

## MEGJELENT A MINTEL „LEGACY OF MEGA EVENTS IN TOURISM” CÍMŰ KIADVÁNYA

### A megrendezvények hatásai a turizmusban

A londoni székhelyű MINTEL 2010 novemberében tette közzé a különböző megrendezvények turizmust is érintő hatásairól készített tanulmányát, amely elsősorban általánosságban vizsgálja az események lehetséges gazdasági hatását, valamint kiemelten foglalkozik az olimpiai játékokkal. Az alábbiakban összegezzük a tanulmányban leírtakat.

Napjainkra a megaesemények a teljes világ figyelmét felkeltő, globális eseménnyé nőttek ki magukat. A nemzetközi kommunikáció korábban nem látott kifinomultsággal működik, ennek köszönhetően ezek az események elérhetők (és követhetők) a világ legtöbb országában.

A megaeseményeket általánosságban két nagy csoportba sorolhatjuk be: sport- és kulturális rendezvények. Az előző években a média főleg a sporteseményeket állította reflektorfénybe, mivel a nemzetek közötti versengések olyan élményt nyújtanak, amelyet egy kulturális esemény nehezen tud megközelíteni. A sportesemények ezen felül általában rövidebb ideig is tartanak. Ennek következtében a két különböző típusú megrendezvény hatása nagymértékben különbözik egymástól.

A magasabb szintű szakértelem és a műsorszóráshoz kapcsolódó fejlesztések tették a sportról szóló megaeseményeket valóban globális szintűvé. Ezzel egy időben egyre több ország és régió fedezte fel az ezekben az eseményekben rejlő hatalmas kézzelfogható (mint például a látogatók száma, költés, infrastrukturális fejlesztések) és eszmei (nemzeti büszkeség és országimázs) lehetőségeket.

Általános vélekedés szerint elsősorban a turizmus profitál a megrendezvényekből – a világszínvonalú sportlétesítmények megépítése és az infrastruktúra-fejlesztés mellett. Bár a megrendezvények hatásairól szóló legtöbb tanulmány az esemény utáni időszakokra koncentrált, valójában három szakaszt kellene vizsgálniuk: a rendezvény előtti, a rendezvény közbeni és az azt követő hatásokat.

Több száz olyan tanulmány készült (sok közülük felsőoktatási intézmények és kormányzati szervezetek által), amely mind a megrendezvények megrendezéséből eredő gazdasági hatásokat vizsgálta. Hiányossága azonban ezeknek a tanulmányoknak, hogy az esetleges hatásokat elszigetelten, nem a gazdaság egészében vizsgálják.

A legfontosabb kérdést már rengetegen tették fel és próbálták megválaszolni különböző mélységben: megtérülnek-e az infrastrukturális fejlesztésre, a stadionokra, a biztonsági szolgálatokra és a marketingre fordított kiadások az eseménynek köszönhető turisztikai és kereskedelmi bevételek által? Ha pedig nem térülnek meg, támogatják-e ezek az események, akár közvetetten, a hosszú távú gazdasági fejlődést?

Általában úgy gondolják, hogy a turizmus szempontjából egy ilyen megrendezvény megrendezése nyereséges, még az ún. „crowding-out” hatást is figyelembe véve (eszerint előfordulhat, hogy a rendezvény miatt elhalasztja vagy lemondja az adott országba tervezett utazást néhány turista). A sikeresség azonban nagyban függ a fogadóország méretétől és fejlettségi szintjétől, az esemény időpontjától (a turisztikai szezonban vagy azon kívül) és a fontos turisztikai küldőországok jelenlététől.

A megrendezvények olyan emberek számára is vonzerőt jelentenek, akik amúgy nem látogatnák meg az adott desztinációt, ez különösen igaz az olyan kevésbé ismert, kisebb országokra, mint amilyen Magyarország.

A labdarúgó-világbajnokság a világ legnézettebb sporteseménye, a 2006-os VB becsült teljes elérése 26 milliárd fő volt, az Olaszország–Franciaország döntőt 715,1 millió ember kísérte figyelemmel. Míg a labdarúgó-világbajnokság egyértelmű pozitív hatással rendelkezik, az olimpiai játékok statisztikái nem mindig mutatnak ilyen tendenciát. Még a legfejlettebb városoknak is hatalmas gazdasági, infrastrukturális és turisztikai beruházásokat kellett indítaniuk, hogy a megnövekedett tömeg igényeit kielégíthessék, és az eredetileg tervezett költségvetésük végül négy-ötszörösére növekedett. A játékokra való felkészülés során több tízezer új munkahelyet hoznak létre, és hat-hét közepes vagy nagy befogadó képességű stadion épül, kiegészítve vendéglátó- és szálláshelyek százaival. Az esemény lezajlása után azonban fokozottan ügyelni kell arra, hogy ezekből az új létesítményekből a lehető legkevesebb maradjon kihasználatlanul, és hogy az időszakosan alkalmazott embereknek új munkahelyeket teremtsenek.

Ahogy egyre elismertebbé válik a turizmus gazdasági jelentősége, javulni fog a megrendezvények hatásainak mérése is. Ez történt például Dél-Afrikában, ahol a labdarúgó-világbajnokságnak köszönhetően új lendületet vett a turisztikai szatellit számla (TSA) kidolgozása.

A kiadvány a Magyar Turizmus Zrt. Kutatási Csoportjánál megtekinthető.

---

***További információk:***

**Magyar Turizmus Zrt.**

**Kutatási Csoport**

Tel.: 488-8710

Fax.: 488-8711

E-mail: [kutatas@itthon.hu](mailto:kutatas@itthon.hu)

Internet: [www.itthon.hu](http://www.itthon.hu)