

A Campus Fesztivál gazdasági hatásmérése, eredményességének vizsgálata az elmúlt 10 esztendő alapján

R. ZS. PAP

University of Debrecen, rekupap@gmail.com

Absztrakt. Évszázadok óta a különféle rendezvények, főként a fesztiválok fontos szerepet töltenek be a társadalom életében. Számos kutatás, tanulmány született már korábban, amelyek a magyarországi és külföldi fesztiválokat elemezték gazdasági, társadalmi és kulturális szempontból. A vizsgálatok elkészítésének alapvető problémája, hogy központilag nincsen vagy kevés adat áll rendelkezésre gazdasági hatásvizsgálatok elkészítéséhez. A kutatásom célja a meglévő adatok alapján egy átfogó gazdasági hatásmérés elkészítése a debreceni Campus Fesztiválról.

Bevezetés

A fesztiváloknak nincs általánosnak vett, nemzetközileg elfogadott definíciója. Ezek a rendezvények a civilizációk fejlődését végigkísérve mindig meghatározó szereppel rendelkeztek, mivel a kultúra egy olyan területét képviselik, amely az ember jóléti igényeit kielégítve teret enged bizonyos jeles események megünneplésére [3]. A globalizáció kiterjedésével rohamosan nőtt ezen események száma, a 21. századra a fesztiválok a legpiacképesebb kulturális és turisztikai termékek közé tartoznak. A rendezvények a nagyközönséget megmozgató, az életminőséget határozottan javító közösségi intézményekké váltak. A fesztiválok mára szerteágazó, össztársadalmi üggyé és világméretű turisztikai jelenséggé alakult át [1].

1. A fesztiválok gazdasági hatásainak jellemzői

A fesztiváloknak lehet társadalmi, kulturális, fizikai, környezeti, politikai és gazdasági hatásai is, melyek egyaránt lehetnek pozitívak és negatívak. Pozitív hatások közé tartozik az, hogy az értékesítés növekszik, a helyi termékek és szolgáltatások hozzáadott értéke emelkedik, ezáltal a helyi lakosok bevétele is emelkedik. Negatív hatások közé sorolhatjuk az árszínvonal emelkedését, melyet a megnövekedett turisták száma idéz elő. A gazdasági hatások általánosítása nem lehetséges, hiszen számtalan eseményt különböztetünk meg, s ezek nem csak témájukban különböznek, de a kiállítók és résztvevők is különbözőek. A gazdasági hatások alatt a fesztivál megrendezéséből származó bevételeket, a foglalkoztatottságra gyakorolt hatásokat, és az esemény kapcsán megvalósuló beruházásokat szokás vizsgálni. A fesztivál gazdasági hatása egy régió makrogazdasági helyzetére

elsődleges és másodlagos gazdasági impresszióval is bírhat. Elsődlegesek közé az esemény közvetlen hatásait soroljuk. Összességében azokat a bevételeket soroljuk ide, melyek a fesztivállátogatók igényeinek kielégítésére szolgálnak. A közvetett hatások, az úgynevezett új pénz beáramlásából származnak, a közvetlen az, ami közvetett költséget generál. Az indukált hatásokat egy olyan megnövekedett gazdasági aktivitás, mely a szolgáltatóktól vagy azok alkalmazottainak megnövekedett béreiből származik, tehát a közvetlen és közvetett hatások eredményezik.

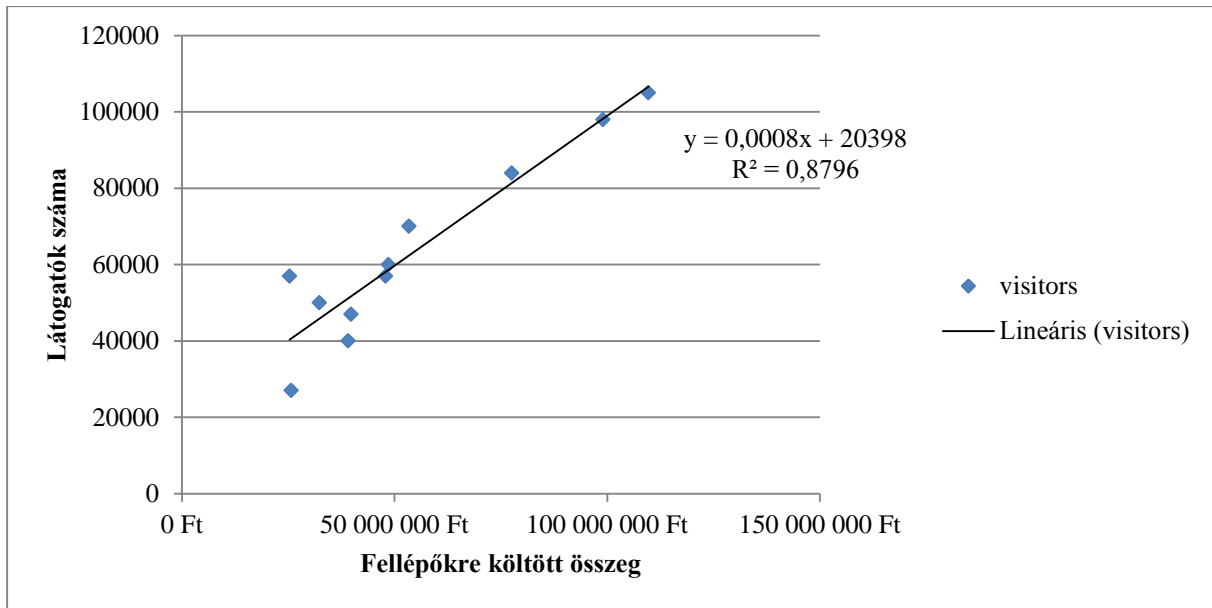
2. A kutatás módszertana

A gazdasági hatások mérésére nemzetközi viszonylatban számtalan lehetőség létezik, ezek azonban nagyrészt itthon - a leggyűjtött adatok hiánya miatt - nem használhatók [2]. A begyűjtött adatok és információk mennyisége befolyásolja egy hatásmérés pontosságának a mértékét. Minél szélesebb körből származnak az adatok, annál szerteágzóbb, és részletesebb kimutatások hozhatóak létre. Mivel hazánkban erősen korlátozottan állnak rendelkezésünkre statisztikai lekérdezések, melyek szükségesek lennének egy-egy fesztivál komolyabb gazdasági hatásméréséhez, így nagyban megnehezített helyzetben kezdünk el a már meglévő adatokból kiszámolni gazdasági eredményeket. A kutatásomhoz a szervezők által biztosított Szinapszis felméréseket illetve saját kérdőívem által gyűjtött információkat használtam fel.

3. Regressziószámítás

Az általam mért eredmények és a szervezet által kiadott adatok alapján két számítási lehetőséget tartottam fontosnak megvizsgálni. Az egyik, hogy milyen összefüggés található a látogatók száma és a fellépőkre kiadott összegek között. A másik számítás folyamán arra próbáltam bizonyítékot találni, hogy van-e összefüggés az átlagköltség és a fellépőkre kiadott kiadások között. Ezeknek az összefüggéseknek a vizsgálatára a legjobb mérési módszernek a regresszió számítást gondoltam. regresszió voltaképp a statisztikában jól bevált számítási eljárás. Lényege, hogy két különböző változó, vagy több változó közötti összefüggést, a kapcsolatukat vizsgálja. Ezt egy függvény alkalmazásával jól reprezentálhatóvá alakíthatjuk, amellyel sokkal hatásosabban bemutathatjuk a kapott eredményeket.

Ahhoz, hogy bebizonyíthassuk, hogy van összefüggés a látogatói számok illetve a fellépőkre kiadott pénzmennyiség között, egy Excel adatelemzési lehetőséget alkalmaztam és igyekeztem regressziós becslést végrehajtani.



1. ábra: Fellépőkre költött összeg a látogatói szám alapján történő becslése 2007-2017-ig
(Forrás: Saját számítás)

Az ábrán (1. ábra) látható a Campus Fesztivál éves szinten fellépőkre költött összegének becslése, valamint a regresszió számítással becsült függvénye. Jól látható, hogy a becsült függvény igen jól illeszkedik az eredeti adatsorhoz, csupán néhány érték van, amely kiugrik a lineáris függvényből. A legjobb illeszkedést a lineáris regresszióra kaptam, részben tekintettel arra, hogy az R^2 értéke 0,8796, az R értéke pedig 0,94. Ugyanebben az esetben a 95%-os megbízhatósági szinthez tartozó konfidencia intervallum alsó értéke: 9,4917, a felső értéke: 9,6268, amiből jól látható, hogy az értékek nem nagy intervallumban mozognak, következtetésképpen az eredmények jó közelítésnek tekinthetők az eredeti adatokhoz.

Mindez azt jelenti, hogy ha hipotézisvizsgálatot végzünk a magyarázó változó együtthatójára a t teszt (statisztika) segítségével, azaz:

$$H_0: \beta_1 = 0$$

$$H_0: \beta_1 \neq 0,$$

Akkor 5%-os szignifikancia szinten, azaz 95%-os megbízhatósági szinten elvetjük a null hipotézist. Mindez azt jelenti, hogy a felállított modellben a független változónak statisztikailag szignifikáns magyarázóereje van a függő változóra.

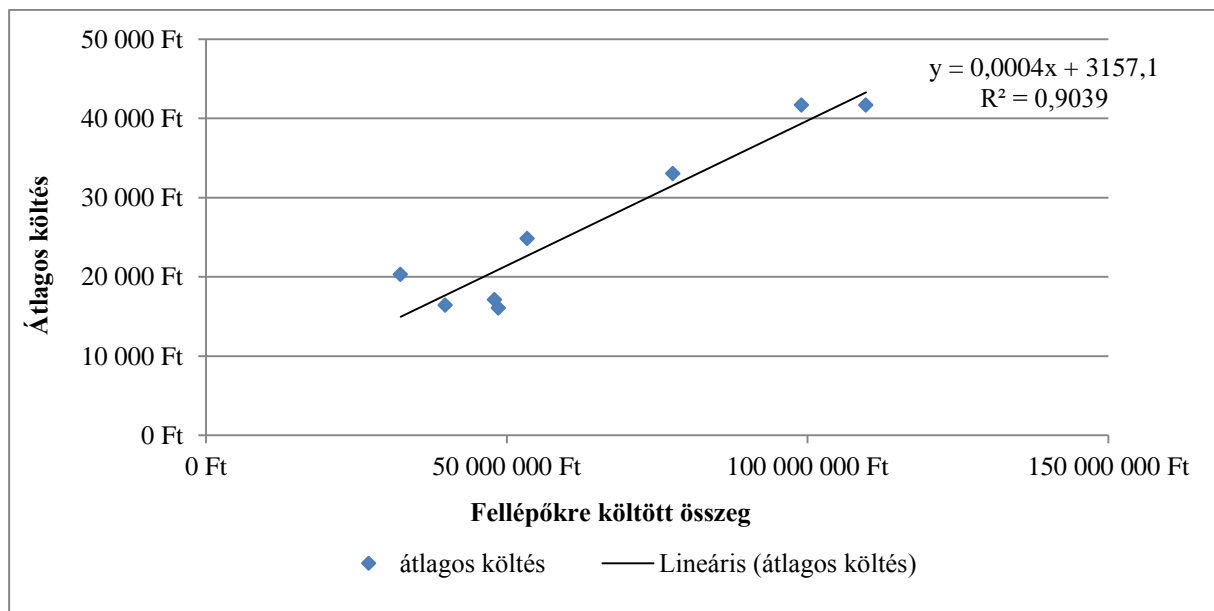
A becslés alapján megkaphatjuk a 2017-es becsült adatot a fellépőkre költött összegre nézve, és így bevezethetünk egy új rugalmassági együtthatót, a látogatók számának (mint keresletnek) a fellépőkre költött összeg szerinti rugalmassági együtthatóját. A kiindulási képlet:

$$\varepsilon_{x,y} = \frac{dQ}{Q} : \frac{dVC}{VC} = \frac{dQ}{Q} \times \frac{VC}{dVC} = \frac{dQ}{dVC} \times \frac{VC}{Q},$$

Ahol Q a fesztiválra látogatók számát, és VC a fellépőkre költött összeg nagyságát jelenti.

$$\varepsilon = \frac{dQ}{dVC} \times \frac{VC}{Q} = 0,000786 \times \frac{109694082,2}{105000} = 0,5747$$

Amiből arra következtethetünk, hogy ha 10%-kal növekedik a fellépőkre fordított összeg, 5,747%-kal fog növekedni a látogatók száma. A lineáris regressziós függvény egyenlete alapján megállapíthatjuk, hogy ha 1 millió forinttal növeljük a 2017. évben a fellépőkre kiadott összeg mértékét, akkor a becslések alapján a látogatók száma 800 fővel emelkedik.



2. ábra: Fellépőkre költött összeg az átlag költség alapján történő becslés 2007- 2017-ig
(Forrás: Saját számítás)

Az 2. ábrán látható a Campus fesztivál fellépőkre költött összegének (2007-2016. év) adatai és fesztiválon történő átlagköltségek adatai. A legjobb becslésű regressziót a lineáris regressziós modell adta, részben tekintettel arra, hogy az R^2 értéke 0,9039, az R értéke pedig 0,95. Ugyanebben az esetben a konfidencia sáv alsó értéke: 9,4917, a felső értéke: 9,6268, amiből jól látható, hogy az értékek nem nagy intervallumban mozognak, következésképpen az eredmények jó közelítésnek tekinthetők az eredeti adatokhoz, valamint a konfidencia intervallum ebben az esetben sem tartalmazza a zérus értéket (95%-os megbízhatósági szinten). A becslés alapján megkaphatjuk a 2017-es körülbéli adatot a fellépőkre költésére nézve és így kiszámolhatjuk az egy látogatóra becsült kiadás rugalmassági együtthatójának a mértékét a fellépőkre költött összegre nézve. A kiindulási képlet itt is ugyanaz:

$$\varepsilon_{x,y} = \frac{dAC_1}{AC_1} \cdot \frac{dVC}{VC} = \frac{dAC_1}{AC_1} \times \frac{VC}{dVC} = \frac{dAC_1}{dVC} \times \frac{VC}{AC_1},$$

ahol AC_1 azt mutatja, hogy mennyit költött a fesztivál ideje alatt 1 látogató, VC a fellépőkre költött összeg nagyságát jelenti

$$\varepsilon = \frac{dAC_1}{dVC} \times \frac{VC}{AC_1} = 0,0004 \cdot \frac{109694082,2}{41687} = 0,1052$$

A rugalmassági együttható alapján megállapíthatjuk, hogy ha 10%-kal emelkedik a 2017. évben fellépőkre költött összeg nagysága, akkor az egy látogatóra eső kiadás mértéke a becslések alapján 1,052%-kal emelkedik. Ezekből a számításokból arra következtethetünk, hogy van kapcsolat az értékek között, a fesztivál minőségre számít, azaz hatással van a látogatók költési hajlandóságára.

4. Összegzés

A dolgozatom megírása előtt az alapvető célom az volt, hogy egy már meglévő gazdasági hatásmérés példáján keresztül vizsgáljam meg a debreceni Campus Fesztivál elmúlt 10 éves teljesítményét. A dolgozat megírása közben magam is tapasztaltam, hogy a KSH adathiánya miatt igen kis mértékben állnak rendelkezésre a vonatkozó adatok. Így egy olyan eljárást alkalmaztam, amely különböző változó, vagy több változó közötti összefüggést méri. Az általam mért eredmények és a Debreceni Campus Nonprofit Közhasznú Kft. által biztosított adatok alapján két számítási lehetőséget tartottam fontosnak megvizsgálni. Az egyik az az összefüggés, amely a látogatók száma és a fellépőkre kiadott összegek között van. A másik számítás során arra próbáltam bizonyítékot találni, hogy van-e összefüggés az átlagköltség és a fellépőkre kiadott kiadások között. A vizsgálataim eredményesnek bizonyultak, igazolást nyert, hogy befolyásoló hatással bír egy rangosabb előadói kör kialakítása.

Hivatkozások

- [1] Getz, D. (1991) *Festivals, Special Events, and Tourism*. Van Nostrand Reinhold, New York.
- [2] Kundi, V. (2013) *Fesztiválok városokra gyakorolt gazdasági és társadalmi kulturális hatásainak elemzése*. Doktori értekezés, Győr.
- [3] Jászberényi M., Zátori A., Ásványi K. (2016) *Fesztiválturizmus*. Akadémiai Kiadó, Budapest.