

Varga Levente

Mezőgazdasági kiállítások látogatói profilja idehaza és külföldön

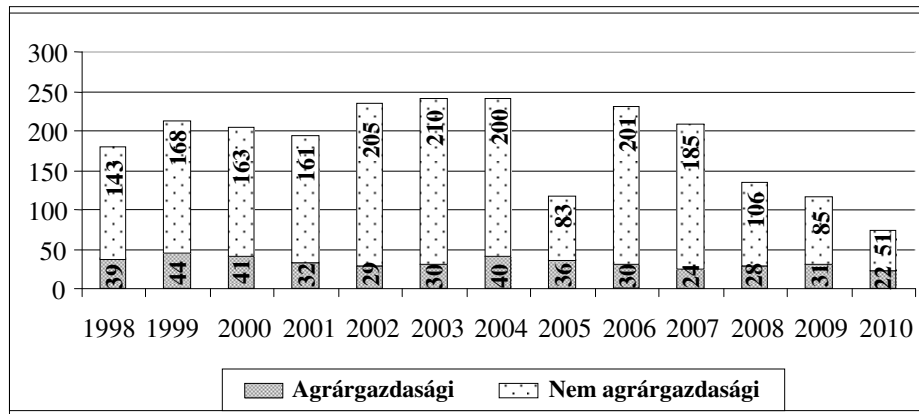
A kiállítások számos iparág esetében a legfontosabb marketing eszköz szerepét töltik be. Nem jelent kivételt ez alól a mezőgazdaság sem. A kiállítások és a vásárok közötti különbségtétel nem egyszerű feladat, de nem is lehetetlen. A Magyar Értelmező Kéziszótár cikkszava szerint a vásár: „kijelölt helyen időszakosan tartott (árak kirakodásával járó) nagyobb arányú adásvétel – kiállítás jellegű árumintavásár”. A kiállítás „művészi alkotások, ipari, mezőgazdasági termékek nyilvános bemutatása; különböző bemutató, vagy tárlat” (Pusztai et al. 2003). A kiállítások a rendszerváltás utáni időszakban jelentős gazdasági sikereket értek el. Napjainkban a kiállítási láz valamelyest alábbhagyott. Kutatásom a kiállításokra ható tényezők és a látogatók, valamint a kiállítók vizsgálatát célozta.

A szakirodalmi adatokat összefoglalva megállapítható, hogy a vásárok és kiállítások meghatározása sem nemzetközi, sem hazai szinten nem egységes. Az elhatárolás alapja általában a látogatók „minősége”, azaz, hogy a szakmai közönség, vagy a szélesebb körű, általános publikum jelenik-e meg rajtuk. A szerzők többsége a vásárt hétköznapiibbnak, azaz átlagemberek által látogatott, értékesítésre fókuszáló rendezvénynek tartja, ahol általános fogyasztói javak széles skálája jelenik meg (ez valószínűleg a klasszikus kirakodóvásároktól eredeztethető). A kiállítás ezzel szemben szakemberek által látogatott rendezvény, ahol az üzletek előkészítése zajlik, de viszonylag ritka a közvetlen értékesítés.

A mezőgazdasági kiállítások esetében a vásár-jelleg erőteljesen jelentkezik, hiszen a gyökereik a heti állatvásárokhöz nyúlnak vissza, ahol az adásvétel kifejezett célja volt a részvételnek, és ez csak később alakult át tenyészállat-szemlékké és gépkiallításokká.

A kiállítások és a vásárok közötti határvonal meghúzése nehéz feladat, mivel ha nem is identikus, de a köznyelvben szinonimaként használt fogalmakról van szó. A cikk további részében így én sem teszek majd különbséget a két fogalom között.

Az 1. ábrán a hazai kiállítások számának évi változása követhető figyelemmel.



Forrás: Forbát 1998, 2000, 2002-2007 és Sz.-Kovács 1999, 2001 alapján; 2008-2010 (szerk.)

1. sz. ábra: Kiállítások, vásárok és rendezvények Magyarországon 1998-2010

A vásárok tartásának és ellenőrzésének fontossága hazánkban is korán bekeült az államhatalom érdeklődésének körébe. I. (Szent) László király (1077-1095) törvénykönyvében már előírta, hogy: „Senki ne adjon, vagy vegyen vásáron kívül” (I 1). A kiállítások megrendezésének igénye viszont csak évszázadok múlva került napirendre. Széchenyi István és Andrássy György javaslatára 1835-ben megalapították a Magyar Gazdasági Egyesületet. A gazdasági gépek jelentőségét az egyesület előjárói idejekorán felismerték, és az alapszabályban kellő hangsúlyt adtak a „mezei munkákat megkönnyítő gépeket és eszközöket a gazdaközönsséggel megismertetni és alkalmazásukat előmozdítani” elv megvalósításának. A hazai gép- és eszközbemutatók kezdetét az 1840-es esztendő jelentette, amikor a fenti egyesület „műtani szakosztálya” Pesten megrendezte az első kiállítást. 1841-ben alakult meg Kossuth Lajos kezdeményezésére a magyarországi ipari érdekképviselet, az Országos Ipartestület, amely a következő évben már megrendezte az első iparműkiállítást. Ezen a Pesten rendezett bemutatón több mint kétszáz kiállító vett részt termékeivel. (Fülöp, [1996]; Réz, [2001]; Estók, [2005])

A magyar vásárlátogatásokhoz összehasonlító anyagot kínáló lengyel vásártörténet nem választható el a lengyel államiség 1918 utáni újjáteremtésétől. Az addig megosztott országrészek egyesítése és a kérdéses keleti határokat kialakító háborúk lezárása után indulhatott meg az államigazgatás és a gazdaság megújult keretek közötti rekonstrukciója. Ebbe a folyamatba illeszthető az MTP (Międzynarodowe Targi Poznańskie – Poznani Nemzetközi Vásár) 1921-es megalapítása is, amely ezzel a legnagyobb múltú vásárszervezők közé tartozik Európában (I2).

A mezőgazdasági kiállítások látogatói profiljának meghatározásához négy hazai és egy külföldi kiállításon végeztem kérdőíves adatgyűjtést: Debrecenben a Farmerexpo területén 2005 és 2006 során, ugyanezen években a budapesti rendezésű OMÉK-on és a poznani Polagra kiállításokon. A megkérdezést 2010 folyamán aktualizáltam a hódmezővásárhelyi Alföldi Állattenyésztési és Mezőgazda Napokon. A mintavételi számok és a teljes sokaság aránya a következő táblázatban található.

1. sz. táblázat: Az egyes kiállításokon kitöltött kérdőívek száma

	Látogatók száma (fő)	Látogatói kérdő- ívek száma (db)
FE2005	24 602	810
FE2006	25 116	800
OMÉK'05	130 000	746
Polagra'06	70 315	421
Hódmezőgazda'10	50 000	405
Mindösszesen:	–	3 182
Értékelhető:	–	3 159

Források: Saját adatgyűjtés

A kiállítási adatgyűjtés eredményeképp meg tudtam rajzolni az „átlaglátogatói” profilt, illetve az egyes kiállítások egyedi profilját. Az „átlaglátogató” profiljának megrajzolásához a leggyakrabban előforduló kategóriatípusokat és a legjellemzőbb átlagokat használtam fel, hogy összefoglaló képet kaphassunk a legjellemzőbb látogatói adatokról.

A kelet-európai mezőgazdasági kiállítások átlaglátogatója tehát:

- férfi
- középkorú (átlagosan 42 éves)
- felsőfokú végzettségű
- 3-4 fős család tagja
- 150 km-nél közelebb lakik a kiállítás helyszínéhez, de hajlandó messzebb is utazni
- amennyiben gazdaság- (farm-) tulajdonos, úgy az országos átlaghoz képest nagyobb méretű területtel rendelkezik
- évente 2-3 kiállításon vesz részt, amelyek a mezőgazdaság mellett ipari-technikai illetve egyéb tematikájúak
- látogatásának elsődleges célja az ismeretszerzés, másodlagos célja a szórakozás
- a kiállítással kapcsolatos elégedettsége a „jó” kategóriába esik

- nem köt, és nem is kíván rögtön üzletet kötni
- 15 – 20%-nyi árengedményt vár el, ami a 10-12 %-nyi tapasztalt árengedmény szintet fölülmúlja
- rendelkezik agrárgazdaságból származó jövedelemmel (maga a válaszadó)
- összjövedelméből a mezőgazdaság aránya meghaladja az 50%-ot
- őstermelőként, illetve családi gazdálkodóként (Lengyelországban egyéni vállalkozóként) folytatja a mezőgazdasági tevékenységét
- állattartásra nincs berendezkedve, amennyiben mégis, úgy jellemzően nagyméretű állatállomány tulajdonosa.

Míg az előzőekben a „tipikus” látogatói adatokat mutattam be, a következőkben az átlaglátogatói profil megalkotása során, a vizsgált kiállítások között fennálló különbségeket emelem ki, azaz az egyedi, sajátos jellemzőiket, melyek megkülönböztetik őket a többi kiállítástól. Így szeretném kiemelni a kimutatható:

- országhatást (a magyar és a lengyel kiállítások között meglévő különbségeket)
- helyszínhatást (a rendező városok közötti különbségeket)
- a világgazdasági válság hatását

A *Polagra* bizonyult az átlaghoz képest a leginkább eltérőnek, mivel:

- látogatói az átlagnál nagyobb távolságra hajlandóak elutazni egy vásárral
- ténylegesen nagyobb távolságokról érkeznek (142 km)
- látogatóinak fő célja az ismeretszerzés
- látogatóinak többsége nem köt üzletet
- a látogatók által érzékelt vásári árengedmények mértéke itt a legalacsonyabb
- a mezőgazdasági jövedelemmel rendelkezők aránya a debrecenihez képest alacsonyabb (48%), azonban itt a legmagasabb a mezőgazdasági jövedelem aránya az összjövedelmen belül (~78%)
- itt a legmagasabb a főállású termelők aránya (87%)
- a gazdasággal rendelkezők közül az egyéni vállalkozók aránya 90% fölötti
- a gazdaságok átlagos földterülete közel 50 hektár
- az állatállománnyal rendelkező gazdaságok állatállománya itt a legkisebb (átlagosan 26 számosállat)
- a látogatók iskolai végzettsége alapján itt a leggyakoribbak a szakmunkás végzettségűek
- látogatói a legnagyobb családmérettel rendelkeznek (átlag 4 fő)

Az *OMÉK* látogatói ehhez képest:

- a legritkábban járnak kiállításokra
- közepes átlagtávolságról érkeznek (111 km)
- elsődleges céljuk a kikapcsolódás
- többségük nem akar üzletet kötni vagy partnert találni
- a legmagasabb átlagos elvárásaik vannak az alkalmi engedményeket illetően
- legalacsonyabb a mezőgazdasági jövedelemmel rendelkezők aránya
- a látogatók közül földterülettel rendelkezők aránya a legkisebb (33%); az átlagos farm-méret azonban a legnagyobb (294 ha), állatállományuk mérete pedig közepes (135 számosállat)
- a legmagasabb a középkorú látogatók aránya
- a családok átlagléttszáma a legkisebb (3 fő)

A *Farmerexpo*

- látogatói a legkisebb átlagos távolságból érkeznek (65 és 72 km)
- elsődleges céljuk az ismeretszerzés, másodlagos a szórakozás
- nem akarnak üzletet kötni (68%)
- a vásáron tapasztalt árengedmény mértékét a normál üzletmenet során elérhető szint alá becsülik
- itt a legmagasabb a mezőgazdasági jövedelemmel rendelkezők aránya (~56 – 60%)
- a mezőgazdasági jövedelem aránya az összjövedelmen belül közepes (~50-60%)
- a leggyakoribb gazdálkodási forma az őstermelés
- az átlagos farmméret közepes (135-181 ha)
- itt a legmagasabb a felsőfokú végzettséggel rendelkezők aránya (39%)

Az *Alföldi Állattenyésztési és Mezőgazda Napok* látogatóinak sajátosságai a korábbi adatfelvételezéshez képest a következők:

- a földtulajdonosok aránya a Mezőgazda Napokon 33%-nyi, ami kevesebb a Farmerexpo értékeinél, és az *OMÉK*-nak megfelelő szintű
- a Mezőgazda látogatói vonzókörzete 108 km
- a kisméretű gazdaságok képviselői vannak jelen a legnagyobb számban
- a nagyméretű (300 ha-nál nagyobb) gazdaságok átlagterülete itt a legnagyobb
- a kiállítások közül itt a legkiegyenlítettebbek a nemi arányok
- itt a legfiatalabb a látogatóközönség
- a képzettség és a családlétszám a magyar kiállításokhoz közeli
- a kiállítások látogatási hajlandósága a válság ellenére sem csökken
- a vonzókörzet az *OMÉK*-hoz hasonló (108 km)

- a látogatók legnagyobb arányban elsődlegesen ismeretszerzési céllal érkeznek
- a Mezőgazda a legkedveltebb kiállítás (4,54 pont)
- az üzletkötési arányok itt a legmagasabbak
- az átlagnál alacsonyabb a mezőgazdasági jövedelemmel rendelkezők aránya
- a mezőgazdaság összjövedelemben betöltött aránya a magyar kiállítások átlagai által kialakított sávba esik.

Összefoglalásként megállapítható, hogy a kiállítások látogatói köre az általános elképzeléseinknek megfelelően jelentős hányadában mezőgazdasághoz kötődő emberekből áll, ebben nincs különbség az egyes országok között. A mezőgazdasági termeléshez inkább férfiak kötődnek, és jellemzően nem nagyobb, mint 150 km távolságról érkeznek a vásárokra. A kiállítás-látogatók családja átlagos méretű, átlagéletkorúak, évente jellemzően 2-3 kiállításon vesznek részt. A látogatójuk célja elsősorban az ismeretszerzés, másodsorban pedig a szórakozás.

Az egyes vásárok jellemzőit vizsgálva, a debreceni kiállítás specialitásaként kiemelhető a regionális jelleg, a vizsgáltak közül legmagasabb szakmai látogatói arány, az országos átlagnál nagyobb gazdaságméret, valamint a felsőfokú végzettséggel rendelkező látogatók magas aránya.

A lengyel kiállítás vonzáskörzete a legnagyobb, ami nyilvánvalóan az ország nagyobb méretének köszönhető. Debrecenhez képest kevesebb a szakmai látogatók aránya, azonban a szakmai látogatók jövedelmén belül magasabb a mezőgazdaság részaránya. Jelentősen kisebb a gazdaságok mérete is, ami a lengyel mezőgazdaság strukturális jellemzőivel magyarázható.

A fővárosi vásárlátogatók kevésbé kötődnek a mezőgazdasághoz, ritkábban járnak kiállításokra, és elsődleges céljuk a kikapcsolódás. A hódmezővásárhelyi látogatók között a szakmai látogatók aránya a budapestinek megfelelő, főként kisméretű gazdaságok képviselői jelennek meg, a látogatási céljuk elsődlegesen az ismeretszerzésre irányul. Itt a legalacsonyabb a látogatók átlagéletkora.

A kutatás eredményeként megállapítható, hogy az egyes országok között strukturális eltérések mutathatóak ki, ami mérséklődik a vidék-főváros viszonylatban, de az egyes vidéki vásárok között is vannak eltérések, a tematikájuknak megfelelően. Ez a kiállításokon résztvevő kiállítók számára lehet érdekes, mivel a vásárok vonzáskörzetéből kiindulva belátható, hogy a különböző kiállítások eltérő regionális vonzáskörzettel bírnak, és amennyiben az itt lakó gazdálkodói célcsoportot kívánják megszólítani akkor az adott vásárokon kell kiállítaniuk.

Felhasznált irodalom

- ESTÓK, J.: (szerk.) (2005) Magyarország mezőgazdasága országos kiállításokon. Magyar Mezőgazdasági Múzeum. Budapest. pp. 6-16.
- FORBÁT, K. (szerk.) (1998) Exhibitions and Fairs in Hungary '98. Budapest. MKIK Szolgáltató Kht. 202 p.
- FORBÁT, K. (szerk.): (2000) Exhibitions and Fairs in Hungary 2000. Budapest. MKIK Szolgáltató Kht. 228 p.
- FORBÁT, K. (szerk.): (2002) Kiállítások, vásárok és rendezvények Magyarországon 2002. Budapest. MKIK Szolgáltató Kht. 261 p.
- FORBÁT, K. (szerk.): (2003) Kiállítások, vásárok és rendezvények Magyarországon 2003. Budapest. MKIK Szolgáltató Kht. 271 p.
- FORBÁT, K. (szerk.): (2004) Kiállítások, vásárok és rendezvények Magyarországon 2004. Budapest. MKIK Szolgáltató Kht. 273 p.
- FORBÁT, K. (szerk.): (2005) Kiállítások, vásárok és rendezvények Magyarországon 2005. Budapest. MKIK Szolgáltató Kht. 275 p.
- FORBÁT, K. (szerk.): (2006) Kiállítások, vásárok és rendezvények Magyarországon 2006. Budapest. MKIK Szolgáltató Kht. 266 p.
- FORBÁT, K. (szerk.) (2007) Kiállítások, vásárok és rendezvények Magyarországon 2007. Budapest. MKIK Szolgáltató Kht. 246 p.
- FÜLÖP, É. M. (1996) A magyar mezőgazdaság és bemutatói. 1881-1945. In.: Az országos mezőgazdasági kiállítások és vásárok története 1881-1990. Budapest. Agroinform Kiadóház. pp. 19-36.
- PUSZTAI, F. et al.: (2003) Magyar Értelmező Kéziszótár. Akadémiai Kiadó. Budapest. pp. 666; és pp. 1433 (1507 p.)
- SZ.-KOVÁCS, L. (szerk.): (1999) Kiállítások és vásárok Magyarországon '99. Budapest. MKIK Szolgáltató Kht. 238 p.
- SZ.-KOVÁCS, L. (szerk.): (2001) Kiállítások és vásárok Magyarországon. Budapest. MKIK Szolgáltató Kht. 211 p.
- RÉZ, Gy.: (2001) A hazai mezőgazdasági gépbemutatók kezdete. Mezőgazdasági Technika. XLII. Évf. 2001/2. pp. 30.

Internet:

- <http://www.1000ev.hu/index.php?a=3¶m=363>
<http://www.mtp.pl/all/en/company/history/>