

# **A HAZAI GASZTRONÓMIAI FESZTIVÁLOK HELYI GAZDASÁGI HATÁSELEMZÉSE**

**BOTTYÁN ISTVÁN**

**PTE KTK DOKTORI ISKOLA**

**2014.**

# **A KUTATÁS CÉLJA**

**Esemény turizmus speciális ága: gasztronómiai fesztivál megismerése**

**Megérteni jelentőségét, föltárni társadalmi, kulturális és gazdasági hatásait**

**Későbbi disszertációm alapjainak meghatározása**

**Egységes adatbázis kialakítása, mely legalább három esztendő adatait összesíti**

**Nemzetközi szakirodalom elemzésén át a hazai modell megértése, mérési módszerek meghatározása**

# KITEKINTÉS

**Bár a jelenség „viszonylagos újszerűségére” szinte a legtöbb munka kitér**

**Nemzetközi szakirodalomban viszonylagos bősége a témában releváns cikkeknek**

**A gasztronómia, és ezen belül a gasztronómiai fesztivál mint önálló desztinációs érték egyre több helyen jelenik meg**

**Kiválóan alkalmas az ESP (Emotional Selling Proposition) közvetítésére, kifejezésére**

**Még sincs egységes fogalom meghatározás, számos megközelítése létezik a témának**

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

# DESZTINÁCIÓS ÉRTÉK, MÁRKAÉRTÉK

**Mindenképpen eleme a desztinációs mixnek (*Vonzerő, Elérhetőség, Aktivitások, Egyéni csomag összeállítás, Kényelmi szolgáltatások, Támogató szolgáltatások*)**

**Egyedi, regionális: Kiváló kiegészítő program!**

**Következő szint, amikor a fesztivál az utazás katalizátora**

**Meglévő hagyományokat aknáz ki, értéket teremt és közvetít**

**A gasztronómiai fesztivál céljai párhuzamosságot mutatnak a tudatos desztináció managementtel: pozitív imázs és erős márka kiépítése, valamint a márka kipróbálásának elérése és a márkahűség hosszú távú megtartása**

# **GAZDASÁGI MULTIPLIKÁTOR**

**A turizmus alapvető hatásaiból szűkítettem a gasztrofesztivál hatásai felé**

**Direkt mérőszámok: jegybevétel, kérdőív, átlagköltség...**

**Indirekt hatások: regionális, országos GDP, folyó fizetési mérleg, társadalmi externáliák, környezeti hatások**

**Egyszerű költség – haszon elemzésnél könnyen jöhet ki erősen torzított eredmény: extra profit, vagy extra veszteség;**

**A pontosság kedvéért tágítani kell az elemzés körét: multiplikátorok, spill over**

**Pontos számok tekintetében nincsenek egységes adatok**

**Számos mérési kísérlet: foglalkoztatási multiplikátor, retrospektív módszer...**

**Megkerülhetetlen a saját adatbázis kialakítása**

# SPILL OVER HATÁSOK

	Pénzben kimutatható	Pénzben nem kimutatható
<b>Pozitív externáliák</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Alacsonyabb és közepes szinten a turizmus fejlesztése pénzügyi jelleget ölt</li><li>• Infrastrukturális fejlesztések, melyek hasznait a helyi lakosság is élvezi.</li><li>• Az adott régió ismertségének növekedése következtében a helyi kisipar által előállított termékek versenyképesség javulása (pl. Csabai kolbász).</li><li>• Az adott régió exportjának javulása.</li><li>• Helyi kisipar erősödése.</li><li>• A turisztikai beruházások okán emelkednek a térség ingatlan árai. Épített és természeti környezet kultúrállapotban való megőrzése, helyreállító, fejlesztő beruházások.</li><li>• Növekvő adóbevételek.</li><li>• Kiskereskedelmi folyamatok élénkülése.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• A turisztikai foglalkoztatási struktúra rugalmassága erodálja a nemek közti szegregációt.</li><li>• A turizmusban több lehetőség nyílik a nők számára, ami nagyobb mértékben lehetővé teszi gazdasági függetlenségüket.</li><li>• A turizmus új lehetőségeket kínál és vizsgálja a társadalmi változásokat.</li><li>• Értékeink, környezetünk megóvása érdekében egyre tudatosabb közgondolkodásra sarkall.</li><li>• Csökkenő elvándorlás.</li><li>• Új rekreációs lehetőségek.</li><li>• Igény az egészségesebb életmódra, magasabb iskolai végzettségre.</li><li>• A lakosság nagyvilágról alkotott ismeretei bővülnek.</li><li>• Más kultúrák megismerése segíti azok elfogadását.</li></ul>

# SPILL OVER HATÁSOK

<b>Negatív externáliák</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• A befektetések inkább profitcélúak (úszómedence), semmint költség jellegűek (szennyvíztisztító)</li><li>• Árak emelkedése a megnövekedett turisztikai forgalom okán.</li><li>• Természeti és épített környezet eróziója, környezetszennyezés.</li><li>• A kiépült, esetenként túlkapacitált, infrastruktúra költségesebb fönntartása.</li><li>• Ingatlan értékcsökkenés.</li><li>• Áruhiány.</li><li>• Romló közszolgáltatások.</li><li>• Import növekedése.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Megváltoztatja a közösség belső struktúráját: turizmussal kapcsolatban állók, illetve a turistákkal, turizmussal kapcsolatba nem kerülők csoportjára.</li><li>• A turizmus gyarmatosító tulajdonságokkal bírhat, megfosztva a helyi lakosságot az önálló döntéshozataltól.</li><li>• Egyes környezeti hatások, mint zaj és porszennyezés, természeti értékek károsodása (flóra-fauna).</li><li>• Nagyszámú idegen szó beágyazódása a nyelvbe, régi kifejezések eltűnése.</li><li>• Bűnözés növekedése.</li><li>• Zsúfoltság növekedése a régióban, a helyi lakosok rekreálódásának ellehetetlenülése.</li><li>• Idegen szokások okán ellenszenv nép-kultúr- vagy vallási csoportokkal szemben.</li><li>• Globális kultúra térhódítása a helyi értékek rovására.</li><li>• Negatív viselkedési minta a fölnövekvő generáció számára</li></ul>
----------------------------	--	--

# ADATBÁZIS

Megyék (NUTS 3)	NUTS 2	NUTS 1	Gasztronómiai fesztiválok száma	Települések száma
Budapest	Közép-Magyarország	Közép-Magyarország	37	1
Pest	Közép-Magyarország	Közép-Magyarország	13	13
Győr-Moson-Sopron	Nyugat-Dunántúl	Dunántúl	12	7
Vas	Nyugat-Dunántúl	Dunántúl	3	3
Zala	Nyugat-Dunántúl	Dunántúl	14	7
Somogy	Dél-Dunántúl	Dunántúl	9	7
Baranya	Dél-Dunántúl	Dunántúl	12	7
Tolna	Dél-Dunántúl	Dunántúl	1	1
Veszprém	Közép-Dunántúl	Dunántúl	21	12
Fejér	Közép-Dunántúl	Dunántúl	9	6
Komárom-Esztergom	Közép-Dunántúl	Dunántúl	2	2
Bács-Kiskun	Dél-Alföld	Alföld és Észak	11	9
Békés	Dél-Alföld	Alföld és Észak	16	7
Csongrád	Dél-Alföld	Alföld és Észak	7	4
Heves	Észak-Magyarország	Alföld és Észak	9	6
Nógrád	Észak-Magyarország	Alföld és Észak	4	4
Borsos-Abaúj-Zemplén	Észak-Magyarország	Alföld és Észak	16	11
Hajdú-Bihar	Észak-Alföld	Alföld és Észak	7	5
Jász-Nagykun-Szolnok	Észak-Alföld	Alföld és Észak	6	6
Szabolcs-Szatmár-Bereg	Észak-Alföld	Alföld és Észak	4	4



# HIPOTÉZIS

**H1: A gasztronómiai fesztiválok és a lokális turizmust teljesítményét mérő mutatók között pozitív összefüggés van.**

**H2: A gasztronómiai fesztiválok hatásai az alapvetően nem turisztikai céllal létrejött, de a megnövekedett turisztikai igények kielégítésére rendszeresen igénybevett szálláshelyeken egyértelműen kimutathatóak.**

# EMPIRIKUS ELEMZÉS

**A turizmus általános gazdasági hatásait bemutató adatokból kell kiindulni (vendégéjszakák, szálláshelyek száma, vendéglátóipari egységek száma, GDP...)**

**Először megyei, majd településszintű adatokat gyűjtöttem le**

**Sok esetben nem volt megfelelő adat**

**Nagy számú független változó: 102 db**

**Ebből aggregálás és egyszerű elhagyás után 14 db**

**Faktoranalízis: vélhetően az alternatív infrastruktúrán mérhető igazán a fesztivál hatás**

**Két faktor igazolása: első faktort az egyéb szálláshelyek által felvett turisztikai forgalommal („turizmus egyéb szállás”), a második faktort pedig a kereskedelmi szálláshelyek által felvett turisztikai forgalommal („turizmus kereskedelmi szállás”) azonosítottam.**

# EMPIRIKUS ELEMZÉS

**„Turizmus egyéb szállás” faktor és a fesztiválok száma, illetve a több napos fesztiválok közötti kapcsolat vizsgálata**

**Az adatbázisban a klaszteranalízisnél alkalmazott „0” és „1” változókat használva tettem különbséget az egy és több napos fesztivál között, „1” értéket rendelve a több napos, „0” értéket rendelve az egy napos fesztiválok mellé**

**A település fajtája, a népesség és a terület kontroll változóként szerepelt a modellben**

**(A város besorolású településhez rendeltem az „1” az egyéb településekhez a „0” értéket, összességében 213 települést paraméterezve ezzel be)**

**A modell magyarázó ereje nem túl nagy ( $r^2 = 0,163$ ), de a vizsgálatból az is kiderült, hogy marginálisan szignifikáns ( $F = 2,345$ ;  $p = 0,052$ ). Vagyis a modell, bár az eredményváltozó szóródásának csak 16,3%-át magyarázza, de releváns**

**Ezt követően a független változók korreláció vizsgálata következett**

**A fesztiválok száma, és a népesség erős korrelációt mutat**

**Alacsony empirikus szignifikancia-szintjük miatt kivettem a település fajtáját ( $p = 0,950$ ) és a megrendezett fesztiválok többnapos voltát ( $p = 0,555$ ) képviselő változókat is.**

# EMPIRIKUS ELEMZÉS

**A modell újrafuttattam:**

**A modell magyarázó ereje nem túl nagy ( $r^2 = 0,128$ ), és nem szignifikáns ( $F = 4,611$ ,  $p = 0,014$ ), ellenben pozitív összefüggést mutat a fesztiválok száma és a létrehozott egyes számú turizmus faktor között ( $Beta = 0,151$ )**

**Az ok-okozati összefüggés irányát azonban nem tudtuk megállapítani**

**A másik faktor (turizmus kereskedelmi szállás) tekintetében lefolytatott hasonló vizsgálat**

**A modell magyarázó ereje nem túl nagy ( $r^2 = 0,049$ , és marginálisan sem lett szignifikáns ( $F = 0,613$ ;  $p=0,690$ ))**

**A második modellt elvetjük**

# EMPIRIKUS ELEMZÉS

Összességében megállapítható, hogy nem felfedezhető kapcsolat a gasztronómiai fesztiválok és a lokális turisztikai mutatók között. Valószínűnek tartom, hogy a kereskedelmi szálláshelyeket tartalmazó faktor esetében a fesztiválok nem képviselnek olyan nagyságot, hogy szignifikáns kapcsolat legyen.

Mert:

**Fesztiválok lökészerű hatást gyakorolnak**

**Az egyébként is működő kereskedelmi egységek tekintetében a hatásuk marginális**

**Ennek alapján az első hipotézist teljes mértékben elvetjük, a gasztronómiai fesztiválok közvetlen turizmusra gyakorolt hatásainak kimutatása további vizsgálatokat követelnek.**

# EMPIRIKUS ELEMZÉS

**A gasztronómiai fesztiválok hatásai az alapvetően nem turisztikai céllal létrejött, de a megnövekedett turisztikai igények kielégítésére rendszeresen igénybevett szálláshelyeken kimutathatóak**

**Új függő változó, mely közvetlenül a belföldi vendégéjszakákat tartalmazza**

**A vizsgálat alapján a modell nem mutat szignifikáns ( $F = 1,607$ ,  $p = 0,167$ ) magyarázó erőt, tehát kereskedelmi szálláshelyek tekintetében nincs kimutatható különbség az egy és a több napos fesztiválok között. Ez nagy valószínűséggel a fesztiválok által generált vendégéjszakák számának a kereskedelmi szálláshelyek volumenében elfoglalt kis súlya okán lehet**

# EMPIRIKUS ELEMZÉS

**Sokkal szembetűnőbb a hatás, ha a belföldi egyéb szálláshelyek tekintetében vizsgálódunk.**

**Itt már az első modellalkotásnál kiderül, hogy kapcsolat van a többnapos fesztiválok és az egyéb szálláshelyen eltöltött vendégéjszakák között, a modell létezik ( $F = 5,345$ ,  $p = 0,000$ ). Bár magyarázóereje nem túl nagy ( $0,229$ ). Illetve azt is látjuk, hogy a megrendezett fesztiválok több napos volta és az egyéb (nem kereskedelmi) szálláshelyek által felvett belföldi turizmus közötti kapcsolat pozitív ( $Beta = 0,838$ )**

# ÖSSZEGZÉS

**H1: A gasztronómiai fesztiválok, és a lokális turizmust mérő mutatók között pozitív összefüggés van.**

**Nem igazolt**

**T1: A két létrehozott turisztikai mutató közül egyik sem igazolt meglévő és pozitív összefüggést a fesztiválok számával. Ennek alapján további vizsgálatok szükségesek, melyek azt célozzák, hogy a lokális turizmust mérő mutatócsoportból kiszűrjem, mely komponens okozta a faktorok és a fesztiválok közötti összefüggés hiányát.**

**H2: Különbséget tudunk kimutatni a "többnapos" fesztiválok és az "egynapos" események között a belföldi vendégéjszakákra gyakorolt hatásukban**

**Részben igazolt**

**T2: Ebben az esetben a belföldi szálláshelyeket, a korábban alkotott két turisztikai faktorhoz hasonlóan, két részre bontva megállapítást nyert, hogy a gasztronómiai fesztiválok egyelőre csak a kisebb, egyéb szálláshelyek tekintetében hatnak pozitívan.**



# **TOVÁBBI LEHETŐSÉGEK**

**Idősoros adatbázis kialakítása a további vizsgálatok érdekében**

**Számomra egyértelmű, hogy a fesztiválok döntően az alap idegenforgalmi infrastruktúrán túl nagymértékben támaszkodnak az alternatív megoldásokra, így ez egy lehetséges útja lehet a gazdasági multiplikátor és spill over hatás részleges kimutatásának is. Ehhez azonban olyan változókat kell találnom, melyekkel közelíteni lehet ezen hatások kimutatásához..**

**A gasztronómiai fesztiválok és a mezőgazdaság kapcsolatának feltérképezése, valamint a jelenlegi fesztiválokat szervező települések klaszter elemzése szintén egy útja a további elemzéseknek ú**

**A későbbi összehasonlító elemzés szempontjából érdekes lehet olyan települések vizsgálata is, ahol nem rendeznek gasztronómiai fesztiválokat**

**KÖSZÖNÖM A  
FIGYELMET!**