

## A Debreceni Népi Kézműves Fesztivál alkotóinak kérdőíves helyzetelemzése 2021-ben

### Questionnaire analysis of the situation of the artisans of the Debrecen Folk Crafts Festival in 2021

Kardosné Riz Zs.<sup>1</sup>

Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Közgazdaságtan és Világgazdaságtan Intézet  
riz.zsuzsa@econ.unideb.hu

A cikk beérkezett: 2022. 06. 20-án, javítva: 2022. 09. 11-án, elfogadva: 2022. 09. 12-án.  
The article was received: 20. 06. 2022, revised: 11. 09. 2022, accepted: 12. 09. 2022.

#### Absztrakt.

A Debreceni Népi Kézműves Fesztivál híven őrzi a város kulturális és gazdasági hagyományait. Turisztikai rendezvényként lehetőséget teremt a népi kézműves szakmák, a tárgyalkotók és portékáik megismerésére. Hagyományos vásári jellegét az utcai kitelepülés és a termékek megvásárolhatósága adja. A vásározás hozzátartozik Debrecen történetéhez, a város az 1400-as évektől rendelkezik vásártartási joggal. A kézműves és vásározó múltat őrzi az utcanevek, például Külsővásártér, Mester utca, Csapó utca, utóbbi a 11. Kézműves Fesztivál helyszíne. A kutatás célja annak vizsgálata, hogy mennyiben debreceni a Debreceni Népi Kézműves Fesztivál, valamint célja a még működő helyi kismesterségek összetételének (szakma, kor, tapasztalat), üzleti erősségeinek és gyengeségeinek, továbbá internetes jelenlétének feltérképezése. 15 tárgyalkotó szakma (bőrműves, mézeskalácsos stb.) 23 képviselőjével készült önkitöltő kérdőívvel ez a reprezentatív kvantitatív felmérés 2021 szeptemberében. A népi kézművesek hozzátartoznak a debreceniséghez, a helyi kultúra részei, fennmaradásuk a város érdeke is, ezért felmérésre kerültek a vállalkozások formái, értékesítési lehetőségeik, pénzügyi hátterük, stb. A tanulmányban a Bevezetés a fesztivált mutatja be, az Anyag és módszer, az Eredmények és a Következtetések fejezetek a kérdőíves felmérés körülményeit és eredményeit ismertetik. A kutatás konklúziói: a Kézműves Fesztivál kulturális, társadalmi hatása jelentős, különösen a népművészeti örökség népszerűsítése, a közösségszervezés, valamint a fogyasztói szokásokra gyakorolt hatása, izlésformálás révén. Sokféle népi kézműves szakmát találunk még Debrecenben, de bizonyos mesterségeknél a tárgyalkotók elöregedése tapasztalható. Ezen egyszemélyes vállalkozások tradicionálisan még mindig vásárokon értékesítenek, legfőbb erősségük a szaktudás, viszont marketing, reklámozás területén a leggyengébbek, közel egyharmaduknak az internetes jelenlétét az Egyesület biztosítja a saját honlapján.

**Kulcsszavak:** Debrecen, népi kézműves, fesztivál, kérdőív

#### Abstract.

Debrecen Folk Craft Festival faithfully preserves the cultural, social and economic traditions of Debrecen. As a tourist event, the festival provides an opportunity to learn about the centuries-old folk crafts, the artisans, their tools and their products. The traditional fair character of the event is given by the street stalls and the possibility to buy the products. The fair is part of Debrecen's history (it has had the right to hold fairs since the early 1400s), which has given a strong impetus to its economic development. The town's geographical and social characteristics made it a market centre. On the one hand, it was built at the junction of land routes and, on the other, it was owned by lords of national rank who helped to create a farming town and a local society of artisan-traders. In Debrecen, handicraft and trade fair past is still preserved in street names such as Külsővásártér, Mester street, Faraktár street, Csapó street, which is also the venue of the 11th Folk Craft Festival. The aim of the research is to investigate the extent to which Debrecen Folk Craft Festival is a Debrecen event, as well as the composition of the local artisans still operating (craft, age, gender, experience), their business strengths and weaknesses, and their presence on the internet. This representative quantitative survey was carried out with 23 representatives of 15 crafts (leatherworkers, potters, beadworkers, embroiderers, straw weavers, enamellers, furniture makers,

<sup>1</sup> 0000-0001-6162-8369



woodcarvers, textile toy makers, honeycake makers, etc.) using a self-completion questionnaire. The survey is representative as all participants completed the questionnaire. Since folk crafts are part of the Debrecen identity, and the local culture, their survival is in the interest of the city. The survey covered the forms of their businesses, their sales opportunities, their financial background, etc. The structure of the paper: Introduction presents the festival itself, Material and Methodology, Results and Conclusions chapters describe the questionnaire survey's results. Conclusions of the research: the cultural and social impact of the Folk Craft Festival is significant, especially through the promotion of folk art heritage, community organisation and its impact on consumer habits. There is still a wide variety of folk crafts in Debrecen, but the masters of some folk crafts are ageing. Traditionally, these one-man businesses still prefer to sell at fairs, because they are weak in marketing and advertising, and nearly a third of them have online presence on the association's website only. Their strength is their expertise, with 40, 50 or even 60 years of experience. The majority of products are qualified by the Hungarian Heritage House, which protects the masters from having their products copied and mass-produced by others.

*Keywords:* Debrecen, folk crafts, festival, questionnaire

*Jel-kód:* Z10

## **Bevezetés, téma felvetés**

A fesztiválok napjainkban népszerű turisztikai rendezvények. Vonzerejük a témájukban rejlik, így népszokások, vallási ünnepek, történelmi események, valamint komoly - vagy könnyűzene köré is szerveződnek (Kundi, 2012). Szerte az országban rendeznek divatos tők-, gombóc-, sör, pálinka-, mazsorett-, néptánc-, rétes-, dió-, cseresznye-, gulyás-, tó- és borfesztivált stb. az évszaknak vagy a helyi adottságoknak megfelelően.

A Magyar Nyelv Értelmező Szótára szerint a fesztiválok eredetileg ünnepi jellegűek voltak, melyek több napon, esetleg heteken át tartottak és országos vagy nemzetközi események sorozatából álltak (Bárzsi, Ország, 1959-1962).

A fesztiválok korábbi sajátosságai jelentősen átalakultak a mai kor ízlését követve, így elfogadottá váltak más, hasonló tartalmú elnevezések is, például a vásár, kézműves piac, spájz, kézműves vásár, gasztronómiai fesztivál, kézműves csarnok, karnevál, ünnepi napok, vigasság stb. Ünnepi jellegüket kezdik elveszíteni, a vallásos tartalom helyett a 21. században előtérbe került a népi hagyományok őrzése, a gasztronómia és a szórakozás. Érdekes még megemlíteni, hogy a korábbi definícióban szereplő kiterjedésük is változott, a nemzetközi és országos szintről egy-egy településre koncentrálnak, és gyakran falunapok, városnapok keretében zajlanak.

Debrecen város honlapján az eseménynaptár 2021 szeptemberében 46 fesztivált kínált, természetesen más jellegű rendezvényekkel együtt pl. koncertek, estek, ünnepi forgatagok, stb. (<https://www.debrecen.hu,2021>).

Az itt megrendezett események sokszínűségét bizonyítja, hogy témájuk szerint vannak közöttük kulturális jellegűek pl. az Orosz Zenei Fesztivál, a Szomszédolás Országos Gyermekek Néptánc Fesztivál, valamint gasztronómiai jellegűek pl. a Józsi Szüreti Nap-Nyülfesztivál, vagy a Fórum Csokifesztivál. Időtartamuk szerint pl. az Erdélyi magyar családok fesztiválja 1 napos, míg a Campus Fesztivál, a Cseh Sörkert, a Színházi Fesztivál, a Darufesztivál többnapos.

Szervezője lehetne profitorientált vállalkozás, ám a debreceni rendezvényeket többségében nonprofit szervezetek rendezik pl. a Főnix Rendezvényszervező Nonprofit Kft. (pl. Debreceni Bor-és Jazznapok), a Csokonai Színház (pl. Debreceni Költészeti Fesztivál, Deszka Fesztivál), a Magyar Kerékpáros Klub (pl. Bringás Reggeli), vagy a Campus Rendezvényszervező Nonprofit Kft (pl. Campus Fesztivál). Gyakorisága alapján kínál a város rendszeres fesztivált pl. a Street Art Show, Virágkarnevál és egyszeri alkalmat pl. Kenyérlelke Fesztivál.

Magyarországon a népművészeti jellegű rendezvények népszerűsége nő. Ezt a kedvező tendenciát mutatja, hogy míg 2006-ban az NKA-kutatások alapján a fesztiválok mindössze 4 %-a volt népi hagyományörző, addig 2014-ben a hazai fesztiváloknak már 11 %-a tartozott a folklór műfajhoz (Hunyadi, Inkei, Szabó, 2006) (Jászberényi, Zátori, Ásványi, 2017).

A tanulmányban vizsgált Debreceni Népi Kézműves Fesztivál (a továbbiakban Kézműves Fesztivál) kulturális jellegű, többnapos, rendszeres, nonprofit szervezet által létrehozott esemény. 11 éve rendezi meg Debrecenben a Debreceni és Hajdú-Bihar Megyei Népművészeti Egyesület (a továbbiakban

DHBMNE). A DHBMNE szakmai – érdekvédelmi szervezet, melynek 163 fős tagsága főként a megyében élő főállású és hobbiból alkotó népi tárgyalkotókból áll. A 11. rendezvény célja elsősorban a hímző, gyöngyfűző, mézeskalácsos, fafaragó, bőrműves, szalmafonó, bábkészítő, bútorfestő, fazekas, tűzzománc készítő, ötvös, szövő, nemezkészítő kismesterség megismertetése. Az alkotók mellett az alapanyagok, a munkaeszközök és a tevékenységek is bemutatásra kerülnek (<http://dhubmne.hu>, 2022).

A fesztivál - jelleg lehetővé teszi a kézművesekkel történő személyes találkozást, nevük megismerését (pl. cégér, névtábla, termécsomagoláson lévő elérhetőségek által), portékájuk megvásárlását, a tárgyalkotás folyamatának megtekintését (pl. szalmafonás, szövőszéken szövés), továbbá lehetőséget teremt az igényfelmérésre, amelynek során a kínálat igazodhat a szükségletekhez.

Debrecen 1407-től rendelkezik vásártartási joggal, amely segítette erőteljes gazdasági fejlődését. Debrecen ideális vásárhely volt, többek között földrajzi fekvésének köszönhetően pl. fontos szárazföldi utak mentén fekszik, gazdasági jellegénél fogva (az árutermelést folytató ipar és a kereskedelem révén), valamint közigazgatási és kulturális központ is pl. iskolaváros (Ortutay, 1982).

A Kassa–Tokaj–Kálló–Debrecen–Várad főútvonal részeként el lehetett jutni kelet felé Erdélybe, Kolozsvárra, Beregszász vagy Munkács felé, de Kassán át Lengyelországba is. Dél felé Szegedre vagy akár Tokajon keresztül Pest felé vitt az út (Bársony, 1984).

Szakértők szerint a város szempontjából a középkor másik jelentős eseménye, hogy Mátyás király Nagyvárad árumegállító jogát 1477-ben Debrecennek engedte át mindössze fél évre. A helyi vásárok országos hírnévre tettek szert azáltal, hogy a területükön áthaladó kereskedőket megállásra és portékájuk eladására kényszerítették. A váradi kereskedés Debrecenbe helyezése előtt leginkább Szent Pál napján (január 10.), Szent György napon (április 24.), Szent Antal napján (június 13.), Nagyboldogasszony napján (augusztus 15.), illetve egyes esetekben a neves napot megelőző és azt követő 15 napon engedélyeztek éves vásár és szerdánként heti vásár tartását (Weisz, 2011).

A vásárok nemcsak a város életét, hanem a kb. 100 km-es körzetét is meghatározták. A vásározó múltat és hagyományokat őrzik az utcanevek pl. Piac, Mester, Csapó stb. utca, valamint a minden évben megrendezett tavaszi és őszi debreceni nagyvásárok (Kresz, 1991).

Felmerül a kérdés, hogy vajon mennyiben őrizte meg ez a rendezvény a szakirodalomban definiált fesztivál jelleget? Az ünnepélyességet megtartotta a hivatalos megnyitó és a népviseletbe öltözött kismesterek révén, valamint adott téma: a népművészeti örökség megőrzése és népszerűsítése köré szerveződik.

A tanulmány további célja a Kézműves Fesztiválon lebonyolított kvantitatív kutatás segítségével annak feltárása, hogy

- Debrecenben milyen népi kismesterségek léteznek és termelnek a piacra még napjainkban
- milyen a szakmák gyakorlóinak nem- és korösszetétele, kézműves tapasztalata
- milyen bevallott üzleti erősségeik és gyengeségeik vannak, tudnak-e a konkurenciáról
- vannak-e működési, pénzügyi vagy egyéb problémáik
- mennyire élnek az internet adta értékesítési és reklámozási lehetőségekkel?

## 1. Anyag és módszerek

A kézművesek és tevékenységük elemzéséhez választott módszerem a kérdőíves megkérdezés. E kvantitatív társadalomtudományi kutatási módszer segítségével a kézművesek egy adott sokaságának felmérésével lehetőségem lenne következtetéseket levonni szélesebb körű sokaságra, azaz a népi kézművesek megyei és országos közösségére vonatkozóan és egyúttal bizonyos trendek előrejelzésére (Hajdu, 2018). Azonban ilyen irányú vizsgálatokat nem folytatok, a kérdőíves felmérést ebből a szempontból nem tekintem reprezentatívnak a kisszámú minta alapján. A rendezvényen a Hajdú-Bihar Megyei Népművészeti Egyesület tagjainak körülbelül egyharmada tudott részt venni, így a kisszámú mintából nem vonhatók le a teljes sokaságra vonatkozó következtetések.

Vizsgálatom viszont abból a szempontból reprezentatív, hogy a Kézműves Fesztiválon résztvevő mind a 23 kézműves lekérdezése megtörtént. Megismételhetősége miatt tervezem újra elvégezni a mérést a következő 3 évben az adatok összehasonlítása céljából.

A kvantitatív módszer alkalmas lenne nagy mennyiségű adat feldolgozására is a matematikai és statisztikai módszerek használata miatt, azonban a helyszíni adottságok (a kérdőívek a vásár helyszínén

kerültek lekérdezésre) nem teszik lehetővé a terjedelmes vizsgálatot, mindössze 43 kérdést tartalmaz az eredeti kérdőív.

Az önkitöltő, anonim kérdőíves adatfelvételre 2021.szeptember 17-18-án került sor Debrecenben a Csapó utcai sétálóövezetben. A mintában 23 személy szerepelt, a kötött kérdésekkel, sztenderdizált kérdőívvel célozom az adatok összegyűjtése, összehasonlítása és bizonyos gazdasági ok-okozati összefüggések feltárása.

A kérdőív kérdéseit 6 csoportba soroltam:

1. alapadatok: pl. nem, lakóhely, életkor, szakma, gyakorlat
2. üzleti információk: pl. vállalkozási forma, alkalmazott, adózás, értékesítés, bevétel, versenytárs, erősségek-gyengeségek, megrendelők
3. innováció, környezetvédelem: pl. modernizálás, informatikai háttér, környezetvédelem
4. megjelenés: reklám, jelenlét az interneten
5. támogatottság: pl. érdekképviselői tagság, felvett támogatások, kutatásban részvétel
6. koronavírus-járvány és jövőkép: pl. járvány hatásai, részvétel utánpótlás-nevelésben

E tanulmányban az alapadatok, az üzleti információk és a megjelenés kérdésköreinek eredményei kerülnek bemutatásra.

## 2. Eredmények

Az eredmények ismertetése két lépésben történik. Egyrészt bemutatom Debrecen város és a Fesztivál kapcsolatát, a továbbiakban pedig a kérdőív kérdéseire adott válaszokat elemzem.

### 2.1. *Debrecen város és a Kézműves Fesztivál kapcsolata: Mennyiben debreceni a Debreceni Népi Kézműves Fesztivál?*

Egyrészt a város népi kézműves hagyományainak feltárását segíti pl. a fazekasmesterséget, mézeskalácsosságot, fafaragást, bőrművességet stb.

Másrészt a város neve megjelenik a népi kézműves tárgyak elnevezésében is pl. debreceni mézeskalács, debreceni kerámia.

*Milyen közvetett haszna van a Kézműves Fesztiválnak?*

Itt vizsgálható például, hogy ösztönzőleg hat-e más tevékenységekre a Fesztivál megszervezése?

A rendezvény pozitív hatása, hogy ösztönzi más népi kulturális tevékenység megszervezését. Példa erre a kézműves szakkörök látogatottsága, amelyre beiratkozhatnak azok az érdeklődők, akik a Fesztiválon megismerkedtek a kézműves mesterrel és szeretnék tőle elsajátítani az adott népművészeti tevékenységet.

Ellenben turisztikai rendezvényként a város idegenforgalmát erősíti. A magyar népművészet iránt érdeklődőket bevonzza a városba, a kirakodó vásár pedig a turisták és az itt lakók költségét serkenti, a költési szokásokat befolyásolja. Turisztikai szempontból jelentős még a város imázsának formálásában betöltött szerepe (hagyományok ápolása, helyi népművészeti örökségek védelme, a debreceniség és a hajdú identitás erősítése). Mivel az esemény közforgalmú utcákon zajlik, ezért ingyenes, belépődíjat nem szednek, valamint nyilvántartást nem vezetnek, felmérést nem készítenek, ezért a 2 nap során nem becsülhető meg megbízhatóan a látogatottság. Azonban pontos kimutatást vezetnek a gyermek foglalkozások létszámáról. A rendezvény kísérőeseménye a Hétfőpróbas Ifjú Mester, ahol a gyerekek 7 kézműves pavilont járnak be és válaszolnak a népművészettel kapcsolatos játékos kérdésekre. A gyűjtőfüzetbe összegyűjtött pontok alapján ajándékban és emléklapban részesülnek.

A rendezvény egyik legfőbb társadalmi haszna a közösségfejlesztés. A hagyományok megismertetésének játékos módja idevonzza a családokat és a gyerekek szórakoztató tevékenységeken keresztül ismerkednek meg népművészetünk alapjaival (*Jones, Assche, Parkins, 2021*). A vásárolás továbbá lehetőséget ad a kézműveseknek arra, hogy a 2 nap során egymást, és egymás tevékenységét is jobban megismerjék. Árusítás közben lehetőség van a népművészeti tárgyakért rajongó vásárlókkal ismerkedni, beszélgetni, valamint felmérni az igényeket, szükségleteket felmérése a termékekkel kapcsolatban.

## 2.2. A kérdőíves felmérés eredménye

### 2.2.1. Alapadatok eredményei

A kérdőív első része a tárgyalkotók nemét, lakóhelyét, életkorát, szakmáját, gyakorlatát, termékzsúriztetési szokásait mérte fel. A továbbiakban e kérdéskörök eredményeit ismertetem.

#### Nem:

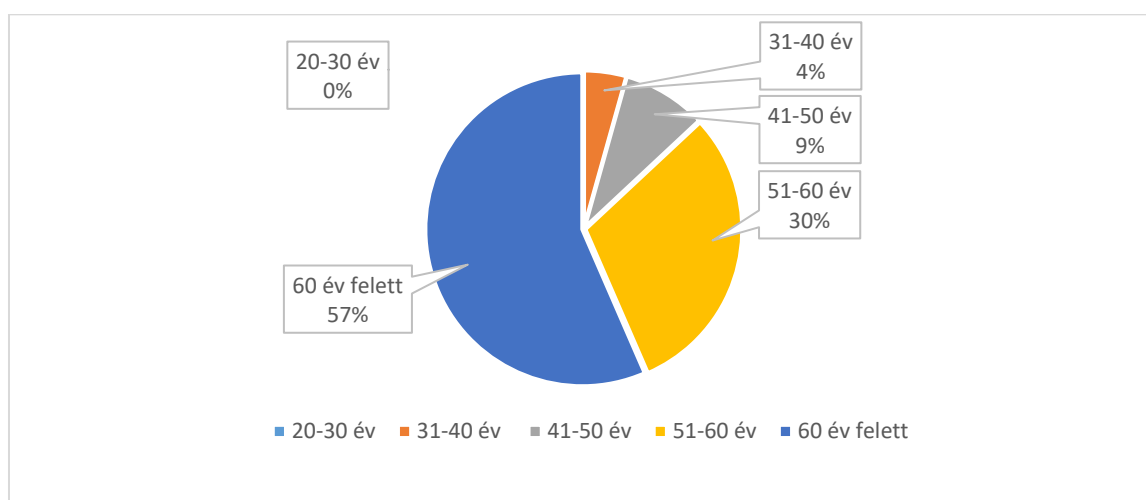
A nemek vizsgálata érdekes eredményt hozott, a megjelent kézművesek többsége, 65%-a, azaz 15 fő volt nő. A fennmaradó közel egyharmad, mindössze 8 fő volt férfi kézműves.

#### Lakóhely:

Tizenhatan (70%) debreceniek, hatan nem debreceniek és 1 fő nem válaszolt a kérdésre.

#### Életkori jellemzők:

20-as korosztályú nincs a felmérték között. 30-as korosztályú 1 fő, 40-es 2 fő, 50-es 7 fő (30%) és a 60 év felettiek aránya magas, 57%, azaz 13 fő (1. ábra).



1. ábra: A Kézműves Fesztivál résztvevőinek életkori megoszlása  
Figure 1: Age distribution of the participants of the Folk Craft Festival  
Forrás: saját szerkesztés, 2021

#### Szakmaszerkezet:

Összesen 15 szakma képviseltette magát a rendezvényen. A kézművesek többsége egyetlen szakmát tanult, míg vannak többszakmás tárgyalkotók is. Megoszlásuk: 3-3 fő fafaragó, hímző, 2-2 fő mézeskalácsos, gyöngyfűző, tűzzománc-készítő. A többi szakma 1-1 képviselője jelent meg, így palást – és paszománykészítő, nemezkészítő, textiljáték-készítő (bábos), pásztorművész, szarukarcoló, kosárfonó, szalmafonó, nemezkészítő, bútorfestő, fazekas, bőrműves. A szakmák megoszlását grafikon mutatja szemléletesen (2. ábra).

A mai kor embere ritkán találkozik pásztorművésszel. Az ügyes kezű pásztorok egykor használati tárgyaikat maguk készítették. A pásztorművészet, mint a népművészet része jelenti a fa-, csont-, és szarufaragást, valamint a bőrmunkák elvégzését is. Termékeik választéka is sokszínű, a karikás ostor terelőszerszámától a szaruból készült tülök- kurtig bezárólag (Bukovinszky, 2003).

Napjainkban ritkán használt kifejezések a paszomány és a palást. A paszomány régi korokban fonalakkból sodort zsinór aranyból, ezüstből, vagy selyemből, mely ruhadíszként szolgált. A palást pedig olyan bő, ujjatlan, köpenyszerű ruhadarab volt, mely lefelé szélesedett és a nyaknál kapcsolták össze (Bárczi, Ország, 1959-1962).

Az előbbieken említettekhez hasonlóan a szarukarcoló is a ritka, fennmaradt mesterségek egyike. A szaru alapanyaga a haj, a köröm, a pata és a szőr, különféle használati tárgyak nyersanyaga pl. fésű, gomb, ivókupa, jelzőkürt stb. (Bárczi, Ország, 1959-1962).

A Kézműves Fesztiválon még egy ősi és ritka mesterség képviseltette magát, a nemezkészítő. A nemezkészítők alapanyaga a nemez sem hétköznapi. Gyapjából vagy szőrből tömörítéssel készülő anyag, amelyből kalapot, papucsot, posztót, süveget, takarót és elődjeink sátrakat készítettek (*Bárcki, Ország, 1959-1962*).



2. ábra: A Kézműves Fesztivál szakmaszerkezete 2021-ben  
Figure 2: Structure of the crafts in the Folk Craft Festival in 2021  
Forrás: saját szerkesztés, 2021

### Tapasztalat, gyakorlat:

2 fő nem adott választ erre a kérdésre. 10 év alatt 5, 6 és 7 év gyakorlatot összességében hárman jelöltek meg, míg 1 fő 10 évet. 10 és 20 év között 7 fő (30%) szerzett tapasztalatot. Minimum 2 évtized gyakorlattal, azaz 21-30 évvel 4 fő, míg ennél is több, minimum 3 évtized tapasztalattal, azaz 31-40 évvel 3 fő rendelkezik.

A legtöbb gyakorlattal, 42 évvel egy hímző, 50 évvel egy páasztorművész, 60 évvel egy mézeskalácsos kézműves büszkélkedhetett Debrecenben a Kézműves Fesztiválon.

A debreceni mézeskalácsosság a város egyik nevezetessége és büszkesége melyet felterjesztettek a Nemzeti Értéktárba, így halad a hungarikummá nyilvánítás felé. A szakma nagy múltra tekint vissza, a mézeskalácsosok céhe 1713-ban alakult, de mézes tésztaikat már a céh megalakulása előtt készítették a városban és környékén. Helyi sajátosság a debreceni tányér, a baba, a huszár és a kakas (*Hubert, Csapóné, 2019*).

### A termékek zsűriztetése:

A többség, 19 fő (83%) zsűrizteti a termékét, 4 fő viszont nem.

Mit jelent a zsűriztetés?

A népi iparművészeti és népművészeti alkotások minősítése a Hagyományok Házán keresztül zajlik. A Hagyományok Háza olyan intézmény, melyet a Kárpát-medencei néphagyományok ápolására hozott létre a hajdani Nemzeti Kulturális Örökség Minisztériuma. Tevékenysége sokrétű, a Magyar Állami Népi Együttest, folklórdokumentációs könyvtárat és többek között módszertani műhelyt is működtet. A zsűrizés folyamata: a főigazgató zsűrit kér fel, amely véleményezi az alkotásokat. A minősítés kategóriái: "Hagyományos Mester Remek", „Modern Mester Remek”, "Hagyományos Míves Termék", „Modern Míves Termék” és Ajándéktárgy” (<https://hagyomanyokhaza.hu>, 2021).

A védelem korlátozza az előállítható mennyiséget, így védi az alkotókat a termékeik mások által történő lemásolásától, és a tömeges előállításától.

Milyen gyakorisággal zsűriztetnek azok, akik igennel válaszoltak (19 fő)?

9 fő (47%) évente, 5 fő ritkán vagy nagyon ritkán, 3 fő 2évente és 1-1- fő 3 évente illetve félévente. Egy ezzel kapcsolatos kérdés szerepel az üzleti információk között is: Előfordult-e már, hogy lemásolták a termékét? A többségnek, 15 főnek, azaz 65%-nak előfordult már ilyen rossz tapasztalata. A jogvédelmet azonban a gyakorlatban nehéz megvalósítani.

### 2.2.2. Üzleti információk

A második kérdéscsoportban a vállalkozásra vonatkozó kérdések (a vállalkozás formája, a főállás - másodállás, az alkalmazottak száma) és az értékesítésre vonatkozó kérdések szerepeltek (az értékesítés körülményei, a vásárlók, az üzleti erősségek és gyengeségek, valamint az interneten történő megjelenés).

#### A vállalkozásra vonatkozó kérdések:

„Milyen vállalkozási formában dolgozik népi kézművesként?”

Legtöbbször adószámú magánszemélyek: 9 fő (39%) és egyéni vállalkozók: 6 fő (26%). Hárman vagy nem válaszoltak, vagy egyéb kategóriát jelöltek meg, de nem nevezték meg, 2 fő betéti társaságban, 1 fő KATÁ-ban végzi a tevékenységet, 1 fő szellemi szabadfoglalkozást jelölt meg, 1 főnek pedig nincs vállalkozása, hobbiból kézműveskedik.

„Hogyan dolgozik?” (a fő és másodállás kérdése) A megkérdezettek 52%-a, azaz 12 fő nyugdíj mellett foglalkozik a szakmájával. 26%, 6 fő mellékállásban kézműves, de még nem nyugdíjas. 3 fő (13%) főállású kézműves, 2 fő nem nyilatkozott.

„Van-e alkalmazottja, inasa, tanulója vagy egyéb?”

A döntő többségnek (20 fő, 87%) nincs alkalmazottja, tanulója, egyéb segítőtje. 1 főnek van alkalmazottja (4%), 1 fő pedig egyéb kategóriát jelölt meg, őt családtag segíti.

#### Az értékesítésre vonatkozó kérdések:

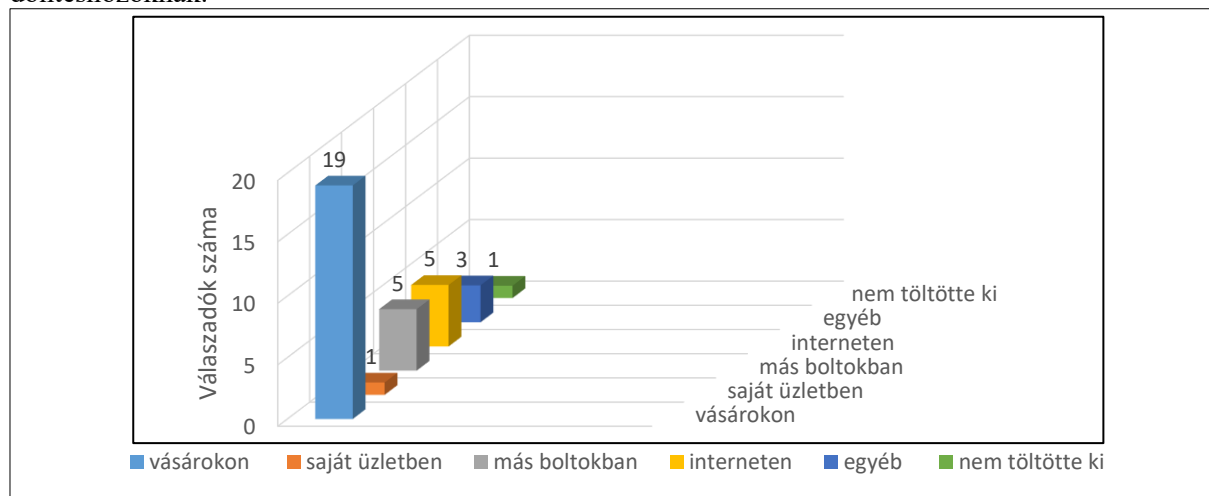
„Hol szokta termékeit értékesíteni?”

A legtöbbször (19 fő, 83%) vásárokon és fesztiválokon értékesítenek (3. ábra).

Saját üzlete 1 főnek van, más boltokba 4 fő ad el bizományosi szerződéssel és 1 főtől megvásárolják a készletet. Interneten a megkérdezettek 22%-a, azaz 5 fő árusít. Más módon is értékesítenek: barátoknak, ismerősöknek 1 fő, megrendelésre 1 fő, míg saját műhelyben ugyancsak 1 fő árusít. 1 fő nem válaszolta meg a kérdést.

A 22 válaszadó többsége (14 fő) 1 választ jelölt meg, 12-en csak vásárokat, 1-1 fő saját üzletet vagy egyéb módot (megrendelésre) jelölt meg. A több választ adóknál (8 fő) 2 helyszínes: vásár + internet (1), vásár + saját műhely (1), vásár + más bolt (2), más bolt + internet (1), 3 helyszínes: vásár + internet + barátok (1), vásár + más bolt + internet (2).

A kézművesek nehezen szakítanak a hagyományos értékesítési móddal, a többség még mindig ragaszkodik a tradicionális vásároló múltához. A probléma összetettségét jelzi, hogy eddig még nem sikerült a népi kézműves termékek esetében üzlethálózatot létrehozni sem a civil szervezeteknek, sem a döntéshozóknak.



3. ábra: A Kézműves Fesztivál résztvevőinek értékesítési helyszínei

Figure 3: Sales venues for participants of the Folk Craft Festival

Forrás: saját szerkesztés, 2021

*„Értékesít külföldre?”*

16 kézműves nemmel válaszolt, de közülük 3 tervezi a jövőben. 7 fő igennel válaszolt. A pásztorművész, gyöngyfűzők, hímzők, palást –és paszománykészítők, faművesek és tűzzománc készítőik munkái külföldön is keresettek. A megjelölt országok többsége európai: Svájc, Anglia, Ausztria. Ketten az Egyesült Államokat is megjelölték.

A külföldre értékesítés feltételeihez tartozik napjainkban az e-kereskedelemben való bekapcsolódás. Az e-kereskedelem nemcsak versenyelőnyhöz juttathat az internettel nem foglalkozó kézművesekkel szemben, hanem, mint a fenti példák is mutatják az elektronikus csatornák új piacokat nyithatnak meg (Mártonffy, 2000). A későbbiekben a kérdőív foglalkozik az internetes jelenléttel is.

*„Van viszonteladója?”*

17 kézművesnek nincs, 5 főnek van, 1 nem válaszolt.

A további kérdések a pénzügyi helyzetre vonatkoztak, de a téma kényes jellege miatt csak általános kérdések szerepeltek a kérdőívben.

*„Elegendő-e a bevétele a kiadásokra?”*

Közel fele - fele az arány (48-43%), 11 kézművesnek nem (fazekas, bábos, tűzzománcos, hímző, bútorfestő, gyöngyfűző, kosárfonó, szalmafonó), 10 főnek igen (gyöngyfűző, fafaragó, bőrműves, pásztorműves, szarukarcoló, mézeskalácsos), 2 nem válaszolt.

*Vett-e már fel hitelt?*

A többség, 22 fő (96%) nem vett még fel hitelt. 1 fő már igen, de neki sem jelentett nehézséget a visszafizetése.

*„Tervezi-e, hogy megszünteti tevékenységét?”*

A megkérdezettek döntő többsége, 83%-a nem tervezi a tevékenység beszüntetését. 4% nem válaszolt a kérdésre. Mindössze 13% tervezi a megszűnést, ebből 9 % az életkora miatt, 4% pedig azzal indokolta, hogy nem gazdaságos a tevékenység.

A konkurenciával, vevőkkel kapcsolatos kérdések során a kézműves piaci tájékozottságát mérte fel a kérdőív.

*„Van-e konkurens, versenytársa?”*

Debrecenben: 8 fő (35%) válaszolt igennel. Hajdú-Biharban: 9 fő (39%) válaszolt igennel. Az országban? 12 fő (52%) válaszolt igennel.

Hogyan lehet, hogy a válaszadó bőrművesnek, fafaragónak, hímzőnek stb. nincs versenytársa az egész országban? Ez akkor lehetséges, ha szakmabeli konkurens van ugyan, de más jellegű terméket állít elő, amiben nem konkurálnak egymással.

*„Kik a leggyakoribb vásárlói, megrendelői?”*

A legtöbben (21 fő) 91%-uk hazai magánszemélyeknek adja el termékét. 23% külföldre is értékesít magánszemélyeknek, 9%-uk hazai vállalkozásoknak is árul. Külföldi vállalatoknak senki sem értékesít, viszont 1 fő megjelölt egyéb kategóriát is: könyvtárt, bölcsődét, művelődési központot és múzeumot.

A népi kézművesek saját bevallásuk alapján a legnagyobb erőt a szaktudás jelenti, majd ezt követik a kapcsolatok (4. ábra). Érdekes, hogy 10 kézműves nem érzi, hogy lenne gyengesége, hiányossága a vállalkozásában. A többiek szerint a marketing és a reklámtevékenység hiánya gyengíti leginkább a vállalkozásukat.



<p><b>Erősségek:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• szaktudás: 78%</li> <li>• kapcsolatok /széleskörű alkotói és baráti ismertség 30%</li> <li>• kitartás 9%</li> <li>• tapasztalat 9%</li> </ul> <p>Egyéb:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• önképzés</li> <li>• természetes alapanyagok</li> <li>• változatosság</li> <li>• egyediség</li> <li>• foglalkozások tartása</li> <li>• képességek</li> </ul>	<p><b>Gyengeségek:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• marketing és reklám 43%</li> <li>• fejlesztés / új műhely 9%</li> <li>• anyagiak hiánya 9%</li> </ul> <p>Egyéb:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• menedzselés hiánya</li> <li>• időhiány</li> <li>• számítógépes ismeretek hiánya</li> </ul>
--	---

4. ábra: A Kézműves Fesztivál résztvevői által bevallott erősségek és gyengeségek, (a %-os mutatók a válaszok előfordulását jelölik)

Figure 4: Strengths and weaknesses admitted by the participants of the Folk Craft Festival % indicators indicate the occurrence of responses

Forrás: saját szerkesztés, 2021

Az internetes megjelenés kérdései:

A megjelenés felmérése során a reklámozás, az internetes jelenlét, valamint a hazai és nemzetközi sikerek kerültek lekérdezésre.

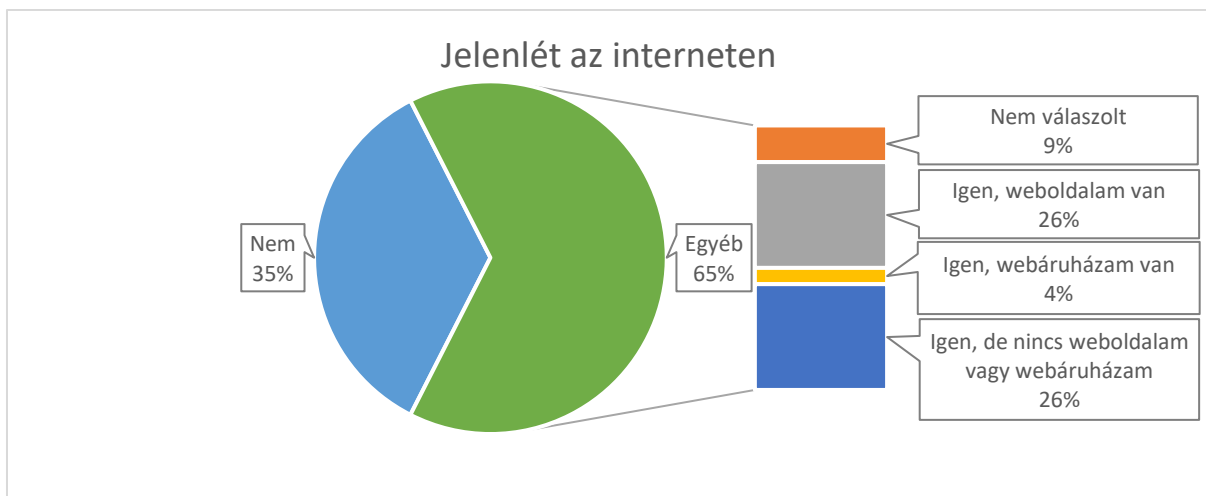
„Reklámozza-e magát vagy termékeit valahol?”

A válaszadók 61%-a nemmel válaszolt. 1 fő (4%) nem adott választ. A reklámozók 88 %-a az internetet használja, a többi a személyes megjelenés híve.

„Jelen van-e az interneten?”

A népi kézművesek több mint kétharmada felismerte a világháló fontosságát és valamilyen formában, vagy weboldal, vagy webáruház révén jelen van a felületen (5. ábra).

Magyarországon a lakosság közel 70%-a rendszeres internethasználó. Az online értékesítés ugrásszerűen növekszik az e-kereskedelem jelentőségével együtt. A vállalkozások kezdik felismerni, hogy az online-tér értékes piac, ezzel a túlélésük, fejlődésük záloga is egyben (Botos, Péntek, 2018).



5. ábra: A Kézműves Fesztivál résztvevőinek internetes jelenléte  
Figure 5: The online presence of the Folk Craft Festival participants

Forrás: saját szerkesztés, 2021

„Van-e vállalkozásának Facebook-oldala, mit oszt meg rajta és milyen rendszerességgel?”

A kézművesek közül 10 főnek (43%) van Facebook- oldala, amelyen 90%-uk (9fő) termékeket oszt meg leginkább. Ennek gyakorisága változó:

- hetente:1 fő
- havonta:4 fő
- 3 havonta:1 fő
- ritkán:2 fő
- rendszertelenül:1 fő.

„Ért már el hazai vagy nemzetközi sikert a szakmájában?”

8 fő (35%) nemmel válaszolt. 65% ért már el sikert, melyek: országos kiállításon helyezéseket, a Népművészet Mestere cím, Népi Iparművész cím, Minőségi Termékdíj, Csokonai Díj, részvétel Világkiállításon, nemzetközi fesztiváldíjak stb.

„Ha igen, segítette ez Önt és hogyan (több termék eladásban, kapcsolatokkal)?”

A 15 díjazott kézműves közül 3 fő válaszolt nemmel. A többiek számára az elismerés hozadéka változatos:

- több termék eladása, kapcsolatépítés, szakmai fejlődés
- külföldi megrendelés vagy külföldi kiállításra eljutás
- havi járadék a Magyar Művészeti Akadémiától
- több megkeresés
- lendületet adott, lelki támogatás.

A Magyar Művészeti Akadémia a népművészet mellett a zene, az irodalom, a képzőművészet, építészet, fotóművészet stb. terén is ellát köztestületi feladatokat. Művészjáradékot 65 év feletti díjazott művészeknek pl. Népművészet Mestere, Népművészet Ifjú Mestere stb. szakmai elismerésként ajándékozik (<https://www.mma.hu>, 2022).

### 3. Következtetések, javaslatok

1. Mennyiben debreceni a Debreceni Kézműves Fesztivál és milyen jelentősége van a város életében?

A fesztivál hagyományt teremtett abból a szempontból, hogy 11 éve rendezik meg Debrecenben. Többségében (70%-ban) debreceni kézművesek települnek ki a rendezvényre és helyi kézműves termékeket árusítanak, amelyek között vannak debreceni elnevezésűek is pl. a mézeskalács.

Jelentős az idegenforgalomra gyakorolt hatása. A 2 napos rendezvény befolyásolja a helyi lakosság és a bel-és külföldi turisták költési szokásait valamint szabadidő-eltöltését. Jelentősebb a társadalmi, kulturális hatása a néphagyományok megismertetése, a szervezett programok (megnyitó, népi játékok, bemutatók) révén.

2. Az alapadatokra vonatkozóan levont következtetések:

A Kézműves Fesztivál sokszínűségét bizonyítja, hogy 2021-ben 15 szakma 23 képviselője jelent meg a rendezvényen. A kézművesek többsége, azaz 65%-a nő. Vajon a kézműves szektorban is a szakmák elnöiesedése zajlik? Vannak nőies szakmák, ilyen a hímző, a gyöngyfüző, a textiljáték-készítő, a tűzzománc-készítő, ellenben bizonyos szakmákat inkább férfiak gyakorolnak, például ilyen a pásztorművészet, a szarukarcoló, a kosárfonó, a fafaragó. Az éles nembeli elhatárolástól óvakodni kell, mert egyaránt van női és férfi mézeskalácsos, valamint női bútorfestő és női fazekas is.

Érdekesség, hogy a Debreceni Nép Kézműves Fesztiválon nemcsak debreceni kézművesek mutatkoztak be, hanem 30%-uk a megye más településeiről érkezett. Ez annak köszönhető, hogy az ernyőszervezet, a DHBMNE megyei szervezet, amely nem csupán debreceni tagokat tömörít magába. A rendezvény elnevezése pedig nem csupán az alkotók származására utalhat, hanem a lebonyolítás helyszínére is.

A kézművesek életkori megoszlásából a szakmák elöregedése figyelhető meg. A 60 év feletti aránya magas, 57%. Mindössze egyetlen 40 év alatti népi kézműves vett részt a rendezvényen. Ezzel összefüggésben vizsgálható a megszerzett szakmai tapasztalat. A magas életkor kedvezőtlen tendenciája (ugyanis várható a tevékenység beszüntetése) együtt jár a kedvezően magas gyakorlati évek számával (42, 50, sőt 60 év). A legtöbben (30%-uk) 10 és 20 év közötti tapasztalattal rendelkeznek.

Vajon a szakmák elöregedése negatív folyamatnak tekinthető-e?

Véleményem szerint a kézműveskedés a szabadidő hasznos eltöltése, mely a nyugdíjas korúak szellemi aktivitásának megőrzésével is jár. Hasznossága továbbá gazdasági szempontból: a vállalkozói tevékenység folytatása, adófizetés, munkahelyteremtés, és részt vesz a gazdaság fejlesztésében az innovációk, új ötletek és eljárások révén. Hozzájárulhat az oktatás nemzetgazdasági területéhez a szakmai utánpótlás-nevelés, tanulóképzés, tapasztalatok átadása révén. Egyéb kulturális, társadalmi stb. hatások is vizsgálhatók pl. szakmák fennmaradásában betöltött szerep, vagy művelődési és művészeti vonatkozásokban.

### 3. Az üzleti információkra vonatkozóan levont következtetések

Ebben a témakörben a következőkre kérdeztem rá:

- **vállalkozási forma, foglalkoztatás:** mindannyian a legkisebb vállalkozási formában működnek: mikrovállalkozók (egyéni vállalkozó, bt., KATÁ-s vállalkozó, adószámos magánszemély). Ez azt jelenti, hogy 10 főnél kisebb foglalkoztatók. A megkérdezés alapján 87%-nak nincs alkalmazottja, mindössze 1 kézművesnek van 1 beosztottja. A többség (52%), az életkor felmérési eredményével összhangban nyugdíj mellett dolgozik.
- **értékesítés körülményei, vásárlók:** a kézművesek döntő többsége (83%) az évszázados hagyományoknak megfelelően vásárokon értékesít, de 22% már nyitott az internetes lehetőségek felé és 30% a fennmaradás érdekében, a lehetőséget kihasználva külföldi piacokra is értékesít. Ők a gyöngyfüzők, hímzők, faművesek, tűzzománcosok stb. Továbbá 9 % felismerte, hogy nemcsak magánszemélyeknek adhatja el a portékáját, hanem bizonyos esetekben könyvtárak, bölcsődék, múzeumok és hazai vállalatok is vásárlókká válnak. A megkérdezettek közül senki sem értékesít még *külföldi vállalatoknak*, amely egy jövőbeni lehetséges piaci szegmenssé válhat a hosszú távú fennmaradás érdekében.
- **pénzügyek, megszűnés:** érzékeny területe a felmérésnek a pénzügyi helyzetre vonatkozó kérdés. 11-10 arányban (2 fő nem válaszolt) a bevételek nem fedezik a kiadásokat. Ez azt jelenti, hogy több mint 50%-nak veszteséges a tevékenysége. Mivel 78%-uk (12 nyugdíjas + 6 fő mellékállású) nem főállásban végzi a kézműves tevékenységet, ezért valószínű, hogy a veszteségeket a főállás vagy a nyugdíj fedezi. Ennek tulajdonítható, hogy csak egyetlen kézműves vett fel eddig hitelt a 23-ból. Közel 10% tervezi a tevékenység megszüntetését, 83% tovább fogja folytatni a pénzügyi és egyéb nehézségek ellenére is, és csupán 1 kézműves hivatkozik arra, hogy gazdaságtalan működése miatt befejezi a tevékenységet.
- **versenyhátrányok:** a kézművesek közel harmadának van versenyhátránya a városban és a megyében bevallása szerint. További vizsgálatra van szükség annak megállapítására, hogy valóban ilyen kisszámú az egyes szakmák képviselője a régióban, vagy pedig vannak szakmabeliek, de más stílusú terméket állítanak elő, amely nem konkurál a megkérdezettek portékáival. Az is további kérdéseket vet fel, hogy a termékek másolói (65% nyilatkozott erről) vajon konkurenciának minősülnek-e?
- **erősségek, gyengeségek:** a kézműves vállalkozók legfőbb erőssége a szaktudás, majd közvetlenül ezután a kapcsolatok. Leginkább a marketing és reklám területet, majd a fejlesztés és az anyagiak hiányát tartják a legfőbb problémának. Annak ellenére, hogy a megkérdezettek több mint 50%-a veszteséggel küzd, 43% semmilyen gyengeséget nem jelölt meg.

### 4. A megjelenésre vonatkozóan levont következtetések:

A kézművesek 61%-a nem reklámozza magát. Érdemes lenne tovább vizsgálni az okokat (pénzügyi okok, idő hiánya, hozzá nem értés, hozzáállás stb.). A reklám hiánya vajon összefügg-e az elégtelen bevétellel, amiről 48% nyilatkozott? Biztató, hogy 8 fő (35%) felismerte a reklám fontosságát és többségük (heten) az egyik leggyorsabb és a (széleskörűsége miatt) leghatékonyabb eszközt, az internetet használják. A válaszadók közel harmada nincs jelen az interneten. Ennek egyik oka valószínűleg a magas életkor, mert az idősebbek kevésbé szeretik az internetet használni. Kedvező viszont, hogy minden 4. kézművesnek van saját weboldala és 1 főnek webáruháza is. A válaszadók közel fele, 10 fő posztol a Facebook-on, többségük saját termékét általában havi gyakorisággal. A hazai és nemzetközi díjak nemcsak elismerést hoznak a kézműveseknek, hanem a napi munkába új lendületet visznek, vagy külföldi megrendelések nyílnak meg, esetleg havi járadékot folyósítanak az

arra érdemes művészeknek. Véleményem szerint érdemes pályázatokon indulni, mert megismerhetők a pályázók, a szakmával kapcsolatos trendek és kapcsolatok is építhetők. A kézműves pedig elhelyezheti magát és alkotásait a hazai és nemzetközi pályatársak és műveik közt.

## Köszönetnyilvánítás

Ezúton szeretnék köszönetet mondani mindenekelőtt Hubert Erzsébetnek, a Debreceni és Hajdú-Bihar Megyei Népművészeti Egyesület elnök - asszonyának, aki lehetővé tette számomra a kérdőíves megkérdezést a Kézműves Fesztiválon. Továbbá szakmai tanácsaival és észrevételeivel segítette a tanulmány megírását.

Köszönöm Dr. Csapóné Dr. Riskó Tünde témavezetőm értékes útmutatásait a tanulmánnyal kapcsolatos konzultációk, egyeztetések során.

## Irodalomjegyzék

- Bárczi G., Országh L. (szerk.) (1959-1962): *A magyar nyelv értelmező szótára 1–7*. Akadémiai Kiadó, Budapest
- Botos Sz., Péntek Á. (2018): *A webáruházak hasznossága a vidékfejlesztés során*. Műszaki és Menedzsment Tudományi Közlemények, 3, pp. 242–251. <https://doi.org/10.21791/IJEMS.2018.4.21>.
- Bukovinszky L. (2003): *A pásztorok háziipara és népművészete*. Gyepgazdálkodási Közlemények, 1, pp. 60–62.
- Fleischer T. (1986): *Infrastruktúra-fejlesztési csapdák*. Közgazdasági Szemle, 2, pp.150–161.
- Hajdu G. (2018): *A kvantitatív és a kvalitatív társadalomtudományi kutatás módszerei-dióhéjban*. Forum Sententiarum Curiae, 2, pp. 1–5.
- Hubert E., Csapóné Riskó T. (2019): *A debreceni mézeskalácsosság helye és szerepe a Hajdú-Bihar Megyei Népművészeti Egyesületnél*. Régiókutatás Szemle, 1, 82–95. <https://doi.org/10.30716/RSZ/2019/1/8>
- Hunyadi Zs., Inkei P., Szabó J.Z., (2006): *Fesztivál-világ*. NKA-kutatások 3. Kelet-Közép-Európai Kulturális Observatórium Alapítvány, Nemzeti Kulturális Alapprogram, Budapest
- Jászberényi M., Zátori A., Ásványi K. (2017): *Fesztiválturizmus*. Akadémiai Kiadó, Budapest
- Jones K., Assche K., Parkins J. (2021): *Remaining craft for community development*. Local Environment, 26, pp. 908–920. <https://doi.org/10.1080/13549839.2021.1939289>
- Kresz M. (1991): *Magyar Néprajz III. Kézművesség*. Akadémiai Kiadó, Budapest
- Kundi V. (2012): *Fesztiválok gazdasági határmérésére alkalmazott nemzetközi és hazai modellek bemutatása*. Tér és Társadalom, 26, pp. 93–109. <https://doi.org/10.17649/TET.26.4.2080>
- Mártonffy A. (2000): *Az e-kereskedelem jelene és jövője*. Európa rákapcsol. Marketing & Menedzsment, 1, pp. 11.
- Ortutay Gy. (főszerk.) (1982): *Magyar Néprajzi Lexikon 5*. Akadémiai Kiadó, Budapest
- Bársony István (1984): A város kereskedelme 1693-ig. In: Debrecen története 1693-ig. Szerk. Szendrey István. pp. 361–362 .
- Weisz B. (2011): Debrecen „árumegállító joga” a középkorban. In: Debrecen város 650 éves. Várostarténeti tanulmányok. Alföldi Nyomda, Debrecen. pp. 131-148.
- Debreceni Polgármesteri Hivatal: <https://www.debrecen.hu/hu/turista/esemenyek/filter/date-anytime/tag-5>.  
(Letöltés: 2021. szeptember 20.)
- Hagyományok Háza: <https://hagyomanyokhaza.hu/hu/minosito-tevekenysegunk>.  
(Letöltés: 2021. szeptember 28.)
- DHBMNE: <http://dhbmne.hu/bemutakozunk/>  
(Letöltés: 2022. február 24.)
- Magyar Művészeti Akadémia: <https://www.mma.hu/az-akademia/-/event/10180/a-magyar-muveszeti-akademia-titkarsaga-tajekoztatasa-a-muveszjaradek-igenybevetelenek-felteteleirrol-megallapitasarol-es-folyositasarol> (Letöltés: 2022. március 1.)