciális reklámhordozók, arculat tervezése, műszaki tervezések.

Mikrogazdasági elemzés

Mikrogazdasági hatások: közvetlen- szervezők bevételei és kiadásai és közvetett hatások a pénzügyi költség/hasznok. (Grozea, Helmenstein, Kleisner, 2003).

A szervezők a támogatók számára megjelenési lehetőséget biztosítottak. Voltak olyan támogatók is, akik bartell szerződés formájában járultak hozzá az esemény lebonyolításához, nem pedig pénzzel.

PR Marketing támogatások - MTVA, Class Fm, Fidelio, Port.hu, Agrár Magazin, Lovas Nemzet, Szabad Föld, Gazdasági Rádió, Funzine Ötvenen túl

Egyéb támogatások: Bábolna – programokat hoztak, CBA, Lázár Lovaspark – VIP ellátást biztosították, Főváros – engedményes területfoglalási díj, Herendi porcelán Manufaktúra – porcelán huszár díjak, MÁV start – engedményes vonatjegyek a Vágtára, HORZE – lovas-ruhák felszerelések a celebeknek, Izsáki tésztagyár – VIP étkeztetés.

Ez alátámasztja, hogy az eseményen, annak érdekében, hogy színesebb programpalettával, több szolgáltatás nyújtásával magasabb látogatószámot érjenek el, kapcsolatot építenek ki a helyi szolgáltatókkal. Adatelemzés során kiderült, hogy a partnerek főként lokálisan, a városi szolgáltatók közül kerülnek ki. A regionális hatás az adókon keresztül valósul meg, hiszen a cégek székhely szerint adóznak, így a beszállítók gazdasági tevékenységének köszönhetően a járulékos költségek regionális szinten jelennek meg (Kundi,2012).

Társadalmi hatások

A sportesemények társadalmi hatásainál lényeges az eseményeknek a társadalomra, közösségre kifejtett hatásai is, amelyek érinthetik a térség, vagy akár az egész ország lakosságát ismertségét és megítélését, valamint a szabadidős és sportolási tevékenységeket. Pozitív hatása, a szórakozási lehetőség, ami két napra komoly érdeklődést kelt, a marketinggel próbálják beépíteni a turizmusba is, és segít egy pozitív kép kialakításában Budapestről, az országimázs emelésében.

A fesztiválok egy egészen szűk, mikro-szegmens igényeinek kielégítését célozzák meg. A Nemzeti Vágta egyik célja az, hogy mindenkivel megismertesse a lovakat, viszont ez ma még nem valósul meg. Ezt nagyon jól alátámasztják a nézettségi adatok is, mely alapján a 2008-2011 között a Nemzeti Vágtát az RTL Klub közvetítette, a közvetítés idejére a nézettség nagymértékben visszaesett, 2012-ben már az M1 közvetítette itt ellenben a közvetítés idejére a nézettség növekedése a jellemző. Ez azért lehetséges, mert a két adó teljesen más profilú és beállítottságú, ennek következtében más társadalmi rétegre hatnak. Nagyon fontos, hogy az esemény profiljának megfelelő TV csatornát válasszanak és ezáltal sokkal magasabb nézettséget is érhetnek el.

A kérdőíves felmérés során az alapsokaságot a Magyarországon megtalálható összes klub és egyesület képezte, a kiküldött kérdőívekből 18 válasz érkezett vissza és a továbbiakban ezeket a válaszokat elemzem. A kérdőívet mellékletként csatolom. Az teljes kérdőívből kiemelek néhány fontos kérdést, és azokat elemzem részletesebben. Véleményem szerint fontos kérdés, hogy milyen a korosztályi eloszlás, a korosztályokat öt csoportba soroltam és ennek alapján választhattak, a 0-14 évesek jelentkeznek legtöbben lovagolni, 47%-ban, utána következik a 15-18 évesek 35%-ban, a 19-30 évesek 6%-ban és a 30 felettiiek 12%-ban, itt

fontos még megjegyezni, hogy voltak átfedések is, mivel több választ is választani lehetett, lásd. Korosztályok megoszlása diagram. További kérdések vonatkoztak személyes véleményre, hogy miért kezdenek érdeklődni a lovassportok iránt, itt általában az állatszeretet jelent meg válaszként, kezdik felismerni a gyerekekre gyakorolt jótékony hatását és érdekes válasz volt, hogy ez az egyetlen olyan sportág, ahol más élőlénnel létesítenek kapcsolatot. Arra a kérdésre, hogy a Nemzeti Vágta hogyan támogathatná hatékonyabban a lovassportokat általánosan az volt a válasz, hogy be kell építeni a lovassportokat és közelebb kell hozni az emberekhez, természetessé kell tenni a lovaglást, de ezt a Nemzeti Vágta a galopp versennyel nem teszi lehetővé. Utolsó kérdés volt, hogy hatással van a Nemzeti Vágta a lovassportok ismertségének növekedésére ez megosztó volt, hiszen sokak szerint határozottan igen és volt aki az ellenkezőjét állította.

Összefoglaló

Az eredmények véglegesítésére SWOT analízist használtam. R Felhasználtam hozzá az általam készített kérdőíves felmérés válaszait és egy 2009-ben készült felmérést. A felmérésben a Nemzeti Vágta nézőit kérdezték meg, a kérdések a következőkre vonatkoztak: mennyire tetszett a Vágta, mi tetszett és mi nem és hogy jövőre visszajönne-e. A Nemzeti Vágta erőssége a különlegesség és egyediség, pl. a vágtakorzó az Andrássy úton, Országkonyha, Sztárfutam, 2009-ben az éjszakai lovasparádé, és a települések közötti versenyek. Minderről a nézők nagyon jó véleménnyel vannak. A gyengeségek között szerepel a nyereség, mivel csak a galoppal foglalkozik ezért csak egy kis részét célozza meg a lovastársadalomnak is. Lehetőségek, hogy más vásárlói csoportokat is megcélozzon pl. gyerekeket széleskörű gyerekprogram kiépítésével, és a diverzifikálás hasonló programok irányába, pl. fogathajtó, díjlovagló, néptánc bemutató. Ennek következtében gyorsabb piaci

növekedés lenne elérhető. Veszélyeknél, helyettesítési hatás, mivel magasak a belépő jegy árak, ezért valószínű, hogy akit általában nem érdekelnek a programok azok más szabadidős programot választanak, emellett a folyamatos vásárlói igény változása is hatással lehet rá.

Irodalomjegyzék

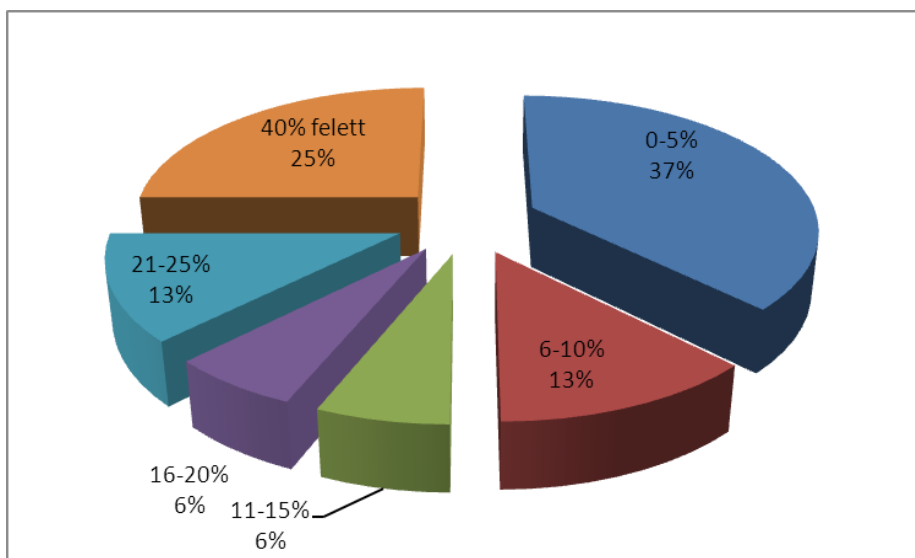
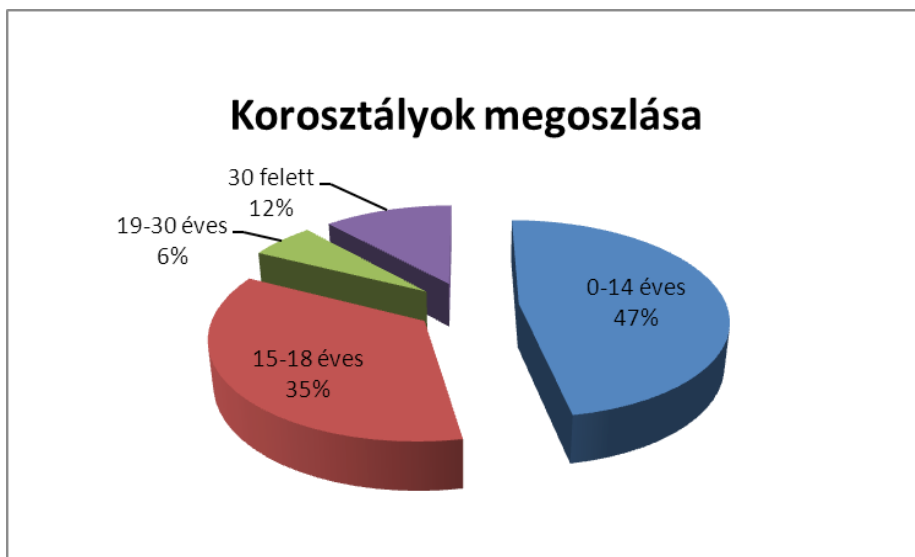
1. Késenne, S. (2005): Do We Need an Economic Impact Study or a Cost-Benefit Analysis of a Sports Event?, In: European Sport Management Quarterly, Vol. 5, No. 2, 133-142
2. Taks, M.- Chalip, L.- Green- B., C.- Kesenne, S. -Martyn, S. (2009): Factors Affecting Repeat Visitation and Flow-on Tourism as Sources of Event Strategy Sustainability, In:Journal of Sport & Tourism, Vol. 14, Nos. 2–3, pp. 121–142
3. Taks, M.- Chalip, L.- Green- B., C.- Kesenne, S. -Martyn, S. (2011) Economic Impact Analysis Versus Cost Benefit Analysis: The Case of a Medium-Sized Sport Event , In:International Journal of Sport Finance, 2011, Vol. 6, pp.187-203,
- 4.Jeanrenaud, C. (2006/2007):Sports Events: Uses and Abusesof Economic Impact Studies, In:FINANCE & THE COMMON GOOD/BIEN COMMUN - N° 26, pp. 99-104
6. Dancsecz, G. (2008): A nemzetközi sportrendezvény- szervezési projektek sikertényezői és a siker megítélésének kritériumai
7. Veltri, F.R.- Miller, J. J.- Harris, A. (2011):Club Sport National Tournament: Economic Impact of a Small Event on a Mid-Size Community, In: Recreational Sports Journal, Vol. 33, pp. 119-128
8. Getz, D. (2008): Event tourism: Definition, evolution, and research, In: Tourism Management, Vol. 29, pp. 403–428

9.Snelgrove, R.-Taks, M.- Chalip, L.-Green, B.C. (2008):How Visitors and Locals at a Sport Event Differ in Motives and Identity, In: Journal of Sport & Tourism Vol. 13, No. 3, pp. 165–180

10. Kundi, V. (2012): FESZTIVÁLOK VÁROSOKRA GYAKOROLT GAZDASÁGI- ÉS TÁRSADALMI-KULTURÁLIS HATÁSAINAK ELEMZÉSE A győri Magyar Táncfesztivál és a Miskolci Operafesztivál példáján keresztül

11. Wilson, R. (2006): The economic impact of local sport events: significant, limited or otherwise? A case study of four swimming events, In: Managing Leisure, Vol.11, pp. 57–70

Mellékletek és ábrajegyzék



1. A százalékban megbecsült változások megoszlása

Kérdőív:

A Nemzeti Vágta lovassportokra gyakorolt hatása

3. Hány szabadidő sportolóval rendelkezett 2008, illetve 2012-ben? (Szabadidő sportoló, aki rendszeresen, hetente legalább két alkalommal jár, de nem regisztrált versenyző!)

4. Hány hobby sportolóval rendelkezett 2008, illetve 2012-ben? (Hobby sportoló, aki rendszeresen, hetente legalább egy alkalommal, vagy havonta több alkalommal jár!)

5. Ismeri a Nemzeti Vágtát?

6. Szerepeltek az öt év alatt a Nemzeti Vágtán vagy az elővágtán?

7. Hogyan alakult az elmúlt években az egyesület/klub látogatottsága?

- ☐ Növekedett
- ☐ Csökkent
- ☐ Nem változott

8. Becsüljemeg, hogy ez a változás hány százalékos volt

- ☐ 0-5%
- ☐ 6-10%
- ☐ 11-15%
- ☐ 16-20%
- ☐ 21-25%

- ☐ 26-30%
- ☐ 31-35%
- ☐ 36-40%
- ☐ 40% felett

9. Mely területen tapasztalt változást?

- ☐ Díjugratás
- ☐ Díjlovaglás
- ☐ Military
- ☐ Fogathajtás
- ☐ Lovastorna
- ☐ Távlovaglás
- ☐ Reining
- ☐ Western

10. Mely korosztályokban tapasztalta a legnagyobb változást?

- ☐ 0-14 éves
- ☐ 15-18 éves
- ☐ 19-30 éves
- ☐ 30 felett

11. Véleménye szerint miért kezdenek érdeklődni a lovassportok iránt?

12. Ön szerint hogyan támogathatná hatékonyabban a lovassportok ismertségének növekedését a Nemzeti Vágta?

13. Ön szerint mely területek a legnépszerűbbek?

- ☐ Díjugratás
- ☐ Díjlovaglás
- ☐ Military
- ☐ Fogathajtás
- ☐ Lovastorna
- ☐ Távlovaglás
- ☐ Reining
- ☐ Western

14. Ön szerint a lovassportok ismertségének növekedésére hatással van a Nemzeti Vágta?

