

Pécsi Tudományegyetem
Illyés Gyula Kar
Gazdaságtudományi és Turisztikai Intézet
Turizmus-vendéglátás szak, nappali tagozat

Molnár András Máté

A turizmus, mint a gazdasági fejlesztés tényezője

A fesztiválturizmus hatásai

Konzulens: Dr. Huszti Zsolt
PTE-IGYK

Szekszárd, 2012

Tartalomjegyzék

1.Bevezetés	4
2.Bevezetés a turizmusba	5
2.1.A turizmus fejlődéstörténete	5
2.1.1.Ókor.....	5
2.1.2.Középkor	6
2.1.3.Újkor.....	8
2.1.4.Az ipari forradalmak kora.....	9
2.1.5.A XX. század első fele	12
2.1.6.A XX. század második fele és a modern turizmus kialakulása.....	14
2.2. A turizmus fogalma	17
2.3.A turizmus formái és fajtái	19
3.A fesztiválturizmus	22
3.1.Afesztiválturizmus meghatározása	22
3.2. A fesztiválok csoportosítása.....	22
3.3.A fesztiválturizmus rövid jellemzése	23
3.4.Híres fesztiválok bel- és külföldön	24
3.5.A fesztiválturizmus általános elemzése Magyarországon.....	26
3.5.1.A fesztiválok vizsgálása működési hossz és időtartam szerint.....	26
3.5.2.A fesztiválok megoszlása és felkeresése műfaj szerint	26
3.5.3.A fesztiválok ismertsége és tendenciája	27
3.5.4. A fesztivállátogatók utazásának megoszlása időpont szerint	28
3.5.5.A fesztivál kiválasztását befolyásoló tényezők és tendenciájuk	29
4.A fesztiválturizmus társadalmi és kulturális jellemzése a Sziget Fesztivál példáján	31
4.1.Demográfiai jellemzők	31
4.1.1.Látogatószámok, egyéb szociológiai adatok	31
4.1.2.Kormegoszlás	32
4.1.3.Lakóhely szerinti megoszlás	33
4.1.4.Iskolai végzettség és nyelvismeret.....	33
4.1.5. A lakosság viszonyulása a rendezvényekhez.....	35
5.A fesztiválturizmus gazdasági hatásai a nagyobb könnyűzenei fesztiválok alapján	36
5.1.A Sziget Fesztivál gazdasági hatásai	36
5.1.1.A Sziget által generált konkrét bevételek	36

5.1.2.A Sziget által generált egyéb gazdasági hatások.....	38
5.2. Más nagyobb fesztiválok gazdasági hatásai.....	39
5.3.A Sziget Fesztivál látogatóinak fogyasztási szokásaik és változásai	41
6. A fesztiválok környezeti hatásai	43
6.1.Környezetterhelést jelentő tevékenységek	43
6.1.1.Közlekedés	43
6.1.2.Étkezés	43
6.1.3.Energia – és vízhasználat.....	44
6.1.4.Hulladék	44
6.2.Fenntartható fesztivál	44
6.2.1.Fenntartható fesztivál előnyei.....	44
6.2.2.Low-tech, soft-tech, high-tech	45
7.Összegzés, záró gondolatok	46
8. Irodalomjegyzék.....	47
9. Mellékletek.....	49
10. Nyilatkozatok.....	61

1.Bevezetés

Szakedolgozatom témájaként a fesztiválturizmust választottam. A választást több dolog is befolyásolta. Kezdjük például azzal, hogy a fesztiválturizmus a világ egész turizmusának csak egy apró része és a turizmus napjaink leggyorsabban fejlődő ágazata. A turizmus nagyon sok ember mindennapi életének a része, sokszor akarva akaratlanul. Kit ne érdekelne egy ilyen fontos ágazatnak az egyik legkedveltebb fajtája?

A fesztiválturizmus konkrét kiválasztásában pedig gazdasági, kulturális és személyes indokok is álltak. Maga a fesztiválturizmus, magához a turizmushoz képest, igen fiatal részét képezi a turizmusnak, még csak napjainkban éri el a csúcspontját, ha egyáltalán meg szabad állapítani azt, hogy van csúcspontja. Folyamatos fejlődésben van, és ez a fejlődés a mindennapjainkban is jelen van, így kötelességünk alaposabban megismerni. Mindemellett igen erőteljes pozitív kulturális hatásai vannak, ugyanis több hagyományörző fesztivál létezik és a nemzetközi fesztiválokon megjelenő más országokból érkező turisták saját magukkal hozzák saját hazájuk szokásait és kultúráját. Gazdasági mutatóit vizsgálva, évek óta folyamatos fejlődési és javulási mutatókat produkál, tehát mint a gazdaság, régió, térség vagy akár csak egy város fejlesztési tényezőjeként is jelen lehet. Ezeken kívül, fontos indok volt a témaválasztásban, hogy viszonylag kevés írás és értekezés létezik a témában, amely ezt a turizmusfajtát dolgozza fel, így érdekesnek tűnt egy olyan témával kapcsolatban kutatni, mely saját véleményem szerint sikerességéhez képest kis szerepet kap a szakirodalomban.

Egy másik fontos indok pedig abból ered, hogy a fesztiválturizmus korunk jelensége, és ha részt vennünk benne nem is kötelességünk, de megismernünk az. Nos, bár nem kötelező, de szerencsére már volt lehetőségem több fesztiválon is részt venni, és igazán magaménak éreztem több féle fesztivál világát is. Tehát fontos szerep jutott a témaválasztásban a múltbéli tapasztalataimnak és a személyes kíváncsiságomnak is.

. Céлом, hogy a megfelelő követelményeken túl, egy olyan átfogó írást tudjak létrehozni, melybe, ha egy turizmussal semmilyen ismerettel nem rendelkező olvasó beletekint, egy általános képet kaphat a turizmus és a fesztiválturizmus kialakulásáról. Illetve az utóbbi jelentőségéről egy nemzet kulturális és gazdasági életében, melyeket különböző felmérésekkel, ábrákkal, táblázatokkal, tendenciák felállításával és következtetések levonásával próbálok meg elérni.

2.Bevezetés a turizmusba

2.1.A turizmus fejlődéstörténete

Mielőtt belekezdenék a turizmus fejlődéstörténetének, fogalmának változásainak illetve a mai modern turizmussal kapcsolatos tulajdonságok elemzésébe, fontos megértenünk, hogy a turizmus a mai – véglegesnek még nem mondható – állapotához eljusson, sok változással teli és hosszú utat kellett bejárnia. Az emberi civilizációval párhuzamosan fejlődő ágazatról, évszázadról évszázadra több adat, információ és megfigyelt folyamat áll illetve állt a rendelkezésünkre. Innen tudjuk, hogy a korai turizmus is már több ezer éve jelen van az emberiség életében, bár természetesen még szinte teljesen szervezetlen formában, a mai értelemben vett szervezettség kialakulása csak a XVIII., XIX. századra konstatálható.

A turizmus kialakulását, mint folyamatot egészen az őskortól számítjuk, bár több szakirodalom és neves kutató véleménye is az, köztük az enyém is, hogy az általánosságban vett őskorban – körülbelül Kr.u. 3000 – még nem nevezhetjük a felfedezett folyamatokat a turizmus ősének, ugyanis ezeket a folyamatokat nagyrészt az emberek vándorlásai és a túlélésre tett mindennapi tevékenységei tették ki. A korra jellemzőek voltak, az úgynevezett nomád népcsoportok, melyeknek jellemző tulajdonságuk volt, hogy nem rendelkeztek állandó lakhellyel, hanem mindig vándoroltak az éppen jobb életkörülményeket biztosító területek felé, így a kor emberiségének tevékenységei nem a hivatást vagy a szabadidő – mai értelemben vett – kellemes eltöltését jelentették, hanem kizárólag ösztönös cselekedetek voltak. A nomadizmus alapvető tulajdonságaiból kifolyólag, hiányzott az az állandó lakhely, melynek alkalmankénti elhagyását környezetváltozásként értelmezhetjük. Ezekből a megállapításokból levonhatjuk a következtetést, hogy ez a kor még nem számítható a turizmus ősének.

2.1.1.Ókor

Az első fejlett emberi kultúránkat a mezopotámiai civilizációtól (nagyjából Kr.e. 3100-3000) számítjuk. A társadalomban Hammurapi törvénykönyve alapján már társadalmi különbségek és szakmai specializációk figyelhetők meg. A jelentősebb folyók és folyamok mellett kialakult városok ebben a korban már hatalmi és kereskedelmi központoknak számítanak. Bár az ilyen központok csak a modern kori

turizmusban kapnak fontosabb turisztikai szerepet, az idő előre haladtával látni fogjuk, hogy a nagyvárosok fontosak az emberi civilizáció és a turizmus fejlődésében.

A következő megemlíthető lépcsőfok – mely meghatározza az egész korszakot - az ókori Európa, ahol a két legerősebb civilizáció a római és a görög. Ha ezeket a társadalmakat a turizmus szempontjából vizsgáljuk, megállapíthatjuk, hogy ebben a korban a legtöbb utazás az emberek hivatásából illetve üzleti okokból kifolyólag történt, de emellett már fellelhetők az egészség, sport illetve vallási okokból történő helyváltoztatási tevékenységek is. Ezekben a társadalmakban már felfedezhetőek voltak érdekesnek és fontosnak nevezhető újítások, például a görögöknél találkozhatunk először a vendégbarátság intézményével, melynek lényege, hogy az idegen szállást, ellátást és védelmet kapott. Ennek tárgyasult jele a symbolum, melyet kettétörték, és ha a két külön darab összeillett, tudták igazolni a vendégségre való jogosultságukat. Ezt a vízum őseként is kezelhetjük. A római birodalom nagyjából 300 ezer kilométeres igen jó minőségi úthálózatot épített ki, mely több évszázadon keresztül megkönnyítette a közlekedést Európa azon részén. Meglepő módon ebben a korszakban már megszülettek az első útikönyvek (egy 10 kötetes Görögország útikönyv, Pausanias jóvoltából), melyek már részletesen bemutattak bizonyos desztinációkat. Tudatosan megszervezettnek nevezhetjük már a Kr.e. 776-ban megrendezett első olimpiai játékokat, ugyanis ezekre messze földről érkeztek látogatók, ami annak köszönhető, hogy lovasok vitték a játékok hírét, és buzdították a környék népességét az ezeken való részvételre. Ebben a korban már erőteljesen virágzott a római fürdőkultúra, megközelítőleg 850 népfürdő és 15 luxusfürdő volt Rómában, ami bizonyítéka annak, hogy már nem csak kereskedelem és hivatás miatt utaztak az emberek.

2.1.2.Középkor

A következő nagyobb történelmi egység a középkor, melynek a kezdetét az ókor végétől, a 476. évi egyházszakdástól számítjuk. A bekövetkezett változás a turizmus fejlődésének szempontjából negatív, és természetesen nem egyről a kettőre történt meg, hanem hosszú évtizedek és évszázadok folyamata volt. A korszak két legfontosabb jellemzője a feudalizmus és az egyház. Nagyrészt mind a kettő a turizmus fejlődését hátráltatta, bár az egyházra ez csak részben igaz. Az utazásokat megnehezítette a római birodalom széthullása, melynek következtében az eddigi sok évtized alatt létrehozott úthálózat az évek során teljesen tönkrement vagy megszűnt. A feudalista rendszer életre kelésének köszönhetően végbement egy társadalmi átalakulás, ami az eddigi utazók

viszonylag széles körét nagyon szűkké alakította át. Ez nagyrészt köszönhető a feudalizmus egyik alapkövének, a röghözkötésnek, mely megtiltotta a jobbágysorban élő jobbágyoknak a szabad helyváltogatást és költözködést, illetve csak különleges esetekben engedélyezte azt. Tehát a jobbágysorban élő társadalom automatikusan kizárásra került az utazók köréből, ennek köszönhetően az országon belüli belső mozgások is minimálisra csökkentek. Fontos tényezője a korszaknak a keresztény egyház megerősödése, a keresztény egyház egyik kezének, az inkvizíciónak a megalakulása, és az egyház erősödésével előtérbe kerülő elvek terjesztése. Az egyház az eddigiekkel szemben tiltotta a hedonista életvitelt, és ehelyett az aszkéta életstílust részesítette előnyben, amely az eddigiekhez képest lényegesen visszafogottabb. Azonban ennek az intenzív vallási életnek nem csak hátrányai, hanem előnyei is származtak. A zarándoklás ebben a korszakban aktivizálódott igazán. Aki zarándokútra indult, több motivációs okkal is rendelkezhetett, például egy egyházi személy elrendelhetette a bűnök illetve bizonyos mulasztások miatt, fogadalmak vagy egyéni problémák miatt is útra kelhettek emberek, mint például a pestis vagy egyéb betegségek elkerülése illetve a szerencsétlenség kijátszása miatt. A hasonló utak sűrűsödésével egyre jobban szervezettek lettek ezek a zarándokutak. A korban kedvelt zarándokhely volt Róma, Jeruzsálem vagy Santiago de Compostella. Nem csak a zarándokoknak, de egyetlen egy utazónak sem álltak rendelkezésére igazi vendégfogadók ebben a korszakban. Az éjszakai szállást a legelső olyan útbaeső háznál oldották meg, ahol befogadták őket. Rendszeres és megbízható szálláslehetőséget nyújtottak a kolostorok, ám ezekből nem volt igazán sok. A hivatásturizmus korai formáját ebben a korban a királyok és főurak, illetve udvartartásuk folyamatos vándorlása, illetve a nemesek választásokra és rendi gyűlésekre való utazása jelentette.

A XII-XIII. században rendszeresen megrendezésre kerülő champagne-i vásárok összekötötték Európát, ezek főleg az itáliai és flandriai vándorkereskedők otthonai voltak. A XIII. századtól a tengerhajózás újbóli fellendülése megváltoztatta a fő kereskedelmi útvonalakat. A kereskedelem nagy része áttevődött a Földközi-tengerre, amiből az itáliai városok nyerték a legnagyobb hasznot. A korszak egyik jelentős és említésre méltó hajósa a velencei Marco Polo, aki többek között bejárta Ázsia partjait, és megközelítőleg 17 évet töltött el a mongol kán udvarában. Közel egy évszázaddal később már több kereskedő és kikötővárosba rendszeres hajójáratok indultak az itáliai kereskedővárosokból, például Brügge-be.

Ha a korszak biztonsági helyzetét jellemezzük, nem lehetünk pozitívak. Folyamatos háborúk zajlottak a különböző nemzetek és népcsoportok között, különböző indíttatásból, legyen az akár területi vagy vallási nézeteltérés. A szárazföldi kereskedelemben emiatt is alakultak ki a karavánok – melyek igen lassúak és kényelmetlenek voltak -, hogy könnyebben meg tudják magukat védeni a haramiák támadásaitól. A korban sok ember csatlakozott ezekhez a karavánokhoz, olyanok is, akik nem kereskedelmi céllal vándoroltak.

Az ókori korban igen magas színvonalon kiépített és működtetett fürdőrendszer is hanyatlásnak indul, köszönhetően a római birodalom folyamatos gyengülésének és az európai közlekedés lényeges lecsökkenésének. A megmaradt fürdők nagyrészt a szerzetesrendek kezelésébe kerültek, ám használatuk motivációja megváltozott. Már nem a társadalmi érintkezések színhelyei többé, hanem pusztán gyógyító funkciójuk a lényeges.

A középkor utazói közé sorolhatjuk még a céhlegényeket, az egyetemi tanárokat és egyetemi diákokat. Az előbbieket a céhrendszer jellegzetességének köszönhetően utazhattak, ugyanis alapeleme volt a tanításnak az inasrendszer. A céhlegényeket más városokba más mesterekhez küldték tanulni, hogy a szakma minden területét elsajátítsák, így jobb mesterek lehessenek. Utóbbiak utazásai egyértelműen az oktatáshoz kötődnek, fontos egyetemvárosok a korban Párizs, Oxford, Bologna vagy Pécs. Mindez együtt sem jelentett számszerűleg komoly forgalmat, a társadalom az alapvetően földművelő-állattenyésztő beállítottságnak köszönhetően teljesen inmobill volt.

2.1.3.Újkor

A XV. században történt felfedezések és változások alapvetően megváltoztatták a középkor eddigi világgépét. A földrajzi felfedezéseknek köszönhetően a Földközi-tenger medencéje szép lassan elvesztette teljes egyeduralmát a modern civilizációban. Az embereknek megnőtt az utazási kedvük, egyre többen és egyre gyakrabban utaztak, ez több okra is visszavezethető, rossz társadalmi vagy pénzügyi helyzetre – amelyeken javítani szerettek volna - vagy csak pusztán kíváncsiságra, hogy megismerjék a Földet. A felfedezőutak két csúcspontját jelentette, amikor 1492-ben Kolumbusz Kristóf felfedezte Amerikát és Vasco de Gama 1498-ban megérkezett India partjaihoz. Ezzel a két fontos felfedezéssel megnyílt a világ az utazni vágyók előtt, és bizony sokan akadtak ilyenek.

Az újkori fejlődés együtt járt bizonyos társadalmi rétegekben történt egyre sűrűbb és rendszeresebb utazásokkal. Erre a legjobb példa, amikor I. Erzsébet elrendelte a hozzá és az udvarhoz közel álló fiatal nemesek és arisztokraták gyerekeinek számára, hogy egy a mai értelemben is vett, nagy európai körutazáson vegyenek részt. Ezt nevezzük Grand Tour-nak. Lényege, hogy a fiatalok bejárják Európa fontosabb kulturális városait, hogy friss és hasznos tapasztalatokkal térjenek majd vissza Angliába. Korabeli feljegyzések alapján évente nem többen, mint 15-20 ezren vehették – ez a korabeli angol társadalomnak csupán a 0,2-0,3%-a - csak részt a Grand Tour-on, köszönhetően a korban még mindig uralkodó olyan viszonyoknak, amik befolyásolják egy utazó életét, mint például a rossz minőségi infrastruktúrák. Rossz úthálózat, életveszélyes hidak, kényelmetlen utazások, rettenetesen drága és nem rendszeres kiépített vendégfogadók várták a korban utazni vágyókat.

Információszállítás szempontjából előrelépést jelentett az 1669-től viszonylagos rendszerességgel járó, nagyjából megbízható és állandó útvonalon közlekedő postakocsi rendszer (deligence). A rendszer nem meglepő módon először London és a környező városok között jött létre. A hálózat fenntartása és minőségének megőrzése, valamint a további útépitések fedezésének érdekében először Angliában bevezetik az útdót, reagálva az utak fontosságának jelenségére.

Már szó volt az egykori fontos fürdőhelyek pusztulásáról, ezek viszont ebben a korban kezdenek újraéledni (Aachen, Baden, Spa), bár még korántsem van akkora jelentőség mint néhány évszázaddal később. A XVIII. század közepe azonban újítást hoz a fürdőkultúrában, megjelennek a tengeri fürdözések, ami egy angol orvos, Russel, 1751-ben megjelent könyvének köszönhető, amiben a tenger gyógyító hatásairól van szó. Az első tengerparti fürdőközpont az angliai Brighton.

2.1.4. Az ipari forradalmak kora

Az XIX. század minden ellentmondás nélkül ismét egyértelműen óriási változást hozott az emberiség és a turizmus történetében. Bár az ipari forradalom mind térbeli és időbeni vonatkozásait figyelembe véve erősen differenciált folyamat – Angliát az 1800-as évek közepén, míg Európát és az Egyesült Államokat az 1900-as évek elején érte erőteljes változás -, kijelenthető, hogy mind társadalmilag, gazdaságilag, technológiailag és nem utolsósorban, gondolkodásmódban is változást hozott Európa minden országában. A technikai és a gazdasági fejlődéseknek köszönhetően Európa

lakosságszáma ugrásszerű növekedésnek kezd, a társadalom szerkezete átalakulóban van és erőteljes urbanizációs folyamat indul el.

Az ipari forradalom fontos találmányai a gőzgépek, melyek fokozatos fejlődésükkel és térnyerésükkel egyre jobban kezdik az emberi erőforrásokat kiszorítani a gazdaságból. Nagy áttörést hozott mind az áru- mind a személyszállításba is a gőzgép felfedezése (James Watt, 1778) és Stephenson, Rocket – magyarul rakéta – nevű gőzmozdonyának bemutatkozása. Bár, hiába fedezték fel ezt a mérnököknek számító technikai újítást, magában mit sem ért. A korabeli tőkésék hamar észrevették ennek gazdasági lehetőségeit, és nagy mennyiségű pénzt investirek a vasútépítésbe, melynek köszönhetően rövid idő leforgása alatt több ezer kilométer vasúti sín épült meg. Személyszállításra először 1825-ben használták az angliai Darlington és Stockton között, 1830-tól pedig Liverpool és Manchester között már rendszeresnek mondható vasúti járatok indultak. Az emberiség történetének ezen pontjától az utazásokat már minimális mértékben befolyásolják a természet erői, az utazók nincsenek kitéve nekik. Nem kell a kedvező szelekre, az apályra vagy a dagályra vagy éppen a hó olvadására várni.

Tehát az iparosítás alapköve a vasútépítés volt, mely elősegítette a távoli városok közötti utak gyors megtételét a korábbiakhoz képest gyorsabban és biztonságosabban. „Amíg 1840-ben 2700 kilométernyi vágány volt Európában, 1910-re – Oroszországot leszámítva – már 250 ezer kilométer” (Michalkó Gábor, A turizmuselmélet alapjai, 2004, 112. oldal). A vasút gyorsabb haladásának és elterjedésének érdekében 1871-ben fúrják át először az Alpokat (Mount Cenis-alagút), 1882-ben pedig megfúrják a Gotthard alagutat, mellyel létrejön a hegység északi és déli fele közötti egyenes kapcsolat. Tehát a vasúti sínek hosszának növekedésével párhuzamosan növekedett az utazás sebessége, kényelme, ami mind elősegítette a korban utazni vágyók utazási kedvét.

A gőzmozdony alapelvét követve a XIX. század közepétől a vízi közlekedés is teljesen átalakul. A teher- és személyszállításban eddig fából készült vitorlásokat leváltják a nagyobb és erősebb vasból és acélból készült gőzhajók. Szintúgy az ipari forradalomnak köszönhető még egy világméretben is óriási beruházás, ugyanis 1869-ben megnyitották a Suezi-csatornát, melynek köszönhetően Afrika megkerülése nélkül érhetők el India partjait.

A gazdasági fejlődés szoros kapcsolatban áll a társadalmi változással. Az eddig működő céh illetve kisiparos rendszert felváltja a gyáripár (manufaktúra), ahol

megosztják a munkafolyamatokat, ezzel is növelve a termelékenységet. A technikai fejlődés által egyre gyakrabban használt modern gépek hatékonyságuk miatt felváltották az emberi erőt, segítségükkel lehetőség nyílt a nemzetközi piacokra való termelés. A megnövekedett termelésnek, illetve egyéb új gazdasági formáknak (részvénytársaság) megnövekedett azon emberek és rétegek száma, akik egyre nagyobb diszkrecionális jövedelemmel rendelkeztek. Világszerte a mai napig híres vonatjárat az 1883-ban induló Orient Express, Párizs és Konstantinápoly között, amely saját korában kiemelkedő kényelmével és szolgáltatásaival még a kor uralkodóit is vonzotta. 1977-ben megszüntették a járatot, azonban még ma is közlekedik nosztalgiajáratként Párizs és Bécs között. Az ipari forradalom és a társadalmi változás másik mellékhatása az erős urbanizáció. Az Európában gyorsan növekvő népesség egyre nagyobb számban és arányban vált városlakóvá. 1750-ben Európa lakosság megközelítőleg 157 millió fő volt, míg ez a szám 1900-ra 420 millióra emelkedett. 1789-ben mindössze két igazi nagyvárosról beszélhettünk, az 1 milliós lélekszámú Londonról és fele ekkora Párizsról. A század végén már 16 legalább egymillió fős népességszámú város létezett Európában.” (Michalkó Gábor – A turizmuselmélet alapjai (2004). 1851-ben megrendezésre került a Londoni Világkiállítás, amely megközelítőleg 6 millió embert vonzott a városba. Ez olyan mértékű kereslet volt, ami kellően megalapozta a szállodaberuházások és építések elkezdését.

A korszak elején nagyrészt még mindig az arisztokrácia utazik, de a középső réteg kiszélesedésével, a polgárosodás egyre növekvő ütemével évről évre nagyobb azon emberek és csoportok köre, akik megengedhetik maguknak az utazások adta lehetőségeket. A kor középosztályának céljai szinte egytől egyig természet közeliek. Az emberek minél inkább vágnak el a zsúfolt, és akkoriban még inkább koszos nagyvárosokból, és nem máshova vágyakoznak, mint a természetbe. Igen kedvelt desztinációk voltak a korban a Riviéra, Svájc, a Rajna-völgye vagy akár Monte Carlo. A hegyvidékek és a tenger kerül az utazások középpontjába, folyamatosan fejlődnek a hegyi túrák. Ekkoriban már kezdenek kialakulni a ma is híres és kedvelt fürdő vagy üdülőközpontok mint például az igen kedvelt németországi fürdőhely Baden-Baden, a téli üdülőhelyként szolgáló svájci Davos vagy St. Moritz. 1858-ban nyílik meg az első – még ma is nagy népszerűségnek örvendő – kaszinó Monte Carlo-ban. A polgárok egyre inkább úgy érzik, hogy csak külföldön tudnak igazán felszabadulni, ahol nincsenek meg az ismert környezetek, a megszokott társadalmi béklyók, és ahol az ismeretlen

nagyvárosok egy teljesen új színteret nyújtanak a kikapcsolódás és a szórakozás számára.

A század második felétől elkezdődött az utazás kommercializálódása. Egyre több embernek volt magától értetődő, hogy ha utazik, azt vasúttal tegye, ám bár, hogy igazán nagy tömegek használják a vasutat, valakinek meg kellett szerveznie egy kényelmes, biztonságos és mindent magába foglaló utazási csomagot. Ez a személy nem más mint az idősebb Thomas Cook, aki első utazási csomagját szinte teljesen ingyen szervezte meg 1841-ben egy társaság tagjainak (Temperance Association). Már ennél az alkalomnál észrevette, hogy kedvezményeket alkudhat ki a vasúti és egyéb társaságoknál, ha minél nagyobb létszámú csoporttal használja az adott szolgáltatást. Az 1855-ös párizsi világkiállításra már teljesen üzleti alapon szervez utazási csomagokat, így az ő általa végzett tevékenységet, bár még igen kezdetleges volt, az utazásszervezés alapjainak tekinthetjük. Megállapodik az európai szállodásokkal a fix szolgáltatásokban, ezekről igazoló tanúsítványt készít az utazóinak. Ezeket a Cook-szelvényeket pedig fizetés gyanánt fogadják a külföldi szállodákban (így ez tekinthető a voucher elődjének). Ezek alapján Thomas Cook tekinthető az utazásszervezés (tour operator) apjának, aki saját kockázatára és előre vásárolta meg nagyobb tételben, így olcsóbban is, azokat a szolgáltatásokat, amelyeket később a turistáknak csomagban (package) értékesített.

A gazdaság és a turizmus párhuzamos fejlődése a könyvkiadás területén is új szegmenst hozott létre, amely a meglátogatandó területekről szóló információkkal látta el az utazókat. Létrejött az útikönyvpiac, amelyhez hamar csatlakozik a térképértékesítés is. Ekkoriban indul útnak a még ma is nagy sikernek örvendő Baedeker útikönyvsorozat.

2.1.5.A XX. század első fele

A századfordulóra elért újítások és fejlesztések utat nyitottak további technológiai újításoknak, és olyan XIX. századi – ma már alapvetőnek számító termékeknek – találmányok elterjedésének, melyek megint alaposan átformálták a világ és a turizmus képét. Az eddig vasra és gőzre alapozott gazdaságot felváltja az acél, a dízel és az elektromosság (Edison kifejleszti az izzólámpát, Tesla tökéletesítette az elektromos áram nagy távolságra való szállítását). A XX. század iparának fontos jellemzője, hogy a termékeket olcsón, minél nagyobb tételben állítsák elő. Ez tette lehetségessé, hogy nagyon sok olyan felfedezés, melyek alapvetően a XIX. század

szellemi termékei - amik a szabadidő kellemesebb eltöltését szolgálták - egyre több ember rendelkezésére állt. Egyre szélesedő társadalmi rétegekhez jutottak el a következő tárgyak: kerékpár (McMillan 1839), fényképezőgép (Daguerre 1839) vagy az autó (Benz 1885). A következő század elején érték el a Wright fivérek tevékenységük egyik csúcspontját, amikor 1903-ban, a világon először és egyedülálló módon hosszú távú és irányított repülést hajtottak végre. Innentől kezdve a vízi és a szárazföldi utazási lehetőségek mellé, szép lassan becsatlakozik a légi utazás is.

Ezek az új felfedezések illetve a régiék elterjedése serkentőleg hatottak a turizmusra, azonban sajnos az első világháború igencsak megtörte és visszavetette azt. A békerendszer aláírása után, a 20-as évektől kezdve ismét ritkán látott méretekben indult fejlődésnek a turizmus. Ez több oknak is betudható, egyrészt sok ember ki akar jutni, abból a környezetből, ahol a háború alatt éltek, mert az a háborúra emlékeztette őket. Másrészt a katonák a háború alatt bejárt csodás tájakat és városokat szívesen meg akarták tekinteni és látogatni békés időszakban is. Amerikaiak százezrei látogattak Európába, mert az hogy néhány nap alatt több idegennyelvvel, kultúrával, politikai berendezkedéssel és nemzeti konyhával találkozhattak elégnek bizonyult ahhoz, hogy tömegeit vonzza más kontinensekről. Korabeli statisztikák szerint minden tizedik amerikai tett a korban belföldi vagy külföldi utazást, és nagyjából 1,2 millió angol utas lépett át a kontinensre. Az első világháború utáni fejlődési időszak nem csak az említett okok miatt történt meg, ugyanis azonkívül, hogy átrajzolta Európa térképeit, a társadalom struktúráját is átformálta. Az arisztokrata réteg – mint az idő előrehaladásával folyamatosan – szűkül, míg a középosztály mérete a vásárlóerejével együtt folyamatosan nő. A korszak az igazi belföldi idegenforgalom kialakulásának az időszaka. A két világháború közötti termelékenység és a szakszervezetek tevékenységéből kifolyólag, rövidül a munkavállalók munkaideje, tehát nőtt a szabad felhasználással eltölthető idő mértéke. Komoly előrelépést jelentett, amikor az International Labour Organization (ILO, Nemzetközi Munkaügyi Szervezet) elsősorban Európai országokban kiharcolta a fizetett szabadság elismerését. Az új kommunikációs technológia terjedése, konkrétan a mozi és a rádió, bővítik a társadalom ismereteit. Ezek a technikai újítások felkeltik a társadalom utazás iránti igényét. Az előzőleg leírt folyamatok és előrelépések pedig egyre több ember előtt teremtik meg a tényleges megvalósítás lehetőségét.

Mint eddig már megfigyelhető volt, jelentős társadalmi és gazdasági változások után általában megváltoznak az emberek utazási végcéljai. Akkor is így történt. Tovább

erősödik a téli sportterületek iránti kereslet, így Svájc, Ausztria és Olaszország egyre több beérkező turistával rendelkezik. A gyógyfürdőket felkeresők motivációja megváltozik, ugyanis az orvostudomány fejlődésével, akiket eddig csak gyógyvízzel lehetett kezelni, azokat most már bárhol el tudják látni. Így már nem szimpla gyógyhelyeknek tekintik őket, hanem élményszerzési lehetőségnek, ezért egyre több egészséges ember keresi fel azokat. A korban kezdődik el először a világkörüli hajóutak iránti kereslet, ennek köszönhetően lassan Afrika partjai is becsatlakoznak a turizmusba. Egyre több olyan program található meg Európában, amelyek nemzetközi szinten is sok utazót mozgatnak meg. Ilyen például – a mai napig nagy keresletnek örvendő – a labdarúgás, amely ekkoriban kezd nemzetközi méreteket ölteni, vagy a nemzetközi árukiállítások, melynek keresletét növelte a háború utáni árucikkek hiánya.

A két világháború között tehát az európai turizmus sikeresen szárnyra kapott, és megközelítőleg – az amerikai utazókat nem számolva – évente körülbelül tíz millió ember vett részt az itteni idegenforgalomban.

2.1.6.A XX. század második fele és a modern turizmus kialakulása

A modern turizmus kezdetét a turizmussal foglalkozó szakemberek nem tudják egyhangúan egy történelmi időszakhoz kötni. Egyesek az ipari forradalmaktól számítják, míg mások Thomas Cook tevékenységeitől tartják megalapozottnak a kijelentést, hogy a turizmus modern korszaka megszületett. A harmadik csoport, melynek személy szerint én is tagja vagyok, a modern turizmus kialakulását a második világháború végétől számítja, ugyanis ettől az időszaktól számolhatunk világméreteken is magas számú nemzetközi turistaérkezésekkel, és innentől kezdve sokszorozódnak meg ezek a számok. Az 1960-as évektől körülbelül napjainkig több mint meg tízszeresedett a nemzetközi turistaérkezések száma.

1. táblázat A nemzetközi turistaérkezések száma kontinensenként 1960-2002 (ezer) (saját szerk.)

	Európa	Amerika	Afrika	Közel-kelet	Ázsia, Ausztrália	Összesen
1960	50351	16705	750	630	860	69296
1970	113000	36648	2407	1864	5771	159690
1980	196000	53703	7070	5821	22247	284841
1990	282200	92900	15000	9000	57700	456800
2000	402800	128300	27000	22700	115300	696100

2002	411000	120200	28700	24100	130600	714600
------	--------	--------	-------	-------	--------	--------

Forrás: Michalkó Gábor, A turizmuselmélet alapjai 2004

Napjainkra körülbelül a világ népességének tíz százaléka utazik. Viszont amíg az 1960-as évek körül a turistaérkezések nagy részét Európa (73%) és Amerika (24%) fogadta, addig mára ez a vezető szerepkörük lényegesen csökkent. A két éllovas szerepe egyaránt csökkent, Európa (57%) és Amerika (17%), azonban ezzel párhuzamosan a többi kontinens szerepe jelentősen erősödött. Ázsia és Ausztrália együttesen már körülbelül 18%-t birtokolt a turistaérkezések összességéből. Afrika és a Közel-kelet is jelentős növekedést ért el abszolút számok viszonylatában, azonban százalékos részesedést tekintve még mindig alacsonynak tekinthető a részük. Ennek a magyarázata több okban is fellelhető, de főleg a nem megfelelő szálláshelyekre és a viszonylagos állandósággal zajló háborús körülményekre vezethető vissza. A tendenciákból viszont érzékelhető, hogy a világ népességének egyre nagyobb része utazik és vesz részt a turizmus körforgásában.

A turizmus ezen korszaka – ami még ma is tart – azért nevezhető modernnek, mert az előző évszázadokhoz képest a bármely turisztikai tevékenységben résztvevők száma megsokszorozódott, társadalmi és nemzeti hovatartozások lényegtelené vált, és nem mellesleg a turizmus innentől számítva a világgazdaság meghatározó szegmensévé nőtte ki magát. A turizmusban jelenlévő szolgáltatások ipari méreteket öltöttek – innen a turizmusipar kifejezés – tehát alkalmassá váltak, az úgymond futószalagszerű tömegtermelésre. A valóságban ez azt jelentette, hogy a turisták elszállásolása, vendéglátóipari ellátása vagy szállítása sokszor nemzetközi standerdek alapján működött, a lehető legkisebb idővesztéssel és a lehető legnagyobb tömeggel kalkulálva.

Ezen folyamatok és változások bekövetkezése több fontos technikai fejlesztés tette lehetővé. Leginkább a légiközlekedésben történt változások voltak a legnagyobb hatással a turizmusra, ahol új korszakot jelentett a sugárhajtóműves repülőgépek bevezetése a személyszállításban. Ez először 1958-ban történt meg a Pan American légitársaság jóvoltából, egy Boeing 707-es géppel, ezt nevezzük jet-korszaknak. A nagy távolságú utakat hamarabb és olcsóbban tudták megtenni, lerövidültek az utazási idők, kényelmesebbek és kevésbé fáradtságosak voltak az utazások, ezért az utazásnak ez a formája minden mást a háttérbe szorított. Az ágazat csúcspontja a Concorde repülőgéptípus volt, amit azóta üzleti okok miatt már kivontak a forgalomból.

A szárazföldi utazásban, az előző században virágkorát élő, a vasutat kiszorítják a személygépkocsik. Az utazás ezen formája személyessé és rugalmassá tette a közlekedést, ösztönzően hatott a családok közös nyaralására, a motelek és a kempingek elterjedése mellett egy sor új szolgáltatás létrejöttéhez vezetett. Az autópályák mellett létrejöttek a szervizek, boltok, rekreációs parkok, információs irodák és autókлубok. Az autóturizmus két új formája jött létre, az RV (Recreation Vehicle), illetve a Rent a car (gépkocsi kölcsönzés). Az előző összefügg a kempingek gyorsabb növekedésével, míg az utóbbi főleg a reptereken volt megfigyelhető, a még ma is működő, fly-drive (a repülőjegy vásárlásakor rögtön gépkocsit is lehet bérelni) package-ek révén.

A turizmust elősegítő szektorok fejlődésének hatására tovább professzionálódik az utazási irodák és a szálláshely-szolgáltatás szektora. A szervezett turizmus megjelenése és formálódása az utazási irodák gyarapodását és nemzetközi kiépülését vonja maga után, melyek egyre több és komplettebb programcsomagokkal és packagekkel állnak elő.

A rendszer életképességét jelezve és, hogy a kor már komolyan veszi a turizmust, megszületnek a vele foglalkozó szervezetek és döntések. Legelőször 1924-ben alakul meg a Hivatalos Turista Propaganda Szervezetek Nemzetközi Szövetsége (International Union of Official Organizations for Tourist Propaganda), amely következő évben már 14 ország részvételével tart kongresszust Hágában. Mai értelemben vett egyik legértékesebb célja, hogy a nemzetközi turistaáramlásokat akadályozó formalitásokat enyhítse. A szervezet az International Union of Official Travel Organization – IUTO – néven alakult újjá a második világháború után, majd ennek továbbalakulásával és kormányiszintre emelésével jött léte 1975-ben a Turizmus Világszervezete – World Tourism Organization, WTO -. Az 1980. évi Világkonferencia a turizmusról egy következő szakasz kezdete. Ezen a konferencián dolgozták ki és fogadták el a Manilai Nyilatkozat-ot, amelyben megfogalmazásra kerül a turizmus korszerű koncepciója. A nyilatkozat sok fontos tény mellett, meghatározza az állam felelősségét a turizmus fejlesztésében, egyebek között hangsúlyozva:

„Az emberiség társadalmi, kulturális és gazdasági fejlődésével foglalkozó valamennyi elemzésnél figyelembe kell venni a belföldi és a nemzetközi turizmust, ezek ugyanis ma már az élet szerves részeit képezik. Tekintettel a turizmus jelentőségére és arra, hogy az emberek egyre nagyobb számban utaznak turisztikai vagy egyéb céllal, a hatóságoknak nagyobb figyelmet kell fordítaniuk a belföldi és nemzetközi turizmus

alakulására, hogy azok a társadalom más alapvető tevékenységeivel összhangban fejlődjenek.” (Manilai Nyilatkozat)

Az Interparlamentáris Unió és a WTO által 1989-ben megrendezésre került konferencián megszületik a Hágai nyilatkozat, amelyben benne van a még ma is használandó fogalom a turizmusról, és ami hangsúlyozza, hogy a turizmus fejlesztése a nemzeti fejlesztési stratégiáknak is legyen része. Legfontosabb eleme az, hogy törvényhozó testületek figyelmébe ajánlja, hogy a turizmus működési feltételeit megfelelő módon szabályozzák, és foglalják törvénybe a turizmuspolitika fő célkitűzéseit és megvalósításának lehetőségeit. A 90-es években világszerte előtérbe kerül a fenntartható fejlődés eszméje, így az 1992. évi Riói Föld-csúcson a WTO közlése az általános érvénnyel elfogadott Agenda 21 című programját, amely a fenntartható fejlesztés megvalósításának részleteit határozza meg a turizmusban.

2.2. A turizmus fogalma

Most hogy már megismerkedtünk a turizmus alapvető fejlődéstörténetével, nézzük meg annak a korai és frissebb definícióit is. Mint olvashattuk, a turizmussal kapcsolatos első szervezetek és lényeges elemzések kezdete nagyjából a két világháború közé tehetőek. Eleinte mindössze a tudományos meghatározására törekedtek a kutatók, ugyanis semmilyen meghatározás nem létezett a turizmus definíciójáról. Később ezeket a tudományos meghatározásokat a kutatók saját kutatási területük és szempontjaik alátámasztására formálták. Félreértés ne essék, nem kihasználni akarták a nem elfogadott definíciók adta lehetőségeket, csupán saját kutatási területük módszertanát használva alkották őket meg. A turizmus nemzetközivé válásával a tudományos meghatározások kissé a háttérbe szorultak, és a nemzetközi szervezeteknek a praktikusságra kellett törekedniük, ezért a statisztikai meghatározásokat részesítették előnyben, a turizmus mérésének megvalósítása miatt.

Kezdjük a meghatározások elemzését a tudományos megfogalmazásokkal. Az első ilyen 1929-ben született meg a berlini iskola keretein belül, ezen belül is az egyik alapítótól, Glücksmanntól, aki így definiálta a turizmust a *Verkehr und Bader* folyóiratban:

„Személyek utazása egy olyan helyre, ahol nem rendelkeznek állandó lakhatással.”
(Glücksmann 1929)

A következő hasonló sémában megszületett definíció Schink-től származik, aki szintén a berlini iskola egyik tanára volt. A turizmus fogalmának meghatározását kiegészítette a

főbb utazási motivációkkal is a *Die Bedeutung des Fremdenverkehrs für die Bayerische Wirtschaft* című havilapban 1930. januárjában, mely így hangzik:

„Olyan személyek áramlása, akik állandó lakhelyüket bármilyen szellemi, testi, vagy szakmai motivációtól vezérelve ideiglenesen elhagyják.” (Schink 1930)

Az első olyan statisztikai célú elemzés, amit 1937-ben dolgozott ki a Népszövetség Statisztikai Szakértői Bizottsága, amely arra szolgált, hogy a tagországok megfelelő nemzetközi statisztikákkal rendelkezzenek a turizmus reklámozásához és tanulmányozásához. A Bizottság által létrehozott definíció:

„Abból a célból, hogy a nemzetközi turizmus statisztikáit jobban összehasonlíthatóvá tegyük, a turizmus fogalmát elvben úgy kell értelmezni, mint amely minden olyan személyre vonatkozik, aki huszonnégy órát, vagy annál többet utazik bármely állandó lakhelyén kívüli országba.” (Népszövetség Statisztikai Szakértői Bizottsága 1973)

A turizmus ma is széles körben használt – azonban nem a legfrissebb – megfogalmazását a svájci Hunziker és Krapf professzorok dolgozták ki 1942-ben. A meghatározás először közös művükben, a *Grundriss des Allgemeinen Fremdenverkehrslehre*-ben jelent meg:

„A turizmus az emberek lakhelyükön kívüli utazásából és tartózkodásából eredő kapcsolatok és jelenségek összessége, amennyiben az utazást és a tartózkodást nem letelepedési szándék, illetve jövedelmező tevékenység motiválja.” (Hunziker, Krapf 1942)

Az 1970-es években több társadalomtudomány képviselője is definiálta a turizmus fogalmát, köztük az antropológus Jafarié és az általános rendszerelméleten alapuló Leiper-é a híresebb. Most csak a Jafari által meghatározott definíciót mutatom meg, hogy lássunk egy példát, a nemrégiben említett, a saját kutatási területekre szabott meghatározásokról.

„A turizmus a szokásos lakhelyétől távol lévő embernek, a szükségleteit kielégítő ágazatnak, valamint mindkettő által a fogadó társadalmi-kulturális, gazdasági és fizikai környezetre gyakorolt hatásoknak a tanulmányozása.” (Jafari 1970)

Láthatjuk, hogy a turizmusnak a fejlődése során igen sokféle meghatározása született, amit csak tovább bonyolított a turizmus, mint ágazat fejlődése, az elméleti kérdések felvetődései is (helyváltoztatás mértéke, szabadidőben vagy munkaidőben történő helyváltoztatás, motivációk meghatározása, stb.) és az egyre változatosabb lehetőségek a turizmusban. Ezek a problémák, illetve ezeknek a megoldását célzó igények szolgáltak alapul egy új meghatározás kidolgozásához (Lengyel Márton, 1986), amelyet

később a WTO is átvett lerövidített formában a Hágai Nyilatkozatban, és amely így szól:

„Turizmus alatt egyrészt az ember állandó életvitelén és munkarendjén (lakásán és munkahelyén) kívüli valamennyi helyváltoztatását és tevékenységét értjük, bármi legyen azok konkrét indítéka, időtartama és célterülete. A turizmust másrészt az ezzel kapcsolatos igények kielégítésére létrehozott anyagi-technikai és szervezeti feltételek, valamint szolgáltatások együttese.”

A WTO és az Internparlamentáris Unió 1989-ben elfogadott Hágai Nyilatkozatában pedig a következő tömör definíció található:

„A turizmus magában foglalja a személyek lakó- és munkahelyen kívüli minden szabad helyváltoztatását, valamint az azokból eredő szükségletek kielégítésére létrehozott szolgáltatásokat.”

A jelenleg is érvényben lévő statisztikai definíció, amely segíti, hogy a turizmus gazdasági elemzését nemzetgazdaságon belül és nemzetgazdaságok között is lehetséges legyen, így hangzik:

„A szokásos környezetükből szabadidő eltöltése, üzleti vagy egyéb célból más helyre utazó, és ott kevesebb, mint egy évig tartózkodó személyek tevékenysége.”

2.3.A turizmus formái és fajtái

A következő kategorizálást az emberek mindennapi életét vizsgáló tudományos normákon nyugvó megfigyelésekre és észrevételekre építjük. Eszerint a turizmusnak két alapvető fajtáját különíthetjük el aszerint, hogy az utazás az emberek életének melyik szegmensére gyakorol hatást. A mai modern társadalomban a világ a munka és a szabadidő köré szerveződik, ezért az előbbihez kötődött hivatás- míg az utóbbihoz szabadidős turizmusnak nevezzük. Szabadidős turizmus alatt értjük azokat a turisztikai tevékenységeket, melyek a turista munkaidején kívül, legtöbbször önálló döntésen alapulva történnek. A városi turizmustól kezdve ide tartozik az üdülőturizmus, aktív turizmus, fesztiválturizmus, bevásárló turizmus vagy akár kulturális turizmus. Nem meglepő módon a világ utasforgalmának jelentős része ehhez a fajtához köthető. Hivatásturizmus alatt az emberek foglalkozásának és munkájának végzésével kapcsolatos utazásokat értjük. A hivatásturizmus fajta alá a szakemberek főleg a konferencia-, üzleti- és incentive turizmust tüntetik fel (ennek okait lásd a

Mellékletekben), pedig ide tartoznak a különböző művészeti ágakban alkotó személyek illetve a profi sportrendezvényeken részt vevő személyek tevékenységei is.

Amikor a turizmus formáiról akarunk egyhangú véleményt leírni, igen nehezen tehetjük ezt meg, ugyanis a turizmus formáit illetően, nagyon széles az a paletta, ami szerint meghatározhatjuk ezeket. Azonban mégis létezik egymástól két jól elhatárolható forma, a tömeg- és az alternatív turizmus. A tömegturizmus először a második világháború után jelent meg, nagyjából azonos időben a modern turizmus kialakulásával. A tömegturizmusban szereplő egyének olyan szolgáltatásokat vesznek igénybe, melyeket nagy tételben állítanak elő, sokszor standardizálva vannak, és közel azonos élményt nyújtanak minden egyes résztvevőnek. A turisták szinte mindig ugyanazt a tematikus programot kapják, melynek hátránya, hogy a legritkább esetben vannak kielégítve a személyes igények. A tömegturizmus elnevezés azonban nem a nagyszámú résztvevőkből ered, sokkal inkább az általuk igénybevett személytelen, tematikus és könnyen másolható szolgáltatásuk adják az elnevezés alapját. A tömegturizmus desztinációi általában, mint már említve lett, olyan helyszínek melyek könnyen másolhatóak, és mindenkinek ugyanazt az élményt nyújtják. Legtipikusabb ilyen üdülőhelyek a mediterrán tengerpartok, melyeket manapság csak 4S (Sea, Sun, Sand and Sex) üdülésnek nevezünk, de megfelelő helyszín lehet a tömegturizmusra egy világváros is, ahol nap, mint nap folyamatosan közlekednek ugyanazt az információt terjesztő turistabuszok. Az alternatív turizmus, sok különbséggel bír a tömegturizmushoz képest. Kialakulásukat nézve az alternatív forma, sokkal régibb, ezt tulajdonképpen vehetjük a turizmus őseinek is. Lényege, hogy a szolgáltató sokkal nagyobb hangsúlyt fektet az egyéni igények kielégítésére, a hagyományos szolgáltatásokhoz képest, több különböző alternatívát is felkínálnak a résztvevőnek. A turizmusnak ebben a formájában sokkal kevesebb a résztvevő az előbb említetthez képest, ugyanis itt a szolgáltatások személyre szabottak, vegyük például a gyógyturizmust, ahol a kezeléseket csakis egy konkrét egyénre lehet kialakítani. A két forma saját személyiségükből adódóan könnyen megkülönböztethető annak alapján, milyen kapcsolatuk van a saját környezetükkel. A tömegturizmusban résztvevőknek ritkán van alkalmuk mélyebb kapcsolatot kialakítani a helyi társadalommal vagy kultúrával, viszont az alternatív turistáknak ez a lehetőség sokkal inkább adott. Tökéletes példa erre a falusi turizmusban résztvevők, ahol nem kap szerepet a tömegturizmus, ugyanis itt a szolgáltatást igénybevevő közvetlenül élvezzi a vendéglátója vendégszeretetét.

A turizmus formáit illetőleg megkülönböztethetjük azt még akár a turisták száma szerint (egyéni, csoportos) vagy a turisták származása szerint (belföldi, külföldi). Ezeket általában akkor kell használnunk, ha konkrét specifikus témában kutatunk. Az első két forma és fajta megközelítőleg lefedi a turizmus egész területét.

3.A fesztiválturizmus

3.1.Afesztiválturizmus meghatározása

„Fesztiválnak nevezhető minden olyan - egy vagy több téma köré szerveződő, rendszeresen megrendezésre kerülő, egy vagy több helyszínen történő, meghirdetett programmal rendelkező kulturális, művészeti, gasztronómiai, sport vagy egyéb – eseménysorozat, amelynek célja, hogy közönsége részére kiemelten színvonalas, értékközvetítő, minőségi ismereteket is bővítő és egyben szórakoztató, szabadidős közösségi élményt nyújtson.” (Magyar Fesztivál Szövetség)

3.2. A fesztiválok csoportosítása

A fesztiválok – akár mint maga a turizmus – igen sokféleképpen kategorizálható. Különbő csoportokba sorolhatjuk a fesztiválokat aszerint, hogy meddig tartanak (egy vagy többnapos, egy hetes vagy akár több hónapos), akár a vonzáskörzetük alapján (helyi, regionális, nemzeti vagy nemzetközi) vagy a megrendezésük gyakorisága szerint (egyszer vagy periodikusan visszatérő). Azonban a vezető kategorizálási forma, a fesztiválok témáján alapuló különbség tétel, mely – bármennyire meglepő – igen sokszínű palettát hoz létre. A fesztiváloknak két jellemző csoportját lehet megkülönböztetni aszerint, hogy az esemény elsődlegesen a kultúra közvetítésén vagy a résztvevők szórakoztatásán alapszik. Ebben a dimenzióban a két alapegységet a művészeti fesztiválok és az úgynevezett vigasságok jelentik. A vigasságok, más néven fieszták legtöbbször magukban hordozzák a közösségépítés és az imázsformálás lehetőségét, ezért a közművelődési fesztiválok átfogó megnevezést kapták (Hunyadi, Zs. és társai, 2006).

A fesztiválokat a Magyar Fesztivál Szövetség műfaji szempontból az alábbiak szerint csoportosítja:

- művészeti fesztiválok (zenei, színház, tánc, irodalom, képző- és iparművészet, film, videó, fotó, multimédia, népművészet=folklór, cirkusz, egyéb művészeti),
- tisztán amatőr művészeti és „felmenő versenyek” (szavaló, kórus, színjátszó, tűzoltó és egyéb zenekar stb.)
- gasztronómiai fesztiválok (étel, ital, termény, gasztronómiai hagyományokat ápoló, kulináris stb.)
- egyéb, nem művészeti fesztiválok (tájhoz, természeti értékhez kötődő rendezvények, várjátékok, ünnepekhez, népszokáshoz kötődő (egyházi, világi) falunap, búcsú, vigalom, karnevál, sokadalom, fieszta, sport, természet,

környezetvédelem, promóciós, márkához kötődő) (Magyar Fesztivál Szövetség 2008)

A fesztiválok tematikáján alapuló csoportosítás során a nemzetközi szakirodalom gyűjtőfogalomként kezeli a fesztiválokat vagy a fesztivállal egybekötött rendezvényeket. Ez utóbbi a következő kategorizálási lehetőségeket tartalmazza: karneválok, művészeti fesztiválok (pl.: tánc, színház), zenei fesztiválok, gasztronómiai és borfesztiválok, vallási fesztiválok, cirkuszok, sportrendezvények, megarendezvények (olimpiai játékok, kulturális olimpiák és kapcsolódó fesztiválok), kulturális nagyrendezvények (Smith, M 2009). A következőkben felmerülő statisztikákban lehetséges, hogy nem ezek a besorolások fognak megjelenni bizonyos ábrákban, ugyanis a könnyebb és eredményesebb statisztikai eredmények megállapításához néha nem a főcsoportokat, hanem alcsoportokat, vagy a fesztiválok jellegeit használjuk majd.

3.3.A fesztiválturizmus rövid jellemzése

A fesztiválturizmust tehát röviden a kultúra hagyományos vagy kortárs ünneplésével lehet egyszerűen behatárolni. Ezek az ünneplések lehetnek egyszeriek vagy akár rendszeresek, tehát periodikusan is megszervezésre kerülhetnek (az általam készített kérdőív bepillantást enged a fesztiválok rendszeres megrendezését illető kérdéskörbe, ugyanis a megkérdezettek 98%-a rendszeres jelleggel megrendezett fesztiválon járt. Az eredményeket lásd a Mellékletek Kérdőív végeredmények alatt). A fesztiválok – a turizmushoz hasonlóan – évszázadok óta jelen vannak az emberiség történelmében. Főleg kulturális jelenségekként lehet őket felfedezni, általában a vallási, mezőgazdasági vagy kulturális naptár egy-egy fontosabb időpontjához kapcsolódtak. Az első híresebb feljegyzett ókori fesztiválok görögországi helyszínnel rendelkeztek, ahol általában az istentiszteletet szolgálták, vagy áldozatként funkcionáltak egy sikeres kimenetelű csatához, vagy éppen a jó termés végett. A fesztiválok a késő-középkori Európában kezdtek világiasabb karaktert ölteni, ahol már példa volt arra, hogy valakinek a személyes sikerét ünnepelték. A fesztiválok száma nagyjából a II. világháború után indult gyors növekedésnek a tömegetturizmus kialakulásával.

A turizmus fejlődésével párhuzamosan fejlődött a fesztiválturizmus. Az 1960-as évektől kezdve a fesztiválok száma jelentősen megerősödött. A szervezők felismerték a fesztiválokból rejlő lehetőségeket, és sokszor azért rendezték őket, hogy erősítsék egy régió imázsát vagy, hogy ismerté tegyenek egy-egy térséget. A fesztivál ideális módja

annak, hogy a látogatók megismerjenek egy desztinációt, és részt vegyenek annak mindennapos tevékenységeiben (Kirschenballt-Gimblett 1998).

Napjainkban a fesztiválturizmussal együtt jár egy fesztiváljelenségnek nevezett folyamat, amely a turizmus trendjeként is számon tartható, ugyanis a fesztiválok száma folyamatos meredek növekedést mutatott az elmúlt másfél-kettő évtizedben. Nagy-Britanniában körülbelül 900 új fesztivál került megrendezésre illetve bejegyzésre csak 2007-ben (Long, P. 2008). Németországban nagyjából 14000 fesztivált tartottak számon 2008-ban. Tehát a fesztiválok száma folyamatos növekedést mutat, aminek következménye az, hogy nem csak Európa, de a világ egész részén és az év minden időszakában találhatunk különféle fesztiválokat. A 3.4.-es bekezdésben szereplő ábrán – bár csak töredék része a világban lezajló fesztiváloknak – látható, hogy az év minden hónapjára és helyszínre jut egy-egy híresebb fesztivál. A táblázatban a helyi és regionális szintű fesztiválok egyáltalán nem szerepelnek.

3.4.Híres fesztiválok bel- és külföldön

A következő ábrán láthatjuk a híresebb hazai és külföldi – jelenleg és életben lévő – fesztiválokat időpont szerint. A táblázat bemutatja nekünk, a már az előző fejezetben is említett észrevételeket, hogy a fesztiválok tömeges elszaporodásának következtében, a világ minden pontján és idejében találkozhatunk fesztiválokkal.

Nevesebb bel- és külföldi fesztiválok (saját szerk.)

Külföldi	Időpont	Helyszín	Elnevezés
	Január 6.	Madrid	Három királyok érkezése
	Január	Kína	Tigris és oroszlán
	Március 2.	Rio de Janeiro	Világhírű brazil karnevál
	Április	Prága	Prágai tavasz
	Május 15-től június 15-ig	Bécs	Zenei fesztivál
	Május 16-tól május 27-ig	Cannes	Cannes-i filmfesztivál
	Június 21.	Vatikán	Szent Péter napi körmenet
	Július 6-12.	Pamplona	San Fermin fesztivál
	Július 27-29.	Belgium	Tomorrowland
	Október	München	Oktoberfest
	November 21.	Velence	Salute fesztivál
	December 26.	Velence	Velencei karnevál
	December 31.	Madrid	Noche Vieja
Belföldi	Július 3-6.	Sopron	Volt fesztivál
	Július 11-14.	Zamárdi	Heineken Balaton Sound
	Augusztus 5-12.	Budapest	Sziget fesztivál
	Augusztus 15-21.	Debrecen	Debreceni virágkarnevál
	Október 19-22.	Békéscsaba	Csabai kolbászfesztivál
	Március-április	Budapest	Budapesti tavaszi fesztivál
	Február 7-12.	Mohács	Mohácsi Busójárás
	Július 13-15.	Baja	Bajai halászlé fesztivál
	Szeptember 9-13.	Budapest	Budapesti nemzetközi bor- és pezsgőfesztivál
	Július-augusztus	Kapolcs	Művészetek Völgye

3.5.A fesztiválturizmus általános elemzése Magyarországon

A fesztiválturizmus Magyarországon egy igen gyümölcsöző fajtája a turizmusnak. A nemzetközi tendenciához képest, itt is igen széles palettán mozog a fesztiválok tematikája, és igen nagy számban találhatóak meg különböző fesztiválok. Ugyanúgy, mint máshol, itt is léteznek helyi, regionális, nemzeti illetve nagy hírnévnek örvendő nemzetközi fesztiválok. A most következő bekezdés lényege, hogy megtudjunk a fesztiválokkal kapcsolatos fontos és érdekes információkat a magyarországi lakosok körében.

3.5.1.A fesztiválok vizsgálása működési hossz és időtartam szerint

A Magyarországon működő és vizsgált fesztiválok megoszlása működési idejük szerint felvilágosítást ad nekünk arról, hogy hazánkban mikor indult el a fesztiválok sokasodása. A legtöbb fesztivál a felmérések alapján hazánkban, szám szerint 31, körülbelül 6-10 éve lett megalapítva. A második időszak, amely alatt a legtöbb fesztivált rendezték meg, 11-15 éve volt, amikor is 19 darab fesztivált került megrendezésre. A harmadik legtermékenyebb időszak a felmérési időponthoz képest 0-3 éven belülre alakult, amikor is 16 darab fesztivál került megalapításra. A kapott értékek nem a pontos számokat tükrözik, hanem a fesztiválok sokasodásának arányát próbálják tükrözni. Az adatokat a Mellékletekben található 1. számú ábra hivatott alátámasztani, aminél sajnos nem létezik frissebb elemzés ezen a téren.

A fesztiválok vizsgálása időtartam szerint azért fontos, mert megtudhatjuk mely az a hosszúság, amely a legalkalmasabb egy fesztivál túlélésére illetve működésére. A vizsgált fesztiválok majdnem egy harmada (31%) 3 napos, az utána következő két leggyakoribb időtartam a 4-5 nap (19%) és az 1 nap (16%). Az időtartam szerinti vizsgálat könnyebb megértését a Mellékletben található 2. számú ábra hivatott szolgálni. Mindkét előző felmérés 230 darabos „megkérdezettséggel” zajlott. A felmérést megerősíti az általam készített, 187 megkérdezettből álló, kérdőív, melyben a megkérdezettek 55%-a két vagy háromnapos fesztiválon járt, és a második helyen itt is a háromnál több napos fesztiválok helyezkednek el. A részletes adatokat lásd a Mellékletekben a Kérdőív végeredmények alatt.

3.5.2.A fesztiválok megoszlása és felkeresése műfaj szerint

A fesztiválok tematikusságát illetően már kaphattunk egy ízelítőt abból, hogy szélességét illetően minden igényt kielégít. Ugyanúgy, mint az előző felméréseknél itt is

egy 230 fesztiválos vizsgálat segít pontosabb képet kapnunk a magyarországi fesztiválok műfaj szerinti megoszlásáról. A legsűrűbben előforduló műfaj a fesztiválok körében a népművészet, amely 22%-al vezeti a listát. A második (18%) és harmadik (17%) helyen a gasztronómiai és összművészeti fesztiválok állnak. Ami viszont igencsak érdekes, hogy a könnyűzenei fesztiválok – amelyek véleményem szerint a legnagyobb hangsúlyt kapják az országos marketingben – csupán a fesztiválok 5%-t teszik ki. A műfajok szerinti részletesebb megoszlást a Mellékletek 3. számú ábrája hivatott szolgálni.

A könnyűzenei fesztiválok kis százalékos mértéke azért is érdekes adat, mert a megkérdezett (N=5795) fiatalok (15-25 évesek) körében a legismertebb fesztiválok szinte mind könnyűzenei fesztiválok. A pontos értékeket a Mellékletek 4. számú ábrája mutatja.

Miután tudjuk, hogyan oszlanak meg a fesztiválok műfaj szerint, vizsgáljuk meg, milyen arányban keresik fel az érdeklődők ezeket. A két vizsgálat nem fog egyforma eredményeket hozni, ugyanis a legsűrűbben előforduló fesztiválműfaj, nem jelenti azt, hogy egyben az a legkeresettebb is. Ezek után nem meglepő, hogy nem a népművészeti fesztiválok vezetik a listát, hanem a gasztronómiai fesztiválok (30,8%). A már említett alacsony létszámú könnyűzenei fesztiválok pedig a második pozíciót foglalják el 18,6%-al, ennek oka az lehet, hogy ezek általában nyaranként kerülnek megrendezésre, és a jó időjárási feltételeket kihasználva nagy befogadóképességűre tervezik őket. A harmadik helyen – a magyar kultúrában nem meglepő módon - a hagyományörző fesztiválok állnak 17%-al. A részletesebb eredményeket lásd a Mellékletek 5. számú ábrájában.

3.5.3.A fesztiválok ismertsége és tendenciája

A turizmus fejlődésének, a fesztiválok sokasodásának és minőségi javulásuknak köszönhetően elmondható, hogy alig akad pár ember Magyarországon, aki ne hallott volna valamilyen fesztiválról. A magyar lakosság többsége, 91,2%-a ismer valamilyen fesztivált Magyarország területén, míg csak a maradék 8,8%-t nem tudott megnevezni semmilyen sem. A Mellékletek 6. számú ábrája ezeket az adatokat mutatja. A kérdőívemben megtalálható kérdés, nem pontosan arra vonatkozik, hogy a megkérdezett ismer-e valamilyen fesztivált, hanem járt-e már valamilyen fesztiválon. Azt hinnénk, hogy ez a kategorikus váltás csökkenteni fogja a végeredményt, de épp ellenkezőleg. A megkérdezettek 94%-a már járt valamilyen fesztiválon. Az eredmény változását

betudhatjuk a Magyar Turizmus Zrt. által és az általam végzett kutatás között eltelt időnek. A részletes eredményeket lásd a Mellékletek Kérdőív végeredmények alatt.

Az ismert fesztiválok száma egyenes arányosságban nő az iskolai végzettséggel és a jövedelmi helyzettel. Azoknak a megkérdezetteknek – akik ismertek legalább egy fesztivált – legnagyobb részük (28,8%) négyenél több konkrét fesztivált tudott megnevezni, 15,4%-uk négy fesztivált tudott megnevezni, míg 16,6%-uk tudott csak egy darab fesztivált megnevezni. A részletesebb arányok ábrázolásáról a Mellékletekben szereplő 7. számú ábra gondoskodik.

A fesztiválturizmus fejlődésével párhuzamosan meg lehet figyelni a fesztiválturizmus hírének elterjedését az átlagemberek körében. Néhány év alatt óriásit változott annak a száma, hogy a megkérdezettek hány darab fesztivált tudtak megemlíteni. Ez a szám 4 év alatt nagyjából megháromszorozódott. Növekedett annak is a száma, hogy a megkérdezettek átlagosan hány fesztivált tudtak megnevezni, ez az érték szintén majdnem megháromszorozódott az elmúlt években. További részletes információk a Mellékletek 1. számú táblázatában találhatóak.

A fesztivált ismerők (N=912) összesen 601 darab fesztivált neveztek meg. Az ő válaszaik kiértékelése után, a megkapott adatokkal dolgozva kiderült, hogy Magyarország legismertebb fesztiválja a Sziget Fesztivál az említések 34,6%-val. A második helyen a Debreceni Virágkarnevál áll, körülbelül feleannyi említéssel (15,7%) a százalékos arányban. Előkelő helyen van még a Budapesti Tavaszi Fesztivál és VOLT Fesztivál. A további helyezéseket és az eredmények részletezését a Mellékletek 2. számú táblázatában találhatja meg. Az általam végzett kutatás ugyan más eredményt hozott, bár itt a kérdésfeltevés is más. A megkérdezettek legnagyobb százaléka (42%) az EFOTT fesztivált látogatta, a második helyen majdnem ugyanekkora százalékkal a Heineken Balaton Sound áll és a harmadik pozíciót foglalja csak el a Sziget. Az eredmények ezen alakulását a megkérdezettek lakhely szerinti megoszlásának – erős Tolna megyei többség – tudom be. A részletes eredményeket lásd a Mellékletek Kérdőív végeredmények alatt.

3.5.4. A fesztivállátogatók utazásának megoszlása időpont szerint

Mint már említettem, és érzékelhettük is, hogy a fesztiválok száma az elmúlt években igen sokszorosára növekedett. A magas létszámú fesztiváloknak köszönhetően az év majdnem minden időpontjára jutnak fesztiválok, és ennek köszönhetően megtudhatjuk különböző elemzéseken keresztül, hogy melyik hónapokban a

legmagasabb a fesztivállátogatások értéke. Az alacsony értékek nem feltétlenül azt jelentik, hogy az adott hónapban kevesebb számú fesztivál kerül megrendezésre, szimplán csak a kisebb érdeklődést mutatják. Nem meglepő módon a legmagasabb fesztivállátogatási értékek a nyári hónapokra illetve szeptemberre tehetőek. A mezőnyből egyértelműen kimagaslik az augusztusi hónap, amely az egész évre lebontott fesztivállátogatások majdnem 25%-t birtokolja, a második és a harmadik helyen majdnem ugyanakkora értékekkel a július és a szeptember helyezkedik el. Ezek az eredmények nagyrészt köszönhetőek Magyarország éghajlatának, tehát viszonylag hosszan tartó nyári melegnek és jó időnek, amely alkalmas körülményeket teremt nagyobb méretű szabadtéri fesztiváloknak, illetve annak, hogy a nagy közönséget befogadó rendezvények általában a nyári hónapokra tehetőek. A nem említett többi hónap részletes eredményeit a Mellékletek 8. ábrája mutatja meg (N=711).

Az általam készített kérdőív is kitér a fesztiválok időbeni látogatására, bár nem havi részletességgel. Az eredmények egyáltalán nem meglepőek, ugyanis a négy évszak közül, a megkérdezettek 92%-a járt már nyári fesztiválon. A második legkedveltebb fesztivállátogatási évszak az őszi, 36%-al. A részletes eredményeket lásd a Mellékletek Kérdőív végeredmények alatt.

3.5.5.A fesztivál kiválasztását befolyásoló tényezők és tendenciájuk

Egy fesztivál kiválasztását a turizmus alapelvei szerint is sok minden befolyásolhatja a motiváción, a szabadidőn és a diszkrecionális jövedelmen túl. Viszont, ha egy specifikusabb elemzést választunk a kutatási területen, sokkal részletesebb eredményeket kaphatunk a befolyásoló tényezőket illetően. Ezek a tényezők a fesztivál kiválasztásának kapcsán elég sokszínűek, de ugyanannyira magától értetődőek is. A legfontosabb tényező maga a fesztivál jellege, műfaja. Ez az, ami elsősorban meghatározó információként van jelen egy fesztivállátogató döntési mechanizmusában. Vagy érdekli a fesztivál témája vagy nem. Fontos szerep jut a rangsorban a fesztivál programjának, műsorának, fellépőinek és produkcióinak. Az anyagiak tekintetében a jegyár a fesztivállátogatók szerint csak a középmezőnyben helyezkedik el a fontossági listán, és bármennyire meglepő a lista alján szerepel a fesztivállátogatók lakóhelyétől számított távolság a fesztivál tényleges helyszínéig. Az elemzés tendenciát is mutat a 2006-os és 2009-es év között, melyből érzékelhető a tényezők igen kicsi mozgása a szavazatok alapján alkotott skálán. Ezekre és további szempontokra, a fesztivállátogatók által, adott részletes eredményeket a Mellékletek 3. táblázata mutatja.

Az általam végzett felmérés szintén kitér erre a kérdéskörre is, bár nem ilyen részletességgel. Az itt kapott végeredmények hasonlóak a bekezdésben szereplő eredményekhez képest, részletezésüket lásd a Mellékletek Kérdőív végeredmények alatt.

A fesztivál kiválasztásában fontos szerepet játszik a fesztivállátogatók körében az utazási hajlandóság, hogy milyen hosszú távolságot hajlandóak megtenni egy fesztivál felkeresésének az érdekében. A megkérdezettek (N=256) többsége (35,6) 0 és 50 kilométer közötti távolságot hajlandó megtenni, a második helyen közel 20%-al azok állnak, akik 50 és 100 kilométer közötti utazást hajlandóak felvállalni egy fesztivál érdekében. A részletes adatokat a Mellékletek 9. ábrája mutatja. Ezek az adatok egy fesztivál látogatóinak lakóhely szerinti elemzésénél fontosak, ugyanis az eredmények alapján minden fesztiválon a legtöbb látogató helybéli vagy legalábbis régióbeli lesz. Az általam végzett kérdőíves kutatásból kicsit más eredmények derülnek ki, ami talán a megkérdezettek viszonylag fiatal életkor átlagának köszönhető. A felmérésben az első helyen (41%) az utazási hajlandóságnál azok állnak, akik 100 és 200 kilométer közötti távolságot lennének hajlandóak megtenni egy fesztivál érdekében. A második helyen (26%) viszont a 200 és 500 kilométer közöttiek állnak. Ez a változás jelezhet egy tendenciát a fesztiválturizmusban, ami azzal magyarázható, hogy az ágazatban megjelenő fesztiválok egyre híresebbek és nemzetközibbek lesznek, ezért a látogatók egyre nagyobb távolságokat hajlandóak megtenni a nekik megfelelő fesztivál meglátogatásának érdekében. A részletes adatokat lásd a Mellékletekben a Kérdőív végeredmények alatt.

4.A fesztiválturizmus társadalmi és kulturális jellemzése a Sziget Fesztivál példáján

A következőkben bemutatásra kerülnek bizonyos elemzések a Sziget Fesztiválról, melyek segítenek bemutatni a fesztiválturizmus fontosságát egy ország életében. Fontos hangsúlyt kap a Sziget Fesztivál közönségének megismerése, ugyanis a felmérések után kapott eredmények alapján lehet megfelelően fejleszteni a fesztiválokat. Azért a Sziget Fesztiválra esett a választás, mert ez az egyik legjelentősebb méretű és legsikeresebb fesztivál a magyar fesztiválturizmusban, amelyről tudatosan készítették nagyjából megfelelő minőségű és mennyiségi felmérést, így viszonylag könnyű erőfeszítéssel megfelelő adatokhoz juthatunk. Ezekből az elemzésekből már bizonyos következtetéseket lehet levonni egy fesztivál illetve a fesztiválturizmus sikerességét illetően. Azonban fontosnak tartom hangsúlyozni, hogy a fesztiválturizmus egyáltalán nem csak a nyári könnyűzenei fesztiválokból áll, hanem ennél jóval szélesebb palettán mozog a megtalálható műfajok listája.

4.1.Demográfiai jellemzők

4.1.1.Látogatószámok, egyéb szociológiai adatok

Először is nézzük meg a fesztivál látogatottsági adatait, – több évre visszamenőleg – hogy tényként kezelhessük az ország legnagyobb fesztiválja pozíciót és az európai szintű elismertséget. Az utolsó években viszonylagos stagnálást mutat a fesztivál a látogatónapok számát illetően, de ha más szempontból nézzük, pozitívan értékelhetjük, hogy több éven keresztül is meg tudta őrizni a magas érdeklődését. A részletes adatokat melléklő tábla nem kerül be a Mellékletekbe, ugyanis fontos szerep jut neki a Sziget Fesztivál nagyságának reprezentálására.

4. táblázat A Sziget Fesztivál látogatószámai (saját szerk.)

Év	Látogatószám
2002	355000
2003	353000
2004	369000
2005	385000
2006	385000
2007	371000
2008	385000
2009	390000
2010	382000
2011	385000

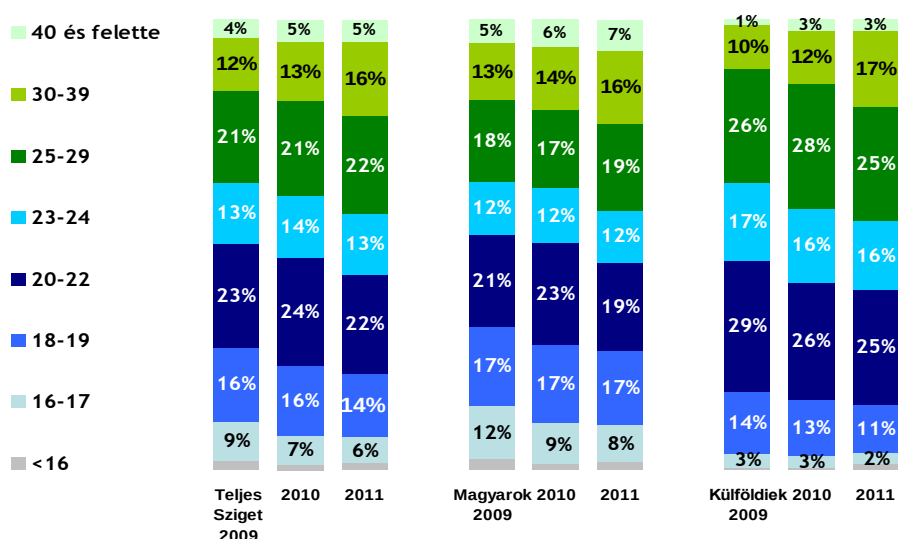
Forrás: Sziget Kulturális Menedzser Iroda Kft.

A résztvevők nemi hovatartozását illetve azoknak arányát illetően megfigyelhetjük, hogy kezdetben a fiúk aránya – nem lényegesen, fiúk 59,2%, lányok 40,8% (2003) – de több volt, ám a fesztivál fejlődésével és nemzetközivé válásával ez az adat fokozatosan kiegyenlítődött. Az utóbbi években ez az arány nem változott lényegesen, maximum néhány százalékos eltérés tapasztalható valamelyik oldalra. Az arányok változását és mai állását a 10. ábra mutatja be részletesen. Az általam készített kérdőívben a megkérdezettek jelentős része járt már fesztiválon, így a következőkben a válaszadók arányát 100%-osnak tekintem fesztivállátogatás terén. Tehát az eredményeim ezen a téren kicsit nagyobb eltérést mutatnak az elmúlt egy-két évhez képest, de maximálisan beleférnek a tendenciába (55% nő, 45% férfi). Az adatokat lásd a Mellékletek Kérdőív végeredmények alatt.

4.1.2. Kormegoszlás

A Sziget Fesztivál közönségének életkorára hatással van a fesztivál könnyűzenei profilja, de más fesztiválokhoz képest – köszönhető a fesztiválon működő sokszínű programlistának -, itt más korosztályok is erősen képviselik magukat. A Sziget látogatóinak legnagyobb százaléka nagyjából 20-22 éves. Viszont mint már említésre került a rendezvény széleskörűsége és hagyományai, nem meglepő, hogy a 25 év felettiek jelenléte a közönségben is igen magas (körülbelül 33%).

Kormegoszlás a Sziget Fesztiválon 2009-2011

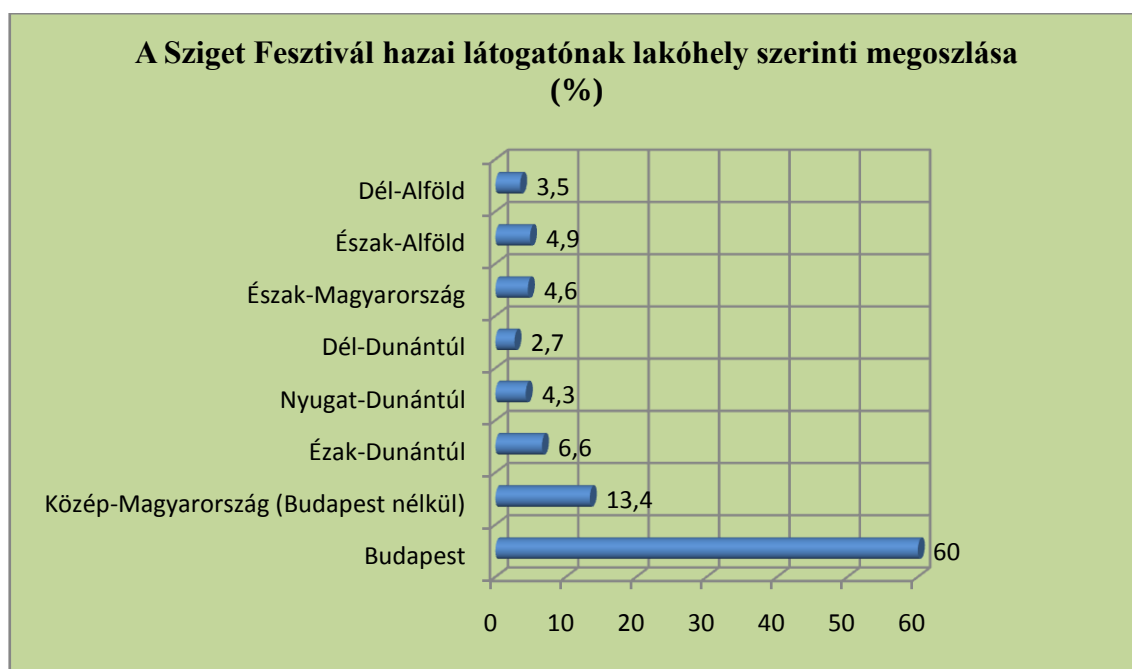


Forrás: Sziget Kulturális Menedzser Iroda, 2011

Az általam végzett kérdőív szintén kitér a fesztivállátogatási szokásoknak ezen részére, viszont egy kicsit torzítva jeleníti meg az eredményeket – nem konkrét fesztiválról kérdeztem, illetve nagyrészt az ismerősi köröm töltötte ki – ám így is azt az eredményt kaptam, hogy a fesztivállátogatók legnagyobb része életkorukat tekintve 18 és 24 év között van. A részletes adatokat lásd a Mellékletekben a Kérdőív végeredmények alatt.

4.1.3. Lakóhely szerinti megoszlás

Az utazási hajlandóságnál már érintőlegesen szó volt a látogatóközönség lakóhely szerinti megoszlásáról. A következő adatok szinte minden hazai fesztivál esetében hasonló tendenciát mutatnak, abban az értelemben, hogy a fesztivál helyszínéről, illetve annak régiójából fog a legtöbb látogató érkezni. A Sziget Fesztiválra érkező hazai turisták közel 60%-a Budapestről, további 13-14%-uk pedig Pest megyéből származik, így a látogatók több mint két harmada a központi régióból eredeztethető. A többi régióból egyformán csekély a látogatók aránya, ennek okai a távolsággal párhuzamosan növekvő utazási költségek száma, illetve a Sziget Fesztivál erősödő tematikus konkurenciája (EFOTT, VOLT, Balaton Sound).



Forrás: Magyar Turizmus Zrt. / Free Association

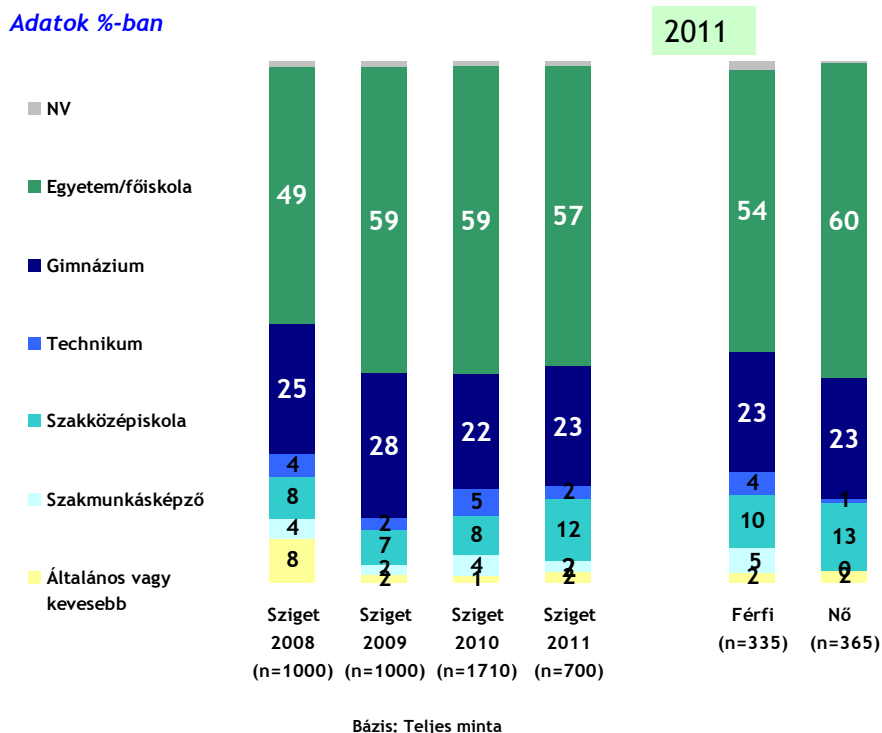
A megyék szerinti megoszlásról szóló adatokat lásd a Mellékletek 11. ábráján.

4.1.4. Iskolai végzettség és nyelvismeret

A Sziget közönsége az iskolai végzettség tekintetében messze az országos átlag előtt jár. Több mint minden második ember egyetemet vagy főiskolát végzett, illetve éppen valamilyen felsőoktatási intézmény aktív hallgatója. Ebben az adatban eltérés

figyelhető meg a nők és a férfiak között, ugyanis a nők magasabb százalékos aránnyal bírnak ebben a mutatóban. A második leggyakrabban előforduló iskolai végzettség átlagosan a résztvevők 25%-ával a gimnáziumi végzettség. Íme a legfrissebb adatok:

Iskolai végzettség a Sziget látogatói között



Forrás: Sziget Kulturális Menedzser Iroda, 2011

Az iskolai végzettséget tekintve javuló tendenciát figyelhetünk meg az előző évekhez képest, ugyanis folyamatos emelkedés figyelhető meg a felsőoktatást végzett illetve abban résztvevők arányában. A saját kutatásom az általános (nem konkrét fesztivált választó) fesztivállátogatók esetében is hasonló eredményt mutat. Az egyetemet vagy főiskolát végzett és a jelenleg is felsőoktatásban részt vevők aránya közösen, magasan az első (35% illetve 33%), utánuk egyből a legmagasabb érték a középiskolát végzettek száma. Ezekről a részletes adatokat lásd a Mellékletekben a Kérdőív eredményei alatt.

A látogatók nyelvismeretét illetően, valószínűleg az átlag feletti iskolázottságból ered a résztvevők viszonylag magas nyelvismerete. A látogatók körülbelül 72%-a beszél valamilyen idegen nyelvet középszinten. A leggyakrabban ismert nyelv az angol. Részletes adatokat a Sziget látogatóinak nyelvismeretéről a Mellékletekben az 4. táblázatban láthatsz.

4.1.5. A lakosság viszonyulása a rendezvényekhez

Ez az egyik leginkább felderítetlen kutatási területe a fesztiválturizmusnak, ugyanis szinte egyáltalán nem létezik átfogó, reprezentatív felmérés a fesztiválok környékén élő lakosok körében. Ha készítenénk felmérést, igen alaposan kéne kiválogatnunk a megvizsgált fesztiválokat, melyeknek a környékbéli lakosságától szeretnénk információkat kapni, ugyanis a fesztiválok sokszínű jellegéből adódóan nem ugyanolyan hatásokat gyakorolnak a helyi lakosságra. Egy gasztronómiai fesztivál sokkal kevesebb zavaró tényezővel rendelkezik a lakosság felé, mint egy zenei fesztivál. Talán ezért nem léteznek erről a témáról megfelelő kutatások.

Viszont a mindennapi információáramlásból kifolyólag vonhatunk le következtetéseket. Példának okára, a Sziget Fesztivált minden évben végigkísérő lakossági felháborodás és akár tüntetés is, a fesztivál hangosságát illetően. Tehát bizonyosan állíthatjuk, hogy létezik a lakosoknak az a köre, amelyik ellenzi a fesztivált, vagy legalábbis bizonyos szigorításokkal engedné működni azt. Megjegyezném, hogy az eddigi majdnem összes panasz sikertelen volt a Sziget Fesztivál ellen, ugyanis igyekeznek az összes követelménynek eleget tenni. Ellenpélda a VOLT Fesztivál, ami köztudottan igen nagy közkedveltségnek örvend Sopron város lakóinak körében, mivel véleményük szerint pozitívan hat a város gazdasági és kulturális életre. Hozzáteszem, feltételezéseiket gondos kutatások támasztják alá.

Összességében kijelenthetjük, hogy a fesztiválok és a lakosság kapcsolata Magyarországon – a kisebb érdekellentéteket kivéve – pozitívnak mondható, ugyanis a fesztiválok általában fejlesztő hatással rendelkeznek a gazdaságra, kultúrára és a helyi turizmusra is egyaránt.

5.A fesztiválturizmus gazdasági hatásai a nagyobb könnyűzenei fesztiválok alapján

A fesztiválturizmus gazdasági hatásait a multiplikáció jellemzi. Több módon is segítik a nemzetgazdaság fejlődését, ugyanis munkahelyteremtéssel járnak, növelik az egyéni és közösségi jövedelmek nagyságát, devizabevételeket jelentenek, egy ország gazdaságának a fizetési mérlegét javítják, bővítik a turizmus szolgáltatásait és még több gazdasági területre is hatást gyakorolnak. A következőkben elemezni fogjuk a fesztiválturizmus pozitív gazdasági hatásait a nemzetgazdaságra a nagyobb könnyűzenei fesztiválok alapján. Egy-egy fesztivál hatásai azonban egy ország gazdaságához képest nem igazán számottevőek, de mutatóik önmagukban igen impozánsak és általuk fontos jelentőséget tudhatunk be a fesztiválturizmus egészének.

5.1.A Sziget Fesztivál gazdasági hatásai

5.1.1.A Sziget által generált konkrét bevételek

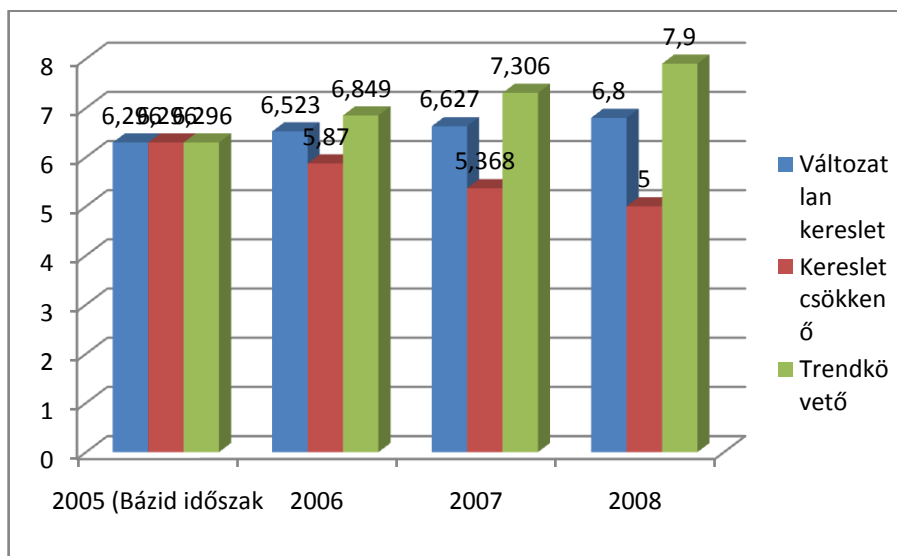
A Sziget Fesztivál előzőleges vizsgálataiból már megtudhattuk, hogy ez Magyarország legnagyobb nemzetközi kereslettel bíró fesztiválja. Méreteit tekintve egyértelműen egyeduralkodónak mondható a magyar fesztivál piacon. A számszerűsíthető gazdasági adatokon túl, komoly jelentőségű, hosszabb távú turisztikai előnyt is jelent az ország számára a fesztivál. Az általa generált nemzetközi kereslet hozzájárul a főváros és Magyarország nemzetközi ismertségének növeléséhez. A rendezvény bevételei milliárdos nagyságrendben járulnak hozzá a nemzeti össztermékhez, és az állami adóbevételekhez. Sajnos a fesztivál ezen hatásai a teljes GDP-hez és az összes adóbevételhez képest természetesen elenyészőek, viszont a gazdasági mutatók önmagukban mégis figyelemreméltóak.

A Sziget 2005 közvetett gazdasági hatása nemzetgazdasági szinten (saját szerk.)	
Megnevezés	millió forint
Összes kiadás	6296
Keletkezett bruttó hazai termék (GDP hozzájárulás)	3273
Összes munkajövedelem	1862
Adók	
ÁFA bevétel	648
Jövedéki adó bevétel	263
SZJA bevétel	384
Adóbevétel összesen	1295

Forrás: Sziget Kulturális Iroda/KPMG

A kutatás évében a Sziget Fesztivál tehát megközelítőleg 3,3 milliárd forinttal járult hozzá a 22 ezer milliárdos hazai GDP-hez, ami az arányokat tekintve kevés, de ahhoz képest, hogy itt csak egy darab fesztiválról van szó, mégis kiemelkedőnek mondható. A közvetlenül a Szigethez kapcsolható adóbevételek 1,3 milliárd forintot jelentettek az államnak, ezenkívül még nagyjából 2 milliárd munkajövedelmet generál. A vizsgálat kiterjedt a következő évek tendenciájára is, melyeket bizonyos feltételekkel végeztek (adózási rendszer és jogszabályok változatlansága, látogatónapok számának stagnálása illetve növekedése). Melyekből kiderül a becslések szerint, hogy a gazdasági hatások az összköltséget illetően hogyan változnak. A felmérés három lehetséges változattal számol (változatlan kereslet, keresletcsökkenő, trendkövető). Változatlan kereslettel számolva is az összköltség lassú, de folyamatos növekedést mutat a figyelembe vett éveken keresztül. A keresletcsökkenő lehetőséggel számolva magától értetődően csökkeni fog a látogatók által összesen elköltött pénzek mennyisége, ám ha a trendkövető lehetőséget nézzük a Sziget Fesztivál által generált összes költség mérete majdnem eléri a 8 milliárd forintot a 2008-as évben. Sajnos nem léteznek ezeknél frissebb felmérések vagy becslések, de a látogatónapok számából tudjuk, hogy a három verzió közül a változatlan kereslet érvényesül inkább. A következő táblázatban az kék sorozat jelzi a változatlan kereslettel, a piros sorozat a keresletcsökkenő tendenciával, míg a zöld sorozat a trendkövető lehetőséggel számolt becslült értékeket.

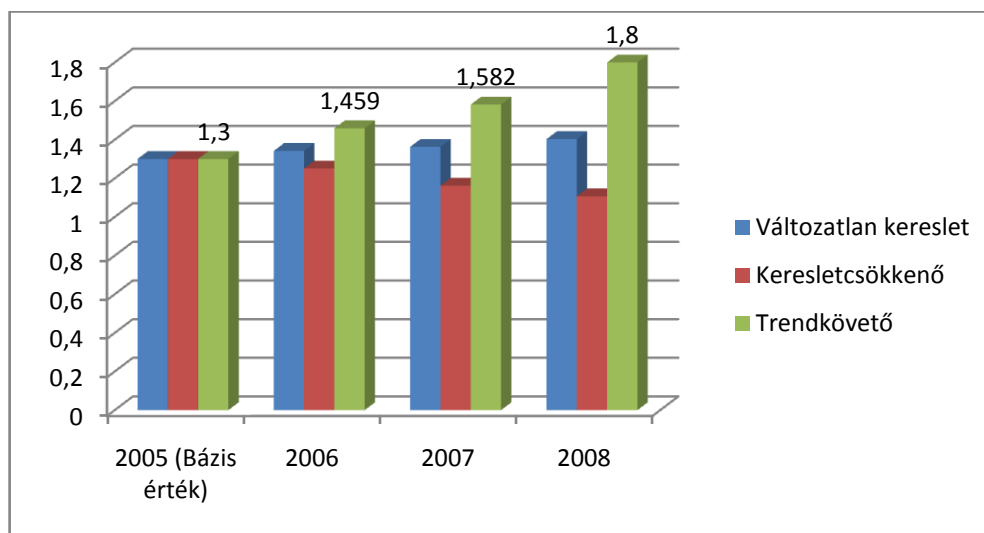
Összköltség lehetséges alakulása (millió Ft) (saját szerk.)



Forrás: Sziget Kulturális Iroda/KPMG

A Sziget által generált adóbevételeket illetően is rendelkezünk tendenciabecslésekkel, melyeket ugyanazon az elméletek mentén végeztek el. Becsült adatokat kaphatunk az összes adóbevételek alakulásáról abban az esetben, ha a Sziget kereslete változatlan, keresletcsökkenő vagy trendkövető. Itt is valószínűleg a változatlan kereslet a jellemző, esetleg egy minimális keresletnövekedéssel lehetne jellemezni a trendet.

Adóbevételek lehetséges alakulása (millió Ft) (saját szerk.)



Forrás: Sziget Kulturális Iroda/KPMG

5.1.2.A Sziget által generált egyéb gazdasági hatások

Köztudott, hogy a Sziget Fesztivált évről évre egyre több külföldi keresi fel, a tavalyi évben körülbelül 45-50 ezren lehettek. A Sziget működési ideje alatt a városban működő szálláshelyeknek is komoly többlet forgalmuk van. Felmérések bizonyítják, hogy az ifjúsági szállások a fesztivál idején folyamatosan 100%-os kihasználtsággal működnek. Azonban azt is tudjuk, hogy a külföldi látogatók nem csak a fesztivál ideje alatt tartózkodnak Magyarországon, hanem átlagban 3,5 napot töltenek el Budapesten a fesztivál előtt és/vagy után, ami további 130-150 ezer vendégéjszakát eredményez a budapesti szálláshelyek tekintetében.

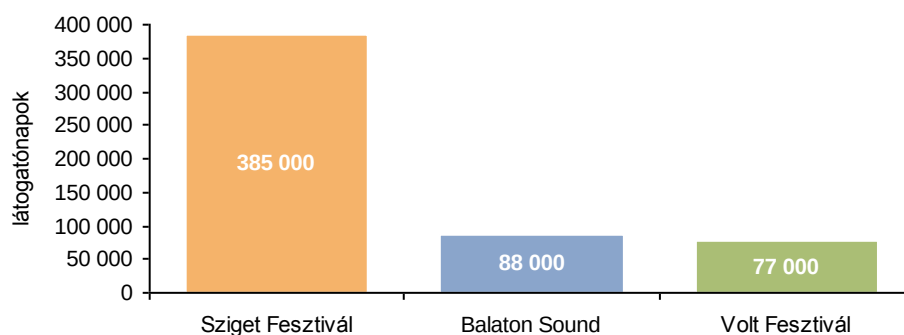
Nem szabad elfeledkeznünk a Sziget látogatói költségének megoszlásáról. Az elköltött összegek háromnegyede, nagyjából 4,7 milliárd forint a Sziget területén belül, másfél milliárd forintnyi pénzösszeg pedig a fesztiválon kívül realizálódott. Az általam készített kérdőív kitér az előző pontnak a felületesebb elemzésére. A megkérdezettek legnagyobb része a fesztiválon és azon kívül is vásárol italokat illetve ételeket. Azok, akik csak a fesztivál területén vagy csak a fesztiválon kívül vásárolnak, sokkal kisebb arányban jelennek meg az előző kategóriához képest. A részletes adatokat lásd a Mellékletekben a Kérdőív végeredmények alatt. A külföldiek esetében pedig nem

számolták bele a felmérésekben az ideutazás költségét, amik ismét jelentős összegeket jelentenek.

5.2. Más nagyobb fesztiválok gazdasági hatásai

Hogy érzékeljük a fesztiválturizmusban rejlő gazdasági lehetőségeket, fontosnak tartom, hogy más fesztiválok példáján is kapjunk hasonló adatokat. A Sziget Fesztiválnál méretekkel kisebb könnyűzenei fesztiválok (Balaton Sound, Volt Fesztivál) is komoly gazdasági mutatókkal rendelkeznek az eddig említett területeken. A következő ábra azért fontos, hogy lássuk arányaiban mennyivel kisebbek ezek a fesztiválok. Így azokat az elemzéseket, amelyek csak ezekkel a fesztiválokkal kapcsolatban állnak rendelkezésünkre átvethetjük a Sziget Fesztivál dimenziójába is.

Látogatónapok száma 2008-ban

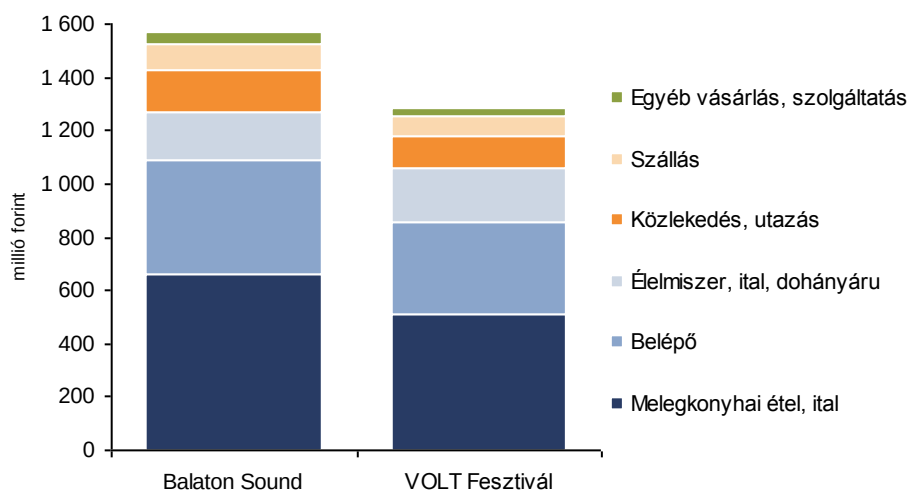


Forrás: Sziget Kulturális Iroda/KPMG

A két fesztivál által létrehozott összes kibocsátás mértéke megközelítőleg 2200 és 1800 millió forint volt. Ennek pontos adatait lásd a Mellékletek 12. ábráján.

A becslések szerint a 2008-as VOLT Fesztivál által generált összes költség megközelítőleg 1,28 milliárd forintra tehető. A Balaton Sound-on ez az érték nagyjából 1,58 milliárd forint. Ezeknek a költségeknek a szerkezete, hogy mire költöttek legtöbbet a résztvevők, mindkét fesztivál esetébe nagyjából megegyeznek. Ezekkel az arányokkal számolhatunk a Sziget Fesztivál esetében is. Fontos ismét hangsúlyozni, hogy nem csupán a fesztivál konkrét területén történt költsékezéseket vesszük figyelembe, hanem a helyi vagy regionális gazdaságra gyakorolt összes hatást. Ezért a látogatók teljes költségét figyelembe vesszük, még azokat is, amelyeket más szolgáltatásokért fizetnek ki (pl.: szállás, vendéglátás, közlekedés, stb.) a fesztivál költségein túl.

Költség mértéke és szerkezete 2008-ban

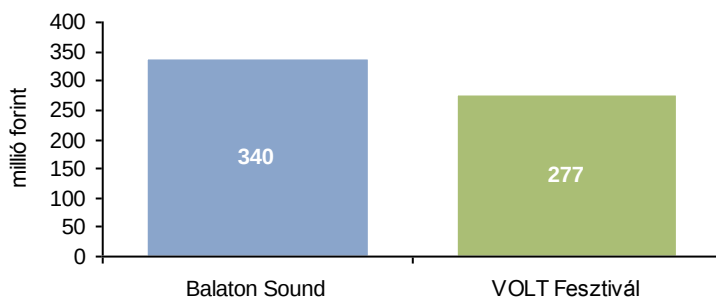


Forrás: Sziget Kulturális Iroda/KPMG

A felmérésekből kiderül, hogy a legnagyobb tételeket a belépőjegyek (mindkét esetben megközelítőleg 27%), illetve a fesztiválokon belül vásárolt melegkonyhai ételek és italok (mindkét esetben megközelítőleg 32%) jelentették. Az egy főre jutó átlagos költség ezeken a fesztiválokon 38000 Ft (VOLT) és 41000 Ft (Balaton Sound) közé esett.

A számítások szerint a két fesztivállal kapcsolatos 1,28 milliárdos és 1,58 milliárdos összköltség tovaggyűrűző hatások következtében megközelítőleg 670 és 816 millió forintos GDP hozzájárulást eredményezett az állam számára. A két fesztivál által létrejött összes kibocsátás mértéke megközelítőleg 2200 és 1800 millió forint, melyeknek pontos adatait lásd a Mellékletek 151. ábráján. Ezekből az összes kibocsátásokból megközelítőleg 277 és 340 millió forintnyi teljes adóbevétel született az állam részére.

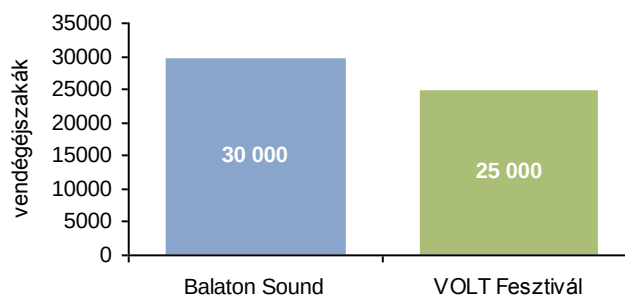
Az összes kibocsátás által generált teljes adóbevétel 2008-ban



Forrás: Sziget Kulturális Iroda/KPMG

A fesztiválok nem központi elhelyezkedése miatt fontos megemlíteni, hogy komoly összegeket jelentett az általuk generált idegenforgalmi adó a rendező városok büdzséjének. A VOLT fesztivál esetében ez az összeg 14 millió forintos bevételt jelentett Sopron városának, míg a Balaton Sound esetében ez megközelítőleg 18 millió forintot jelentett Zamárdinak. Íme még egy példa, hogy a fesztiválok nem csak a nemzetgazdaságot javíthatják, hanem egy térség vagy egy város gazdasági helyzetén is segíthetnek. A rendezvények által további pozitívan ható gazdasági eredmények is születtek, ugyanis az soproni 380, míg a Zamárdiban megrendezett fesztivál 460 millió forintnyi többlet bérkifizetést generált a vizsgált évben. A plusz vendégéjszakák számában sem elhanyagolhatóak ezek a fesztiválok, amelyeket kereskedelmi vagy magánszálláshelyeken okoztak. Láthatjuk, hogy több tízezerre tehető ennek a száma. A Sziget Fesztivál megközelítőleg 10-szer nagyobb a Balaton Sound-nál, így következtethetünk arra, hogy Budapesten mennyi plusz vendégéjszakát okozhat a Sziget.

Vendégéjszakák száma a kereskedelmi és magánszálláshelyeken 2008-ban



Forrás: Sziget Kulturális Iroda/KPMG

A tisztán gazdasági hatásokon túl ez a két fesztivál jelentősen hozzájárul az általuk létrejött hazai és külföldi kereslettel a Balaton illetve Sopron és térsége ismertségének a növeléséhez.

5.3.A Sziget Fesztivál látogatóinak fogyasztási szokásaik és változásaik

Ezt a bekezdést érdekességgként szánom az olvasónak, arról, hogy milyen termékek milyen mennyiségben fogytak a Sziget Fesztivál alatt, illetve arról, hogy milyen minőségi változás ment végbe a Sziget látogatóinak fogyasztási szokásában. A bekezdés nem lényegi fontosságát illetően a táblázatok csak a Mellékletekben találhatóak meg.

A Sziget Fesztivál látogatói körének fogyasztási szokásairól viszonylag részletes adatok állnak rendelkezésünkre, természetesen ezek az adatok csak a fesztivál területén vásárolt árucikkeket jelentik. Megfigyelhetjük a fesztivál növekedésével párhuzamosan értékesített mennyiségeket és azoknak a számszerűsített összegét. Észrevételként jelezném, hogy a kezdeti és a végső adatokhoz képest, az értékesített mennyiségek nagyobb arányban növekedtek (lásd Mellékletek 5. táblázat). A látogatók dohányzási arányáról is információt kapunk az adatokból. Megfigyelhető egy növekedés az értékesített cigaretta mennyiségeknél, ahol a csúcspont a 2003-as év, onnantól viszont egy folyamatos csökkenést mutat a dohányzók aránya (lásd Mellékletek 6. táblázat). Ez betudható a társadalomban végbemenő egészségcentrikusabb életmódnak. Az értékesített cigaretták árkategóriájának aránya érdekes fejlődést mutatott az elmúlt évek alatt. A kezdetekben ugyanolyan mértékben adtak el az alsó kategóriákból mint a felsőből, azonban a tendencia azt mutatja, hogy a közönség egyre inkább a középső, és az utóbbi években csak a felső kategóriás cigaretta márkákat vásárolja (lásd Mellékletek 13. ábra).

Ugyanez a tendencia figyelhető meg az értékesített sörök között. Hiába növekedett évről évre a sörfogyasztás a látogatók körében (lásd Mellékletek 7. táblázat), a 2009-es évtől kezdve csak a középső vagy a prémium kategóriás söröket fogyasztják a vendégek (lásd Mellékletek 14. ábra). Ez a változás a fesztivál minőségi váltásának tudható be. A borok (lásd Mellékletek 15. ábra) és a töményitalok (lásd Mellékletek 16. ábra) tekintetében is hasonlóak a változások, bár véleményem szerint a boroknál megnövekvő palackozott borok értékesítési száma, a folyóborokkal szemben, nem a fesztivál minőségi változásának, hanem az emberek fejlettebb gasztronómiai kultúrájának tudható be.

Az általam készített kérdőívben kapott eredmények kissé megleptek, ugyanis a megkérdezettek összessége egy ötös skálán 3 egész fölé értékelte a fesztivál alatti minőségi alkoholfogyasztást. Kisebb értékre számítottam. A részletes eredményeket lásd a Mellékletek Kérdőív végeredmények alatt.

6. A fesztiválok környezeti hatásai

A fesztiválok természetüknél fogva sok ember vonzanak. Ez nem is lenne probléma, de jellemzően az emberek az utazás illetve szórakozás során sokkal több élelmiszert fogyasztanak, mint amire szükségük lenne, többet közlekednek, az előbbiekből kifolyólag több szemetet termelnek és mindezek végeredményeként sokkal több a víz- és energiahasználat. Ezekből következik, hogy a fesztiválok helyszínen a környezetszennyezés többszöröse a hétköznapiak során felmerülő mértéknek. A következőkben nézzük meg, mik azok a tevékenységek, amelyekkel környezetterhelést okozunk a fesztiválok kapcsán, milyen lehetőségeink vannak ezek csökkentésére, és milyen eszméket fontos szem előtt tartanunk.

6.1.Környezetterhelést jelentő tevékenységek

6.1.1.Közlekedés

A fesztiválokkal kapcsolatos közlekedés mértéke jelentősebb, mint gondolnánk. Az összes látogató, szervező és fellépő helyszínre utazása, a fesztivál tényleges működéséhez szükséges anyagok és eszközök oda szállítása, a kitermelt hulladékok elszállítása mind magas közlekedésigénnyel jár. A közlekedési formák közül a gyaloglás és a kerékpározás jelenti a legminimálisabb környezetterhelést, de ezekkel egy fesztiválra utazás nem mindig lehetséges. A környezetet leginkább szennyező utazási formát az egyéni autóhasználók jelentik. A tömegközlekedésben használt vonatok és autóbuszok egy főre vetített környezetszennyezése kisebb az előbb említettéknél, de nem feltétlen kisebb, ha mondjuk négyen utaznak egy autóban. A legmagasabb szennyezést a repülőgépek jelentik. Ezekhez a közlekedési formákhoz szükséges energiaigényt lásd a Mellékletek 17. ábráján. Az általam végzett kutatásból sajnos kiderül, hogy a leggyakrabban használt utazási forma egy fesztivál helyszínére a gépkocsi, viszont a második és a harmadik helyen a busz és a vonat szerepel. Ezeknek a részletes eredményeit lásd a Mellékletekben a Kérdőív végeredmények alatt.

6.1.2.Étkezés

Ez az alapvető tevékenység, mely az életben maradáshoz szükséges, is környezetterheléssel járhat, ha nem figyelünk oda. Minél messzebből történik az élelmiszer helyhez szállítása, annál nagyobb környezetszennyezést jelent a folyamat. Ne feledkezzünk el arról sem, hogy általában a fesztiválokon biztonsági és higiéniai okokból rengetek eldobható csomagolású terméket használnak (dobozos italok üveges helyett), az étkezéshez kapott étkezőkészlet szinte mindig egyszer használható műanyag

tányérból és evőeszközből áll. Ezeket sajnos egy átlagos fesztiválon igen nehéz kiküszöbölni, ezért leginkább a fölöslegesen elpazarolt anyagok csökkentésére kell törekedni.

6.1.3. Energia – és vízhasználat

A fesztiválok energiafogyasztása a programok és szállások áram- és hőigényéből, az étkezési szolgáltatások előállításához szükséges energiákból, a közlekedés és utazás által elfogyasztott üzemanyagokból és a szórakoztatáshoz szükséges technikák energiájából tevődik össze. Ezeknek a csökkentése csak a fesztivál alap stratégiájának a megváltoztatásával lehetségesek, amikre később lehetséges példákat is látunk.

A vízhasználatot tekintve az emberek hajlamosak többet fogyasztani a szükségesnél, ha annak az anyagi árát nem nekik kell megtéríteni. Ezt a fajta szemléletet csak társadalom formáló programokkal lehet kiiktatni.

6.1.4. Hulladék

A hulladéktermelésről a fesztiválok kapcsán már volt szó. Sajnos általában kétszer annyi hulladék keletkezik egy főre számítva egy fesztivál alatt, mint a hétköznapiakban. A jelentős részét a fesztiválok alatt az italok és ételek csomagolásai adják.

6.2. Fenntartható fesztivál

6.2.1. Fenntartható fesztivál előnyei

Ha a fesztiválunkat környezetbarát elvek alapján szervezzük meg, a környezet állapotának megóvásán kívül más előnyökre is szert tehetünk. A környezetkárosító hatások viszonylag könnyen kiküszöbölhetőek pontosan és racionálisan előre megtervezett környezeti stratégiával. A tovaryűrűző hatása ennek viszont az, hogy pozitív hatása lehet a helyi közösség és látogatók számára, illetve a fesztivál sajtóvisszhangjára. A környezet számára egyértelmű előnyök pedig a kisebb levegőszennyezés, alacsonyabb anyagfelhasználás és racionálisabb vízhasználat

Ha ilyen fesztivált rendezünk érdemes kihangsúlyozni ezt a programokban is. A magyar átlagemberek kis mértéke rendelkezik megfelelő környezetvédelmi ismeretekkel, ezért a fesztivál programjába érdemes szemléletformáló programokat beépíteni. Ezek által növelhető a helybéli lakosság és a látogatóközönség környezettudatossága, és plusz hírnevet jelenthet a fesztiválnak.

6.2.2.Low-tech, soft-tech, high-tech

Egy fesztivál szervezőinek sokféle lehetősége van a kezében, hogyan csökkenthetik a környezeti hatásokat egy fesztivállal kapcsolatban. Megválaszthatják saját célközönségüket, helyszínüket, programjukat és a költségvetésüket is meghatározhatják. A választás lehetősége meg van a fesztivál technikai besorolását illetően is.

A low-tech fesztiválok lényege, hogy minél alacsonyabb technikai eszközparkot vonultassanak fel. Az ilyen típusú fesztiválok általában alacsony költségvetésűek és szerényebb programokkal rendelkeznek. Ezzel a formával a környezetterhelés minimális marad.

A high-tech fesztivál a kor technikai szintjének megfelelően van ellátva. A cél a minél nagyobb látogatószám elérése. A programokat általában a legnagyobb sztárok által, a legjobb technikai felszereltséggel készült műsorok, produkciók jelentik. Ezeken az eseményeken szoktak kimagasló értékeket mutatni az elfogyasztott ételek, italok és elektromos áram értékei, melyeket a média előszeretettel hangsúlyoz. Nem véletlen, hogy ezek azok a mutatók, melyekre egy fenntartható fesztiválnak oda kell figyelnie.

Mind a kettő előző megoldás kivitelezhető környezetbarát módon, ugyanis ma már léteznek olyan fejlesztések és megoldások, amelyek úgynevezett szelíd technológiát (soft-tech) használnak, ezekkel elérhető az új technológiák kihasználása és élvezése az alacsonyabb környezetterhelés mellett.

7.Összegzés, záró gondolatok

A dolgozat készítése közben rengetek új tudásanyaghoz jutottam a turizmussal és a fesztiválturizmussal kapcsolatban. A folyamatos kutatások és értekezések több dologban is megerősítették azt a véleményem, ami egyben az aggályom is. A turizmus egy elképzelhetetlenül sokszínű ágazat, ezért ahhoz, hogy mindig naprakészek legyünk és érthessük mi miért történik folyamatos és nagyon részletes elemzéseket és kutatásokat kell végrehajtanunk vagy megrendelnünk a hozzá értő szervezetektől. Mivel a fesztiválturizmus a turizmus egyik fajtája, ez sincs másképp a sokszínűséget illetően. Rengetegféle fesztivál létezik az egész világon, melyeknek a pontos feltérképezése szinte lehetetlen, viszont folyamatosan törekednünk kell a fesztiválok megfelelő elemzésére, mert mint láthattuk a dolgozat folyamán, a turizmusnak igen fontos részét képezik a fesztiválok. Rengetek pozitív hatással rendelkeznek mind helyi, mind országos szinten. Növelik a kultúra mértékét, szórakozási lehetőségeket nyújtanak az embereknek, képesek felvirágoztatni városokat vagy régiókat. A nemzetközi fesztiválok kulturális hatóereje még nagyobb, mivel több országból érkeznek a hazánkba vendégek. és az ilyen rendezvények multikulturalitással bírnak.

Véleményem szerint a fesztiválturizmus egy nagyon virágzó ágazat, ezért igyekeztem társadalmi és gazdasági elemzésekkel alátámasztani azt a bizonyítást, hogy a fesztiválturizmus kutatása és fejlesztése nem csak minden ember, hanem a kormány érdeke is. Úgy gondolom, a fesztiválok vizsgálata még csak gyerekcipőben jár, ugyanis a felmérések által kapott legtöbb adat csupán a Sziget Fesztivál szervezői Európa szintű hozzáállásának köszönhető, illetve néhány a turizmussal foglalkozó kutatónak.

Hogy a jövőben sokkal jobban kiaknázásra kerülhessenek a fesztiválok adta széles körű lehetőségek, többet kell foglalkoznunk elemzésükkel és megértésükkel, hogy minél precízebben és minél tovább működhessen ez a Magyarországon igen sikeres ágazat!

A dolgozat elkészítéséhez a rengetek kutatás, felmérések, grafikonok, táblázatok elemzése mellett, fontosnak éreztem egy kérdőív elkészítését. A kérdőívet nagyrészt az ismerősi köröm tagjai töltötték ki, de így is sikerült rávilágítania egy-két fontos észrevételre a fesztiválturizmussal kapcsolatban. Ezeknek az eredményeit természetesen az olvasó megtekintheti a Mellékletekben.

8. Irodalomjegyzék

Könyv

- 1.Michalkó G. 2004: A turizmuselmélet alapjai
- 2.Lengyel M. 2004: A turizmus általános elmélete
- 3.Hunyadi Zs., Inkei P.,Szabó Z. 2006: Fesztivál-világ

Tanulmány

- 1.Sulyok Judit, A magyar lakosság fesztivállátogatási szokásai (Turizmus Bulletin), 2010/4
- 2.Kovács Bence – Újszászi György, Zöld fesztiválok (Turizmus Bulletin), 2009/3
- 3.Benedek Mariann – Stark Judit, Fesztiválvilág (Turizmus Bulletin), 2009/3
- 4.Indra Dániel, A Balaton Sound és a VOLT FESZTIVÁL gazdasági hatásvizsgálata (Turizmus Bulletin), 2009/3
- 5.Sija Marianna és Schauermann Péter, A 15-25 éves fiatalok fesztivállátogatási szokásai (Turizmus Bulletin), 2009/3
- 6.Dr. Melani Smtih, Fesztiválok és turizmus: lehetőségek és konfliktusok (Turizmus Bulletin), 2009/3
- 7.Sulyok Judit – Sziva Ivett, A fesztiválturizmus nemzetközi és hazai tendenciái (Turizmus Bulletin), 2009/3
8. Magyar Turizmus Zrt., Piac- és Termékmenedzsment Iroda – Free Association, A Sziget Fesztivál turisztikai vonatkozásai (Turizmus Bulletin) 2009/1
- 9.Magyar Turizmus Zrt. – M.Á.S.T. Piac – és Közvéleménykutató Társaság, A magyar lakosság fesztivállátogatási szokásai (Turizmus Bulletin) 2007/3
- 10.

Web

- 1.Milliárdokat kaszál az állam a Szigeten: <http://index.hu/gazdasag/magyar/szig060607/> (2012.11.11.)
- 2.Érdekes összefüggés a Sziget Fesztivál és a magyar GDP között: <http://www.vg.hu/vallalatok/turizmus/erdekes-osszefugges-a-sziget-fesztival-es-a-magyar-gdp-kozott-355920> (2012.11.14.)
- 3.Kell nekünk a Sziget: <http://www.kikotoonline.hu/sziluett/fej-vagy-iras/interju/kell-nekunk-a-sziget-> (2012.11.14.)
- 4.A Sziget 3,5 milliárdot tejel az államkincstárnak: http://www.elelmiszer.hu/friss_hirek/cikk/a_sziget_3_5_milliarddal_hizlalja_a_gdp_t (2012.11.14.)

5.Bulipénzek a büdzsének – Balaton Sound, Sziget, Volt:
<http://www.vg.hu/vallalatok/turizmus/bulipenzek-a-budzsenek-balaton-sound-sziget-volt-380328> (2012.11.19)

9. Mellékletek

Kiegészítés

Az üzleti- és hivatásturizmus középpontjában azok a hivatásvégzéssel összefüggő utazások állnak, amelyek elsődleges célja a gazdaság különböző területei (a bankszekortól a termelésig) működésének menedzselése (pl. kapcsolatépítés, szerződéskötés, ellenőrzés) áll. Incentive turizmus alatt tárgyaljuk azokat az utazásokat, amelyek egy adott vállalat vagy intézmény alkalmazottai, vezetői körében az eredményesség ösztönzése, bizonyos teljesítmények elismerése érdekében zajlanak. Ezek alkotják a hivatásturizmus legnagyobb részét. (Michalkó Gábor, A turizmuselmélet alapjai 2004)

Táblázatok

1. táblázat

A fesztiválok ismertsége (saját szerk.)

Tényező	2006	2010
Megnevezett fesztiválok száma (darab)	165	601
Összes megnevezett fesztivál (darab)	1419	3310
Nem konkrétan megnevezett fesztiválok aránya (%)	28,0	6,9
Megnevezett fesztiválok átlaga a megkérdezettek körében (darab)	1,4	3,3
Megnevezett fesztiválok átlaga a rendezvényt említők körében (darab)	2,0	3,6

Forrás: Magyar Turizmus Zrt.

2. táblázat

A legismertebb hazai fesztiválok (saját szerk.)

Említett fesztivál	Említések száma	Említések aránya a válaszadók százalékában
Sziget Fesztivál	316	34,6
Debreceni Virágkarnevál	143	15,7
Budapesti Tavasz Fesztivál	108	11,8
VOLT Fesztivál	103	11,3
Hegyalja Fesztivál	94	10,3
Mohácsi Busójárás	83	9,1
Művészetek Völgye	69	7,6
Miskolci Téli Kocsonyafesztivál	68	7,5
Szegedi Szabadtéri Játékok	59	6,5
Balaton Sound	59	6,5
Budapesti Nemzetközi Bor- és Pezsgőfesztivál	57	6,3
Bajai Halászlé fesztivál	52	5,7

Forrás: Magyar Turizmus Zrt.

3. táblázat

A fesztivál fontosságát befolyásoló tényezők és tendenciájuk

Tényező	Fontosság		Helyezés a rangsorban
	2006	2009	
A fesztivál jellege, műfaja	4,65	4,62	1-1.
A rendezvény hangulata	4,43	4,43	2-3.
A fesztivál konkrét műsora	4,34	4,45	3-2.
Fellépők, produkciók	4,29	4,31	4-4.
A fesztivál helyének megközelíthetősége	4,22	4,05	5-6.
Közös együttlétre adjon lehetőséget a barátokkal	4,16	3,93	6-7.
A fesztivál helyének kulturáltsága, szépsége	4,08	4,08	7-5.
Jegyár	4,05	3,91	8-8.
Közös családi együttlétre adjon lehetőséget	3,88	3,67	9-10.
Ismerősök ajánlásai	3,79	3,61	10-11.
Távolság	3,76	3,75	10-9.
A fesztivál rangja elismertsége	3,40	3,45	12-12.
A fesztivál közelében lévő szálláshelyek, vendéglátóhelyek színvonala	3,20	3,28	13-13.
A fesztivál által kínált életforma	3,14	2,82	14-14.
Reklám	2,81	2,82	15-15.

Forrás: Magyar Turizmus Zrt.

4. táblázat

Idegen nyelvek ismerete a magyar sziget-látogatók körében (%) (saját szerk.)

	Angol	Német	Spanyol	Francia	Egyéb
Nem beszéli a nyelvet	11,4	52,3	93,0	84,0	85,5
Kezdő	12,3	6,9	2,0	4,5	4,5
Alapfokú	16,3	14,5	2,1	4,5	3,5
Középfokú	43,6	19,2	1,9	4,9	3,7
Felsőfokú	14,1	6,0	0,8	2,0	1,8
Anyanyelvi	2,3	1,1	0,3	0,2	1,2

Forrás: Magyar Turizmus Zrt./Free Association

5. táblázat

Értékesítési adatok 1996-2010

	Látogatók száma	Értékesített mennyiség (ezer liter)	Értékesített mennyiség értéke (ezer Ft) (az összeg nagykereskedelmi listaáron értendő és az ÁFÁ-t tartalmazza)
1996	206 000	94,2	7 128
1997	260 000	123,2	11 870
1998	265 000	155,9	14 180
1999	293 000	184,2	20 136
2000	324 000	225,8	33 000
2001	361 000	306,5	51 000
2002	355 000	299,6	54 281
2003	353 000	326,0	66 678
2004	369 000	268,5	60 111
2005*	385 000	316,2	72 263
2006*	385 000	302,2	69 345
2007	371 000	384,8	95 081
2008	385 000	342,3	86 308
2009	390 000	302,7	83 491
2010	382 000	296,5	81 891

Forrás: Sziget Kulturális Iroda

6. táblázat

Értékesített cigaretta mennyiségek 1999-2010

	Látogatók száma	Értékesített mennyiség (ezer szál)	Értékesített mennyiség értéke (ezer Ft) (az összeg nagykereskedelmi listaáron értendő)
1999	293 000	2 000,3	25 550
2000	324 000	2 448,6	31 758
2001	361 000	2 891,6	42 315
2002	355 000	3 212,8	51 321
2003	353 000	3 594,6	62 771
2004	369 000	3 068,2	68 481
2005*	385 000	2 931,6	63 264
2006*	385 000	3 061,6	70 545
2007	371 000	3 346,8	80 486
2008	385 000	2 692,0	74 694
2009	390 000	2 670,4	84 969
2010	382 000	2 263,5	76 323

Forrás: Sziget Kulturális Iroda

7. táblázat

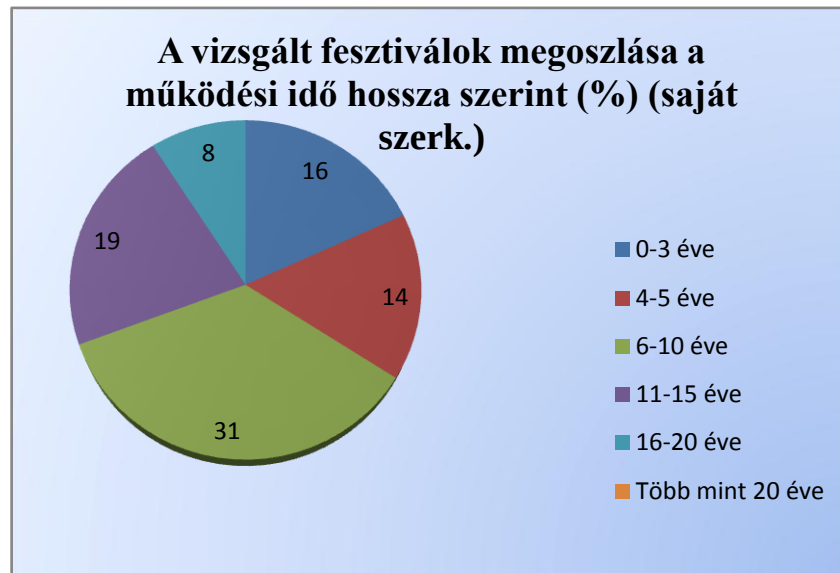
Értékesített sör mennyiségek 1996-2010

	Látogatók száma	Értékesített mennyiség (hl)	Értékesített mennyiség értéke (ezer Ft) (az összeg a Dreher Rt. listaárain értendő és az ÁFÁ-t tartalmazza)
1996	206 000	1 710	19 640
1997	260 000	2 101	28 755
1998	265 000	1 984	31 883
1999	293 000	2 504	43 958
2000	324 000	3 490	61 308
2001	361 000	4 320	91 921
2002	355 000	4 590	107 922
2003	353 000	4 985	126 820
2004	369 000	4 873	150 463
2005*	385 000	5 664	185 156
2006*	385 000	4 848	179 625
2007	371 000	5 817	196 664
2008	385 000	5 689	200 243
2009	390 000	5 132	235 038
2010	382 000	4 161	201 786

Forrás Sziget Kulturális Iroda

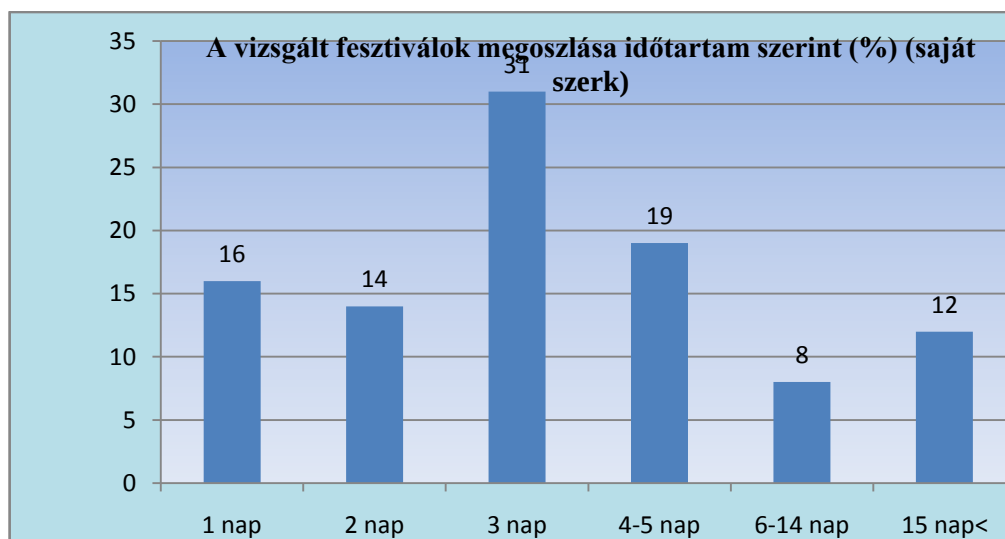
Ábrák

1. ábra



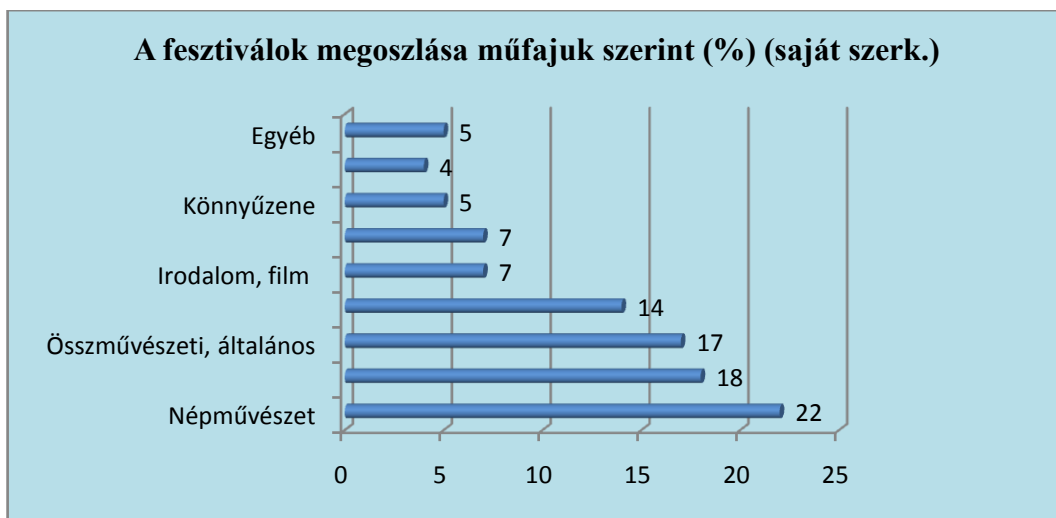
Forrás: Fesztivál-világ, 2006

2. ábra



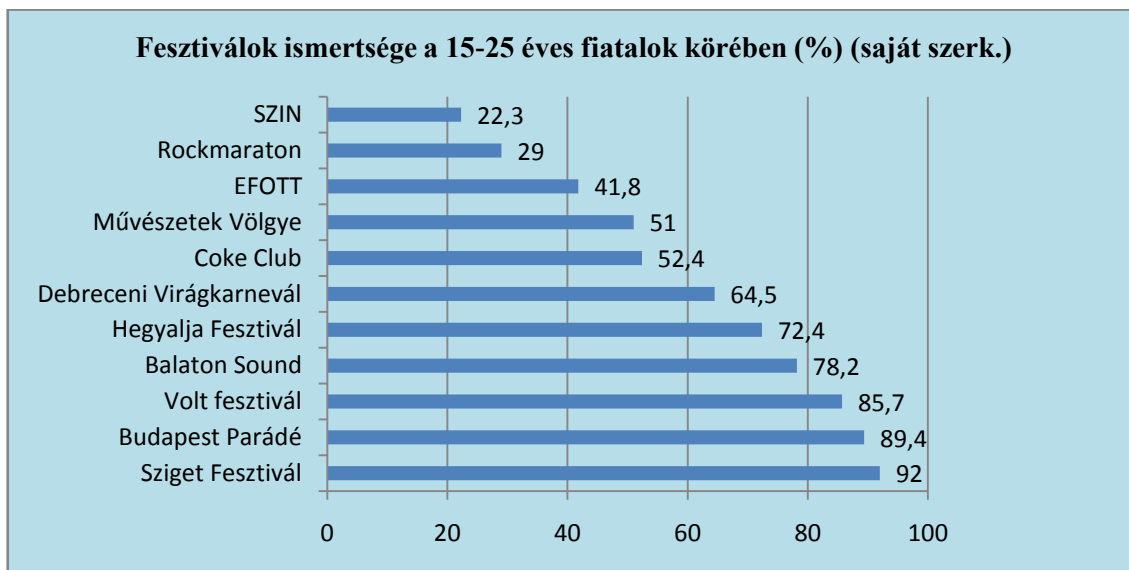
Forrás: Fesztivál-világ, 2006

3. ábra



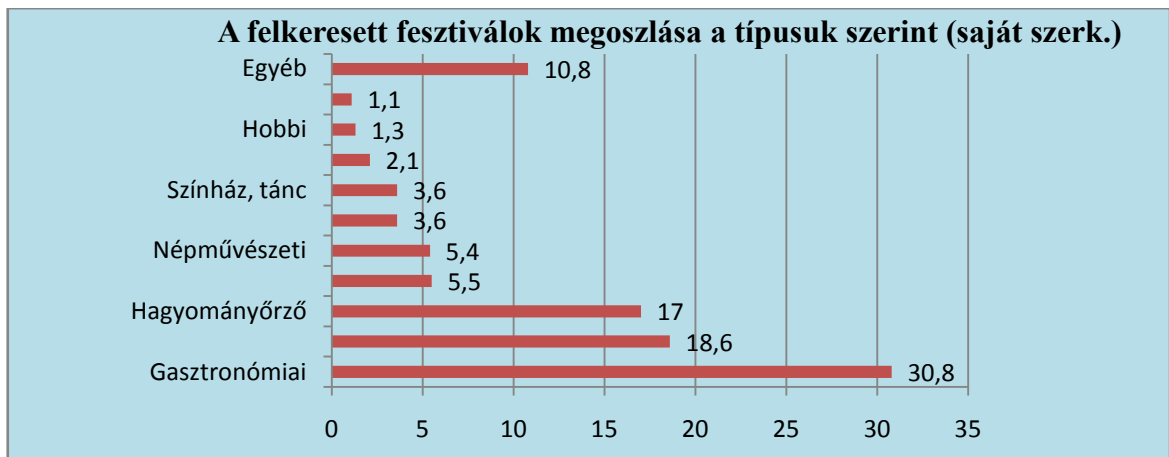
Forrás: Fesztivál-világ, 2006

4. ábra



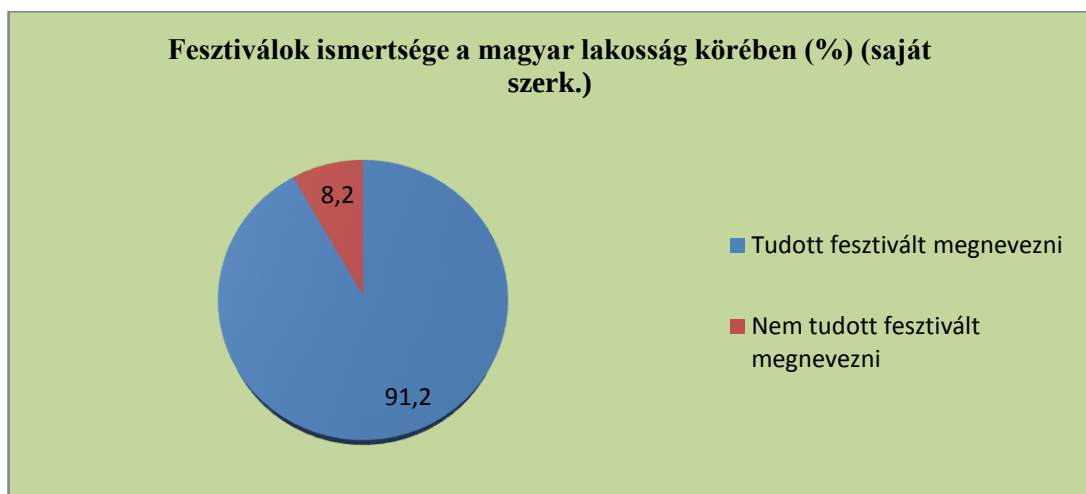
Forrás: NRC Piackutató, Fesztivál kutatás 2008

5. ábra



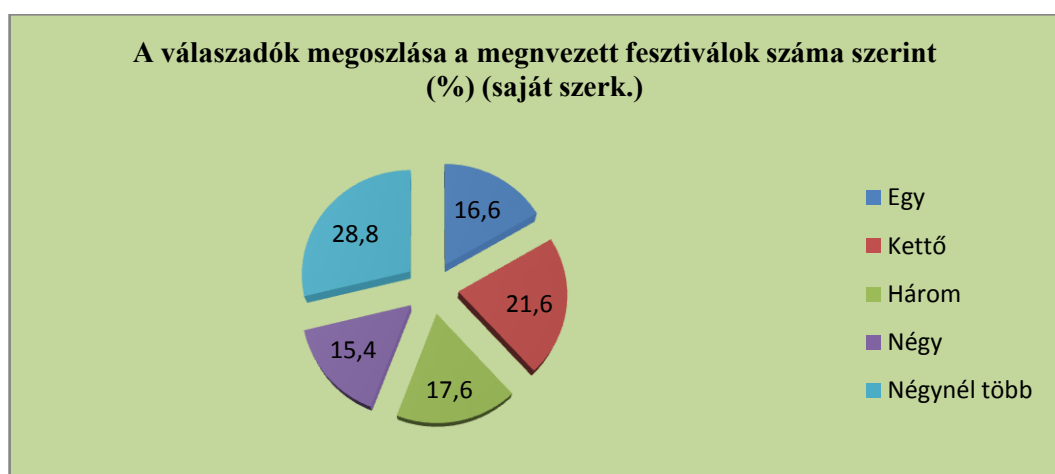
Forrás: Magyar Turizmus Zrt.

6. ábra



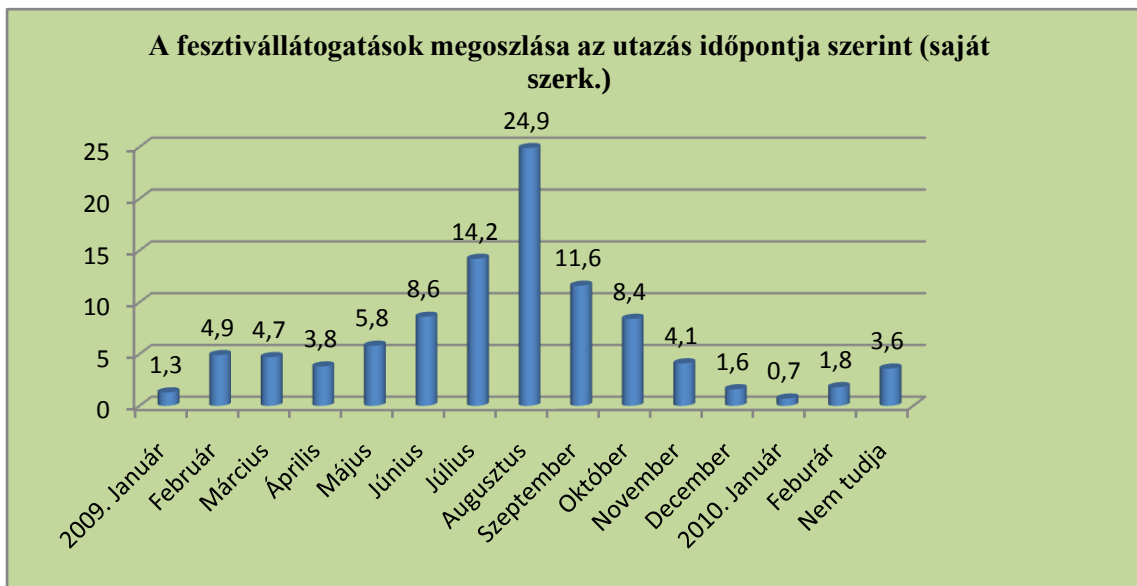
Forrás: Magyar Turizmus Zrt.

7. ábra



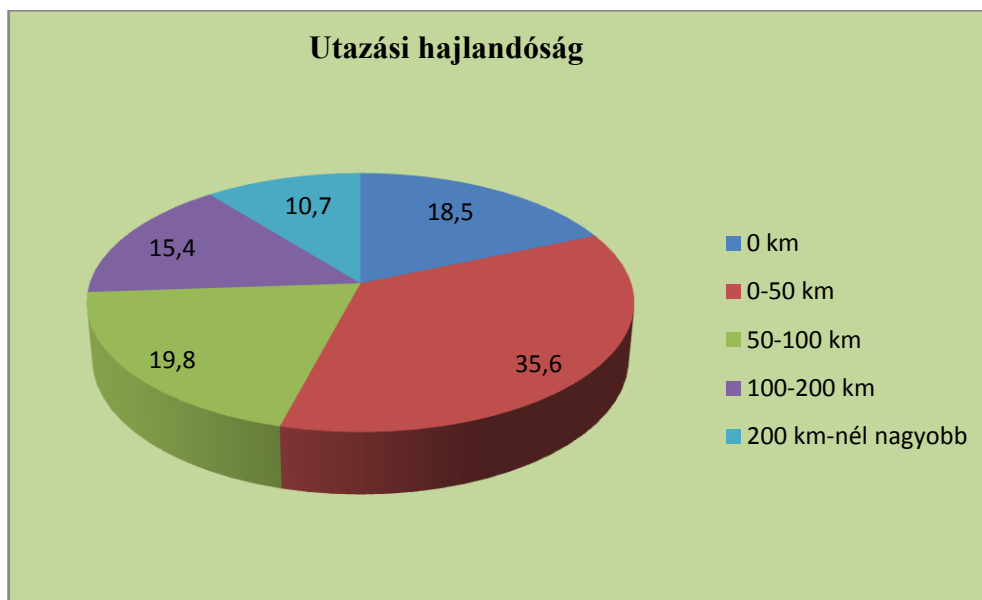
Forrás: Magyar Turizmus Zrt.

8. ábra



Forrás: Magyar Turizmus Zrt.

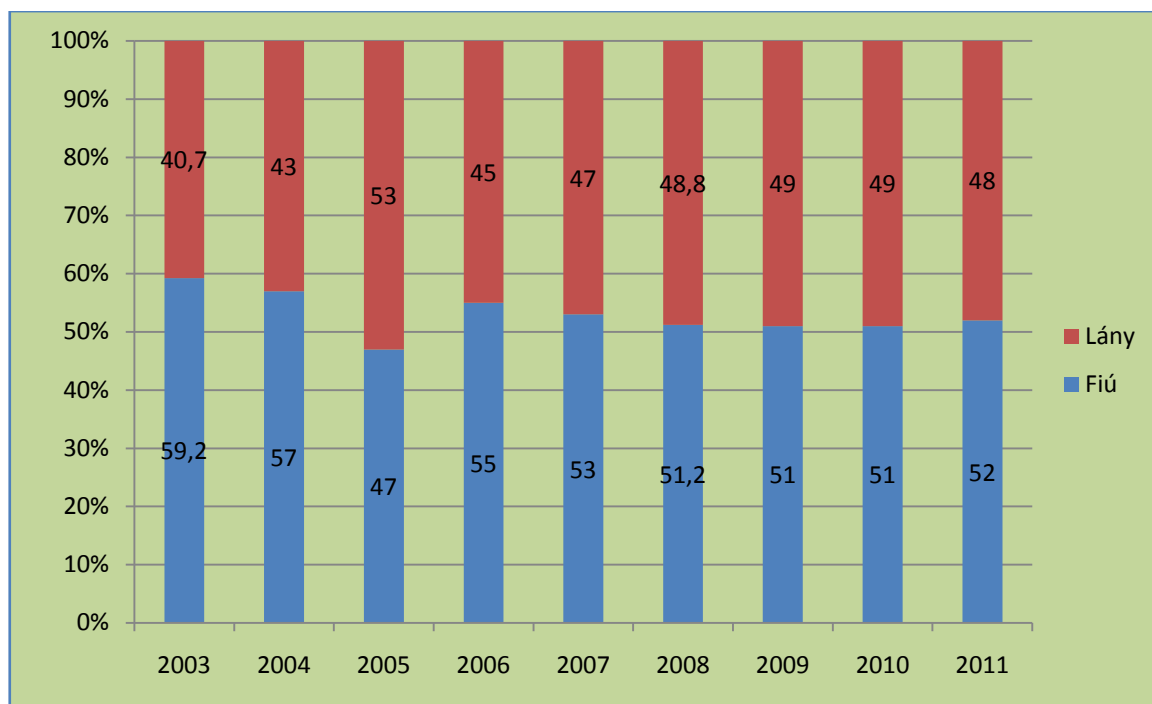
9. ábra



Forrás: Magyar Turizmus Zrt.

A Sziget látogatóinak nemi megoszlása (saját szerk.)

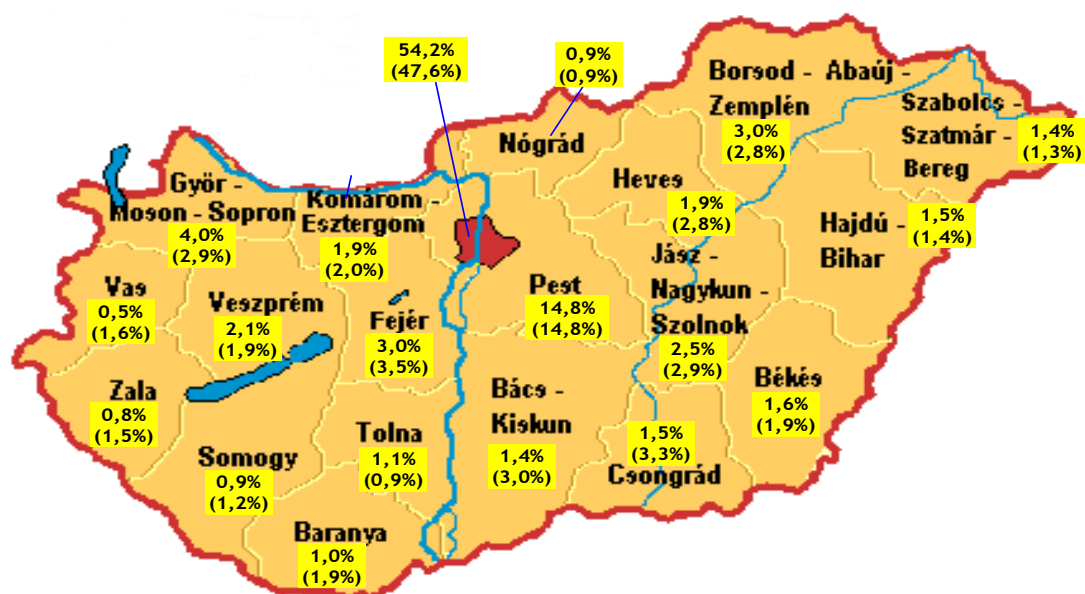
10. ábra



Forrás: Sziget Kulturális Menedzser Iroda

A Sziget Fesztivál résztvevőinek megoszlása megyénként

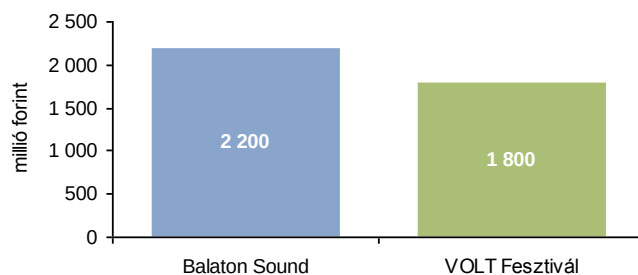
11. ábra



Forrás: Sziget Kulturális Iroda

12. ábra

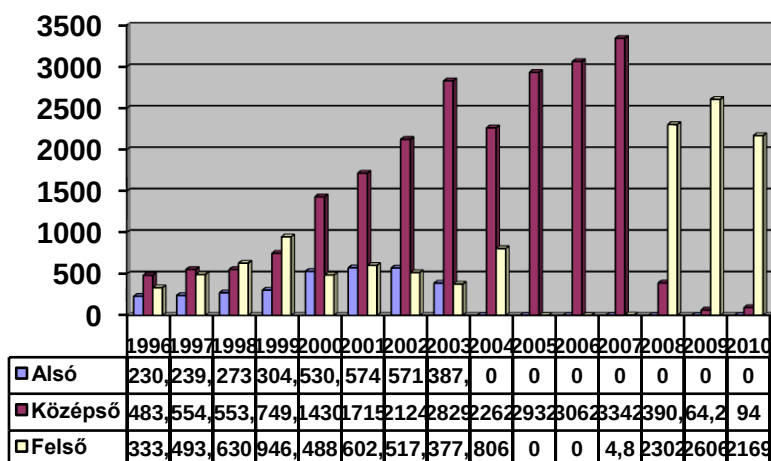
Összes kibocsátás mértéke 2008-ban



Forrás: Sziget Iroda/KPGM számítás

Dohánytermékek értékesítése árkatégória szerint

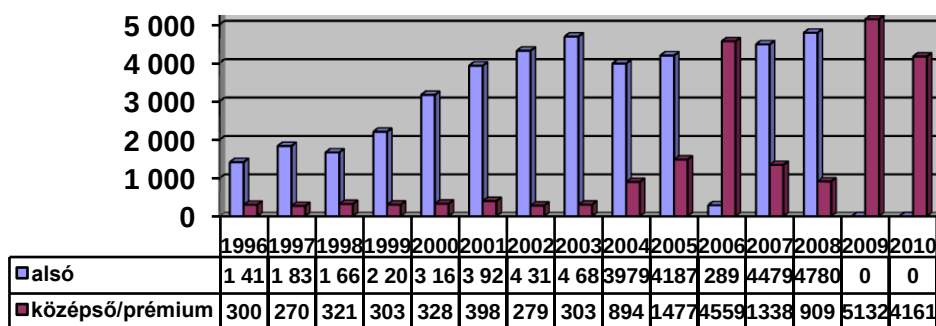
13. ábra



Forrás: Sziget Kulturális Iroda

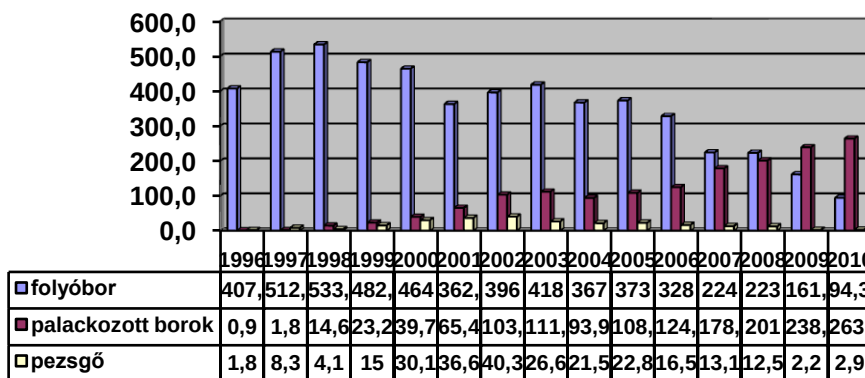
Sörök értékesítése árkatégória szerint (Forrás: Sziget Kulturális Iroda)

14. ábra



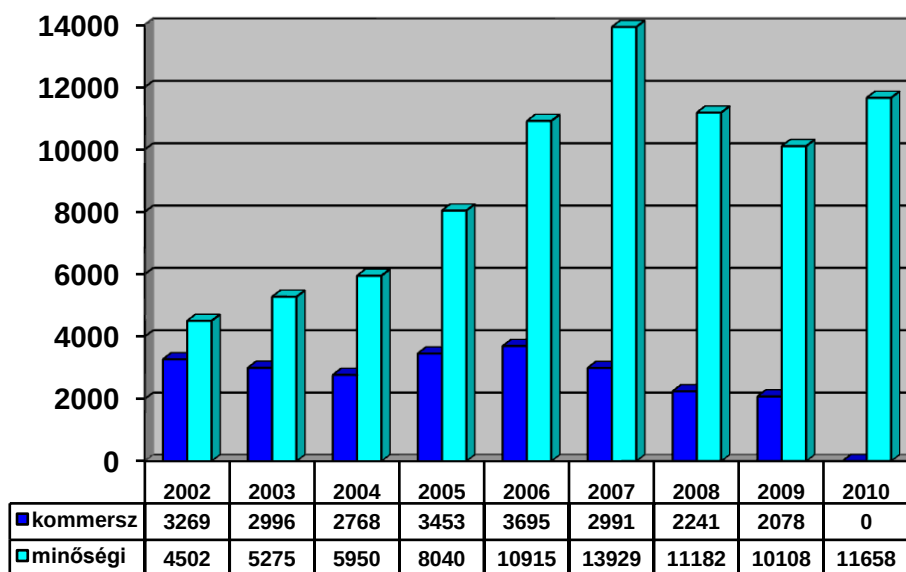
Borok értékesített mennyisége termékcsoportok szerint (Forrás: Sziget Kulturális Iroda)

15. ábra

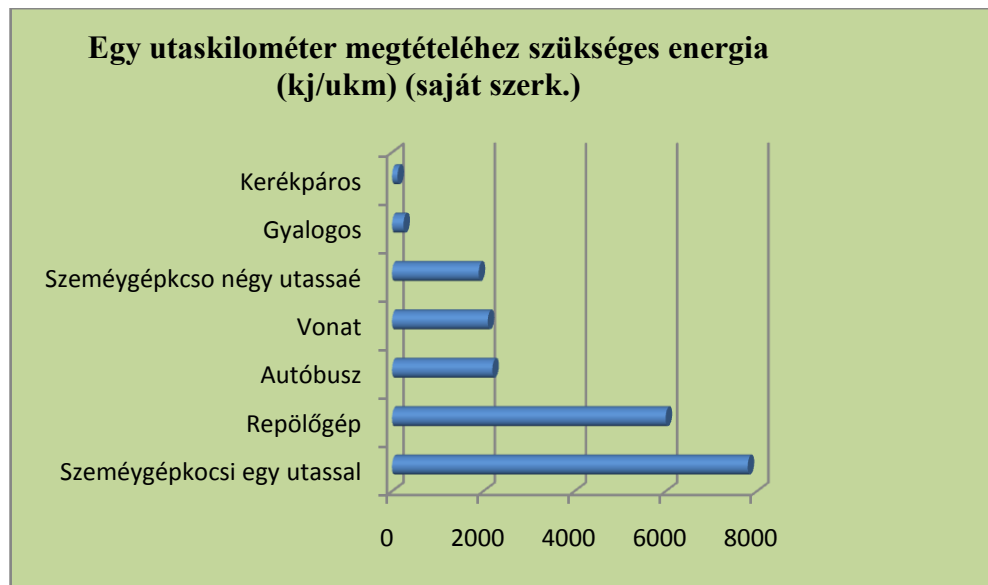


Értékesített töményitalok termékcsoportok szerint (Forrás: Sziget Kulturális Iroda)

16. ábra



17. ábra



Forrás: Halmay-Kovács-Nagy-Újszászi 2006

Kérdőív minta

Neme

☐ Nő ☐ Férfi

Életkora

☐ 14-18 ☐ 18-24 ☐ 24-30 ☐ 30-35 ☐ 35-40 ☐ 40 felett

Legmagasabb iskolai végzettsége

☐ Általános iskola ☐ Középiskola ☐ Egyetem/főiskola ☐ Egyéb ☐ Jelenleg felsőoktatási hallgató vagyok

Lakhelye (megye):

Járt már valamilyen fesztiválon?

☐ Igen ☐ Nem

Miért látogatta a fesztivált?

☐ Szórakozni ☐ Dolgozni

Az ön által látogatott fesztivál időtartama? (többet is megjelölhet)

☐ Egy napos ☐ Két-három napos ☐ Háromnál több napos

Az ön által látogatott fesztivál rendszeres jelleggel meg van rendezve? (rendszeres = legalább évente)

☐ Igen ☐ Nem

Mely évszakokban járt már fesztiválon?

☐ Nyár ☐ Ősz ☐ Tél ☐ Tavasz

Az ön által látogatott fesztivál mérete?

☐ Helyi ☐ Megyei ☐ Régiós ☐ Országos ☐ Nemzetközi

Elmenne egyedül egy fesztiválra?

☐ Igen ☐ Nem

Ha volt már fesztiválon, hogyan?

☐ Egyedül ☐ Csoportosan

Mennyit hajlandó utazni egy fesztiválra?

☐ 1-25 km ☐ 25-50 km ☐ 50-100 km ☐ 100-200 km ☐ 200-500 km ☐ 500 felett

Az alábbi fesztiválok közül melyiket látogatta már? (többet is bejelölhet)

- ☐ Sziget ☐ Volt ☐ Heineken Balaton Sound ☐ EFOTT ☐ Budapesti Tavasz
Fesztivál ☐ Hegyalja Fesztivál ☐ Művészetek völgye ☐ Szegedi Ifjúsági Napok
☐ Debreceni Virágkarnevál

Ha több napon is részt vett, milyen szállást vett igénybe?

- ☐ Nem kellett külön szállás, helybéli vagyok ☐ Sátor ☐ Szálloda ☐ Apartman
☐ Egyéb

Mivel utazott a fesztivál helyszínére?

- ☐ Autó ☐ Busz ☐ Vonat ☐ Kerékpár ☐ Repülőgép ☐ Egyéb

Mennyi pénzt költött az előbb felsorolt fesztiválokra? (Feltételek: teljes részvétel, jegy nélkül)

- ☐ 5000-10000 Ft ☐ 10000-15000 Ft ☐ 15000-20000 Ft ☐ 20000-30000 Ft
☐ 30000-40000 Ft ☐ 40000 Ft felett

Mennyire fontos önnek a fesztivál alatti minőségi étkezés? Kérem egy ötös skálán értékelje választát, 1 legkevésbé sem, 5 nagyon!

Az osztályozáshoz az 1, 2, 3, 4, 5 számjegyeket használja!

Hogy oldja meg az étkezést a fesztivál ideje alatt?

- ☐ A fesztivál területén működő éttermekben étkezem ☐ A fesztivál környéki
éttermekben étkezem ☐ A fesztivál környéki boltokban vásárolok

**Mennyire fontos önnek a fesztivál ideje alatt a minőségi alkohol fogyasztása?
Kérem választát egy 5-ös skálán értékelje. 1 legkevésbé sem, 5 nagyon!**

Az osztályozáshoz az 1, 2, 3, 4, 5 számjegyeket használja!

Hol vásárolja az alkoholos italokat?

- ☐ A fesztiválon területén vásárolok csak ☐ A fesztivál környéki boltokban
vásárolok csak ☐ Mindkét helyszínen

**Ön szerint mennyire zavarják a fesztiválok a környező lakosokat? Választát egy 5-
ös skálán értékelje kérem, 1 legkevésbé sem, 5 nagyon!**

Az osztályozáshoz az 1, 2, 3, 4, 5 számjegyeket használja!

Ön szerint a szervezők megfelelő hangsúlyt fektetnek-e a fesztivál közbeni illetve utáni környezeti károk elhárítására? (fenntarthatóság, személtelhelyezés, eredeti állapot visszaállítása, stb.). Válaszát kérem egy 5-ös skálán értékelje, 1 legkevésbé sem, 5 nagyon!

Az osztályozáshoz az 1, 2, 3, 4, 5 számjegyeket használja!

Kérem állítson fel egy fontossági sorrendet, ami alapján eldönti, melyik a meglátogatni kívánt fesztivál!

A legelsőt jelölje 1, a legutolsót 5! Egy sorszám csak egyszer szerepelhet!

Kulturális élmény (zenei, gasztronómiai, stb.)

Belépőjegy ára

Fesztivál helyszíne

Fesztivál távolsága

Ismerősök mennyisége

Kérdőív végeredmények

Neme - [187 db]

	db	100%
Nő	103	55%
Férfi	84	45%

Életkora - [186 db]

	db	100%
14-18	9	5%
18-24	140	75%
24-30	20	11%
30-35	5	3%
35-40	3	2%
40 felett	9	5%

Legmagasabb iskolai végzettsége - [187 db]

	db	100%
Általános iskola	8	4%
Középiskola	66	35%
Egyetem/főiskola	45	24%
Egyéb	6	3%
Jelenleg felsőoktatási hallgató vagyok	62	33%

Lakhelye - [187 db]

	db	100%
Győr-Moson-Sopron	2	1%
Vas	0	0%
Zala	0	0%
Veszprém	2	1%
Somogy	2	1%
Baranya	14	7%
Tolna	124	66%
Fejér	4	2%
Komárom-Esztergom	0	0%
Pest	12	6%
Heves	0	0%
Nógrád	1	1%
Borsod-Abaúj-Zemplén	1	1%
Jász-Nagykun-Szolnok	0	0%
Szabolcs-Szatmár-Bereg	1	1%
Hajdú-Bihar	0	0%

Bács-Kiskun	7	4%
Békés	2	1%
Csongrád	2	1%
Budapest	13	7%

Járt már valamilyen fesztiválon? - [187 db]

	db	100%
Igen	175	94%
Nem	12	6%

Miért látogatta a fesztivált? - [177 db]

	db	100%
Szórakozni	175	99%
Dolgozni	18	10%

Az ön által látogatott fesztivál időtartama? (többet is megjelölhet) - [177 db]

	db	100%
Egy napos	60	34%
Két-három napos	98	55%
Háromnál több napos	82	46%

Az ön által látogatott fesztivál rendszeres jelleggel meg van rendezve? (rendszeres = legalább évente) - [177 db]

	db	100%
Igen	174	98%
Nem	3	2%

Mely évszakokban járt már fesztiválon? - [177 db]

	db	100%
Nyár	162	92%
Ősz	64	36%
Tél	17	10%
Tavaszi	31	18%

Az ön által látogatott fesztivál mérete? - [177 db]

	db	100%
Helyi	61	34%
Megyei	34	19%
Régiós	26	15%
Országos	93	53%
Nemzetközi	64	36%

Elmenne egyedül egy fesztiválra? - [184 db]

	db	100%
Igen	36	20%
Nem	148	80%

Ha volt már fesztiválon, hogyan? - [177 db]

	db	100%
Egyedül	2	1%
Csoportosan	175	99%

Mennyit hajlandó utazni egy fesztiválra? - [182 db]

	db	100%
1-25 km	18	10%
25-50 km	25	14%
50-100 km	39	21%
100-200 km	75	41%
200-500 km	47	26%
500 felett	32	18%

Az alábbi fesztiválok közül melyiket látogatta már? (többet is bejelölhet) - [135 db]

	db	100%
Sziget	46	34%
Volt	32	24%
Heineken Balaton Sound	56	41%
EFOTT	57	42%
Budapesti Tavasz Fesztivál	8	6%
Hegyalja Fesztivál	13	10%
Művészetek völgye	27	20%
Szegedi Ifjúsági Napok	29	21%
Debreceni Virágkarnevál	21	16%

Ha több napon is részt vett, milyen szállást vett igénybe? - [166 db]

	db	100%
Nem kellett külön szállás, helybéli vagyok	42	25%
Sátor	72	43%
Szálloda	11	7%
Apartment	38	23%
Egyéb	57	34%

Mivel utazott a fesztivál helyszínére? - [177 db]

	db	100%
Autó	119	67%
Busz	97	55%
Vonat	58	33%
Kerékpár	1	1%
Repülőgép	1	1%
Egyéb	14	8%

Mennyi pénzt költött az előbb felsorolt fesztiválokon? (Feltételek: teljes részvétel, jegy nélkül) - [169 db]

	db	100%
5000-10000 Ft	46	27%
10000-15000 Ft	38	22%
15000-20000 Ft	38	22%
20000-30000 Ft	22	13%
30000-40000 Ft	14	8%
40000 Ft felett	11	7%

Mennyire fontos önnek a fesztivál alatti minőségi étkezés?

Kérem egy ötös skálán értékelje választ, 1 legkevésbé sem, 5 nagyon! - [0 db]

db	átlag
187	3.06

Hogy oldja meg az étkezést a fesztivál ideje alatt? - [176 db]

	db	100%
A fesztivál területén működő éttermekben étkezem	82	47%
A fesztivál környéki éttermekben étkezem	58	33%
A fesztivál környéki boltokban vásárolok	123	70%

Mennyire fontos önnek a fesztivál ideje alatt a minőségi alkohol fogyasztása?

Kérem választ egy 5-ös skálán értékelje. 1 legkevésbé sem, 5 nagyon! - [0 db]

db	átlag
187	3.34

Hol vásárolja az alkoholos italokat? - [172 db]

	db	100%
A fesztiválon területén vásárolok csak	25	15%
A fesztivál környéki boltokban vásárolok csak	18	10%
Mindkét helyszínen	134	78%

Ön szerint mennyire zavarják a fesztiválok a környező lakosokat?

Válaszát egy 5-ös skálán értékelje kérem, 1 legkevésbé sem, 5 nagyon! - [0 db]

db	átlag
187	3.16

Ön szerint a szervezők megfelelő hangsúlyt fektetnek-e a fesztivál közbeni illetve utáni környezeti károk elhárítására? (fenntarthatóság, személtelhelyezés, eredeti állapot visszaállítása, stb.).

Válaszát kérem egy 5-ös skálán értékelje, 1 legkevésbé sem, 5 nagyon! - [0 db]

db	átlag
187	3.32

Kérem állítson fel egy fontossági sorrendet, ami alapján eldönti, melyik a meglátogatni kívánt fesztivál! - [0 db]

	db	össz
Kulturális élmény (zenei, gasztronómiai, stb.)	187	370
Belépőjegy ára	187	477
Fesztivál helyszíne	187	635
Fesztivál távolsága	187	665
Ismerősök mennyisége	187	533

10. Nyilatkozatok

NYILATKOZAT a szakdolgozat eredetiségéről

Alulírott, Molnár András Máté (MOARABI.PTE), a PTE Illyés Gyula Karának hallgatója, ezzel büntetőjogi felelősségem tudatában nyilatkozom és aláírással igazlom, hogy

A turizmus, mint a gazdasági fejlesztés tényezője

A fesztiválturizmus hatásai

című szakdolgozatom saját, önálló munkám; az abban hivatkozott, nyomtatott és elektronikus szakirodalom felhasználása a szerzői jogok nemzetközi szabályainak megfelelően készült.

Tudomásul veszem, hogy szakdolgozat esetén plágiumnak számít:

- szó szerinti idézet közlése idézőjel és hivatkozás megjelölése nélkül;
- tartalmi idézet hivatkozás megjelölése nélkül;
- más publikált gondolatainak saját gondolatként való feltüntetése.

Kijelentem, hogy a plágium fogalmát megismertem és tudomásul veszem, hogy amennyiben a benyújtott szakdolgozat sérti a szerzői jogokat, úgy a dolgozat minősítése elégtelen, továbbá velem szemben a szakfelelős fegyelmi eljárást kezdeményez a dékánnal a Tanulmányi és Vizsgaszabályzat 59.§ (13) alapján.

Szekszárd, 2012. november 29.

.....

Aláírás