

FORMÁDI KATALIN¹ – HUNYADI ZSUZSA² –KOPPÁNY KRISZTIÁN³ – NÉMETH SZILÁRD⁴ – SOLT KATALIN⁵ – ZSIGMOND SZÁVA⁶

Karneváli hangulat fesztiválköntösben – avagy a Debreceni Virágkarnevál

Absztrakt

A tanulmány célja a Debreceni Virágkarnevál társadalmi és gazdasági hatásainak elemzése, bemutatása esettanulmány formában. Az esettanulmány szerkezete öt részre tagolódik: a fesztivál általános bemutatása, a látogatói kérdőíves vizsgálat elemzése, a lakossági kérdőíves vizsgálat elemzése, a fesztivál gazdasági hatásainak bemutatása, valamint a jövőbeli fejlesztési irányok.

Az esettanulmány szekunder és primer adatgyűjtésen alapul, amely a Budapesti Gazdasági Egyetemen 2017-ben kezdődött *EFOP-3.6.1-16-2016-00012* kódszámú „*Innovatív megoldásokkal Zala megye K+F+I tevékenysége hatékonyságának növelésért*” című Európai Unió finanszírozású projekt keretében a Fesztiválgazdaságtani Kutatócsoport együttműködésében valósult meg.

Kulcsszavak: Virágkarnevál, Debreceni Virágkarnevál, karneváli hangulat, fesztiválok társadalmi és gazdasági hatása

¹ Pannon Egyetem, Marketing Intézeti Tanszék, egyetemi docens formadi.katalin@gtk.uni-pannon.hu

² Budapesti Gazdasági Egyetem, tudományos munkatárs, hunya322@gmail.com

³ Széchenyi István Egyetem, Nemzetközi és Elméleti Gazdaságtan Tanszék, egyetemi docens koppanyak@sze.hu
Budapesti Gazdasági Egyetem, tudományos főmunkatárs, koppany.krisztian@uni-bge.hu

⁴ Budapesti Gazdasági Egyetem, Menedzsment Tanszék, főiskolai docens nemeth.szilard@uni-bge.hu

⁵ Budapesti Gazdasági Egyetem, professor emerita, solt.katalin@uni-bge.hu

⁶ Budapesti Gazdasági Egyetem, Menedzsment Tanszék, adjunktus zsigmond.szava@uni-bge.hu

1. A Debreceni Virágkarnevál bemutatása

Debrecen városában már a XX. század első éveiben is virágokkal, virágfelvonulással ünnepelték a település életében, történetében fontos eseményeket. Az első, mai kereteknek megfelelő virágkarnevál lebonyolítására 1966-ban került sor, az akkori augusztus huszadikai rendezvénysorozat részeként. A színes forgatag osztatlan sikert aratott a lakosság körében, így döntés született annak évenkénti megrendezése mellett. Az azóta eltelt több mint ötven évben a Virágkarnevál egyhetes, nemzetközi rendezvényé és egyben hazánk egyik legnagyobb és legnépszerűbb kulturális rendezvényévé nőtte ki magát (<https://debreceniviragkarneval.hu/>; <http://utazik.hu/>)

A Debreceni Virágkarnevál háttérében két mozzanat áll: egyrészt a karnevál minden évben az államalapítás, valamint István király szentté avatása körüli eseményeket öleli fel, ugyanakkor megajándékozza a helyieket és az odalátogatókat egy igazán színes, illatos, pörgős látványossággal, a karneváli felvonulással. A virágokhoz kapcsolódó hagyomány alapját egy, az 1900-as években megrendezett kerékpárverseny adja, amikor is első alkalommal készítettek felvételt egy virágokkal feldíszített kerékpárról és annak egy versenyen történő megjelenéséről. A nemcsak hazánkban, de Európában is egyedülállónak számító Karnevál jelenlegi formájában 1966-tól kerül megrendezésre, programja egy hetesre bővült és nemzetközi felvonulókkal és látogatókkal is büszkélkedhet (<https://debreceniviragkarneval.hu/>), ahol hazai és külföldi nívós táncosok, hagyományőrző csoportok és a kihagyhatatlan, több százezer virágszálból álló kompozíciók vonulnak végig a szervező, egy nonprofit szervezet által életre hívott eseményen. A programkínálat széles: egyaránt tartalmaz gasztronómiával kapcsolatos kulturális programot, táncos kulturális programot, zenei programokat, biztosít ingyenes parkolási lehetőséget, óvodát, gyermekmegőrzőt, gyermekfoglalkoztatót. A Virágkarnevál maga a 'színes' jelzővel írható le, jellemző színe pedig a magenta.

1.1. A fesztivál jellemzői

Az alábbiakban a Debreceni Virágkarnevál jellemzőit mutatjuk be az 2. ábrán keresztül, amelynek struktúrája illeszkedik az alábbi felsoroláshoz: (1) a fesztivál típusa, (2) a fesztivállal kapcsolatos időbeli horizontok, (3) a fesztivál üzleti modellje, (4) a fesztivál célcsoportja, (5) a fesztivál minősítései és (6) elérhetőségei.

1. ábra: A Debreceni Virágkarneval jellemzői



Forrás: Saját ábra

2. A látogatói megkérdezés eredményei

2.1. Módszertani háttér

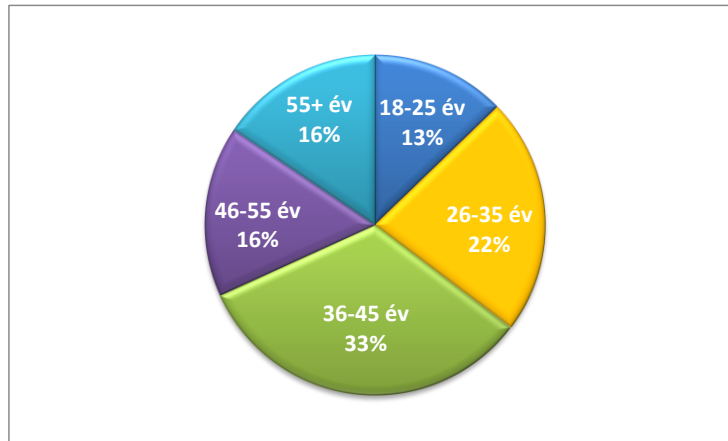
Az adatfelvétel során kétféle kérdőívvel dolgoztunk. Egy rövid, úgynevezett demográfiai kérdőív segítségével 611 fesztivállátogatóról vettük fel az alapvető demográfiai jellemzőket: nem, életkor, iskolai végzettség, valamint lakóhely. A hosszabb, a demográfiai kérdések mellett több, a Virágfesztivállal kapcsolatos kérdést tartalmazó kérdőívre 392 fesztivállátogató válaszolt. A közönség összetételét így összesen 1003 válaszoló adatai alapján tudjuk elemezni, míg a fesztivállal kapcsolatos véleményeket közel 400 válasz alapján.

2.2. A fesztivál közönség összetétele, demográfiai jellemzői

A 18 évesnél idősebb fesztivállátogatók 56%-a nő, 44%-a férfi. A legjellemzőbb a középiskolai végzettség: a közönség fele érettségizett, egyharmada felsőfokú végzettséggel rendelkezik, és 10% még érettségi utáni tanulmányait végzi. Minden tizedik látogatónak csak alapfokú

végzettsége van. A közönség egyharmada 36-45 év közötti, 45 év alatti a többség is, a közönség kétharmada. Az átlagéletkor 40 év.

2. ábra: A Debreceni Virágkarnevál közönségének életkori megoszlása

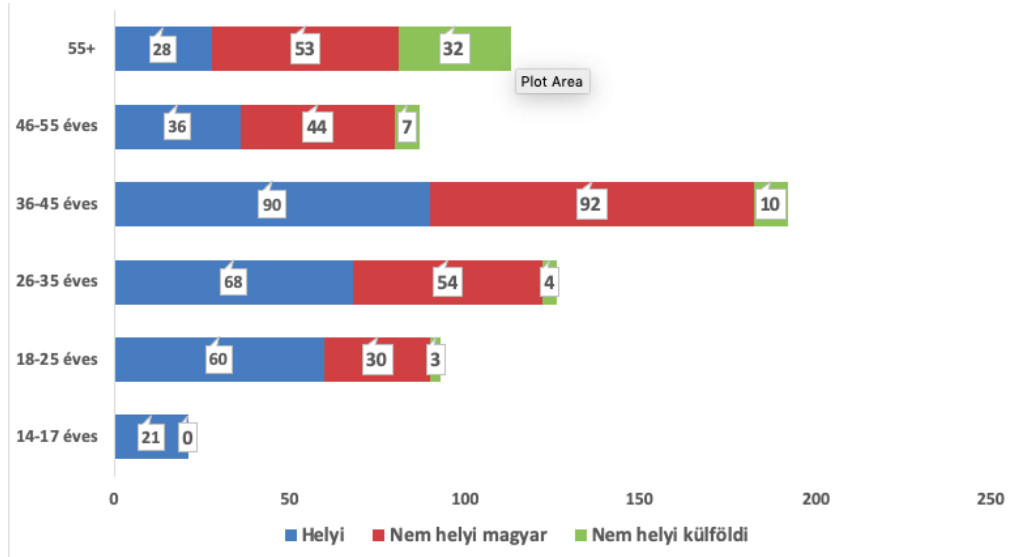


Forrás: Saját ábra

A közönség közel fele (47%) Hajdú-Bihar megyében él. 44%-a valamely más megyéből érkezett, legtöbben (12%) Budapestről vagy Pest megyéből. Jász-Nagykun-Szolnok, Borsod-Abaúj-Zemplén, Komárom-Esztergom, valamint Győr-Moson-Sopron megye 4-6 százalékkal képviselteti magát a közönségben, a többi megye ennél kisebb arányban (1-4%). A külföldiek aránya 9%: legtöbben Romániából (5%) érkeztek. Szlovákiából 2%, Ausztriából és Csehországból további 2-2%.

A közönség összetételét vizsgálva életkor és lakóhely szerint, azt a megállapítást tehetjük, hogy a kiskorú lakosság jóformán egésze helyi lakos. A külföldről érkezők száma az életkor előrehaladtával egyenes arányban változik: míg a fiatalabb korosztályokban a határon túliak aránya rendre 9, 6, illetve 10 százalék, addig a 46-55 éves látogatók között ez az arány már 14, míg az 55 év felettek esetén 38%. A hazai, de nem helyi közönség esetén ilyen eltérést nem találhatunk: a 18-25 közöttiek a látogatók 32%-a, a 26 és 35 közöttiek 43%-a, a 36 és 45 közöttiek 48%-a nem helyi, míg az 55 év felettek esetén a helyiek már kisebbséget képviselnek. A Virágkarnevál látogatóinak lakóhely és életkor szerint megoszlását a 3. ábra szemlélteti.

3. ábra: A Debreceni Virágkarnevál közönségének életkori és lakóhely szerinti megoszlása
(N=632)



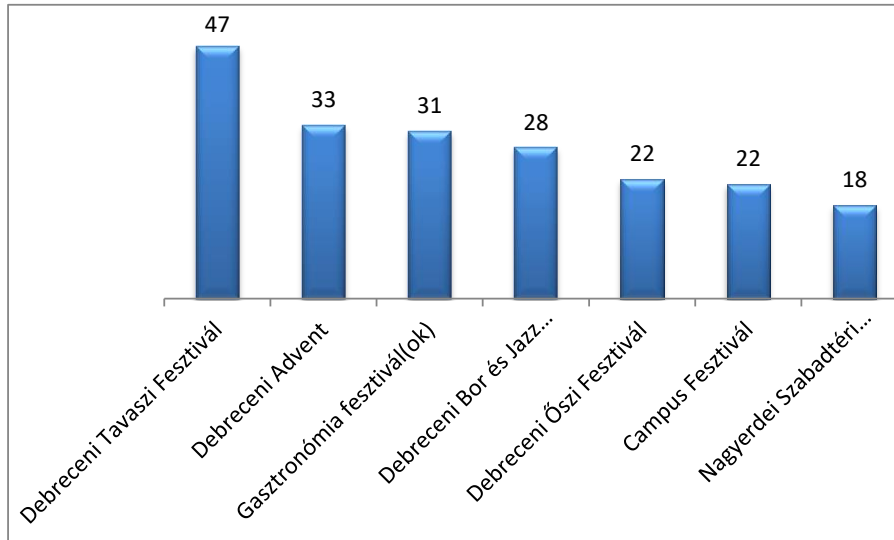
Forrás: Saját ábra

2.3. Fesztivállátogatási szokások, információ forrás

A Virágkarnevál közönségének fele (47%) nemcsak az augusztus eseményen, de a Debreceni Tavasz Fesztiválon is részt vesz, látogatók egyharmada az Adventre, illetve valamelyik gasztronómiai fesztiválra is ellátogat. A Virágkarnevál látogatói körében a többi vizsgált fesztivál látogatottsága 18-28% közötti.

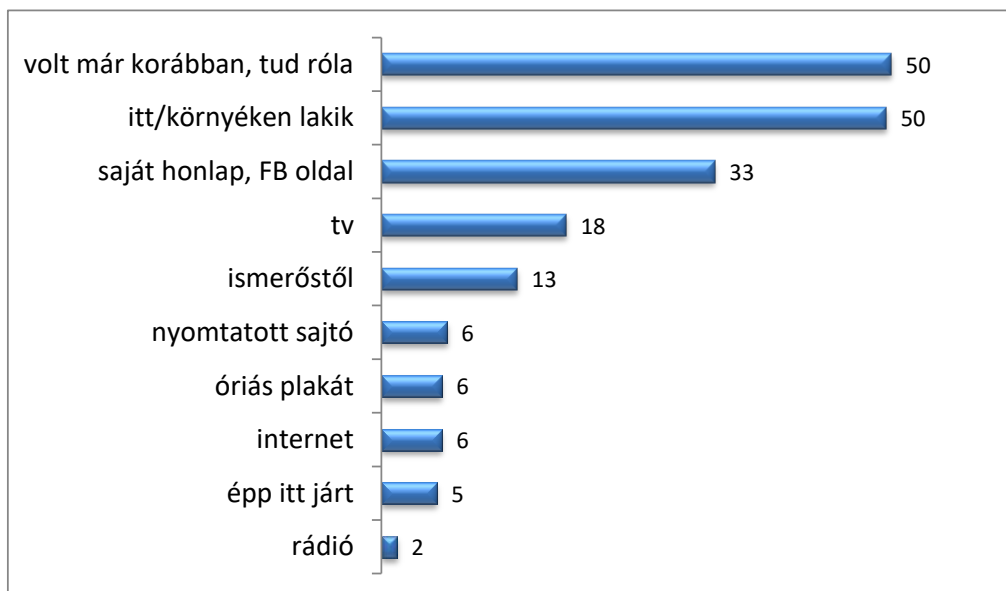
A Virágkarneválról a közönség fele eleve tud, hiszen helyi lakos, vagy már korábban is járt a fesztiválon. A média csatornák közül a Virágkarnevál saját honlapja, ill. Facebook oldala a leghatékonyabb, a közönség egyharmada innen (is) informálódik a rendezvényről. A televíziót 18% említette. 13% ismerőstől (is) hallott a rendezvényről. A sajtó, a plakát, illetve a rádió 2-6% számára jelentett információ forrást, habár a fesztivál marketingesei szerint az offline eszközök nagy súllyal bírnak.

4. ábra: A Debreceni Virágkarnevál közönségének más fesztiválokra irányuló látogatási szokásai, százalékos arányban meghatározva



Forrás: Saját ábra

5. ábra: Honnan értesül a Virágkarnevállal kapcsolatos információkról?⁷

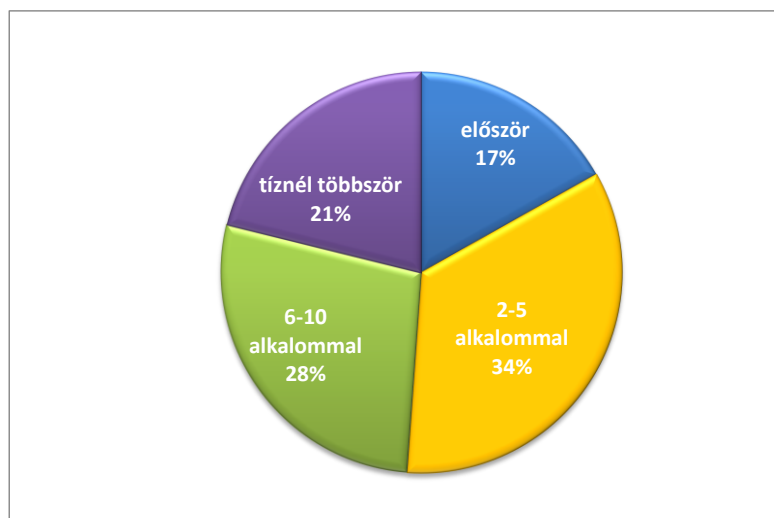


Forrás: Saját ábra

⁷ A válaszlehetőségek közül több is jelölhető volt, így egy válaszadó több eszközt is megjelölhetett.

Hozzávetőlegesen minden ötödik ember először látogatott a Virágkarneválra a megkérdezettek körében, egyharmaduk pedig második-harmadik-negyedik, illetve ötödik alkalommal. Ezek az arányok azt mutatják, hogy van folyamatos utánpótlása a rendezvénynek. A közönség egyötöde törzsvendégnek tekinthető: ők már tíznél is több alkalommal keresték fel a Karnevált. A látogatói gyakoriság megoszlását a következő 7. ábra mutatja be.

6. ábra: *Hányadik alkalommal vesz részt a Debreceni Virágkarneválon?*

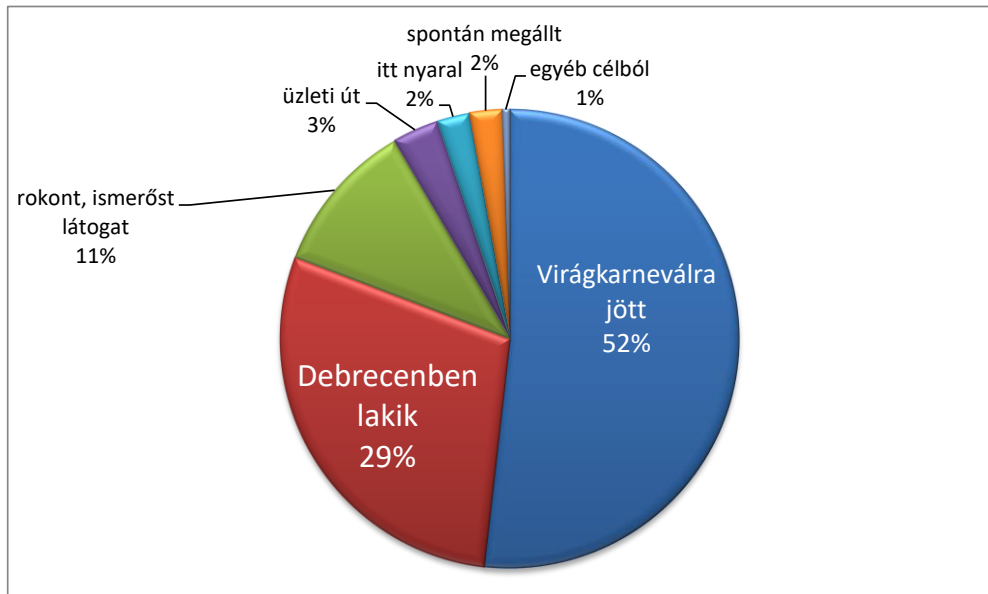


Forrás: Saját ábra

Minden fesztivál esetén érdekes kérdés, hogy az odalátogatók milyen indítékkal és okkal keresik fel az adott fesztivált. Esetünkben a közönség fele kifejezetten a Virágkarnevál miatt érkezett Debrecenbe: turisztikai szempontból ezen szegmens a legfontosabb, hiszen szálláshelyet foglalnak, fogyasztanak, kereskedelmi forgalmat generálnak, így hozzájárulnak a helyi gazdaság fejlődéséhez.

A Virágkarnevál a látványosságával vonzza a vendégeket, legtöbben a virágfelvonulás miatt jönnek a fesztiválra. A családdal, barátokkal való közös együttlét, a koncertek, illetve a jó hangulat is vonzó, ezeket a látogatók 15-20%-a fogalmazta meg vonzerőként a nyitott kérdéseinkre adott válaszaik során.

7. ábra: Milyen célból tartózkodik Debrecenben a Virágkarnevál alkalmával?



Forrás: Saját ábra

A Virágkarnevál a látványosságával vonzza a vendégeket, legtöbben a virágfelvonulás miatt jönnek a fesztiválra. A családdal, barátokkal való közös együttlét, a koncertek, illetve a jó hangulat is vonzó, ezeket a látogatók 15-20%-a fogalmazta meg vonzerőként a nyitott kérdésekre adott válaszaik során.

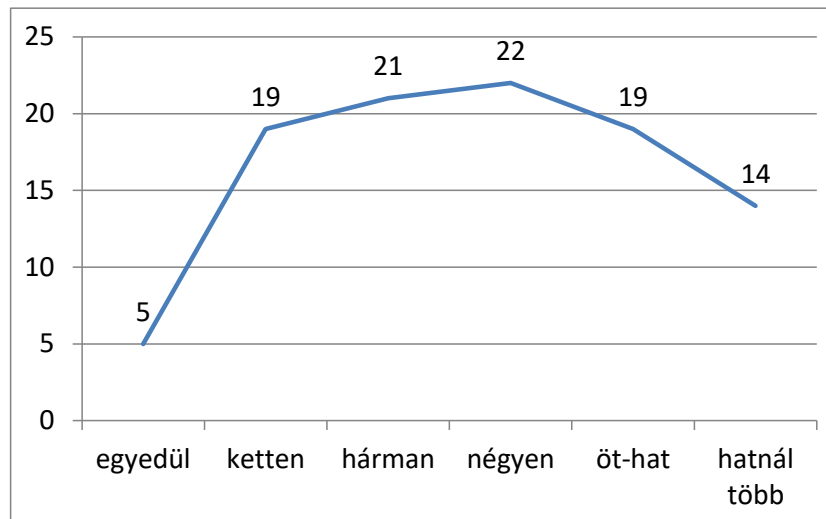
8. ábra: Mi vonzotta a Debreceni virágkarneválra?



Forrás: Saját ábra

A fesztiválra látogató családi, baráti társaságok átlagos létszáma 4,4 fő. Egyedül kevesen érkeznek, mindösszesen az összes látogató 5 százaléka, míg kettesben, párokban a megkérdezettek ötöde. Legtöbb esetben négy fő – vagy család gyermekekkel, vagy baráti párok – látogatnak el a rendezvénysorozatra. A hatnál is nagyobb társasággal szórakozók aránya meglehetősen magas, 14-os értéket mutat, amely alátámasztja azt is, hogy sokaknak a családi, baráti együttlétek helyszínéül szolgál a fesztivál.

9. ábra: *Hány fős társasággal jött a Virágkarneválra (önmagát is beleértve)?, A válaszadók százalékos megoszlása*



Forrás: Saját ábra

A 9. ábrából leolvashatóan gyakori, hogy többen érkeznek közösen a fesztiválra. Érdekes kérdés, hogy habár a programszervezők és a programfüzet tanulsága szerint is bőven akad a fiatalabb korosztály, a gyermekek számára is programkínálat, valóban gyakori-e, hogy a gyermekeket is magukkal hozzák a látogatók, vagy jellemzőbb, hogy inkább felnőtt, baráti társaságok kapcsolódnak ki a programsorozaton. Utóbbi opció látszik beigazolódni a közönség megkérdezése alapján: a látogatók kétharmada gyerek nélkül, 16%-a egy, 12%-a két, és 5%-a 3-4 gyerekekkel látogatott a rendezvényre.

10. ábra: *A Fesztiválra érkező társaságában hány 14 év alatti gyermek található?*



Forrás: Saját ábra

Valamennyi fesztivál esetében – különös tekintettel annak turisztikára és gazdaságra gyakorolt hatása miatt – érdemes megvizsgálni, hogy a látogatók honnan, milyen messziről érkeznek az adott eseményre, a rendezvény helyszínén éjszakáznak-e, és amennyiben igen, mennyi vendégéjszakát és hol töltenek el.

A Debreceni Virágkarnevál esetén a látogatók egyharmada közel él Debrecenhez, további 20% a 21-100 km-ről érkezők aránya, tehát akik a napi program után az éjszakát az otthonukban töltik. A helyieken kívül, a legtöbben 101-300 kilométerről érkeztek a rendezvényre (30%), és 14% még ennél is nagyobb távolságot tett meg a Virágkarneválon való részvétel érdekében.

1. táblázat *A Virágkarneválra érkezők által a fesztivál kedvéért megtett távolság*

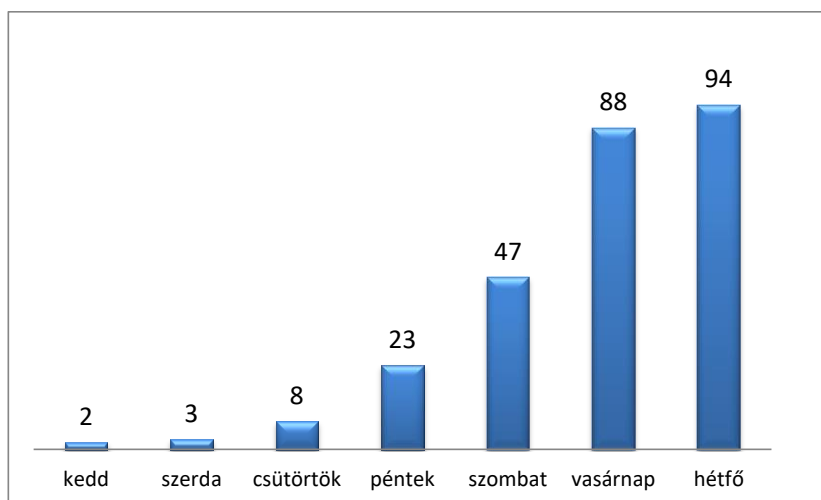
Távolság	Kevesebb, mint 20 km	21-50 km	51-100 km	101-300 km	Több, mint 300 km
Látogatók aránya (%)	33	14	9	30	14

Forrás: Saját ábra

A fesztiválra a megkérdezettek fele személygépkocsival érkezett. A vonattal, illetve távolsági busszal érkezők aránya egyaránt 25-25% volt.

A megkérdezettek 40%-a legalább két napon vett részt a Virágkarneválon, jellemzően vasárnap és hétfőn, a legfőbb attrakciókhoz és munkaszüneti napokhoz, valamint a fesztivál csúcspontjához igazodva.

11. ábra: A megkérdezettek látogatásainak száma a karnevál napjainak függvényében

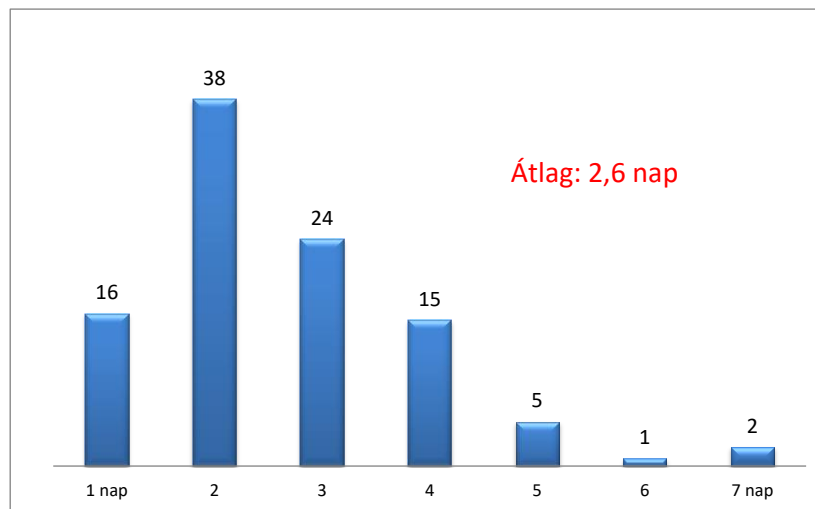


Forrás: Saját ábra

A látogatók egynegyede három napon, és további, szintén közel 25 százaléknak megfelelő látogató ennél is többet, akár 4-7 napot is eltöltött a fesztivál és karneválsorozat programjain. A csak egy napra látogatók kisebbségben vannak (16%), amely egyben azt is jelenti, hogy a látogatók, amennyiben nem helyi lakosok, az éjszakát is Debrecenben töltik. A közönség átlagosan 2,6 napon látogatott el a Virágkarneválra.

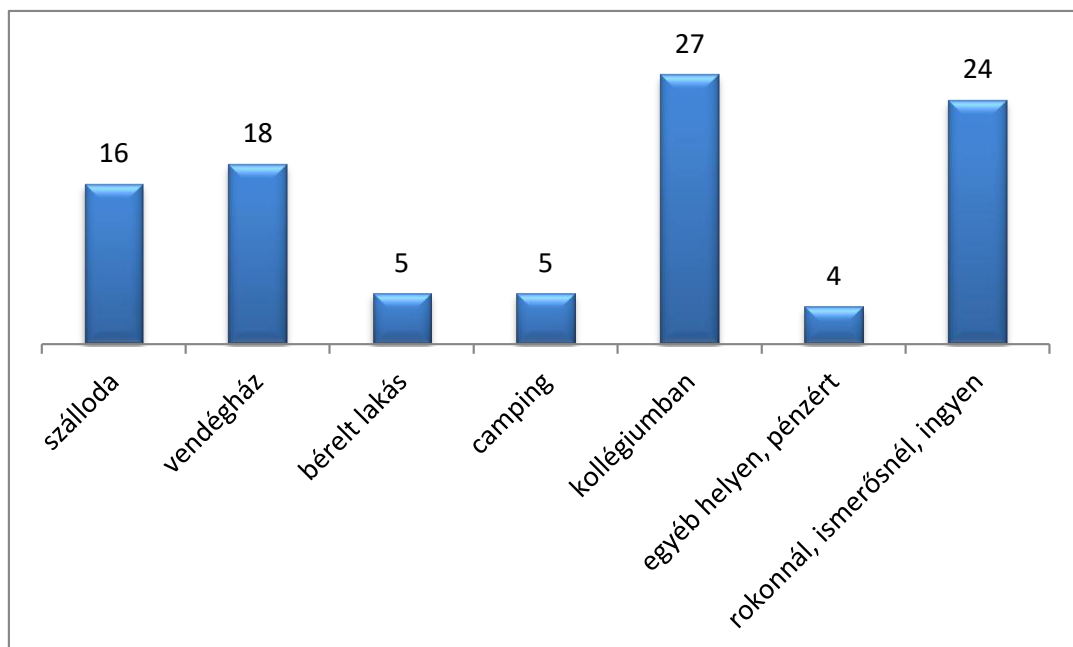
Mivel az átlaglátogató több, mint egy napra érkezik a Karneválra érdemes megvizsgálni a szállásfoglalási sajátosságokat, valamint a vendégéjszakák eltöltésének helyét és az arra költött összegeket. Az elemzés alapján megállapítható, hogy a nem debreceni közönség közel egyharmada legalább egy éjszakát Debrecenben töltött. Többségük ingyenes – például barátoknál, rokonoknál töltött éjszaka – vagy olcsó szállást keresett: egynegyedük (24%) ténylegesen rokonnál, ismerősnél lakott; 27% kollégiumi szállást választott. Szállodáért és vendégházért 34% fizetett. Más fizetős helyen (bérelt lakás, kemping, egyéb hely) összesen 14% talált szállást. A szálláshelyek foglalási gyakoriságát a következő 13. ábra mutatja be.

12. ábra: *Hány napon vett részt (vagy tervezi, hogy részt vesz) a Virágkarnevélon? (%)*



Forrás: Saját ábra

13. ábra: *A Virágkarnevál ideje alatt eltöltött vendégéjszakák megoszlása szállástípusok szerint, a nem helyi lakosok és legalább egy eltöltött vendégéjszaka függvényében (százalékos megoszlás)*



Forrás: Saját ábra

2.4. A fesztivál turisztikai vonzereje, a költségek és a közönségi kiadásainak struktúrája

Egy fesztivál gazdasági hatása alapvetően kétféle forrásból táplálkozik: egyrészt a fesztiválra látogató közönség kiadásaiból, másrészt a fesztivál szervezése során történő kiadásokból.

A Virágkarnevál a fesztiválok körében az erősebb turisztikai vonzerejű rendezvények közé sorolható, mivel a közönségének több, mint fele a megyén kívülről, sőt, minden tizedik látogató külföldről érkezik a fesztiválra. A következőkben azt mutatjuk be, hogy mennyibe kerül a fesztivál a közönségnek, az utazástól kezdve a szálláson, illetve az étkezésein át a különböző fesztiválon kívüli programokra fordított kiadásokat is figyelembe véve. Ezek összessége adja egy-egy fesztivál gazdasági-turisztikai hatásának alapjait.

Mint korábban láttuk, a fesztiválra jellemzően személygépkocsival érkeztek a látogatók, de voltak busszal és vonattal érkezők is. A nem helyiek körében az autóval utazók egy főre eső utazási költsége 3.000 Ft volt. A busszal vagy vonattal érkezőké 2.600 Ft/fő.

A több napot is Debrecenben töltők közel egyharmada nem fizetett a szállásért, mivel családnál, ismerősöknél laktak a fesztivál ideje alatt. Azok körében, akik fizetős szálláshelyet vettek igénybe, az átlagos szállásdíj 7.000 Ft/fő/éj volt. A teljes mintára számítva, tehát azokat is beszámítva, akik nem fizettek szállásdíjat, 2.600 Ft/fő/éj. A fesztivál teljes ideje alatt 13.000 Ft/fő volt a szállás költség azoknál, akik legalább egy éjt Debrecenben töltöttek. A teljes mintára ugyanez az érték 4.300 Ft/fő, tehát a helyieket, illetve a csak egy napra érkezőket, vagy a több napra érkező, de éjjelre hazautazókat is beszámítva.

Ételre naponta 2.660 Ft-ot, üdítőre, kávéra és egyéb alkoholmentes italokra hasonló összeget, 2.400 Ft-ot, alkoholra közel 2.000 Ft-ot költöttek fejenként. A megkérdezettek közül – sok más fesztiválhoz hasonlóan, - a Virágkarneválról is többen vittek haza valamilyen vásárfiát ajándékba, vagy saját maguknak, otthoni fogyasztásra. Ezek egy része valamilyen élelmiszer (lekvár, méz, bor stb.), vagy ajándék volt, 380 Ft/nap értékben. Kapós volt még a kézműves vásárfia (kerámia, fa, bőr, üveg stb. termék) is, amelyre átlagosan napi 660 Ft értékben költöttek.

A fesztiválon kívül is szórakoztak az odalátogatók, de számos olyan fesztiválózó is akadt, aki egyéb kulturális programokon is részt vett. Ezek között szerepelt a városnézés, a strand látogatás, a kirándulás vagy hasonló szabadidős tevékenységek. Ezekre a kiegészítő tevékenységekre átlagosan napi 280 forintot költöttek, míg kulturális programokra (pl. múzeumra), összesen csak 10 Ft/nap értéket szántak a teljes mintára számítva. Egy átlagos látogató, a fesztivál egy átlagos napján a jegyárakon kívül, azaz addicionális kiadásokra

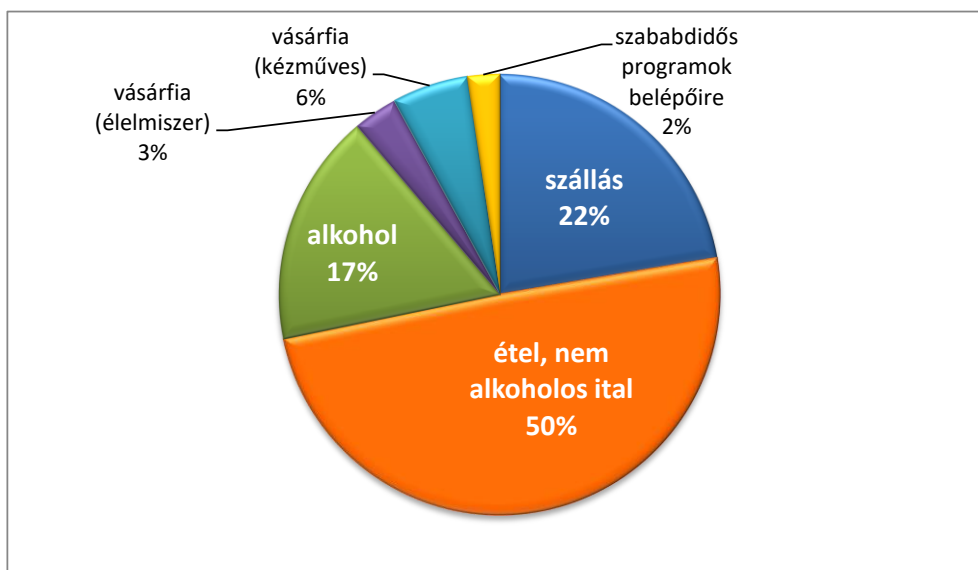
(szállásra, ételre, italra, ajándékokra és különböző programokra) összesen 11.700 forintot fordított. A fesztivál nyolc napja pedig - attól függően ki hány napig volt (emlékeztetőül: átlagosan 2,6 nap) – összesen 27.900 Ft-ba, utazással együtt 30.000 Ft-ba került egy átlagos látogatónak. A Debreceni Virágkarnevál közönségének napi és a fesztivál teljes ideje alatti egy főre eső addicionális kiadásait a következő, 14. ábra foglalja össze.

2. táblázat *A Virágkarnevál közönségének napi és a fesztivál teljes ideje alatti egy főre eső addicionális kiadásai*

Kiadás jellege	napi átlagos költés (Ft/nap/fő)	összes átlagos költés a fesztivál teljes ideje alatt (Ft/fő)
szállás	2615	4325
étel, ital (üdítő, kávé, stb.)	5783	14836
alkohol	1994	5725
ajándékba vagy hazavitelre vásárolt ételre-italra (sajt, méz, kolbász, bor stb.)	378	818
más „vásáros” termékre (textil-, bőr-, fa-, kerámia áru, szappan, bizsu, stb.)	656	1509
belépőre fesztiválon kívüli szórakoztató, szabadidős programokra (városnézés, strand, kirándulás stb.)	273	699
belépőre, fesztiválon kívüli kulturális programokra pl.múzeum, mozi, színház	8	11
összesen	11710	27923
utazási költség oda-vissza (autó/busz/vonat)		2015

Forrás: Saját ábra

A kiadások szerkezetét tekintve, a napi kiadások felét az étel és az üdítők, kávé stb. tette ki. Az alkoholra költött kiadásokkal együtt az evés-ivás a napi kiadások közel 70%-át jelentik. Szállásra a kiadások egyötödét (22%), valamilyen ajándékra, vásárfiára 10%-át fordítják a látogatók. Fesztiválon kívüli szabadidős vagy kulturális programokra, legalábbis ahol belépőt is kell fizetni, alig mennek, mindössze 2% az ilyen jellegű kiadások aránya.

14. ábra: Napi kiadások szerkezete a Debreceni Virágkarnevál esetében

Forrás: Saját ábra

Valamennyi látogató valamennyi költségét figyelembe véve azt mondhatjuk, hogy a fesztivál nyolc napja alatt – a fesztivál szervezők becslése szerint – összesen 136 ezer látogató fordult meg. Ezt a létszámot figyelembe véve a fesztivál alatt összesen mintegy 510 millió forintot költöttek a látogatók. A legnagyobb összeget, 250 millió forintot ételre, üdítőkre, kávéra és más alkohol mentes italra költöttek, közel 100 milliót pedig alkoholra. A több napra érkező turisták 70 millió forint értékben laktak a különböző szállásadóknál, 40 millió forintot pedig a különböző vásárfiakat áruló bódékban hagytak. Ezekhez képest elenyésző összeg a fesztiválon kívüli szórakozásra, vagy kulturális tevékenységre fordított 12 millió forint.

A Virágkarnevál 2018-ban tehát összesen 508 millió forintot vonzott a közönség részéről primer forrásként a nemzetgazdaságba. Ezt kiegészítette a szervezők által felhasznált 364 millió forint, összesen tehát 870 millió forint útját, az egész gazdaságon tovagyűrűző un. multiplikátor hatását követjük nyomon gazdasági számításaink során.

3. táblázat: *A Virágkarnevál nyolc napja alatt a látogatók által generált összes addicionális – azaz jegyárakon kívüli – költség, összefoglaló táblázat*

Költés tárgya	összes költség a fesztivál teljes ideje alatt (Ft)
szállás	73 421 621
étel, ital (üdítő, kávé, stb.)	251 884 656
alkohol	97 194 719
ajándékba vagy hazavitelre vásárolt ételre-italra (sajt, méz, kolbász, bor stb.)	13 894 286
más „vásáros” termékre (textil-, bőr-, fa-, kerámia áru, szappan, bizsu, stb.)	25 622 921
belépőre fesztiválon kívüli szórakoztató, szabadidős programokra (városnézés, strand, kirándulás stb.)	11 867 276
belépőre, fesztiválon kívüli kulturális programokra pl.múzeum, mozi, színház	194 901
utazási költség oda-vissza (autó/busz/vonat)	34 216 072
Összesen	508 296 452

Forrás: Saját ábra

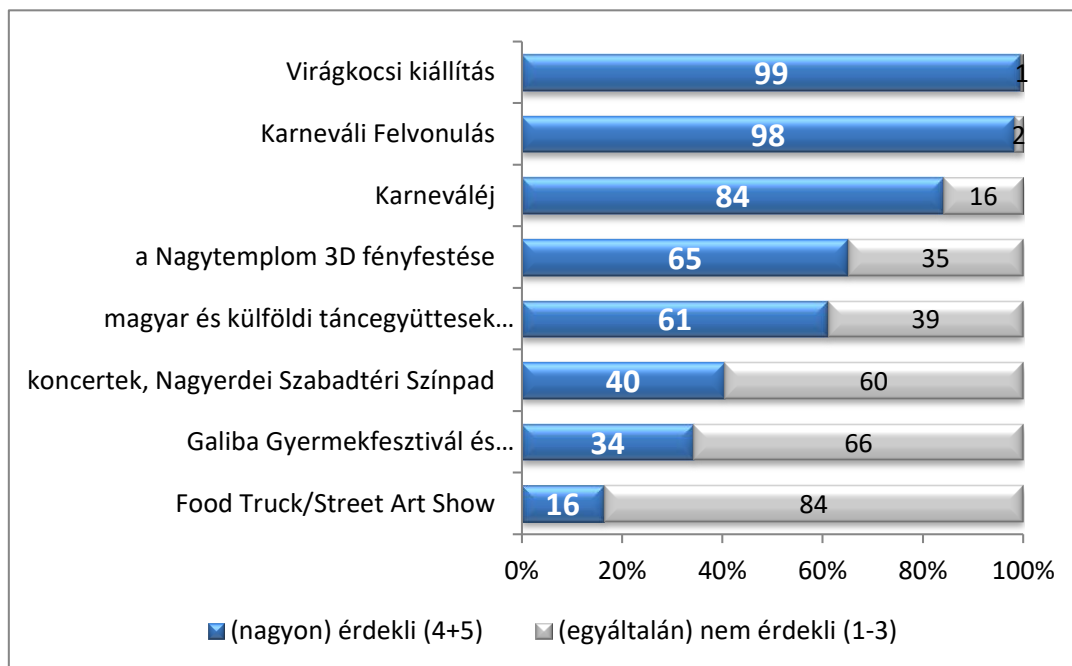
2.5. A fesztivállal való elégedettség

A látogatók fesztivállal való elégedettségét számos tényező befolyásolja: figyelembe kell venni a programkínálatot, a látogatók által érzékelt pozitív és negatív hatásokat, valamint az általános elégedettséget is.

A Debreceni Virágkarnevál látogatóinak körében a legnépszerűbb, és egyben legnagyobb érdeklődésre számot tartó attrakciónak a Virágkocsi kiállítás és a Karneváli Felvonulás számít, ezek iránt szinte mindenki (nagyon) érdeklődik. A Karneválj kicsit lemaradva következik a népszerűségi sorrendben: a megkérdezettek 84 százalékát érdekeli, vagy nagyon érdekeli, azaz adott 4 vagy 5 értéket a rendezvényre. Az átlagos osztályzat a fesztivál egészére nézve 4,4. A 3D vetítés átlagosan 3,9-es értéket, a táncegyüttesek bemutatói 3,7 pontot kaptak, amely átlagok a közönség 60-65%-ának érdeklődését takarja. A koncertek iránt kisebb az érdeklődés (40%, ill. 3,1 átlagpont), a Galiba Gyermekfesztivál és a családi programok 2,7 „osztályzatot” kaptak, de ez nyilván azzal is összefügg, hogy a közönségnek csak egyharmada érkezett gyerekekkel. Legkisebb érdeklődést a Food Truck/Street Art Show váltott ki, 16% jelezte, hogy érdekli vagy

nagyon érdeklő (2,3 átlag). A különböző programok iránti igények százalékos megoszlást a következő 15. ábra szemlélteti.

15. ábra: A Debreceni Virágkarnevál programok iránt (nagyon) érdeklődő, illetve (egyáltalán) nem érdeklődők aránya (%)



Forrás: Saját ábra

A fesztivállal való elégedettség általánosságban magas, összességében 4,6 osztályzatot kapott. A megkérdezettek legtöbbször a programok mennyiségét és színvonalát értékelték. A legtöbb elégedetlenséget az árak és a közlekedési problémák jelentették (3,6-3,7). Ellentétben a legtöbb fesztivállal, ahol annak higiéniai állapotokat, a mosdó számát, tisztaságát szokták bírálni, amik szinte sosem érik el a négyes átlagot, a Debreceni Virágkarnevál üdítő kivételt jelent: 4,2 értéket kapott a közönségtől ez a szempont is. Ugyancsak 4,2 értékkel szerepel a listában a szervezés, a szervezettség tényezője. Ezt követi a vásári kínálat színvonala – ezzel kapcsolatban, mint látni fogjuk van fejlesztési lehetőség, mert a jó értékelés ellenére nem minden kiállító képviseli azt a nívót, amely egy ilyen kaliberű fesztiváltól elvárható lenne – a vendéglátás színvonala és az információszolgáltatás milyensége (rendre 4,1 – 4,1 – 4,0-es értékek). A lista hátsóbb régiójában található a megközelítéssel és parkolással kapcsolatos tényezők, a vendéglátás és a vásári árszínvonal. Az egyes tényezőkkel való elégedettség átlagértékeit a 16. ábra mutatja be.

16. ábra: *A Debreceni Virágkarnevállal való elégedettség, összefoglaló táblázat*

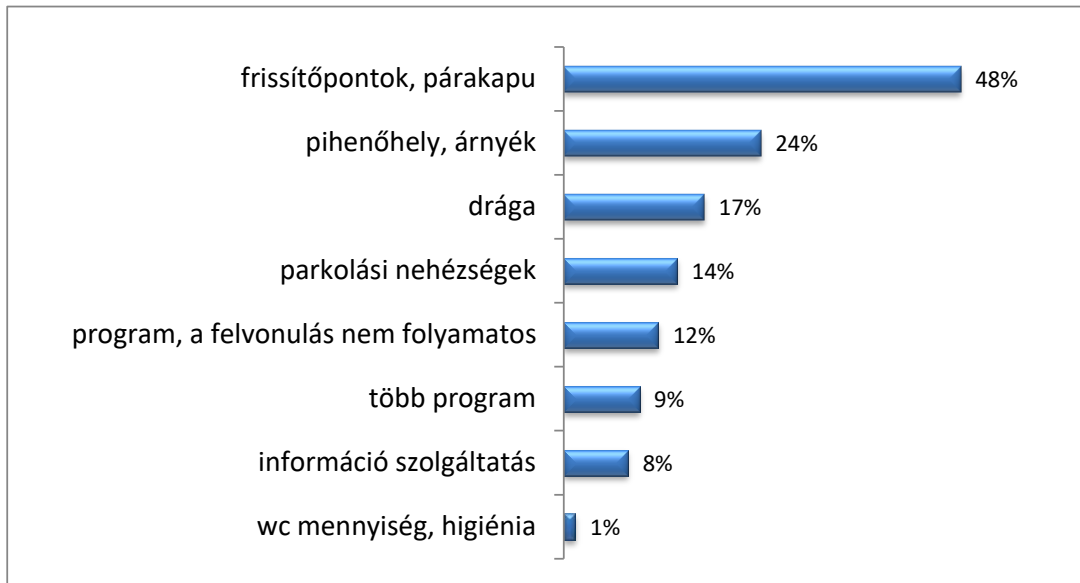


Forrás: Saját ábra

Minden fesztivál esetén a pozitív értékelések ellenére is vannak olyan gyenge pontok és fejlesztendő területek, amelyekkel a fogyasztói elégedettség magasabb elérése miatt érdemes foglalkozni. A Debreceni Virágkarnevál gyenge pontja egy, a fesztivállal összefüggő adottság adja és a nagy meleggel volt összefüggésben: legtöbbször több frissítőpontot, párapaput, illetve árnyékos pihenő-helyet igényelnének. Az általánosságban vett magas árszínvonal a parkolási, közlekedési problémák a nyitott kérdések esetén is említésre kerültek. Ugyanakkor az előre meghatározott szempontrendszeren túl, a nyitott kérdések során pozitív tényezők és erősségek is újra említésre kerültek, ilyen a már korábban említett felvonulás, a viráglátványosságok és mindenekelőtt a jó hangulat.

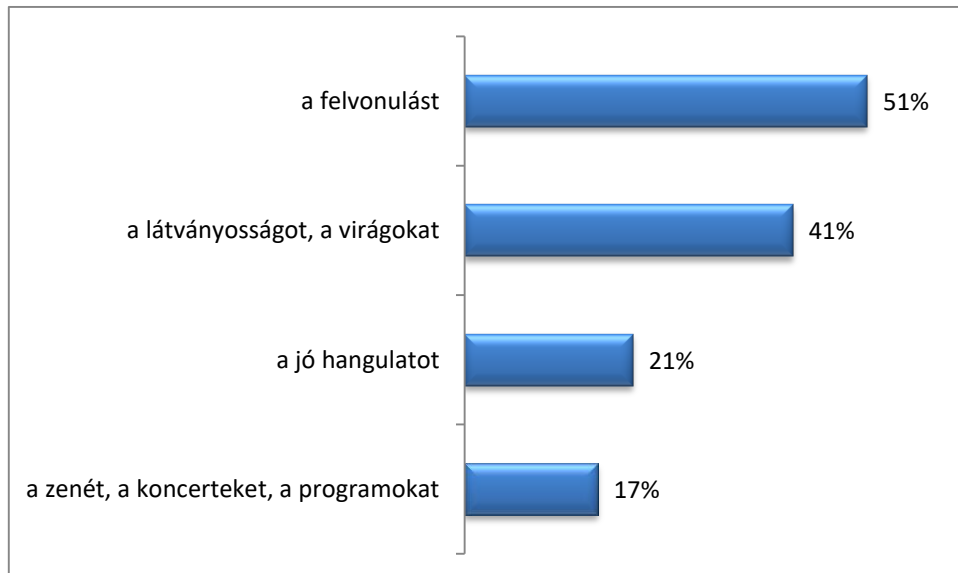
A Debreceni Virágkarnevál esetén vizsgálatra került az is, hogy nyitott válaszlehetőséget adva a megkérdezetteknek, hogy megnevezhessék a kedvenc programjukat, vagy programjaikat. A megkérdezettek több, mint fele a felvonulást nevezte meg kedvencként, ezt követte a virágdíszek és látványosságok említése, majd jóval kisebb arányban a jó hangulat, valamint, a zenei kulturális programok és koncertek.

17. ábra: Ön szerint min kellene javítania a fesztivál szervezőinek, melyek a Virágkarnevál gyenge pontjai? Említési gyakoriság a mintában.



Forrás: Saját ábra

18. ábra A Debreceni Virágkarnevál legkedveltebb programjai, nyitott kérdéses válaszok alapján



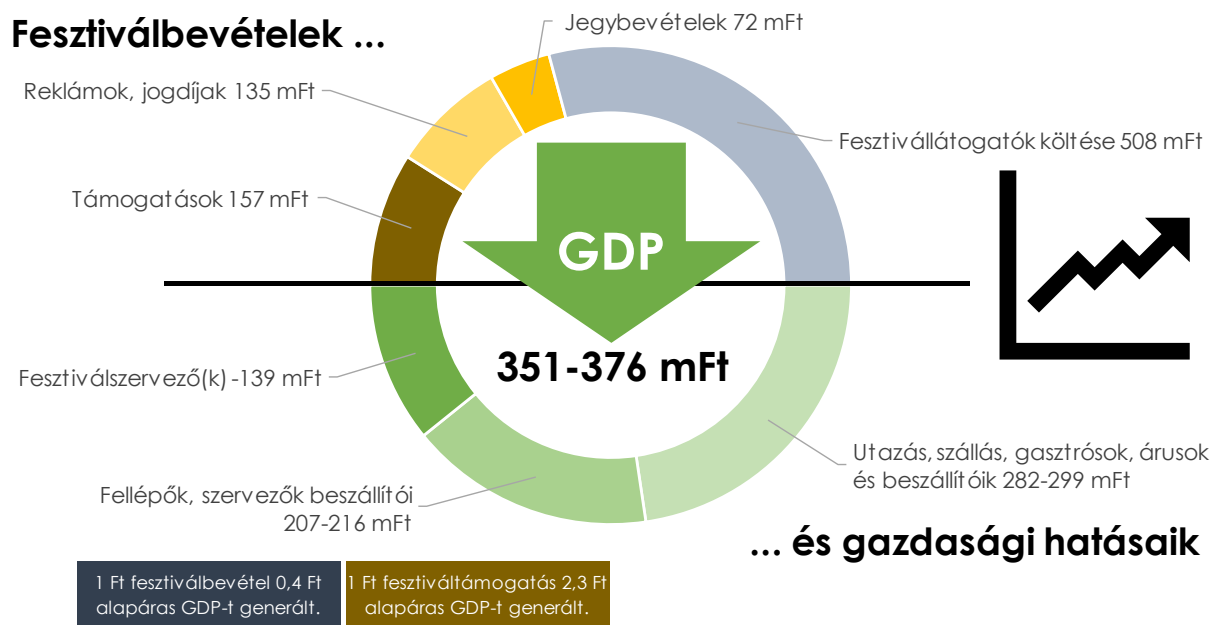
Forrás: Saját ábra

3. Gazdasági hatások elemzése

A fesztiválok mellett, hogy a helyi közösségeket erősítik, gazdasági szereplők is, ezért támogatásukat a gazdaságba és a (helyi) társadalomba való befektetésként fogjuk fel. A fesztiválokon elérhető termékek és szolgáltatások mögött bonyolult gazdasági kapcsolatok húzódnak. A fesztivál összes üzleti partnere több, másik gazdasági ágazat szereplőivel kerül vevő/eladó viszonyba. A következő számítások során nem csak a közvetlen, de az ún. közvetett (indirekt) hatásokat is figyelembe vettük.

A Debreceni Virágkarnevál összesen, hozzávetőlegesen 360 millió (351-376) forinttal járul hozzá az országos GDP-hez; azaz, a 870 millió Ft fesztiválbevétel minden egy forintja 0,4 Ft GDP-t, a 157 millió Ft fesztiváltámogatás minden egy Ft-ja pedig 2,3 Ft GDP-t generál.

19. ábra A Debreceni Virágkarnevál GDP hatása

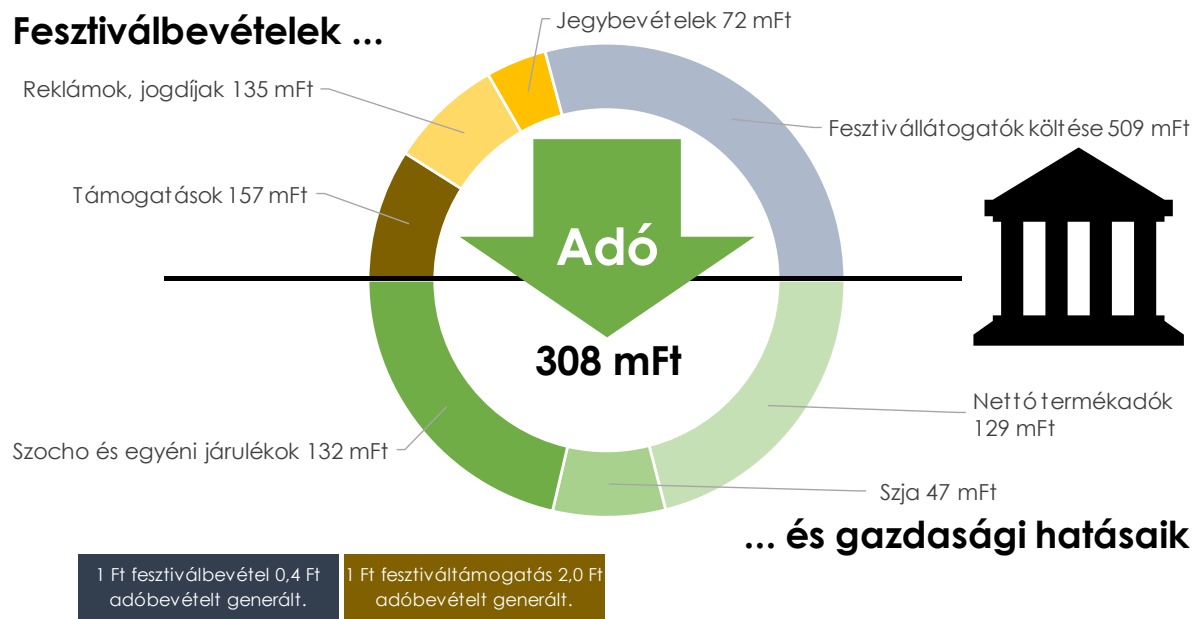


Forrás: Saját ábra

A Debreceni Virágkarnevál a tovagyrűző, multiplikátor hatásaival is számolva, összesen 314 millió forint adóbevételt „termel”, amiből 129 millió Ft termékadó, 136 millió Ft szociális hozzájárulás és egyéni járulékok, valamint 49 millió Ft személyi jövedelemadó formájában kerül a központi költségvetéshez, vagyis minden forint fesztiválbevételre 0,4 Ft adóbevétel jut.

Ha csak a fesztiválok támogatásával, a 157 millió Ft-tal számolunk, akkor 1 Ft fesztiváltámogatás 2 Ft adóbevételt generál!

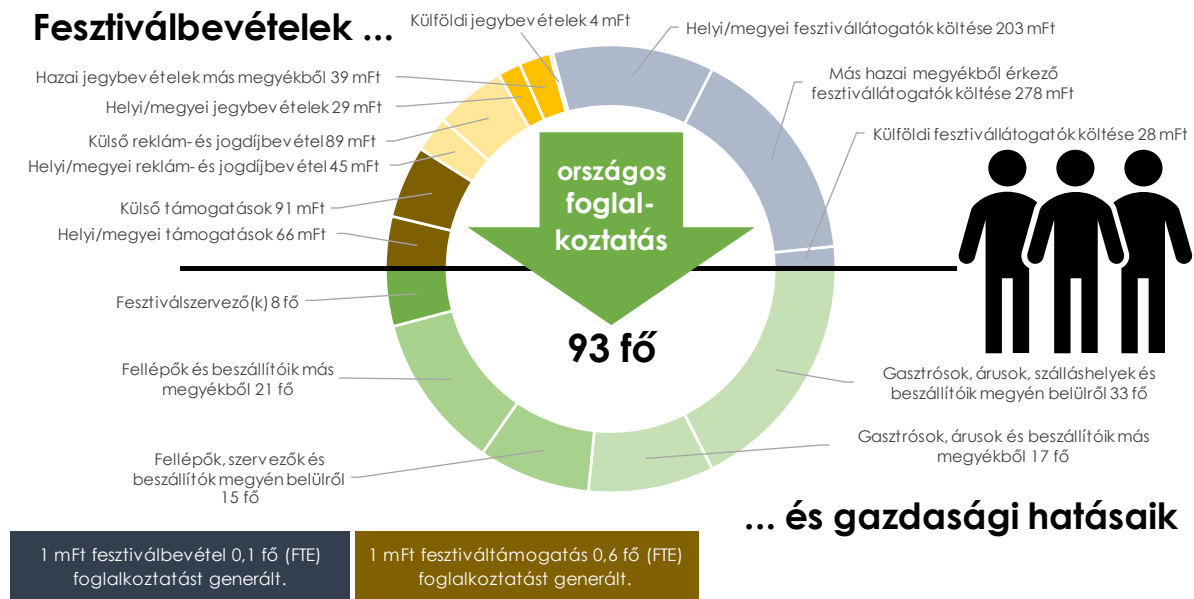
20. ábra: A Debreceni Virágkarnevál adó hatása



Forrás: Saját ábra

A Debreceni Virágkarnevál lebonyolítása – előkészítése, megrendezése és utómunkálatai – során nyolc főnek megfelelő létszámot foglalkoztatott teljes munkaidőben. E mutatónál is figyelembe véve mind a közvetlen, mind a közvetett hatásokat, becsléseink szerint a Virágkarnevál 105-126 fő foglalkoztatását generálja nemzetgazdasági szinten. Ez egyben azt is jelenti, hogy 10 millió Ft fesztiválbevétel 1,3 fő teljes munkaidőben való foglalkoztatását teszi lehetővé. Ugyanezt a mutatót csak a támogatásokra (157 mFt) számítva 0,7 fő/mFt eredményt kapunk.

21. ábra: A Debreceni Virágkarnevál foglalkoztatási hatása



Forrás: Saját ábra

4. Összegzés, jövőbeni fejlesztési irányok

A Debreceni Virágkarnevál méltán viseli hazánk, elsőszámú kulturális programjának címét. A sokszínű, nemzetközileg is elismert hazai és külföldi nivós felvonulókban bővelkedő, színes, egyhetes forgatag már több, mint ötven éves múltra tekint vissza. Fesztiválok viszonylatában jelentős mértékben – mintegy 360 millió forinttal – hozzájárul az országos GDP-hez, miközben jelentős adóhatást is generál, továbbá nyolc főnek megfelelő teljes munkaidős foglalkoztatást biztosít.

A látogatók körében népszerű és magas elégedettségi mutatóval rendelkező fesztiválról elmondható, hogy elsősorban a középkorú és idősebb korosztályt mozgatja meg. Az életkor előre haladtával a fesztivállátogatók között egyre inkább feltűnnek a nem helyi – debreceni, illetve 20 km-es körzetéből érkező – látogatók. Minden tizedik látogató ugyanakkor legalább 300 kilométert utazik, hogy részese lehessen a forgatagnak. Ebből kifolyólag a célcsoportok újragondolása hosszútávon fejlesztési irányként kerülhet megfogalmazásra. Egyrészt (1), áttekintés igényelhet a fesztivál marketing-, és kommunikációs tevékenysége. Húzóeszközként

a Virágkarnevál Facebook oldalára tekinthetünk, azonban a legnagyobb részarány képviselő, 55+-os korosztály nem feltétlenül ezen a médián keresztül érhető el a leghatékonyabban.

Ugyanakkor, a fesztivál honlapja, magas követői számmal rendelkező FB oldala alkalmas a távolságok áthidalására. A viszonylag nagy arányban használt offline eszközök alkalmazása szintén átgondolandó lehet, különös tekintettel a környezettudatosságra. Másrészt (2), a karnevál szempontjából elgondolkoztató, hogy hosszútávon tartható-e, hogy az idősebb rétegek képezik a látogatók magját. Vizsgálандó lehet, a fiatalok mi okból nem, vagy kevésbé járnak a karneválra. Minden bizonnyal a fiatalabb rétegek – itt elsősorban nem a 14 év alatti gyermekekre gondolva, akik számára különböző programok, sőt önálló fesztiválrész is kialakításra került a Virágkarnevál keretein belül, – hanem a fogyasztói magatartás és generációs sajátosságok szempontjából „legbulisabb”, úgynevezett fiatal felnőttek számára is megfelelő programkínálat bővítésére lenne szükség.

A környezettudatosság kérdése több szempontból is felmerülhet a fesztivál esetén: egyrészt az offline kommunikációs és információs elemek nem számítanak korszerűnek, ugyanakkor felmerülhet a kérdés, milyen irányvonalak mentén, hogyan „zöldíthető” a fesztivál, milyen tevékenységekkel képes a környezeti terhelést csökkenteni, vagy a felhasznált zöld alapanyagokat energiává alakítani.

Mint minden fesztivál esetében, a Debreceni Virágkarneválnál is megtalálhatók azok a pontok, amelyekkel kevésbé elégedettek a látogatók. Karnevál esetén a parkolási és közlekedési nehézségek – hasonlóan a többi tömegrendezvényhez – igényelnek fejlesztést. Másrészt felmerült, hogy a gasztronómiai kínálat fejlesztése is szükséges lenne, figyelve a megfelelő, a fogyasztók pénztárcájához jobban igazodó árképzésre. Néhányan a vásárfia kínálatra vonatkozóan is tettek észrevételeket: érdemes lenne nemcsak ár, de minőségkontrollt is bevezetni, hogy a karneválon csak az annak a nivójának megfelelő árusok vehessenek részt.

Végül, de nem utolsó sorban, minden fesztivál esetén szükséges nemcsak a látogatók, hanem a széles körben vett helyi lakosság megítélésének megismerése, attól függetlenül, hogy részt vesz-e, vagy vett-e korábban a programsorozaton. A közeljövőben érdemes lenne ez irányú vizsgálatot is végezni, rávilágítva a társadalmi egyeztetés esetleg szükséges pontjaira.

5. Források

A Debreceni Virágkarnevál hivatalos honlapja: <https://debreceniviragkarneval.hu/> Letöltve: 2019. december 19.

A Debreceni Virágkarnevál története: <http://utazik.hu/debreceni-viragkarneval-tortenet-1966-tol-2018-ig/>. Letöltve: 2019. december 19.

Magyar Fesztivál Regisztráció és minősítő Program:

http://www.fesztivalregisztracio.hu/index.php?list_from=0&order_column_number=2&order_type=desc&search_string=p%C3%A1pa&modul=minositett

Letöltve 2019. december 3.