

SZAKDOLGOZAT

Tóth Dominik

2021.

BUDAPESTI GAZDASÁGI EGYETEM
KÜLKERESKEDELMI KAR
NEMZETKÖZI GAZDÁLKODÁS SZAK
Nappali tagozat
Digitális ellátási lánc menedzsment szak

A SZÓRAKOZTATÓ SZEGMENS HELYZETE MAGYARORSZÁGON –
KÜLÖNÖSKÉPPEN A STORY BUDAPEST PÉLDÁJÁRA

Belső konzulens: Bodnár László

Készítette: Tóth Dominik

Budapest, 2021

TARTALOMJEGYZÉK

1. BEVEZETÉS	5
2. SZÓRAKOZÁS KIALAKULÁSÁNAK FOLYAMATAI.....	7
2.1 Történelmi előzmények.....	7
2.2 Szórakozás fogalma.....	8
3. SZÓRAKOZÓTAÓ SZEGMENSEK ÖSSZEHASONLÍTÁSA	8
3.1. Kulturális szórakozás bemutatása, jelentősége	8
3.2. Vendéglátó iparág bemutatása, jelentősége	9
3.3. Az elektronikus tánczenei kultúra	13
3.4. Szórakozóhelyek a belvárosban és vidéken.....	13
3.4.1. Önkormányzati szigorítás a szórakozóhelyeken.....	15
4. STORY BUDAPEST.....	15
4.1. A szórakozó hely megalakulása és bemutatása.....	15
4.2. Gazdasági megállapítások	17
4.2.1. DJ-k leszerződtetése	17
4.2.2. Rendezvényszervező cégek szerepe a szórakozóhelyeken.....	19
4.2.3. Story Budapest marketing kommunikációs tevékenysége.....	20
4.2.4. Belépők.....	20
4.2.5 Célközönség	21
4.3. Különbség a konkurenciával szemben	21
4.4. Rövid és hosszútávú tervek.....	23
4.5. Koronavírus gazdasági hatása a vendéglátóiparra és a Story Budapestre	24
5. KÉRDŐÍV	29
6. ÖSSZEFOGLALÁS	40
7. IRODALOMJEGYZÉK.....	42
8. ÁBRAJEGYZÉK.....	43
8.1. A Story Budapest és más szórakozóhelyhez kapcsolódó képek és események.....	43
8.2. Az online kérdőív kérdései és válaszai.....	44

ÁBRAJEGYZÉK

1. ábra Középkori lakoma Forrás: kozossegimodszetan.nmi.hu.....	10
2. ábra Techno esemény meghirdetése Miskolcon Forrás: primate.hu	13
3. ábra Budapesti buli meghirdetése Forrás: Facebook.com.....	13
4. ábra A kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák számának változása. Forrás: ksh.hu	23
5. ábra Átlagosan havonta hányszor jár el a Story Budapest szórakozóhelyre? Forrás: Saját készítésű ábra, kérdőíves felmérés alapján, 2021.....	29
6. ábra Ön inkább milyen szórakozási formát választ leginkább? Forrás: Saját készítésű ábra, kérdőíves felmérés alapján, 2021.....	30
7. ábra Ön szerint a koronavírus járvány vége hány %-ban fogja megváltoztatni az Ön szórakozóhely látogatási szokásait? Forrás: Saját készítésű ábra, kérdőíves felmérés alapján, 2021.....	33
8. ábra Ha újra megnyitnak a szórakozóhelyek mennyi idő múlva menne újra szórakozni? Forrás: Saját készítésű ábra, kérdőíves felmérés alapján, 2021.....	34
9. ábra Ön átlagosan mennyit költ egy szórakozóhelyen? Forrás: Saját készítésű ábra, kérdőíves felmérés alapján, 2021.....	36
10. ábra Milyen zenei stílust hallgatnának a Story Budapest szórakozóhelyen, Forrás: Saját készítésű ábra, kérdőíves felmérés alapján, 2021.....	38
11. ábra Morrison's 2 szórakozóhely Forrás: Morrisons.com.....	41
12. ábra Ötkert szórakozóhely Forrás: welovebudapest.com.....	41
13. ábra Story Budapest nyitó estéje Forrás: tripadvisor.co.hu.....	42

1. BEVEZETÉS

A szakdolgozatom témáját a magyarországi szórakoztató piac ihlette, főként a Story Budapest nevezetű szórakozóhelyre fókuszálva. A célom, hogy a szórakozó helyek kialakulásának történetét ismertessem, kiemelve a címben megemlített helyet. Továbbá szeretném egy olyan perspektívából bemutatni ezek helyek működését az olvasónak, amit az „egyszerű” szórakozni járó emberek nem látnak, csak a végeredményt, amikor belép a helyre. Mondhatni a színpalak mögé viszem az olvasót. Ha felvetem azt a hipotézist, hogy a belvárosi önkormányzatok és a vendéglátó egységeket működtető személyek, tulajdonosok közti hosszú ideje tartó és folyamatos viszályok következtében olyan retorzió lép érvénybe, ami a szórakozó helyek meglétét veszélyeztetheti, akkor ennek elkerülése érdekében, milyen feltételeket kell teljesíteni a szórakozóhelyeknek.

Vizsgálataim első lépései maga a szórakozás definíciójának tisztázása. Ehhez azonban a múlt egyes részéig kell visszatekinteni, hogy teljes spektrumot kapjunk a mai fiatalok egyik kedvenc hétvégi programjukhoz. Ha felvetem azt a hipotézist, hogy akár a római korig kell visszamenni, akkor az idő múlásával milyen tulajdonságokat vett fel, amit ma a szórakozás szó alatt értünk. Vizsgálatom további részét képezi a Story Budapest szórakozóhely működésének bemutatása. A fesztiválokkal ellentétben, amik már a méretükből adódva valószínűleg jóval nagyobb szervezési szinteket követel meg a Story esetében milyen tevékenységeket von maga után egy buli meg szervezése? Ez milyen feladatokkal jár, illetve a DJ-k leszerződtetése is milyen feltételekkel valósulhat meg? Továbbá nem tekinthetek el a mai világot sújtó pandémia negatív hatásai mellett, magára a vendéglátás piacra és magára a Story Budapestre ki vetítve. Milyen intézkedéseket követelt meg a korona vírus járvány a fennmaradás érdekében, és milyen spekulációkkal várják a legközelebbi nyitásukat? Ezen túl érdeklődéssel követem a Story Budapest marketing kommunikációja a fogyasztók felé. Melyek voltak azok az újítások vagy újdonságok, ami miatt a fiatalok egyik kedvenc helyévé vált az idők során? Továbbá milyen jövőbeni innovációt terveznek a sikerességük megtartása, avagy növelésük érdekében?

Témámat első sorban a személyes érdeklődésem a szórakozó helyek működése iránt ihlette. Mindig is érdekelt ezeknek a rendezvényeknek a szervezése logisztikai, gazdasági szempontból. Én magam is vendéglátásban dolgoztam a COVID-19 előtt. Talán emiatt is van

egy alap indíttatásom e helyek működése felől. Igyekszem saját véleményemet, illetve tapasztalataimat is megosztani a dolgozatomba. Primer kutatásomat egy kérdőív készítése, kielemezése, továbbá egy személyes interjú adta, ahol lehetőségem volt a Story Budapest General Manager-rel elbeszélgetni. Szekunder kutatásom alapjait a Budapesti Gazdasági Egyetem Külkereskedelmi könyvtárának szakirodalmi és folyóiratai adták. Továbbá különböző a témához kapcsolódó cikkek. Nem titkolt vágyam, hogy a fiatalok egyik kedvenc időtöltéséről a bulizásról egy mélyebb betekintést adjak.

2. SZÓRAKOZÁS A MÚLTBAN

2.1 Történelmi előzmények

A szórakozást, mint ünneplést bizonyos keretek közt valósították meg. Ezt tágabb értelemben rendezvénynek nevezzük, de ide elég sok mindent lehetne sorolni a szórakozó helyeken túl, mint például a fesztiválokat vagy az ünnepeket. Kutatásom egészen az ókorig nyúlik vissza, hiszen már ebben a korban is számos olyan ünnep volt, amit az emberek kikapcsolódásként, szórakozásként, avagy rituális ünnepként éltek meg. Ilyen volt például a halottkultusz bizonyos közösségek körében. Mai szemmel az emberek többsége valószínűleg inkább a gyász bizonyos szintjeihez folyamodna, ám akkoriban ezt inkább dicsőítették és ünneplésre buzdította a népet. Ugyanezen korban maradvá meg kell említeni az olimpiai játékokat, ami lényegesen eltér attól a szórakozástól, amit a dolgozatomban rögzítettem, bár mint rendezvény és az ebből értetődő kikapcsolódás is egy fajta szórakozás. Ezzel szintén alá támasztani kívánom azt, hogy az ókorban is már megjelent az a szabadidő tevékenység, amit ma szórakozásnak nevezünk. Tovább haladva az időben eljutunk a római korig. Számos forrás is arra utal, miszerint a rómaiak büszkélkedhettek a legtöbb ünnepek számával. Vallási, állami és rendkívüli ünnepek foltozták be a rómaiak naptárjait akkor tájt. Mindez még mindig messze volt persze a mai nagyvárosok naponta kínáló különböző szórakozási lehetőségeitől. „Mindennapi társas kedvtelésre az ókor folyamán csak a jómódúaknak nyílt lehetőségük a szűkebb baráti körök számára tartott lakomák formájában. Ezért találunk minden pompeji házban nem is egy, hanem több lakomaszobát és termet, s mellettük még gyakran a kertekben, lugasok alatt épített tricliniumokat. A rómaiak ugyanis a görögöktől átvett szokás szerint heverészve lakomáztak. A szokásos lakoma berendezés három clinéből állt (innen a triclinium elnevezés), amelyeket úgy helyeztek el, hogy a heverőkön párnára könyökölve elhelyezkedő három-három vendég mindegyike hozzáférhessen a középen álló asztalhoz, s a szolgáltnak is maradjon hely az ételek és edények cseréléséhez”. (romaikor.hu. – 2021) „A mai, modern, XXI. századi ember és a középkorban élt polgár, paraszt vagy nemes tekintetében, elképesztően más fogalmi kört jelent a „szórakozás”, mint szabadidős tevékenység meghatározása. Napjainkban a munka után a szórakozásnak próbálunk élni és ennek ezernyi válfaját ismerjük. Persze a szórakozás minősége és módja óriási különbséget mutatott az egyes társadalmi rétegeknél, vagyis egészen másként

mulatott egy főnemes, mint mondjuk egy városlakó polgár és még inkább másként, mint a legszegényebb jobbágy.” (tortenelemtanulasblog.hu. – 2016.07.14)

2.2 Szórakozás fogalma

A szórakozás szó elődje először a középkorban jelent meg, a mai jelentésnek megfelelő fogalom latin eredetű a *festivus*, *fiesta* szavakból eredeztethető. A szórakozóhelyen való szórakozás mondhatni egy hibrid formája az eredeti szó jelentésének, ugyanis ezeknek a latin eredetű szavaknak a jelentése mind egy nyílt tágas, szabadabb helyre értetendő. Különböző források alapján a szórakozás szóra az alábbi definíciókat találtam:

Magyar Értelmező Kéziszótár: „A szórakozik igével kifejezett cselekvés, tevékenység, folyamat, ill. állapot; az a tény, hogy vki szórakozik; kellemes, pihentető, szórakoztató v. vidám időtöltés.”

Cambridge Dictionary: Különleges szociális esemény, ahol a szórakozni vágyó emberek tudnak táncolni, inni, enni. (Saját fordítás)

Lexico Dictionary: A meghívott vendégek társadalmi összejövetele, ahol jellemzően az evés, ivás és a szórakozásé a főszerep. (Saját fordítás)

Személy szerint én leginkább a Cambridge Dictionary eredeti nyelven megfogalmazott állításával tudok a legjobban azonosulni. Úgy gondolom, hogy leginkább ez a definíció illik legjobban arra a témára, amit szeretnék megvizsgálni és kifejtetni a dolgozatomban

3. SZÓRAKOZTATÓ SZEGMENSEK ÖSSZEHASONLÍTÁSA

3.1. Kulturális szegmens

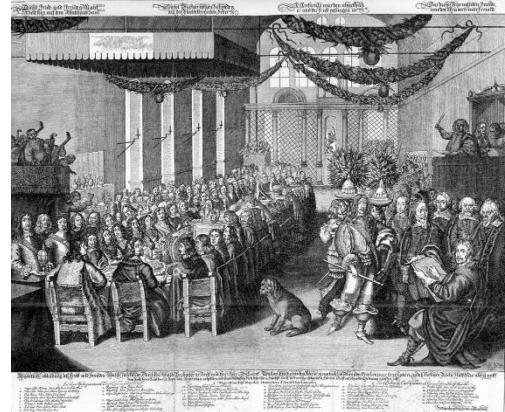
A kulturális szektor és a később említett vendéglátó szektorral szemben, sok tekintetben különbözik, mégis e kettő halmaznak van egy közös pontja: a szórakozni vágyó emberek. Véleményem szerint a kulturális intézmények közül a legnagyobb látogatottságot a művelődési házak teszik ki vidéken, míg a nagyobb városokban ez a vizsgálat a múzeumok, színházak, illetve mozikra terjeszthető ki. Az előbb említett intézmények a kikapcsolódáson kívül kulturális, információ átadó, illetve közösség szervező funkciót is ellátnak. Továbbá azt, hogy egyes emberek milyen szórakozási lehetőséget választanak maguknak, függ az adott ember életkorától, érdeklődési körétől is. Tapasztalataim szerint a 18-26 év közötti populáció inkább az olyan programokat támogatják, mint például a szórakozóhely látogatás vagy különböző

romkocsmák, pubok kül- és belttereinek kihasználása. Míg a 26. életévüket meghaladó személyek már inkább a kultúra iránti érdeklődésre hajlamosak. „Egyelőre nem tűnik úgy, hogy az új kor technikája, a számítógép és az internet csökkentené a fennálló kulturális különbségeket, sőt az internet-használati szokásokat jelentősen meghatározza a már meglévő olvasási kultúra. Az internetes olvasók többnyire azok közül kerülnek ki, akik könyveket is olvasnak. A szabadidőipar infrastruktúrája területileg egyenlőtlenül oszlik el, a városokban nemcsak a kulturális jellegű kikapcsolódásra, de más szabadidős tevékenységre is többféle lehetőség nyílik. Függetlenül attól, hogy az embernek mire van pénze, energiája, hogy ténylegesen hogyan tölti el szabadidejét, lehetnek vágyai, kedvelhet olyan tevékenységeket, amire nem jut elég ideje, vagy éppen a szűkös lehetőségek miatt, túl nagy időbeli és anyagi befektetést kíván vágyai kielégítése.” (mek.oszk.hu 2021.01.29.)

3.2. Vendéglátó szegmens kialakulása

A vendéglátás nagyon hosszú múltra tekint vissza, hiszen már az ókori görögöknél is jelen volt. Ennek az iparnak a megszületésének magjai, hogy első sorban szállást, ételmezt és védelmet nyújtani. Ókori görögöknél maradván különböző források alapján, a nem görög származású emberek mind a nagy Zeusz védelme alatt álltak. Így azok a görög emberek, akik ezeket az idegen világból származó vándorokat szívesen látták az otthonukban mind az istenek és mind a nép előtt is kiérdemelték a kedves titulust, ami büszkeséggel töltötte el a vendégfogadó görögöt. Akkoriban, ha vendéget fogadtak úgymond egy „vendégbarátság” jött létre, aminek a formája lehetett írásbeli vagy szóbeli is. Ez a fajta megegyezés kiterjedhetett akár két település közt is vagy két személy közt és nem utolsósorban egy személy és egy település között is létrejöhetett. E szerződés létrejöttét írásos forma esetén réztáblára rótták és hivatalosságuk fenntartása érdekében templomokban helyezték el ezeket a kontraktusokat. A vendég különböző jogosultságot nyert az egyezményvel. Ilyenek voltak többek közt a lakás, ajándékok, fürdés lehetősége, illetve, ha úgy hozta az élet akkor el is temették a vendéget. Természetesen a vendéglátó annak érdekében, hogy jó híre és becsülete megmaradjon vagy gyarapodjon ezért a vendég a legjobb ellátásban részesült, továbbá, ha szükséges volt akkor a vendéget elkísérte vagy haza szállította. „Az ókori rómaiak a görögök példájára igyekeztek magukénak formálni a vendéglátás szerepét. Tagadhatatlan, hogy számos gazdag családban fényűző módjára szórakoztatták a vendégeket dalokkal, színjátékokkal. A birodalomban jelen volt az ipari szintű vendéglátás korai jelei. Haladva az idővel elérkezünk a középkorig, ahol a vendéglátás első nagy lépését a főzés és a felszolgálás létrejötte jelentette. Az ételek

felszolgálása háromféleképpen történhetett. Az egyik az angol mód volt, amely azt jelentette, hogy minden tál az asztalon van, itt szelik fel a pecsenyét. Másik módja a francia szokás, amely során az ételeket egymás után hozták az asztalhoz. Az orosz mód szerint pedig a konyhában szelték fel az ételeket és úgy hordták körbe az asztaloknál.” (ropteto.hu. 2021.02.02.). Magyarországon is jelen volt a vendéglátás, ennek bizonyítékaiul szolgálnak a különböző kocsmák István uralkodása ideje alatt. A 19. század első felében a közlekedés és a különböző iparágak fejlődésével párhuzamban a vendéglátás is fénykorát kezdte élni. Az ipari forradalom által létrejövő gőzmozdony és a gőzhajó feltalálásával és annak segítségével felgyorsult a közlekedés, ami még több ember utaztatását tette lehetővé. Ennek hatására a fogadók helyét felváltotta a szálloda ipar, ami a globalizáció apró magvai voltak. A legnagyobb változást ebben a témában a 1989-es rendszerváltás idézte elő. A privatizáció, avagy magánosítás csökkenésével számos vendéglátó egység magánkézbe került, ami lendített a gazdaságon, illetve az idegenforgalmon a későbbiekben. Végig menve a történelem különböző pontjain és vizsgálva a vendéglátás alakulásának részeit eljutunk a napjainkban működő vendéglátáshoz. Ma már ez egy jól strukturált és



1.ábra Középkori lakoma Forrás: kozossegimodszetan.nmi.hu

működő iparág, aminek köszönhetően mind az állam mind a vendéglátó egységet működtető vállalkozók is jól profitálnak, nem beszélve arról, hogy vannak olyan vendéglátóhelyek, amik a magyarországi kultúrát őrzik és hagyományokhoz híven várják az érdeklődőket. Ezzel is fenntartva a magyar nép kultúráját. Budapesten a 2000-es évek előtt számos egyetemi klubokban és egyetemi pincehelyiségekben tartottak különböző eseményeket, ahol a fiatalok önfelédten tudtak szórakozni. Majd a 2000-es évek elején alakult ki igazán az első olyan éra, ahol a klubok és pincehelyiségeket felváltották a szórakozóhelyek és diszkók. A legismertebb ilyen a Hajógyári szigeten üzemelő diszkó csoport együttese volt. Ezen a helyen szinte mindenki megtalálhatta a maga kedvencét, hiszen több klub is üzemelt a szigeten és mindegyikének ugyanaz a személy volt a tulajdonosa. „A szórakoztatóipar kinőtte magát, és jött az a korszak, amikor mindenki hirtelen a hajógyári szigetre jár minden hétfvégén szórakozni. Jött valaki, mert valaki az valaki és kész ötlettel állt elő a kihasználatlan területen, olyan helyeket húztak fel a nagyközönségnek, amely szem akarom mondani pohár nm maradt szárazon. Mi is történt? Megpróbálom visszaemlékezve nem teljes egészében leírni miért volt érdekes ez a szórakoztatócsoport, kihagyva a vendéglátós mendemondákat, inkább vizsgáljuk

meg a hely fellendülésének pozitív részét. Mondjuk ne azt, hogy az éjszakai élet bevételeinek 80 %-a egy kézben vagy több kézben landolt, mert a közönség számára teljesen lényegtelen mi folyik a színpalak mögött.

Inkább csak mai hírek hasonlítanak arra, hogy a közönségnek mindenről tudnia kell. Nos, ettől szép a szórakoztatás. Először egy épület majd két szórakozóhely, majd hirtelen tél és nyári helyek egy helyen 9 vagy 10 hely, meg ilyen after hajó, meg after hely vasárnap is. Csak mindig sétálsz gyakorlatilag három napot s tudsz egybe bulizni, ha nem akarsz haza menni. Azért azt a valaki, aki jött s felhúzatta a Stúdiót, pontosan tudta, hogy Ibizai stílusra, mind külső adottságban mind belső hang és fény technika nincs, azaz nincsen szórakozóhely sem Pesten, sem Ózdon. Ezt tudta, aki kitalálta a Stúdiót, és persze 5000 ember. Két hetente szombaton a tömeg már úszott is befelé a különleges estékre. Levegőben táncosok? Hatalmas VIP és két szint. Parkolás megoldva a klub előtt? David Guetta sem panaszkodott mikor ott zenélt. Mindenki elégedett. Valahol elcsúszott a szórakoztatás felsőfokon.

A komplexum működése alatt azért történelmet írt. Többek között bezárt pár kisebb hely. A más fajta house, techno szerelmeseinek, és számos DJ-nek nyújtott rezidenciát, otthont a komplexum. Vitás a szakmabeliek között: valaki mellette valaki ellene volt. Azért sikerült történelmet írnia a Sziget fesztivál mellett. Legenda vagy sem, bezárása után sokan vissza sírják a korszakot vagy magát az egész csoportot. Rezidens dj-k tömkelegét tudjuk helyenként felsorolni így remélhetőleg senki nem marad ki: Bárány Attila, Hamvai PG, Antonyo, Lauer, Kocka, Aydan, Schipman, Newl, Andrewboy, Meszi, ManicN, Deep Junior, Miami Soul.” (dejavuparty.hu – 2018.05.16)

Miután a Hajógyári szigeten levő klubok bezártak, a megmaradt vendégek áttértek Pestre szórakozni az ott üzemelő helyekre. Ez annyira bevált a klub tulajdonosok számára és a befektetők számára is, hogy elkezdtek még több szórakozóhelyeket nyitni a belvárosban vagy, ha úgy adódott akkor közvetlen egy másik szórakozóhely mellé. A fiatalok körében az egyik legismertebb ilyen szórakozóhely a Story Budapest mellett az Ötkert nevezetű klub. Érdekesség, hogy a két klub egymás testvérei, hiszen egy cégcsoporthoz tartozik mindkettő. Maga a hely először 2010-ben nyitotta meg kapuját a szórakozni vágyók előtt és azóta is az egyik legrégebbi klubok közé tartozik, amik ma is üzemel. Elhelyezkedése a belváros szívében egy 19. században épített épületben van, a Lánchídtól néhány perc sétára található, ahol három termet és három különböző zenei stílust is kínál a vendégeknek. Az Ötkert mellett közvetlen szomszédságban volt megtalálható a Kraft nevezetű szórakozóhely is, de az ismeretlen okokból évekkal ezelőtt bezárt. Szeretném ide sorolni még a YELLOW klubot is, ami 2017-ben nyílt meg. A hely egy már meglévő szórakozóhelyet váltott, a BadGirlz-t. A váltás után teljesen új

vezetőséggel, csapattal és üzleti politikával kezdték meg a működésüket. „A YELLOW egyedisége az átgondoltságon és az eddig elrugaszkodottnak tűnt gondolatok megvalósításában áll. A klub tulajdonosai viszont nagyon szeretnék megszüntetni a társaságot, akit a klubba engednek. Éppen ezért hozták létre a #membersfirst rendszert, ami RF ID-s kártyák osztásán alapul. YELLOW kártyához 3 féle módon juthatunk: a projektben résztvevők meghívása alapján, egy barátunk ajánlása alapján, weboldalon megtett jelentkezéssel, illetve, a Face Control Managertől személyesen, ha a klubba látogatunk. A szűrés egyáltalán nem a néhol megszokott öltöny-nyakkendő és pénztárcavastagság kombóján alapszik. A YELLOW-ban minden egyéniséget, zenekedvelőt és társasági embert szeretettel várnak, aki éli az éjszakát, és ezt nem mások szórakozásának kárára teszi.” (Glamour.hu – 2017). A YELLOW más zenei jegyeket hordoz magával az Ötkert és a Story Budapesttel szemben, míg az utóbbi helyek inkább az RNB és a Hip/Hop kedvelőknek tesznek eleget, addig a YELLOW-ban az elektronikus zenei műfaj a meghatározó eleme az estének. Nem említve, hogy az esti klub mellett egy igazán egyedi street food hely is, ahol az italok mellett finom ételeket is kóstolhatunk. Ezek a klubok igen népszerűek az éjszakai életben, illetve ide sorolható a Gozsdu udvar is, amit leginkább egy szolgáltató komplexumnak tudnám leírni. Belépve az udvarba mindkét oldalról körülveszik a vendéget az éttermek és a különböző klubok is. Emiatt, ha esetleg nem tetszene egy szórakozóhely elég csak pár métert megtenni, hogy betérjünk egy másikba. A külföldi turisták egyik legkedveltebb helyei közé tartozik a Gozsdu udvar. A Bazilika vonzáskörzetében található szórakozóhelyek sorát erősíti még a BoB, azaz a Bacardi Original Bar is. Maga a hely leginkább felső -közép kategóriás helynek felelhet meg a rendkívül széles választékban kínált koktél felhozatal miatt, illetve az ehhez társuló szakképzett mixer csapat miatt is. Így jutottunk el évek múltán oda, ahol ma tartunk. A tömeges szórakozóhelyek megléte is azt bizonyítja, hogy a fogyasztók szórakozási szokásaik változatlanok, illetve, aki igazán jártas az éjszakai életben, az már tapasztalhatta azt is, hogy kezd túl kicsi lenni a belváros a szórakozni vágyók számára és emiatt a bulinegyed előbb vagy utóbb, de rá fog kényszerülni arra, hogy területileg kijjebb tolódjon.

3.3. Az elektronikus tánczenei kultúra

Az elektronikus zene, azaz techno-house először az 1980-as évek végén jelent meg Magyarországon egyenesen az ígéretek földjéről az Egyesült Államokból jött. Ezeknek a diszkóknak a budapesti alternatív klubok, pincehelységek, házibulik adtak helyet. Idővel ezek a kulturális központok át helyeződtek a Balaton környéki diszkókba, ahol az addig funkyhoz³ szokott közönség megismerkedhetett az új irányzatokkal. A közvélemény tudatába a 90'-es évek közepén robbant be ugyanis nem a zenei stílus miatt, hanem az azzal járó a sajtó által átvett nemzetközi drogtudósító trendek miatt. „A közvélemény úgy értesült először a techno-house kultúráról, hogy előtte aligha hallhatott ilyen zenéket, saját tapasztalataira pedig nem támaszkodhatott. Az 1995-ben megalakult első önálló fanzine, a Free Magazin és magyar elektronikus szcéna ugyan sokat tett a beidegződések ellen, de néhány diszkóbaleset és látványos drogfogás beteljesítette a jóslatot. Ha addig a közhangulat ingadozó is volt, az eredmények mindenképpen meggyőzték őket: a techno egyenlő a droggal és a fiatalkori devianciával.”. (beszeloc3.hu. – 2021) Habár a rossz sajtó vélemény, illetve a köztudatba sem pozitív dologként volt beépültbe, ennek ellenére komoly piaci igényt épített maga köré a műfaj, hatására pedig klubok százai nyíltak különböző techno zenét játszva vendégeik számára. Különböző rádió frekvencián is sugározták az alábbi műfaj kínálataiból. Mai szemmel a techno és a drog valamelyest kéz a kézben járnak, de nem igen szentel a sajtó már különösebb figyelmet erre, sőt az elit réteg számára is elfogadható, mi több jövedelmezővé vált. Érdemes megemlíteni, hogy az átlagember gondolata a technoról továbbra is a drog és deviancia veszélyt látja benne.

3.4. Szórakozóhelyek a belvárosban és vidéken.

Érdekes megvizsgálni azt is, hogy a budapesti szórakozóhelyek, illetve a vidéken meglévő diszkók milyen zenei műfajjal szórakoztatják a fogyasztókat. Ha abból a perspektívából szemlélem, hogy a kettő igen is eltérő zenei stílust képvisel, akkor vajon az a

mindenkori trend lemaradását jelenti, vagy csak szimplán azt, hogy vidéken nem vevők a mai divatos zenékre?

A belváros utcáit járva, majdnem minden sarkon találunk magunknak egy szórakozóhelyet, ami ennél is érdekesebb és itt a személyes tapasztalataimra hivatkozva kijelenthetem, hogy kivétel nélkül minden helyen ugyanazt a zenei stílust játsszák a vendégeknek. Meg lehetne vizsgálni ennek az okát, de hamar rájövünk a miértjére. Szimplán csak ez a trend a mai fiataloknál és így azok a buli helyek is átálltak ezekre a zenékre, akik ezelőtt más stílust képviseltek. A versenyhelyzet ezt követeli meg, és egyik hely sem engedheti meg magának azt a luxust, hogy fogyasztót veszítsen, hiszen a vendégek számától és a ital fogyasztásból tevődik össze a bevételük. Ha még nem említettem volna ezt a zenei műfajt, nos ez a rnb és a hip-hop vegyítve némi spanyol vagy latin eredetű zenével mixelve. Ha kicsit más szemüvegen keresztül vizsgáljuk ennek okát, hamar rájövünk arra, hogy itt bizony a tömegvonzás is szerepet játszik, továbbá a nemek szerinti eloszlást is beleértve. Szórakozóhelyek tulajdonosai remek startégiát alkalmaznak a vevők bevonására ez nem más, mint az a szemlélet, hogy ahol vannak hölgyek ott bizony férfiak is lesznek. Talán a mostani trend még jobban elő is segíti ezt a stratégiát hiszen az előbb említett műfajok inkább kedveznek a hölgyek számára tánc szempontból mintsem a férfiaknak. Áttérve a vidéki diszkokra és az ott zajló eseményekre, megállapítható az a tény, hogy ott inkább dominál a techno house és a minimál stílus ellenben a budapesti szórakozóhelyek által kínált zenékkal. Ennek okai lehetnek például, a geotargetáltság, az adott trendek, divatok, avagy információk később érnek el a vidéki városokba/falukba, vagy csak szimplán nem kérnek ebből a trendből. Összehasonlításképp megmutatnék két ábrát, ami prezentálja milyen egy vidéki esemény felhívás, illetve milyen egy budapesti. Fontosnak tartom megjegyezni, hogy a 2. ábrán szereplő dj-k neve szinte ismeretlenül csenghet egy a budapesti éjszakában szórakozó embernek. Ezt a műfajt képviselő zenészek szinte teljesen kiszorultak a belvárosból.



3.ábra Budapesti buli meghirdetése
Forrás: Facebook.com



2.ábra Techno esemény meghirdetése Miskolcon Forrás:
primate.hu

3.4.1 Önkormányzati szigorítás a szórakozóhelyeken

A koronavírus előtt nagyon sok panasz érkezett a bulinegyed lakóitól az önkormányzat felé, miszerint elviselhetetlen az éjszaka a szórakozóhelyek és az ott szórakozó emberek miatt. Az erzsébetvárosi önkormányzat ezeknek a panaszoknak eleget téve kivizsgálta az ügyet és bevezette az úgynevezett csendrendeletet. E rendelet fő pontja az, hogy 24 és 6 óra között nem lehetnek nyitva az üzletek. Kivételt képeznek a szórakozóhelyek abban az esetben, ha az erre előírt feltételeket teljesítik, majd ezek után megkaphatják a nyitvatartási engedélyüket, ami jogosultságot ad a helyeknek, hogy nyitva legyenek éjfél és reggel 6 között is. A feltételek közé tartozik, ha a klub fellép az utcai alkohol fogyasztással szemben, hangerő limitet vezetnek be, ami megakadályozza, hogy az előírt maximumszintet túllépjék, megszüntetik az egyszer használatos műanyag poharakat, forgalom számlálót üzemeltetnek, a mellékhelységüket bárki használatba veheti ingyen, vállalniuk kell, hogy 22 és 8 óra között nem mozgatnak göngyöleget, illetve az üzlethelyiség előtti járda szakaszt megtisztítják legalább napi egyszer és külön hulladékszállítási szerződést kötnek. „Azokat a vendéglátóhelyeket, amelyek megszegik a szabályokat pénzbüntetéssel, 3 napos zárva tartással és végső esetben akár a nyitvatartási engedély végleges megvonásával is sújthatják. Az erzsébetvárosi csendrendelet különös figyelmet fordít az egyéni és a társasházi panaszok kivizsgálására. Ezért a szórakozóhelyek külön embereket fognak alkalmazni azért, hogy rendet tartsanak az üzletek előtt. Az új rendelet betartása árdrágító hatással jár, egyelőre nehéz megbecsülni, hogy az elvárt eszközök beszerzése és az új munkakörökbe felvett emberek alkalmazása milyen mértékben dobja meg a sör árát.” (Index.hu – 2020). Úgy gondolom, hogy ez a rendelet teljes mértékben fair-nek mondható és teljesen egyet tudok érteni a döntéssel is, hiszen a vendéglátóhelyek a kritériumok teljesítésével ugyanúgy üzemelhetnek tovább, mint eddig, illetve így a helyi lakosoknak is csendesebb, nyugodtabb estéjük lesz mostantól.

4. STORY BUDAPEST

4.1. A szórakozóhely története

A klubbal kapcsolatos kérdéseim megválaszolásában segítségemre volt a Story Budapest General Managere, Volentér Viktor. Viktor a pályafutását a ma már nem üzemelő Hajógyári szigeten kiépült diszkókban kezdte. Első körben neki ez csak egy diákmunka volt, amivel megkereshette a hétvégi zsebpénzét, majd a későbbiekben egyre jobban foglalkoztatta ez a világ. Mondhatni Viktor a ranglétra legaljáról indult, kezdve a legapróbb munkákkal és így haladva felfelé az évek során. Későbbiekben a Peaches and Cream üzletvezetői székébe ülhetett bele, majd onnan a Story Budapest megalakulásával jutott el az aktuális pozíciójáig. Maga a szórakozóhely egy már meglévő klubbot váltott, a Tesla szórakozóhely működött addig a budapesti Kazinczy utcában, pontosabban csak tulajdonosi kör váltás történt, így a hely maradt viszont a név változott, így lett Teslából Story Budapest. Az új név új zenei stílus jegyeket hordozott magával, előzőleg ezen a helyen az elektronikus zenei műfaj kedvelői élvezhették az itt eltöltött estéket, majd a Story létrejöttével már inkább az olyan közkedvelt stílus volt hallható, mint például a Hip-Hop és az RnB. Konceptiójuk az volt, hogy egy, az Ötkerthez hasonló populáris diszkót hozzanak létre a szórakozni vágyók legnagyobb örömére. A siker azóta is töretlen, hiszen rengeteg sikeres eseményt tudhatnak a hátuk mögött, több egyetem náluk tartott tematikus bulikat, social oldalaik pedig több ezres követőtáborral rendelkeznek. Kijelenthetjük, hogy a megújulás és tulajdonosi kör váltás eredményes volt, a fent említett tényeket vizsgálva.

Az első hivatalos eseményük 2018-ban volt, ekkor nyitotta meg kapuit a szórakozni vágyó emberek előtt. Az eseményen több híres ember és közszereplő is részt vett, már ez önmagában sikerként könyvelhető el egy klub számára, de Viktor beszámolója alapján ezen kívül is sikeres volt a megnyitó rendezvény, hiszen szakmai nyelvvél élve, telt házas bulit csináltak, ami nem mindennapi. Arra a kérdésekre, milyen tényezők vagy előkészületek szükségesek ahhoz, hogy egy este sikeresnek legyen mondható, először is két részre kell bontani a választ a könnyebb átláthatóság érdekében. Az egyik ilyen nagy halmaz az maga az üzemeltetés része. Első lépésként, az előző héten tartott esték után megvizsgálják különböző adatokat, ami kihatással lehet például a bérezésre is, természetesen ez részben forgalom függő is, majd egy úgy nevezett „standolást” csinálnak, ami az előző heti partik zárását jelenti, adatokban és számokban kifejezve. Ennél a pontnál Viktor megjegyezte, hogy ez egy igen fontos tényező a sikeresség szempontjából, hiszen magával a standolással képesek nyomon követni a különböző alkoholos, vagy éppenséggel nem alkoholos italok fogyasztását, illetve ezzel azt is figyelemmel tudják kísérni, hogy a vendég a szabályoknak előírt kiszolgálásban részesül-e, tehát megfelelő mennyiségű alkoholt kapott a poharába, azaz nem túl keveset, de nem túl

sokat sem. Úgy vélem, hogy ez egy igen fontos alappillér a fenntarthatóság szempontjából. Ezek a számítások általában, akár kettő vagy három teljes munkanapot vesznek igénybe. Biztonság kedvéért van egy úgynevezett kontrolling csapat is, akik ellenőrzik az eredményt, majd további olyan lehetőségeket vagy megoldásokat keresnek, amik a szórakozóhely előnyére válhatnak. Majd ezután következhet a „feltöltés”, ami azt foglalja magába, hogy az összes aktív pultot fel kell tölteni megfelelő mennyiségű áruval, gyümölcssel, és egyéb szükséges dolgokkal. Az italokat, gyümölcsöket, különböző eszközöket általában nem egy cégtől rendelik meg, hanem minden árut külön cég szállít be. A standolásnak köszönhetően, ami egy érték elemzés, kiszámítható, hogy az adott hétre mekkora mennyiségben fognak italt fogyasztani a vendégek, így képesek elkerülni a felhalmozódást és az amortizációt.

4.2. Gazdasági megállapítások

Egy adott szórakozóhely pénzügyi adatait megszerezni szerintem az egyik legnehezebb feladat, hiszen több részből tevődik össze, ezért jóval komplikáltabb, mint azt gondolhatnánk. A különböző ital márkákkal kötött szerződések és az ebből eredő kedvezményeken át az este folyamán elfogyott jegyek és ital fogyasztásig bezárólag mind befolyásolják a pénzügyeket egy szórakozóhelyen. A különböző partnerek vagy szponzorok szempontjából, hogy ezek mekkora összeggel támogatják az adott eseményt, illetve a klub szempontjából, hogy a költségvetés egyes részei milyen arányban oszlanak meg, mennyit költenek és pontosan mire, nos ezek azok az adatok, amit senki sem szívesen publikál a nyilvánosság felé és ez érthető is valamelyest.

A Story Budapest esetében az egyik bevételi forrást az ital fogyasztás forgalma teszi ki. Másik beérkező jövedelme lehet a belepők ára, viszont ez szórakozóhely függő, ugyanis a mi esetünkben a Story Budapest egy külön erre specializálódott program szervező céget bízott meg, akik lényegében megszervezik az adott estére az eseményt és a jegyeladásokból származó bevétel mind a program szervező cég jövedelme. A Story csak magát a helyet adja és a személyzetet. Érdekes lehet megvizsgálni, hogy ez mennyire jó stratégia. Azon felül, hogy ez egy „win-win” szituáció (amikor mindkét fél nyerő pozícióban van) érdemes feltenni azt a kérdést, hogy egyes szórakozóhelyek vajon miért alkalmaznak külső cégeket egy esemény lebonyolítására, míg más klubok miért nem? Az egyik számomra lehetséges ok, az a piaci változók nem ismerete lehet, például, hogy hogyan érdemes ezt reklámozni, vagy megszólítani a célközönséget, illetve milyen új zenei trendek lettek közkedveltek a fiatalok körében. A másik ok pedig az, hogy jóval költség hatékonyabb megoldás, mintha a teljes szervezést csak a klub csinálná egymaga.

4.2.1. DJ-k leszerződése

Korábban már említettem, hogy a Story Budapest működését két halmazra lehet osztani, az egyik volt maga az üzemeltetés, a másik a program szervezéshez kapcsolódik. Ez annyit takar, hogy van erre a célra kialakított kreatív csapat, akiknek az a feladatuk, hogy a következő héten megrendelésre kerülő eseményeket összeállítsak, megszervezzék. Lehetséges, hogy könnyű feladatnak tűnik, de ha jobban belegondolunk azért mégsem annyira egyszerű, mint azt első hallásra véljük. A fő céljuk a célközönség igényeinek eleget tenni, ez legyen akár az aktuális trendeknek megfelelő zenei stílus kiválasztása vagy akár különböző vizuális elemek megléte. Nem beszélve arról, hogy mindezekre van egy költségkeret is. Érdekességképp a fiatalok körében valamiért a legkedveltebb stílus a latin zene műfaja. Ha a kreatív csapatnak megvan a koncepciója az elkövetkezendő estékről, akkor következő lépésként ki kell választani a megfelelő DJ-t (szórakozóhelyeken megjelenő zene felelős) ezekre az eseményekre. Megjegyezném, hogy az ideális DJ kiválasztása, szinte az egyik kulcsfontja a rendezvénynek, hiszen, ha nem tudja megteremteni a hangulatot a fogyasztók felé, akkor nagyon kicsi lesz az esély arra, hogy sikeres estének könyvelhessük el. Ahhoz, hogy a legjobb DJ-t kapjuk meg nem árt tisztában lenni az adott piaci körülményekkel, illetve a különböző zenei stílust képviselő DJ-k nevével sem. Ami számomra érdekes ebben a témában, hogyha arról akarunk beszélni, hogy egy lemezlovas milyen áron dolgozik, többségében azt látjuk, hogy fix áron, (tehát nem befolyásoló tényező a kereslet – kínálat piaca). Ez arra enged következtetni, hogy egy olyan DJ, aki nem éppen a trendnek megfelelő stílust játszik, hanem egy teljesen mást képvisel, mondhatni kevésbé közkedvelt műfajt, akkor ő is jogosult ugyanakkora szolgáltatási díjat elkérni, mint az a DJ, amelyik az aktuális irányzatnak megfelelő zenei stílusban mozog. Ezen felül, ha két ugyanolyan zenei stílust képviselő DJ-t összehasonlítunk, akkor hatalmas különbségeket tapasztalhatunk az ár és a hozzáadott érték kapcsán, ami itt a zene lejátszási időt jelenti. Egy híresebb DJ, akár tízszeresével többet kereshet egy estén, ahol csak 2 órát zenél, szemben egy kevésbé ismert lemezlovással, aki viszont nyitástól zárásig szolgáltatja a zenét. Ez egy elég decentralizált piac ebből a szempontból, hiszen nincs semmilyen szervezet, ami megfelelően szabályozná egy DJ bérezését.

Utolsó lépésként, nincs más dolga a kreatív csapatnak, minthogy felvegye a kapcsolatot az adott lemezlovással vagy annak menedzserével, majd a szerződés létrejöttével, valamint annak aláírásával tudják beharangozni a célközönségnek a fellépők nevét. Viktor itt hozzátette, hogy manapság leginkább már nem az adott DJ miatt mennek el egy szórakozóhelyre az emberek,

ami mondhatni az előző érára volt jellemző, hanem a zenei stílus az, ami miatt eljárnak szórakozni. Emiatt maga a DJ-zés egy része kezd olyan keretek közé szorulni, ahol nem maga a hozzáadott művészi érték, a szabad alkotás a lényeg, hanem az, hogy kiszolgálja az adott szórakozóhely közönségét azokkal a stílusú zenékkal, amit a szórakozóhely megkövetel a DJ-től. Továbbá nem csak a DJ-zés alakult át az évek során, de a szórakozási szokások is. Régebben az ember általában úgy ment el kikapcsolódni egy szórakozóhelyre, hogy fogalt egy asztalt, és az este hátralévő részét ott töltötte az ismerőseivel. Manapság a szórakozóhelyek számának megnövekedésének és elhelyezkedésüknek köszönhetően ez a fajta szórakozási habitus átváltott egy olyan formára, mely szerint egy este alatt nem csak egy helyen szórakoznak, hanem akár két vagy három különböző helyre is betérnek az emberek.

4.2.2 Rendezvényszervező cégek szerepe a szórakozóhelyeken.

Az előző fejezetben már említettem a Story Budapest külön rendezvényszervező céggel áll szerződésben annak érdekében, hogy a kreatív csapat által megtervezett esték a legprofibb módon kerüljenek megrendezésre. Általánosságban egy ilyen cég feladata az esemény meghirdetése különböző marketing csatornákon keresztül és minél több ember bevonása a helyre. Manapság viszont egy mondhatni új stratégiát alkalmaznak ennek érdekében. Az általános módszereken túl, itt egy influenszert vagy közszereplőt is felkérnek abból a célból, hogy különböző online platformokon megosszák az adott eseményt. Belegondolva ez egy igen jó módja annak, hogy minél több ember informálódjon a partikról, nem említve, hogy egy ismertebb ember kiválasztása sokkal nagyobb eséllyel vonz be több embert, hiszen az adott követő tábora, egyrészt jóval nagyobb, másrészt meg lehetséges, hogy épp a Story Budapest célközönsége alkotja a véleményvezér követőtáborának nagy részét. Ezen kívül a szervező cég rendelkezik saját alkalmazottakkal is, akik saját maguk promótálják az eseményeket a saját személyes profiljukon keresztül. Azok az emberek, akik ezeken a promótoreken keresztül mennek el a szórakozóhelyre, azok különböző kedvezményekben részesülnek, ez jelenthet kedvezményesebb italárakat, de akár soron kívüli bejutást is. Legtöbbször általában jegy kedvezmény jár, de előfordul, hogy egy üveg pezsgővel várják a vendégeket a bejáratnál. Ez azért lehet fontos, mert bérezés szempontjából ebben a helyzetben a promóterek a teljesítményük alapján kapják a bérüket, ezzel motiválva őket, hogy minél több embert tudjanak felírni a saját listájukra. Ami még érdekes a szórakozóhely és a szervező cég között létrejött kapcsolatában az, hogy maga a szervező cég is jogosult arra, hogy a saját promótereik is

jogosultak VIP vendégeket felírni a listájukra, valamint asztalt foglalni nekik. Természetesen itt is a szervező cégé a kifizetett VIP jegy ára, illetve az asztal foglalásának ára, de az ott kikért italokat már a szórakozóhely bevételeinek oszlopába lehet felírni. Véleményem szerint ez a fajta szimbiózis a két cég közt tud nagyon jövedelmező is lenni, viszont az ezzel járó kockázatokon is érdemes elgondolkodni. A szórakozóhely szempontjából nagyon jól hangzik, ha teltházás buli van, hiszen ez azt jelenti, hogy a szervező cég jól csinálta a rábízott feladatát, viszont amennyiben ezek a vendégek mondhatni „nem szomjasak” akkor ugyan hiába a telt ház, de a hely nem termel elegendő bevételt, ami negatív kivetülést okozhat a jövőbeni pénzügyekben.

4.2.3 Story Budapest marketing kommunikációs tevékenysége

A fiatalok körében is ismert platformokon hirdetik az eseményüket, Facebook-on és Instagram-on aktívan jelen vannak, ezen kívül a külföldi vendégek bevonására a Tripadvisor-t is használja a szórakozóhely. Amire még törekszik a hely, hogy minél gyakrabban publikáljanak különböző cikkeket a szórakozóhellyel kapcsolatban ezzel elősegítve azt, hogy a Google-ba beírt „szórakozóhely” szóra a Story Budapest legyen az első találat, ebben természetesen nagy szerepe van még a SEM (Search Engine Marketing) és SEO (Search Engine Optimization) keresési algoritmus alapú fejlesztéseknek „A SEO célja a minél jobb helyezés elérése organikus, vagyis nem fizetett keresési eredményekben.” „A SEM az online marketing egy területe, melynek célja, hogy weboldalunk minél több látogatót szerezzen a keresők használói közül.” (Magneshop.hu 2021) Illetve a fentebb már említett influenszerek bevonása a marketing tevékenységekbe a promótereken keresztül. A Story esetében név szerint a Rock The City szervező cég az, aki egyben megszervezi azt az estét, amit a Story Budapest kreatív csapata kitalál, illetve ezzel együtt ez a cég az, aki ugyanúgy különböző oldalakon hirdeti az eseményt.

4.2.4 Belépők

A belépők tekintetében egy szórakozóhely kevesebb lehetőséget kínál, mint például egy fesztivál, hiszen a fesztiválok nem egy estéből állnak, hanem több naposak, ezáltal a jegy kínálat is szélesebb palettát képvisel. A Story Budapest esetében alapvetően két jegytípust különböztethetünk meg; az egyik jegy a sima normál jegy, másik a VIP jegy, ami annyit jelent, hogy a szórakozóhelyen lévő elkülönített VIP részre való belépésre jogosít fel. Továbbá a VIP backstage-be is engedélyezett a belépés, ami egy a zenétől elszeparált szoba szinte teljesen

csendes helyiség. Összehasonlításképp egy fesztivál jegykínálatai a következőképpen épülnek fel: vannak normál napijegyek karszalag formában, beépített FestiPay (ez teszi lehetővé a karszalagos érintéses fizetést), chippel rendelkezik és ezeroszeri belépésre jogosít fel. Akik nem csak egy napig szeretnék élvezni a fesztivál adta lehetőségeket, érdemes bérletet vásárolniuk, mindig többféle típust határoznak meg: diák és sima bérlet formájában. A diák bérletekre általában különböző kedvezmények járnak, mint például árkedvezmény vagy a fesztiválhoz kapcsolódó ajándék termékek. Természetesen, ahogy a szórakozóhelyeken úgy a fesztiválokon is van lehetőség kitűnni a tömegből a VIP jegyek vagy bérletek segítségével, viszont diák bérletből nem árusítanak VIP-t. Pár évvel ezelőtt még volt lehetősége az embereknek kombinált bérlet vásárlására, ennek az volt az előnye, hogy több fesztivál látogatására jogosított fel a megvásárolt jegy, azonban ez mintha kezdene eltűnni a kínálatból.

4.2.5. Célközönség

A Story Budapest célközönségét körülbelül 18-25 éves korosztály alkotja, ez az a korosztály, ahol feltételezhető, hogy még valamilyen formában diákok és nincsen fix havi keresetük, ami meggátolhatja őket abban, hogy olyan mértékben és olyan minőségű alkoholt fogyasszanak, amilyet szeretnének. Ez nyilvánvalóan ez a Story Budapest szemszögéből nézve nem feltétlen előnyös, ha a bevételekről van szó, de vannak próbálkozások, és lesznek is Viktor elmondása szerint, hogy egy kicsit az életkor skálát feljebb vigyék, ezzel is szélesíteni szeretnék a fogyasztói körüket, illetve ezáltal akár az itallapjukat is tudják majd bővíteni. Természetesen akadnak olyan szórakozóhelyek, amik kifejezetten az idősebb korosztályt célozzák, és a zenei stílus is az adott korosztályhoz igazított. Érdekes jelenség, miszerint a huszonévesek is egyre jobban kedvelik azokat a zenéket, amik mondhatni a gyerekkoruk idejében volt hallható akár a rádiókban vagy a tévékben futó különböző csatornákon, de a szórakozóhelyeken nem igen hallhatóak már az ilyesfajta zenék. A Necc party sorozat megalkotói, kihasználva ezt a piaci rést megalkották a fiataloknak szóló, 2000-es évekbeli magyar, illetve külföldi dalokat felelevenítő eseményt, amivel hatalmas sikert értek el és azóta is Budapest egyik legnépszerűbb rendezvény sorozata.

4.3 Különbség a konkurenciával szemben

Viktor elmondása szerint a Story előnye a többi szórakozóhellyel szemben az úgy nevezett „service” -ben jelenik meg, ami legfőképp az ital kínálatot jelenti itt. Azok a vendégek például, akik whisky-t szeretnének inni, azok összesen 32 féle whisky közül választhatnak a kedvükre a Story-ban. A másik tényező, amivel előnyt kovácsolhat egy szórakozóhely, az a személyzet és a biztonságot fenntartó porta szolgálat hozzáállása, vendégszeretete, illetve szaktudása. A budapesti éjszakában nagyon sok helynek a hátránya tud lenni az, ha a portaszolgálat nem éppen a legtökéletesebb fogadtatást nyújtja. Ez valamilyen szinten érthető, hiszen az elmúlt években talán ez az, ami szinte gyökeresen átalakult egészen máig. A 1990-es években az emberek, ha nem is féltek, de tisztelték a biztonsági öröket a szórakozóhelyen, hiszen tisztában voltak azzal, hogy akkoriban meddig terjedt egy kidobó személyzet hatásköre különböző helyzetekben, eltekintve az akkor érvényben lévő jogszabályoktól, mondhatni „divatos” volt elverni a rendbontó vendégeket. Ha saját bőrünkön nem is, de egy ismerőstől vagy akár a médiából biztos hallhattunk olyan esetekről, amikor egy portás megverte vagy szóban megalázta a vendéget. Ők mondhatni teljesen más szemszögből nézik a vendégeket, (biztonság, veszély faktor) és ez a fajta szemszög nagyon sok esetben a vendégek rossz érzését váltja ki, ami a szórakozóhely hátrányává válik, mert nem feltétlen fognak visszamenni az adott helyre legközelebb. Manapság ez a fajta habitus kezd háttérbe szorulni köszönhető a technológia fejlődésének, illetve a CSR (Corporate Social Responsibility) vállalásának köszönhetően a helyek tulajdonosai is kezdenek rájönni, hogy ez nem a megfelelő út a sikeresség felé. Nem beszélve arról, hogy maguknak a portásoknak sem kifizetődő, mert akár letöltendő börtönbüntetés is járhat, ha nem megfelelően járnak el. Természetesen nem minden esetben a portaszolgálat a rossz, hiszen akad olyan vendég is, aki direkt keresi azokat a lehetőségeket, ahol ártani tud az ott dolgozóknak vagy a helyszínen szórakozó társainak. Manapság olyan veszélyekkel kerülhet szembe egy ember, mint például az italba tett kéretlen tudatmódosító szerek, vagy éppen az erőszakos és akaratos, általában férfi nemű vendég, de a hölgy vendégek is tudnak kellemetlen szituációkat produkálni, amikor is nagyon jól jön egy felkészült, szakavatott biztonsági ember. Mindenesetre érdekesnek találom azt aényt, hogy a szórakozóhelyek már annyira hasonlítanak egymásra minden szempontból, hogy egy kis versenyelőny érdekében már nem feltétlen a hely struktúrájához, üzleti tervéhez kell hozzányúlni, hanem egy a helyszínt és biztonságot nyújtó külsős cégnek kell olyan hozzáállást tanúsítania, ami pozitív visszhangot kelt. Tovább boncolva a jelenséget, és magamat is beleképzelve egy szituációba, ha elmegyek egy szórakozóhelyre az első, amivel szembe találom magam az a portaszolgálat, és ha már a belépéskor negatív hatás ér engem, az az egész estémet befolyásolja és nem csak a hangulatomat, de akár a pénzköltési hajlandóságomat is. A Story Budapest vezetői felismerve ezt a problémát a hely megalakulása

óta folyamatosan törekednek a fix és stabil személyzet kialakítására, akik hozzák azt a professzionális és minőségi hozzáállást, amit a hely megkövetel, illetve maguk a vendégek is elvárnak. Viktor itt hozzátette, hogy nagy prioritást fektetnek olyan vendégpanaszokra, amik kifejezetten a portásokra vonatkoznak. Ilyen esetben az összes kamera felvételt visszanezítik és kielemezik az adott illetőt a porta főnököt is behívják az ügy tisztázása érdekében. Természetesen a nem megfelelő bánásmód különböző szankciókat vagy akár elbocsájtást is vonhat maga után. Összességében, ha ezeket a tényezőket szeretnénk számszerűsíteni, akkor azt mondhatjuk, hogy a Story Budapest esetében maga az esemény egy adott estére 40 % -ban, a személyzet 30 %-ban és további 30 % -ban a biztonsági szolgálat a felelős azért, hogy az aznapi buli sikeres legyen. Ellenben más szórakozóhelyekkel, ahol kevesebb figyelmet kapnak ezek a tényezők, és nem gondolják azt, hogy nekik fejlődni kéne, mert megvannak elégedve a jelenlegi szinttel, amit adnak a fogyasztóknak. A Story Budapest ezzel a szemlélet móddal igyekszik előnyt kovácsolni a jobb szolgáltatás érdekében.

4.4. Rövid és hosszú távú tervek

Minden vállalat számára fontos stratégiai szempont az, hogy felállítsanak rövid, illetve hosszú távú célokat maguknak. Általában ezek együtt járnak, tehát nincs az egyik a másik nélkül, hiszen a hosszú távú terv megvalósításához számos rövid távú célokat kell elérni. Példaként egy most nyílt szórakozóhely rövid távú célja lehet a vendégek bevonása, hosszabb távon meg ezen vendégek megtartása. Nagyon sok olyan változó van egy cég életében, ami a mi akaratunkon kívül befolyásolhatja vállalkozásunk jövőjét, mint például természeti katasztrófa, világjárvány, gazdaságok összeomlása. Természetesen számolni lehet és kell is ezzel a kockázattal és ezzel együtt, ha már sikerült felismernünk ezt a veszélyfaktort így a jövőben könnyebben fel is tudunk rá készülni különböző pót üzleti tervekkel. Úgy gondolom, hogy a legtöbb kezdő vállalkozás életét és jövőjét általában az első egy két év határozza meg, hiszen ezek azok az évek, ahol a legjobb döntéseket kell meghozni és minimalizálni a kiadásokat, illetve a bevételt folyamatosan visszaforgatni a vállalkozásba így növelve a sikeresség lehetőségét. A Story Budapest hosszú távú terve az, hogy mind minőségben mind presztízsből is feljebb léphessenek egy szintet. Ehhez persze sok rövid távú cél megléte és teljesítése szükséges. Ők e cél érdekében még nagyobb hangsúlyt fektetnek és fognak is a kiszolgálás milyenségére. Úgy vélik, hogy a siker a részletekben bújik meg, számomra kicsit furcsa hallani ezt, hiszen egy szórakozóhelyről van szó, ahol az ember nem feltétlen a kiszolgálás kis apró

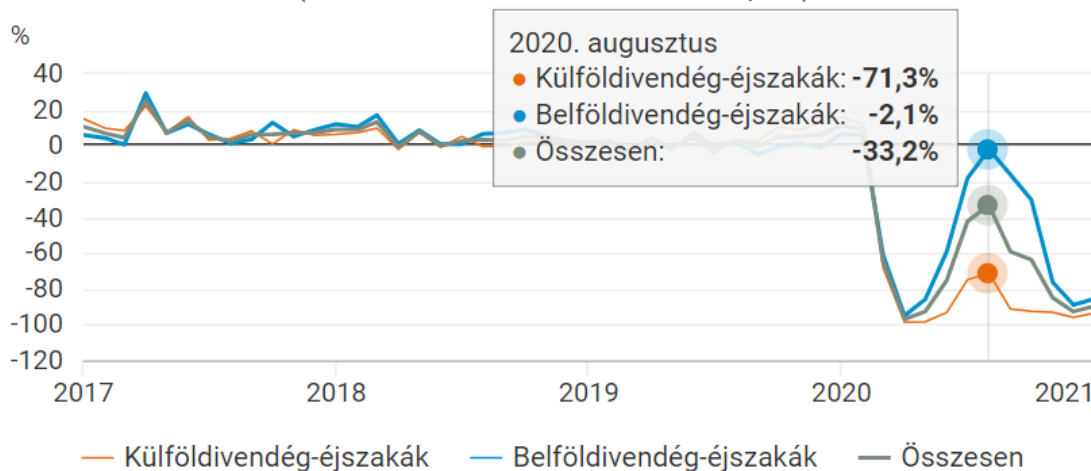
részleteire kíváncsi. Viszont ezek azok az apró dolgok, amik egy nagyobb és összetettebb képet alkotnak a helyről és ezek miatt is távozhatunk úgy a helyről, hogy jó érzéseket társítunk hozzá, még ha ezt tudatosan nem is fogjuk fel. Természetesen ebben az iparágban nem jellemző ez a fajta célkitűzési módszer, mint például egy technológiával foglalkozó cégnél, vagy gyáróriásnál. A szórakozóhelyeknek kevesebb ebben a mozgásterük, hiszen van egy séma, ami szerint cselekednek és terveznek. Ezek általában, nagyrészt Amerikából jövő és az ott trenddé alakuló zenei stílusok és színvilágok. Ezeknek a sémáknak a volatilitása jóval alacsonyabb, szemben az olyan gyártó cégeknél, ahol a folyamatos megújítás, a különböző innovációk, szinte majdnem minden naposak és lépést kell tartani a piaccal, hiszen a technológia fejlődésével napról napra változnak.

4.5. Koronavírus gazdasági hatása a vendéglátóiparra és a Story Budapestre

A statisztikákat, illetve a korlátozásokat figyelembe véve ki lehet jelteni, hogy a vírus legnagyobb vesztese a vendéglátóipar. Ez az az egyetlen szegmens, legfőképp a szórakozóhelyek, illetve a kocsmákra gondolva, ahol a vírus kezdete óta és a korlátozások bevezetése óta semmiféle lazításban nem részesülhettek. A több mint egy éve tartó szituáció annyira rossz helyzetbe hozta ezeket a helyeket és tulajdonosaikat, hogy legalább a 60-80 %-uk kénytelen volt eladni vállalkozásukat vagy teljes mértékben feladni azt, mert lehetetlennek látták, hogy a mérleg újra a pozitív oldalára billenjen. „A tavalyi évben 400 milliárd forint tűnt el a vendéglátói piacról a koronavírus-járvány okozta korlátozások miatt, hiszen több üzlet úgy zárt be, hogy nem kísérletezett a házhoz szállítással vagy az elvitellel, de olyan is van, aki azóta sem nyitott ki.” (merce.hu 2021.01.30.)

A kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák számának változása

(az előző év azonos időszakához képest)



4.ábra KSH statisztika, A kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák számának változása.
Forrás: ksh.hu

A képen látható 2020. augusztus volt az utolsó olyan hónap, amikor már a vírus jelen volt, de semmiféle retorzió nem érte a vendéglátó szegmenst. Az ezt követő hónapban, tehát szeptemberben, pontosabban huszonharmadiktól lépett életbe az a hatály miszerint este 23 óráig tarthatók csak meg az események. Már ez önmagában egy olyan korlátozás volt, ami szembe ment az egészséges működés elvével, hiszen egy esti szórakozóhely kapu nyitása általánosságban 23 óra, előtte még a személyzet elvégzi az utolsó simításokat a helyszínen. Véleményem szerint már itt óriási bevétel kiesést produkáltak a helyek, hiszen át kellett állniuk egy teljesen új nyitvatartási rendszerre. Egy cég életében mindig kockázatos egy olyan változás, ami a vállalkozás megszokott ütemét befolyásolja főleg, ha egy szórakozóhelyről beszélünk, ami leginkább arról híres, hogy éjjel működik. Sokan nem gondolnák vagy gondoltak bele, hogy egy ilyen változás mennyi szervezést, időt, energiát, és munkát igényel. A változás értelmében és annak érdekében, hogy bevételhez jussanak a szórakozóhelyek, mint például a Story is, így kénytelen volt délutáni nyitással kezdődő eseményeket szervezni, ezáltal egy teljesen új profilt kellett kialakítani a szórakozóhelynek. Ezek általában délután tizenhat órától kezdődtek egészen 23 óráig. Érezhető volt a vendégszám csökkenés és az italfogyasztások is kezdtek redukáló számokat mutatni. Megjegyzendőnek tartom, hogy a Story Budapest ezt az időszakot, ha nem is teljes mértékben, de sikeresnek mondhatja, mert, ha profitot nem is, de legalább a költségeket tudták fedezni, béreket ki tudták osztani anélkül, hogy azokat

csökkenteniük kellett volna. Majd november tizenegyedikén hatályba lépett a teljes zárlat, ami a helyben fogyasztást, a fizikai fogyasztás lehetőségét teljesen megtiltotta. Ezt követően, ahogy a 7. ábra is mutatja rohamosan csökkent a szállóhelyek látogatásának száma már a szeptemberi és a novemberi kormányrendeleteket követően. A szórakozóhelyekre vonatkozó látogatási szokásokról szóló statisztikát vagy tanulmányt nem találtam, de biztos vagyok, illetve Viktor is megerősített ebben, hogy ugyanez a tendencia volt megfigyelhető a szórakozóhelyekre is. Megkérdeztem Viktort, hogy őt személyesen hogyan érintette és hogy gondolta volna-e, hogy ez ilyen hosszú ideig el fog tolni? Őt konkrétan sokként érte az egyik napról a másikra rendelkező szabályozások bevezetése és álmában sem gondolta volna, hogy ennyire elhúzódik ez az egész. Érdekesképp mindig úgy gondolta, hogy ez az a szektor, ami mindig is jelen lesz, és működni fog legyen szó bármilyen katasztrófáról is. Személy szerint jó magam is úgy véltem ez idáig, hogy mintha ez egy érintetlen, az embereknek bármikor elérhető szegmens lenne és tényleg bármi is történjen a világban ez mindig jelen van és várja az embereket. Továbbá érdeklődtem a felől, hogy ilyen helyzetekre egyáltalán fel lehet-e készülni, és ha igen akkor milyen terv vagy tervek állnak rendelkezésre? A válasz rövid, de annál egyszerűbb volt. Egy ilyen jelenségre, mint például egy pandémia szinte lehetetlen felkészülni már csak ha abból indulunk ki, hogy az utóbbi években vagy évtizedekben, ha voltak is világjárványok, egyik sem érte el azt a szintet, amit a COVID-19, így semmiféle olyan tapasztalat nincs, amivel jobban kivédhető lett volna ez a katasztrófa. A legutóbbi, ha nem is ekkora mértékű pandémia a 2005 – 2006-os madárinfluenza vagy másik nevén a H5N1 volt, viszont nem került sor olyan szabályok bevezetésére, mint a mostani. Másrészt pedig a kormányzati döntések egyértelművé tették a szabályokat, ezáltal nagyon nehéz olyan rögtönzött stratégiákat alkalmazni, ami a szórakozóhelyek javát szolgálná, hiszen meg van kötve a kezük, hogy mit és mit nem tehetnek meg a szórakozóhelyek. Úgy gondolom, hogy nem szabad elmenni amellett a tény mellett, hogy gazdasági mutatókon túl milyen mentális állapotot idézett elő a pandémia, például a Story Budapest személyzetére, vagy még nagyobb perspektívából nézve az egész vendéglátóiparra, akik emiatt a munkájukat veszítették el. Véleményem szerint az ember lelkét egy ilyen helyzetben a bizonytalanság viseli meg leginkább. Az, hogy nem tudjuk kiszámítani a végét ennek a vírusnak az embert képes letargikus lelki állapotba hozni, ami hosszabb távon depressziót okozhat. Személyes gondolatom, hogy egy ilyen pandémia kialakulásakor az ember megtanulja értékelni, és becsülni a vírus előtti munkahelyét, ami ez esetben egy szórakozóhelyen való munkavégzés. Hiszen mennyivel jobb egy szórakozóhelyen, zene kíséretével, szép hölgyek, illetve helyes férfiak közt dolgozni, mint például olyan körülmények közt dolgozni, ahol a fizikai képességeid határát súrolod legyen szó esőről vagy égető

napsütésről. A mai felgyorsult világban ezeken a dolgokon az ember egyszerűen átsiklik, vagy ha nem is, de különösebben nem gondol bele. Ide sorolnám azt is, hogy habár rettentő nagy veszteségeket követelt a vírus legyen szó munkáról, vagy az élet kioltásáról, de talán annyi pozitív volt ebben, hogy az amúgy is eszméletlen mértékben növekvő és rohanó világ egy kicsit lelassuljon, hogy egy kicsit megálljunk és észre vegyünk azokat az értékeket, amik körül vesznek minket, de ebben a technológia által behatárolt és sietett életben egyszerűen nem ismerjük fel a jelenlétüket. Én személy szerint ezt a fajta lassulást pozitívnak éltem meg, olyan tevékenységeket tudtam elkezdni, amikre eddig nem szántam elég időt, mert egyszerűen nem volt. Persze minden ember más, így biztos vagyok abban is, hogy sokakat ez negatívan érintett, mert éppenséggel az aktuális élet szakaszukban járva nagyon jó helyen tudtak elhelyezkedni a vendéglátásban, valamint élvezték is, amit csináltak, ez egy csettintés alatt megváltozva, kénytelenek voltak hirtelen alkalmazkodni az új helyzethez. Gazdasági szempontból a vendéglátás egy igen jövedelmező munka tud lenni, sok áldozattal jár ugyan, de leginkább a szabadidő az, amit megkövetel egy ilyen munkavégzés. Más szektorokkal ellentétben a vendéglátásban nincsenek munkaszüneti napok, ünnepek, ami miatt a munkavégzés szünetelne. Ez is egy olyan áldozat, amibe bele kell törődnöd, ha ebben a szektorban helyezkedsz el. Továbbá a jó kereset ellenére az egyik legnagyobb probléma, hogy számos vendéglátóhelyen az alkalmazottak nem élvezhetik teljes bejelentett munka státuszi viszonyt, ezáltal el vannak lehetetlenítve, különböző a kormány által vagy bankok által meghirdetett hitelek, kölcsönök felvételére. Leginkább, ami miatt sokszor elutasításra kerül a kérelmük az az úgynevezett „mozgó” bér miatt van. Ez egy legális jövedelem, amit a vendég fizet a helynek úgymond szervízdíj címszó alatt. Ez a fizetés általánosságban az alkalmazott fizetésének az ötven százalékáért felel. Egy egyszerű példán keresztül szemléltetve papíron az alkalmazott jövedelme 300.000 Ft viszont ennek csak 150.000 forint a fix kézhez kapott pénz mennyiség, ami sok esetben azt jelenti, hogy nem hitel képes a bankoknál. A szabályok enyhítése után nagy kérdés lesz az is, hogy a vendéglátói szektorban esetleges munkahiány lép fel, vagy éppen ellenkezőleg nagyobb lesz a kínálat, mint a kereslet. Viktor számításai szerint ezt előre nem lehet megmondani, hiszen nem tudjuk szám szerint, hogy hány olyan vállalkozás lesz, ami túléli ezt és hány olyan, amit be kell zárni. Ezt akkor lehet majd megmondani, amikor minden újra a rendes ütemben ki tud nyitni és eltelik pár hónap. Nem szabad megfeledkezni arról sem, hogy léteznek olyan szórakozóhelyek, ahol inkább a külföldi vendégekre támaszkodnak és jövedelmük nagy százalékát a külföldiek teszik ki, így ezek a helyek talán még instabilabbak lesznek a teljes nyitás után, mintsem azok a helyek, amik a hazai vendégekre fókuszálnak. A Story Budapest vendégköre nagy százalékban a magyarokra van felépítve, így a nyitás után

bizakodva állnak majd újra munkába és reményeik szerint hamar el tudják kezdeni a veszteségüket csökkenteni. Úgy gondolom, hogy a teljes nyitás után sem lesz könnyű a vendéglátó egységeket üzemeltető tulajdonosoknak. A piacot nézve, ha munkaerőhiány nem is, de biztos lesznek olyanok, akik megtalálták maguknak azt a munkahelyet, ami megfelelő számukra és ha lehet ezzel a szóval élni, akkor „ember barátibb” munkaidőben dolgoznak majd és talán a legfontosabb, hogy hitelképesek lesznek. Ennek mértékét szintén nem lehet megbecsülni, ami további bizonytalanságra ad okot. „A megfelelő számú munkaerő biztosítása az egyik sarokpont, komoly béremelésekre lesz szükség a visszacsábításhoz, például az építőipar nagy konkurensünk a piacon, felszívták a vendéglátásban a munka nélkül maradókat. Technikailag és mentálisan is lelassult a szektor, pótolni kell az árut, újra fel kell venni az embereket és fel kell pörgetni őket, hogy visszaálljanak a munka ritmusába.” (index.hu 2021.04.19). Utolsó kérdéseim egyike Viktorhoz az volt, hogy ő szerinte mikor tudnak majd újra kinyitni? Meglátása szerint májusnál korábban nem gondolja, hogy kinyithatnának. Szerinte nyáron lesz az, amikor, ha teljesen nem is, de valamilyen formában kinyithatnak a szórakozóhelyek. Ezen kívül egy nagy dömpingre is számít, amikor az emberek be akarnak majd özönlenni a helyekre, ami egy érthető viselkedési forma egy ilyen helyzetet követően. Viktorral mindketten egyetértettünk abban, hogy eleinte sem ő sem én nem számítunk hatalmas teltházaz bulikra, hiszen a nagyon sok munkahely vesztes vagy bércsökkenés befolyásolja majd az emberek szórakozóhelyre való látogatási szokásait. Továbbá fennállhat annak is az esélye, hogy ha a látogatási szokások nem is, de a pénzköltési attitűd változhat, mert az emberekben lehet egy rossz érzés egy esetleges újabb járvány vagy egyéb katasztrófa iránti így inkább nem szeretnének majd annyit költeni, mint a vírus előtti időszakban. Végül interjúm utolsó kérdésemet tettem fel Viktornak, ami úgy hangzott, hogy ha teheti, akkor egy mondatban fejtse ki nekem, mitől tud sikeres lenni egy szórakozóhely? Válaszában nagy hangsúlyt fektetett a célközönség meghatározására, ami hosszútávon fenntartható és ennek a célközönségnek az igényeit maximálisan próbáljuk kielégíteni. Sok szórakozóhely próbált már meg több célközönséget kiszolgálni, megszólítani vagy olyan újításokat behozni a helyre, amik nem feltétlen voltak szükségesek és ezek mind csak negatív irányba terelte a szórakozóhely megítélését. Ne próbáljunk meg annál többet adni, mint amennyit elvár a vendég, mert az lehet már sok és nem előnyös számunkra hosszabb távon.

5. Kérdőív

A kérdőívem 20 kérdésből áll, mely négy demográfiai kérdéssel kezdődik, ezek a kitöltő nemére, életkorára, végzettségére és lakóhelyére vonatkozik. Az ezek után soron következő kérdéseim a kitöltő véleményére, szokásaira, tapasztalataira, illetve javaslataira térnek ki. Specifikusan a Story Budapest köré fonódnak a kérdőív kérdései, de kíváncsi voltam, hogy vajon mennyire vannak tisztában a veszteségekkel is, illetve, hogy a vírus előtti szokásait a kitöltőknek mennyire változtatta meg a pandémia és hogy a koronavírus után ezek a megváltozott vagy éppenséggel nem változott szokások mennyire változnak vagy változtak meg. Utánajártam többek között annak, hogy milyen gyakorisággal és mely szórakozóhelyeket látogatnak meg leginkább, illetve milyen fontossági rangsor van a szemük előtt, ha az ital árakat vagy a jegyek milyenségét vizsgáljuk meg.

Összességében 101 ember töltötte ki a kérdőívem, akiknek a válaszaival fogok dolgozni a továbbiakban. A nemek szerinti arány számomra igen meglepően alakult, a teljes mintanagyság 62 százaléka nő, míg a férfiak aránya ebben a kérdésben csupán 38 százalék. Ez az információ azért is érdekes, mert mint szórakozóhelyen dolgozó személy, tapasztalataim alapján, ha ránézésre kellene meg becsülni a nemek arányát egy este folyamán, akkor gondolkodás nélkül a férfiakat részesíteném többségében. Habár úgy gondolom, hogy a férfiak kevésbé hajlamosak e fajta tesztek kitöltésére főleg, hogy a válaszadók több mint 90 százaléka, pontosabban 95 százalék a 18 – 30 éves korosztályba tartozik. Míg 4 százalék a 31- 50 éves és a maradék 1 százalék pedig 51 év vagy annál idősebb korosztály volt. Természetesen fontosnak találok megjegyezni, hogy a kitöltők nem szerinti megoszlása nem feltétlenül enged következtetni arra, hogy a férfiakat kevésbé érdekli a szórakozás, szórakozóhelyre való eljárás. Tény, hogy a szórakozóhelyre járás elvileg kortalan viszont valljuk be, hogy leginkább a fiatal közösségekben ismert ez a tevékenység már csak ha a kor szerinti százalék elosztást vesszük figyelembe. A felsőbb korosztály ingerküszöbét véleményem szerint már nem üti meg ez a szórakozási forma, inkább egy nyugodtabb valamivel csendesebb, élő zenés beszélgetős estét tudok elképzelni ennek a korosztálynak. A harmadik kérdésem a kitöltők végzettségére vonatkozik és itt hat csoportot különítettem el, ezek a következők voltak: 8 általános, érettségivel rendelkezik, OKJ-s vagy szakirányú végzettség, FOSZK, jelenleg felsőfokú tanulmányokat folytat, főiskolát vagy egyetemet végzett, illetve diploma utáni végzettség (pl. Msc, PhD). A kérdőívem kitöltői többségében felsőfokú tanulmányokat végeznek jelenleg, majd közvetlen utána a második legnagyobb százalékban a főiskolát vagy egyetemet végeztek

jelentik. Majd az utolsó demográfiai kérdésem a kitöltő lakóhelyére vonatkozott, ahol öt különböző válasz lehetőséget adtam meg: Főváros, Város, Agglomeráció, Vidék, Falu. A válaszadók nagy része fővárosi 62,6 százalékkal, majd ezután 20,2 százaléka városi, majd a maradék százalékarányosan oszlik el agglomeráció, vidék és falu közt.

Ön járt már a Story Budapest szórakozóhelyen?

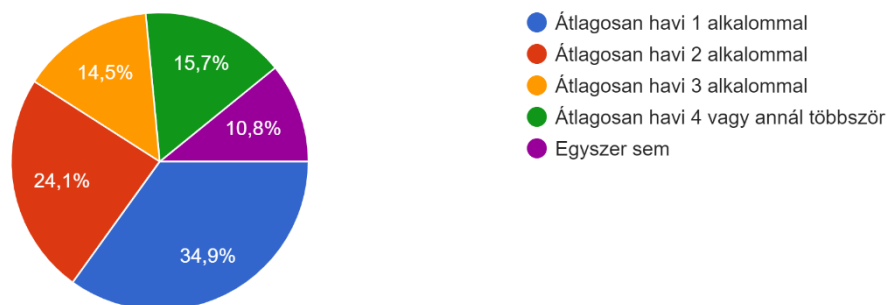
Kíváncsiságom arra is kiterjedt, hogy a kitöltők közül hányan jártak már a kérdésben említett szórakozóhelyen. A kitöltők háromnegyede, azaz a 75 százaléka járt már a Story Budapest szórakozóhelyen, míg a maradék 25 százalék nemmel válaszolt. Ennek okául leginkább a kínálatot mondanám, hiszen a belvárosban mondhatni egymás hegyén, hátán vannak a szórakozóhelyek így értetendő, ha az ember a bőség zavarában szenved és nem jutott el még vagy nem érdeklődik még a Story Budapest iránt.

Ha Ön igennel válaszolt, havi hányszor látogatott el átlagosan a Story Budapest szórakozóhelyre?

Ebben a kérdésben leginkább az érdekelt, hogy a kitöltők mennyi időt szánnak átlagosan havonta arra, hogy ellátogassanak a Story Budapest szórakozóhelyre. A válasz lehetőségek közül legtöbben az átlagosan havi egy alkalommal választ adták meg, ami 34,9 százalékot jelent számszerűsítve. Majd 24,1 százalékuk átlagosan havi két alkalommal járt el a Story-ba, míg 14,5 százalék havonta háromszor, illetve 15,7 százalékuk havonta négy vagy annál többször köszönt be a Story Budapest szórakozóhelyre. A maradék 10,8 százalék egyszer sem járt a helyen a kérdőív szerint. Számomra igen érdekes adatok ezek, leginkább az átlagosan havi 4 vagy annál többször eljárta halmazra hívnám fel a figyelmet. Ez azt jelenti, hogy ezek a kitöltők szinte minden héten eljártak a Story Budapest szórakozóhelyre minimum, ha nem többször egy héten. Vezetőként, ha ezt az adatot látnám további lehetőségeken gondolkoznék, abból a célból, hogy ezt a 15,7 százalékot hogyan és miként, de legalább 30 százalékra emeljem.

6. Ha Ön igennel válaszolt, havi hányszor látogatott el átlagosan a Story Budapest szórakozóhelyre?

83 válasz



5.ábra Átlagosan havonta hányszor jár el a Story Budapest szórakozóhelyre? Forrás: Saját készítésű ábra, kérdőíves felmérés alapján, 2021

Ha Ön az előző kérdésre igennel válaszolt, hétköznap vagy hétvégén látogatja a Story Budapest szórakozóhelyet?

Itt ugyancsak arra voltam kíváncsi, hogy a kitöltők hány százaléka jár el hétvégente, hétköznap vagy a hét bármely szakaszában szórakozni. Természetesen többségében hétvégente járnak el, ami itt 50,6 százalékot jelent, de kerek 38 százalékuk a hét bármely szakaszában is hajlandó eljárni szórakozni, ami arra enged következtetni, hogy a kitöltőim nagy többsége még tanulmányokat folytat és az ebből eredő hét közbeni szabad estéjüket inkább töltik bent a városban egy szórakozóhelyen. Továbbá szeretik annyira a Story Budapest szolgáltatásait, hogy hétköznap is szívesen térnek be oda. Végül a teljes egészéből 11,4 százalékuk csakis kizárólag hétköznap jár el bulizni.

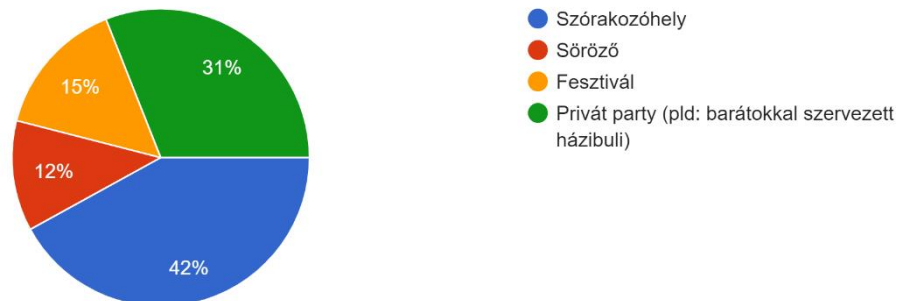
Ön inkább milyen szórakozási formát választ leginkább?

Ennél a kérdésnél 4 fix válaszadási lehetőséget kínáltam fel a kitöltőknek. Ezek a következők voltak: Szórakozóhely, söröző, fesztivál, privát party (pld: barátokkal szervezett

esemény / házibuli). Ez a kérdés, illetve a válasz képes arra, hogy a mai fiatalok szórakozási igényüket felmérjük és megértsük, hogy mire is vágnak leginkább. A teljes mintanagyság 42 százaléka választotta a szórakozóhelyet, míg 31 százaléka a privát partit, majd meglepetésemre 15 százaléka a fesztivált és a maradék 12 százaléka a sörözőt választotta. Ezek az adatok számomra meglepőek főként az, hogy e kérdőív alapján inkább választják a saját vagy más által szervezett privát eseményeket, mint a fesztivált. Persze mondhatjuk, hogy a fesztiválok nem állnak rendelkezésre az év minden szakában és ha mégis akkor is egy bizonyos ideig tart csak, de úgy gondolom, hogy ez akkor is megdöbbentő adat.

8. Ön inkább milyen szórakozási formát választ leginkább?

100 válasz



6.ábra Ön inkább milyen szórakozási formát választ leginkább? Forrás: Saját készítésű ábra, kérdőíves felmérés alapján, 2021

Soroljon fel 3 szórakozóhelyet, amelyet gyakran látogat.

Ez a kérdés úgymond szabadon választható volt, ugyanis nem adtam meg fix szórakozóhelyeket. Kíváncsi voltam, hogy a kitöltők mely helyeket adnak meg saját maguk, ahol szívesen töltik az estéjüket. A teljes egészéből két egyforma százalék is született, ez a kettő a Story Budapest és az Ötkert szórakozóhely volt. Mindkettőnél 24,32 százalék volt az arány. Számomra nem meglepő ez az adat, hisz két egyforma zenei stílusú és korosztály orientált szórakozóhelyről beszélünk, illetve egy cégcsoporthoz is tartozik a két hely. Ezek után 15,88 százalékkal a BOB szórakozóhelyet jelölték meg a válaszadók. A BOB, mint szórakozóhely kicsit különb az utóbb említett helyektől. A célcsoportjuk inkább a 25 és annál idősebb korosztály, ebből adódóan gondolhatjuk, hogy már nem diákokról van szó, hanem olyan felnőtt emberekről, akiknek már saját keresetük is van, így ezáltal az árak is

magasabbak. Soron következő populáris szórakozóhely a kitöltők közt a HEAVEN klub 13,51 százalékkal. Ez is egy a belváros szívében megbújó pár éve nyílt szórakozóhely, ami a fiatalok körében közismertebb. Nem utolsó sorban a Yellow klub a következő gyakran látogatott szórakozóhelyek egyike 12,74 százalékkal. Végül a nyáron évek óta ismert Raqpart szórakozóhely 7,3 százalékkal és 1,93 százalékkal a Pontoon klub foglalnak helyet a listán.

Értékelje az állításokat 1-5 terjedő skálán, ahol az 5- teljesen jellemző rám, 4- inkább jellemző rám, 3- nem tudom megítélni, 2- inkább nem jellemző rám, 1- teljesen nem jellemző rám

E kérdésben céлом volt, hogy felmérjem, hogy hogyan viszonyulnak a kitöltőim a Story Budapesthez. Az állításaim a következők voltak: Szeretek a Story Budapest szórakozóhelyre járni”, „Drágának tartom a Story Budapest árait”, „Ha tehetném ide szerveznék rendezvényt, mert felkészült csapat fogadna engem”, „Tudom milyen háttér munkálatok folynak egy-egy buli szervezés kapcsán”, illetve „Az első 3 legkedveltebb szórakozóhelyeim közé tartozik a Story Budapest”. Sorjában haladva az első opcióból, azaz, hogy „Szeretek a Story Budapest szórakozóhelyre járni” összesen a 100 kitöltőből 35 olyan személy volt, aki a „teljesen jellemző rám” lehetőségre adta le a voksát. 23-an jelölték az „inkább jellemző rám” lehetőséget, illetve egyforma számban (17 – 17) szavaztak a „nem tudom megítélni” és a „teljesen nem jellemző rám” opciókra. A maradék 8 százalék pedig egyáltalán nem szeret a Story Budapest szórakozóhelyre járni. Arra a kérdésemre, hogy mennyire tartják drágának a Story Budapest árait, 35-en véleményük szerint nem tudták megítélni. 22 ember viszont úgy vélekedett, hogy számukra egy kicsit drágának tartják az ital árakat a helyen, míg 9 személy teljesen drágának találta a Story Budapest árait. Továbbá 20 és 13-an szavaztak az inkább nem jellemző és a teljesen nem jellemző rám válasz lehetőségekre. Számomra a legérdekesebb kérdés mindig az, hogy tudják-e, hogy vajon milyen fajta munkálatok vagy előkészületek zajlanak le egy sikeres este megszületéséhez. Ahogy az előző kérdésemre, itt is történt egy egyenlő számú válaszadás. 21 – 21 szavazattal jelölték az inkább nem jellemző rám, illetve a nem tudom megítélni lehetőségeket. 16-an jelölték a teljesen nem jellemző rám-at továbbá 23 olyan kitöltő volt, aki tudta, hogy milyen munkálatok zajlanak le egy ilyen buli szervezése kapcsán. Sőt 20-an, ha nem is teljesen, de volt némi rálátások ebben a kérdésben. A következő kérdésem arra irányult, hogy vajon van-e olyan megbízható a Story Budapest, hogy akár ide szervezzenek egy magán partit vagy

bármiféle eseményt. Itt csak a legkisebb, illetve a legnagyobb számú választ fogom ismertetni. A 100-ból 34-en jelezték azt, hogy nem tudják megítélni, hogy ide szerveznének-e bármi féle rendezvényt, illetve 10-en jelölték az inkább nem jellemző, azaz, hogy egyáltalán nem szerveznének eseményt a Storyba. Utolsó ilyen kérdésem pedig az volt, hogy a Story Budapest szórakozóhely a három legkedveltebb helyei közé tartozik-e a kitöltőnek. Nos, toronymagasan, mintegy 40 fő adta válaszul, hogy teljesen jellemző rá, tehát rövidebben: igen. Mígnem mindössze csak 19 olyan személy volt, aki egyáltalán nem mondaná a Story Budapestet a három legkedveltebb szórakozóhelyei közé.

Ön bele szokott gondolni abba, hogy milyen háttér-munkálatok merülnek fel egy buli szervezése kapcsán?

Ezt a kérdést az előző kérdésemben feltettem, viszont érdekelt úgy a véleményük is, ha csak igen vagy nem, illetve, hogy elgondolkoztak-e már ezeken valaha. Az adott válaszok nagyjából egyenlő eloszlást mutatnak. A minta nagyság 42,9 százaléka szavazott a „volt már rá példa, hogy elgondolkoztam” lehetőségre, továbbá 31,6 százalék az igenre és 25,5 százalék szavazott a nem válaszra. E adatokat látván szerintem jó döntés volna, ha a bulizni vágyó közönség egy kicsit jobban bele láthatna a szervezésbe így egy nagyobb perspektívából láthatnák a vendéglátás egyes részleteit.

Mit gondol a koronavírus járvány mennyire rontott a szórakozóhelyek piaci helyzetén?

Ahogy különböző médiumokból és számos hivatalos forrásokból hallva lehet tudni, hogy a vendéglátás szektor az a szektor, ami óriási veszteségeket szenvedett el a vírus miatt. Érdekelt, hogy a kitöltőim e kérdésről miként vélekednek. A résztvevők négy válasz lehetőség közül választhattak. Ezek voltak a „A vendéglátóipar van a legrosszabb helyzetben jelenleg”, „Nem lesz sok idő, mire visszahozzák a kiesést”, „Egyáltalán nem gondolom, hogy rossz helyzetben lennének”, illetve „Nincs véleményem”. Ezek közül kerekén 78 százalék gondolta úgy, hogy a vendéglátó ipar van a legrosszabb szituációban. 22 százalék szerint nem lesz sok idő mire visszahozzák a kiesést. Jobban megvizsgálva a helyzetet, azért ez mégsem annyira egyszerű, mint azt gondolhatják az emberek. Nagyon sok olyan tényező van, ami befolyásolja azt, hogy mennyi idő alatt sikerülhet visszahozni ezt a fajta kiesést. Ilyen okok

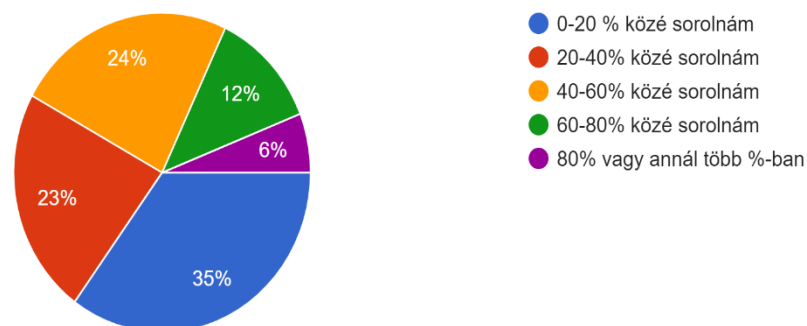
lehetnek például az emberek szórakozásra szánt pénze, vagy ha egy szórakozóhely csak is a külföldi vendégekre koncentrál, vagy a marketing stratégiájuk nem elég jó.

Ön szerint a koronavírus járvány vége hány %-ban fogja megváltoztatni az Ön szórakozóhely látogatási szokásait?

Tekintettel arra, hogy a vírus milyen komoly következménnyel járhat, így fennállhat annak az esélye, hogy az ember ezentúl sokkal óvatosabb lesz, ha arról van szó, hogy ellátogasson egy rendezvényre vagy szórakozóhelyre. Az emberekben biztos lesz egy félelem érzés ezt illetően, kérdés csak az, hogy ez a félelem milyen mértékben uralkodik el az embereken. A kérdőívemben feltett erre a kérdésemre százalékos válaszadási lehetőségeket kínáltam a résztvevőknek. A felkínált válaszok a következők voltak: „0-20 % közé sorolnám”, „20-40% közé sorolnám”, „0-60% közé sorolnám”, „60-80% közé sorolnám”, „80% vagy annál több %-ban”. 35 százaléuk erre a kérdésre úgy vélekedik, hogy 0-20 százalék közé esik a szórakozóhely látogatási szokásuk a COVID-19 után. 24 százaléuk sorolja 40 és 60 százalék közé a látogatási szokásokat. Majd 23 százaléuk a 20-40 % közé sorolja, illetve 12 és 6 százaléuk mondja azt, hogy 60-80 százalék, illetve 80% vagy annál több. Összességében a többségüket nem igen fogja befolyásolni a vírus okozta veszélyek.

13. Ön szerint a koronavírus járvány vége hány %-ban fogja megváltoztatni az Ön szórakozóhely látogatási szokásait?

100 válasz



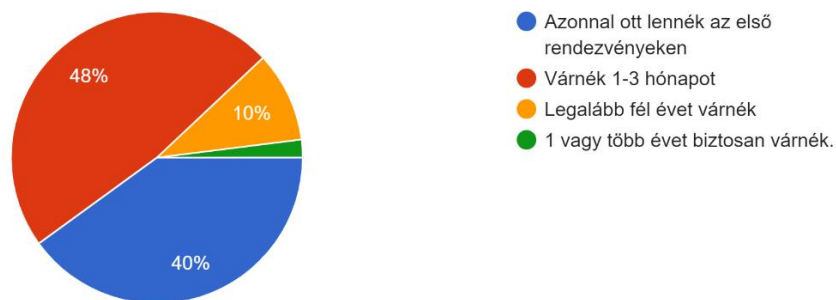
7.ábra Ön szerint a koronavírus járvány vége hány %-ban fogja megváltoztatni az Ön szórakozóhely látogatási szokásait? Forrás: Saját készítésű ábra, kérdőíves felmérés alapján, 2021

Ha újra megnyitnak a szórakozóhelyek mennyi idő múlva menne újra szórakozni?

Véleményem szerint ennél a kérdésnél tudhatjuk meg leginkább, hogy az emberekben mekkora az a fajta félelem faktor, ami befolyásolhatja őket a szórakozásban. A válaszadók 48 százaléka a szórakozóhelyek megnyitása után várna 1-3 hónapot, míg elmenne egy rendezvényre. Nem sokkal kevesebben pontosan 40 százalékuk ott lenne az első eseményeken, amint a szórakozóhely megtartaná az első eseményét. 10 százalékuk várna legalább fél évet a bulizással, míg 2 százalék egy, vagy annál több időt várna, amíg újra elmenne egy buliba. Ezek az adatok nagyon jó viszonyítást adhatnak a helyeknek abból a szempontból, hogy mekkora forgalomra számíthatnak a nyitás utáni napokban, avagy estékben. Összegezve kirajzolódik, hogy az emberek tartanak a járványtól és az átoltottság ellenére sem szeretnék elkapkodni a tömegbe való visszatérést.

15. Ha újra megnyitnak a szórakozóhelyek mennyi idő múlva menne újra szórakozni?

100 válasz



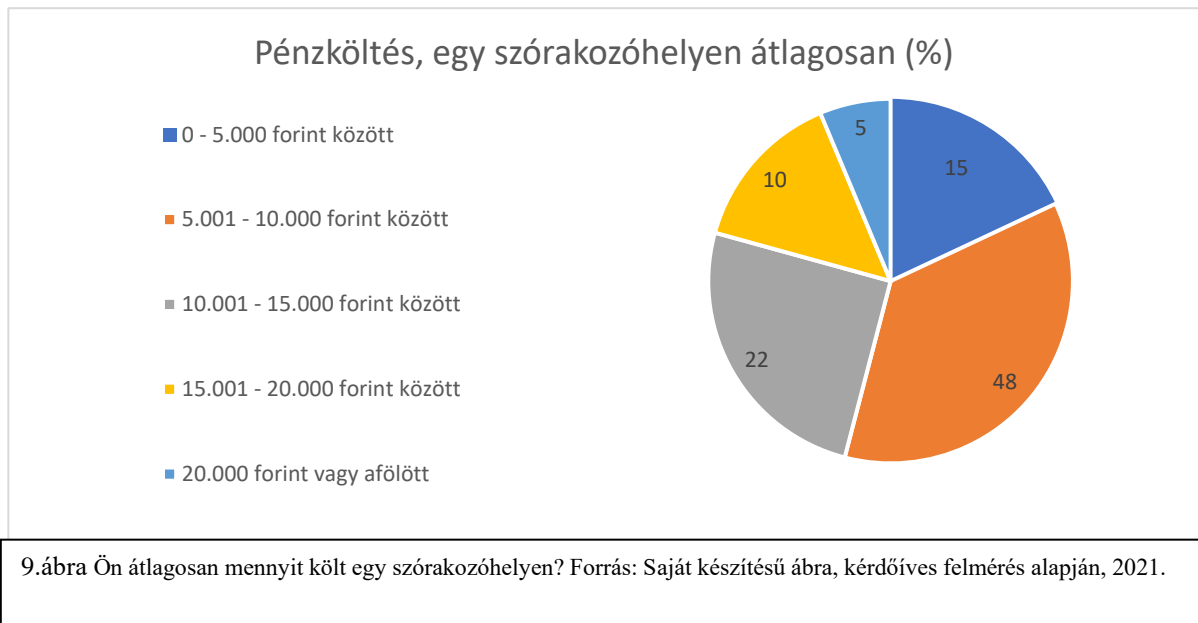
8.ábra, Ha újra megnyitnak a szórakozóhelyek mennyi idő múlva menne újra szórakozni? Forrás: Saját készítésű ábra, kérdőíves felmérés alapján, 2021

Önnek mennyire fontos, hogy fent legyen a VIP listán?

Manapság, ha az ember elmegy egy szórakozóhelyre, akkor van lehetősége választani a sima, illetve a VIP jegy között, amik különböző kedvezményekre vagy akár különleges bánásmódra jogosítja fel tulajdonosát. A fiatalok körében akár ez egy presztízs státusszal is bíró „kiváltság” lehet a többi vendéggel szemben. Viszont a válaszok erre a kérdésre korántsem ezt bizonyítják. A kitöltők 42 százaléka vallja úgy, hogy őket és az ő szórakozásukat nem befolyásolja az a tény, hogy VIP listán vannak e vagy nem. Ezt követően 27 százaléknak egyáltalán nem fontos, míg egyenlő arányban 11-11 százalékban inkább fontos és inkább nem fontos az embereknek. Egész pontosan 9 százalék az, ahol nagyon fontos az, hogy a VIP jegy előnyeit tudhassák élvezni a fiatalok az este folyamán. Saját gondolataim alapján ezek az eredmények alátámasztják felvetésem, miszerint egy este nem ér annyit a fiataloknak, hogy többet költsenek jegyre, a rövid időtartalmú presztízs státusz nem annyira vonzó egy átlagos embernek, amit valljuk be érthető.

Ön mennyit szokott költeni a szórakozóhelyen átlagban egy este alatt?

Különböző ár sávokat adtam meg a kitöltőknek, hogy azok közül válasszák ki mennyit szoktak egy este alatt elkölteni átlagosan egy szórakozóhelyen. 48 százalékuk egy este alatt átlagosan 5.000 – 10.000 forintot költenek a szórakozóhelyen. 22 százalék az arány azoknál, ahol 10.000 – 15.000 forint között mozog ez az érték. 15 százalék költ egy este alatt 0 – 5.000 ft értékben, míg 10 százalékuk 20.000 vagy annál többet, illetve 5 százalék gondolja úgy, hogy 15.000 és 20.000 forint közt költ egy este alatt. A kérdésre adott válaszok rávilágítanak arra, hogy a szórakozóhely látogatói a fiatalabb még nem, vagy még csak csekély jövedelemmel rendelkező ifjabb korosztályból kerülnek ki, akik a belépődíj kifizetése után relatíve kicsiny keretösszegeből kénytelenek gazdálkodnak az este folyamán.



Ön követi-e a Story Budapest social media platformjainak valamelyikét (Facebook, Instagram)?

Egy szórakozóhely számára nagyon fontos az, hogy minél többen tudjanak tájékozódni az eseményekről az adott klub hivatalos oldalain, illetve ezáltal a szórakozóhely reputációja is nő. A kitöltők 52 százaléka válaszolt nemmel, míg 48 százalék igennel. Ez eléggé egy megosztó adat a számomra és furcsállom is, hogy több a „nem”, mint az „igen” válasz. Közre játszhat az is, hogy az adott szórakozóhely, mennyire interaktív a követőivel kapcsolatban, mennyire kíváncsiak a véleményükre. A social mediában nagyon fontos, hogy arca legyen annak, akit követünk, mivel a szórakozóhely egy fiktív valaki, nem tudják a fiatalok létező szereplőhöz kötni a profilt. Továbbá az is közrejátszik, hogy jó formám semmilyen előnyük nem származik a követőknek abból, hogy egy épületet követnek, nem kapnak kedvezményes kuponkódot, de még nyereményjáték is nagyon ritkán fordul elő ezeken a felhasználói profilokon. Nem tud elég értéket és okot adni egyik magyar szórakozóhely oldala sem arra, hogy sokan kövessék, valljuk be ebben azért lehetne fejlődni és újabb marketing alapú trendeket teremteni.

Amennyiben az előzőre igennel válaszolt, megítélése szerint a rendezvényekkel kapcsolatos tájékoztatás teljes körű-e?

Ahogy az imént említettem, fontos szerepet játszik az, hogy a követőket megfelelően tájékoztassák a közelgő eseményekről vagy egyéb olyan dolgokról, ami a szórakozóhely üzemeltetését is befolyásolhatja. Mai világban, szinte minden a digitális világban történik így az online marketing, illetve az online információ közlés az egyik kulcsfontosságú tényező, ha telt házas partikat akarunk rendezni a szórakozóhelyünkön. A Story Budapest is leginkább social media platformjain ad tájékoztatást, állandó, bevált módszer manapság már minden rendezvény meghirdetésére a Facebook-on létrehozott esemény, amelynél az emberek meghívhatják saját ismerőseiket, tehát a szervezőknek csak hátra dőlve kell figyelniük, hogy gyarapszik a meghívottak száma. ATL marketingkommunikációs elemekkel egyáltalán nem terveznek manapság, nem csak a Story Budapest, egyik szórakozóhelyre sem jellemző. A teljes egész 72,9 százaléka szerint teljes körű a tájékoztatás a rendezvényekkel kapcsolatban, míg 27,1 százalék nem gondolja megfelelőnek a tájékoztatás, ez mindenképp pozitív, hiszen a válaszadók nagyon nagy többsége meg van elégedve az információ áramlással.

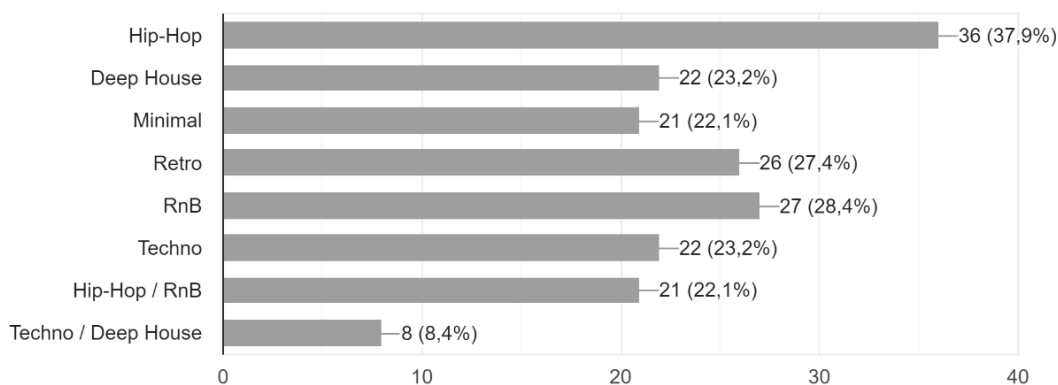
Milyen zenei stílust hallana szívesebben a Story Budapest szórakozóhelyen?

Itt hat különböző válaszadási lehetőségük volt a kitöltőknek, ezek a lehetőségek a következők voltak: Hip-Hop, Deep House, Minimal, Retro, RnB, Techno. A kérdésem célja az volt, hogy rácáfoljak vagy megerősítsem, azokat a pletykákat, miszerint a Story Budapestben szórakozni vágyó fiataloknak nincs szükségük a jelenleg trendként üzemelő zenei stílusokra, mint például a RnB és a Hip-Hop és ezek helyett inkább az elektronikusabb zenét szeretnék viszont hallani. Már kitértem az előbbieken arra, hogy milyen zenei stílus eltérés van a belvárosi és az agglomerációban, illetve a vidéken üzemelő klubok tekintetében. Míg a belvárosban az imént leírtak, azaz az Rnb és a Hip-Hop dominál, addig vidéken épp az ellenkezőjük a Techno. Minimal és a Deep House műfajok érvényesülnek. Érdekes két véglet ez a véleményem szerint. A résztvevők rácáfoltak a pletykákra és megerősítették azt aényt, miszerint a Story Budapestben teljes mértékben a RnB és Hip-Hop-ot szeretnék hallani. E tekintetben 37,9 százalék és 28,4 százalék szavazott a Hip-Hop és RnB-re külön külön. Azt sem szabad elfelejteni, hogy a pesti éjszakában a fiatalok körében nagyon ismert és kedvelt zenei

műfaj még az úgynevezett „retro” zenék, ami leginkább a 2000-es évek zenéit tükrözi, mind hazai és külföldi előadókat egyaránt. A kitöltők 27,4 százaléka véli úgy, hogy szívesen hallgatna retró stílusú zenéket a Story Budapestben. Majd ezek után következnek a különböző elektronikus zenéket hallani vágyó műfajok. A Techno, illetve Deep House-t ugyanolyan arányban 23,2 százalékban jelölték, míg a Minimal-t 22,1 százalékban. Jól látható az is, hogy relatíve kevés a százalék különbség ezek a műfajok közt, ami arra enged következtetni, hogy biztosan lenne rá igény, de ez az igény egyelőre alul marad a mostani trendnek tituláló műfajú zenékkal szemben. Természetesen akadtak olyanok is, akik nem csak egy lehetőséget választottak, hanem több zenei stílust jelöltek meg. Ezeknek a százalékos aránya a Hip-Hop / RnB-nél 22,1 százalék, illetve a Techno / Deep House -nál 8,4 százalék. Összességében ez egy nagyon jó visszajelzés szerintem, minden olyan szórakozóhelynek, akik esetleg zenei műfajban szeretnének változni csak még nem tudják, hogy milyen irányba tegyék ezt meg.

20. Milyen zenei stílust hallana szívesebben a Story Budapest szórakozóhelyen?

95 válasz



10.ábra Milyen zenei stílust hallgatnának a Story Budapest szórakozóhelyen, Forrás: Saját készítésű ábra, kérdőíves felmérés alapján, 2021.

6. ÖSSZEFOGLALÁS

Szakedolgozatomban arra kerestem a választ, hogy a fiatalok egyik legnépszerűbb időtöltése mennyire nyúlik vissza a múltba, illetve milyen különböző idősíkokon jutunk el a ma ismert szórakozóhelyekig. A feltételezésem szerint egészen az ókorig kell visszatekintennem, azon belül is akár a püthói játékokig, ami tekinthető akár az első olyan eseménynek, ami a mai

szórakozás, mint fogalom és tevékenység alapjául szolgálhat, ez az állítás támasztja alá a feltételezésem. A különböző időszakokat vizsgálva láthatjuk, hogy ezekből az eseményekből, amik eleinte inkább egy hagyományként szolgáltak, mekkora iparággá nőtte ki magát a szórakoztatóipar, és az idő előrehaladtával hogyan változott ez a hagyomány mára majdnem mindennapos tevékenységgé. Továbbá betekintést, illetve választ kaptam arra is, hogy hogyan működik egy szórakozóhely a mindennapokban, milyen és mekkora szintű szervezettség, ötletelés, gazdasági megállapítások szükségesek, ahhoz, hogy pénzügyileg stabilan tudjon működni egy klub és teljes egészében ki tudja szolgálni a közönség igényeit.

A COVID-19 súlyosan sújtotta a vendéglátóipart és az ezzel kapcsolatos olyan cégeket, ahol nem tudtak hirtelen profilváltással COVID kompatibilissé válni. A Story Budapest is jelentős anyagi veszteséget halmozott fel, hiszen más tevékenységet nem tudott folytatni, a kormány rendelkezései alapján pedig jelentős időre be kellett zárnia kapuit. A folytatás nagyban függ attól is, hogy mennyire alakultak át a szórakozási szokások, hogy az emberek mikor fogják biztonságban érezni magukat egy zárt térben. Ezekben a kérdésekben egyelőre csak találgatni lehet, addig marad a reménykedés.

A második hipotézisem az volt, hogy a belvárosban üzemelő szórakozóhelyek „veszélyben” vannak, abban a tekintetben, hogy bezárásokról és szigorításokról vagy a bulinegyed kijebbi költöztetéséről lenne szó. Folyamatos vitákról olvashatunk a hangzavarról, a bulizók magatartásáról, kiabálásukról a környező utcákban, illetve a környezet szennyezéséről. E hipotézisem nem bizonyosult igaznak, hiszen az interjú során Viktor kizárta annak szemernyi esélyét is, hogy ezek a problémák miatt bezárástól kéne tartani, viszont arra van esély, hogy már az amúgy is túlszűfolt bulinegyed terjeszkedni fog területileg sokkal, inkább tűnik reálisabbnak és valószínűbbnek, minthogy az imént említett „veszélyek” bekövetkeznének.

Kutatásom alapján, kijelenthetem, hogy a Story Budapest, ami 2018-ban indult, mint szórakozóhely, megállta a helyét a többiekkel szemben és tudja hozni azt a színvonalat, ami ehhez a piachoz szükséges, továbbá nem csak tartani tudja, de köszönhetően a folyamatos új innovációknak, amikkel a vezetőség és a szervező csapat áll elő, a fiatalok körében szinte exponenciálisan nő a vonz erejük, a határ pedig a csillagos ég.

7. IRODALOMJEGYZÉK

- Baka F. Zoltán (2020): Nagy ütést kapott a szórakoztatóipar. Forrás: <https://mfor.hu/cikkek/vallalatok/nagy-utest-kapott-a-szorakoztatoipar.html> Letöltés dátuma: 2010.01.23.
- Dinya László (2005): Szervezetek sikere és válsága. Akadémiai Kiadó Letöltés dátuma: 2020.11.22.
- Jandala Csilla – Sándor Tibor (2016): A rendezvények és a turizmus kapcsolata a múltban és a jelenben. Polgári Szemle 12. évfolyam, 1-3. szám Letöltés dátuma: 2021.01.10.
- Kéziszótár (1980). Magyar Tudományos Akadémia
- Magyar Értelmező Gyarmati Ildikó (2001): Rendezvényszervező kézikönyv. Szókratész Külgazdasági Akadémia
- Rock The City hivatalos Instagram oldala.
- SEO, SEM definíciója Forrás: <https://www.magneshop.hu/sem-seo> Letöltés dátuma: 2021.04.20
- Story Budapest hivatalos Facebook oldala.
- Szabó János Zoltán (2011): Kulturális fesztiválok, mint a művelődés új formái. Forrás: <https://dea.lib.unideb.hu/dea/bitstream/handle/2437/129798> Letöltés dátuma: 2021.12.23.
- Szlávik Gábor (1992): A római ünnepek. História 1999 – 10. <https://regi.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/historia/92-10/ch04.html> Letöltés dátuma: 2020.10.23.
- Volentér Viktor – Tóth Dominik (2021): Interjú Volentér Viktorral a Story Budapest szórakozóhely Generál Menedzserével. Budapest, 2021. 02 16.
- <https://merce.hu/2021/01/30/a-tavalyi-evben-400-milliard-forintos-kieses-okozott-a-koronavirus-a-vendeglatoi-szektorban/> Letöltés dátuma: 2021.01.30.
- <https://index.hu/belfold/2021/04/19/vissza-kell-csabitani-a-munkaerot-a-vendeglatoiparba/> Letöltés dátuma: 2021.04.19.
- <http://ropteto.hu/muhely/140-taplalkozaskultura-a-keso-kozeppokban-es-a-kora-ujkorban.html> Letöltés dátuma: 2021.02.02.
- <https://mek.oszk.hu/15900/15918/15918.pdf> Letöltés dátuma: 2021.01.29.

- https://tortenelemtanulas.blog.hu/2016/07/04/szorakozas_a_kozepkorban Letöltés
- <http://dejavuparty.hu/hajogyari-sziget-disco-csoport/> Letöltés dátuma: 2021.05.16.
- <https://www.glamour.hu/monitor/sargara-festi-az-ejszakadat-a-legujabb-budapesti-klub/13xx04v> Letöltés dátuma: 2021.05.15.
- <https://index.hu/belfold/2020/09/01/bulinegyed-csendrendelet-erzsebetvaros/?fbclid=IwAR3Fjj5kDulD0m9XFHCCoAbF8iKxH2fwZbwVNP97XZDMWLKbqBZRRjHeojg> Letöltés dátuma: 2021.01.20.
- https://24.hu/kultura/2020/07/01/bulinegyed-csendrendelet-7-kerulet-niedermuller-peter-vendeglatohelyek/?fbclid=IwAR2TgdQshnEyp0NCuFhUk_J9kbFV___YQEd10CF6JTNK3a95_LQfdeNWmec Letöltés dátuma: 2021.01.20.
- https://444.hu/2020/06/27/uj-csendrendeletet-szavazott-meg-erzsebetvaros-ket-fronton-csaptak-le-a-vendeglatosokra?fbclid=IwAR3evvaey5tUf8dBVmz5yEHF_fDSniOXy-6xKXd8amgVGUnblg6YkizJpmU Letöltés dátuma: 2021.01.20.

8. MELLÉKLETEK

8.1. A Story Budapest és más szórakozóhelyhez kapcsolódó képek



12.ábra Ötkert szórakozóhely Forrás: welovebudapest.com



11.ábra Morrison's 2 szórakozóhely Forrás: Morrisons.com



13.ábra Story Budapest nyitó estéje Forrás: tripadvisor.co.hu

8.2. Az online kérdőív kérdései és válaszai

- Az Ön neme:
Nő
Férfi
- Az Ön életkora:
18 – 30 év
31 – 50 év
51 év vagy annál idősebb

- Az Ön végzettsége:
 - 8 általános
 - Érettségivel rendelkezik
 - OKJ-s vagy szakirányú végzettség
 - FOSZK
 - Jelenleg felsőfokú tanulmányokat folytatok
 - Főiskolát vagy egyetemet végzett
 - Diploma utáni végzettség (pl. Msc, PhD)

- Az Ön lakóhelye:
 - Főváros
 - Város
 - Agglomeráció
 - Vidék
 - Falu

- Ön járt már a Story Budapest szórakozóhelyen?
 - Igen
 - Nem

- Ha Ön igennel válaszolt, havi hányszor látogatott el átlagosan a Story Budapest szórakozóhelyre?
 - Átlagosan havi 1 alkalommal
 - Átlagosan havi 2 alkalommal
 - Átlagosan havi 3 alkalommal
 - Átlagosan havi 4 alkalommal vagy annál többször
 - Egyszer sem

- Ha Ön az előző kérdésre igennel válaszolt, hétköznap vagy hétvégén látogatja a Story Budapest szórakozóhelyet?
 - Hétvégén
 - Hétköznap
 - A hét bármely szakaszában

- Ön inkább milyen szórakozási formát választ leginkább?
Szórakozóhely
Söröző
Fesztivál
Privát party (pld: barátokkal szervezett házibul9)
- Soroljon fel 3 szórakozóhelyet, amelyet gyakran látogat:
- Értékelje az állításokat 1-5 terjedő skálán, ahol az 5- teljesen jellemző rám, 4- inkább jellemző rám, 3- nem tudom megítélni, 2- inkább nem jellemző rám, 1- teljesen nem jellemző rám.
Szeretek a Story Budapest szórakozóhelyre járni
Drágának tartom a Story Budaest árait
Ha tehetném ide szerveznék rendezvényt, mert felkészült csapat fogadna engem
Tudom milyen háttérmunkálatok folynak egy-egy buli szervezése kapcsán
Az első 3 legkedveltebb szórakozóhelyeim közé tartozik a Story Budapest
- Ön bele szokott gondolni abba, hogy milyen háttér-munkálatok merülnek fel egy buli szervezése kapcsán?
Igen
Nem
Volt már rá példa, hogy elgondolkoztam
- Mit gondol a koronavírus mennyire rontott a szórakozóhelyek piaci helyzetén?
A vendéglátóipar van a legrosszabb helyzetben jelenleg
Nem lesz sok idő, mire visszahozzák a kiesést
Egyáltalán nem gondolom, hogy rossz helyzetben lennének
Nincs véleményem
- Ön szerint a koronavírus járvány vége hány %-ban fogja megváltoztatni az Ön szórakozóhely látogatási szokásait?
0-20 % közé sorolnám
20-40 % közé sorolnám

40-60 % közé sorolnám

60-80 % közé sorolnám

80% vagy annál több %-ban

- Ön szerint a saját szórakozási szokásai meg fognak változni, amint újra lehet újra járni szórakozóhelyekre?

Igen, biztosan

Nem gondolom

Nem tudom előre megmondani

- Ha újra megnyitnak a szórakozóhelyek mennyi idő múlva menne újra szórakozni?

Azonnal ott lennék az első rendezvényeken

Várnék 1-3 hónapot

Legalább fél évet várnék

1 vagy annál több évet biztosan várnék

- Önnek mennyire fontos, hogy fent legyen a VIP listán?

Egyáltalán nem fontos

Inkább nem fontos

Nem befolyásolja az estém

Inkább fontos

Nagyon fontos

- Ön mennyit szokott költeni a szórakozóhelyen átlagban egy este alatt?

0 – 5.000 Ft

5.000 – 10.000 Ft

10.000 – 15.000 Ft

15.000 – 20.000 Ft

20.000 Ft vagy afölött

- Ön követi-e a Story Budapest social media platformjainak valamelyikét (Facebook, Instagram)?

Igen

Nem

- Amennyiben az előzőre igennel válaszolt, megítélése szerint a rendezvényekkel kapcsolatos tájékoztatás teljes körű-e?

Igen

Nem

- Milyen zenei stílust hallana szívesebben a Story Budapest szórakozóhelyen?

Hip-Hop

Deep House

Minimal

Retro

RnB

Techno

NYILATKOZAT


AlulírottTóth Dominik..... büntetőjogi felelősségem tudatában nyilatkozom, hogy a szakdolgozatomban foglalt tények és adatok a valóságnak megfelelnek, és az abban leírtak a saját, önálló munkám eredményei.

A szakdolgozatban felhasznált adatokat a szerzői jogvédelem figyelembevételével alkalmaztam.

Ezen szakdolgozat semmilyen része nem került felhasználásra korábban oktatási intézmény más képzésén diplomaszerzés során.

Tudomásul veszem, hogy a szakdolgozatomat az intézmény plágiumellenőrzésnek veti alá.

Budapest, 2021. év május hónap 12. nap


.....
hallgató aláírása

Nyilatkozat a szakdolgozat státuszáról (nyilvános, bizalmas)

AlulírottTóth Dominik..... (Neptun kódVYXA8F.....) a A szórakoztató szegmens helyzete Magyarországon – különösképp a Story Budapest példájára.....

című szakdolgozatommal/záródolgozatommal (továbbiakban mű) kapcsolatban az alábbiakról nyilatkozom:

- Kijelentem, hogy a mű BGE Dolgozattár repozitóriumába való feltöltésével más jogát nem sértem. Tudomással bírok arról, hogy az Egyetem a szerzői jogok meglétét nem ellenőrzi.
- Nyilatkozom, hogy a mű *(a megfelelő rész aláhúzandó)*
 - a bizalmas
 - a nyilvánosság számára hozzáférhető.
- Tudomásul veszem, hogy
 - szerzői jogsértés esetén az Egyetem az érintett dokumentum elérhetőségét a szerzői jogsértés tisztázása idejére átmenetileg korlátozza,
 - szerzői jogsértés esetén az érintett művet a Repozitórium adminisztrátora a Repozitóriumából haladéktalanul eltávolítja,
 - amennyiben a dolgozatomat a nyilvánosság számára hozzáférhetővé teszem, az egyetem a dolgozatot az interneten a nyilvánosság számára hozzáférhetővé teszi. Hozzájárulásom – szerzői jogaim maradéktalan tiszteletben tartása mellett – nem kizárólagos és időtartamra nem korlátozott felhasználási engedély.

Kelt: Budapest, 2021. május 12.



.....
hallgató
s.k.

