

**BUDAPESTI GAZDASÁGI FŐISKOLA,
Kereskedelmi, Vendéglátóipari és
Idegenforgalmi Kar**

Mi alapján választanak szórakozóhelyet a fiatalok Budapesten

Konzulens:

Papp Judit

Adjunktus

Készítette:

Balog Dávid

Kereskedelem és marketing



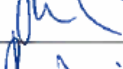


Kereskedelem

Nappali

2015

IGAZOLÁS

Szakedolgozati konzultációkról

Dátum	Téma	Aláírás
2015.09.16	Alapfogalom, a dolgozat struktúrája	
2015.09.27	Kutatási módszer állásfoglalás	
2015.10.12	Hirdetés elemzése, feldolgozás állásfoglalás	
2015.10.26	Konklúzió és összegzés állásfoglalás	
2015.11.23	A dolgozat állásfoglalás, végző javaslat	

(Minimum 3 alkalommal kell a konzulenssel egyeztetni. A dátum mellett szerepelnie kell, hogy miről volt szó az adott időpontban.)

Nyilatkozat

Igazolom, hogy BALOG DÁVID hallgató (képzés: MARKETING ES MARKETING szak, 4 évfolyam, VAPPALI tagozat)

a konzultációkon 5 alkalommal megjelent. Valamint igazolom, hogy a szakedolgozat általam látott legutolsó - értelemszerűen nem a végső, a hallgató által leadni kívánt - változata a még javasolt kisebb változtatásokat figyelembe nem véve, kielégíti egy szakedolgozattal szemben támasztott formai és tartalmi követelményeket.

Budapest, 20 15 11 23



aláírás

Hallgatói nyilatkozat a szakdolgozat leadásához

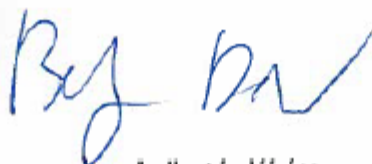
Alulírott..... BALOG DÁVID

a Budapesti Gazdasági Főiskola Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

Kereskedelem és marketing.....szakos...
Kereskedelem.....szakirányos Nappali..... tagozatos hallgatója nyilatkozom, hogy
a Mi alapján választottam szakdolgozóhelyet a fiatalok
Budapesten.....

címmel bírálatra és védésre beadott szakdolgozat saját munkám eredménye, amelynek elkészítése során a felhasznált irodalmat a szerzői jogi szabályoknak megfelelően kezeltem (a szükséges lábjegyzet / végjegyzet hivatkozásokat, valamint az ábrák hivatkozását megfelelően helyeztem el).

Budapest, 2015..... 11..... hónap 27..... nap



hallgató aláírása

Tartalom

1.Bevezetés	3
2.Szekunder kutatás	5
2.1 STEEP elemzés egy szórakozóhely szempontjából.....	6
2.1.1 Társadalmi környezet.....	6
2.1.2 Gazdasági környezet	7
2.1.3 Politikai és jogi környezet.....	11
2.1.4 Technológiai környezet.....	12
2.1.5 Természeti környezet	12
2.2 Fiatalokra vonatkozó életstílus kutatások	13
2.2.1 Ifjúság kutatás 2012	13
2.2.2 Fanta trendkutatás	19
2.2.3 A Z generáció vizsgálata	22
2.2.4 Ifjúsági korszakváltás, ifjúság az új évezredben.....	26
2.5 Előzetes összegzés	27
3. Primer kutatás.....	29
3.1 A primer kutatás elmélete	29
3.2 A kutatás eredményei	33
3.3 A 6. kérdésre adott válaszok elemzése	50
4.Konklúziók.....	56
5.Összefoglalás.....	60
Irodalomjegyzék.....	62
Mellékletek	64

Ábrajegyzék

1. ábra KSH - A vendéglátóhelyek számának alakulása típus szerint.....	8
2. ábra Mitől lesz cool egy szórakozóhely Budapesten?.....	8
3. ábra Belváros, Budapest – Éjszakai Alkohollelőhelyek Budapesten	11
4. ábra Alkoholfogyasztás	16
5. ábra Alkoholfogyasztás 2	17
6. ábra Szabadidő eltöltése.....	18
7. ábra Hétköznapok tevékenységei	20
8. ábra Hétvégék tevékenységei	20
9. ábra Milyen gyakran jársz a következő helyekre	21
10. ábra Nemek aránya. (Saját ábra)	33
11. ábra Életkor (Saját ábra)	33
12. ábra Alkoholfogyasztás indulás előtt (Saját ábra).....	34
13. ábra Alkoholfogyasztás indulás előtt (Nemek aránya) (Saját ábra).....	34
14. ábra Alkoholfogyasztás indulás előtt és a meglátogatott szórakozóhelyek (Saját ábra).....	34
15. ábra Szórakozóhelyre történő utazás (Saját ábra).....	35
16. ábra Dohányzás (Saját ábra)	35
17. ábra Dohányzás nemek szerinti bontásban (Saját ábra).....	36
18. ábra Dohányzás és a terasz fontossága (Saját ábra).....	36
19. ábra Szokott Budapesten szórakozóhelyeket látogatni? (Saját ábra).....	36
20. ábra Melyik napokon szórakozik? (Saját ábra)	37
21. ábra Milyen rendszerességgel szórakozik? (Saját ábra).....	38
22. ábra Hány különböző helyet látogat meg? (Saját ábra).....	38
23. ábra Van törzshelye? (Saját ábra)	39
24. ábra Szórakozóhelyek - legkevésbé kedvelt (Saját ábra)	40
25. ábra Szórakozóhelyek - legkedveltebb (Saját ábra)	40
26. ábra Kerületek (Saját ábra)	41
27. ábra Előre eldönti hová megy szórakozni? (Saját ábra).....	41
28. ábra Mi alapján választ úti célt? (Saját ábra)	43
29. ábra Mi alapján választ úti célt? 2 (Saját ábra)	43
30. ábra Mennyi pénzt költ szívesen? (Saját ábra)	44
31. ábra Mennyit hajlandó belépőre költeni? (Saját ábra)	44
32. ábra Mikor hajlandó többet költeni egy belépőre? (Saját ábra).....	45
33. ábra Mire nem költ szívesen? (Saját ábra).....	49
34. ábra Milyen szempontok fontosak egy disco esetében (Saját ábra)	64
35. ábra Milyen szempontok fontosak egy pub esetében (Saját ábra)	65
36. ábra Melyek a leginkább zavaró tényezők (Saját ábra)	65

1.Bevezetés

Budapest egy igazi pezsgő Európai főváros, ahol rengetek lehetőség nyílik a fiatalok számára a szabadidő eltöltésére, szórakozásra és barátokkal valamint az ismerősökkel való kikapcsolódásra. Gyógyfürdőktől és a wellness lehetőségektől kezdve, a szinte már „Hungarikumnak” számító romkocsmák és szabadulós játékokon át és nem utolsósorban a Budapesten rendezett fesztiválokig.

Dolgozatom témájának megválasztása során fontosnak éreztem, hogy egy olyan témát találjak, ami közel áll hozzám, és amivel már foglalkoztam korábban. A negyedik félévben kötelező tantárgyam volt a piackutatást, amely során egy általunk választott témát kellett megvizsgálni és egy kérdőíves megkérdezést összeállítani. Ezzel a témával korábban is szerencsém volt, mivel nem éreztem kötelező feladatnak és szívesen olvastam fiatalokról készült kutatásokat és cikkeket.

A jól bevált recepten nem szerettem volna változtatni és dolgozatom olyan fiatalok általános éjszakai szórakozási szokásainak megismerésére építettem fel, akik budapesti, vagy Budapest vonzáskörzetben élő lakosok, és van értékelhető véleményük a budapesti éjszakai életről.

Dolgozatomban szeretném összevetni a különböző forrásokból származó tanulmányokat a fiatalokról az általam elkészített kérdőívvel és ennek eredményével.

Éjszakai szórakozóhely fogalma általam definiálva: olyan vendéglátó ipari létesítmény, amely alkoholos, és nem alkoholos italokat egyaránt kínál, zenével és éjszakai nyitva tartással csábítja a fiatalokat és a hangulatából kifolyólag tökéletes helyszínt biztosít a felhőtlen szórakozásra.

Kutatási hipotéziseim a következők:

1. A 16-29 év közöttiek számára fontosak, az áruk, így egy éjszakai szórakozás során több helyet is meglátogatnak. Olcsóbb kocsmákban, pubokban alapozó italozást folytatnak, majd utána mennek tovább, zenés táncos szórakozóhelyre.
2. Kiemelt jelentőségű egy zenés szórakozóhely elhelyezkedése valamint a hely presztízse.
3. A szórakozóhelyek által megjelenített reklámok nyugodtan korlátozódhatnak csupán a közösségi média csatornákra, ugyanis, szinte mindenki ott értesül létezésükről, és az esti buliról.

Dolgozatom célja

Még mélyebben megismerni a fiatalok gondolatait és elképzeléseit egy „tökéletes” budapesti szórakozóhelyről. A múltkori munkám folytatása és annak kibővítése más kutatásokkal összevetve. Megtalálni és feltárni az összefüggéseket és a sarokpontokat, aminek következtében kirajzolódhat egy kép, hogy milyen szempontok alapján választanak szórakozóhelyet a fiatalok.

2.Szekunder kutatás

A dolgozatomat szekunder kutatással kezdem, melynek első lépcsőfoka egy STEEP elemzés lesz, szeretném megismerni a tényezőket és ezek alapján vizsgálni az általam összeállított kérdőív eredményeit. A társadalmi környezetben belül fontos meghatározni Budapesten élő fiatalok számát, hányan vesznek részt felsőoktatásban és jövedelmi helyzetüket. A gazdasági környezet vizsgálata után pontosabb képet kaphatok majd a vendéglátóhelyekről, ezek számáról és elhelyezkedésükről és szeretném a szórakozóhely típusokat is kategorizálni, így könnyebb lesz a primer kutatást értékelni. Politikai és jogi környezet megismerésével pontosabb képet kapok majd a szórakozóhelyekre vonatkozó jogszabályokról. A technológiai környezet feltérképezésével egy általános képet kapok majd a budapesti szórakozóhelyek és a taxik valamint az éjszakai tömegközlekedés kapcsolatáról. A természeti környezet megismerése is legalább annyira fontos, mint az eddig említett tényezők, milyen hatással lehet a fiatalokra a közbiztonság helyzete és alakulása.

Az interneten megtalálható eddigi kutatásokat is szeretném felhasználni, elsőként a 2000 óta minden negyedik évben elkészített Ifjúság kutatást szeretném elemezni, a négy nagymintás kutatásból számomra a legutóbbi 2012-es kutatás lesz mérvadó. Ez a kutatás nemre és életkorra, valamint településtípusra, településnagyságra és megyére reprezentatív. A kutatás bevezetőjének tanulmányozása alapján megismerhetem a fiatalok szabadidejét, mennyi idővel gazdálkodnak, és mit csinálnak az általuk szabadidőként definiált időben, hol és kikkel töltik el, valamint alkoholfogyasztási és munkavállalási szokásukat is megismerhetem.

A fiatalok szabadidejének pontosabb megismerésének céljából a dolgozatomat a Fanta trendkutatással fogom folytatni. Megismerhetem majd, hogy egy átlagos hétköznap és egy átlagos hétvégén milyen tevékenységet végeznek. Ebből később öt különböző csoportot állítanak fel, ami releváns információkat tartalmazhat arról, hogy a fiatalok mekkora hányada szeret eljárni és pontosan milyen helyeket keresnek fel.

A tudománykommunikáció a Z generációnak című tanulmány a legfrissebb kutatás, amit ebben a témában találtam. Jó alapot biztosít a régebbi kutatásokkal való összehasonlításra. Információs csatorna, információs eszközökkel való ellátottság, online magatartás valamint a szórakozás és szabadidő témájában fogok mélyebbre ásni.

A szekunder kutatásom összegzése előtt pedig Gábor Kálmán és Jancsák Csaba munkájából -Ifjúsági korszakváltás, ifjúság az új évezredben- fogok tájékozódni, hogy miben változik korunk ifjúsága.

2.1 STEEP elemzés egy szórakozóhely szempontjából

2.1.1 Társadalmi környezet

Dolgozatomban teljes mértékben a Budapesti fiatalokra koncentrálok, így csakis budapesti társadalmi tényezőket elemeztem.

Népesség

Magyarország lakónépessége 9.937.628 fő és ebből Budapest lakossága 1.729.000 fő volt körülbelül 2011-ben, ez azt jelenti, hogy a teljes népesség 17% a fővárosban él. Budapest a legsűrűbben lakott valamint a legnagyobb népességű város hazánkban. Az ifjúság körében legtöbben a 20-24 évesek vannak, ez 618 ezer főt jelent ebben a korosztályban, míg a 14-19 évesek csoportja 593 ezer főt számlál, és a 25-29 évesek tábora 611 ezer fő. Tehát összegezve a számokat ez körülbelül 1.822.000 fiatal jelent Magyarországra nézve. Dolgozatom számára releváns célközönség a 15-29 évesek, amelyből 16,2% Budapesten él, ez megközelítőleg 295 ezer tinédzsert valamint fiatal felnőttet jelent. (Központi Statisztikai Hivatal, 2011)

Magyarországon a KSH 2005-ös adatai alapján 2 151 000 fiatal élt (15-29 éves korosztály) ez mostanra jelentős csökkenésre mutat. (Központi Statisztikai Hivatal, 2006)

Oktatási szempont

2011/2012-ben 68 felsőoktatási intézményünkben (14 alapítványi, 25 egyházi és 29 állami) 360 ezer diák folytatta tanulmányait. Nappali képzésben körülbelül 242 ezer tanuló vett részt. Budapesti arány ebből: 37 intézményben megközelítőleg 158 ezer diák vett részt és ebből 114 ezer nappali tagozaton. (Felsőoktatási statisztikai adatok, 2012)

Jövedelmi viszonylatból

Azon tevékenységek halmazából, amelyek kevésbé szorosan kapcsolódnak a létfenntartásunkhoz a szórakozás az egyik legköltségesebb tevékenység. Figyelembe kell venni ebben a vonatkozásban az adott területre jellemző jövedelmi viszonyokat. A Közép-Magyarországi régióban figyelhető meg a legmagasabb havi nettó jövedelem. Budapesten havonta ez körülbelül 192 ezer Ft jövedelmet jelent, míg az országos nettó havi jövedelme 151 ezer Ft. (Központi Statisztikai Hivatal, 2011) Ebből az adatból magasabb havi diszkrecionális jövedelemre következtethetünk, ami az éjszakai szórakozóhelyek iránt nagyobb igényt, és keresletet eredményezhet.

2.1.2 Gazdasági környezet

A terciér szektor részét képezi a turizmus és vendéglátás iparága. A legideálisabb helyszíneként Budapestet lehet megemlíteni az országon belül, a szolgáltatási szektor számára. (Központi Statisztika Hivatal, 2011)

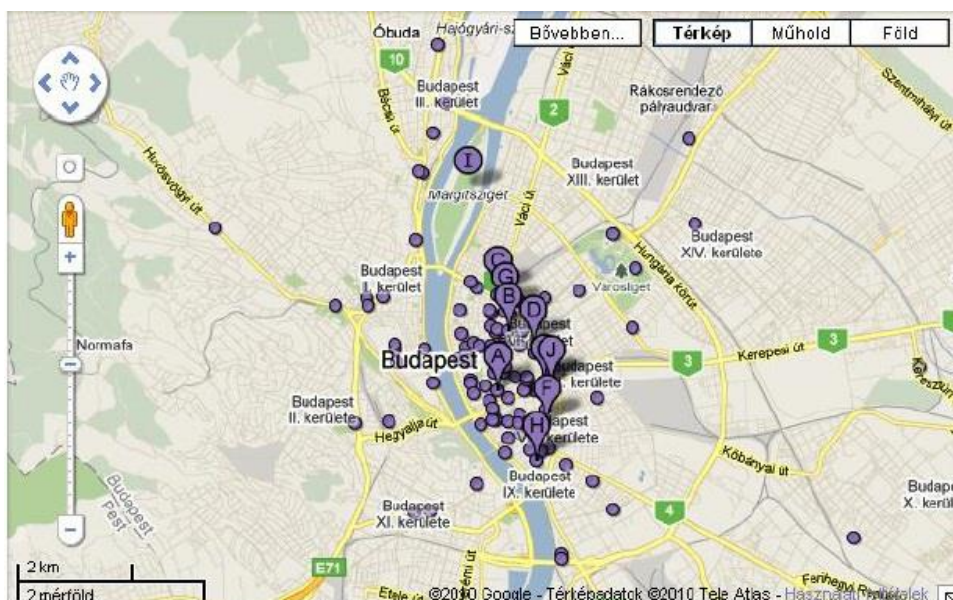
„A vendéglátás olyan sajátos kereskedelmi tevékenység, amelynek keretében ételeket és italokat készítenek (jellemzően helyben fogyasztásra) és ezzel összefüggő szórakoztató és egyéb szolgáltatásokat nyújtanak.” (Dr. Burkáné Szolnoki Á, 2004, p 44). Az országban körülbelül 54 ezer vendéglátóipari egység található. Ennek részét képezik a büfék és éttermek, kereskedelmi vendéglátóhelyek, munkahelyi vendéglátóhelyek, rendezvényi vendéglátóhelyek, közétkeztetést végző vendéglátóhelyek és az italüzletek és zenés szórakozóhelyek, ezek száma megközelítőleg 20 ezer. Budapesten ebből 11 ezer vendéglátóhely található.

A lenti diagramon jól megfigyelhető, hogy az utóbbi pár évben elkezdett minimális mértékben csökkenni az italüzletek és zenés szórakozóhelyek száma Magyarországon. 2011-ben még 21529db szórakozóhely volt, míg 2014-ben 19065db.



1. ábra KSH - A vendéglátóhelyek számának alakulása típus szerint, Forrás: http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_oga007.html

A fővárosi piac telítettnek nevezhető, és inkább a főváros belsőbb kerületei azok, ahol a lehetőségek összpontosulnak.



2. ábra Mitől lesz cool egy szórakozóhely Budapesten? Forrás: Kosaras Brigitta szakdolgozat, http://elib.kkf.hu/edip/D_15321.pdf

Az előbb látott ábra jól mutatja, hogy a szórakozóhelyek leginkább az I. V. VI. VII. IX. kerületekben, szinte egy gócpontban találhatóak meg. Ennek számos oka van. Először is Budapest centrális kialakítású város, hiszen a főbb útvonalai, valamint közlekedési lehetőségei mind a város központja felé irányulnak. Ennek eredményeként a szórakozóhelyek is a különféle közlekedési csomópontok közelében lettek megalapítva. Másfelől azon kerületekben figyelhető meg a legnagyobb sűrűség, ahol a meglévő szórakozási lehetőséghez egyéb kiegészítő szórakozási lehetőség is társul. Például színház, mozi, bevásárlóközpont. Végezetül a felsőfokú oktatási intézmények szinte közvetlen közelében is nagyszámú lehetőséget találunk. Ezen szórakozóhelyek célcsoportja elsősorban diákok, tehát fontos szempont, hogy a diákok elvárásainak feleljen meg elsősorban. Megfelelő termékek, árak és szórakozási lehetőségek (csocsó, billiárd) kínálásával.

Speciálisan a budapesti köznyelvben elterjed szórakozóhely típusok

Dolgozatomhoz feltétlen szükséges különválasztani az általam fókuszált szórakozóhely típusokat. Egy már meglévő szakdolgozatban találtam meg a tökéletes kategorizálást. (Kosaras B. szakdolgozata alapján, 2010)

1. A sarki kis kocsmá, presszó

Általában könnyen felismerhető üzlethelyiség, amely kis alapterülettel rendelkezik és törzsvendégi a szűk környezetéből kerülnek ki. Szinte minden esetben alacsony árszínvonallal találkozunk és maga a hely könnyen megközelíthető. Profilja alapján a termékei általában nagyobb mennyiségben név nélküli szeszes italok és kisebb hányadban márkázott italok. A megszokott vendégkör sok időt tölt el a helyen és erre a szórakozóhely típusra jellemző leginkább a korai nyitás és az ünnepnapokon történő nyitva tartás.

2. „Külvárosi” kocsmá

Leginkább a város külterületén található meg. Célcsoportja a város vagy kerület lakói, de leginkább a helyi fiatalok, akik nem szeretnék lakóhelyüktől távol szórakozni. Megjelenésben, hangulatban hasonló az előbb csoporthoz, a sarki kis kocsmához, de italválasztéka megpróbál jobban igazodni a fiatalok igényeihez.

További fontos ismertető, hogy megtalálhatóak olyan szórakozási lehetőségek, amelyek a fiatalabb közönséget csábítják, például a csocsóasztal, billiárd és zenegép.

3. A belvárosi kiskocsmá

A neve is tükrözi, hogy ezek a kocsmák a belvárosban találhatóak meg. Árbevétel legnagyobb hányada a bulis estéken generálódik, mivel a közönségének számít fiatalok egy drágábbnak számító szórakozóhely előtt iktatják be, mint alapozó kocsmá. Továbbá megtalálhatóak itt a mindennapi vendégek, de a már említett fiatalok nem feltétlenül számítanak ennek, hiszen ők gyakran csak alkalmi látogatók és szívesen változtatják a helyeket vagy ismernek meg újakat. Italválasztéka szélesnek mondható és több esetben megjelenik egy szűkebb ételválaszték is, árszínvonal tekintetében még mindig alacsonynak számít.

4. A belvárosi söröző, bár

Ebben az esetben célcsoportot nehéz szétválasztani, megtalálhatóak a fiatalok és idősebbek is. Gyakran étteremként is funkcionál és ennek megfelelően árai magasabbak, de még a megfizethető kategóriába sorolható. Italválasztékban specializáltabb és magasabb minőséget képviselnek, megjelenhet egy támogató márka, amelynek termékeit értékesítik inkább. Fontos megemlíteni, hogy elsődleges vonzereje a nyugodt légkör, halk zene és a lehetőség egy mélyebb beszélgetésre a barátokkal.

5. Az egyetemisták szórakozóhelye a PUB

Célközönsége az egyetemisták valamint főiskolások és mivel sokan csak tanulnak Budapesten és hétvégén utaznak haza vidékre, így a legnagyobb bulik időpontja hétköznapra esik. Jellemzően az egyetemekhez közel nyitják meg kapuikat és árszínvonalban alkalmazkodnak az egyetemisták pénztárcájához. Széles italválasztékkal rendelkezik.

6. Belvárosi disco

Ez a típusú disco mindenki számára elérhető, de az árait tekintve már egy magasabb kategória képvisel és a legtöbb esetben csak fizetés ellenében mehetünk be. A látogatók köre rendkívül széles, a helyiek közül leginkább a fiatalabb

korosztály, tanulók és a környező városokban élő fiatalok. Szélesnek mondható italválasztékkal rendelkezik és a legnagyobb forgalmát általában hétvégén bonyolítja. Erre a helyre jellemző leginkább a szervezett esemény, amire facebook-on találhat rá az ember és egy híresebb fellépőhöz vagy valami nevesebb naphoz, egyetemi bulihoz köthető.

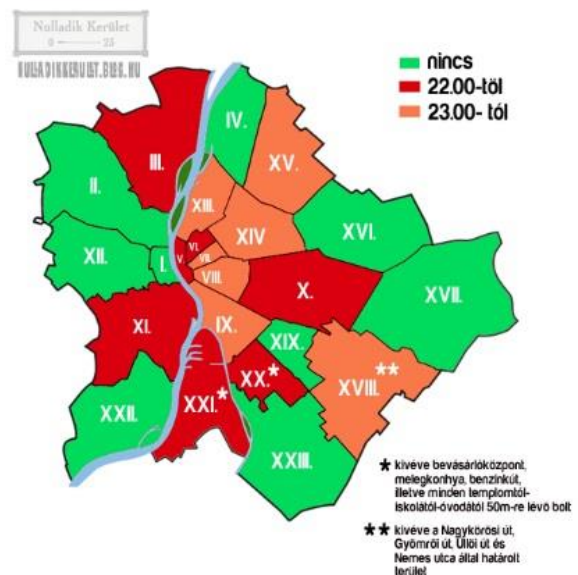
7. Belvárosi exkluzív szórakozóhely

Ezek a szórakozóhelyek magas árszínvonallal működnek és gyakran dress code-dal és face controllal is találkozunk. A célközönséget megszűrik a magas árak, így itt megtalálhatóak azok a középkorú vendégek is, akiket esetleg elriaszt a fiataláradat egy belvárosi disco-ban. Széles italválasztékkal rendelkezik. Különlegességét az exkluzivitása adja és a híresebb előadók.

2.1.3 Politikai és jogi környezet

Bármely szórakozóhely esetében feltétlenül szükséges figyelembe venni a hatályban lévő jogszabályokat, melyek a fővárosban szigorúnak mondhatók. Találunk itt nyitvatartási időt korlátozó rendeletet, valamint alkoholértékesítési korlátozást is.

1997. évi CLV. törvény (Fogyasztóvédelmi törvény) szerint a 18 alattiak nem szolgálhatóak ki alkohollal, így számos szórakozóhelyre nem is mehetnek be a fiatalok. 16/A. § (1) „Tilos tizennyolcadik életévét be nem töltött személy részére - a kizárólag orvosi rendelvényre kiadható gyógyszer kivételével - alkoholtartalmú italt értékesíteni, illetve kiszolgálni”. (Hatályos Jogszabályok Gyűjteménye – A fogyasztóvédelemről)



3. ábra Belváros, Budapest – Éjszakai Alkohollelőhelyek
Budapesten, Forrás:
<http://belvaros.blogspot.hu/2011/11/belvaros-szesztialom.html>

16/A. § (3) „Tilos tizenhatalcadik életévét be nem töltött személy részére dohányterméket értékesíteni illetve kiszolgálni.” Ez Európa szerte elfogadott gyakorlat. (Hatályos Jogszabályok Gyűjteménye – A fogyasztóvédelemről)

23/2011. (III. 8.) Korm. rendelet (a zenés, táncos rendezvények működésének biztonságosabbá tételéről). (http://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy_doc.cgi?docid=A1100023.KOR)

Erre egy példa az erzsébetvárosi csendrendelet, amelynek elsődleges célja volt, hogy a kerületben megtalálható különböző szórakozóhelyek nyitvatartási idejét korlátozza, éjféli bezárással. A szabályozást utólag enyhítették, melynek értelmében a kerülethez tartozó szórakozóhelyek korlátozások nélkül nyitva tarthatnának abban a zónában, amelyben a kerület vendéglátóegységei összpontosulnak. A közterületeken található önkormányzati tulajdonban lévő szórakozóhelyekhez tartozó teraszok kivételt képeznek, ennek értelmében este 10 órától egészen reggel 6 óráig nem tarthatnának nyitva.

Összességében elmondható, hogy számos jogszabályt kell figyelembe venni.

2.1.4 Technológiai környezet

A fővárosban található szórakozóhelyek meglehetősen szerencsés helyzetben vannak, mivel fejlett mind telekommunikációs szempontból és közlekedés infrastruktúra szempontból is. A főváros teljes területén jól kiépített mobilinternet (3G/4G) hálózat érhető el. (<http://www.telekom.hu/mobil/lakossagi/ugyintezes/lefedettseg>) Az éjszakai tömegközlekedés folyamatosan és zavartalanul működik, valamint megközelítőleg hatezer taxis áll a fiatalok rendelkezésére az oda és a hazajutásban is. (http://index.hu/gazdasag/2013/10/16/megfelelozodhet_a_taxisok_szama_budapesten/) Az elengedhetetlen hang, füst, fény technika, italkínálat ellátó vállalkozások többnyire budapesti székhellyel rendelkeznek, de természetesen nem jelent komolyabb problémát az ország más nagyvárosaiban sem ilyen jellegű eszközök beszerzése.

2.1.5 Természeti környezet

Ha a lakossági mutatókat vizsgáljuk, akkor megállapíthatjuk, hogy Budapest kivételes természeti környezettel rendelkezik. Közbiztonsági szempontot figyelembe véve az I. és az V. kerület, tehát a pesti és a budai belvárosi kerületek gyakorlatilag

minden kategóriában, ami bűncselekménynek számít (garázdaság, rablásrongálás, gépkocsi feltörés, tulajdon elleni erőszak, lakásbetörés, személy elleni erőszak és egyéb lopás) a két legfertőzöttebbnek számító területnek mondhatóak. Hasonló a helyzet a VI., VII., VIII. kerületekben is, tehát a Nagykörutat övező területeken. Csak egyvalamiben bizonyultak ezek a belvárosi kerületek biztonságosabbnak a többinél: gépjárműveket az egész fővárosban rendkívül sokat lopnak, kivételt képez ez alól az V., VI. és VII. kerület. (<http://www.origo.hu/itthon/20130103-erdekessegek-az-oroszagos-bunugyi-terkep-adataibol.html>)

Viszont az mindenféleképpen kiemelendő, hogy Magyarország inkább az alacsony bűnözési rátájú országok közé tartozik.

2.2 Fiatalokra vonatkozó életstílus kutatások

2.2.1 Ifjúság kutatás 2012

Nemzeti Ifjúságkutató Intézet által az elmúlt tizenöt évben négy nagymintás kutatás készült az ifjúságról Magyarországon a Magyar Kormány megbízásából. Az ifjúságkutatások a 15-29 év közötti fiatalokat tekintik célcsoportnak. A kutatásokat személyes megkeresések alapján dolgozták ki és 8000-8000 fő vett részt bennük. Ezek a felmérések nemre, életkorra, településtípusra, településnagyságra, valamint megyére és régióra is reprezentatívnak számítanak. Ezek a felmérések négyévente készülnek rendszeresen, tehát 2016 lesz a következő év. 2000-ben készült el az első tanulmány, a második 2004-ben, majd a harmadik 2008-ban és a legfrissebbnek számító 2012-ben lett elkészítve.

A gyorsjelentések vizsgálatával a kutatók arra a következtetésre jutottak, hogy a magyarországi fiatalok többsége alapvetően kevés szabadidővel gazdálkodhat. Ez azzal magyarázható, hogy a 15-29 éves korosztály a szabadidejét a tévlenéssel és a semmittevéssel azonosította. Megállapították, hogy a hétköznapiokon rendelkezésükre álló szabadidő volumenét kétségek nélkül az életkoruk valamint a gazdasági aktivitásuk befolyásolja túlnyomó mértékben. Bauer Béla a következőképpen foglalta össze ezt tanulmányában: „Minél idősebb a megkérdezett,

és minél valószínűbb, hogy már nem tanul, annál kevesebb a szabadon felhasználható ideje.” (Székely L. (szerkesztő) 2012)

Hol tölti a szabadidejét hétköznap és a hétvégén? N=7345

A válaszok hétköznapokra vonatkozóan azt az eredményt mutatták, hogy a fiatalok 85%-a otthon tölti a szabadidejét. Továbbá 43%-uk megjelölte még azt a lehetőséget is, hogy barátoknál. Csupán 4%-uk tölti idejét a szabadban és hasonlóan csak 4%-uk a sportpályán. A pénzt igénylő és kötetlenebb programokat, mint a kocsmát 1%-uk, hasonlóan 1%-uk a bevásárlóközpontokat, végül 1%-uk valamilyen klubban, művelődési házban vagy moziban tölti el szabadidejét a hét túlnyomó részében.

Ami a hétvégi válaszokat illeti szintén magas arányban jelent meg az otthoni időtöltés: 76%, továbbá 56% bejelölte a barátoknál opciót is. Hétvégén növekedést mutat a szabadban és a természetben eltöltött idő 7%-uk jelölte meg és 5%-uk a sportpályán talál kikapcsolódást. 2%-a a válaszadóknak kocsmában szórakozik, moziban és színházban 2%, klubba vagy művelődési házba 1% és bevásárlóközpontokban 2%. (Székely L. (szerkesztő) 2012, p. 217)

Mit csinál leggyakrabban szabadidejében hétköznap/hétvégén? N=7345

A válaszok hétköznapokra vonatkozóan: 66% internetezik vagy számítógépezik, emellett 40%-uk a tv nézést is megjelölte. A társas időtöltést a barátokkal lógást csupán 33% jelölte meg, mint lehetséges szabadidős program. A válaszadók 22%-a olvas, 1%-uk zenél, fest, rajzol vagy szobrászkodik a hétköznapokban, 15%-uk sportol, végezetül 2%-uk kirándulással vagy túrázással tölti idejét.

Hétvégén azonos arányban 66%-uk internetezik vagy számítógépezik és 49%-uk tv-t néz. A társas időtöltés itt magasabb arányú, 51%-a a fiataloknak a barátokkal való lógást is megjelölték. Az olvasás szintén azonos arányú, mint a hétköznapokban 22%. További válaszok alapján a fiatalok 16%-a sportol, 10%-a kirándul, 2%-a zenél, fest, rajzol vagy szobrászkodik. (Székely L. (szerkesztő) 2012, p. 218)

**Van olyan baráti köre vagy társasága, amellyel gyakran tölti szabadidejét?
N=8000**

A megkérdezettek 75%-nak van állandó baráti köre 24%-nak nincs 1% viszont nem válaszolt 2012-ban. 2008-ban viszont 86%-a fiataloknak válaszolta, hogy van baráti köre, tehát a 2012-es adat jelentős visszaesést mutat. (Székely L. (szerkesztő) 2012, p. 221)

Van-e törzshelye, ahol a barátait előzetes megbeszélés nélkül is nagy valószínűséggel megtalálja? N=7790

A megkérdezettek (20-24 éves korosztály) 14%-nak több olyan törzshelye valamint állandó találkozóhelye is van, ahol nagy valószínűleg megtalálja barátait, akkor is, ha találkozásukat előzetesen nem beszélték meg. 18%-nak legalább egy ilyen törzshelye van és 68%-nak nincsen. A 15-19 éves korosztály eredményei szinte teljesen megegyeznek a 20-24 korosztályéval, csak 1-1% eltérés figyelhető meg.

A megkérdezettek (25-29 éves korosztály) 11%-nak több olyan törzshelye valamint állandó találkozóhelye is van, ahol nagy valószínűleg megtalálja barátait, akkor is, ha találkozásukat előzetesen nem beszélték meg. 14%-nak legalább egy ilyen törzshelye van és 75%-nak nincsen. (Székely L. (szerkesztő) 2012, p. 222)

Alkoholfogyasztási szokások

Az ESPAD kutatás szerint, a 16 éves magyarországi fiatalok 94%-a ivott már alkohol tartalmú italt, az európai átlag valamivel kevesebb, pontosan 87%. Havi rendszerességgel a magyar tanulók 61%-a iszik alkoholt, míg ez az érték Európában 57%, de ha az elfogyasztott italokat nézzük, akkor különbséget fedezhetünk fel. Az európai fiatalok leggyakrabban sört fogyasztanak, míg Magyarországon a tömény ital dominál, ami érdekesség ebben, hogy ezt inkább a lányok fogyasztják (ESPAD, 2011).

Az Ifjúság kutatás 2012-es adatai eltérnek az ESPAD által közzétett eredményektől, ahol a 16 éves diákok szerepeltek célcsoportként. A kutatásban megkérdezett magyarországi fiatalok 55%-a egy évre visszamenőleg egyáltalán nem fogyasztott alkoholt vagy csak elvétve. Az alkoholfogyasztók 1%-a minden egyes nap fogyaszt alkoholt, 13%-a heti rendszerességgel és 31%-a havonta néhány alkalommal vagy ennél is ritkábban egy-két havonta fogyaszt szeszesitalt.

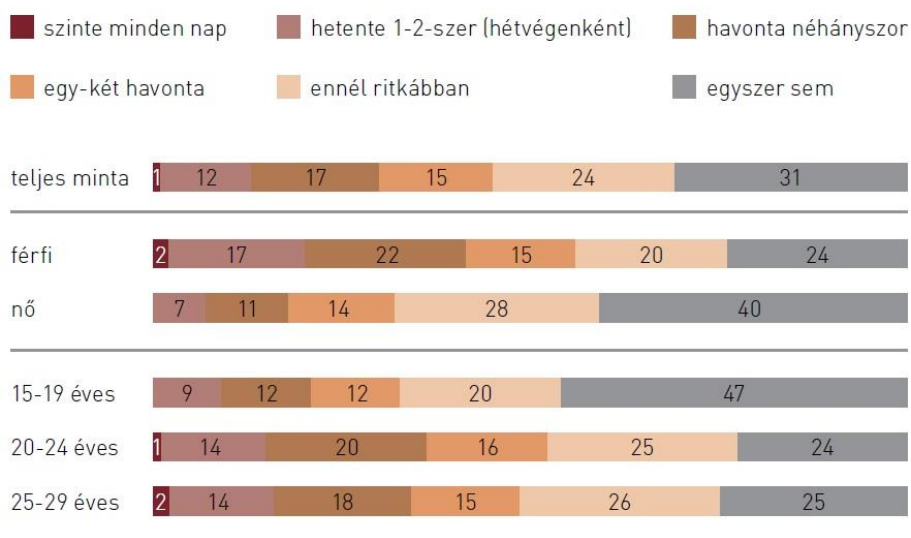
A nemek szerinti bontásban nézve a fiatalokat, a nők csak 18%-a fogyaszt alkoholt havonta legalább néhány alkalommal, míg a fiatal férfiak jóval gyakrabban, összesen 41%-uk. Fentebb említettem, hogy a napi alkoholfogyasztók aránya 1% körüli, a férfiak arány ebben az esetben 2%, míg a nők 1% alatti eredménnyel zártak. A heti rendszerességgel alkoholt fogyasztók aránya is hasonló az előzőekhez, a férfiak ebben az esetben is gyakrabban fogyasztanak szeszesített, megközelítőleg 18%-uk, míg a nők mindössze 7%-a. A nők 40%-a jelezte, hogy nem fogyaszt alkoholt, míg ez az arány a férfiaknál összesen 24%. (Székely L. (szerkesztő) 2012, p. 186)

Az ESPAD kutatási eredményeihez viszonyítva korcsoportok között is eltérés tapasztalható. A 15-19 évesek (legfiatalabbak) közül 47% nem fogyasztott alkoholt a megkérdezés előtti évben, míg a másik két csoport (20-24 évesek és 25-29 évesek) között ez az arány mindösszesen 25% volt. (ESPAD, 2011)

Alkoholfogyasztási mutatók (alkoholfogyasztás az elmúlt egy évben), N:7695

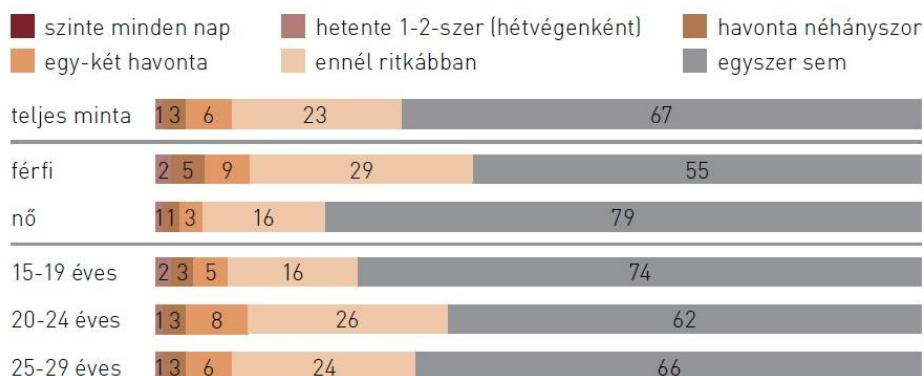
A fiatalok 1%-a minden nap fogyaszt alkoholt, míg 12%-a heti egy vagy két alkalommal, továbbá 17%-a havonta néhányszor italozik, valamint 15%-a egy-két havonta fogyaszt, 24%-a az előzőnél ritkábban és végezetül 31% soha nem fogyaszt alkoholt az Ifjúsági felmérés alapján. (Székely L. (szerkesztő) 2012, p. 187)

2. ÁBRA: Alkoholfogyasztás nemi és életkori bontásban („Milyen gyakran fordult elő az elmúlt egy évben, hogy alkoholt fogyasztott?” N=7695; százalékos megoszlás)



MAGYAR IFJÚSÁG 2012 – TANULMÁNYKÖTET

3. ÁBRA: Alkoholfogyasztás intenzitása nemi és életkori bontásban
 („Milyen gyakran fordult elő az elmúlt egy évben,
 hogy ittas volt, berúgott?” N=7532; százalékos megoszlás)



5. ábra Alkoholfogyasztás 2. Forrás: Magyar Ifjúság 2012 Tanulmánykötet
http://kutatopont.hu/files/2013/09/Magyar_ifjusag_2012_tanulmanykotet.pdf

A 20 évesnél fiatalabb kitöltők 16%-a esetenként képes annyit inni, hogy ittas állapotba kerüljön. Míg 5%-uk egy-két havonta, továbbá 3%-uk havonta néhány alkalommal és 2%-uk hetente akár több alkalommal is túllő a célon. A legutóbb említett 2%-ban egy rendkívül enyhe csökkenés mutatkozik meg a kor előrehaladtával, viszont növekedő tendenciát mutat az egy-két havonta berúgók aránya. (Székely L. (szerkesztő) 2012, p. 190)

Mennyi szabadidővel gazdálkodhatnak a fiatalok? (szabadidő-szerkezet)

A Magyar Ifjúság 2012-es eredményei megmutatták, hogy a fiatalok 9%-a semmiféle szabadidővel sem rendelkezik a hétköznapi teendői mellett. A hétvégi szabadidőről a kitöltők 4%-a nyilatkozta azt, hogy a kötelezettségei mellett semmi másra sem jut ideje. A többi megkérdezettnek 3 és fél óra szabadideje van átlagosan hétköznap, és ez az érték hétvégenként átlagosan 8 óra. Ha a 2008-as adatokat vizsgáljuk, akkor szembetűnő, hogy a hétköznapi szabadidő átlagosan 3 és fél óra volt és a hétvégi megközelítőleg 9 óra, tehát nem sokat változott négy év alatt. A kapott eredményeket vizsgálva arra következtethetünk, hogy a legtöbb fiatal rendelkezik szabadidővel. (Székely L. (szerkesztő) 2012, p. 216)

1. TÁBLÁZAT: Átlagos heti szabadidő a fiatalok különböző csoportjaiban**

(N_{hétköznap} = 6856; N_{hétvégén} = 7221; óraátlagok)

	hétköznap	hétvégén
15-19 éves	3,7	9,1
20-24 éves	3,9	8,3
25-29 éves	3,5	7,4
férfi	3,9	8,7
nő	3,5	7,7
gondok nélkül élnek	3,9	9,7
beosztással jól kijönnek	3,4	8,2
éppen hogy kijönnek a jövedelmükből	3,5	7,7
hónapról-hónapra anyagi gondjaik vannak	4,3	8,9
nélkülözések között élnek	5,2	9,6

6. ábra Szabadidő eltöltése. Magyar Ifjúság 2012 Tanulmánykötet , Forrás
http://kutatopont.hu/files/2013/09/Magyar_ifjusag_2012_tanulmanykotet.pdf

Munkavállalás

A tanulmányaik mellett munkát vállaló fiatalok túlnyomórészt a félévek közötti szünetekben tették ezt, összesen 86%-a a kitöltőknek említette meg, hogy a szünidő alatt vállalt munkát, míg összesen 40%-uk jelezte, hogy az iskola mellett is dolgozott már. Azon diákoknál, akik szünidő alatt dolgoztak inkább, megfigyelhető, hogy rendszeresen (minden szünidőben vagy gyakran) vállaltak munkát. A gyakoribb munkavégzés a tanulmányi időszak alatt is dolgozó fiatalok körében viszont kevésbé volt jellemző. Ha az országban megtalálható összes iskola tanulóit vizsgáljuk, akkor összehasonlítva őket az iskolai tanulmányaik mellett munkát vállaló diákokkal, megállapíthatjuk, hogy 4%-a rendszeresen vállalt munkát az iskolai időszakban, míg 5%-a ritkán tette ezt. Az iskolai szünidőben munkát vállaló diákokat vizsgálva megállapítható, hogy 11%-a rendszeresen és 9%-a ritkán töltötte idejét munkával. (Székely L. (szerkesztő) 2012, p. 130)

„Fontos megjegyezni, hogy a kutatás csak azt tekintette munkavégzésnek, amelynek során az elvégzett munkáért pénzt kaptak a megkérdezettek, így ebben a kategóriában például a fizetés nélkül végzett gyakornoki munka nem szerepel.” (Székely L. (szerkesztő) 2012)

A munkavállaló fiatalok legnagyobb része, pontosan 57%-a a felsőoktatásban folytatta tanulmányait, második legnagyobb csoport az érettségit követő szakképzésre járt. A főtevékenységként tanulók közül 2% vállalt munkát mindösszesen, valamint a 2%-ba tartozó tanulók kétharmadáról elmondható, hogy felsőoktatásban vett részt.

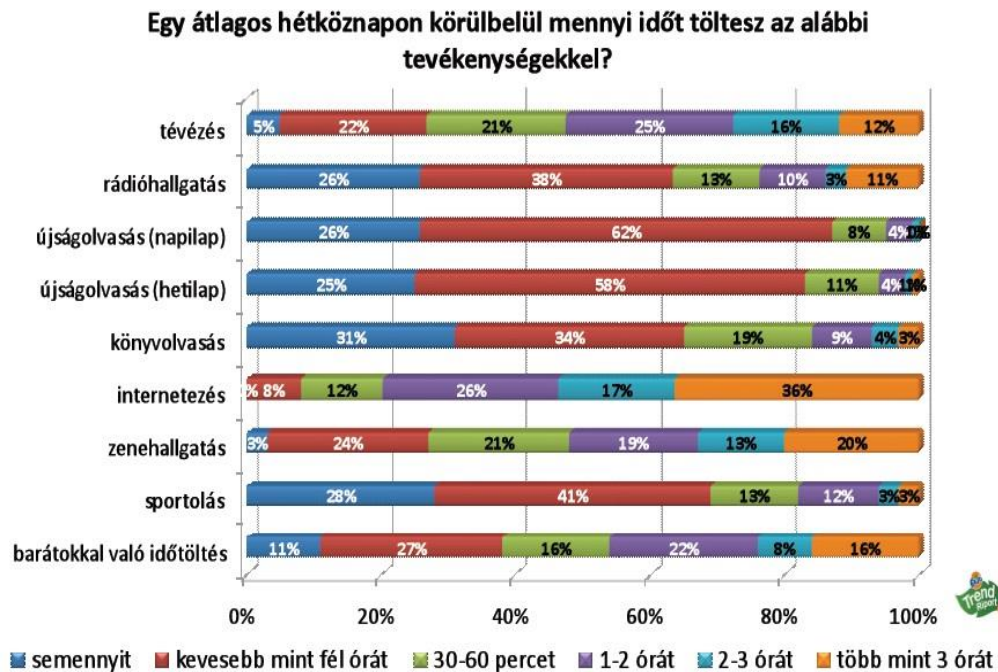
A közelmúltban számos egyéb kutatás is kitért az iskolába járó fiatalok munkavállalási szokására és a munkavállalás gyakoriságára. A KSH Munkaerő-felmérése (2010. IV. negyedévi), amely a diákok munkaerő-piaci helyzetével foglalkozott, megmutatta, hogy a nappali tagozatos diákok (15-29 évesek) közel 20%-ka vállalt munkát a tanulás mellett.

2.2.2 Fanta trendkutatás

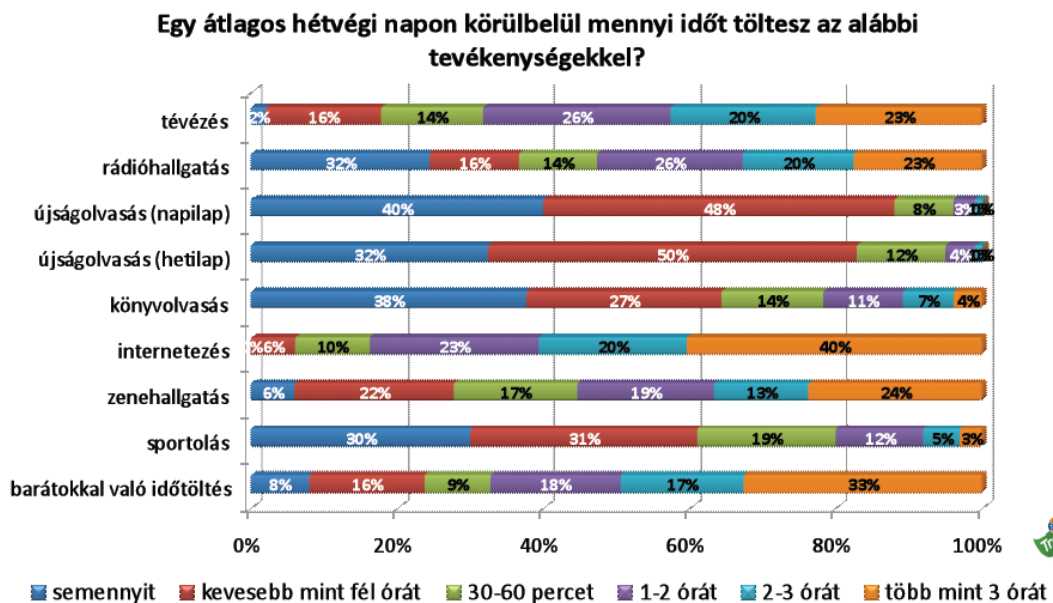
A Fanta Trendkutatás 2009-ben került publikálásra, amelynek egyik fejezete foglalkozik a fiatalok Kultúra- és médiafogyasztási szokásaival. (http://campuslet.unideb.hu/dokumentumok/tanulmanyok1/fantatrendriport6_091026062651.pdf)

Mit csinálnak fiatalok a szabadidejükben?

A felmérést kitöltő fiatalok 36%-a legalább 3 órát tölt internetezéssel egy átlagos hétköznapon, továbbá 17%-a a fiataloknak 2 és 3 óra közötti időről számolt be. A kitöltők közül csupán 8% jelezte, hogy kevesebb, mint 30 percet tölt internetezéssel egy átlagos hétköznapon és egyetlen olyan fiatal sem található a megkérdezettek között, aki ne használná az internetet. (A következő oldal 7. ábráján ezek jól megfigyelhetők.)



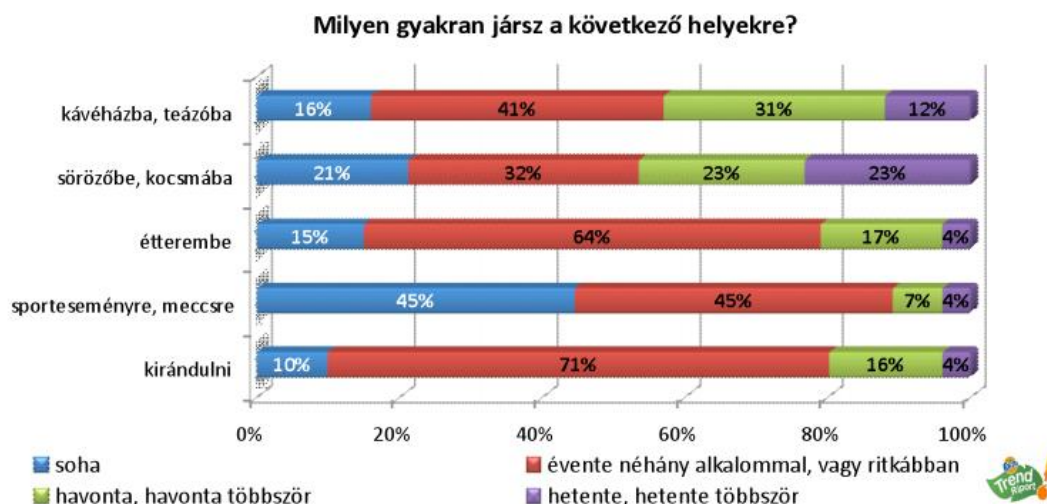
7. ábra Hétköznapok tevékenységei. Forrás: Fanta Trendriport VI.
http://campuslet.unideb.hu/dokumentumok/tanulmányok1/fantatrendriport6_091026062651.pdf



8. ábra Hétvégék tevékenységei. Forrás: Fanta Trendriport VI.
http://campuslet.unideb.hu/dokumentumok/tanulmányok1/fantatrendriport6_091026062651.pdf

A 8. ábra alapján elmondható, hogy hétvégenként a fiatalok egyharmada minimum 3 órát tölt baráti társaságában, ez az arány természetesen meghaladja a hétköznapi értéket. Hétvégék során a tévzésre is több idő jut, három órát is

meghaladó tévénézésről számolt be a megkérdezettek 23%-a, 2-3 órát a fiatalok 20%-a jelölte meg és 1-2 órát tölt a televízió előtt a fiatalok 26%-a. A megkérdezettek csupán 2%-a nem tölti idejét tévénézéssel a hétvégén.



9. ábra Milyen gyakran jársz a következő helyekre. Forrás: Fanta Trendriport VI.
http://campuslet.unideb.hu/dokumentumok/tanulmanyok1/fantatrendriport6_091026062651.pdf

Nem okozott nagy meglepetést, hogy a vizsgált korosztály olyan helyeken tölti szívesebben az idejét, ahol lehetősége nyílik együttlétre és beszélgetésre a barátokkal. A sörözők és kocszmák valamint kávézók, de még éttermek is szerepelnek a listán. A fiatalok 23%-a heti több alkalommal is ellátogat kocszmába, sörözőbe vagy borozóba, ugyancsak 23% havonta több alkalommal ellátogat, az utóbb említett helyekre. Kávézóba és teázóba a fiatalok 12%-a jár heti rendszerességgel és 31% legalább egyszer elmegy havonta egy kávézóba.

A kutatás 5 csoportba sorolja a fiatalokat.

A Fanta Trendriport alapján a csoportok a következők:
 (http://campuslet.unideb.hu/dokumentumok/tanulmanyok1/fantatrendriport6_091026062651.pdf
)

- 1. Képernyő rabjai (17%),** ők a szabad levegőn is végezhető tevékenységeket sem vetik meg, de szórakozásuk legtöbbször összefonódik különböző képernyőkkel, legyen az számítógép monitor vagy épp televízió. A csoportot alacsonyabb iskola végzettséggel rendelkező fiatalok alkotják, ahol a lányok aránya magasabb az átlagnál.

2. **Parti-arcok (20%)** csoportja, ahol a hétvégék elsősorban a bulikról és a barátokkal való találkozásokról szólnak. A főváros mellett vidéki városokban valamint kisebb településeken is ugyanúgy megtalálható ez a csoport. Gyakran járnak el otthonról, például koncertekre vagy moziba, de színházba már kevésbé szívesen járnak.
3. **Kockák (17%)**, ezt a csoportot szinte teljes mértékben fiúk alkotják. A leginkább antiszociális csoport a kutatás alapján. Idejük legnagyobb részét a számítógép előtt töltik, továbbá könyvet sem olvasnak és mivel barátaik alig vannak, így nem is találkoznak senkivel.
4. **Unatkozók (25%)**, a tipikus otthonülő csoport. Fontos számukra a televízió, de moziba, színházba és szórakozóhelyekre ritkán járnak. Ha korosztályra vetítve nézzük, akkor feltűnő, hogy a fiatalnak nevezett csoport idősebb képviselői, 22-25 évesek alkotják ezt a csoportot túlnyomórészt.
5. **Könyvmolyok (22%)**, hétköznapi értelemben nem az a kép él bennünk, hogy aktív társasági életet élnének, de ezen csoport tagjai sokat találkoznak barátaikkal és számukra a szórakozást a kultúra, olvasás, színház és múzeum jelenti, továbbá rendszeresen sportolnak.

2.2.3 A Z generáció vizsgálata

A célcsoportot alkotó 15-24 év közötti fiatalokról viszonylag ritkán készül átfogó, valamint megbízható kutatás, ezért készült el 2013-ban a Pécsi Tudományegyetemen a Tudománykommunikáció a Z generációnak című kutatás. Az általam felhasznált szekunder adatbázisok közül a legkésőbbi. Ami ebből a kutatásból számomra fontos az, hogy milyen információs csatornákon keresztül tájékozódnak a fiatalok, milyen a tájékozottságuk, információs eszközökkel való ellátottságuk és milyen az online magatartásuk. (Bittner-Kehl- Szűcs, 2013)

Információs csatorna

Egytől ötig terjedő skálán kellett megjelölni a fiataloknak, mennyire igaz rájuk, hogy televízióból, internetről, rádióból vagy napilapokból tájékozódnak. A meglepő eredmény ebben az esetben a televízió híradója volt, a válaszadók 35,4%-a szinte minden nap megnéz egy híradót és bár nem sokkal lemaradva, de második helyen áll a minden egyes nap olvasok hírportálokat az interneten opció (32,5%). Kevésbé elterjedt információs csatorna a rádió (21,9%) és a nyomtatott sajtó (11,6%). Eltérés fedezhető fel a nagyobb városok és a kisebb települések között, az előbbi esetben a fiatalok inkább az online felületen tájékozódnak, míg a kisebb települések lakói inkább a televízióra támaszkodnak.

Amennyiben aktív információkeresésről beszélünk, akkor természetesen az online forrásoknak nincs ellenfele. A kitöltők 56,7%-a internetes felületeken keres megoldásokat, de emellett nem elhanyagolható a korosztálybeli társaktól vagy barátoktól való informálódás sem. A vizsgált korosztály 48,8%-a barátaitól kap választ, míg 45,8% a szülők segítségét kéri, ha bármiféle információra lenne szüksége. A nyomtatott sajtó ebben az esetben is háttérbe szorult a 16,8%-os eredményével. Ebben a kérdéskörben is eltérést vehetünk észre a kisebb települések és a nagyobb városok között. A lélekszám növekedésével egyre inkább szorulnak háttérbe a személyes kapcsolatok és helyüket átveszik az online források. Nemekre nézve a nők azok, akik inkább támaszkodnak a barátokra az információ megszerzése során. (Bittner-Kehl- Szűcs, 2013, p. 17-18)

Információs eszközökkel való ellátottság

Az információs eszközökkel való ellátottságot illetően szinte minden háztartás rendelkezik televízióval (97,6%). A válaszadók közül 87,3% rendelkezik mobiltelefonnal és 62,4% rendelkezik okostelefonnal. Asztali számítógéppel a háztartások 80,6%-a, míg lappal 52,9%-a rendelkezik. A számomra releváns, hogy a Z generációhoz tartozó fiatalok 59%-nak van saját okostelefonja és ehhez 45,5%-nak van mobilinternete is. Fontos még, hogy megkérdezettek 46,8%-a gondolja úgy, hogy egyre széles körben használja telefonját, tehát nem csak megveszi és telefonál, hanem számára fontos alkalmazásokat tölt le rá.

Az internet elérésével kapcsolatos kérdésre 90,4% válaszolta azt, hogy leginkább otthonról internetezik. A megkérdezettek 2,5%-a iskolában kerül

kapcsolatba az internettel és 1,4% pedig a munkahelyén. A válaszadók 1%-a jelezte, hogy egyáltalán nem használja az internetet.

Az eredmények megmutatták, hogy a fiatalok átlagosan naponta két és fél órát használják az internetet, viszont ennek felét (75 percet) facebook-on töltik el. Nemekre nézve a nők kevesebb időt töltenek el internetezéssel, átlagosan 14 perccel. Ha pedig a városi fiatalokat nézzük, akkor a budapesti kitöltők átlagosan 179 percet töltenek internetezéssel, míg egy kisebb település (2000-10000 fő) lakói csak 135 percet. (Bittner-Kehl- Szűcs, 2013, p. 18-20)

Online magatartás

Annak ellenére, hogy az ember lépten, nyomon azt hallja, hogy a fiatalok az életük meghatározó részét a facebook-on élik, csak 18,8%-a válaszolta azt, hogy teljes mértékben igaz rá az állítás, miszerint facebook függő. Az online térben eltöltött idő növekszik, de a válaszadók 11,3%-a gondolja csak úgy, hogy lecsökkent a személyes kapcsolata az ismerősökkel vagy barátokkal.

Az előző eredményeket vizsgálva meglepő, hogy a válaszadók átlagosan 37,2 fővel tartják a kapcsolatot online. A személyes kapcsolattartás átlagosan 21,9 főt jelent és a telefonos kapcsolattartás esetében ez a szám 12,0. Az online kapcsolatok természetesen nem jelentenek erős kötelekét és egy átlagos fiatal (15-24 év) 11,1 főt tart közeli barátjának és egy átlagos baráti társaság 5 főből áll.

A válaszadók 30,6%-a gondolja úgy, hogy csak részben vagy teljesen igaz rá az állítás miszerint gyakran oszt meg különböző képeket és tartalmakat a közösségi oldalakon, valamint 26,1% gyakran osztja meg véleményét. Kevésbé mondható el a fiatalokról, hogy online rajongói közösségnek lennének tagjai, mindösszesen 16,1% nyilatkozta ezt. A közösségi médián keresztül történő segítségkérést 15,3% jelölte meg és arra lehetőségre, hogy a problémáikat az online felületen osszák meg, csak 14,8% válaszolt igennel.

Ha korosztályt tovább bontjuk, akkor megfigyelhetjük, hogy a legfiatalabbak (15-18 év) használják legszélesebb körben a közösségi média felületeit. Megfigyelhető volt a válaszokból, hogy a nők sokkal inkább osztanak meg képeket és általában aktívabbnak számítanak a férfiaknál. (Bittner-Kehl- Szűcs, 2013, p. 20-22)

Szórakozás és szabadidő

A Z generáció tagjai rendkívül aktívnak számítanak, 10 szabadon eltölthető programból átlagosan 4,58-at töltenek házon kívül. Természetesen a lehetőségek sokszínűsége miatt, a budapesti fiatalok előnyben vannak és náluk az arány 5,17, míg egy vidéki kisváros vagy falu lakójánál ez 3,9 programot jelent. A fiatalok 17,3%-ka minden második estjét házon kívül tölti és mindösszesen 4,7% jelezte, hogy nincs olyan este, amelyet házon kívül lenne.

Az otthonon kívüli rendezvényekről és eseményekről a válaszadó fiatalok 73,3%-a közvetlen környezetétől (barátok, ismerősök) szerez tudomást. Tájékoztató céllal az kitöltők 52,4%-a használja a facebook-ot.

A különböző tevékenységek közül kevés olyat jelöltek meg a fiatalok, ami a magas kultúrához köthető rendezvény lenne. A legutolsó négy helyen a múzeum, a kiállítás, színház és konferencia található. A leginkább kedvelt tevékenységek közé tartozik a házibuli/disco, mozi és a kocsmá. Általánosságban megfigyelhető, hogy a magasabb kultúrához kapcsolódó eseményeket inkább a nők választják és inkább a nagyobb települések lakói. A férfiak a jobban preferálják a könnyedebb szórakozási lehetőségeket.

A szabadidős otthoni tevékenységek egyike az olvasás. A kutatás azt mutatta, hogy a fiatalok átlagosan 5,23 könyvet olvastak el egy évvel korábban, a kötelező olvasmányokon kívül. De ez az adat félrevezető, mivel sokan egyetlen könyvet sem olvastak el vagy nem válaszoltak, egyes esetekben meg kiugró eredmények is születtek, 150 elolvasott könyvvel. A nők esetében magasabb az arány, ők 6,16 könyvet olvastak, míg a férfiak esetében ez 4,25. Budapestiek 7,12 könyvet olvastak átlagosan, míg a kisebb települések lakói 3,96-ot.

A könyvolvasásnál népszerűbb a fiatalok körében a filmezés és különböző sorozatok követése. A válaszadók 67,0%-a jelezte, hogy minden héten néz sorozatot és mindösszesen 26,5%-a válaszolta, hogy egyáltalán nem. A leginkább sorozatfüggők a budapesti fiatalok és azon belül is a nők.

Megemlítendő még, hogy a fiatalok 22,1%-a válaszolta azt, hogy egy időszakban mindösszesen csak egy sorozatot követ, tehát a válaszadók majdnem négyötöde több sorozatot is követ. A filmezést pedig a fiatalok társas tevékenységként is üzik, az 53,4%-uk általában másokkal együtt, családtagokkal vagy barátokkal közösen végzik.

A legtöbben televízión keresztül követik a sorozatukat (57,4%) és megkérdezettek negyede tölti le számítógépére az epizódokat. A sorozatok azon kívül, hogy szórakozást jelentenek, sok esetben hozzájárulnak egy adott nyelv gyakorlásához, a megkérdezettek 31%-a más nyelven nézi a sorozatokat, leginkább angolul. (Bittner-Kehl- Szűcs, 2013, p. 26-29)

2.2.4 Ifjúsági korszakváltás, ifjúság az új évezredben

A kutatások alapján az kijelenthető, hogy az ifjúsági életszakasz változása folyamatban van, és ez kibővülést mutat, lefelé valamint felfelé egyaránt. Korábban fiataloknak a 16-25 év közötti lányokat és fiúkat tekintettük, de mostanra ez az életszakasz kitolódott. 14-30 év közötti időszakot nevezhetjük mára ifjúsági életszakasznak. A lefelé történő bővülés a korábbi munkavállalással hozható kapcsolatba, hiszen így tudják a megnövekedett igényeiket a fiatalok kielégíteni. A felfelé történő kitolódás pedig az egyre későbbi párválasztással és megállapodással hozható kapcsolatba. (Gábor-Jancsák, 2004)

A fiatalok által szabadidőnek nevezett idő is változáson megy keresztül fogalmában és formájában egyaránt. Mára nehezebbé vált meghúzni a határt a pihenés, szabadidő és a munkaidő között. Már fentebb említett korai munkavállalás középiskolás korban egy olyan időtöltés, ami a szabadon eltölthető idő rovására megy, ezért a fennmaradó idő formája így megváltozik, de így viszont magának finanszírozhatja a szabadidős tevékenységeit.

A kutatásból kiderül, hogy a klasszikusnak nevezhető gyermekkori, serdülőkor, felnőttkor és időskor életszakaszok négyes modellje megváltozott. Életszakaszok határai elmosódnak és így a serdülőkor után már nem felnőttkor következik, hanem beékelődött egy új szakasz. Ebben a szakaszban a fiatal már kikerült az oktatásból, de még nem kezd önálló életet. Nem költözik el és nem alapít új, önálló háztartást és ezek helyett inkább folytatja az eddigi életmódját és ezt nevezhetjük az ifjúság korszakváltásának. Ennek a szakasznak a megjelenésében kiemelt szerepe van a felsőoktatásnak, melyben a fiatalok 3+2 évet töltenek el úgy, hogy teljesen normális az 1-2 éves csúszás. Majd a felnőtté válás első lépcsőfokaként az állandó munkahely

megszerzése kitolódhat akár a fiatalok 30-as éveinek közepére és ez maga után vonja, a későbbi családalapítást és gyermekvállalást

2.5 Előzetes összegzés

Szekunder információk alapján, arra a következtetésre jutottam, hogy a felsőoktatásban tanuló fiatalok 20% dolgozik tanulmányai mellett, így van fizetőképés kereslet az ő személyükben. Szintén egyötödük számít parti-arcnak, akik tökéletes célcsoportja a bároknak, éjszakai szórakozóhelyeknek. Valamint Budapesten található a legtöbb italüzlet és zenés szórakozóhely, tehát sok a versenytárs, de van kereslet is. Budapesti fiatalok rendkívül kedvező helyzetben vannak, hiszen a közlekedéssel (taxi, tömegközlekedés) kapcsolatos kérdéskör megoldott, könnyen eljuthatnak A pontból B pontba.

Mivel a mai fiatalok jelentős része 60-70%-a napi internethasználó, ezért ez a legtökéletesebb információszolgáltató csatorna, habár a televízió is jelentős szeletet birtokol a fiatalok információ szerzési tortájából. A fiatalok átlagosan napi két és fél órát töltenek internetezéssel, amelyből 75 perc csak a facebook-ra fordítódik és a fiatalok 52,4% használja tájékozódási céllal. Egy felkapottabb hely nem engedheti meg magának, hogy ne legyen facebook profilja, ezen csatorna ki nem használása bűn. Események közzététele, különböző akciók és egyéb közönség csalogató eszközök használata ezen a felületen ér leginkább célba.

A fiatalok szabadidejükben szívesen vannak házon kívül, 10 programból átlagosan 4,58-at töltenek el így. Érdeklődési körüket tekintve megfigyelhető, hogy szabadidejükben szívesen mennek házibuliba és disco-ba, valamint moziba és kocsmába. Sokuknak van törzshelye, ahol előzetes megbeszélés nélkül is nagy eséllyel megtalálhatja barátait. A fiatalok egyharmada szívesen tölti az idejét barátaival és bár egyre hangsúlyosabb a facebook-on való kapcsolattartás, de egyharmada a fiataloknak több mint három órát tölt el a barátaival egy átlagos hétfégi napon.

Terület szempontjából mindenképpen, az V.VI VII. kerület a legmegfelelőbb választás, amennyiben valaki egy olyan szórakozóhelyet szeretne nyitni, ami vonzó

lehet a fiatalok számára. A pontos helyszín profiltól függően alakul, ha mindenki számára elérhető sarki kocsmá, pub, belvárosi kocsmá a cél, akkor feltehetőleg a 4es 6os villamos vonala a legmegfelelőbb, ugyanis itt rengeteg potenciális vásárlót találunk mindamellert is, hogy rendkívül telített a piac és egymást érik ezek a szórakozóhelyek. Ha exkluzívabb disco hatás a cél, akkor egy csendesebb utcában, egy patinás épületben kell kiépíteni a helyet.

A változó életszakaszok miatt fontos meghatározni, hogy milyen jellegű helyet szeretne nyitni egy vállalkozó, hiszen a változó ifjúságban említett 16-30 életszakaszban említett fiatalok igényei és elvárásai teljesen eltérhetnek.

A rengeteg külföldi vendég miatt, fontos a legalább angol nyelven beszélő személyzet és angol nyelvű információk megjelenítése a helyszínen. A biztonsági intézkedéseknél figyelmébe kell venni, a hatályos rendeleteket, és a közbiztonsági statisztikákat, ezért a biztonsági szolgálat alapfeltétel, a vendégek nyugodt szórakozása érdekében. Célközönség nagy részét diákok teszik ki, így számukra külön kedvezményeket kell kialakítani, és a nyitvatartási napok és órák számában is tekintettel kell lenni rájuk.

3. Primer kutatás

3.1 A primer kutatás elmélete

A primer kutatási módszert elsődleges piackutatásnak nevezzük, mivel ebben az esetben közvetlenül tudjuk megszerezni azokat a piaci információkat, amire szükségünk van. Számos előnye közül a legfontosabb, hogy naprakész és pontos adatokat kapunk. Hiszen az interneten, újságokban, magazinokban és könyvekben találhatunk olyan adatokat és kutatásokat, amely számunkra is érdekesek lehetnek, de ezek a felmérések általában más céllal készültek. Az előzetesen végzett szekunder kutatás segít elmélyülni egy adott témába, de a konkrét adatok, amelyre szükségünk van, az a primer kutatásból fog származni.

Piackutatási módszertant kvantitatív és kvalitatív csoportra szokás bontani. Az általam használt módszertan kvantitatív, ebben az esetben a mintanagyság nagy, az általam összeállított kérdőívet legalább 100 embernek kell majd kitöltenie és ezért fontos, hogy a kérdés módja állandó legyen. Eredményként így számokat, statisztikai adatokat fogok kapni. A „nagy minta” természetesen nem meghatározott fogalom, mivel már 100 ember esetén is nagy mintának számít, de ebben az esetben még nem lesz reprezentatív kutatás.

Reprezentativitás fogalma: „Mintákra vonatkozó fogalom. Egy minta bizonyos változók mentén akkor reprezentatív, ha a mintába került elemek (emberek) ugyan olyan arányban vannak jelen, mint az alapsokaságban. Tehát egy minta csak bizonyos szempontok alapján nevezhető reprezentatívnak. Ha más szempontokat veszünk figyelembe, akkor mintánk lehet, hogy nem reprezentatív.”
(<http://statisztikus.hu/fuggelek/statisztikai-fogalmak/>)

Leggyakoribb módszere a primer kutatásnak, a megkérdezés. „A megkérdezéses módszerekkel olyan információkhoz jutunk, amelyekhez más úton nem vagy csak korlátozottan lehet hozzájutni. Felmérhetjük egy személy véleményét valamely kérdéstről, tájékozottságát egy témakörben, és megtudhatjuk jövőbeni szándékait. Ezen túl azonban a megkérdezés olyan objektív adatok felvételére is alkalmas, amelyeket más módon csak nehezen lehetne megismerni.” (Veres-Hoffman-Kozák, 2006, p 51.)

Az általam összeállított kérdőív 22 kérdést fog tartalmazni, amely többnyire zárt kérdésekből fog állni, de egy nyílt kérdés is megtalálható lesz, ami abban az esetben lesz kitöltendő, ha valakinek van törzshelye és ennek okait írhatja majd itt le. A zárt kérdések feldolgozása egyszerűbb, könnyebben lehet diagramokat szerkeszteni hozzá és más megkérdezések eredményeivel összevetni. Továbbá figyelembe kell venni, hogy a fiatalok nagyobbik része jobban szeret már meglévő válaszok közül választani és nem saját szavaival megválaszolni egyes kérdéseket, ami jóval meghosszabbítaná a kitöltés időtartamát. A zárt kérdések csoportját további két csoportra bonthatjuk: alternatív és szelektív. Az első típusnál mindösszesen két válaszlehetőség van, míg a másik csoportnál legalább három, de inkább ennél több. A saját kérdőívemben mindkét típust használni fogom.

A szórakozási szokásokkal kapcsolatos kérdőívem kérdéseit 5 csoportba soroltam előzetesen. Az első csoportban a szórakozás gyakoriságával kapcsolatban teszek fel kérdéseket, valamint, hogy melyik napokon és pontosan hány helyre látogat el az adott kitöltő. A második csoportban a kitöltők által preferált szórakozóhelyekre és kerületekre fogok rákérdezni, mit szeretnek, és ha úgy döntenek, hogy elmennek szórakozni, akkor azt mi alapján teszik meg. Tehát egy adott szórakozóhely honlapját böngészik vagy például facebook esemény alapján. A harmadik csoportban a szórakozás anyagi vonzatairól találhatók meg kérdések. Mennyit költenek átlagosan, mekkora összeget hajlandóak kiadni a belépőre és mi az amire nem adnak ki szívesen pénzt. A negyedik csoportban különböző szempontokat fogok felsorolni és majd ezekből kell kiválasztani, hogy mennyi fontos vagy épp mi az ami zavarja egy éjszakai szórakozóhellyel kapcsolatban. Az ötöd csoportban találhatók meg a szegmentációs kérdések. Nem, kor, dohányzás.

Minta összeállítása

Szakedolgozatom témája, hogy mi alapján választanak szórakozóhelyet a fiatalok Budapesten. Ebből kifolyólag azon fiatalok válaszát várom, akik megfelelnek a kritériumoknak. Az általam meghatározott kritériumok, az életkor (a négy különböző osztály kor szerint: 16-20, 21-25, 26-30 és a 31-35) és a budapesti lakcím. Az előbbieken kívül fontos, hogy olyan fiatal töltse ki a kérdőívet, aki ténylegesen eljár éjszakai szórakozóhelyekre, tehát az első kérdés alapján, ha valaki

nem látogat ilyen szórakozóhelyeket, akkor a többi kérdésre nem kell válaszolnia, csak a demográfiai kérdésekre. A válaszadás ebben az esetben önkényesen történik.

„Alapsokaság: minden olyan elem, amelyek ismeretében megfelelő következtetések vonhatók le (azon elemek összessége, amelyek valamilyen közös jellemzővel bírnak és megfelelnek a marketingkutatói probléma céljainak).”

(<https://www.google.hu/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=5&cad=rja&uact=8&ved=0CEEQFjAEahUKEwjA9bGjyLzIAhXHuRQKHAK-CSk&url=http%3A%2F%2Fbobo.e-voice.hu%2Fn%25E9zd%2520%25E1t%2FVegyes%2FPiacelemz%25E9s%2520Jegyzet.doc&u sg=AFQjCNGp6YBallAOwLgVtliBcY8xJ TLA&bvm=bv.104819420,d.bGg>)

A gyakorlatban ritkán mondható el az alapsokaságról, hogy minden egyes elemének ugyanakkora esélye van bekerülni a mintába. Az önkényes mintavétel tehát nem reprezentál teljesen egy alapsokaságot sem, ezért az ilyen mintavételen alapuló kutatás eredményei általánosításra, komolyabb következtetések levonására kevésbé alkalmas.

„A módszer nagy hátránya, hogy a mintavétel pontossága nem ellenőrizhető statisztikai eszközökkel. A módszer éppen az önkényességből fakadóan súlyos torzulásokat okozhat, hiszen a vizsgálat esetén meglehetősen nehéz pontosan körülírni a „tipikus” egyedet, mivel a felvétel valódi célja éppen ezen tipikus egyedek viselkedésének, magatartásának, indítékainak feltárása.” (Lehota J. 2001)

Előnye viszont, hogy gyorsan jutunk adatokhoz és a legfontosabb célcsoportról kapunk információkat.

Adatok feldolgozása

Kérdőívemet a Google fiókomon belül hoztam létre a Google Drive alkalmazás segítségével. Ennek nagy előnye, hogy a kész válaszokat egy táblázatban meg lehet jeleníteni, ami könnyen másolható át Excel-be, valamint minden kérdéshez elkészít egy diagramot, ami képszerkesztő segítségével könnyen kezelhető és beilleszthető a végső szövegbe.

A táblázat adatai tehát exportálhatóak Excel-be, ez akkor fontos, ha másképp szeretnénk megjeleníteni az adatokat és ebből szeretnénk egy diagramot is létrehozni. Az adatok kezelése Drive-on belül nehezebb, mint Excelben, így a precízebb számítások és diagramkészítésekhez az utóbbit használtam. Az Excel-be történő adatmásolás után, már gyorsan és átláthatóan lehet kezelni több adatot, így több kimutatás elkészítéséhez is ezt használtam. Két kérdésre adott válaszokat könnyen lehet egy táblázatban ábrázolni, például a nemekre vonatkozó bontásban megvizsgálni az indulás előtt alkoholt fogyasztó kitöltők arányát.

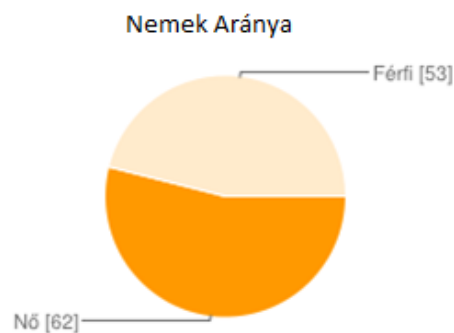
Az adatok feldolgozása során nem talákoztam olyan bonyolultságú feladattal, amit ne lehetett volna Drive-ban vagy Excel-ben megoldani. Diagramkészítésre és kimutatás készítésre is alkalmas alkalmazások.

3.2 A kutatás eredményei

Mi alapján választanak szórakozóhelyet a fiatalok Budapesten? (N=117)

18. kérdés- Nem (N=115)

Ahogy a diagramból látszik a kérdőívet 62 nő és 53 férfi töltötte ki, amelynek aránya 54%-46%. 2015 január 1. népszámlásból kiderül, hogy 16-35 év közötti fiatalok esetében a férfiak aránya 50,4% és 51,7% között változott, tehát a nők



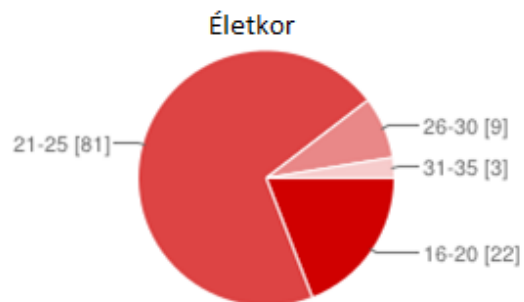
10. ábra Nemek aránya. (Saját ábra)

aránya az összes általam vizsgált

csoportban valamivel kevesebb, mint a férfiaké. A hasonló arányok érdekében, 58-59 férfi kitöltőre és 56-57 női kitöltőre lett volna szükség.

19. kérdés- Kor (N=115)

A kérdőívet kitöltők közül 81 fiatal a 21-25 év közötti csoportból került ki, ez 70.43% jelent. 22db kitöltés érkezett a 16-20 közötti csoporttól, ez 19.13%. A 26-30 év közötti emberek aránya 7.83%, ami 9db kitöltést jelent ebben az esetben. A legserényebb számban a 31-35 éves közül töltötték ki, ami mindösszesen 3 kitöltés volt, ez 2.61%.



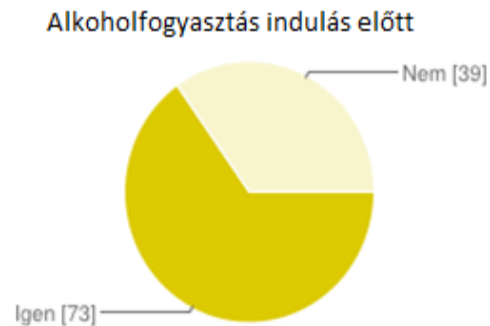
11. ábra Életkor (Saját ábra)

A szekunder kutatás alapján kiderült, hogy az ifjúsági életszakasz változik és kitolódik az eddig 16-25 év közötti életszakasz, 16-30 éves korig. A 115 kitöltő

közül, tehát 113 tartozik a szekunder kutatás alapján fiatalnak tekintett csoportba, tehát szinte mindenki a célcsoportba tartozik.

20. kérdés- Fogyaszt alkoholt indulás előtt (N=112)

A válaszolók közül 73-an fogyasztanak alkoholt, mielőtt elindulnak egy szórakozóhelyre, 39 kitöltő viszont nem fogyaszt. Ennek a megoszlása 65%-35%. A fiatalok nagyobb része több helyet is meglátogat egy este során, tehát próbálják kihasználni az esetleges akciókat és azon szórakozóhelyek



12. ábra Alkoholfogyasztás indulás előtt (Saját ábra)

nyújtotta lehetőségeket, amelyek olcsóbban kínálják az italokat, alapozó helyként működnek. De ezek az árak sem versenyezhetnek egy hipermarket akciós áraival, ha itt vásárol valaki alkoholt, akkor több pénzt tud megtakarítani.

Nemek szerinti bontásban az indulás előtt alkoholt fogyasztók

112 kitöltő közül 73-an fogyasztanak alkoholt indulás előtt. A nők 35.5% nem fogyaszt alkoholt indulás előtt, míg a férfiak 34%-a válaszolta ugyanezt, tehát a két nem közti arányok szinte megegyeznek.

Sorcímek	16-20	21-25	26-30	31-35 (üres)	Végösszeg
Férfi	5	25	2	1	33
Nő (üres)	10	28	2		40
Végösszeg	15	53	4	1	73

13. ábra Alkoholfogyasztás indulás előtt (Nemek aránya) (Saját ábra)

Azok közül, akik fogyasztanak alkoholt indulás előtt (73), 70-en válaszoltak arra kérdésre, hogy hány helyet látogatnak meg egy este alatt. 40 kitöltő, azaz 65.7%-a a válaszadóknak iszik alkoholt indulás előtt és további kettő vagy három helyet meglátogat még az este folyamán, ez volt a

Alkoholfogyasztás indulás előtt és ezen kívül hány helyre látogatnak el a fiatalok még az este folyamán

Sorcímek	Csak egyet	Háromnál vagy többet	Kettőt vagy háromat (üres)	Végösszeg
Férfi	10	3	20	33
Nő (üres)	10	1	26	40
Végösszeg	20	4	46	73

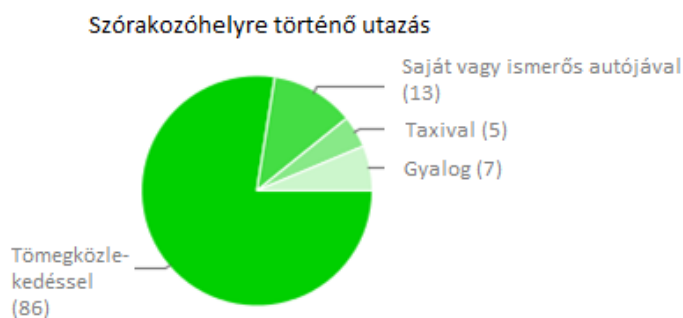
14. ábra Alkoholfogyasztás indulás előtt és a meglátogatott szórakozóhelyek (Saját ábra)

meg egy este alatt. 40 kitöltő, azaz 65.7%-a a válaszadóknak iszik alkoholt indulás előtt és további kettő vagy három helyet meglátogat még az este folyamán, ez volt a

legnagyobb arányú. 27,39%-a a kitöltőknek fogyaszt alkoholt indulás előtt és mindössze egy helyet látogat meg. A háromnál több helyet meglátogató és még otthon is alkoholt fogyasztók aránya 5,7%.

21. kérdés- Általában mivel megy a szórakozóhelyre? (N=111)

A válaszolók közül 86-an tömegközlekedéssel mennek a szórakozóhelyre (77.5%), ez az arány nem meglepő, hiszen Pesten rendkívül jól szervezett éjszakai tömegközlekedés működik valamint szinte

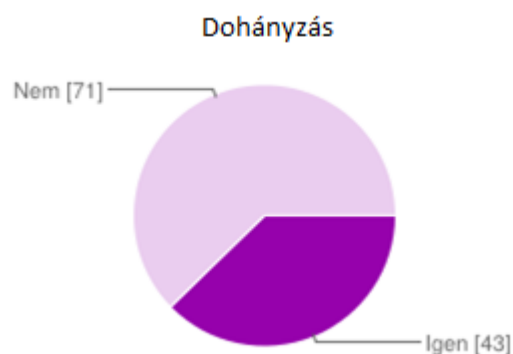


15. ábra Szórakozóhelyre történő utazás (Saját ábra)

minden fiatal diák és rendelkezik bérlettel. A kitöltők közül 13-an saját vagy ismerős autójával mennek szórakozni (12%), ebben a korosztályban és az éjszakai szórakozás során a legtöbb fiatal szeretne alkoholt fogyasztani, nehéz olyan barátot találni, akkor egész este alkohol nélkül szórakozik. 7-en mennek a szórakozóhelyre gyalog (6%). Valamint 5-en mennek taxival (4.5%), általában hazafelé veszik igénybe a fiatalok ezt a szolgáltatás, mivel ilyenkor már fáradtabbak. Azon kívül egy éjszakai szórakozás során, több helyre is ellátogatnak, és nem egyben kell lesétálniuk az egész utat vagy várni a tömegközlekedésre.

22. kérdés- Dohányzás (N=114)

A kitöltők közül 114-en válaszoltak erre a kérdésre és 71-en jelezték, hogy nem dohányoznak (62%). A dohányzók aránya pedig 38%, azaz 43 ember.



A 43 dohányzó között, 24 férfi és 19 nő van. Az 53 férfi válaszoló 45%-a dohányzik, míg a 62 női

16. ábra Dohányzás (Saját ábra)

válaszadók 31%-a dohányzik. Az Országos Egészségfejlesztési Intézet 2012. májusi felmérése szerint a dohányzó férfiak aránya 2012-ben 32.2%, míg a nők aránya

23,5% volt. (OEFI, 2012) A saját kutatás adatai tehát nem tükrözik hűen az országos adatokat. A különbség férfiak esetében közel

13%-kal több, míg nők esetében közel 8%-kal haladja meg az országos átlagot.

Dohányzás nemek és korosztály szerinti bontásban

Sorcímek	16-20	21-25	26-30	31-35 (üres)	Végösszeg
Férfi	5	16	2	1	24
Nő	4	13	2		19
(üres)					
Végösszeg	9	29	4	1	43

17. ábra Dohányzás nemek szerinti bontásban (Saját ábra)

A 43 dohányzó közül 40 feleltet arra kérdésre, hogy mennyire fontos egy pub-ban a terasz, tehát 34%-nak nagyon fontos, hogy legyen terasz és 37%-nak is elég fontos. Amelyet

egy 1-6-ig terjedő skálán jelölték és a felsorolt 12 szempont közül ez volt az 5. legfontosabb, tehát nem a legfontosabb szempont a dohányzók számára a terasz, de meghatározó lehet és egy plusz pontot érhet.

Dohányzás és a terasz fontossága

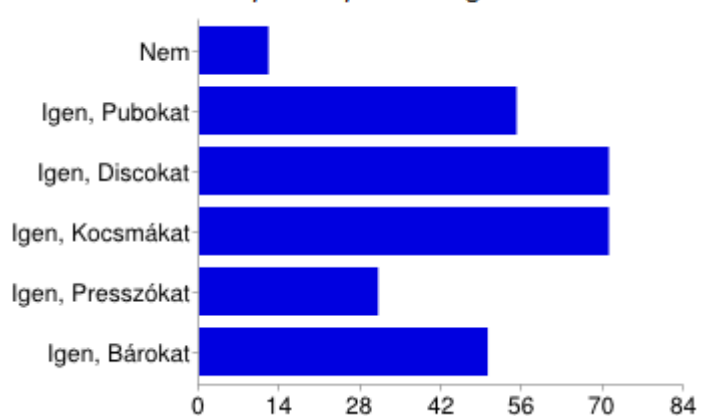
Darab / Dohányzik?	Oszlopcímek					(üres)	Végösszeg
Sorcímek	3	4	5	6)		
Férfi	2	3	8	9		2	24
Nő	1		8	9		1	19
Végösszeg	3	3	16	18		3	43

18. ábra Dohányzás és a terasz fontossága (Saját ábra)

1. kérdés - Szokott ön Budapesten éjszakai szórakozóhelyeket látogatni? (N=117)

Ennél kérdésnél több választ is meg lehetett jelölni. A 117 válaszoló közül 12-en nem járnak szórakozni ez 10,25%, 4 férfi és 8 nő jelezte. A kitöltők közül a nők 12,9%-a, míg a férfiak 7%-a nem jár éjszakai szórakozóhelyekre Budapesten.

Milyen helyeket látogatnak a fiatalok



19. ábra Szokott Budapesten szórakozóhelyeket látogatni? (Saját ábra)

Összesen a 117 kitöltő 290 jelölést tett. A discokat 71-en jelölték meg, az összes kitöltő 60.7%-a, a kocsmákat is 71 kitöltő (60.7%), a pubokat 55 kitöltő (47%), a bárakat 50 kitöltő (42.7%) és a presszókat 31 kitöltő (26.5%) jelölte meg. Az eredmények közül tehát kitűnnek a kocsmák és discok. Általánosságban a kocsmák és presszók dolgoznak a legalacsonyabb árakkal és mivel a fiatalok több hasonló helyet is meglátogatnak egy éjszaka során és maximum ezek után mennek át egy drágább helyre. Tehát a kocsmák után mennek a discoba és így nem meglepő, hogy ez a két szórakozóhely típus a legkedveltebb.

2. kérdés - Melyik napokon látogat éjszakai szórakozóhelyeket? (N=105)

Ennél a kérdésnél több választ is meg lehetett jelölni, összesen 299 jelölést tett az a 105 kitöltő, aki válaszolt erre a kérdésre.

Ha a diagramot vizsgáljuk, akkor szembetűnő, hogy csütörtöki, pénteki és szombati napok szerepelnek előtérben. A csütörtöki napot 73-an jelölték meg, ez 69.5%. A pénteki napot 92-en jelölték, ez a legnagyobb arányú 87.6%. A szombati napot 66-an



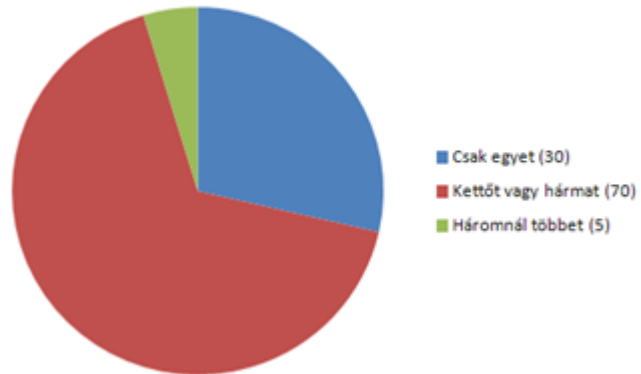
20. ábra Melyik napokon szórakozik? (Saját ábra)

jelölték, ez 105 kitöltőnek a 62.8%-a. Ha együtt nézzük ezt a három napot, akkor az összes megjelölés 77%-a érkezett ezekre a napokra. Péntek és szombat természetesen nem meglepő. Csütörtöki nap az idősebb korosztályban, tehát a felsőoktatásban tanuló vagy már dolgozó fiataloknál lehet fontos. Egy napot már kibírnak a fiatalok kevesebb alvással, buli után. Több felsőoktatási intézményben pénteken már nincs tanítás vagy kevés órát adnak, további a vidéki diákok pénteken mennek haza és akkor még csütörtökön buliznak egyet a fővárosban.

3. kérdés - Milyen rendszerességgel látogatja az éjszakai szórakozóhelyeket? (N=105)

A válaszadók közül 59-en hetente legfeljebb egyszer mennek el szórakozni, ez 56.2%-ot jelent. Hetente többször 19-en járnak, ez 18.1%. Ha az előző két adatot együtt vizsgáljuk, akkor megfigyelhető, hogy a válaszadók közel 3/4 -e, pontosan 74,3% minden héten ellátogat egy éjszakai szórakozóhelyre.

Hány helyre látogatnak el a fiatalok egy este alatt



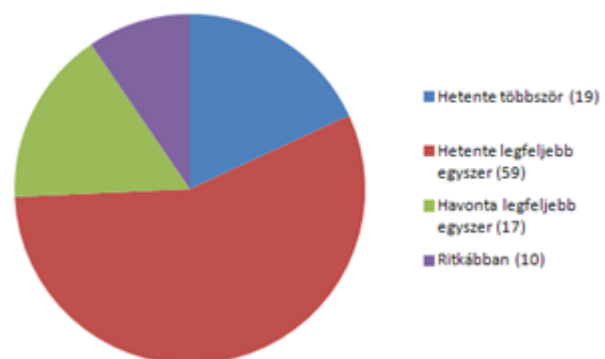
21. ábra Milyen rendszerességgel szórakozik? (Saját ábra)

Rendkívül meghatározó szerepe van a szórakozóhelyeknek a fiatalok életében, hiszen itt találkoznak osztálytársaikkal, barátaikkal. Havonta legfeljebb egyszer szórakozók aránya 16.2%-a. Akik havonta egynél is ritkábban járnak, azok a válaszadók 9.5%-át teszik ki. Akik havonta legfeljebb egyszer vagy ennél is ritkábban járnak, ott a visszatartó erő a pénz hiánya lehet vagy éppen nem olyan baráti körrel rendelkeznek, akik ilyen helyen szeretnének egymással eltölteni pár órát.

4. kérdés- Egy éjszakai mulatozás során körülbelül mennyi különböző helyet látogat meg? (N=105)

A válaszadók 2/3-a kettő vagy három helyre látogat el egy este alatt. Nem meglepő módon a fiatalok több helyen is megfordulnak egy este alatt. Több lehetőség is felmerül, hiszen sokan szeretnek találkozni egy kisebb és olcsóbb

Milyen rendszerességgel szórakoznak a fiatalok

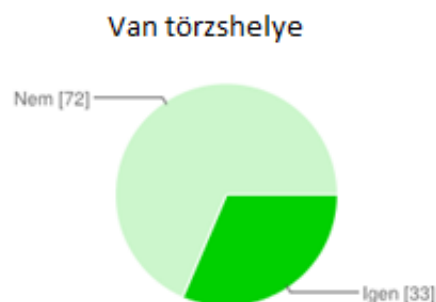


22. ábra Hány különböző helyet látogat meg? (Saját ábra)

szórakozóhelyen, ahol az embernek lehetősége van beszélgetni. mivel nem üvölt a zene. Az olcsóbb árak mellett további fontos- a kikapcsolódást segítő- lehetőségek is megtalálhatóak, csocsó, biliárd, egy hangulatos terasz vagy udvar. A kifejezetten zenés szórakozóhelyeken az igazi élet, csak 11 vagy 12 után indul csak be, mivel itt az árak rendszerint magasnak mondhatóak és beszélgetésre sincs alkalmas hely. A 105 válaszoló közül csak 5-en látogatnak meg 3-nál több szórakozóhelyet egy este alatt, ez 4,76%-t jelent. Csak egy szórakozóhelyet látogatnak meg a kitöltők 28.57%-a, ők lehetnek azok, akik kevésbé kedvelik a zenés szórakozóhelyeket és inkább töltik el az egész estéjüket beszélgetve egy korsó sör mellett, ha megnézzük a következő kérdést, akkor majdnem ekkora arányban válaszolták azt a kitöltők, hogy van törzshelyük. Ha valaki nem jár el táncolni csak egy helyen szeret szórakozni, akkor azt szívesebben teszi egy általa és barátai által jobban preferált helyen.

5. kérdés- Van-e az ön számára olyan törzshely, ahová többnyire minden esetben ellátogat? (N=105)

A válaszadók közül 72 kitöltő mondta azt, hogy nincs törzshelye, ami 68,57%. Míg 33 kitöltőnek, tehát a válaszadók 31,43%-nak van olyan törzshelye, ahová többnyire minden esetben ellátogat. Azok közül, akiknek van törzshelye, csak 12-en nem látogatnak meg egy este alatt több helyet. Budapesten



23. ábra Van törzshelye? (Saját ábra)

gyakorlatilag egymást érik a különböző szórakozóhelyek, ebben az esetben nehéz kiválasztani egy törzshelyet. Míg ha ezt a kérdést egy kisebb városban tettük volna fel, ott már sokkal inkább meghatározható lehet egy felkapott hely, mint törzshely.

6. kérdés - Abban az esetben, ha önnek van törzshelye, kérem, nevezze meg, és írja le pár szóban miértjét!

Ezek a válaszok azért voltak hasznosak számunkra, mert ez alapján feltérképezhettük, hogy milyen szórakozóhelyeket részesítenek előnyben a fiatalok. Az adott szórakozóhelyek milyen árakkal dolgoznak, hol találhatóak és milyen

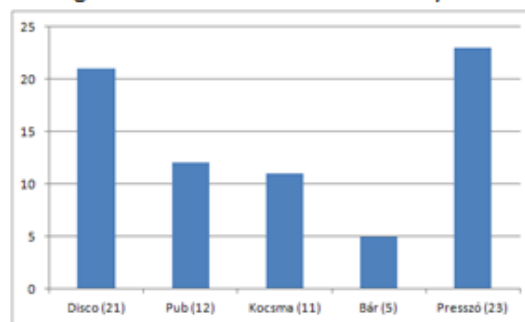
szolgáltatásokkal operálnak. Az eredmények elemzése után áttekintem a 10 legtöbbször megemlített törzshelyet és megpróbálok választ találni arra, hogy miért pont ezeket jelölték meg a kitöltők.

7. kérdés- Állítsa sorrendbe, mely éjszakai szórakozóhely típusokat kedveli leginkább! (N=100)

Ennél a kérdésnél 5 szórakozóhely típust kellett sorrendbe állítani, legkevésbé kedveltől a leginkább kedveltig. Tekintsük meg, hogy az 5 megadott éjszakai szórakozóhely átlagosan milyen pontokat kapott. A legkevésbé kedvelt kategória a kitöltők körében a presszó, ez a lehetőség átlagosan 2,55 értéket kapott. A negyedik helyen található meg a disco, átlagosan 3,19 pontot kapott. Az első, második és harmadik helyen szereplő értékek közel azonosak. Pub-3,48, bár-3,44 és a kocsmá-3,43, tehát a fiatalok az olyan helyeket részesítik előnyben, ami igényes, de emellett az árszínvonal megfelelően igazodik a fiatalok pénztárcájához. Kimagasló eredményről nem beszélhetünk, egyedül a presszó maradt el meglehetősen a többitől. Valamint a disco maradt még el, de ez nem meglepő, hiszen a fiatalok legnagyobb része pubokban, bárókban találkozik egy éjszaka és nekik csak egy része megy tovább táncos szórakozóhelyre.

Ennyiszor szerepeltek az általam megadott szórakozóhelyek a legkevésbé kedvelt kategóriában. Jól látható, hogy a Disco és a Presszó tartozik a legkevésbé kedvelt kategóriákba.

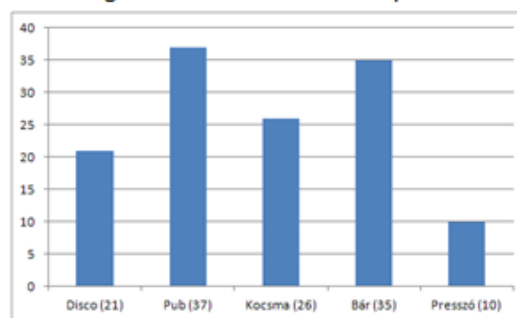
Legkevésbé kedvelt szórakozóhelyek



24. ábra Szórakozóhelyek - legkevésbé kedvelt (Saját ábra)

Az itt látható diagramon az látható, hogy hányszor került egy adott szórakozóhely a legkedveltebb pozícióba. Ami jól megfigyelhető, hogy a legkevésbé jelölést ebben a tartományban a presszó kapta. A két

Legkedveltebb szórakozóhelyek

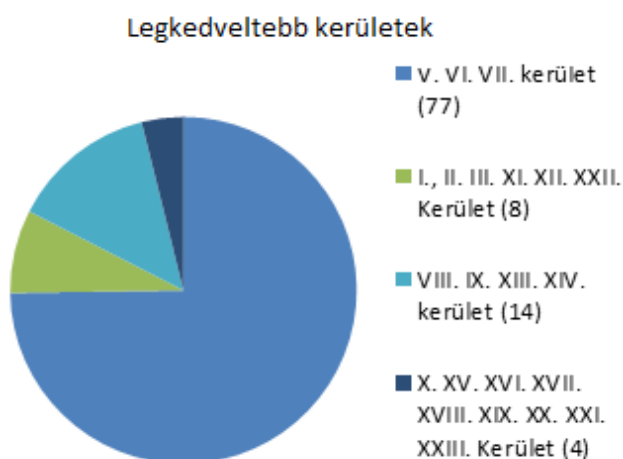


25. ábra Szórakozóhelyek - legkedveltebb (Saját ábra)

legjobban teljesítő vendéglátó ipari egység a pub és a bár volt. Szinte tükörképe egymásnak a két diagram.

8. kérdés- Budapesten belül, melyik városrészeket részesíti előnyben éjszakai szórakozás szempontjából? (N=103)

A válaszadók 74,7%-a Budapest belvárosi kerületit részesíti előnyben. Ez az eredmény jól mutatja, hogy belvárosi szórakozóhelyek előnye megkérdőjelezhetetlen és fiatalok meggyőző hányada választja Budapest belvárosi kerületeit. Könnyen elérhető tömegközlekedéssel és taxival, rendkívül sok szórakozóhely közül válogathatnak, és könnyen átsétálhatnak egyik helyről a másikra, kihasználva minden akciót.



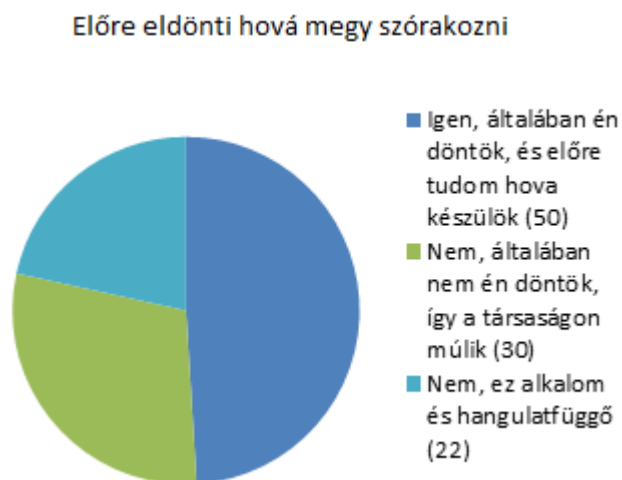
26. ábra Kerületek (Saját ábra)

A kitöltők 13,6%-a Pest további központi kerületeit preferálja, 7,8%-a budai oldalt részesíti előnyben, még Pest külső kerületeit a válaszadók 3,9%-a választotta. Ebből jól látszik, hogy az éjszakai élet inkább a pesti oldalra koncentrálódik.

9. kérdés - Egy éjszakai szórakozás alkalmával, előre eldönti hová indul? (N=102)

A válaszadók 49%-a saját maga, előre eldönti, hogy hová megy szórakozni adott este, tehát a fiatalok megközelítőleg felét lehet határozottnak tekinteni és tudja, hogy milyen helyen szeretne szórakozni.

A válaszadók 29,4%-a



27. ábra Előre eldönti hová megy szórakozni? (Saját ábra)

jelölte meg, hogy nem ő dönti el, hogy hová megy szórakozni, hanem inkább megbeszélik és a társaság közös döntése alapján választanak egy szórakozóhelyet.

A fiatalok közül 22 ember, azaz 21.6% a kitöltőknek inkább hangulatember, nem tervezi meg, és nem tudja előre, hogy pontosan hová fog menni egy éjszakai szórakozás során.

10. kérdés- Abban az esetben, ha előre eltervezi, mi alapján választ úti célt? (N=93)

Ennél a kérdésnél hat megadott lehetőséget kellett rangsorolnia a fiataloknak, amelyből kiderül, hogy valójában mi alapján választják meg az úti céljukat, ha előre eldöntik merre is menjenek.

Nem meglepő módon a televízió reklámok és a rádió reklámok teljesen háttérbe szorultak. A tv átlagosan 1,63 pontot kapott, míg a rádiós reklámok 1,69 pontot. Az internet elterjedésével a tv és rádió használata a fiatalok körében háttérbe szorult, minden elérhető az interneten és bár a szekunder kutatás alapján néznek tv-t a fiatalok, de nem ezt használják elsődlegesen információs csatornaként.

Tovább haladva a sorban a programajánló füzet szerepel a negyedik helyen, átlagosan 2,43 pontot kapott. Hasonlóan az előzőekhez itt is elmondható, hogy a nyomtatott sajtó nem tölt be fontos szerepet a fiatalok életében, bár a direkt erre szakosodott újságok még megtalálhatóak, de az interneten sokkal egyszerűbben elérhetőek az információk. Amiből az következik, hogy a programajánló weblapok a harmadik helyen szerepelnek, átlagosan 3,27 pontot kapott.

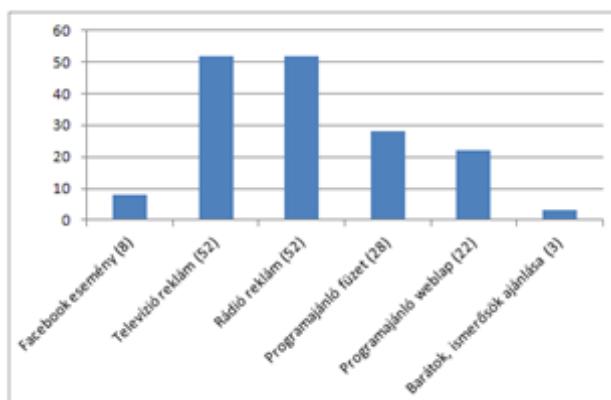
A második helyen a facebook esemény áll, ha ezt hasonlítjuk a programajánló weblapokhoz, akkor itt is a kényelem győzedelmeskedik, ha az ember like-ol egy szórakozóhelyet, akkor annak minden posztját látni fogja, tehát az eseményeket is, különböző bulikat és az ott fellépő előadókat, tehát nem kell egy másik honlapra elvándorolni. A mai fiatalok szinte folyamatosan elérhetőek facebook-on az okostelefonoknak köszönhetően, sokat beszélgetnek itt barátaikkal, de kérdésre adok válaszok alapján még mindig a barátok és ismerősök ajánlása áll az első helyen.

A barátok és ismerősök 5,38 pontot kaptak átlagosan, tehát magasan vezetik a listát. Egy barátikörnek általában hasonló ízlése van, tehát ha ki kell választani egy

éjszakai szórakozóhelyet vagy egy este alatt többet, akkor ők a legalkalmasabbak erre a célra.

Az itt látható diagramon azt mutatja, hogy a kitöltők a 6.(utolsó) helyre hányszor rakták az adott lehetőségeket. 55,9%-a helyezte az utolsó helyre a televíziós reklámokat valamint a rádiós reklámokat. Valamint jól megfigyelhető, a barátok és ismerősök lehetőséget mindösszesen 3 ember helyezte a rangsor legvégére.

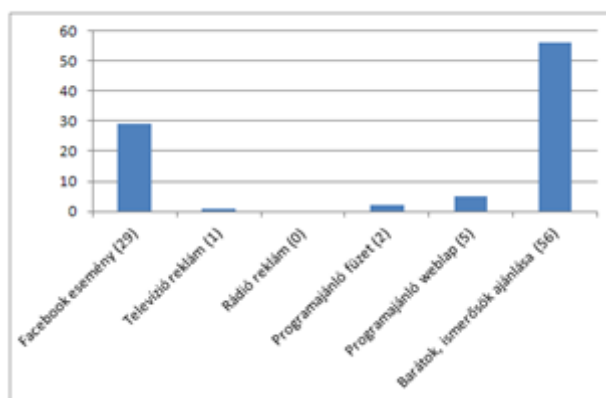
Mi alapján választóti célt (legkevésbé kedvelt)



28. ábra Mi alapján választóti célt? (Saját ábra)

Ha egy fiatal előre eldönti, hogy hová megy éjszaka szórakozni, akkor jól látszik, hogy első helyen mindenki a barátai vagy ismerősei ajánlását említi és második helyen a facebook eseményeket. A többi opció szinte teljesen elhanyagolható, első helyen, tehát legfontosabb információs forrásként alig-alig jelöltek meg mást.

Mi alapján választóti célt (legkedveltebb)

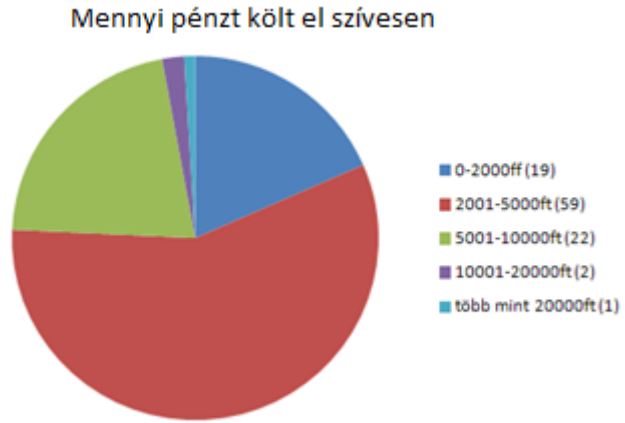


29. ábra Mi alapján választóti célt? 2 (Saját ábra)

11. kérdés- Mennyi pénzt költ el szívesen, egy éjszakai szórakozás folyamán? (N=103)

Ennél a kérdésnél feltüntettem, hogy az utazási költségen kívüli pénzköltés az, ami itt értendő. A fiatalok 18,4%-a válaszolta, hogy egy este során 0-2000ft között összeget költ el. A kitöltők 57,3%-a legszívesebben 2001-5000ft között összeget költ egy éjszaka során. Nem meglepő módon tehát a kitöltők 75,7%-a 0-5000ft közötti összeget költ el egy éjszakai szórakozás alkalmával. A szekunder kutatás alapján kiderült, hogy sok fiatal dolgozik, hogy kiadásait fedezze, valamint az előző kérdésekből világossá vált, hogy több helyet is meglátogatnak a fiatalok, tehát

megpróbálnak kevesebb pénzből kijönni. Ha azt is számításba vesszük, hogy a kitöltők 74,3%-a legalább heti egyszer elmegy szórakozni, akkor szüksége is van arra, hogy a lehető legkevesebbet költse egy éjszakai szórakozás során.



30. ábra Mennyi pénzt költ szívesen? (Saját ábra)

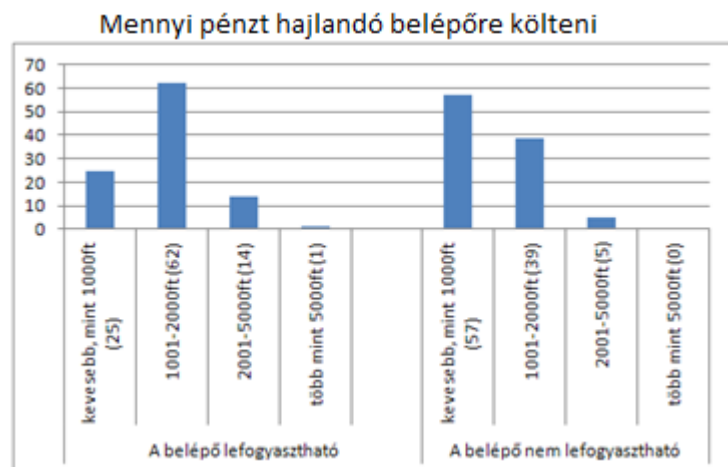
A válaszadók 21.4%-a találja elfogadhatónak az 5001-10000ft közötti költsékezést. Valamint megállapítható, hogy 10000ft felett nem szívesen költenek a fiatalok, ez egy lélektani harát lehet. 10001-20000ft közötti összeget költ el a kitöltők 1,9%-a és 20001ft-nál többet csak mindösszesen 1 ember, azaz 0,9%.

12. kérdés- Mekkora az a maximum összeg, amit hajlandó belépőre fizetni? (N=102/101)

Két diagramot szerkesztettem egymás mellé, mivel a kérdés kétféle belépőre vonatkozott. Első esetben a belépő ára lefogyasztható, a második esetben a belépő ára nem fogyasztható le.

Ha a belépő ára lefogyasztható, akkor a válaszadók 24,5%-a még így is kevesebb, mint 1000ft-t hajlandó kiadni belépőre. A fiatalok 60.8%-a hajlandó 1001-2000ft közötti összeget kiadni belépőre, ami 62 embert jelent, ha ezt az összeget lefogyaszthatják. Ha

viszont nem fogyasztható le a belépő ára, akkor jól megfigyelhető, hogy a nagytöbbség (56,4%), kevesebb, mint 1000ft-ot hajlandó kiadni belépőre. Valamint 38,6%-a a fiataloknak hajlandó 1001-



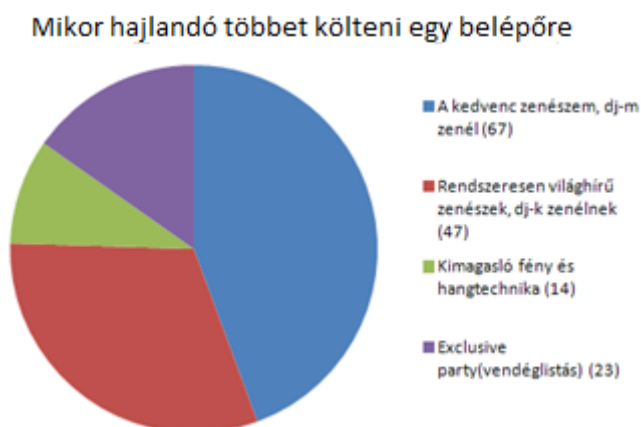
31. ábra Mennyit hajlandó belépőre költeni? (Saját ábra)

2000ft közötti összeget költeni belépőre.

Összehasonlítva a két diagramot, jól látszik, hogy a két mérvado oszlop szinte felcserélődik, nem mindegy a fiatalok számára, hogy az összeg lefogyasztható vagy sem. A budapesti zenés szórakozóhelyek nagytöbbségénél a férfiaknak általában többet kell fizetnie a belépőért, mint a hölgyeknek. Férfiaknak általában 1000-2000ft, míg a nőnek ingyenes vagy 1000ft. Kijelenthető, hogy a lélektani határ 2000ft környékén lehet, ennél nagyobb összeget mindkét esetben ritkán adnak ki szívesen a fiatalok.

13. kérdés- Milyen esetekben lenne hajlandó magasabb összeget fizetni, egy szórakozóhelyi belépőért? (N=103)

Ennél a kérdésnél több választ is meg lehetett jelölni. 151 válaszból a kitöltők 44,4%-a hajlandó magasabb összeget fizetni belépőre, ha a kedvenc zenész vagy dj lép fel. 31.1% hajlandó magasabb összeget fordítani belépőre, ha rendszeresen világhírű zenészek vagy dj-k játszanak egy adott szórakozóhelyen.



32. ábra Mikor hajlandó többet költeni egy belépőre? (Saját ábra)

Jól látszik, hogy a válaszok 3/4 –e a már említett két lehetőség között oszlik meg, tehát kapcsolatban áll a zenével, zenészekkel, dj-vel. A zenés éjszakai szórakozóhelyeken nem meglepő módon a zene áll középpontba, kevés lehetőség van beszélgetésre és az emberek a zene és a zenészek miatt mennek el szórakozni.

A legtöbb szórakozóhely esetében minden estének vagy egy rezidens dj-je, aki egy adott stílust képvisel, de sok esetben hívnak meg nevesebb/ismertebb vendégeket, hogy becsábítsák a fiatalokat, ebben az esetben természetesen nagyobb összeget is el lehet kérni. A válaszokból kiderül, hogy a fiatalok ebben az esetben hajlandóak nagyobb összeget belépőre fordítani.

14. kérdés- Mely szempontokat tartja a legfontosabbnak egy disco esetén? (N=102) (34. ábra a mellékletben, 64.o.)

Ennél a kérdésnél 14 szempontot adtam meg, és a válaszolóknak egy skálán kellett értékelni -amely egytől hatig terjed-, hogy melyek azok a szempontok, amiket fontosnak találnak és melyek azok, amelyeket kevésbé fontosak.

A három legfontosabb szempont a válaszadók szerint, amelyet a kitöltők 41%-a jelölt legfontosabbnak, hogy éjszakai tömegközlekedéssel jól megközelíthető legyen és hasonlóan 41%-os eredménnyel a hely biztonsága szerepelt. A leginkább fontos szempont 43%-al, hogy az adott disco-ba sok ismerős és barát járjon.

Ha a móduszok alapján vizsgáljuk meg az eredményeket, akkor öt esetben szerepelt a maximális 6 pont a legtöbbször. Az előzőekben említett három esetben, valamint az akciós italok és, hogy ne legyen belépő. Az öt szempont közül kettő szoros kapcsolatban áll a pénzzel: ne legyen belépő és az akciós italok, valamint, hogy jól megközelíthető legyen tömegközlekedéssel, így nem kell taxira költeni. Jól látszik tehát a fiataloknál, hogy a pénzköltés egy kardinális kérdés. Nem meglepő, hogy a fiatalok fontosnak találják, hogy barátok és ismerősök is legyenek a disco-ban. A hely biztonsága is a legfontosabb szempontok egyike, talán az 5 szempont közül ez a legérdekesebb, hiszen az ember nem gondolná, hogy tartani kell valamitől egy éjszakai szórakozás során. De tömegben, ahol az emberek többsége fogyaszt alkoholt szinte elkerülhetetlenek az összeszólalkozások és összetűzések, több budapesti disco híres arról, hogy gyakran történnek lopások, ez általában a belépő nélküli helyeken fordul elő. Valamint a legsajnálatosabb érv, ami miatt bekerülhetett a biztonság, mint szempont a top 5-be, az a pár évvel ezelőtt történt West Balkán tragédia.

A többi szempont esetében vizsgálva a móduszt megfigyelhető, hogy a szempontok fele (7db) kapott 5 pontos eredményt, tehát a legfontosabb eredménytől eggyel kevesebb. A három legmértékesebbnek mondható szempont ebből a csoportból, az átlagos korosztály, a hely színvonala és a hely tisztasága. A legtöbb disco esetében megmondható, hogy milyen korosztály jár oda inkább és mivel az emberek inkább a saját korosztályukban szeretnek ismerkedni és szórakozni, így ezt

helyénvalónak látom. Mint minden emberről, így a fiatalokról is elmondható, hogy pénzükért cserében magas színvonalú szolgáltatást várnak.

Módusz értékét vizsgálva a hely presztízse esetében figyelhető meg a 4 érték, mint leggyakrabban említett válasz. Fontos, de nem különösebben, hogy mennyire jó egy hely hírneve, bár mindenki fontosnak találja, hogy mások miként vélekednek, de fontosabb, hogy a fiatal hogyan látja az adott helyet.

2 és 3 érték egy esetben sem szerepelt és az 1 érték is csak egy esetben. Amit egyáltalán nem találtak fontosnak a fiatalok egy diszkó esetében: autóval megközelíthető és van parkoló. Pesti tömegközlekedésnek és taxi szolgáltatnak köszönhetően minden elérhető belátható időn belül. Azon kívül, ritkán járnak úgy szórakozni a fiatalok, hogy nem fogyasztanak alkoholt.

15. kérdés- Mely szempontokat tartja legfontosabbnak egy pub esetében?(N=101) (35. ábra a mellékletben, 65.o.)

Ennél a kérdésnél 12 szempontot adtam meg, és a válaszolónak egy skálán kellett értékelnie -amely egytől hatig terjed-, hogy melyek azok a szempontok, amiket fontosnak talál és melyek azok, amelyek kevésbé fontosak.

Móduszt vizsgálva megállapítható ennél a kérdésnél is (hasonlóan a 14. kérdéshez), hogy a kitöltők legtöbbször egy szempontra 5 vagy 6 pontot adtak. A legfontosabb szempont ebben az esetben is, hogy sok ismerős és barát járjon egy adott pub-ba. Az akciós italok valamint a hely biztonsága is 6 pontot kapott legtöbbször, hasonlóan 14. kérdésben vizsgált disco esetében is. Tehát megállapítható, hogy mindegy milyen szórakozóhelyet vizsgálunk a leglényegesebb szempontok nem változnak.

Az 5 ponttal értékelt szempontok között található meg, hogy központi helyen legyen, és ezért könnyen át lehet menni más helyre. Annak tudatában, hogy a fiatalok általában több helyet is meglátogatnak egy este során, nem meglepő, hogy ezt fontosnak találják. Az egyéb szórakozási lehetőségek is 5 pontot kapott, tehát például a csocsó, bilirád döntő érv lehet egy pub esetében, ha választani kell. Kitelezhető a szórakozás egy játékkal és így még kellemesebben töltheti el a

szabadidejét egy fiatal. A terasz is hasonló eredményt ért el, amelynek használata az utóbbi időben már nem csak a melegebb hónapokra korlátozódik, hiszen egyre több helyen lehet megtalálni fóliasátrakat.

Ennél a kérdésnél nem szerepelt 2, 3, és 4 érték sehol sem móduszként. A disco-hoz hasonlóan az autóval való jó megközelíthetőség és parkoló, a legkevésbé fontos szempont, pub-ba is ritkán járnak az emberek autóval, általában azért mennek, hogy megigyanak valamit és lazítsanak. Továbbá a sportközvetítés esetében is az 1 érték szerepelt a legtöbbször. Számomra ez meglepő, hiszen a kivetítővel rendelkező szórakozóhelyek esetében, ha egy fontosabb mérkőzést közvetítenek szinte minden asztalt lefoglalnak előre.

16. kérdés- Melyek a leginkább zavaró dolgok egy éjszakai szórakozóhely kapcsán az ön számára?(N=103) (36. ábra a mellékletben, 66.o.)

Ennél a kérdésnél 7 szempontot adtam meg, és a válaszolónak egy skálán kellett értékelnie -amely egytől hatig terjed-, hogy melyek azok a szempontok, amiket legkevésbé talál zavarónak és melyek azok, amelyeket leginkább zavarónak talál.

A leginkább zavaró, tehát 6 pontot érő szempontokat összehasonlítva a nem tiszták az illemhelyek 48%-ban szerepelt a legelső helyen, tehát ez zavarja a leginkább a fiatalokat. A gyakoriak a lopások 39%-ot ért el és a harmadik helyen található a nehezen megközelíthető éjszakai tömegközlekedéssel 37%-kal.

Ha a móduszokat vizsgáljuk, akkor a hét szempont közül öt esetében szerepelt leggyakrabban a 6 érték, tehát a leginkább zavaró szempont. A korábban már említett három szempont mellett a nagy tömeg és gyakoriak a konfliktusok szempont szerepelt. A további két szempont esetében a módusz 5 és 4, tehát a 1,2 és 3 érték nem szerepelt egy szempont esetében sem legtöbbször.

Általában nincs tisztaság 5 értéket kapott és a nem tiszták az illemhelyek pedig a leginkább zavaró tényező, tehát a fiatalokat rendkívül zavarja, ha olyan helyen kell szórakozniuk, ahol kifogásolható a tisztaság. Általánosságban elmondható, hogy a legtöbb szórakozóhelyen figyelembe veszik a tömeget és külön emberek

foglalkoznak ennek kezelésével. Figyelnek, hogy a bejáratnál található résznél ne torlódjanak fel az emberek, kordonnal elkerített helyen kell várakozni a belépésre. A nagy tömeg, ami az egyik legzavaróbb tényező, maga után vonja a gyakori konfliktusokat és lehetséges lopásokat. Tehát ezt a 3 szempont kéz a kézben jár és kapott az összes 6-os értéket.

A hét szempont közül a legkevésbé zavarónak értékelt szempont a nem elég hosszú a nyitvatartási idő, ennek módusza 4. Ebből az derül ki, hogy meglehetősen jól számítják ki a szórakozóhelyek a záróra időpontját.

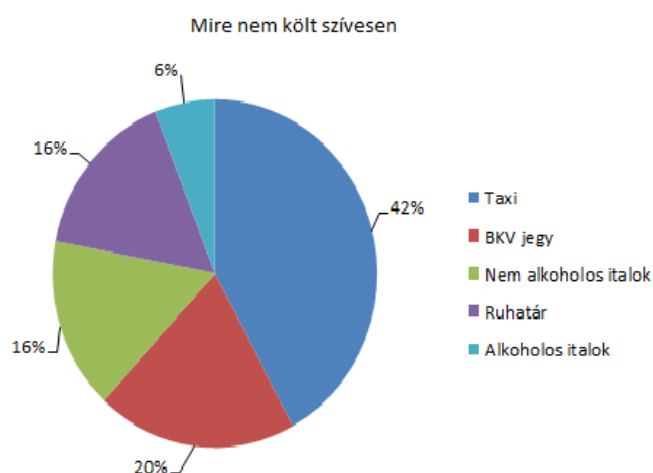
17. kérdés- Állítsa sorrendbe, hogy egy szórakozás alkalmával, melyek azok a dolgok, amikre a legkevésbé szívesen ad ki pénzt?(N=103)

Ebben az esetben hat szempontot adtam meg, ahol egy sorrendet kellett felállítania a fiataloknak.

A taxi lehetőség átlagosan 4,53 pontot kapott, ami a jó tömegközlekedés mellett megérthető, valamint ennek díja elég magas is lehet, ha valaki távolabb

utazik, vagy nem tudnak többen összeállni. Az előzőhöz hasonlóan négyes átlag fölött eredményt ért el a belépő. Már az előzőekben is láttuk, hogy nem szívesen adnak ki sokkal nagyobb összeget erre a fiatalok, még abban az esetben se, ha ez a belépő lefogyasztható.

Teljesen átlagosnak mondható a 3 és a 4 érték közötti eredmények, ruhatár (3,59), BKV jegy (3,45) valamint a nem alkoholos italok (3,23). Ennek oka az lehet, hogy a ruhatár és a BKV jegy opcionális, valamint ha erre pénzt ad ki egy fiatal, akkor ennek mértéke nem magas, pár száz forint. A nem alkoholos italokra is



33. ábra Mire nem költ szívesen? (Saját ábra)

kevesebb összeget fordítanak egy este alatt a fiatalok, tehát ennek mértéke sem magas.

Átlagosan 2,09 értéket kaptak az alkoholos italok, tehát ez az a kategória, amire a fiatalok legkevésbé sajnálják a pénzt. Ha elmennek szórakozni a fiatalok, akkor tudatában vannak az árakkal és tudják, hol találják meg a legolcsóbb helyeket és a legjobb akciókat, tehát ha ezekkel az árakkal hasonlítják össze az átlagos árakat, akkor úgy érezhetik, hogy jól jártak.

3.3 A 6. kérdésre adott válaszok elemzése

Kérdőívben rákérdeztem, hogy van-e az embereknek törzshelye, tehát amit gyakrabban és szívesebben látogatnak. Kiválasztottam a 10 legtöbbször említett szórakozóhelyet, amelyek között megtalálhatóak éjszakai diszkók, egyszerűbb bárók, valamint egy borozó is. Több olyan bár is megemlítésre került, ahol jóval olcsóbbak az árak, ide szeretnek járni az általam megkérdezett fiatalok egy buli előtt alapozni vagy csak egyszerűen beülni és beszélgetni. Egyetlen olyan hely került be az első 10 szórakozóhely közé, ami Budán található (Romkert). Nagy meglepetésre egy borozót is megemlítettek a fiatalok (Divino).

Az következőkben ezeket a szórakozóhelyet fogom jobban megvizsgálni. Kiválasztottunk 4 üdítőt (legolcsóbb csapolt sör 0,4l/0,5l, víz, legolcsóbb vodka és a 0,2l coca-cola), amelyet minden szórakozóhely esetében megnéztem valamint elhelyezkedésüket megvizsgáltam és a legközelebbi tömegközlekedési lehetőségeket értékeltem. A 10 kiválasztott szórakozóhely árait átlagoltam, de ebből kikerült a DiVino borozó. A legolcsóbb csapolt sör átlagosan 492 Ft, a víz átlagosan 290 Ft, a legolcsóbb vodka átlagosan 596 Ft, a Coca-Cola átlagosan 304 Ft.

Megvizsgáltam 5 szempontot és ezeket értékeltem előnyként vagy hátrányként. Ár, elhelyezkedés, szolgáltatások, nyitva tartás, parkolási lehetőségek.

A sorrend nem a megemlítések számát tükrözi.

Limit Bár

Megkérdezettek pozitívként emelték ki: hangulatos valamint ki lehet ülni

Facebook oldaluk bemutatkozó szövegének az első mondata „Ahol indul az este”.

Ennél a szórakozóhelynél a sör 41%-kal olcsóbb, a víz 34%-kal olcsóbb, a vodka 41%-kal olcsóbb, míg a Coca-Cola 28%-kal olcsóbb, mint az átlag.

Erősségek: Árak- Az összes szórakozóhely közül, ez a legolcsóbb.

Elhelyezkedés- Ez a szórakozóhely a VII. kerületben található, a Wesselényi villamosmegállóval szemben.

Szolgáltatások- Melegétel (reggeli, ebéd, vacsora), asztalfoglalás, fizetés nem csak készpénzzel, szabadtéri ülőhelyek, csocsó, tv, wifi

Nyitva tartás: Minden nap hajnal 4-ig

Gyengeségek- Parkolás nehézkes a nagykörúton

Ötkert

Megkérdezettek pozitívumként emelték ki: kulturált, jó a zene és a közösség, sok a külföldi

Ennél a szórakozóhelynél a sör 46%-kal drágább, a víz 41%-kal drágább, a vodka 58%-kal drágább, a Coca-Cola 48%-kal drágább, mint az átlag.

Erősségek: Elhelyezkedés- V. kerületben található, 3 percre a Széchenyi István téri villamosmegállótól vagy 8 percre a Deák Ferenc tértől

Szolgáltatások- Melegétel (ebéd, vacsora), asztalfoglalás, fizetés nem csak készpénzzel, terasz, wifi, élő zene

Nyitva tartás: minden nap

Gyengeségek: Árak- általunk vizsgált szórakozóhelyek közül a két legdrágább egyike, bár minden nap nyitva van, de hétfőn, kedden és vasárnap csak éjjelig

Parkolás- nincs parkoló

Doboz

Ennél a szórakozóhelynél a sör 12%-kal drágább, a víz 21%-kal, a vodka 31%-kal és a Coca-Cola 15%-kal drágább, mint az átlag.

Erősségek: Elhelyezkedés- VII. kerület, 5 percre a Blaha Lujza tértől

Szolgáltatások- Melegétel (vacsora), asztalfoglalás, terasz, wifi, élő zene, akadálymentesített

Nyitva tartás- pénteken és szombaton reggel 6-ig vasárnap zárva

Parkolás- van parkoló

Gyengeségek: Árak- Drágább, az általunk kiválasztott 10 szórakozóhely átlagos árainál, de Pesthez mérve nem nevezhető túlzottan drágának, csak készpénzes fizetés.

Romkert

Megkérdezettek pozitívként emelték ki: nyáron az egyik legjobb szórakozóhely, nyitott és hangulatos. Ennél a szórakozóhelynél a sör 63%-kal drágább, a víz 21%-kal drágább, a vodka 51%-kal drágább, mint az átlag. Coca-Cola üdítők nincsenek, Pepsi üdítők vannak.

Erősségek: Elhelyezkedés- I. kerület, bár a Ferenciek terétől 12 percre található, rendkívül kellemes környezetben található

Szolgáltatások- Wifi, élő zene, terasz, belépés mindig ingyenes, további 21+ korhatár csütörtökön, pénteken, szombaton

Nyitva tartás: 4-ig van nyitva minden nap

Parkolás- van parkoló

Gyengeségek: Árak- általunk vizsgált szórakozóhelyek közül a két legdrágább egyike, csak készpénzes fizetés, szezonális áprilistól-szeptemberig van nyitva

Gong Café 2

Ennél a szórakozóhelynél a sör 29%-kal olcsóbb, a víz 24%-kal, a vodka 23%-kal míg a Coca-Cola 28%-kal olcsóbb, mint az átlag.

Erősségek: Olcsó árak

Elhelyezkedés- a VII. kerületben található a Wesselényi villamosmegállóval szemben

Szolgáltatások- Tv, wifi, terasz, melegétel, sportközvetítés, asztalfoglalás

Nyitva tartás- minden nap 0-24

Gyengeségek: Szolgáltatások- csak készpénzes fizetés

Parkolás- nehézkes a Nagykörúton

K9

Megkérdezettek pozitívként emelték ki: központi helyen van, valamint árszínvonalra és kinézetre is remek

Ennél a szórakozóhelynél a sör 29%-kal olcsóbb, a vodka 18%-kal olcsóbb és a Coco-Cola 5%-kal olcsóbb, mint az átlag. A víz éppen 290 Ft, mint az átlag.

Erősségek: Árak- olcsó

Elhelyezkedés- a VII. kerületben található 4 percre a Deák Ferenc tértől

Szolgáltatások- Csocsó, Tv, terasz, házi és kézműves sörök

Nyitva tartás: minden nap

Gyengeségek: Szolgáltatások- csak készpénzes fizetés, nincs wifi

Parkolás- nincs parkoló

Trapéz

Megkérdezettek pozitívként emelték ki: közel van az egyetemhez (Corvinus)

Ennél a szórakozóhelynél a sör 21%-kal olcsóbb, a víz 14%-kal olcsóbb, a vodka 33%-kal olcsóbb, a Coca-Cola 8%-kal olcsóbb, mint az átlag.

Erősségek: Árak- olcsó

Elhelyezkedés- a IX. kerületben található, 4 percre a Fővám téri villamosmegállótól

Szolgáltatások- Melegétel (ebéd, vacsora), csocsó, Tv, wifi, élőzene, terasz, sportközvetítés

Gyengeségek: csak készpénzes fizetés, rövid és korlátozott nyitva tartás

Nyitva tartás- vasárnap nincs nyitva, péntek és szombaton csak 2-ig

Parkolás- nincs parkoló

Corvinus Café (dohány utca)

Megkérdezettek pozitívumként emelték ki: olcsó a koktél, jó a hely berendezése

Ennél a szórakozóhelynél a sör 27%-kal olcsóbb, a víz 21%-kal olcsóbb, a vodka 24%-kal olcsóbb míg a Coco-Cola 24%-kal olcsóbb, mint az átlag.

Erősségek: Árak- olcsó, Budapesten az egyik legnagyobb koktélaival működik

Elhelyezkedés- a VII. kerületben található, 4 percre az Astoriától

Szolgáltatások- Asztalfoglalás

Gyengeségek: nincs WIFI, csak készpénzes fizetés

Nyitva tartás- pénteken és szombaton csak 2-ig

Parkolás: nehézkes az utcában

Fröccsterasz

Megkérdezettek pozitívumként emelték ki: jó a hangulat, a város közepén van, ezért bárhova el lehet menni utána

Ennél a szórakozóhelynél a sör 26%-kal drágább, a víz 10%-kal drágább, a vodka 1%-kal drágább és a Coca-Cola 28%-kal drágább, mint az átlag

Erősségek: Elhelyezkedés- a VI. kerületben található, 5 percre a Deák Ferenc tértől

Szolgáltatások- Wifi, akadálymentesített, terasz

Nyitva tartás- Pénteken és szombaton 4-ig

Gyengeségek: Árak- Drágább, az általunk kiválasztott 10 szórakozóhely átlagos árainál, de Pesthez mérve nem nevezhető túlzottan drágának, csak készpénzes fizetés, szezonális télre a Vam Design Centerbe költözik

Parkoló: nincs közvetlen parkoló, a környéken is elég nehéz helyet találni, leszámítva a gödör mélygarázst, ami nagyon drága

DiVino

Megkérdezettek pozitívként emelték ki: színvonalas a társaság, jó a kiszolgálás, szimpatikusak a felszolgálók

Ennek a szórakozóhelynek az árait nem hasonlítottuk össze a többi szórakozóhely áraival, mivel ez a hely borokkal foglalkozik. A DiVino déltől este 6 óráig borszaküzletként is üzemel. A bár kínálatában több, mint 500 féle magyar bor szerepel, köztük borritkaságok, egyedi évjáratok, kis szériás tételek, aszú különlegességek.

Erősségek: Elhelyezkedés- az V. kerületben található, 5 percre a Deák Ferenc tértől

Szolgáltatások- Melegételek (ebéd, vacsora), wifi, terasz, kártyás fizetés, asztalfoglalás

Nyitva tartás- Minden nap nyitva van, pénteken és szombaton 2-ig

Gyengeségek: Parkolás, mert nincs parkoló

Összességében elmondható, hogy a fiatalok által választott szórakozóhelyek szinte egytől egyig jól megközelíthetőek. Tömegközlekedéssel könnyen elérhető az összes hely és adott megállóktól csak percekkel kell sétálnia a fiataloknak. Az árakat tekintve megfigyelhető olcsóbb és drágább hely is, valamint alapozásra használt szórakozóhely és zenés szórakozóhely is.

4.Konklúziók

Kutatási hipotéziseim a következők:

1. A 16-29 év közöttiek számára fontosak, az árak, így egy éjszakai szórakozás során több helyet is meglátogatnak. Olcsóbb kocsmákban, pubokban alapozó italozást folytatnak, majd utána mennek tovább, zenés táncos szórakozóhelyre.
2. Kiemelt jelentőségű egy zenés szórakozóhely elhelyezkedése valamint a hely presztízse.
3. A szórakozóhelyek által megjelenített reklámok nyugodtan korlátozódhatnak csupán a közösségi média csatornákra, ugyanis, szinte mindenki ott értesül létezésükről, és az esti buliról.

Első hipotézisem beigazolódott, ugyanis a fiatalok árérzékenyek, így egy este során 2 vagy 3 helyet is meglátogatnak, mindenhol kihasználják az akciókat, majd tovább álnak. Az olcsóbb árszínvonal mellett kiemelendő, hogy a zenész szórakozóhelyek már tudatában vannak annak, hogy a fiatalok otthon vagy más olcsóbb helyen kezdik az estét, ezért csak kilenc vagy tíz órakor nyitják meg a kapuikat.

Ha még figyelembe vesszük, hogy a legtöbb zenés szórakozóhelyen belépőt is kell fizetni és ezen úgymond nem lehet spórolni, akkor érthető, hogy inkább az olcsóbb helyeket keresik fel a fiatalok. A kérdőívemből kiderült, hogy a fiatalok több mint 75%-ka 0-5000ft közötti összeget szán egy éjszakai szórakozásra, de ebben nincs benne az utazás költsége, ami taxi esetén akár 1000-2000ft pluszt is jelenhetne. Ha az előzőleg említett 5000ft-os lélektani határhoz hozzávesszük, hogy mekkora az a maximális összeg, amit hajlandóak belépőre fizetni, akkor az egy estére szánt keret 20-40%-t is kiteheti a belépő. Amennyiben nem fogyasztható le a belépő, akkor inkább 0-1000ft közötti értéket jelöltek meg, míg abban az esetben, ha a belépő ára lefogyasztható, hajlandóak 1001-2000ft között összeget fizetni. De kijelenthető, hogy a belépő áránál a lélektani határ 2000ft. A megkérdezettek 3/4-e válaszolta azt, hogy amennyiben kedvenc zenésze vagy rendszeresen világhírű dj-k játszanak egy

adott helyen, akkor abban az esetben hajlandó lenne nagyobb összeget fordítani belépőre, tehát ezzel lehet a fiatalokat leginkább „elcsábítani”.

Mint sok más esetben is, itt is több tényező vizsgálata után állapítható meg, hogy a fiatalok figyelnek arra, hogy mennyit költenek el egy este alatt és tudatosan keresik az olcsóbb szórakozóhelyeket.

Második hipotézisben két szempontot adtam meg, amely közül az egyik igaznak bizonyult, míg a másikra rácsáfoltak a kitöltők. Előzetes elgondolásom alapján az elhelyezkedés nagyban befolyásolja a hely presztízsét, de ez a két szempont nem jár kéz a kézben. Az elhelyezkedés rendkívül fontosnak mondható, míg a hely hírneve már nem olyan mérvadó a fiataloknak.

Mint kiderült a válaszadók 77,5%-ka tömegközlekedéssel jár szórakozni, és mint a szekunder kutatásból kiderült Budapest éjszakai tömegközlekedése jól szervezett, főleg azokban a kerületekben, ahol a legtöbb szórakozóhely megtalálható, és amit a legtöbb kitöltő előnyben részesít. Tehát Budapest belvárosi kerületei (V. VI. VII.) a leginkább közkedveltek, a válaszadók 74,7%-ka ezeket a kerületeket preferálja egy éjszakai szórakozás alkalmával. Továbbá fontos megemlíteni a szórakozóhely elhelyezkedésénél, hogy a fiatalok legkevésbé szívesen adnak ki pénzt taxira, tehát tömegközlekedéssel kevésbé jól megközelíthető szórakozóhelyek hátránnyal indulnak a Budapest belvárosi kerületihez tartozó szórakozóhelyekkel szemben.

A hipotézis másik felét vizsgálva azonban megállapítható, hogy a hely presztízse és hírneve kevésbé fontos a fiataloknak. A 14. kérdés, amely arra vonatkozott, hogy mely szempontokat találják fontosnak a kitöltők egy disco esetén, megmutatta, hogy a hely presztízse a második legrosszabb helyen szerepelt. Nagyon kevesen jelölték a skála első és második helyén, amely arra enged következtetni, hogy nem tekinthető befolyásoló tényezőnek. Nem igazán számít a fiataloknak egy hely hírneve, inkább jó helyen legyen, valamint nagyon fontosnak találják, hogy tiszta legyen, biztonságos és sok ismerős és barát járjon oda.

Harmadik hipotézisem a szórakozóhelyek által megjelenített reklámokra vonatkozott, mely csatornákat részesítik előnyben a fiatalok. A szekunder kutatás alapján kiderült, hogy a nyomtatott sajtó és a rádió kiszorult a fiatalok életéből. Bár a televízió még mindig fontos szerepet tölt be a fiatalok életében, de direkt információkeresésre az internetet használják és a barátaik, szüleik segítségét kérik. Továbbá a Z generáció kutatása alapján, a fiatalok 52,4%-ka használja tájékozási céllal a facebook-ot. Ez alapján nem meglepő, hogy az általam megadott kérdések is hasonló eredményt mutatnak.

Pontosan az általam feltett kérdés: Abban az esetben, ha előre eltervezi, mi alapján választ úti célt. Tehát az adott szórakozóhelyeken lévő akciókról, fellépőkről, különböző eseményekről hol értesül egy fiatal. A barátok és ismerősök tanácsai után a facebook esemény állt. A többi csatorna, mint például a rádió, televízió, programajánló füzet háttérbe szorult. Fontos megemlíteni, hogy megközelítőleg a fiatalok fele előre eldönti, hogy hova megy szórakozni, tehát mindenféleképpen szükséges előzetes informálódás és kutatás az éppen meghirdetett bulikkal és akciókkal kapcsolatban.

A harmadik hipotézisem is igaznak bizonyult, tehát a fiatalok szinte kizárólag egymástól és a közösségi médián keresztül értesülnek új szórakozóhelyekről és eseményekről.

Így összességében az előzetesen felállított három hipotézis közül kettő bizonyult teljes mértékben igaznak és egy pedig félig.

Szekunder információk alapján kiderült, hogy a felsőoktatásban tanuló fiatalok legalább 20%-a dolgozik tanulmányai mellett. Valamint egyötödük számít partiarcnak, tehát így van fizetőképes kereslet és egy jól megcélozható közönsége a báróknak és éjszakai szórakozóhelyeknek. A kérdőívemből kiderült, hogy a kitöltők 89,75% jár éjszakai szórakozóhelyekre, ami arra enged következtetni, hogy a legtöbb fiatal igényli, hogy barátaival éjszakai szórakozóhelyekre látogassanak, és ezt megtehetik, hiszen elkölthető jövedelmük is van.

Az előzetes kutatásból kiderült, hogy a fiatalok legtöbbször rendelkezik hétköznapi és hétvégi is szabadidővel és ezt a szabadidőt a fiatalok 43%-a osztja meg barátaival hétköznapi és a 76%-a hétvégi. Hétköznapi általában 3,5 óra, míg hétvégi 9 óra szabadidőről számoltak be a szekunder kutatásokban megkérdezett fiatalok. Tehát a barátok nagyon fontosak és sok időt töltenek el együtt, 75% nyilatkozott úgy, hogy van baráti köre. Ha az utóbbi említett információkat megvizsgáljuk, akkor egyáltalán nem meglepő, hogy a legtöbb fiatal eljár szórakozni a barátaival. A szekunder kutatásból kiderült, hogy a fiatalok csak 14%-nak van törzshelye, tehát legtöbb esetben új helyeket keresnek fel, nem ragadnak le egy szórakozóhelynél, míg a saját kérdőívem alapján ez az arány 33%.

Szekunder kutatás szerint a fiatalok közel fele két éjszakát is házon kívül tölt. A kérdőívem alapján megállapítható, hogy a fiatalok leginkább, csütörtökön, pénteken és szombaton járnak szórakozni. A hétvégi este nem szorulnak különösebb magyarázatra. A csütörtöki este már közel van a hétvégihez, sokan úgy gondolják, hogy egy napot már kibírnak egy szórakozással eltöltött este után. Valamint a felsőoktatásban tanuló és vidékre hazajáró diákoknak ez az utolsó estéje a héten Budapesten, így rendkívül sok zenész szórakozóhely helyez hasonlóan nagy hangsúlyt egy csütörtöki este profi megszervezésére.

A kérdőív alapján kijelenthető, hogy a legtöbb budapesti fiatal szeret eljárni éjszakai szórakozóhelyekre és ezt rendszeresen meg is teszik. Nagyon szerencsés helyzetben vannak, mivel szinte megszámlálhatatlan szórakozóhely közül válogathatnak. De azt mindenféleképpen meg kell jegyezni, hogy a fiatalok érzékenyek, így nem meglepő módon keresik az akciót, több helyet is meglátogatnak egy este során. Legtöbbjük előre eldönti hova fog menni, tudatosan keresik az igényeiket leginkább kielégítő szórakozóhelyeket és leginkább barátaik véleményét kérik ki egy szórakozóhellyel kapcsolatban, valamint előszeretettel tájékozódnak facebook események alapján. Mivel a legtöbb szórakozóhely Budapest belvárosi kerületeiben található, így jól megközelíthetők tömegközlekedéssel, amit el is várnak a fiatalok. Az árak átlagos színvonala mellett több más szempontot is figyelembe vesznek. Nagyon fontos számukra, hogy a szórakozóhely, amit választanak tiszta legyen, különösképpen az illemhelyek, valamint biztonságos legyen és sok ismerős járjon az adott helyre.

5.Összefoglalás

A szekunder kutatásból kiderült, hogy a budapesti fiatalok rendkívül szerencsés helyzetben vannak. A legtöbb italüzlet és zenés szórakozóhely itt található, egymást érik a bárók és a kocsmák. Mindenki megtalálhatja a számára legkedvezőbb helyet, ami jelentsen épp egy olcsóbb vagy épp egy felkapottabb szórakozóhelyet. A vizsgált fiatal korosztály rendelkezik szabadidővel és mivel szeretnek házon kívüli programokat szervezni, így nem meglepő, hogy a szórakozóhelyek száma ilyen magas a fővárosban. Személyes tapasztalat alapján is bátran kijelenthető, hogy nincs olyan nap, hogy Budapest belvárosi kerületeiben - a Margit körút közelében- ne találna egy szórakozóhelyet az ember, ami épp nyitva van, bár a hét második felében (csütörtök, péntek, szombat) már nem biztos, hogy le is tud majd ülni. Ha viszont épp nincs szabad hely, akkor az embernek csak pár métert kell továbbmennie és szerencsét próbálhat egy másik helyen vagy épp a jól szervezett tömegközlekedés is segítségére lehet, ami a belvárosban éjjel nappal elérhető.

A fiatalok amellet, hogy rendkívül sok időt töltenek a számítógép előtt, szeretnek otthonról eljárni és a barátaikkal tölteni az időt, ami egy átlagos hétvégi napon több mint három órát jelent. Egy átlagos fiatal, akár napi két és fél órát szörföl az interneten, amiből 75 perc csak a facebook-ra fordítódik. Ha azt figyelembe vesszük, hogy a fiatalok átlagosan 37,2 emberrel tartják a kapcsolatot online, akkor nem is tűnik olyan sok időnek az a 75 perc, viszont megállapításra került, hogy személyesen 21,9 fővel tartják a kapcsolatot. A szekunder kutatásból tehát sok hasznos információhoz jutottam, megismertem a fiatalok szórakozási szokásait, szabadidő eltöltési szokásait valamint, hogy ehhez Budapest miként tud hozzájárulni. A primer kutatás pedig segítségemre volt elmélyíteni az ismereteim, hogy valójában milyen szempontok alapján választanak szórakozóhelyet a fiatalok.

A saját kutatásomat egy online kitölthető kérdőív összeállításával kezdtem, amelynél az előzetes elvárásom szerint 100 embernek kellett volna kitöltenie. A kérdőív lezárásakor 117 kitöltés érkezett, de az egyes kérdésekre adott válaszok száma eltérhet a végleges kitöltők számától. A kérdőívem nemekre vonatkozó kérdését 115 fiatal töltötte ki, 62 nő és 53 férfi. 2015 népszámlálásból kiderül, hogy a 16-35 év közötti fiatalok esetében a férfiak aránya 50,4% és 51,7% között

változott, ha ezt vesszük figyelembe, akkor megállapítható, hogy az én mintám nem tükrözi jól a magyarországi arányokat, mivel több férfinak kellett volna kitölteni, mint lánynak. Ha a korosztályt vizsgáljuk, akkor a célcsoportba (16-30 év) tartozók aránya 97,39% volt, hárman kitöltő 30 évnél idősebb volt.

Az előzetesen felállított hipotéziseim nagymértékben igaznak bizonyultak. A fiatalok számára fontosak az árak, megpróbálják kihasználni az akciókat, több szórakozóhelyet is felkeresnek egy éjszaka során és így próbálják minimalizálni a költségeket, bár kiderült, hogy az alkoholos ital az, amire legkevésbé sajnálnak költeni. Ha figyelembe vesszük, hogy a legtöbb zenés szórakozóhelyre csak a belépő megfizetése ellenében mehetünk be, akkor érthető, hogy szeretnének spórolni a fiatalok. Információk az akciókról és kedvező ajánlatokról legkönnyebben online érhetőek el és egy facebook profil elkészítése a szórakozóhelyeknek szinte elengedhetetlen, hiszen előzetesen szinte mindenki innen tájékozódik. Elérhetőek továbbá a közlő események, itallapok, képek a helyről és a bulikról, pontos cím és térkép és ezen információk tudatában könnyebben tudnak választani a fiatalok a számos budapesti szórakozóhely közül. Bár fontos megjegyezni, hogy a fiatalok elsősorban barátokon és ismerősökön keresztül jutnak információhoz és az online információszerzés a második helyen áll.

Fontos megállapítás, hogy egy zenés szórakozóhely presztízse, sokkal kevésbé fontos, mint azt előzetesen gondoltam. Egy zenés szórakozóhellyel kapcsolatos szempontok közül az utolsó előtti lett a hely presztízse és csak az autóval való megközelíthetőség bizonyult kevésbé fontosnak. A fiatalok számára a legfontosabb tényezők egy zenés szórakozóhely esetén, hogy sok ismerős és barát járjon az adott helyre, biztonságos legyen a hely, éjszakai tömegközlekedéssel jól megközelíthető legyen, valamint az italkínálatban megtalálhatóak legyenek akciós italok.

Irodalomjegyzék

Szakirodalom

Dr. Burkáné Szolnoki Á. (2004), *Vendéglátó szakmai alapismeretek*, Képzőművészeti Kiadó, Budapest

Veres Z., Hoffman M., Kozák Á. (2006), *Bevezetés a Piackutatásba*, Akadémiai kiadó Zrt., Budapest

Elektronikus Források

1997. évi CLV. törvény, Hatályos Jogszabályok Gyűjteménye, A fogyasztóvédelemről, http://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy_doc.cgi?docid=99700155.TV [olvasva: 2015. szeptember 13.].

23/2011. (III. 8.) Korm. rendelet (a zenés, táncos rendezvények működésének biztonságosabbá tételéről), http://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy_doc.cgi?docid=A1100023.KOR [olvasva: 2015. szeptember 10.].

Bittner Z., Dr. Kehl D., Dr. Szűcs K. (2013), Tudománykommunikáció a Z generációnak, Pécs <http://www.zgeneracio.hu/tanulmanyok> [olvasva: 2015. szeptember 22.].

ESPAD, (2011) *The 2011 ESPAD Report, Substance Use Among Students in 36 European Countries* http://www.espad.org/uploads/espad_reports/2011/the_2011_espad_report_full_2012_10_29.pdf [olvasva: 2015. október 5.].

Felsőoktatási statisztikai adatok, letölthető kimutatások (2012), 2.7. *A felsőfokú képzésben részt vevő hallgatók száma a képzés helye és munkarend szerint az összes képzési szinten* http://www.oktatas.hu/felsooktatas/felsooktatasi_statisztikak [olvasva: 2015. szeptember 14.].

Gábor K., Jancsák Cs. (2004), *Ifjúsági korszakváltás Ifjúság az új évezredben*, Szeged http://www.ifjusagsegito.hu/belvedere/ifjusagi_korszakv.pdf [olvasva: 2015. szeptember 20.].

Kosaras B. szakdolgozat (2010), *Mitől lesz cool egy szórakozóhely Budapesten? A Morrison's szórakozóhelyek marketingtevékenységén keresztül*, Budapest http://elib.kkf.hu/edip/D_15321.pdf [olvasva: 2015. október 2.].

KSH, *A népesség számának alakulása, népsűrűség, népszaporodás településtípusonként*, http://www.ksh.hu/nepszamlalas/tablak_demografia [olvasva: 2015. szeptember 14.].

KSH, *Magyarország 2005*, <http://www.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xftp/idoszaki/mo/mo2005.pdf> [olvasva: 2015. szeptember 14.].

KSH, *Az alkalmazásban állók havi nettó átlagkeresete*
http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_evkozi/e_qli030.html [olvasva: 2015. szeptember 16.].

KSH, *A vendéglátóhelyek számának alakulása típus szerint*
http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_oga007.html [olvasva: 2015. szeptember 23.].

KSH, *A fiatalok munkaerő-piaci helyzete*
http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/pdf/ifjusag_munkaero_piac.pdf [olvasva: 2015. szeptember 8.].

Lehota J. (2001), *Marketingkutató az agrárgazdaságban*, Mezőgazda kiadó,
<http://www.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tkt/marketingkutatas/ch04s03.html> [olvasva: 2015. szeptember 23.].

OEFI, (2012) *A dohányzás társadalmi terhei Magyarországon*
http://www.oefi.hu/dohanyzas_tarsadalmi_terhe_OEFI_2012.pdf [olvasva: 2015. október 2.].

Székely L.(szerkesztő) *Magyar Ifjúság 2012 Tanulmánykötet*, Közigazgatási és Igazságügyi Minisztérium
http://kutatopont.hu/files/2013/09/Magyar>Ifjusag_2012_tanulmanykotet.pdf
 [olvasva: 2015. október 5.].

Weboldalak

http://campuslet.unideb.hu/dokumentumok/tanulmanyok1/fantatrendriport6_091026062651.pdf [olvasva: 2015. szeptember 8.].

<http://www.origo.hu/itthon/20130103-erdekessegek-az-orszag-bunugyi-terkepadataibol.html> [olvasva: 2015. szeptember 8.].

<http://index.hu/gazdasag/2013/10/16/megfelelozodhet-a-taxisok-szama-budapesten>
 [olvasva: 2015. szeptember 9.].

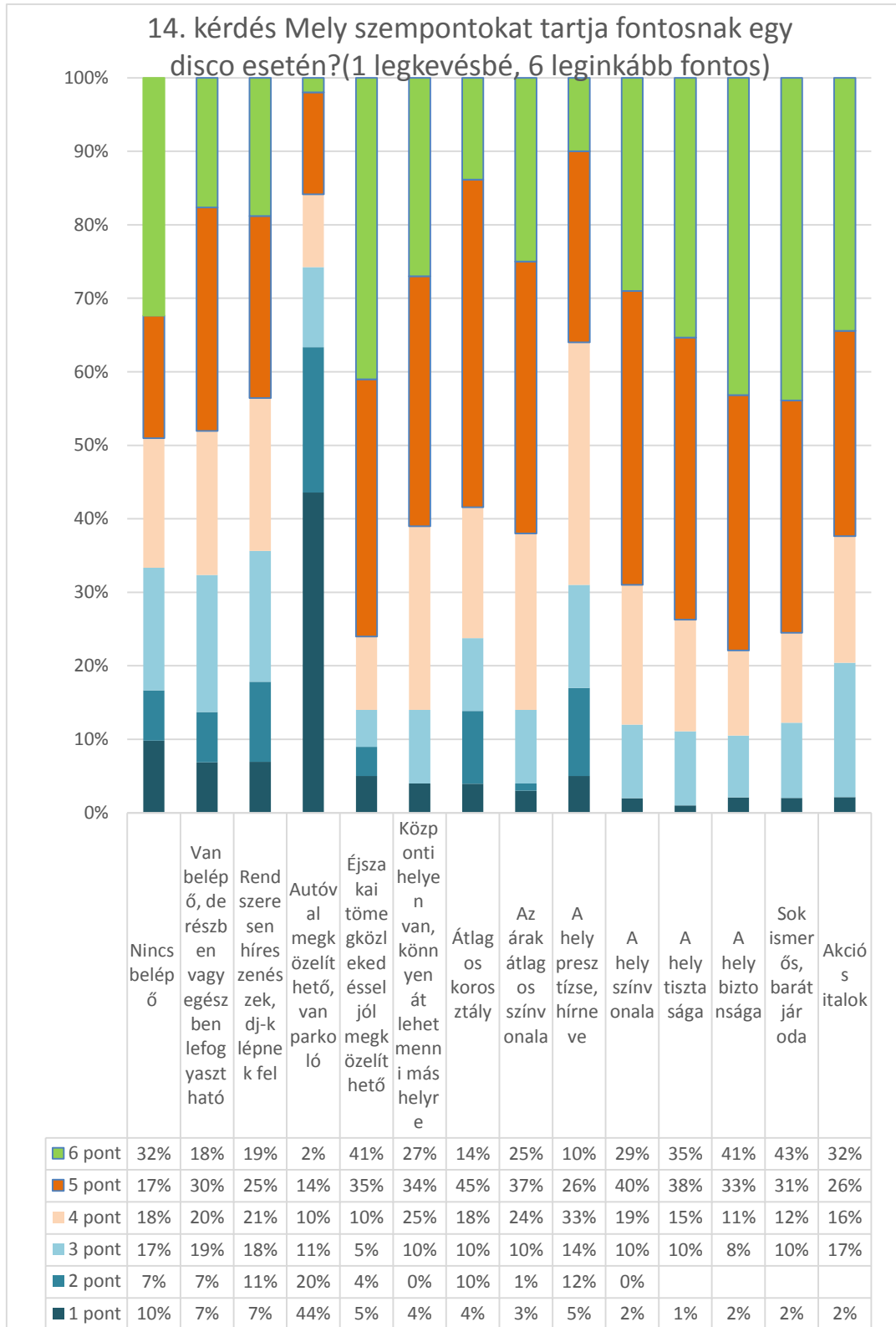
<http://statisztikus.hu/fuggelek/statisztikai-fogalmak/> [olvasva: 2015. október 10.].

<http://www.telekom.hu/mobil/lakossagi/ugyintezes/lefedettseg> [olvasva: 2015. szeptember 18.].

https://www.google.hu/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=5&cad=rja&uact=8&ved=0CEEQFjAEahUKEwjA9bGjyLzIAhXHuRQKHAK-CSk&url=http%3A%2F%2Fbobo.e-voice.hu%2Fn%25E9zd%2520%25E1t%2FVegyes%2FPiacelemz%25E9s%2520Jegyzet.doc&usq=AFQjCNGp6YBaIAOwLgVtliBcY8xJ_TTLA&bvm=bv.104819420,d.bGg [olvasva: 2015. október 13.].

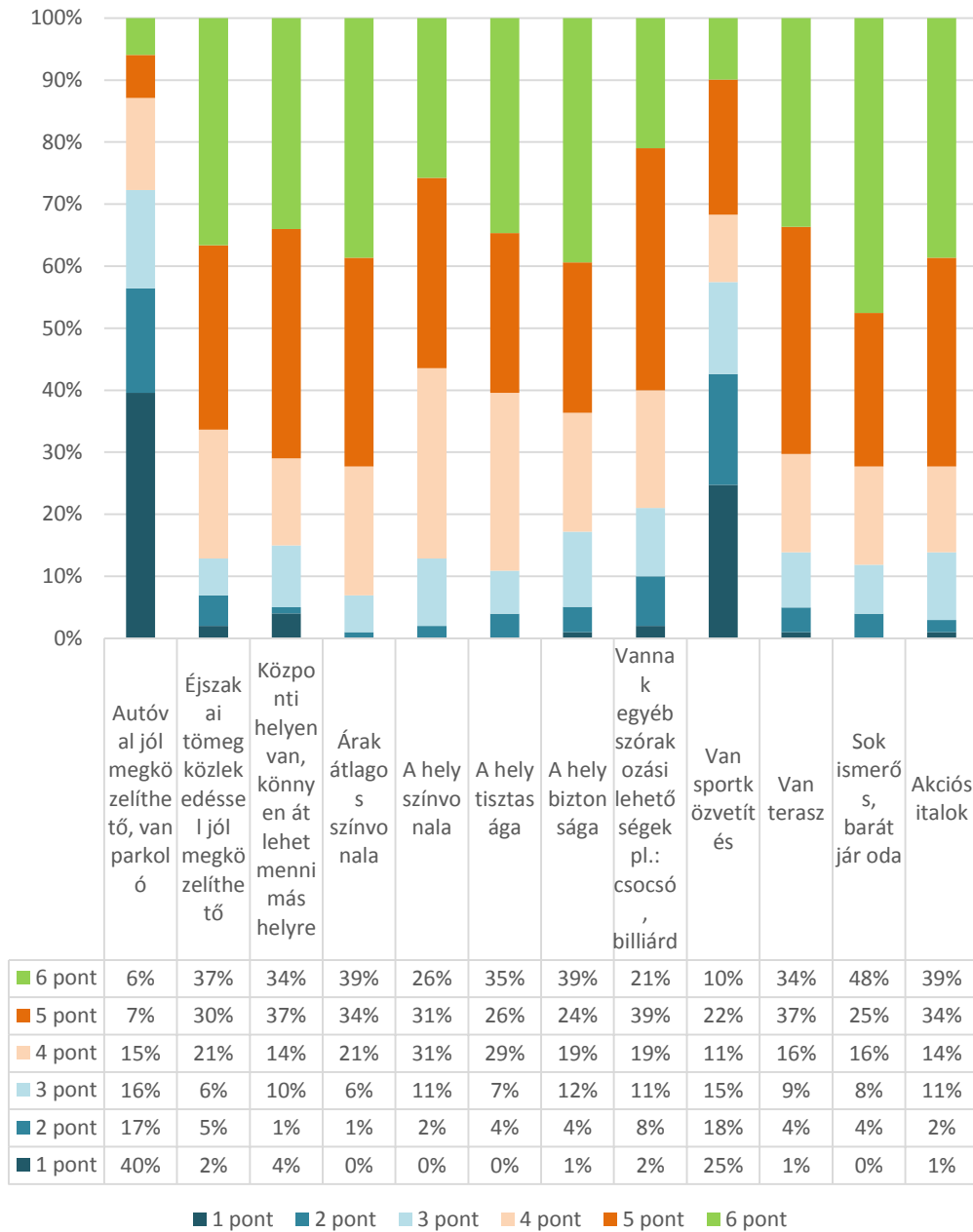
http://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy_doc.cgi?docid=A1100023.KOR [olvasva: 2015. szeptember 9.].

Mellékletek



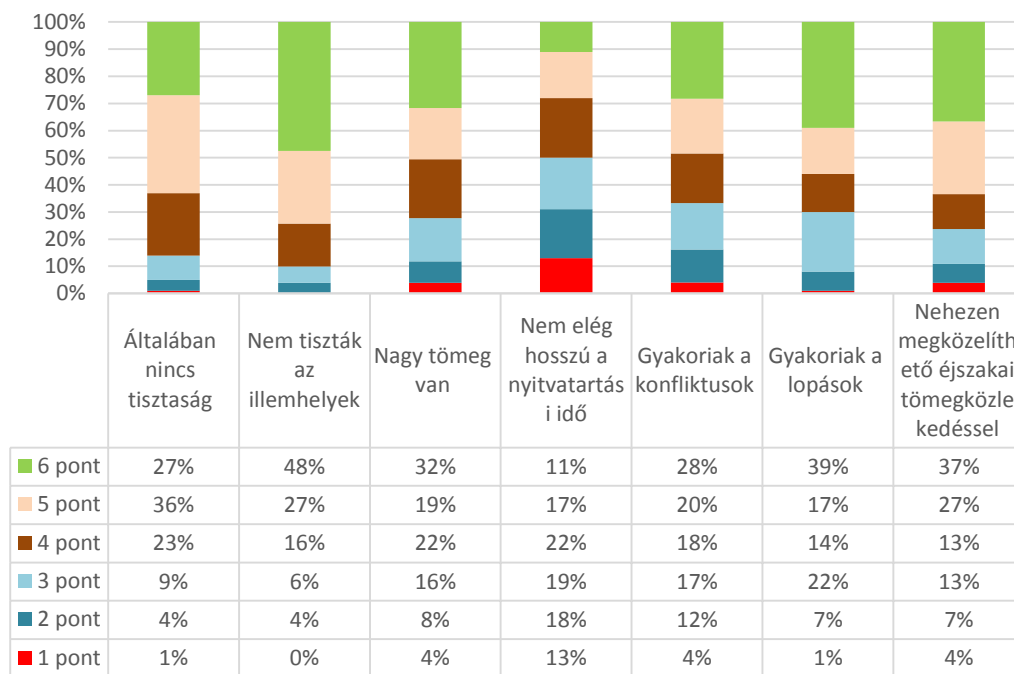
34. ábra Milyen szempontok fontosak egy disco esetében (Saját ábra)

15. kérdés Mely szempontokat tartja legfontosabbnak egy pub esetében(1 legkevésbé, 6 leginkább fontos)



35. ábra Milyen szempontok fontosak egy pub esetében (Saját ábra)

16. Melyek a leginkább zavaró dolgok egy éjszakai szórakozóhely kapcsán az ön számára?(1 legkevésbé, 6 leginkább zavaró)



36. ábra Melyek a leginkább zavaró tényezők (Saját ábra)

Kérdőív

1. Szokott ön Budapesten éjszakai szórakozóhelyeket látogatni?
 - a. Nem
 - b. Igen, Pubokat
 - c. Igen, Discokat
 - d. Igen, Kocsmákat
 - e. Igen, Presszókat
 - f. Igen, Bárokat

2. Melyik napokon látogat éjszakai szórakozóhelyeket?
 - a. Hétfő
 - b. Kedd
 - c. Szerda
 - d. Csütörtök
 - e. Péntek
 - f. Szombat
 - g. Vasárnap

3. Milyen rendszerességgel látogatja az éjszakai szórakozóhelyeket?
 - a. Hetente többször
 - b. Hetente legfeljebb egyszer
 - c. Havonta legfeljebb egyszer
 - d. Ritkábban

4. Egy éjszakai mulatozás során körülbelül mennyi különböző helyet látogat meg?
 - a. Csak egyet
 - b. Kettőt vagy hármat
 - c. Háromnál többet

5. Van-e az ön számára olyan törzshely, ahová többnyire minden esetben ellátogat?
 - a. Igen
 - b. Nem

6. Abban az esetben, ha önnek van törzshelye, kérem, nevezze meg, és írja le pár szóban miértjét!

7. Állítsa sorrendbe, mely éjszakai szórakozóhely típusokat kedveli leginkább! (1 legkevésbé kedvelt, 5 leginkább kedvelt)
 - a. Disco
 - b. Pub
 - c. Kocsma
 - d. Bár
 - e. Presszó

8. Budapesten belül, melyik városrészeket részesíti előnyben éjszakai szórakozás szempontjából?
 - a. Budapesti belváros (V. VI. VII. kerület)
 - b. Budai oldal (I. II. III. XI. XII. XXII. kerület)
 - c. Pest további központi kerületei (VIII. IX. XIII. XIV. kerület)
 - d. Pest külsőbb kerületei (X. XV. XVI. XVII. XVIII. XIX. XX. XXI. XXIII. kerület)

9. Egy éjszakai szórakozás alkalmával, előre eldönti hová indul?
 - a. Igen, általában én döntök, és elsőre tudom hova készülök
 - b. Nem, általában nem én döntök, így a társaságon múlik
 - c. Nem, ez alkalom és hangulatfüggő

10. Abban az esetben, ha előre eltervezi, mi alapján választ úti célt? (1 legkevésbé veszi figyelembe, 6 leginkább figyelembe veszi)
 - a. Facebook esemény
 - b. Televízió reklám
 - c. Rádió reklám
 - d. Programajánló füzet
 - e. Programajánló weblapok
 - f. Barátok, ismerősök ajánlása

11. Mennyi pénz költ el szívesen, egy éjszakai szórakozás folyamán? (utazási költségen kívül)
 - a. 0-2000ft
 - b. 2001-5000ft
 - c. 5001-10000ft
 - d. 10001-20000ft
 - e. több mint 20000ft

12. Mekkora az a maximum összeg, amit hajlandó belépőre fizetni? (Ha a belépő lefogyasztható és amennyiben a belépő nem fogyasztható le)
 - a. kevesebb, mint 1000ft
 - b. 1001-2000ft
 - c. 2001-5000ft
 - d. több mint 5000ft

13. Milyen esetekben lenne hajlandó magasabb összeget fizetni, egy szórakozóhelyi belépőért?
 - a. A kedvenc zenészem, dj-m zenél
 - b. Rendszeresen világhírű zenészek, dj-k zenélnek
 - c. Kimagasló fény és hangtechnika
 - d. Exclusive party (vendéglistás)

14. Mely szempontokat tartja a legfontosabbnak egy disco esetén? (1 legkevésbé fontos, 6 leginkább fontos)
 - a. Nincs belépő
 - b. Van belépő, de részben vagy egészben lefogyasztható
 - c. Rendszeresen híres zenészek, dj-k lépnek fel
 - d. Autóval megközelíthető, van parkoló
 - e. Éjszakai tömegközlekedéssel jól megközelíthető

- f. Központi helyen van, könnyen át lehet menni más helyre
 - g. Átlagos korosztály
 - h. Az árak átlagos színvonala
 - i. A hely presztízse, hírneve
 - j. A hely színvonala
 - k. A hely tisztasága
 - l. A hely biztonsága
 - m. Sok ismerős, barát jár oda
 - n. Akciós italok
15. Mely szempontokat tartja a legfontosabbnak egy pub esetén? (1 legkevésbé fontos, 6 leginkább fontos)
- a. Autóval megközelíthető, van parkoló
 - b. Éjszakai tömegközlekedéssel jól megközelíthető
 - c. Központi helyen van, könnyen át lehet menni más helyre
 - d. Árak átlagos színvonala
 - e. A hely színvonala
 - f. A hely tisztasága
 - g. A hely biztonsága
 - h. Vannak egyéb szórakozási lehetőségek pl.: csocsó, biliárd
 - i. Van sportközvetítés
 - j. Van terasz
 - k. Sok ismerős, barát jár oda
 - l. Akciós italok
16. Melyek a leginkább zavaró dolgok egy éjszakai szórakozóhely kapcsán, az ön számára? (1 legkevésbé zavaró, 6 leginkább zavaró)
- a. Általában nincs tisztaság
 - b. Nem tiszták az illemhelyek
 - c. Nagy tömeg van
 - d. Nem elég hosszú a nyitvatartási idő
 - e. Gyakoriak a konfliktusok
 - f. Gyakoriak a lopások
 - g. Nehezen megközelíthető éjszakai tömegközlekedéssel
17. Állítsa sorrendbe, hogy egy szórakozás alkalmával, melyek azok a dolgok, amikre a legkevésbé szívesen ad ki pénzt? (1-6, 6 a legkevésbé szívesen)
- a. Belépő
 - b. Taxi
 - c. Ruhatár
 - d. BKV jegy
 - e. Alkoholos italok
 - f. Nem alkoholos italok
18. Az ön neme
- a. Nő

- b. Férfi
19. Az ön kora
- a. 16-20
 - b. 21-25
 - c. 26-30
 - d. 31-35
20. Fogyaszt alkoholt indulás előtt?
- a. Igen
 - b. Nem
21. Általában mivel megy szórakozóhelyekre?
- a. Tömegközlekedéssel
 - b. Saját vagy ismerős autójával
 - c. Taxival
 - d. Gyalog
22. Dohányzik?
- a. Igen
 - b. Nem

Nyilatkozat

Én, Ragács Richárd nyilatkozom, hogy a piackutatás tantárgyra készített kutatásunkat Balog Dávid felhasználhatja szakdolgozatához.

Kelt, Budapest 2015. 11. 08.

.....Ragács Richárd

Ragács Richárd