

Mennyivel járulhatnak hozzá a fesztiválok a gazdaság teljesítményéhez? – Módszertani megközelítések és gyakorlati alkalmazás

How much can festivals contribute to economic performance? – Methodological aspects and applications



Absztrakt

A tanulmány célja egy, a fesztiválok gazdasági teljesítményhez való hozzájárulásainak kimutatására kidolgozott, és néhány közepes méretű magyarországi fesztivál vizsgálata során már ki is próbált elemzési eljárás bemutatása. A módszer a közönség és a fesztiválszervezők költségeinek, bevételeinek és ráfordításainak kérdőíves, illetve számítógépes űrlapokkal és szakmai konzultációkkal támogatott lekérdezésén alapul. A fesztivál által bevonzott közvetlen kiadások adataiból a gazdasági hatáselemzés területén széles körben alkalmazott input-output módszer segítségével becsüljük meg a gazdaság más szektoraira is tovagyrűző, közvetett hatásokat. A Budapesti Gazdasági Egyetemen (BGE) folyó, félidőben tartó kutatás célja, hogy a projekt végére egy nemzetgazdasági, megyei és turisztikai hatások becslésére egyaránt alkalmas módszertan és gyakorlatban is alkalmazható, több fesztiválon kipróbált modell álljon rendelkezésre. Ezzel nemcsak az egyes fesztiválok gazdasági hatásai értékelhetők és vethetők össze objektív módon, hanem akár a teljes fesztiválgazdaság gazdasági súlya, országos és területi gazdasági teljesítményhez való hozzájárulása is felmérhető.

Kulcsszavak: fesztiválgazdaságtan, input-output elemzés, végső keresleti multiplikátorok, közvetlen, közvetett és indukált hatások, gazdasági hatáselemzés

Abstract

The aim of the study is to present a procedure designed to demonstrate the contribution of festivals to economic performance and test results based on a few medium-sized Hungarian festivals. The method is based on a questionnaire supported by computerized forms and professional assistance, on the expenditures, incomes and expenses of the audience and festival organizers. Estimates of indirect effects on other sectors of the economy are estimated by input-output methods widely used in the field of economic impact analysis. The aim of the research at the Budapest Business School is to develop a methodology

and practice that can be used at several festivals and to estimate the national, county and tourism effects of them. In this way, not only the economic effects of individual festivals can be evaluated and compared objectively but also the economic weight of the entire festival sector, its contribution to national and regional economic performance could also be assessed.

Keywords: festival economics, input-output analysis, final demand multipliers, direct, indirect and induced effects, economic impact analysis

BEVEZETÉS

Néhány évvel ezelőtt egy korábbi projekt megvalósítása során a BGE kutatói kapcsolatba kerültek egy fesztiválszervezővel, aki később azzal a tervvel kereste meg őket, hogy számolják ki a fesztiválok nemzetgazdasági hatásainak mértékét. A kérdésfeltevés már az első körben inspirált néhány kutatót, akik korábban hasonló témával foglalkoztak: olyan jelenségek gazdasági értékét vizsgálták más kutatási programokban, amelyek mérésére nem álltak rendelkezésre a szokásos gazdasági mérőszámok (lásd Solt-Takács, 2015 és Koppány, 2016). Így a feladat a kutatók számára is izgalmas kihívást jelentett, mely végül egy projekt során került kivitelezésre.

2016-ban kiírásra került az EFOP Intelligens szakosodást szolgáló intézményi fejlesztések című pályázat, amelyben lehetőséget láttunk a fenti kutatás megvalósítására is. Pályázatunk támogatást nyert, így most az EFOP-3.6.1-16-2016-00012 kódszámú Innovatív megoldásokkal Zala megye K+F+I tevékenysége hatékonyságának növeléséért című projekt keretében folytatjuk a fesztiválgazdaságtani kutatást, amelyben a fesztiválszervezés gyakorlatát kiválóan ismerő szakemberek és az alternatív gazdasági mérési eszközök alkalmazásában tapasztalatot szerzett kutatók közösen dolgoznak az írásunk címében feltett kérdés megválaszolásán.

Tanulmányunk célja egy, a fesztiválok gazdasági teljesítményhez való hozzájárulásainak kimutatására kidolgozott, és néhány közepes méretű magyarországi fesztivál vizsgálata során már ki is próbált vizsgálati eljárás bemutatása. A módszer a közönség és a fesztiválszervezők költségeinek, bevételeinek és ráfordításainak kérdőíves, illetve számítógépes űrlapokkal és szakmai konzultációkkal támogatott lekérdezésén alapul. A fesztivál által bevonzott közvetlen kiadások adataiból a gazdasági hatáselemzés területén széles körben alkalmazott input-output módszer segítségével becsüljük meg a gazdaság más szektoraira is tovagyűrűző, közvetett hatásokat.

Nyilván előfordulhat, hogy egy kisebb méretű, más térségek számára kisebb vonzerővel bíró rendezvény nagyrészt inkább csak a helyi közönség hasonló vagy más célokra amúgy is helyben elkölteni kívánt kiadásait csoportosítja át. Más a helyzet a régión kívülről érkező, a térség végső keresletét várhatóan nem csökkentő költségekkel, a fesztivál által generált belföldi, esetleg külföldi turisztikai bevételekkel. S az is számít, hogy a látogatók és a szervezők által elköltött

pénzekből mekkora mértékű a beszállítói értékláncokon, külső megrendeléseken keresztüli elszívargás. Bárhogy is nézzük azonban, ha egy már megvalósult fesztiválon költekezés történt, annak direkt és kisebb-nagyobb multiplikatív hatásai is jelentkeztek, amelyek benne vannak az ország vagy a vizsgált régió gazdasági teljesítményében. Még akkor is, ha a hivatalos statisztika elkülönülten nem mutatja ki ezeket, s nem rendeli hozzá a fesztiválágazathoz, hiszen ilyen ágazatot nem is tart számon. A fesztiválok és az azokon megfordult látogatók számának, az általuk megvalósult költekezésnek, a fesztiválköltségvetéseknek, s az ezekhez nyújtott állami, központi és helyi kormányzati támogatásoknak a növekedése viszont egyre inkább azt indokolják, hogy ezeket a rendezvényeket és szervezősüket egyfajta ágazatként kezelve mégis tisztábban lássuk a gazdaság teljesítményéhez való hozzájárulásuk, foglalkoztatási hatásuk, s az általuk generált adóbevételek nagyságát. A Budapesti Gazdasági Egyetemen (BGE) folyó, félidőben tartó kutatásunk célja, hogy a projekt végére egy ilyen, a nemzetgazdasági, a megyei és a turisztikai hatások becslésére egyaránt alkalmas módszertan és a gyakorlatban is alkalmazható, több fesztiválon kipróbált modell álljon rendelkezésünkre. Ezzel nemcsak az egyes fesztiválok gazdasági hatásai értékelhetők és vethetők össze objektív módon, hanem akár a teljes fesztiválágazat gazdasági súlya, országos és területi gazdasági teljesítményhez való hozzájárulása is felmérhető.

Tanulmányunk röviden áttekinti a témához kapcsoló szakirodalmat, a hazai közepes méretű fesztiválok kiválasztási módszerét, az adatgyűjtés módjait és nehézségeit, illetve eredményeit. Ezt követően részletesen ismertetjük az input-output elemzésen alapuló teljesítménybecslési modellünket, majd bemutatjuk a modell gyakorlati alkalmazásának első eredményeit.

1. FOGALMI LEHATÁROLÁS

Minden kutatás elengedhetetlen első lépéseinek egyike, hogy körülhatárolja azt a jelenséget, amelyet vizsgálni kíván. Így számunkra is nélkülözhetetlen volt, hogy meghatározzuk, mit is értünk fesztiválon. A szakirodalomban fellelhető definíciók szinte mindegyike Getz írásaira vezethető vissza, aki alapító főszerkesztője volt a *Festival Management & Event Tourism* című folyóiratnak, amely ma *Event Management* címen jelenik meg, és a témakör legjelentősebb szakmai fórumai közé tartozik. Getz (2005, 22) definíciója szerint a fesztivál *„tematikus, nyilvános ünnep”*. De példaként említünk egy másik, a fesztiválokkal foglalkozó irodalmi áttekintés szerzői által megfogalmazott definíciót is, miszerint: a fesztivál *„nyilvános, tematikus ünnep, amelyet rendszeresen rendeznek meg”* (Wilson et al., 2017, 4).

Magyarországon a Fesztiválszövetség a következő meghatározást alkalmazza (www.fesztivalszovetseg.hu): *„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.”

A hazai fesztiválok számbavétele során bármelyik fenti meghatározást (akár a legtágabb értelmezést) alkalmaztuk is, akkor sem találtunk igazán megbízható adatokat. Erős kétkedéssel fogadtuk azt az információt, hogy 2014-ben Magyarországon a Magyar Turizmus Zrt. nemzeti turisztikai adatbázisában (NETA) 3 328 magyarországi fesztivált regisztráltak (Sulyok, 2016). Természetesen nem az adatbázis megbízhatóságában kételkedtünk, hanem a kapott eredmény hitelességében: tényleg ennyi fesztivál lenne évente Magyarországon? Más adatok ugyanis ennél jóval kisebb értékeket mutattak. Egy 2016-os kutatás (Fesztiválkutatás 2016) során 1 626 önkormányzat megkérdezése alapján 308 fesztivált jeleztek. Ugyanebben az évben a Magyar Fesztivál Szövetségnek 216 regisztrált tagja volt. Továbbá, ha a kutatás egyéb eredményeit is számításba vesszük, és megnézzük, hogy például egyes támogatási formákra hány kérelmet nyújtottak be, akkor sem találnánk ezernél több olyan rendezvényt, amit fesztiválnak minősíthetünk. Sajnos a Központi Statisztikai Hivatal adatai nem, vagy csak nagyon töredékesen és közvetve tartalmaznak információt a fesztiválokra vonatkozóan. (A turisztikai felmérésekben időnként megkérdezik az utazás célját, illetve a közművelődési intézmények tevékenységei között – sok más egyéb rendezvénnyel összevontan – szerepelnek a fesztiválok is.) Így teljes körű országos adatbázist nem találtunk a fesztiválokra vonatkozóan. Csak a Magyar Fesztivál Szövetségnél léteznek viszonylag egységes, strukturált adatok, itt azonban a fesztiváloknak csak egy része regisztrált.

Tapasztalataink azonban azt mutatták, hogy a rendezvények száma látványosan növekszik, évről-évre több fesztivált szerveznek, tavasztól-őszig minden hétvégén számos programra kerül sor. A lakosság magatartását jól jellemzi egy 2010-ben Magyarországon végzett kutatás eredménye (Sulyok, 2010). A kutatás során 1 000 főt kérdeztek meg, amelynek összetétele nem, kor, településszerkezet és lakóhely szerint reprezentatív. 2007. január és 2010. március között a magyar lakosság 65,1%-a vett részt legalább egy hazai fesztiválon, ami arra enged következtetni, hogy a lakosság egyik kiemelt kulturális, szórakozási formájává vált a fesztiválok látogatása.

A fesztiválok meghatározásánál a tanulmányban a fentiekben bemutatott Wilson és társai féle (2017) megközelítést alkalmazzuk.

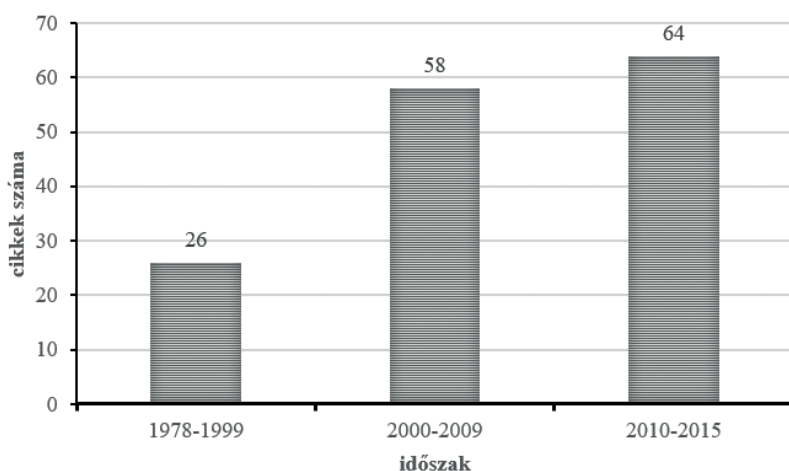
2. A SZAKIRODALOM ÉS AZ ELEMZÉSI MÓDSZEREK ÁTTEKINTÉSE

Azok a jelenségek, amelyek a lakosság egyre nagyobb hányadát érintik, szükség-szerűen felkeltik a társadalomtudósok érdeklődését is. Így történt ez a fesztiválokkal is. Az 1980-as években nemzetközi méretekben még csak évente néhány szaktanulmány foglalkozott ezzel a témával, de mára speciális folyóiratokban, kiemelkedő hivatkozási adatokkal rendelkező tanulmányokra bukkanhatunk.

Wilson és társai (2017) vizsgálatai szerint az általuk elemzett 35 év szakmai termésének csaknem fele a 2010-es években keletkezett, továbbá megállapítható, hogy az egy évre jutó átlagos publikációk száma a 2000-es években még nem érte el a 6-t, a 2010-es években pedig már 10 fölé növekedett (1. ábra). Kutatásunk szempontjából fontos kiemelni, hogy a tanulmányok többsége empirikus kutatást mutat be (93%) és csak néhány elméleti jellegű munkát olvashatunk a témáról. A fesztiválokkal foglalkozó szakirodalomra az is jellemző, hogy annak több, mint 60%-a kvantitatív módszert alkalmazott, 20%-a kvalitatív elemzést végzett, a többi pedig kevert módszerrel dolgozott.

1. ábra: A fesztiválokat tanulmányozó publikációk számának alakulása

Figure 1 The number of festival studies in literature



Forrás: Wilson et al., 2017, 8

A tanulmányok egyik kiemelt témája a fesztiválok hatásainak vizsgálata. Az egyik fontos tanulság, hogy a kutatók azzal érvelnek a fesztiválok hatásainak vizsgálata mellett, hogy az eredmények – a fesztiválokból származó hasznok kimutatásával – a szervezők számára indokokat adnak a helyi önkormányzat és más szponzorok támogatásának megnyeréséhez. Jellemző például Jackson és társainak (2005) magyarázata, akik szerint egy fesztivál gazdasági hatásának mérése fontos eleme a döntéshozatalnak, a támogatók és a beruházók, valamint a kormányzati szervek számára is.

Getz 2010-ben publikált egy tanulmányt a fesztiválokkal foglalkozó szakirodalom jellemzőiről. Az angol nyelvű tudományos munkák között 423 fesztiválkutatással kapcsolatos tanulmányt vizsgált, elemzett. A cikkek több, mint fele rendezvénytervezéssel és menedzsmenttel foglalkozott, a második legnépszerűbb téma a fesztiválok hatásainak vizsgálata (a cikkek mintegy 30%-a).

Kim és társainak (2013) vizsgálata tágabb témakörre terjedt ki, mint a fesztiválok. Ők az összes rendezvényt^[1] foglalkozó tanulmányt elemezték. Vizsgálatukban megjelentek például a sportrendezvények is (ezekkel foglalkozott a vizsgált 178 tanulmány 23%-a). Ennek ellenére figyelemre méltó, hogy a vizsgálatba bevont cikkek átlagosan 25%-a tanulmányozta a rendezvények hatásait, ez az átlagos arány a vizsgált harminc év alatt viszonylag stabil volt, és mindvégig a legnagyobb arányt képviselte a kutatás tárgyát tekintve.

Mindezekből arra a következtetésre jutottunk, hogy a kitűzött általános cél, a fesztiválok nemzetgazdasági teljesítményhez való hozzájárulása, beletartozik a fesztiválok kutatásainak nemzetközi főirányába.

A következő fontos kérdés az volt, hogy milyen módszereket alkalmaztak azok, akik a fesztiválok gazdasági hatásaival foglalkoztak. A módszereket sokféle szempontból lehet csoportosítani és vizsgálni (lásd pl. Kundi, 2012 vagy Brávác, 2018). Minket azonban elsősorban azok a módszerek érdekeltek, amelyek a nemzetgazdasági vagy regionális teljesítmény meghatározására alkalmasak.

Ebből a szempontból három módszer volt releváns: a költség-haszon elemzés (CBA), az input-output elemzés és a számszerűsített általános egyensúlyi modell (computable general equilibrium model - CGE) (lásd Jackson et al., 2015), illetve egy további érdekes felvetés, az input-output vizsgálat és a költség-haszon elemzés összekapcsolása (Dwyer et al., 2016).

A *költség-haszon elemzés* során minden társadalmi és pénzügyi költséget és hasznot figyelembe vesznek, amit egy fesztivál eredményez, ez lenne a legalkalmasabb arra, hogy a hatásokat komplexen kezeljük. Az információk hiánya, a társadalmi és jóléti költségek és hasznok értékelésének nehézségei miatt azonban ez a modell túlságosan összetett munkát igényel ahhoz, hogy egy fesztivál gazdasági hatását meghatározzuk. Még egyetlen fesztivál esetében is jelentős erőforrásokra és szakértelemre volna hozzá szükség.

A *számszerűsített általános egyensúlyi modell* jól alkalmazható a kizorítási hatások és a strukturális változások modellezésére nemzetgazdasági szinten. Azonban rövid távú és regionális összefüggésekre való alkalmazása komoly módszertani és adaptálási nehézségeket okoz, és nem garantálható a fesztiválokra való alkalmazása.

Az *input-output elemzés* segítségével megállapítható egy-egy fesztivál regionális és nemzetgazdasági értéke, sok szerző ezt javasolja.

A három módszer közül a CGE modell alkalmazását eleve elvetettük, mert ezzel kapcsolatban áll rendelkezésünkre a legkevesebb nemzetközi és saját kutatási tapasztalat. A költség-haszon elemzés alkalmazását azért kellett elvetnünk, mert a projekt forrásai nem tették volna lehetővé, hogy több fesztiválon kipróbál-

[1] Itt érdemes megjegyezni, hogy a fesztiválok a rendezvényturizmus egyik elemét jelentik, a kutatási terület abból vált ki.

jük a módszert. Nem mondtunk le azonban arról, hogy a jövőben kidolgozzuk ezt a megoldást is, illetve Dwyer és társai (2016) kutatásaihoz hasonlóan keressük az input-output elemzés és a CBA összeegyeztetésének, együttes alkalmazásának lehetőségét.

Végül tehát az *input-output elemzés* mellett döntöttünk, mivel ezzel a módszerrel a kutatócsoport tagjainak korábbi kutatásai (Koppány, 2017), valamint az elérhető, a fesztiválszervezőktől és a látogatóktól összegyűjthető adatok alapján, a projekt időbeli, anyagi és egyéb keretei között felmutatható eredményeket reméltünk.

3. A KUTATÁS ELEMEI ÉS CÉLJAI

Kutatócsoport munkájának fő elemei a következők:

- Vizsgáljuk a fesztiválok marketing-tevékenységének jellemzőit, hatékonyságát, feltárunk általános és speciális jellemzőket és elemezzük a leghatékonyabb megoldásokat.
- A fesztiválok társadalmi hatására is kíváncsiak vagyunk: milyen pozitív és negatív hatásokat vált ki egy-egy fesztivál a helyi közösségek életében?
- Készül egy tanulmány a tömegszámlálás fesztiválokra alkalmazható módszereiről, amelyet néhány fesztiválon ki is szeretnénk próbálni.
- Szakértői elemzést készítünk a készpénzmentes fizetések tapasztalatairól.
- Tervezünk egy projekt-szervezési és -kontrolling kézikönyvet a fesztiválszervezők számára.
- A legtöbb pénzügyi és emberi erőforrást a fesztiválok nemzetgazdasági hatásának mérését szolgáló kutatásra fordítjuk.

A gazdasági hatás vizsgálata csak úgy képzelhető el, ha ismerjük az adott szervezet, ágazat teljesítményét. A fesztiválturizmus nem szerepel külön soron egyetlen statisztikában sem (a TEÁOR-ban sincs külön fesztiválszervezési tevékenység), legfeljebb tájékoztató anyagokban találunk becsléseket róla. Ez nem véletlen, mert a fesztiválok a turizmus-vendéglátás körben is nagyon sajátos helyzetben vannak. A fesztiválok mint szolgáltatások fogyasztói egy „összetett terméket” fogyasztanak, amely különböző műsorokból (kulturális, zenei, színházi stb.), egyéb szórakoztató programokból (játékok, foglalkoztatók), illetve vendéglátóipari és egyéb kiskereskedelmi szolgáltatásokból áll. A terméket pedig nem egyetlen eladó kínálja, hanem szinte minden típusát más és más cégek, szervezetek. Így nem lehet egyetlen gazdálkodó szervezet adatai alapján végezni a felmérést. Mindezt tovább bonyolítja, hogy egyes szolgáltatók nem is a helyszínhez kötötten működnek, hanem ún. vásárolók, akik hétről-hétre máshol állítják fel sátraikat és kínálják az ételt, italt, ajándéktárgyakat. Egyetlen viszonylag könnyen elérhető szereplő van, a fesztiválszervező, aki viszont a szolgáltatásoknak csak egy részét kínálja.

Még egy fontos dolgot meg kell említenünk, ami további nehézségeket okoz: a fesztiválok egy része „ingyenes” a látogatók számára, vagyis nem kell belépődíjat

fizetni. Az ilyen programszervezet teljesítményét így még csak részlegesen sem lehet piaci áron mérni, hanem csak a ráfordítások alapján (akárcsak a háztartásokat segítő állami és egyéb nonprofit szervezetekét). A Magyar Fesztivál Szövetség adatai szerint a náluk 2017-ben regisztrált 314 fesztiválon 4,8 millió látogató járt, akik közül csak 1,1 millió fizetett belépődíjat.

Kevés hazai kutatás foglalkozik a kérdéssel, de van néhány eredmény (pl. a KPMG vizsgálatai a nagy zenei fesztiválokról vagy Kundi Viktória elemzései), azonban egyik sem törekedett teljességre. A KPMG teljes kutatási anyaga nem hozzáférhető, de a publikációkból kiderül, hogy „csak a végfelhasználói költségek (azaz a rendezvénnyel kapcsolatos fogyasztás) gazdaságban tovagyrúzó hatásait” számszerűsítették (Indra, 2009). Kundi (2013) kutatásaiban pedig a szervezők gazdasági adatait használta fel.

A tanulmányban egy komplex megközelítést alkalmazunk, s ennek keretében:

- feltárjuk, megbecsüljük a látogatók fogyasztását,
- meghatározzuk a szervezők ráfordításait,
- megbecsüljük az egyéb szolgáltatók teljesítményét,
- és ezek alapján modellszámításokat készítünk többek között a rendezvény által generált összes kibocsátásra, hozzáadott értékre, a foglalkoztatás és egyes adóbevételek nagyságára.

A teljesítmény mérését nemcsak összességében, hanem ágazati összetételében, az egyéb ágazatokkal való kapcsolataival is számszerűsítettük, így a nemzetgazdaságra gyakorolt tovagyrúzó hatást differenciáltan, a kapcsolódó szektorok multiplikatív jellemzőinek figyelembevételével tudjuk meghatározni.

4. ADATGYŰJTÉSI ÉS MINTAVÉTELI DILEMMÁK

4.1. AZ ADATGYŰJTÉS JELLEMZŐI ÉS KORLÁTAI

A vállalati statisztikában valamennyire is jártas kutatók tudják, hogy egy-egy vállalati beszámoló adataiból az előző fejezetben ismertetett összefüggések részlegesen kinyerhetők. Azért részlegesen, mert a legtöbb vállalat többféle (több ágazathoz tartozó) tevékenységet folytat. Ráadásul a fesztiválszervezés lényegében egy projektfeladat, és a legtöbb szervező cég több más projektet is visz, illetve nem mindig végez projektcentrikus nyilvántartást. Ezért maguk a szervezők sem tudják minden esetben precízen megmondani, mekkora és milyen ráfordításokkal, illetve bevétellel járt az adott rendezvény. Tehát a vállalati beszámolóadatok legfeljebb tájékoztató jellegűek lehetnek.

A látogatók fogyasztása ennél még kevésbé rögzített: a jegyeladásokat lehet mérni, de minden más fogyasztás csak primer adatfelvétellel határozható meg.

Az adatgyűjtésre a következő tervet dolgoztuk ki:

- minél több elérhető szekunder adatot begyűjteni,
- megkeresni a fesztiválszervezőket, és a hatáselemzés céljára kidolgozott kérdőív kitöltésére kérni őket,
- a fesztiválok ideje alatt lehetőleg egyszerű véletlen mintával kikérdezni a látogatókat a fogyasztási kiadásaikról,
- majd mindezek alapján becsléseket végezni az egyes fesztiválok teljesítményéről, ágazati kapcsolatairól és beilleszteni a becsült adatokat az ágazati kapcsolatok mérlegébe (ÁKM).

A szekunder adatok gyűjtésére elsősorban a KSH vonatkozó adatait, valamint a Magyar Fesztivál Szövetségnél rendelkezésre álló információkat használtuk fel. A látogatók megkérdezése során a következő elvek érvényesítését helyeztük középpontba:

- minél inkább biztosított legyen a véletlen mintavételi szabály: különböző időpontokban, helyszíneken arányosan vonjunk be válaszadókat,
- készítsünk egy demográfiai mintát, rövid kérdésekkel, lehetőleg minél több látogatót a véletlen mintavételi szabályok alapján megkérdezve (ideális esetben a látogatók többségéről, a beengedő kapuknál).

Az így kapható válaszok ugyan még mindig nem teljesítik a szigorú valószínűségi mintavétel (Babbie, 2017) követelményeit, de legalább nem teljesen önkényesen kiválasztottak.

A látogatói mintavétel és a fogyasztás mérése több nehézségbe is ütközött. A látogatókból nehéz megfelelő mintát képezni a következők miatt:

- Az ingyenes fesztiválok sokszor területileg nem lehatároltak, nincsenek fix belépési pontok, ahol a belépő személyekből véletlen mintát lehetne venni (pl. úgy, hogy minden x-edik látogatót kérdezzük meg).
- Van olyan fizetős fesztivál, amely egyszerre négy vagy öt településen zajlik, és egy településen is akár 10-15 helyszínen. Nem rendelkezünk annyi kérdőívvel, hogy minden egyes helyszínen biztosítani tudjunk megfelelő számú személyzetet.
- Eltérő a válaszadási hajlandóság, általában a nők, a képzetebbek inkább hajlandók egy hosszabb kérdőívre válaszolni, mint a férfiak, illetve a képzetlenebb csoportok.
- A látogatók kiadásainak mérése sem egyszerű feladat, már önmagában azt sem könnyű felidézniük mire és mennyit költöttek. További probléma, hogy a kérdés időpontja nem lehet a fesztivál vége, amikor már biztosan nem fognak többet költeni. Akkor kapnánk pontos(abb) képet, ha a fesztiválról való távozáskor kérdeznénk a fesztiválozókat. Ez nem lehetséges, rengeteg kérdező éjszakai munkájára lett volna szükség, vagy a látogatók előző napi költségét lehetett volna megkérdezni, de ennek a módszernek az a hibája, hogy az első és utolsó napról nem lennének információink, miközben több fesztivál három

napos. A fogyasztásra vonatkozóan így sokszor a látogató is csak becslést adott, akit arra kértünk, hogy a már megtörtént, illetve a tervezett fogyasztásáról számoljon be.

A mintával kapcsolatos problémákat a rövid demográfiai kérdőív alkalmazásával korrigáltuk, ahol csak a nemet, a kort, az iskolai végzettséget és a lakóhelyet (illetve hogy a látogatók hány km-ről érkeztek a fesztiválra) kérdeztük. Ezekre a kérdésekre többen hajlandók válaszolni, mint egy hosszabb kérdőívre. A rövid kérdőív demográfiai adatait mindig összehasonlítottuk a hosszabb kérdőívre válaszolók demográfiai adataival, és 5%-nál nagyobb eltérés esetén súlyozással korrigáltunk.

Bár a kiadásokra vonatkozó adatok feldolgozása során természetesen a szokásos módon kezeltük a szélső értékeket (a kiugró adatokat figyelmen kívül hagytuk), a kiadások pontatlanságával számolnunk kellett. Mivel ez minden fesztiválra hasonlóan igaz, a fesztiválok összehasonlításánál kiindulhatunk abból, hogy a torzítás hasonló mértékű, vagyis a fesztiválok közötti különbség mértéke valós. Ugyanakkor a becslés elfogadhatóságát jelzi, hogy a kiadások szerkezete hasonló a különböző fesztiváloknál, valamint, hogy azon fesztiválok, amelyeken nagyobb kiadásokat regisztráltunk, drágább árukínálattal rendelkeztek, amit a fesztivál jellege és műfaja is alátámasztott.

Szerettünk volna megbízható adatokat gyűjteni. Ugyanakkor tisztában vagyunk azzal, hogy a mintaválasztás és a megkérdezés módszere nagyban befolyásolja az eredmények megbízhatóságát. Ezért felvázoltunk egy ideálisnak tartott eljárást, ezt több, gondosan kiválasztott fesztiválon alkalmaztuk. Előzetes eredményekkel már rendelkezünk, azonban a kapott információkat a későbbiekben még többször ellenőrizni, tesztelni kell majd, hogy a gazdasági hatás becslése teljes mértékben megalapozott legyen.

Megállapítható, hogy a fesztivállátogatók költségeiről készült felmérés képet ad a vizsgált területről, információkat szolgáltat a nagyságrendekről és az arányokról, azonban az adatok nem feltétlenül alkalmasak arra, hogy az adott fesztivál teljes látogatói körére vonatkozóan, statisztikailag teljesen pontos általánosításokat vonhassunk le belőlük. Látogatói felméréseinket így módon nem tekinthetjük reprezentatívnak, hiszen a teljes sokaságot, annak összetételét nem ismerhetjük.

A fentiek alapján a kutatásunk az alábbiak mentén nyújt többet a korábbi felmérésekhez képest:

- A legfontosabb eredmény, hogy eddig ilyen típusú felmérések csak esetlegesen, néhány fesztiválon, és nem is ilyen témában és ilyen mélységben történtek. Így nyugodtan kijelenthetjük, hogy először kapunk olyan adatokat, amelyek tájékoztatnak a fesztivállátogatók kiadásairól és annak szerkezetéről.
- Az önkényes kérdezés ebben az esetben némileg irányított, hiszen csak olyanokat kérdeztünk meg, akik az adott rendezvény ideje alatt ott tartózkodtak, és valóban a felmériendő sokaság részesei voltak. (Szemben például a kézikönyvek klasszikus példájában szereplő buszmegállóban ácsorgókkal.)

- Az adatok alkalmasak arra, hogy az eddig még nem kutatott területről első becsléseket végezzünk, és ezzel egy módszert kidolgozva előkészítsük a későbbi kutatásokat.

Összegezve megállapítjuk, hogy a látogatók körében végzett kutatás *feltáró* jellegű, nem tudjuk, hogy mennyire reprezentatív; egy gazdasági hatásvizsgálat próbaszámításaihoz nyújt adatokat, de semmiképpen sem jelenthetjük ki, hogy ezzel pontosan megismertük a vizsgált sokaság jellemzőit. Más a helyzet a fesztiválszervezőktől nyert adatokkal. Ott az adott rendezvényhez kapcsolódó kiadásokat és bevételeket lényegében teljes körűen sikerült megismerni, beleértve a jövedelmi és foglalkoztatási adatokat is. Így a fesztiválok nemzetgazdasági hatásainak a fesztiválszervezőkön keresztüláramló bevételekből és kiadásokból kiinduló része jóval megbízhatóbb információkra épül. Az egyéb szolgáltatók (vendéglátás, ajándék stb.) bevételeit szintén a látogatók által közölt adatokból származtatuk, így ezek is feltáró jellegűnek, első becslésnek tekintendők.

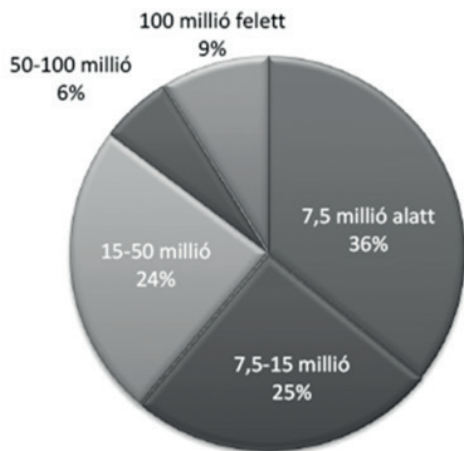
4.2. A KUTATÁSBA BEVONT FESZTIVÁLOK

A helyi adatok teljeskörű, vagy legalábbis megbízható mintával csak olyan fesztiválokra gyűjthetők, ahol a közönség viszonylag zárt helyen és viszonylag kis létszámban jelenik meg (mint például egy színházi fesztiválon). Ezeknek a korlátoknak, elvárásoknak a betartása nagyban lecsökkentette volna az empirikus vizsgálataink szempontjából szóba jöhető rendezvényeket, a látogatói létszám tekintetében mindenesetre próbáltuk a fentieket szem előtt tartani. Elsősorban a közepes méretű fesztiválokat céloztuk meg. Már csak azért is, mert ezek esetében nagyon fontos a fesztivál támogatóinak, az érintett önkormányzatnak a meggyőzése arról, hogy a támogatás nem elszivárgást jelent, hanem akár helyben, akár a gazdaság más pontjain teljesítménynövekedést és állami bevétel növekedést is eredményez (nem is beszélve a kutatói kíváncsiságról: itt kaphatunk már értékelhető és nemzetgazdasági szinten is érzékelhető eredményeket).

A Fesztivál Szövetség adatai szerint a regisztrált fesztiválok fele kis- és közepes méretű, egyharmada mini fesztivál (2. ábra). Így a kis- és közepes fesztiválok mérésével azok többségére jellemző adatokhoz juthatunk.

2. ábra: A fesztiválpiac 2017-ben Magyarországon: a regisztrált fesztiválok megoszlása költségvetésük alapján

Figure 2 Festival market in Hungary, 2017: distribution of registered festivals based on their budget



Forrás: Fesztivál Szövetség

A vizsgálatba bevont fesztiválokat a következő módszerrel választottuk ki:

- minden magyarországi régióból legyen legalább egy fesztivál;
- a vizsgált fesztiválok közül legalább egy olyan legyen, amelyet két egymás utáni évben (2017-ben és 2018-ban) is felmérünk;
- a fesztiválok között legyen minél többféle (zenei, művészeti, hagyomány-őrző, gasztronómiai);
- a fesztiválok kis- vagy közepes méretűek legyenek (látogatóik száma alapján), a nagy fesztiválok ugyanis teljesen más sajátosságokkal rendelkeznek, ráadásul azok kutatása a legnépszerűbb.

A felmérésbe bevont fesztiválokat az 1. táblázat mutatja.

1. táblázat: A felmérésbe bevont fesztiválok

Table 1 Festivals involved in the research

Régió	2017	2018
Észak-Magyarország	Miskolci Farsang	
Észak-Alföld	Campus Fesztivál, Debrecen	Debreceni Virágkarnevál
Dél-Alföld	Csabai Kolbászfesztivál	Hungarikum fesztivál, Szeged
Közép-Magyarország	Etyeki Piknik	Káposztafesztivál, Vecsés
Közép-Dunántúl	Víz, Zene, Virág Fesztivál, Tata	Víz, Zene, Virág Fesztivál, Tata Játékfesztivál, Pápa
Nyugat-Dunántúl	Egerszegfesz, Zalaegerszeg	Győrköcfesztivál Országos Vadpörkölt és Borfesztivál Zalaegerszeg
Dél-Dunántúl	Ördögkatlan Fesztivál	

Forrás: Saját szerkesztés

5. AZ ALKALMAZOTT HATÁSELEMLŐ MÓDSZER BEMUTATÁSA

A végső kereslet szintjében, ágazati és területi szerkezetében, valamint a gazdaság ágazati kapcsolataiban bekövetkező strukturális változások hatásainak elemzésére Magyarországon (értsd: a magyar gazdaságra vonatkozóan) nem áll rendelkezésre olyan kereskedelmi forgalomban hozzáférhető modell és hozzá kapcsolódó szoftver, mint például az Egyesült Államokban a RIMSII (Ambargis-Mead, 2012) vagy az IMPLAN, vagy az Egyesült Királyságban a Cambridge Econometrics LEFM vagy EEFM modelljei. A fesztiválok gazdasági hatáselemzése tipikusan olyan terület, ahol az ilyen vagy ezekhez hasonló modellek és szoftverek jól alkalmazhatók lennének.

A kutatás során éppen ezért egy hatáselemző modell prototípusának kifejlesztésére vállalkoztunk, amely egyrészt a hivatalos hazai ágazati statisztikai adatokkal, másrészt a fesztiválszervezők és a látogatók kérdőíves felméréseiből származó információkkal dolgozik. A modell döntően az input-output elemzés módszereire épül, amelyek részletes ismertetése megtalálható többek között Zalai (2012) vagy Koppány (2017) könyvében. Nagymértékben tudtuk hasznosítani az ezek vállalati szintű alkalmazása során szerzett tapasztalatainkat is (lásd például Koppány-Steszli (2017), amely egy járműipari vállalat tovagyrúzó hatásait elemzi hasonló módszerekkel).

5.1. INPUT-OUTPUT ELEMZÉS, INPUT-OUTPUT MULTIPLIKÁTOROK

Az input-output elemzés alapvető adatbázisa az ágazati kapcsolatok mérlege (ÁKM), vagy más néven az input-output tábla. Ez a kettős „könyvelés” szabályain alapuló kimutatás a gazdaság összteljesítményét ágazatonként, soronként kibocsátási, oszloponként pedig felhasználási oldalról mutatja be.

Az input-output táblázatban megjelenő nemzetgazdasági összteljesítményhez a fesztiválok is hozzájárulnak. A kutatás fő kérdése, hogyan, milyen mutatók tekintetében és milyen mértékben jelentkeznek ezek a hozzájárulások? Mekkora hatást gyakorol egy adott fesztivál a makrogazdasági kibocsátásra, a hozzáadott értékre (GDP-re), a foglalkoztatásra, a lakossági jövedelmekre?

A kérdések megválaszolásához először is az adott fesztiválhoz kapcsolódó áramlásokat kell elkülöníteni az input-output táblában. A fesztiválhoz kapcsolódóan számos, gazdaságstatisztikailag a végső felhasználásba tartozó kiadás merül fel. Ezek lehetnek folyó kiadások és beruházási jellegűek is. Utóbbiakról az egyszerűség kedvéért el is tekintettünk. A folyó kiadások döntő részét a fesztivállátogató közönség fesztivállal kapcsolatos költségei (utazás, szállás, belépőjegy(ek), étel- és italfogyasztás, ajándéktárgy-vásárlás a fesztivál helyszínén, a kapcsolódó egyéb kulturális, sport és szabadidős szolgáltatások igénybevételeért kifizetett összegek stb.) jelentik. Ezekre tekinthetünk úgy, mint a fesztivál által generált végső keresletre, amelynek elemeit természetesen az országos ÁKM háztartások fogyasztási kiadási oszlopa is tartalmazza^[2].

A fesztivállátogatókhoz hasonlóan a fesztiválszervezők is eszközölnék kiadásokat, de ezeket a gazdaságstatisztika nem végső kiadásként, hanem termelőfelhasználásként tartja számon. Ezek szintén szerepelnek annak az ágazatnak felhasználásai között, amelyikbe a fesztiválszervező tartozik (ez jellemzően a 90-92: Alkotó-, művészeti, szórakoztató, könyvtári, levéltári, múzeumi, egyéb kulturális szolgáltatás, szerencsejáték, fogadás vagy a 93: Sport-, szórakoztató, szabadidős szolgáltatás ÁKM ágazat). A fesztiválszervezőnél keletkező hozzáadottérték-elemekre ugyanez vonatkozik. A szervezőnek nemcsak felhasz-

[2] A kutatás során szándékosan igyekeztük kerülni a fesztivállal kapcsolatos kiadások pótlólagos keresletként történő beállítását, noha annak egy része biztosan ilyen értelemben is számba vehető, míg más része minden bizonnyal meglévő keresletet szorít ki (az adott összeget nem a fesztiválra költötték volna, hanem valami másra). Hasonlóképpen a hatásokat sem növekményi szemléletben értelmezzük. Az eredményekre tehát nem úgy tekintünk, hogy a fesztivál következtében ennyivel lett több a kibocsátás, magasabb a GDP vagy a foglalkoztatás, hanem sokkal inkább úgy, hogy az adott időszak (évi) kibocsátásból, GDP-ből vagy foglalkoztatásból (amelyet a KSH közöl) becslési- és modellszámításaink alapján ennyi és ennyi köthető az adott fesztiválhoz mint a ténylegesen megvalósult végső kiadások tényleges végső okához (vagyis ex post szemléletű elemzést végzünk). A különféle helyettesítési és kiszorítási hatásokkal tehát ilyen értelemben nem foglalkozunk. Ezek a kérdések a kutatócsoport tagjai és a fesztiválszakmai bevont szakértői között is sokszor előkerültek, és értékes, a közös gondolkodást előre vivő szakmai vitákat eredményeztek. Ezekre később, a modell regionalizálási lehetőségeinek tárgyalásakor még visszatérünk.

nálásai, hanem kibocsátásai is vannak: egyrészt más ágazatok felé (pl. reklámfelületek értékesítése, elárúsító helyek bérbe adása stb.), másrészt a látogatók felé (elsősorban a belépőjegyek értékesítéséből származó bevételek, másodsorban ide tartozik minden egyéb, közvetlenül a látogatóktól származó szervezői bevétel).

Az előzőekben említett, a fesztiválhoz közvetlenül kapcsolódó tételek a gazdaság ágazati kapcsolatainak rendszeréből, a végső kereslet oszlopából, valamint az adott ágazat oszlopából és sorából kiemelhetők, elkülöníthetők (szeparálhatók). Az input-output modell segítségével azonban nemcsak az ÁKM táblázatból ily módon közvetlenül is látható direkt, hanem a más gazdasági szereplőkre (ágazatokra) tovagyűrűző közvetett (indirekt), illetve a keletkező többletjövedelmek elköltése által generált ún. indukált hatások is számszerűsíthetők. Ezekre később térünk ki.

Amennyiben a hatások területi megoszlására is kíváncsiak vagyunk, regionális input-output táblázatokkal kell dolgoznunk. Magyarországon jelenleg a megye az a legkisebb területi egység, amelyre vonatkozóan (korlátozottan) rendelkezésre állnak azok a statisztika adatok (pl. hozzáadott érték, munkajövedelmek), amelyek alapján az országos input-output táblák regionalizálhatók.

Egy, az adott megyét (ahol a fesztivál megrendezésre kerül), illetve Magyarország összes többi megyéjét összevontan kezelő kétrégiós interregionális input-output táblázattal, valamint a fesztivállal kapcsolatos kiadások területi bontásával (pl. a közönség költségeinek a látogató lakóhelye szerinti felosztásával: megyei / megyén kívüli hazai / külföldi látogatók)^[3] lehetőség nyílik az elemzési eredmények finomítására, a turisztikai hatások kimutatására.

Egy regionális input-output táblából jól látszik például, hogy a fesztiválon jelentkező végső és közbülső kiadások és felhasználások egy része közvetlenül sem feltétlenül az adott megye vállalkozóit, vállalati szektorát gazdagítja. A fesztiválon megjelenő vendéglátóipari szolgáltatók, árusok, valamint a fellépő előadók jelentős része rendszerint nem az adott megyéből érkezik a fesztiválra. Lehetnek ugyanakkor olyan interregionális spillover hatások, amelyek az ilyen közvetlenül elszivárgó tételeknél is eredményeznek pozitív visszacsatolásokat. A közvetett és indukált hatások figyelembe vételével felbecsülhető tehát az is, hogy az adott fesztivál összességében mekkora értéket képvisel az adott megye és más megyék gazdasági adataiban (mekkora hatása van a gazdarégióra és más régiókra).

Regionális input-output táblákon alapuló területi elemzésre a kutatásnak ebben az első szakaszában nem vállalkozhattunk (ez a következő fázis fő feladata lesz). S valójában egyelőre a korábban leírt, az országos input-output táblát felhasználó módszerrel sem tudtunk dolgozni. Ennek oka meglehetősen prózai. A kutatás első szakaszának idejében hozzáférhető Központi Statisztikai Hivatal által publi-

[3] Az ilyen bontás lehetővé teszi a fesztiválok jelentőségét talán jobban kifejező, tisztán turisztikai hatások elkülönítését. A nem helybéli lakosság fesztiválon eszközölt költségeit sokkal bátrabban tekinthetjük pótlólagos regionális keresletnek, amely a fesztivál hiányában a vizsgált régióban (megyében, városban) nem jött volna létre. Ugyanígy értelemben sokkal valószínűbb az is, hogy a távolról érkező fesztivállátogató nem költötte volna másra ugyanebben a régióban a fesztiválra szánt/elköltött pénzét.

kált, hivatalos országos ÁKM a 2010. évre vonatkozott. (Ennél frissebb, a 2015. évre vonatkozó ÁKM közzétételére csak 2018 végén került sor.) Az általunk e tanulmány írásáig felmért fesztiválok mind a 2017-es évben zajlottak. Úgy gondoltuk, hogy egy 2017-es év fesztivál adatai a 2010. évi ÁKM-be illesztve meglehetősen torz eredményt adott volna. Gondoljunk csak arra, hogy az ÁKM folyóáras kimutatás, és a hét év alatt az árszínvonal és a relatív árak módosultak. A gazdaság ágazati szerkezete és a különféle multiplikátorok is eltéréseket mutathatnak.

Az input-output tábla továbbvezetésére persze léteznek módszerek, amelyek ilyen esetben a segítségünkre lehetnek (lásd Koppány, 2018), azonban a kutatás időszakában rendelkezésre álló peremadatok legfeljebb a 2016. évre történő aktualizálást tették volna lehetővé.

Éppen ezért a korábban leírt szeparációs módszert a következő különbségekkel alkalmaztuk. Először a fesztivál közvetlen végső keresleti és termelőfelhasználási hatásait becsültük meg elsősorban a tanulmány előző fejezeteiben már részben bemutatott survey módszerrel (a közönség körében végzett kérdőíves felméréssel, illetve a fesztiválszervezők számára kidolgozott adatközlő táblázatok alkalmazásával, utóbbiakról később még lesz szó) és esetenként szakértői vélemények alapján (a szakértői értékelés néhol a fesztiválszervezői adatkérdőben is megjelent, de az mégis döntően a rendelkezésre álló pénzügyi- és számviteli adatok alapján került kitöltésre).

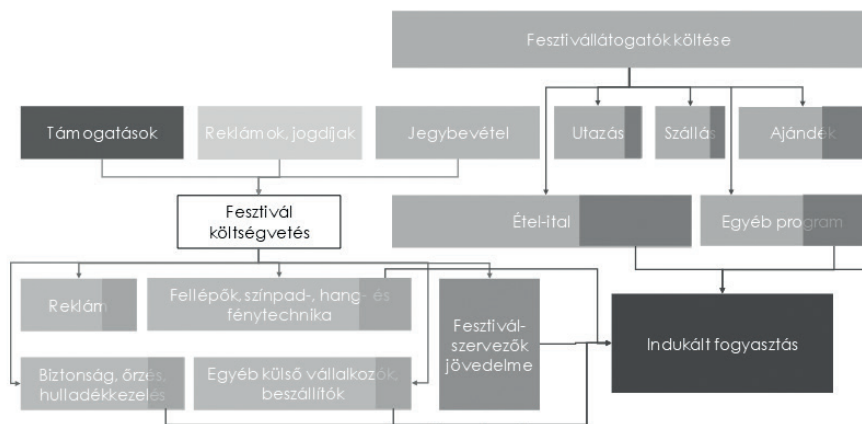
Ezt követően a kapott adatokat nem a 2017. év (rendelkezésre nem álló) ágazati kapcsolati mérlegébe illesztettük be, hanem a Koppány (2018) által továbbvezetett input-output táblákból számított multiplikátorokat használtuk fel az egyes tételek tovaggyűrűző hatásainak számszerűsítésére. A hatáselemzés eredményeit az időszak minden egyes évének multiplikátoraival meghatároztuk, így módon nem csupán egy pontbecslést, hanem egy intervallumot határoztunk meg a feltételezett hatásokra.

5.2. A FESZTIVÁL ÁLTAL GENERÁLT KIADÁSOK

A fesztiválok gazdasági hatáselemzéséhez használt módszer kiindulópontjait, legfőbb bemeneti adatait a 3. ábra foglalja össze. A modell keresletoldali megközelítést alkalmaz, a fesztivál által generált végső kiadásokból indul ki. Ezek egy része a fesztiválszervezők számára közvetlen bevételt jelent. Ezt mutatják az 3. ábra bal oldali, fesztiválköltségvetésbe beáramló részei. A fesztiválszervezői bevételek egyik része (jelentős része) a folyó termelőfelhasználást finanszírozza (a fellépő előadók honoráriumát, a színpad, hang- és fénytechnika, az őrzési tevékenység, a biztonsági szolgálat, a takarítás és zöldterület-kezelés, a reklám és hirdetés stb. költségeit). Másik része a fesztiválszervező cég és munkavállalóinak tőke- és munkajövedelme lesz. Természetesen a beszállítók felé tett megrendelések értékében is kimutathatók ezek a hozzáadottérték-tartalmak, de őket már nem kérdeztük meg, hanem az ágazatra jellemző hányadokkal, illetve multiplikátorokkal számoltunk tovább. A különféle beszállító ágazatok mindegyikéhez más-más

szorzó (multiplikátor) tartozik, amely megmutatja, hogy egységnyi megrendelés összesen mekkora kibocsátást, hozzáadott értéket, foglalkoztatást, jövedelmet vagy légszennyezést generál a teljes értékláncon visszafelé haladva.

3. ábra: A fesztivál által generált kiadások
Figure 3 Spending generated by a festival



Forrás: Saját szerkesztés

A piaci alapon szerzett bevételek és termelőfogyasztás különbségeként adódó hozzáadott érték a fesztiválok többségében negatív, hiszen különféle támogatások nélkül a piaci bevételek nem érnék el a termelőfelhasználás értékét. Ez annak ellenére igaz, hogy a hozzáadott értéknek pozitív előjelű komponensei is vannak. Ilyenek például a fesztiválszervező alkalmazottainak kifizetett munkajövedelmek és járulékaik. A fesztiválszervező kibocsátását piaci termelőként (erre később még visszatérünk) mérve árbevétele, illetve az előzőekben felsorolt tételek jelentik a közvetlen kibocsátási, hozzáadott érték, foglalkoztatási stb. hatásokat.

A 3. ábra jobb oldali része mutatja azokat a fesztivál által generált kiadásokat, amelyek a fesztiválszervező számára (közvetlenül) nem jelentenek bevételt. Ezek elsősorban a fesztivállátogató közönség fesztivállal kapcsolatos, fesztiváljegyeken és -bérleteken (illetve más közvetlenül a fesztiválszervezőnek fizetett összegeken) felüli költségei (lásd a korábbiakban felsorolt utazás, szállás, étel- és ital-fogyasztás, ajándéktárgy-vásárlás a fesztivál helyszínén, a kapcsolódó egyéb kulturális, sport és szabadidős szolgáltatások igénybevételeért kifizetett összegek stb.). Itt is minden érintett beszállítói ágazat esetében más-más termelőfelhasználási, hozzáadottérték-hányadokat és multiplikátorokat kell használnunk a közvetett és indukált hatások megragadáshoz.

Az ágazati részhatások összegeként állnak elő a fesztiválszervezők beszállítóinál (beszállítói értékláncain) jelentkező közvetlen és közvetett hatások, valamint

a fesztivállátogatók költségeinek (végső felhasználásának) direkt és indirekt hatásai. Ha ezeket hozzáadjuk a fesztiválszervező(k)nél jelentkező direkt hatásokhoz, akkor megkapjuk a fesztivál teljes gazdasági hatását. A közvetlen és közvetett hatásokat (és csak ezeket) magukba foglaló szorzókat ún. 1-es típusú multiplikátoroknak (Koppány, 2017) nevezzük.

Ugyanebben a bontásban (vagyis a fesztiválszervezők, illetve fesztiválközönység költségeinek beszállítói láncokon tovaryűrűző hatásait megkülönböztetve) megkaphatjuk az ún. 2. típusú multiplikátorokkal kapott eredményeket is. Ezek az indirekt hatásokon felül a keletkező többletjövedelmek miatti többletkereslet (lásd a 3. ábra jobb alsó része), az ún. indukált kereslet hatásait is tartalmazzák. Ez tehát egy újabb multiplikációs kör, amely már nemcsak a fesztiválon jelentkező közvetlen, hanem a fesztivál által generált jövedelmekből megvalósuló keresletet is magába foglalja. A 2-es típusú multiplikátorok természetesen jóval nagyobb hatásokat eredményeznek.

A fesztivállátogatók költségeit a körökben végzett kérdőíves felmérés eredményei alapján becsültük meg, míg a fesztiválszervezők számára egy speciális adatközlő munkafüzetet dolgoztunk ki, ahol a legfontosabb, legjellemzőbb bevételeiket és ráfordításaikat, vagyis a fesztiválkölségvetés szerkezetét kérdeztük le. Annak érdekében, hogy ágazati multiplikátorokon alapuló elemzést el tudjuk végezni, az anyagjellegű ráfordításokat ágazati bontásban kértük megadni. A kutatás következő szakaszában megvalósuló regionális hatáselemzéshez a saját megyén belüli beszállítások arányára is rákérdeztünk. Ugyanezt az arányt megkérdeztük a piaci bevételek esetében is.

A fesztivál munkafelhasználását úgynevezett éves egyenértékes létszámmal (full-time equivalent, FTE) becsültük. A fesztiválok jellemzően 3–4 napos rendezvények. A fesztiválszervezőnek lehetnek olyan teljes vagy részmunkaidős (6 vagy 4 órás) alkalmazottai, akik egész évben ennek az évente egyszer megrendezésre kerülő eseménynek a szervezésével foglalkoznak, s lehetnek olyanok is, akik csak a fesztivált megelőző, vagy éppen az ezt követő 1–2 hónapban látják el a kapcsolódó feladatokat. Utóbbiak esetében két havi munkavégzéssel, az alkalmi foglalkoztatottaik (EFO) esetében pedig a megadott összes EFO munkanappal számolva, arányosítva határoztuk meg az éves egyenértékes létszámot.

Ugyancsak a későbbi regionális elemzést előkészítendő kérdeztünk rá a vásárolók területi összetételére. A darabszámok alapján számított arányok persze nem feltétlenül mutatják pontosan az értékben mért változók (kiadások, bevételek és jövedelmek) területek közötti áramlását, az ezekre való közvetlen rákérdezés a fesztiválszervezői kérdőívben azonban üzleti titkot sértett volna. Harmadik félre vonatkozó adatot (még ha ennek birtokában is voltak) a fesztiválszervezők nem adhattak ki, és ezért illet nem is kértünk. Áthidaló megoldásként az előbbieken leírt módon közelítettük meg a problémát. A vásárolók egyenkénti lekérdezése feltehetően jóval pontosabb képet adott volna, ez azonban a jelenlegi erőforrásaikkal nem volt végrehajtható, és valószínűleg eredménye sem lett volna, hiszen

a vásárolók üzleti okok miatt nem valószínű, hogy megadnák a bevételeik, kiadásuk nagyságát. A tisztán üzleti vállalkozáson alapuló fesztiválok szervezői esetében is általában hasonló magatartást tapasztaltunk.

A látogatók számára vonatkozó kérdés is bekerült a szervezői adatközlő munkafüzetbe, amelyre a jeggyel és bérlettel látogatható vagy valamilyen regisztrációhoz kötött fesztiválok esetén a szervezők pontos válaszokat tudtak adni. Ingyenes fesztiválok esetén a szervezői létszámbecsléseket használtuk fel.

Az input-output elemzés alkalmazási lehetőségeit korlátozó, a szakirodalom által gyakran emlegetett tényezőknél (kiszorítási, helyettesítési és egyéb hatások, lásd pl. Porter-Chin, 2012; Diederling-Kwiatkowski, 2015; Crompton-McKay, 1994) sokkal fontosabbnak ítéltük meg a fesztiválokon vagy a fesztiválok idején, azokhoz kapcsolódóan értékesített termékek és szolgáltatások árának pozitív irányú eltérését a normál árszinthez képest. Ha ezt figyelmen kívül hagyjuk, akkor a normál (átlagos) ágazati árszinttel számított multiplikatorkor használat a tovagyrűző hatások félrebecslését is eredményezheti. A beszállítók felé tett megrendelések a bevételek jóval kisebb arányát teszik ki ilyen esetben, s sokkal nagyobb lesz a közvetlen elsőkörös hozzáadott érték. Ilyen indítatásból került be a „Hány százalékkal magasabbak az árak a normál árszinthez képest a fesztivál idején/fesztiválon?” kérdés a szervezők táblázatába. Szakértőink erre egyelőre nem adtak választ, ennek beépítését is a következő kutatási szakaszra tervezzük.

5.3. PIACI ÁRRÓL ALAPÁRRA TÖRTÉNŐ KONVERZIÓ

A látogatói és szervezői survey adatok és az ÁKM-ben szereplő értékek között lényeges különbség, hogy míg az előzőek piaci árakon, utóbbiak alapáron vannak kifejezve. A multiplikatorkor az alapáras felhasználási adatokkal kompatibilisek. A kérdőíves felmérésekből származó adatokat ezért alapárra kellett konvertálnunk. Ehhez a kutatás időpontjában legfrissebb piaci és alapáras felhasználástáblák, árrés és termékadó mátrixok ágazati arányaiból indultunk ki, s ezeket vetítettük rá a kérdőívekből kapott piaci áras termelő- és végső felhasználási adatokra.

Ezt követően az egyes alapáras cellaértékek és a hozzájuk tartozó 1-es és 2-es típusú kibocsátási, hozzáadott érték, import, háztartási jövedelem, foglalkoztatási és üvegházhatású gáz multiplikatorkor (Koppány, 2017) szorzatösszegeként kaptuk fesztiválszervezők upstream értékláncain képződő, valamint a fesztivállátogatók költségei által generált tovagyrűző hatásokat.

5.4. A PIACI ÉS NEM PIACI TERMELÉS KÉRDÉSE

A fesztiválok döntő többségénél kapott negatív direkt hozzáadott értékre ezen a ponton térünk vissza. Mint azt korábban említettük, ennek oka, hogy a fesztiválszervezők termelőfelhasználása jóval meghaladja piaci bevételeiket. A 2. táblázat is egy ilyen (fiktív, de az egyik általunk vizsgálthoz nagyon hasonló)

fesztivált mutat, amely ugyan a kapott támogatások miatt számvetési értelemben nem veszteséges (5 egységnyi az eredménye), de ha alapáras kibocsátását piaci bevételei és a termékadó- és támogatások különbségeként határozzuk meg (68 egység), akkor ennek és 97 egységnyi termelőfelhasználásának a különbségeként -29 egységnyi hozzáadott értéket kapunk, amelyből 6 egységnyi a munkavállalói jövedelmek értéke (ezt tehát pozitív), és -35 a maradékelven adódó bruttó működési eredmény.

Azokat a termelőket és szolgáltatókat, amelyeknél a piaci bevételek nem fedezik kellő mértékben a termelés költségeit, s ez az állapot tartósan fennáll, a gazdaságstatisztika a nem piaci termelők közé sorolja^[4]. Ily módon a szabályok által meghúzott 50%-os határvonal alapján az általunk vizsgált fesztiválok között biztosan lenne olyan, amely a piaci, és lenne olyan is, amely a nem piaci termelők közé tartozik. Ettől függően másképp kellene számolnunk az egyes fesztiválok kibocsátását és hozzáadott értékét. Utóbbi esetben példabeli fesztiválunk kibocsátását a termelési költségeinek 103 egységnyi szintjén kellene értékelnünk és hozzáadott értéke 6 egység lenne.

A két különböző értékelés egyrészt meglehetősen inkonzisztenssé, nehezen összemérhetővé tenné az egyes fesztiválok gazdasági hatásaira kapott eredményeinket. Másrészt a kellőképpen veszteséges fesztiválok negatív működési eredményét ez a fajta imputációs módszerrel történő elszámolás azonnal elrejtene, s amennyiben egy efféle hatáselemzés szerepet játszik a döntések során, az akár jelentős mértékben is torzíthatná a támogatások hatékony allokációját. Még az a paradox helyzet is előállhat, hogy minél veszteségesebb egy fesztivál piaci alapon, annál jobbak a nem piaci termelőként számított mutatói, s ezek alapján annál inkább megéri támogatni. Harmadrészt fontos figyelembe venni azt is, hogy kizárólag egy évre vonatkozóan rendelkezünk fesztiválszervezői adatokkal, amely alapján a piaci-nem piaci termelő besorolást nem tudjuk megalapozottan elvégezni. A fentiek miatt úgy döntöttünk, hogy, még ha gazdaságstatisztikailag ez nem is minden esetben megfelelő, kutatásunk során minden fesztivált piaci termelőként, piaci alapon értékeltünk.

[4] Ez az ESA2010-ről szóló 549/2013/EU rendelet 3.14-3.33 pontjai alapján a KSH gyakorlatában leegyszerűsítve annyit jelent, hogy a magyar statisztikai hivatal a piaci termelők közül a nem piaciak közé sorolja azt a gazdasági szereplőt, amelynek bevételei három éven keresztül legalább 50%-ban nem fedezik a termelési költségeit. A visszasoroláshoz ugyancsak tartósan, három éven keresztül fenn kell állnia a költségek legalább felét fedező bevételnek.

2. táblázat: A fesztivál saját kibocsátásának és hozzáadott értékének gazdaságstatisztikai értékelése piaci és nem piaci termelőként

Table 2 Statistical assesment of festival's output and value added as a market and a non-market producer

	Bruttó	Áfa	Nettó
Jegybevétel	57	9	48
Egyéb piaci bevételek (reklámbevételek, helypénzek, jogdíjak árusoktól stb.)	24	5	19
Terméktámogatásnak minősülő, NKA-tól kapott támogatás			3
Egyéb támogatások (önkormányzati, állami, TAO, vállalatoktól, alapítványoktól, magánszemélyektől kapott)			40
Termelőfelhasználás	123	26	97
Béreköltség és egyéb személyi jellegű kifizetések és közterhek			6
Értéksökkenési leírás	na	na	na
Helyi iparüzési adó és egyéb termékadók			2
Egyéb termelési adók és támogatások egyenlege	na	na	na
A fesztivál számviteli értelemben vett eredménye			5
A) Ha a fesztiválszervező piaci termelő			
Kibocsátás alapján			68
Hozzáadott érték alapján			-29
ebből			
Munkavállalói jövedelmek			6
Bruttó működési eredmény			-35
B) Ha a fesztiválszervező nem piaci termelő			
Kibocsátás alapján			103
Hozzáadott érték alapján			6
ebből			
Munkavállalói jövedelmek			6
Bruttó működési eredmény			0

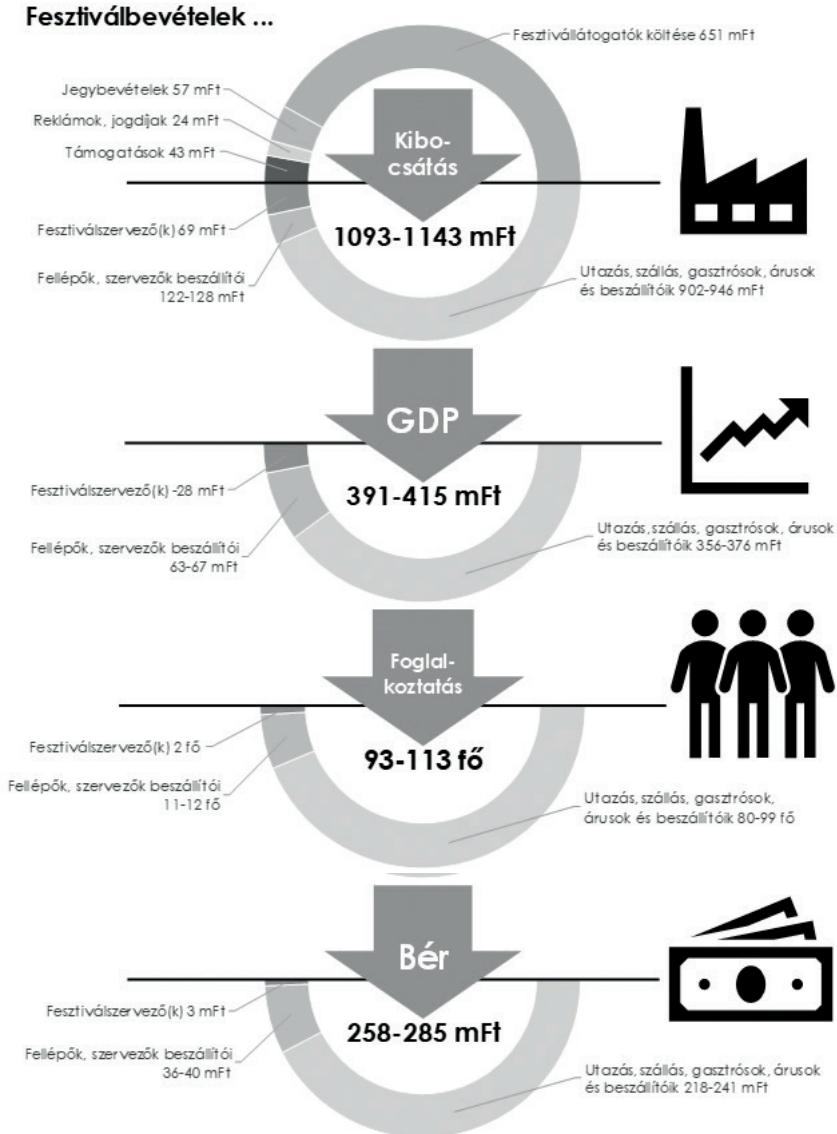
Forrás: Saját szerkesztés

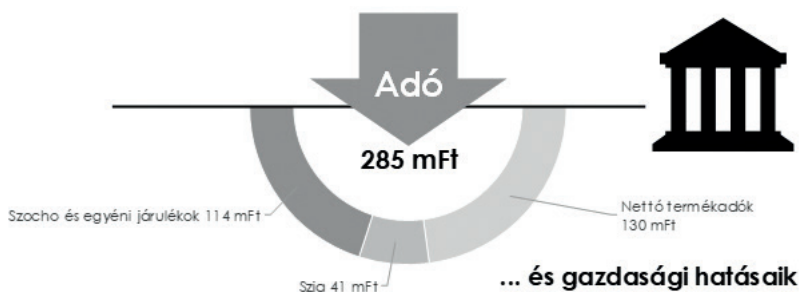
6. ELŐZETES EREDMÉNYEK

Kutatásunk előzetes eredményeiből a tanulmány elején ígért ízelítőt a 4. és 5. ábracsoportok mutatják. A 4. ábracsoport egyik általunk vizsgált konkrét fesztiválra vonatkozik és öt kiemelt makrogazdasági változóra mutatja be az 1-es típusú multiplikátorokkal számított (tehát az indukált fogyasztást nem, csupán a beszállítói értékláncokon tovaryűrűző közvetett hatásokat magukba foglaló) nemzetgazdasági hatásokat. Az ábra felső része a fesztivál bevételeit (jegybevételek 57 mFt, reklám- és jogdíjbevételek 24 mFt, támogatások 43 mFt), valamint a fesztivállátogatók becsült költségeit (utazás, szállás, étel-ital, ajándék stb.) tartalmazza (651 mFt). Jól látható, hogy utóbbiak adják a vizsgált fesztivál által generált bevételek túlnyomó részét (egészen pontosan 84%-át), s amelyek ráadásul magán a fesztiválszervezőn nem is folynak át.

4. ábra: Egy fesztivál bevételei és 1-es típusú multiplikátorokkal számított nemzetgazdasági hatásai

Figure 4 Receipts from a festival and their economic impacts calculated by type 1 multipliers





Forrás: Saját szerkesztés

A 4. ábracsoport alsó része, illetve az ábracsoport többi ábrája ezeknek a bevételeknek a makrogazdasági hatásait mutatják. A fesztivál a nemzetgazdasági kibocsátásra több mint 1 mrd Ft-tal (1 093-1 143 mFt) hatott, amelyből a fesztivállátogatók költségei által kiváltott hatás a legnagyobb (902-946 mFt). A fesztiválszervező direkt kibocsátási hatása 69 mFt, a fellépők és a szervezők további beszállítóinak értékláncain keresztül közvetett hatások pedig becsléseink szerint 122-128 mFt-ot tettek ki alapján számítva.

Hasonló bontásban láthatjuk az összességében 391-415 milliósra becsült alapáras GDP, 93-113 fős foglalkoztatási és 258-285 milliós bérhatásokat. A fesztivál által generált 285 mFt-os adóbevételekből a szociális hozzájárulási adó és az egyéni járulékok 114 mFt-ot, a személyi jövedelemadó 41 mFt-ot, a nettó termékadók pedig nagyjából 130 mFt-ot tehettek ki.

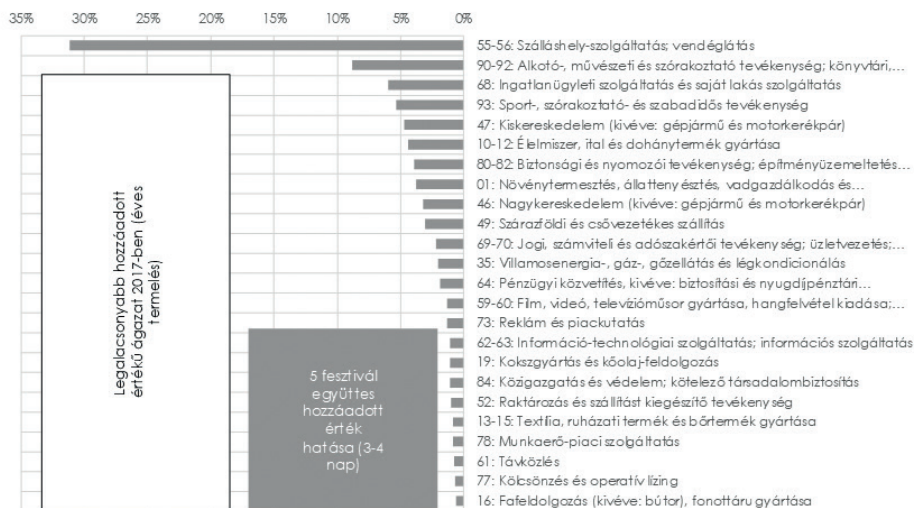
Az 5. ábracsoport a vizsgálatba bevont fesztiválok közül ötnek az együttes nemzetgazdasági hatásait, gazdaságteremtő erejét, súlyát szemlélteti. Ezeket az eredményeket 2-es típusú, a háztartási jövedelmek által indukált fogyasztást is figyelembe vevő multiplikátorokkal kaptuk. A fesztiválok összesített hozzáadott érték (alapáras GDP) hatását 1,8-1,9 milliárd Ft közöttire becsültük. Összehasonlításképpen Magyarország legalacsonyabb GDP-vel rendelkező ágazatának éves hozzáadott értéke ennél csupán 2,4-szer nagyobb (lásd az ábra felső részén látható oszlopdiagramokat). Ha nemcsak azt vesszük figyelembe, hogy az ábrán szereplő öt fesztivál csak néhány a több száz közül, hanem azt is, hogy a fesztiválok GDP-je döntően 3-4 nap alatt jelentkező költségek és gazdasági teljesítmény eredménye, akkor a teljes fesztiválszektorban valószínűleg joggal tulajdonítunk jelentős gazdasági szerepet.

A 5. ábra jobb felső részében elhelyezett sávdiaagram szerint a fesztiválok GDP-hatásai legnagyobb arányban az 55-56: Szálláshely-szolgáltatás; vendéglátás; a 90-92: Alkotó-, művészeti és szórakoztató tevékenység; könyvtári, levéltári, múzeumi és egyéb kulturális tevékenység; szerencsejáték és fogadás; a 68: Ingatlanügyleti szolgáltatás és saját lakás szolgáltatás; a 93: Sport-, szórakoztató- és szabadidős tevékenység; valamint a 47: Kiskereskedelem ágazatokra gyűríznek át.

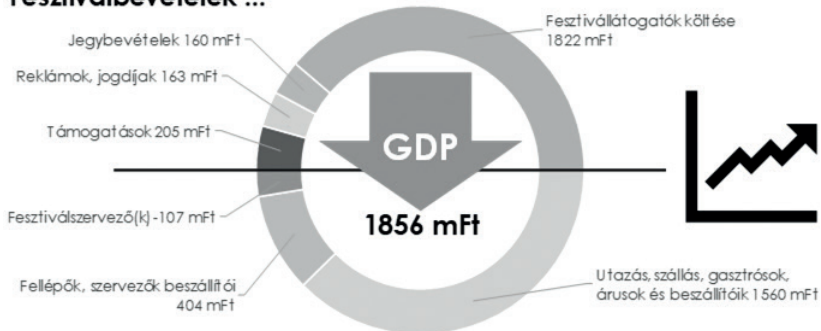
A vizsgált öt fesztivál éves egyenértékes létszámmal kifejezett foglalkoztatási hatása 423 fő, az általuk közvetlenül, közvetve és az indukált fogyasztáson keresztül generált adóbevételek pedig majdnem 1,3 milliárdot tesznek ki. Ha utóbbiakat összevetjük a támogatásokkal, akkor elmondható, hogy esetükben minden 1 forintnyi fesztiváltámogatás nagyjából 6 adó- és járulékfórintot eredményezett.

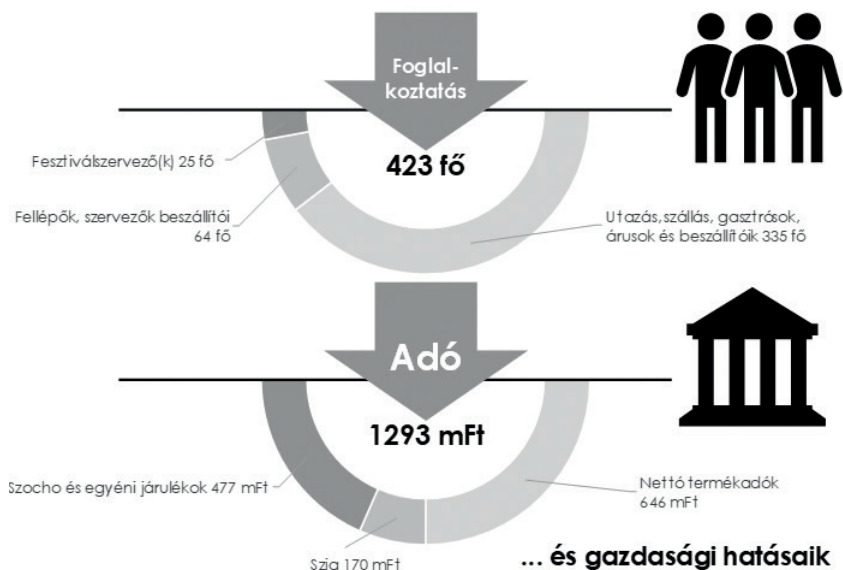
5. ábra: Öt fesztivál -es típusú multiplikátorokkal számított összesített nemzetgazdasági hatásai, ágazati összehasonlítás és felbontás

Figure 5 Aggregated macroeconomic impacts of five festivals with type 2 multipliers, sectoral comparison and breakdown



Fesztiválbevételek ...





Forrás: Saját szerkesztés

7. ÖSSZEGZÉS ÉS ALKALMAZÁSI LEHETŐSÉGEK

Tanulmányunk a fesztiválok gazdasági hatásainak elemzésével foglalkozó hazai szakirodalomhoz igyekszik hozzájárulni egy, a fesztiválok gazdasági teljesítményhez való hozzájárulásainak kimutatására kidolgozott, és néhány közepes méretű magyarországi fesztivál vizsgálata során már ki is próbált eljárás bemutatásával. A módszer a közönség és a fesztiválszervezők költségeinek, bevételeinek és ráfordításainak kérdőíves, illetve számítógépes űrlapokkal és szakmai konzultációkkal támogatott lekérdezésén alapul. A fesztivál által bevonzott közvetlen kiadások adataiból a gazdasági hatáselemzés területén széles körben alkalmazott input-output módszer segítségével becsüljük meg a gazdaság más szektoraira is tova- gyűrűző, közvetett hatásokat. Kutatásunk újszerűségét a két metódus (a primer adatfelvétel és az input-output modell) összekapcsolása és a hatáselemző modell részletes kidolgozása adja.

Félideőben járó kutatásunk végső célja az, hogy egy olyan módszertant dolgozunk ki, amely alkalmas a fesztiválok nemzetgazdasági, megyei és turisztikai hatásainak becslésére. Írásunkban ennek első lépéseiről adtunk számot, és mutatunk be példákat a számszerű eredményekre. A modell már most alkalmas arra, hogy egy-egy fesztiválról nemzetgazdasági szintű hatásokat tudjunk becsülni. Ez a fesztiválszervezők számára egyedileg fontos érveket adhat a különböző forrás-

ból származó támogatások megpályázásához. Ha sikerül további kutatási terveinket is megvalósítani, a különböző típusú fesztiválok modelljét megalkotni, akkor bármelyik fesztivál kérheti szakértő segítségével a számítások elvégzését.

A gyakorlatban való felhasználás mellett azonban legalább olyan fontos, vagy még fontosabb, hogy egy olyan módszer kidolgozásának első fázisán vagyunk túl, amely egy, a statisztikában nem jegyzett tevékenység hatáselemzésére is alkalmas lehet. Ez pedig messze túlmutat a szűk szakmai felhasználáson.

KÖSZÖNETNYILVÁNÍTÁS

A kutatást az EFOP-3.6.1-16-2016-00012 Innovatív megoldásokkal Zala megye K+F+I tevékenysége hatékonyságának növelésért elnevezésű projekt támogatta.

IRODALOMJEGYZÉK

- Ambargis, Z. O.–Mead, C. I. (2012) *RIMS II. An essential tool for regional developers and planners*. Bureau of Economic Analysis. https://www.bea.gov/sites/default/files/methodologies/RIMSII_User_Guide.pdf Letöltve: 2013. 08. 14.
- Babbie, E. (2017) *A társadalomtudományi kutatások gyakorlata*. Balassi Kiadó, Budapest.
- Brávác I. (2018) *A fesztiválok gazdasági és társadalmi hatásainak elemzése a szakirodalomban*. Kutatási jelentés, EFOP-3.6.1-16-2016-00012 Innovatív megoldásokkal Zala megye K+F+I tevékenysége hatékonyságának növelésért c. projekt
- Crompton, J. L.–McKay, S. L. (1994) Measuring the economic impact of festivals and events: some myths, misapplications and ethical dilemmas. *Fest Mgmt & Evnt Tour*, 2, pp. 33–43.
- Diederling, M.–Kwiatkowski, G. (2015) Economic impact of events and festivals on host regions – Methods in practice and potential sources of bias. *Pol. J. Sport Tourism*, 22, pp. 247–252.
- Dwyer, L.–Jago, L.–Forsyth, P. (2016) Economic evaluation of special events: Reconciling economic impact and cost-benefit analysis. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 16, 2, pp. 115–129.
- Getz, D. (2005) *Event Management and Event Tourism, Cognizant Communication Corporation*. New York.
- Getz, D. (2010) The Nature and Scope of Festival Studies. *International Journal of Event Management Research*, 5, 1, pp. 1–47.
- Indra D. (2009) A Balaton Sound és a VOLT Fesztivál gazdasági hatásvizsgálata. *Turizmus Bulletin*, 13, 3, 31–34.
- Jackson, J.–Houghton, M.–Russell, R.–Triandos, P. (2005) Innovations in Measuring Economic Impacts of Regional Festivals: A Do-It-Yourself Kit. *Journal of Travel Research*, 43, pp. 360–367.
- Jászberényi M.–Zátori A.–Ásványi K. (szerk.) (2016) *Fesztiválturizmus*. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Kim, J.–Boo, S.–Kim, Y. (2013) Patterns and trends in event tourism study topics over 30 years. *International Journal of Event and Festival Management*, 4, 1, pp. 66–83.
- Koppány K. (2016) Betegek terápiás preferenciáinak feltárása és ellátásának javítása conjoint analízissel és költség-haszon elemzéssel. *Prosperitas*, 3, 1, 33–56.

- Koppány K. (2017) *Makrogazdasági és regionális hatáselemzés multiplikatormodellekkel. Hazai alkalmazásokkal és számpéldákkal, Excel környezetben.* Széchenyi István Egyetem, Győr.
- Koppány K. (2018) Mi lenne velünk az autóipar nélkül? Ágazataink nemzetgazdasági jelentőségeinek vizsgálata input-output táblákkal és hypothetical extractions módszerrel. *SZIGMA*, 49, 1-2, 11-38.
- Koppány K.-Steszli Á. (2017) *Egy járműipari vállalat tovaggyűrűző gazdasági hatása-inak elemzése a SZEconomy modellben.* Plenáris előadás, Kautz Konferencia 2017, Sport - Gazdaság - Turizmus, Széchenyi István Egyetem, 2017. június 8.
- KSH (2018) *A háztartások fogyasztása.* Statisztikai Tükör 2018. május 30.
- Kundi V. (2012) Fesztiválok gazdasági hatásmérésére alkalmazott nemzetközi és hazai modellek bemutatása. *Tér és Társadalom*, 26, 4, 93-110.
- Kundi V. (2013) *Fesztiválok városokra gyakorolt gazdasági- és társadalmi-kulturális hatásainak elemzése.* Doktori disszertáció. Széchenyi István Egyetem, Győr.
- Porter, P. K.-Chin, D. M. (2012) Economic impact of sport events. In: Maennig, W.-Woods, R. A. (eds.): *International Handbook on the Economics of Mega Sport Events.* Edvard Elgar Publishing Limited 2. pp. 246-269.
- Solt K.-Takács D. (2015) A költség-haszon elemzés alkalmazása önkéntes programokra. *Prosperitas*, 2, 2, 46-59.
- Solt K.- Koppány K.- Hunyadi Zs. (2018) Csináljuk a fesztivált! Hogyan hatnak a fesztiválok a nemzetgazdaság teljesítményére? Plenáris előadás, Széchenyi István Egyetem Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar, *Kautz Gyula Emlékkonferencia*, Kulturális gazdaság, Konferencia helye: Győr, Konferencia ideje: 2018. június 5.
- Sulyok J. (2010) A magyar lakosság fesztivállátogatási szokásai. *Turizmus Bulletin*, 14, 3, 2-11.
- Sulyok J. (2016) A magyarországi fesztiválturizmus országos szintű marketingje. In: Jászberényi M.-Zátori A.-Ásványi K. (szerk.): *Fesztiválturizmus.* Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Wilson, J.-Arshed, N.-Shaw, E.-Pret, T. (2017) Expanding the domain of festival research: A review and research agenda. *International Journal of Management Reviews*, 19, 2, pp. 195-213.
- Zalai E. (2012) *Matematikai közgazdaságtan II. Többsektoros modellek és makrogazdasági elemzések.* Akadémiai Kiadó, Budapest.

EGYÉB FORRÁSOK:

- Az Európai Parlament és a Tanács 549/2013/EU rendelete (2013. május 21.) az Európai Unióbeli nemzeti és regionális számlák európai rendszeréről. Az Európai Unió Hivatalos Lapja, 56. évfolyam, 2013. június 26.
- *A fesztiválpiac jellemzői.* http://www.fesztivalregisztracio.hu/download/fesztivac_2014-2017.pdf Letöltve: 2018.05.31.
- Fesztiválkutatás 2016. http://oroksegintezet.hu/images/kutatas/fesztkut_web.pdf Letöltve: 2018.10.31.
- Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia (2017) Magyar Turisztikai Ügynökség. https://mtu.gov.hu/documents/prod/mtu_strategia_2030.pdf Letöltve: 2018.10.31. www.fesztivalszovetseg.hu

