

Közgazdász Doktoranduszok és Kutatók V. Nemzetközi Téli Konferenciája

2019. február 22.

Szent István Egyetem
Gödöllő



Konferenciakötet

**Közgazdász Doktoranduszok és Kutatók
V. Nemzetközi Téli Konferenciája**

Konferenciakötet

A konferencia szervezője:

Doktoranduszok Országos Szövetsége – Közgazdaságtudományi Osztály

Szerkesztők:

Dr. Horváth Bálint – Kápolnai Zsombor – Földi Péter

Lektorálták:

Dr. Farkasné Dr. Fekete Mária
Dr. Kozma Tímea
Dr. Magda Róbert
Dr. Oláh Judit
Dr. Szalay Zsigmond Gábor
Dr. Zsarnóczky Martin Balázs
Naárné Dr. Tóth Zsuzsanna
Nagyné Dr. Molnár Melinda

Dr. Füzesi István
Dr. Harangi Rákos Mónika
Dr. Hegedűs Szilárd
Dr. Lengyel Péter
Dr. Varga János
Dr. Horváth Bálint
Dr. Nagy Balázs
Czikkely Márton

Felelős kiadó: Doktoranduszok Országos Szövetsége
ISBN 978-963-269-843-4

Együttműködő partnerünk:

Szent István Egyetem, Gödöllő



A pályázat az Emberi Erőforrások Minisztériuma megbízásából az Emberi Erőforrás Támogatáskezelő által meghirdetett Nemzeti Tehetség Program NTP-FKT-M-18-0003 kódszámú pályázati támogatásból valósult meg.



Tartalomjegyzék

Térinformatikai eszközök a regionális tudományok szolgálatában	
<i>Áldorfai György</i>	9
Térfelosztási módszertanok vizsgálata a területi kutatásokban	
<i>Áldorfainé Czabadai Lilla</i>	16
Gyakorlatias környezetismeret óra kisiskolásoknak – a jövő gombafogyasztói(?)	
<i>Almádi Bernadett – Lajos Attila</i>	24
Várostervezés, területi érdekek és társadalmi következményeik Izraelben	
<i>Bábosik Mária</i>	32
A multikulturális humántőke fejlesztésének mikroökonómiai hatásai	
<i>Bajkai-Tóth Katinka</i>	42
Innováció mérési lehetőségei és eredménye Magyarországon	
<i>Bajkó Norbert</i>	52
Az agilitás a vállalati versenyképesség horizontján	
<i>Balog Katalin</i>	66
Disztribúció a kkv szektor versenyében	
<i>Balogh Antal</i>	75
A napenergia, mint potenciális területi tőke értékváltozása	
<i>Baranyai Gergő</i>	83
A közösségi közlekedési szolgáltatás minőségi értékelése	
<i>Borbás Péter Dániel</i>	94
A nemzeti kongresszusi irodák szerepe a desztinációválasztás folyamatában	
<i>Boros Kitti</i>	103
Üzletimodell-innováció a víztisztítási technológiák körforgásos fejlesztéséhez	
<i>Czikkely Márton – Horváth Bálint</i>	113
A közösségi gazdaság ismerete az Európai Unió lakosainak körében	
<i>Csapó Ildikó</i>	122
A felsőoktatásban résztvevő hallgatók szakmaválasztásának megalapozottsága	
<i>Csapó Ildikó – Csehné Papp Imola</i>	131

Stratégia kihívások platformokon és platformok között

<i>Csukás Máté Szilárd</i>	140
Az egészségügyi prevenció marketingje: a szolgáltatói oldal álláspontjának feltárása, különös tekintettel a szenvedélybetegségekre	
<i>Dóra Tímea Beatrice</i>	150
A kelet-közép-európai államok demográfiai kihívásai az első demográfiai osztalék tükrében	
<i>Drabancz Áron</i>	160
Az Európai Unió tagállamok éghajlati és energetikai eredményeinek, illetve célkitűzéseinek elemzése	
<i>Drabancz Áron</i>	169
A kiszervezés negatív következményeiről	
<i>Duczon Árpád</i>	176
Magyarország leginkább klímasérülékeny térségének nyomában	
<i>Erdélyi Dániel</i>	188
Megyei szintű mitigációs potenciál vizsgálata és fejlesztési lehetőségei Magyarországon	
<i>Esses Diána – Pálvölgyi Tamás</i>	197
Hazai gyógyszeripari vállalatok beszállítói láncának fenntarthatósági kérdései	
<i>Fetter Barbara</i>	208
Marketingkommunikációs csatornák használata az élelmiszerek piacán	
<i>Fodor Fanni Ildikó - Almádi Bernadett - Thalmeiner Gergő</i>	217
Kaizen szemléletmód bevezetése egy gépjármű alkatrészgyártó szervezet működésébe	
<i>Gáspár Sándor – Fodor Fanni Ildikó – Thalmeiner Gergő</i>	224
A tejtermelő tehenészet ágazat folyamatainak modellezése a Value Stream Mapping módszer alkalmazásával	
<i>Gáspár Sándor – Thalmeiner Gergő</i>	233
Vevőközpontúság az építőanyag-iparban	
<i>Gerse-Krizsa Teréz – Surman Vivien</i>	246
Az olajár és a katonai kiadások összefüggéseinek jelentősége a geoökonómiában	
<i>Glofák Péter</i>	254

A hasonlóság, a félelem és az információhiány szerepe az egyének robot munkatársakkal kapcsolatos attitűdjeinek kialakulásában

Harmat Vanda 261

A munkahelyi egészségfejlesztés szerepe a vállalat belső CSR tevékenységében

Hegyesné Görgényi Éva 272

A szülői egészségtudatosság és az étkezési preferenciáik vizsgálata

Holczer Adél Judit 282

A megosztáson alapuló gazdaság (Sharing Economy) elméleti megközelítése

Horváth Bálint – Czikkely Márton 290

Reklám és film, avagy a filmek környezetében elhelyezett reklámok és azok hatása a fogyasztókra

Horváth Ádám – Gyenge Balázs 299

Játékosítási lehetőségek vizsgálata a turizmusban

Iványi Tamás 307

A Magyar Államkincstár és az Önkormányzatok kapcsolatrendszere

Jakab Tekla 317

Bevásárló közösségének evolúciójának jellemzői Magyarországon

Kápolnai Zsombor 324

Versenyben a munkavállalókért - Az employer branding hatása a munkavállalók munkahely-választási preferenciáira

Kovács Kata 333

Hol a határ – Magyarország és szomszédos országok fővárosainak közúti elérhetősége

Kovács Áron 342

Magáncsőd vagy elsétálás?

Kovács-Szamosi Rita 351

Mindennek (mindenkinek?) megvan a maga ideje?

Kökény László – Kiss Kornélia 359

Egy céltársaság tulajdonosi értékelemzése irányításszerző felvásárlás előtt és után

Kucséber László Zoltán 371

Személyes kompetenciák hatása a teljesítményre és a társadalmi innovációra a közsférában

Kucsma Daniella 379

A könyvvizsgálat történeti áttekintése és hazai fejlődésének főbb szakaszai	
<i>Lukács László István – Török Martina Zsófia</i>	387
Pest megye településeinek társadalmi, gazdasági és infrastrukturális vizsgálata a NUTS II-es szétválás után	
<i>Mészáros Gellért</i>	396
Sporttermékekkel szembeni elvárások, innovációs adaptálása a vízalatti sportágak vizsgálata kapcsán	
<i>Mórik Kornélia Veronika</i>	405
Az éghajlati tényezők és az energiahatékonyság hatása a lakossági villamosenergia-fogyasztásra az Európai Unió országokban	
<i>Naár Antal Tamás – Naárné Tóth Zsuzsanna – Vinogradov Szergej – Csegődi Tibor László</i>	414
A jóllét és a költözési szándék vizsgálata Szegeden	
<i>Nagy Ilona</i>	422
Egy magyarországi logisztikai szolgáltató adattovábbítási kihívásai	
<i>Nagy Vivien Ágnes – Kozma Tímea</i>	430
Budapest gazdasági átalakulása a rendszerváltást követő két évtizedben	
<i>Nemecz Gábor</i>	442
Önbizalom: érzés, vagy az eredményesség mérhető kulcstényezője?	
<i>Nyéki Emőke</i>	451
Térségi kapcsolatok változásai – helyi válaszok	
<i>Nyíró András</i>	458
Az etikátlan értékesítési módszerek és az általuk leromlott vállalati image jelenségének vizsgálata a szlovákiai Facebook felhasználók körében	
<i>Parádióvá Mária - Józsa László</i>	465
Az automata kormányzás beszerzését megelőző ökonómiai értékelés	
<i>Pintér Levente Elemér – Kovács Attila – Lencsés Enikő</i>	474
A fiskális mozgástér relevanciája a konvergencia folyamatokban	
<i>Plósz Dániel János</i>	483
A vállalati tőkeállomány és tőkemozgás metodikája, avagy honnan hová vándorol a pénz a vállalkozásokon belül?	
<i>Pócsik Orsolya</i>	492

Folyami turizmus, mint turisztikai termék pozícionálása a Duna példáján	
<i>Pókó Nikolett</i>	500
A területi tőke és a családi vállalkozások kölcsönhatása	
<i>Polster Csilla</i>	508
Innovatív beruházások menedzsmentje	
<i>Ponáczy György Márk</i>	517
Közösségi finanszírozás a gyakorlatban	
<i>Puha Adrienn - Puha Alexandra</i>	525
A mezőgazdasági melléktermékek energetikai célú hasznosításának aspektusai	
<i>Rajczi Alexandra – Wickert Irén</i>	533
Mezőgazdasági üzemek hatékonyságának vizsgálata méretkategóriánként és termelési irányonként	
<i>Rajczi Alexandra – Wickert Irén</i>	539
A személyes készségek szerepének nemzetközi összehasonlítása a turizmusképzési rendszerben	
<i>Somlai Réka</i>	546
A Robert Bosch Elektronika Kft. humánerőforrás továbbképzésének és kiválasztásának szerepe a vállalati versenyképesség megőrzésében	
<i>Szabó Endre</i>	557
A szervezeti karriermentés hazai gyakorlata	
<i>Szabó-Bálint Brigitta</i>	566
Családi vállalkozások és a generációváltás kihívásai a demográfiai mutatók tekintetében	
<i>Szabó Zsolt Mihály</i>	575
Járás szintű vizsgálat az önkormányzatok és a középiskolák környezetvédelemmel kapcsolatos szokásairól	
<i>Szeberényi András</i>	586
Munka mellett sportolni? A rendszeres testmozgás szerepe, helye, eredménye a mindennapokban	
<i>Szolnoki Bernadett</i>	596
A sportolás, a mozgás munkahelyen történő népszerűsítése PR eszközökkel	
<i>Szolnoki Bernadett</i>	605

Cegléd városközpontjának és szegregátumainak munkaerőpiaci helyzete, életkörülményinek vizsgálata	
<i>Szűcs Tímea Réka-Urbánné Malomsoki Mónika</i>	613
A tanulási görbe ÁKFN struktúrára gyakorolt hatásának vizsgálata	
<i>Tamás Alexandra – Koltai Tamás</i>	622
Fogyasztói magatartás vizsgálata forgalmazói szemmel a laboratóriumi piac tükrében	
<i>Tolnay Anita – Koris András</i>	631
Egy a számviteli beszámolók minőségét mérő modell kvalitatív validációja	
<i>Tóth Gábor – Széles Zsuzsanna</i>	644
A könyvvizsgálattal kapcsolatos hatótényezők mérési lehetőségei a számviteli beszámolók minőségének vizsgálata során	
<i>Tóth Gábor</i>	652
A „hurok zárása”- lehetőségek a szén- dioxid megkötésére	
<i>Tóth Judit</i>	662
Innovációs tevékenység és korlátok: innovációs feltételek és tapasztalatok az észak-magyarországi vállalatok szemszögéből	
<i>Tóthné Kiss Anett</i>	671
Helykötődés vizsgálata amerikai hallgatók körében	
<i>Urbánné Treutz Ágnes</i>	680
A balatoni városok vizsgálata a jelenleg hatályos területszervezési jogszabályokhoz viszonyítva	
<i>Valentin Szilveszter</i>	687
Innováció napjainkban- komplex innovációs attitűdvizsgálat a társadalmi és üzleti innovációk terén	
<i>Varga Krisztina – Tóthné Kiss Anett</i>	696
A társadalmi innovációs folyamat mérési modellje	
<i>Varga Krisztina</i>	707

Térinformatikai eszközök a regionális tudományok szolgálatában

Áldorfai György¹

Összefoglalás

Napjainkra a térhez köthető kutatások elméleti eszköztárának szerves részét képezik a térinformatikai rendszerek, melyek számos szempontból újító jelleggel bírtak az egyes tudományterületek fejlődésében. Ehhez szükség volt az egyes területek és a térinformatika egymásfelé történő nyitására, melynek eredménye (a fejlődés) nem csak az egyes tudományterületekre hatottak, hanem magára a térinformatikára is. A térinformatika alkalmazásának köszönhetően eddig nem ismert módszerek és eljárások váltak lehetővé különböző tudományterületeken. A térinformatika pedig az egyre szélessebb diszciplína igényének kielégítése révén folyamatos fejlődésen ment keresztül. Ez a körkörös folyamat pedig a mai napig tart és a további fejlődés irányába mutat. Ezért a térinformatikai ismeretek megszerzése után a folyamatos ismeretbővítés elengedhetetlen ezen intenzíven fejlődő eszköz kapcsán. A technológiai fejlődés folyamán az informatika és azon belül is a térinformatika fejlődése számos új lehetőséget kezdett nyújtani a társadalom-, közgazdaság- és regionálistudomány területén kutató szakembereknek. Hiszen nem csak az adatok kezelésében történt jelentős fejlődés, hanem az adatkezelés módszertana is jelentős változáson ment keresztül. A térben, olyan komplex társadalmi-gazdasági folyamatok játszódnak le, melynek megismerésében fontos szerepet játszik az adott ismérv (adat/mutató/tényező) térben való helye/elhelyezkedése, az ismérvek egymáshoz viszonyított helyzete. Ezen összefüggések felismerésében pedig jelentős segítséget nyújtanak nekünk a földrajzi információs rendszerekkel (GIS) készült tematikus ábrázolások, a térképek.

Kulcsszavak: GIS, területfejlesztés, regionális tudomány, térkép

JEL kód: R11

1. Bevezetés

A térinformatika fejlődését a földrajz, mint tudomány technológiai fejlesztéséhez vezethetjük vissza. Pontosabban a kvantitatív földrajz megjelenéséig, hiszen annak szinonimájaként is használjuk a térinformatika kifejezést. A földrajzi információs rendszer (Geographic information system - GIS) rendszerezett adatfeldolgozó módszerekből tevődik össze, így nagyon hasonló a kvantitatív földrajzhoz, de eltérés a kettő között, hogy a GIS kapcsán a

¹ doktorjelölt, tanársegéd, Szent István Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar, Regionális Gazdaságtani és Vidékfejlesztési Intézet, Enyedi György Regionális Doktori Iskola; aldorfai.gyorgy@gtk.szie.hu

hangsúly egyértelműen a kvantitatív elemzéseken van (Jakobi, 2007). A térinformatikai rendszerek három alkotóelemből épülnek fel, mely az informatika, a geodézia, és az a tudományos, gazdasági, társadalmi ágazat, amelyből a rendszerben kezelt tematikus adatok származnak.

A térinformatika és vele kapcsolatban álló tudományterületek ugrásszerű fejlődése, megújulása a 21. század kezdetére tehető, amikor az általános számítástechnikai eszközök rohamos intenzitású fejlődést mutattak. A térinformatika és az egyes tudományágak kapcsán azon túlmenően, hogy nagy mennyiségű adatokat tudunk tárolni a technikai fejlődésnek köszönhetően, már olyan eljárásokra is képesek vagyunk, mely lehetővé teszi az adathalmazok rendszerezését, kezelését, feldolgozását/elemzését és jelentős lehetőséget ad az eredményeink grafikus/vizuális ábrázolására. Ezért az egyes tudományterületek kutatói (többek között a fiatal generáció) az általános informatikai eszközöket már tudatosan/magabiztosan a kutatásuk szolgálatába állítják ezzel is modernizálva a szakterületük eszköztárát. A térben lejátszódó társadalmi-gazdasági folyamatok és jelenségek informatikai eszközökkel való elemzésének elővasai a közgazdaságtan szakterületei, a területi statisztika, a térökonometria és a térgazdaságtan képezték (Káposzta et.al. 2018; Nagy et al. 2017). Hiszen ezek kapcsán jelentős hajtóerőként jelentkeztek az olyan új elméleti módszerek kialakítása, amelyek bevonják a teret a társadalmi-gazdasági-környezeti folyamatok vizsgálatába. A tematikus és komplex térképek készítésének lehetősége óriási eddig nem létező potenciált eredményezett a társadalmi-gazdasági adatok területi elemzése kapcsán. Miközben a térinformatika is profitálhatott ebből, hiszen magába integrálhatta a különféle adatelemzési eljárások módszereit.

2. Anyag és módszer

A tanulmány kapcsán, a dokumentumelemzés és a szakirodalmi feldolgozás jelenti a módszertani eljárást, melyhez társítom a GIS alkalmazása során elsajátított tudásomat és ismereteimet.

2.1. Térinformatikai eszköztár

„A térinformatika fogalma lényegében azonos a korábban földrajzi információs rendszerek GIS (Geographic Information Systems) szóval megjelölt tudományterülettel, a külföldi országokban ma is a GIS elnevezést használják, Magyarországon a térinformatika használata ma már általánosnak mondható, így az úgynevezett FIR elnevezés is kezd elterjedni, amely nem a földrajztudomány információs rendszerét jelenti, hanem a földrajzi megjelölés pusztán a helyi, térbeli vonatkozású adatokra utal” (Tóth, 2010). A GIS egy olyan számítógépes rendszer, melyet földrajzi helyhez kapcsolódó adatok gyűjtésére, tárolására, kezelésére, elemzésére, a levezetett információk megjelenítésére, a földrajzi jelenségek megfigyelésére, modellezésére dolgoztak ki. A térinformatika biztosítani tudja számunkra, hogy az adatokból a térbeli elemzéseket követően értékes információkat nyerhetünk ki, amelyek alapjául szolgálhatnak minden olyan szakmai feladat megoldására, melyben a földrajzi helynek meghatározó szerepe

van. A GIS egyetlen rendszerbe integrálja a térbeli és a leíró információkat, alkalmas keretet biztosít a földrajzi adatok elemzéséhez és szemléltetésére, mellyel fontos eszközévé vált a területi kutatásoknak. Erre a módszerre a területfejlesztés során pedig számos esetben szükségünk van, hiszen olyan összetett folyamatok válnak láthatóvá, amelyekre más módszertanok nem lennének képesek rávilágítani (Pénzes et. al., 2014). Ezért a területi kutatásokban egyre fontosabb ezzel a módszertannal dolgozni, vagy kiegészítő jelleggel foglalkozni (Dávid, 2007). A térkép készítés, mint az elemzés hagyományos eszközei, a területi elemzés módszereinek egyik állandó eleme. A térkép sok vizsgálatban csak illusztratív eszköz (pl.: tematikus térkép), de elemzési módszerként is hasznosítható, ha készítése során a GIS integrált műveleteit figyelembe vesszük. A térképes ábrázolás fontos szerepet tölt be:

- a jelenségek -,
- a folyamatok -,
- és egyes objektumok területi törvényszerűségeinek és összefüggéseinek a feltárásában.

A különböző tényezőket ábrázoló térképek összehasonlításának, vagy több tényező egy térképen való ábrázolásának tanulmányozása jelentősen hozzájárulhat jelenségek/folyamatok területi vonatkozásának megismerésében, vagy ok-okozati összefüggések feltárásában. Ennek köszönhetően a térképi ábrázolása egyre inkább előtérbe kerül, így a térinformatika alkalmazása az egyes tudományágakban, többek között a regionális tudományban. Az egyre nagyobb mennyiségben rendelkezésre álló földrajzi egységhez kötött adatoknak köszönhetően a digitális/tematikus térképek alkalmazási területe növekszik.

Az egyes térinformatikai alkalmazások olyan bonyolult felépítésűek, hogy dacára az újító jellegnek, friss és széleskörű innováció képességet szükségeltet. Mindemellet a térinformatikára épülő területi kutatás sem nélkülözheti a térkategóriák világos elméleti és gyakorlati alkalmazásának tisztázását (Dobosi, 2001). Annak ellenére, hogy a legtöbb alkalmazás/program napjainkban felhasználóbarát formát ölt, vagyis hogy minimalizálja a felhasználó által egyszerre értelmezni szükséges információt a felhasználás során, addig a térinformatikai rendszerek a számos és sokrétegű kapcsolataik révén az egyes tudományterületekkel olyan jelentős számú opcionális lehetőségeket kínálnak fel, amire a felhasználók többségének nincs szüksége. A kutatók többsége a rendszer alkalmazásának lehetőségét fontolgatja, de összetettsége miatt nem használja. Az alkalmazás további hátráltató tényezője, hogy térinformatikai rendszerek ismeretének elsajátítására számos, de alkalmazásának megismerésére már kevésbé van lehetőségünk. Mindemelett a legtöbb offline program zárt forráskódú, vagyis fizetnünk kell érte jelentős összeget. Továbbá a programok többsége önmagában nem ér sokat térképi adatok, rétegek nélkül, amelyek beszerzésének több lehetősége van:

- megvehetjük *(ez legális, de jelentős költséggel jár),*
- ellophatjuk *(ez illegális és tudományos körökben etikátlan is egyben),*
- elkészíthetjük *(jelentős időigénnyel jár, valamint magasszintű GIS ismeretet igényel),*
- letölthetjük *(gyakorlatilag lehetetlen).*

A zárt forráskódú programok mellett létezik nyílt (szabad szoftver) is, melynek beszerzése nem szükségeltet pénzügyi finanszírozást és semmi nemű regisztrációt. Általában a megbízhatóságuk nem marad el a kereskedelmi verzióktól, hanem gyakran jobbak azoknál.

Vannak a piacon online alkalmazások is, melyek vagy regisztrációhoz kötöttek vagy regisztrációhoz és előfizetéshez is. Ezen alkalmazások esetében nincs szükségünk térkép rétegek beszerzésére, hiszen a rendszer tartalmazza is ezeket. A nem fizetős online GIS alkalmazások korlátai általában ott vannak, hogy az üzemeltető által nyújtott adatokat tudjuk felhasználni térképek készítéséhez. A fizetős alkalmazások már képesek arra is, hogy az általunk készített adatbázisokat feltöltés után összekapcsolja az adatbázis réteget a térkép réteg attribútumaival.

A térben lejátszódó társadalmi-gazdasági folyamatok megismerésében fontos szerepet játszik az adott ismérv (adat/mutató/tényező) térben való helye/elhelyezkedése, az ismérvek egymáshoz viszonyított helyzete. Hiszen olyan komplex folyamatok zajlanak a térben, melyeket térképes ábrázolás segítségével nélkül, csak nehezen ismerhetünk fel. Azonban azt is meg kell említeni, ahogy Kertész is teszi, „a térinformatika tudománya egyrészt a számítástechnika nyújtotta új lehetőségekből, másrészt abból a társadalmi és tudományos igényből alakult ki, amely a felgyülemelő és lassan kezelhetetlenné váló térinformációk rendszerezését és kezelését sürgette” (Kertész, 1997). Azonban a térinformatikaiban rejlő nagy potenciált és fejlődésének első nagy lökését a természettudomány adta, mely tudományágban a magasszintű térinformatika alkalmazása alapmódszertannak számít napjainkban. Egyetértve Kertész gondolataival meg kell jegyezni, „hogy a térinformatika olyan határtudomány, amely egyfelől az informatikából, számítástechnikából alakult ki, másfelől a tértudományokból – a földtudományokból, térképészetből, a mérnöki és mezőgazdasági tudományokból –, valamint a grafikából nőtt ki” (Kertész, 1997).

A jelenleg gyűjtött adatok/attribútumok többsége a térhez kötődik. Skutai szavaival élve, könnyen „belátható, hogy térinformatikai rendszerünk segítségével a rengeteg számolási munkát sokkal gyorsabban és egyszerűbben elvégezhetjük, mintha ezt „manuálisan” kellett volna megtennünk. Emellett nem lebecsülhető az az előny sem, hogy ugyanabban a közös rendszerben tárolhattuk a térbeli és leíró adatainkat” (Skutai, 2002). A térbeli adatok földrajzilag lokalizálják az egyes elemeket, így olyan többlet információt tárolnak, melyek a térinformatikai vizsgálatok nélkülözhetetlen és egyedi részét képezik. Térinformatika alkalmazása során az alábbi adattípusok kerülnek felhasználásra:

- térfüggetlen/térmentes adatok,
- területi társadalmi-gazdasági adatok,
- digitális alaptérképi adatok,
- módszertani adatok (Jakobi, 2007).

A térinformatika alkalmazása során térbeli műveleteket, vagyis térbeli elemzéseket végzünk, melynek során az adatok értékét és/vagy formáját egy vagy több adatszintre alakítjuk át

különböző elemzések során (Márkus, 2003; Detrekői – Szabó, 2008). Ebből eredően a legtöbb GIS szoftver különböző kutatási kérdésre számos műveleti lehetőséget nyújt számunkra (1 táblázat).

1. táblázat. GIS szoftverek műveletei lehetőségei

Egyszerű műveletek: <i>egy időben csak egy adatszintet érintő műveleti eljárás. Az egyszerűség a térinformatikai műveletek és a felhasználó szempontjából kell értelmezni. Mert sok esetben más módszerekkel nehezen megoldható (bonyolult) kérdésekre is képes választ adni. A folyamat során az adatok és GIS-ben tárolt földrajzi helyzet függvényében kerülnek térbeli egyenletek megoldásra.</i>	
	- geometriai műveletek (helyzeti és topológiai információk felhasználása):
	- irány meghatározás
	- távolságszámítás
	- területszámítás
	- kerületszámítás
	- közelség számítás (legközelebbi szomszéd)
	- koordináta levétel
	- szomszédsági műveletek:
	- övezetgenerálás (adott távolságon belüli terület egy pont körül)
	- puffer-zóna (adatok értékének függvényében kialakult távolságon belüli terület egy pont körül)
	- szomszédsági/távolsági mátrix
- szegélyhatár	
- lekérdezések	
Összetett műveletek: <i>geográfiai helyzetet leíró információhoz kötött, több adatszintről származó adat jellegű másodlagos információkkal folytatott eljárások. Vagyis a különböző leíró jellegű információkat földrajzi információkon keresztül kapcsoljuk össze.</i>	
	- rétegműveletek
	- interpolációs/felületgeneráló művelet
	- hőtérkép
	- kartográfiai modellezés/térképi algebra
	- hálózati műveletek
Nem művelet jellegű eljárás:	
	- tematikus térkép
	- topologikus térkép
	- modellalkotás (pl.: városmodellek)

Forrás: Jakobi, 2007 és Szabó, 2010 alapján saját szerkesztés

A területi információs alkalmazás jellemzően elemző rendszerszemléletből (alkotóelemek közötti összefüggésekből) áll, mely egy megfelelő területi adatbázisra és annak megfelelő geokódokra épül. Ez a két adattípus a legfontosabb infrastrukturális input a GIS alkalmazása során, melyhez nélkülözhetetlen a külső szakértő (kutató) által definiált módszertan, egy

sikeres, érthető és kutatási kérdéseinkre választ adó output eléréséhez. Nemes Nagy szerint azonban területi folyamatokkal kapcsolatos tudományokban „még előttünk áll az a szakasz, amikor az új technikai, informatikai közegben újraépítjük a kvantitatív elemzési kultúra alapjait, legalább addig a szintig, hogy a szakmai-tudományos közönség az eszköztár valós és értő ismeretében tudjon dönteni használatáról vagy mellőzéséről” (Nemes Nagy, 2000).

3. Eredmények

Az ezredforduló derekán a számítástechnika robbanásszerű fejlődése számos olyan megoldási lehetőséget kezdett felkínálni különböző tudományterületeknek, amire eddig nem volt példa. Nem csak az eddig jól ismert módszerek digitalizációját jelentette (természetesen ez is hozzájárult az egyes tudományágak fejlődéséhez, akár a kiértékelési folyamatok felgyorsulása révén), hanem olyan új technológiák bevezetését is eredményezte, amik alkalmazása új és friss lendületet adott bizonyos tudományterületeknek, mint a társadalom-, közgazdaság- és regionálistudomány területeknek és az ezzel foglalkozó szakembereknek. Hiszen nem csak az adatok kezelésében történt jelentős fejlődés, hanem az adatkezelés módszertana is jelentős változáson ment keresztül. Napjainkra a térhez köthető kutatások elméleti eszköztárának szerves részét képezik a térinformatikai rendszerek. De ehhez szükség volt az egyes területek és a térinformatika egymásfelé történő nyitására. Egyértelműen kijelenthetjük, hogy a térinformatika felé nyitó tudományterületekbe teljesen új áramlatokat hozott a technológia ezen fejlődése, mely minden területnek külön-külön, egyedi kihívást jelent/jelentett.

4. Következtetések és javaslatok

A térinformatikában új fejlődési irányokat jelentett az egyes tudományterületek integrálása, melynek eredménye új elméleti és gyakorlati irányokat indukált az egyes tudományokban. Ez a körkörös folyamat pedig a mai napig tart és a további fejlődés irányába mutat. Ezért a térinformatikai ismeretek megszerzése után a folyamatos ismeretbővítés elengedhetetlen ezen körkörös és intenzíven fejlődő eszköz kapcsán.

Köszönetnyilvánítás



A tanulmány az Emberi Erőforrások Minisztériuma ÚNKP-18-3 kódszámú Új Nemzeti Kiválóság Programjának támogatásával készült.

Hivatkozott források

Dávid, L. – Baros, Z. (2007): A possible use of indicators for sustainable development in tourism, ANATOLIA: AN INTERNATIONAL JOURNAL OF TOURISM AND HOSPITALITY RESEARCH 18 : 2 pp. 349-355. , 7 p.

Detrekői, A. – Szabó, Gy. (2008): Térinformatika. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest, 380 pp. ISBN: 9789631952667

Dobosi, E. (2001): A regionális elemzések módszertani kérdései. Elméleti megfontolások, A Gazdaságelemzés Módszerei, 2001/II. szám, Ecostat

Pénzes, J. – Bujdosó, Z. – Dávid L. - Radics Z. - Kozma G. (2014): Differing development path of spatial income inequalities after the political transition - by the example of Hungary and its regions, EKONOMIKA REGIONA / ECONOMY OF REGION 2014 : 1 pp. 73-84. , 12 p.

Jakobi, Á. (2007): Tér, információ és társadalom: a társadalom területi kutatásának térinformatikai eszköztára. – Tér és Társadalom 21. évf., 2007/1; p. 131-143. ISSN 0237-7683

Káposzta, J – Nagy, H. - Varga-Nagy, A. (2018): Is ICT smartness possible development way for Hungarian rural areas? Engineering for Rural Development , pp. 463-469

Kertész, Á. (1997): A térinformatika és alkalmazásai, Budapest, Holnap Kiadó. p. 9-12. ISBN: 9633461995

Márkus, B. (2003): Térbeli műveletek. Nyugat-Magyarországi Egyetem, Geoinformatikai Főiskolai Kar, Székesfehérvár.

Nagy, H. – Illés, B. – Káposzta, J. – Donnik, I. (2017): Clusters and concentration of businesses in regions of some European countries as tools for economic development, Engineering for Rural Development, pp. 248-253

Nemes Nagy, J. (2000): Másfél évtized után ismét a hazai területi kutatások mennyiségi elemzési kultúrájáról, ELTE Regionális Földrajzi Tanszék Regionális Tudományi Füzetek 6. kötetének elektronikus változata,
http://geogr.elte.hu/REF/REF_Kiadvanyok/REF_RTT_06/RTT-6hu.html#Tim%C3%A1r%20Judit [Download: 2019.01.10.]

Skutai, J. (2002): Térinformatika, Elméleti jegyzet, Gödöllő, p. 5.

Szabó, G. (2010): Quantum GIS - Felhasználói kézikönyv, 57 p.

Tóth, T. (2010): Területfejlesztés, Gödöllő, p. 84-86.

Térfelosztási módszertanok vizsgálata a területi kutatásokban

Áldorfainé Czabada Lilla¹

Összefoglalás

A regionális kutatások egyik alapvető kérdése, hogy milyen területi szinten érdemes elemezni a vizsgált kérdéskört vagy problémát, legyen szó országos szintű fejlesztési koncepcióról vagy helyi szintű, településfejlesztési stratégiáról. Az országos szintű regionális vizsgálatokban mindig is fontos szerepe volt a tér különböző szempontú felosztásának, az egyes térrészek valamilyen típusba történő besorolásának. A közigazgatási határokon felül a különböző fejlesztési tervek meghatároznak egyéb, valamilyen szempontból (a legtöbb esetben gazdasági, társadalmi mutatók alapján) egybetartozó térségeket. A már létező területi besorolások mellett a regionális kutatók is gyakran alkalmaznak a saját vizsgálati céljaiknak megfelelő, absztrakt tereket, előfordulhat azonban az is, hogy az absztrakt tér a vizsgálat eredményeképpen születik meg. Kutatásomban arra törekszem, hogy főként Magyarországra vonatkoztatva összegyűjtssem az eddig alkalmazott főbb módszertani megközelítéseket, amelyek segítségével a szakemberek kísérletet tettek hazánk területének szempontok szerinti felosztására. Ezek között találhatunk mezőgazdaság-orientált, hátrányos helyzetet meghatározó, gazdasági koncentrációt vizsgáló vagy funkcionalitást kereső kutatásokat is. Céлом javaslatot tenni egy olyan térfelosztási rendszer kialakítására, amely a fejlesztési javaslatok érdekében reális képet ad Magyarország gazdasági, társadalmi folyamatairól.

Kulcsszavak: térfelosztás, módszertan, területi szintek, fejlesztés, körzet

JEL kód: R12, R14, R15

1. Bevezetés

Egy ország területének kisebb területi egységekre történő tagolását többféle célrendszer is indokolhatja. A legalapvetőbb térségi lehatárolások természeti alapokon nyugszanak, de szinte ugyanakkora jelentőséggel bírnak a közigazgatási kritériumok alapján egybe tartozó térségek is. Mind a két kategóriában léteznek kisebb és nagyobb (mikro és makro) téregységek is, amelyek a fejlesztési célokat nézve erőteljesen befolyásolhatják azok megvalósíthatóságát, hatásait és eredményeit. Ilyen például a LEADER térségek kialakításának metodikája, a várostérségek, városrégiók, agglomerációk, vonzáskörzetének kijelölése vagy például a hátrányos helyzetű területek meghatározása. Az Európai Unió és sokszor nemzeti elvárásoknak megfelelően a különböző léptékű területi egységeknek rendelkezniük kell

¹ tanársegéd, Szent István Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar, Regionális Gazdaságtani és Vidékfejlesztési Intézet, Gödöllő; aldorfaine.czabada.lilla@gtk.szie.hu

fejlesztési tervekkel, koncepciókkal, amelyeket egy bizonyos szint után rendkívül nehéz összhangban kezelni egymással. Ennek oka lehet a fentiekben említett, különböző határokkal rendelkező fejlesztési egységek sokfélesége, amelyhez hozzájárul még, hogy sok esetben a legkisebb területi léptékre (jellemzően a települési szint) egyszerre több fejlesztési terv is vonatkozik.

2. Irodalmi áttekintés

Nemes Nagy (2017) szerint a földrajzi megközelítésekhez, a különböző területi szintek kialakításához és regionális kutatásokhoz kapcsolódóan elmondható, hogy a tér egyedi alegységekkel rendelkezik, így egyedi tulajdonságokkal rendelkező részekre bontható. Ezeket a területi egységeket használják a leggyakrabban az elemzések alapjául, azonban fontos kiemelni, hogy önálló belső, nem homogén területi struktúrájuk van, ezáltal nem kezelhetők egységes dimenzióként. Annak érdekében, hogy megvizsgálhassuk az általunk vizsgált egység területi folyamatait, létrehozhatjuk a saját vizsgálati teszt területünket. Általában ezek már létező közigazgatási határok mentén kerülnek kialakításra, de sok esetben a területi egység kialakítása képezi a kutatás tárgyát. Ez azt is jelentheti, hogy a vizsgálat közigazgatási határokon belül zajlik, de a megfelelő megvalósítás érdekében meghatározhatjuk a saját területi bontásunkat, amely gyakran gazdasági körzetek kialakítását eredményezi.

Az Amerikai Egyesült Államokban az Economic Development Administration (EDA) nevű szervezet szövetségi kormányhivatalként hat regionális irodával a fenntartható, helyi kezdeményeseken alapuló gazdaságfejlesztési célok megvalósulásáért működik. A gazdasági körzetek (Economic Development District – EDD) lehatárolásának folyamata követi a szervezet elveit. Az a régió kaphat gazdasági körzet minősítést, amelynek területének legalább egy egybefüggő földrajzi terület található és rendelkezik a helyi kormányzati szervek, vállalkozások, civil szervezetek és a lakosság által megalkotott és koordinált Átfogó Gazdaságfejlesztési Stratégiával. Tehát egy valamilyen szempontból összetartozó területet alkotóknak (települések, megyék stb.) maguknak kell határozni arról, hogy egységbe kívánnak tartozni. Az EDA széles skálán kínál számukra támogatásokat, az utóbbi években az infrastrukturális, kapacitásbővítés és az építkezés területén került sor a legnagyobb fejlesztésekre. Érdekes, hogy a támogatások egyharmad része urbanizált területekre, míg kétharmad része rurális területekre jutott (U.S. Economic Development Administration, 2019)

A gazdasági körzetek egy speciális, valóban fejlesztési célú formája a Különleges Gazdasági Körzetek vagy Szabad Gazdasági (vállalkozási) Zónák (Special Economic Zone – SEZ, Free Enterprise Zone – FEZ). Különleges Gazdasági övezeten „olyan közigazgatási területet, vagy egy térségben elhelyezkedő, meghatározott kapcsolati rendszerben működő közigazgatási vagy ún. akcióterületek egységét értjük, amelyeken belül egy vagy több gazdasági és adminisztratív szabályozó eltér az adott ország egészére vonatkozó szabályoktól (például adókedvezmények, kereskedelmi előnyök, pénzügyi ösztönzők)” (Dankó, 1998; 26). A szigorúan vett üzleti célok

mellett a gazdasági körzetek céljai közt szerepel általában a regionális fejlődés támogatása. A világon több, mint 5000 Különleges Gazdasági körzet létezik. A vezető nemzetek közé tartozik Kína 100 feletti, az USA 50 feletti, az Egyesült Arab Emírségek 42 és Oroszország 25 gazdasági körzettel. Európát tekintve Írországé és Lengyelországa a vezető szerep, előbbi 20, utóbbi 14 különleges körzetet számlál. Mivel a körzetek alapelvei közé tartozik a regionális fejlődés támogatása, nagyon sokféle formában létezhetnek, például: orvosi technológiákra épülő, külföldi üzleteket, befektetéseket és innovációt támogató, elektronikai ágazatra építő, ipari termelésen alapuló, kikötők köré tömörült vagy éppen turizmus és rekreáció jellegű körzeteket is megfigyelhetünk (Nagy et al., 2017; Golubkin et al., 2017).

3. Anyag és módszer

Kutatásomban főleg az irodalmi áttekintés és a dokumentumelemzés módszertanát alkalmazom annak érdekében, hogy releváns információkat szerezzek a jelenleg érvényben lévő és alkalmazható térfelosztási módszerekről Magyarországon. Számos kutató és szakértő készített területi lehatárolással foglalkozó tanulmányokat, azonban ezek jó része csak egy speciális problémára, ágazatra, kérdésre fókuszál a komplex megközelítés a legtöbb esetben hiányzik. Ennek köszönhetően ezek a kutatások (például az agrártermelés területi jellemzőivel foglalkozó, vagy csak a vidéki területekre fókuszáló tanulmányok csak érintőlegesen kerülnek megemlítésre jelen tanulmányban). Azokat a térfelosztási rendszereket emelem ki, amelyek „hivatalos” forrásokból származnak, azaz valamilyen országos szintű kormányzati szerv által kerültek kidolgozásra. A teljesség igénye nélkül, a jelenlegi helyzet felvázolásának érdekében áttekintem a vonatkozó Országos Területfejlesztési Konceptiókat, kormányrendeleteket és törvényeket az elmúlt évtizedekből.

4. Eredmények

Magyarország esetében a Különleges Gazdasági Körzetek a leginkább Szabad vállalkozási övezetként jelennek meg. Ennek alapjául az 1996. évi XXI. törvény szolgált, amely az Országos Területfejlesztési Konceptió megalapozása mellett határozott arról is, hogy a kormány a regionális fejlődés elősegítése érdekében vállalkozási övezeteket hozhat létre. Azok a térségek lehetnek vállalkozási övezetek, amelyeket a Kormány jelöl ki, közigazgatási határokkal meghatározhatók, működésüket regionális gazdaságfejlesztő szervezet koordinálja. 1996-ban a kormány 8 területet jelölt ki szabad vállalkozási övezetként, amelyek főként az észak-keleti és a dél-nyugati határ mentén helyezkedtek el (Dankó, 1998; 1996. évi XXI. tv.). A határmenti, perifériális elhelyezkedés hátterében a már ismert történelmi, gazdasági, társadalmi és településhálózathoz kapcsolódó okok húzódnak meg (Pénzes et al, 2014). Később A 15/2018 kormányrendelet a szabad vállalkozási zónák körébe vonta a 290/2014 kormányrendeletben meghatározott hátrányos helyzetű, fejlesztendő és komplex programmal fejlesztendő járások településeinek körét, valamint további, gazdaságfejlesztési és foglalkoztatáspolitikai szempontból hátrányos helyzetű településeket.

A 290/2014 kormányrendelet négy dimenzió mentén csoportosított indikátorrendszert használ a kedvezményezett járások lehatárolására. Az egyes dimenziók a szociális és demográfiai helyzet, a lakás és életkörülmények, a helyi gazdaság és foglalkoztatás, illetve az infrastruktúra és környezet témakörök mentén tartalmaz mutatócsoportokat. Az így kialakított, normalizálási eljárással készített) komplex indikátor eredményei szerint a legalacsonyabb pontszámmal rendelkező területek vannak a leginkább hátrányos helyzetben (15/2018. és 290/2014. Korm. rendelet). Gyakorlatilag ez azt is jelenti, hogy a szabad vállalkozási zónák területe egybe esik a leghátrányosabb helyzetű települések körével.

A hátrányos helyzetű területek (vagyis a szabad vállalkozási övezetek) közös vonása, hogy a mezőgazdasági szektor nagy szerepet játszik/játszott a gazdasági életükben és a fejlesztési lehetőségeikben – köszönhetően a már említett történelmi és gazdasági sajátosságoknak. Ez a vonal megjelenik mind az országos vagy regionális szintű területfejlesztési koncepciókban, mind a kisebb területi szintekhez kötődő fejlesztési stratégiákban. Az 1996-os Országos Területfejlesztési Koncepcióban például az átlagosnál fejletlenebb területeket négy csoportba sorolták: társadalmi-gazdasági szempontból elmaradott térségek; ipari szerkezetváltás által érintett térségek; mezőgazdasági (rurális) vidékfejlesztés térségei és az előbbi kategóriákba nem sorolható, tartós munkanélküliséggel küszködő térségek (Ónodi et al., 1999). A mezőgazdasági (rurális) vidékfejlesztés térségei elnevezés jól mutatja a mezőgazdaság és vidékfejlesztés fogalmának összefonódási folyamatának kezdetét, az agrárpotenciálra és a termelékenység növelésére építő vizsgálatok kimerülését, valamint az EU által preferált megközelítések térnyerését. A vidékfejlesztés kapcsán fontos megemlíteni, hogy megjelentek a vidéki, fejlesztendő területek lehatárolását segítő elképzelések, amelyek a tér újabb típusú felosztását tették lehetővé.

A későbbi tanulmányok, fejlesztési koncepciók és EU-s elvek a mezőgazdaságot már inkább a vidékre, a vidéki területekre jellemző ágazatként és vidékfejlesztés fogalmával együtt kezelik. Ez nem csupán a klasszikus értelemben vett mezőgazdaságot jelenti, új értelmezések is születtek, mint például a mezőgazdasági diverzifikáció, agroturizmus, falusi turizmus stb. Ezzel párhuzamosan a turizmus szerepe és jelentősége is növekedni kezdett, a politikai döntéshozók mind nagyobb jelentőséget tulajdonítottak az ágazatnak a kedvezményezett, perifériális területek fejlesztésében is (Dávid et al., 2011). A megelőző időszakok fejlesztési koncepcióiban is szerepeltek kiemelt turisztikai térségek, ám ezek köre jórészt a Budapesti agglomeráció és a Balaton területére korlátozódott. A 2016. évi CLVI. törvény meghatározta a turisztikai térség, valamint két rendelettel (429/2016, 140/2017) kiegészítve a kiemelt turisztikai térségek fogalmát és a hozzájuk tartozó települések körét. Kiemelt turisztikai térségként kezelendő a Balaton, Sopron-Fertő, Tokaj, Felső-Tisza és Nyírség, Debrecen, Hajdúszoboszló, Hortobágy és a Tisza-tó, valamint a Dunakanyar. Megjegyzendő, hogy az eddig tárgyalt besorolási formákkal (hátrányos helyzetű járások és települések, szabad vállalkozási övezetek) összevetve elmondható, hogy a turisztikai térségek által lefedett területek települései egybeesnek az

előzőekben felsorolt típusok területeivel (legjellemzőbb ez az észak-keleti határvidékeken) (Áldorfainé-Oláh, 2018).

A ruralitás tényezői után a térfelosztást az urbánus oldalról vizsgálva megállapítható, hogy urbaniasodás, az agglomerálódás területi kimutatására is léteznek különböző módszerek. Ezek jórészt az agglomerációkra, a magterületek és a velük szomszédos települések népsűrűségi adataira, intenzív kapcsolatára és annak vizsgálatára építenek. Ezen területek jellemzői általában különböznek a hátrányos helyzetű, vidéki területek sajátosságaitól, így lehatárolásuk oka és fejlesztési programjuk kialakítása is más megközelítést kíván. Az urbanizált területeken a SMART megoldások alkalmazása már megkezdődött, sőt szükségszerű, míg az elmaradottabb térségekben nem elsődleges, csak a hosszú távú jövőkében szerepel (Káposzta et al., 2018). Az agglomerációk, agglomerálódó területek lehatárolásánál is felfedezhetünk egyezéseket a különböző területi osztályozások között. A KSH szerint a Balaton és környéke az agglomerálódó térségek kategóriájába tartozik, így speciális fejlesztési terveket kíván, miközben számos települése a kiemelt turisztikai fejlesztési térség területébe is belesik, továbbá több települése a fejlesztendő járások települései is egyben (Hidas, 2014).

A jelenleg hatályos Országos Fejlesztési és Területfejlesztési Koncepció határoz a Térségi Fejlesztési Tanácsok működéséről és az előző fejlesztési koncepciókra alapozva lehatárolja az illetékességei területeiket. A rendelet alapján napjainkban kilenc Térségi Fejlesztési Tanács működik, amelyek közül kettő kiemelt fejlesztési tanács, név szerint a Balaton Fejlesztési Tanács, valamint a Tokaj Borvidék Fejlesztési Tanács. (Megjegyzés: a Budapesti agglomeráció a fejlesztési tanácsok szempontjából is kiemelt térség, azonban nincs önálló fejlesztési szervezete.) Megfigyelhető, hogy néhány tanács fennhatósági területe magában foglal néhány (kiemelt) turisztikai térségben is szereplő települést (például Balaton, Sopron-Fertő, Tokaj, Felső-Tisza vidék és Nyírség). A területi felosztásban megjelennek azonban majdnem új elemek is, például a Duna-Tisza Köze Homokhátság Fejlesztési Tanács, amelynek illetékességébe tartozó területek, amelyek egy része az eddig bemutatott lehatárolások közül a hátrányos helyzet meghatározásánál jelent meg. A koncepció az adott terület sajátosságait figyelembe véve a tanács feladatait és a tanácsok összetételét is meghatározza. Kötelező tagként a megyei közgyűlés elnöke és egy tag van megjelölve, a helyi vállalkozások, civil szervezetek meghívott vendégként szerepelhetnek (Kocsor, 2016). A tanácsok létrehozása alulról felfelé jövő, a helyi adottságot figyelembe vevő kezdeményezésnek is felfogható, ha azt vesszük alapul, hogy például a Duna-Tisza Köze Homokhátság területén nem élvez prioritást a turizmus, viszont egyedülálló természeti, gazdasági és foglalkoztatáshoz kapcsolódó problémáik vannak. Fejlesztési stratégia megírására azonban a koncepció nem kötelezi a tanácsokat.

A területi felosztást szorgalmazó kezdeményezések közül a LEADER az, amelynek rendszere lefedi majdnem az ország egész területét és egyben garantálja azt, hogy minden alegység rendelkezzen érvényes fejlesztési politikával. A LEADER, mint közösségi kezdeményezés 1991-ben indult az Európai Közösség jóvoltából. A helyi közigazgatás szervek, a vállalkozások

és civil szervezetek összefogására épít és a résztvevőknek saját döntéshozatali jogkört ad, amelyet hét alapelv mentén szükséges megvalósítani: terület alapú fejlesztés, alulról felfelé építkezés, háromoldalú partnerség, innováció, integrált, ágazatközi megközelítés, hálózati működés, együttműködés. A Helyi Fejlesztési Stratégiák megvalósítása érdekében 10 és 100 ezer fő közti településcsoportokat (Helyi Akciócsoportok) hoz létre egybefüggő, egységes földrajzi területeken (Térport, 2012).

A kezdeményezés mögött meghúzódó elmélet nagyon hasonló a tanulmány elején bemutatott amerikai példához, mégsem teljesen ugyanaz, legfontosabb különbség a cselekmények sorrendjében rejlik. Az Egyesült Államokban a gazdasági fejlődési körzetet alkotni kívánó területi egységek maguk, felső utasítástól függetlenül döntenek el, hogy egy gazdasági körzetet kívánnak alkotni. Amikor a tagok köre kialakul, a helyi kormányzati szervekkel, vállalkozásokkal és civil szervezetekkel kooperációban elkészítik az átfogó fejlesztési stratégiájukat, majd ezt nyújtják be ellenőrzésre és bírálatra a szövetségi kormányhivatalnak. A LEADER esetében a már kialakított maximum 100 ezer főben limitált csoportok a már meglévő besorolási területre készítik a fejlesztési tervet, így az együttműködők köre eleve adott.

5. Következtetések és javaslatok

Konklúzióként elmondható, hogy a terület különböző szempontú felosztásának hosszú történelme van Magyarországon. A főbb fennálló problémákat már évtizedekkel ezelőtt felismerték, rögzítették és ahogy láthattuk, számos kísérlet született a megoldásukra. Az elmúlt évek fejlesztési koncepcióban különböző módszerekkel meghatározott speciális térségtípusok arról árulkodnak, hogy a lehatárolásukra alkalmazott számos módszer ellenére nincs olyan vizsgálat, vagy fejlesztési terv, amely átfedések nélkül, alacsonyabb területi szintekről indulva képes lett volna a stratégiák megalkotásánál hatékonyan alkalmazható területi felosztást kialakítani. Ezt támasztja alá az is, hogy számtalan település tartozik egyszerre kettő, vagy akár három valamilyen szempontból kiemelt térségtípusba. A hozzájuk tartozó speciális fejlesztési elképzelések és a kicsit nagy ívű, általános célkitűzések együttes megvalósítása nehézkes, főként, ha megfigyeljük, hogy legtöbb átfedésben lévő település a hátrányos helyzetű, vagy éppen a leghátrányosabb helyzetű térségekben lokalizálható. Ezen területek esetében érdemesebb volna előbb a „makro” fejlesztési térséget „mikro” elemekre bontani, s a helyi adottságokat felmérve (akár a nagyobb területi léptékű fejlesztési stratégiákhoz alkalmazkodva) használni a már többször megjelenő komplex indikátorrendszert. A statisztikai adatokat empirikus vizsgálatokkal kiegészítve hitelesebb képet lehetne adni az adott területeken fennálló helyzetképről, amelynek segítségével könnyebben és reálisan megvalósítható tervek kerülhetnének megfogalmazásra.

Köszönetnyilvánítás



A tanulmány az Emberi Erőforrások Minisztériuma ÚNKP-18-3 kódszámú Új Nemzeti Kiválóság Programjának támogatásával készült.

Hivatkozott források

15/2018. (II. 13.) Korm. rendelet a szabad vállalkozási zónák létrehozásának és működésének, valamint a kedvezmények igénybevételének szabályairól szóló 27/2013. (II. 12.) Korm. rendelet módosításáról. Internetes forrás. Magyar Közlöny No.18. 2018 658-684p. On-line: <http://www.kozlonyok.hu/nkonline/MKPdf/hiteles/MK18018.pdf> Elérve: 2019.03.01

1996. évi XXI. törvény. Internetes forrás On-line: <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=99600021.TV> Elérve:2019.02.28.

2016. évi CLVI. törvény. Internetes forrás On-line: <https://mkogy.jogtar.hu/jogszabaly?docid=A1600156.TV>

290/2014. (XI. 26.) Korm. rendelet a kedvezményezett járások besorolásáról. Internetes forrás. On-line: <http://www.kozlonyok.hu/nkonline/mkpdf/hiteles/mk15056.pdf> Elérve: 2019.03.01.

429/2016. (XII. 15.) Korm. rendelet a turisztikai térségek és a kiemelt turisztikai fejlesztési térségek meghatározásáról. Internetes forrás On-line: <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=A1600429.KOR>

140/2017. (VI. 9.) Korm. rendelet a turisztikai térségek és a kiemelt turisztikai fejlesztési térségek meghatározásáról szóló 429/2016. (XII. 28.) Korm. rendelet módosításáról. Internetes forrás On-line: https://net.jogtar.hu/getpdf?docid=A1700140.KOR&targetdate=ffffff4&printTitle=140/2017.+%28VI.+9.%29+Korm.+rendelet&referer=http%3A//net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy_doc.cgi%3Fdocid%3D00000001.TXT

Áldorfainé Cz. L. - Oláh I. (2018): The role and the importance of the economic districts in the regional development. Challenges in the Carpathian Basin Innovation and technology in the knowledge based economy. pp 16-26.

Dankó L. (1998): A hazai különleges gazdasági övezetek fejlesztésének marketingsajátosságai. Marketing&Menedzsment 32. évf. 5. szám pp. 26-30.

Dávid L. - Tóth G - Bujdosó Z. - Remenyik, B. (2011): The role of tourism in the development of border regions in Hungary, Romanian Journal of Economics. 32. évf. 2. szám pp. 109-124.

Golubkin I. - Bukharova M. - Leonid Danilov L.(2017): Russian Special Economic Zones: Business Navigator. Association of Clusters and Technology Parks. – Moscow: AKIT, 2017. 148 p. Internetes forrás. On-line: [http://admin.ved.gov.ru/uploads/Business%20Navigator%20\(1\).pdf](http://admin.ved.gov.ru/uploads/Business%20Navigator%20(1).pdf) Elérve: 2019.03.01.

Hidas Zs. (szerk) (2014): Magyarország Településhálózata I., Agglomerációk, településegységek, Központi Statisztikai Hivatal

Káposzta J. - Nagy H. - Varga-Nagy A. (2018): Is ICT smartness possible development way for Hungarian rural areas? Engineering for Rural Development, pp. 463-469

Kocsor K. (2016): Térségi Fejlesztési Tanácsok Magyarországon, Falu Város Régió. Nemzetgazdasági Minisztérium, Budapest, 2016 No.1. pp 9-14.

Nagy H. - Illés B. - Káposzta J.- Inna D.(2017): Clusters and concentration of businesses in regions of some European countries as tools for economic development, Engineering for Rural Development pp. 248-253.

Nemes Nagy J.(2017): Terek, helyek, régiók (Digitális kiadás.) Budapest, Akadémiai Kiadó
On-line: https://eisz.mersz.org/?xmlazonosito=dj194thr_43_p1#dj194thr_43_p1 Elérve: 2019.02.22

Ónodi G.- Podmaniczky L.- Ángyán J. – Skutai J. (1999): A halmozottan hátrányos helyzetű térségek lehatárolása. In. Kovács F. – Dimány I.- Szűcs I. (szerk): A mezőgazdaság szerepe a halmozottan hátrányos helyzetű térségek fejlesztésében pp. 17-28., Magyar Tudományos Akadémia Agrártudományi Osztálya, Budapest

Pénzes J. - Bujdosó Z. - Dávid L. - Radics Z. - Kozma G. (2014): Differing development path of spatial income inequalities after the political transition - by the example of Hungary and its regions EKONOMIKA REGIONA / ECONOMY OF REGION 2014/1 pp. 73-84 p.

Térport (2012). Internetes forrás. On-line: <http://www.terport.hu/videkfejlesztes/leader>. Elérve: 2019.02.27.

U.S. Economic Development Administration. EDA (2017): Informational Brochure. Internetes forrás On-line: <https://www.eda.gov/pdf/about/EDA-trifold-2017.pdf> Elérve: 2019.03.04

Gyakorlatias környezetismeret óra kisiskolásoknak – a jövő gombafogyasztói(?)

Almádi Bernadett¹ – Lajos Attila²

Összefoglalás

2016-ban indította útjára a BioFungi Termelő- és Kereskedelmi Kft. az iskola gomba programját, amellyel az volt a célja, hogy a leendő gombafogyasztók egy átfogó képet kapjanak a gombáról, mint élelmiszerről. Ezen keretek között kellett az első lépéstől, azaz a termesztéstechnológiától, egészen a fogyasztói lánc végéig, azaz a gomba élelmiszerként történő elfogyasztásában részt venniük. A folyamatban a kisiskolások megismerhették a gomba természetét, struktúráját, felhasználási formáit, illetve olyan információkhoz juthattak, amely a felnőtté váláskor is hasznos lehet számukra és képesek lesznek majd az őket követő generáció számára is átadni azt. Kutatásunk arra helyezte a hangsúlyt, hogy hogyan változik azon kisiskolások gomba iránti attitűdje, akik részt vettek a programban, illetve összességében milyen attitűdök jellemzik ezt a korosztályt. Fontos kérdés volt, hogy képesek-e meglévő információjuk, tudásuk alapján a gombát elhelyezni az élelmiszerfogyasztói láncban, valamint az egy hetes program után változik-e viselkedésük a gombafogyasztás terén. Kutatásunkban megfigyelést és kérdőíves felmérést folytattunk.

Kulcsszavak: egészséges életmód, gomba, gyerekek.

JEL kód: M30

1. Bevezetés

Napjainkban az egészséges életmód, a betegségmegelőzés és a tudatos táplálkozás fokozott figyelmet érdemel, és szerencsére már kap is a társadalomban, ebben lehetne nagyobb teret biztosítani a gombáknak, úgy is mint egészséges élelmiszernek és mint funkcionális élelmiszernek is. Sajnos Magyarországon a gombák felhasználásának nincs hagyománya, ez nagyrészt az ismeretek hiányából és a bizalmatlanságból fakad. Fontos, hogy megtaláljuk a fiatalokhoz legideálisabb elosztási és kommunikációs csatornát Józsa és Kiss (1992). Perry és Murray (1992) egyet ért abban, hogy a táplálkozás terén is fontos a fiatalok oktatás, hiszen ezen életszakasz az amelyben legintenzívebb a tapasztalatok szerzése.

¹ tanársegéd, Szent István Egyetem, Gazdaság és Társadalomtudományi kar; almadi.bernadett@gtk.szie.hu

² egyetemi docens, Szent István Egyetem, Gazdaság és Társadalomtudományi kar; lajos.attila@gtk.szie.hu

2. Irodalmi áttekintés

A táplálkozás minden kultúrában mindig közgazdasági, társadalmi és közgazdasági szempontból elsőbbséget élvezett és elsőbbséget élvez. Minden gazdasági ágazatnak az élelmiszeriparon belül megvan a maga hosszabb – rövidebb múltja (Szakály 2001). A gombatermesztés viszonylag rövid múltra tekint vissza, mintegy másfél évszázados történelemmel rendelkezik, hazánk még 1938-ban a világ egyik gombatermesztési nagyhatalmának számított, harmadik helyet foglalta el a világon közvetlenül Franciaország és az Amerikai Egyesült Államok mögött (Uzonyiné, 1971), mára azonban mind termelésben, mint fogyasztásban kevésbé előkelő helyet foglal el. A gombákat táplálkozási szempontból elsősorban húspótló élelmiszerekként szokás emlegetni (Seiler 1937), bár a fehérje tartalmuk mindössze 2 és 5 % közé esik fajtól függően, így igazából a közepes fehérje tartalmú élelmiszerek közé sorolhatjuk. A gombafehérjék értéke viszont az állati fehérjékkel közelinek tartják (Vetter 1999) (Vetter – Rimóczi 1993) Casamitjana (1978). A gombák átlagosan 90 % vizet és 10 % száraz anyagot tartalmaznak, magas víztartalma miatt se a húshoz se a zöldségekhez nem hasonlíthatóak étkezési szempontból Vetter (2010). Szili (2008) a gombákat magas víztartalmuk miatt a zöldségféléhez sorolja. Más megközelítésben a gombák a funkcionális élelmiszerek csoportjába is sorolhatóak, ugyanis

Szakály (2011) a funkcionális élelmiszerekkel kapcsolatos követelményeket az alábbiak szerint foglalja össze:

- Az élelmiszer egyrészt beépíthető legyen a mindennapi étkezésre, pozitív hatással van az egészségre
- Biztonságos a kiegyensúlyozott táplálkozás és az élelmiszerbiztonság szempontjából
- Az élelmiszer vagy annak összetevőjének hasznossága tudományos tényeken alapuljon

A gombák gyógyhatásával kapcsolatban számos kutatást folytattak, kiemelve azok immunerősítő, vérnyomáscsökkentő hatását (Lelley 1999; Lelley 2008). Pozitív eredményeket értek el daganatos betegségek, AIDS, kemoterápiás kezelések mellékhatásainak csökkentésében. (Mizuno 1984) (Sarah et Al, 2000) Chang – Miles (2004). A természetes eredetű gyógyhatású termékek iránti, gombák porított és kapszulázott formában is a kereslet folyamatos növekedést mutat (Geösel et al. 2009). Az érték keresése az egyik fő tendencia, amely korunk fogyasztójának vásárlási szokásait alakítja s az így kialakított értékrend meghatározza az általános magatartást, ezen belül alapvetően hat az élelmiszerfogyasztói magatartásra is (Komáromi, 1997). Feltételezhető, hogy a fiatalok élelmiszerpreferenciája változhat attól függően, hogy milyen környezetben vannak. Bár a fiatalokat sokszor tekintik szokásaiak rabjainak (Warwick et al. 1997), mégis előre vetíthető, hogy az élelmiszerpreferenciák egységessége nem mutatkozik meg otthon, az iskolában és a társadalmi környezetben.

Paavo Airola (1978, 1984) véleménye szerint a legfontosabb feladata az egészségnevelésnek, hogy az emberiség táplálkozástudatossága kialakuljon. Nagy kihívást fog jelenteni a táplálkozástani nevelés, különösen Brown et. al. (2000B)(2000A) megállapításának tükrében, ami szerint a fiatalokat nem lehet rákényszeríteni arra az ételre, amit nem szeretnek vagy nem akarnak megvenni.

3. Anyag és módszer

2016 tavaszán indította el a Bio – Fungi Kft. az un. „Iskolagomba” programját. A program célja, hogy megismertessék a gombákat, gombatermesztés rejtelseit az általános iskolás gyerekekkel.

A módszer lényege, hogy a kiválasztott iskolákba termőre forduló alapanyaggal teli műanyag ládákat helyeztek ki, a gondozáshoz szükséges segédeszközökkel egy hétre. A gombatermesztő felszerelést oktatási segédletekkel, poszterekkel, brosúrákkal látták el. A diákok egy héten keresztül szemmel tudták követni a gombák életét, gondoskodtak az a gondozásukról, megismerkedtek a táplálkozási előnyeivel.

A Bio Fungi Kft és a Földkelte Egyesület közreműködésével juttattuk el több iskolába a csiperkegomba termesztő egységcsomagokat, segítettük a tanítók munkáját ismeretterjesztő előadásokkal. Felső tagozatos diákokkal környezetismert óra keretében a szarvasgombák világával is megismerkedhettek. A program végén szülői és oktatói szóbeli engedéllyel rövid kérdőíveket töltöttek ki a diákok. A program összesen 2 éven át tartott 2018. októberében ért véget. A Bio Fungi Kft. gondozásában jelenleg is folytatódik.

Alkalmazott módszereink:

- Megfigyelés
- Kérdőíves felmérés a diákok körében

A kérdőíveket SPSS programmal értékeltük, valamint leíró statisztikai kimutatást végeztünk.

A programban 880 gyerek vett részt a közreműködésünkkel, ebből 32 fő 12 éves, felső tagozatos.

Kérdőívet az alsó tagozatos gyermekek töltöttek ki, koruk 7 – 10 év között volt. A gombatermesztő ládák a gyerekek osztálytermében, ill. az iskola erre a célra elkülönített részén kerültek kihelyezésre.

Hipotéziseink az alábbiak voltak:

H.1.: A gyerekek gombafogyasztás terén a családi mintát követik.

H.2.: Gombafogyasztásukkor az előítéleteik vezérlik őket.

4. Eredmények

A kitöltött kérdőívek közül 556 db volt hiánytalanul kitöltve, így ezek kerültek kiértékelésre kizárólag. A hiánytalanul kitöltött kérdőív kitöltőiből 257 fő volt fiú és 298 fő lány. Elmondásuk alapján a gyerekek 47,1 %-a szereti a gombát és szívesen fogyasztja. Fontosnak tartottuk, hogy a kutatás során a gyerekek közvetlen kapcsolatba kerüljenek a csiperkegombával, ezért azt kézbe vették, darabolták. A kérdőívben érdeklődtünk a gomba iránti első benyomásukról, a gombát rossz illatúnak tartotta a gyerekek 46 %-a, és mindössze 29,1 % tartotta kellemes illatúnak. Többnyire a „föld szagú” „büdös” kifejezésekkel illették. A többi válaszadó szagtalannak nyilvánította a gombákat.

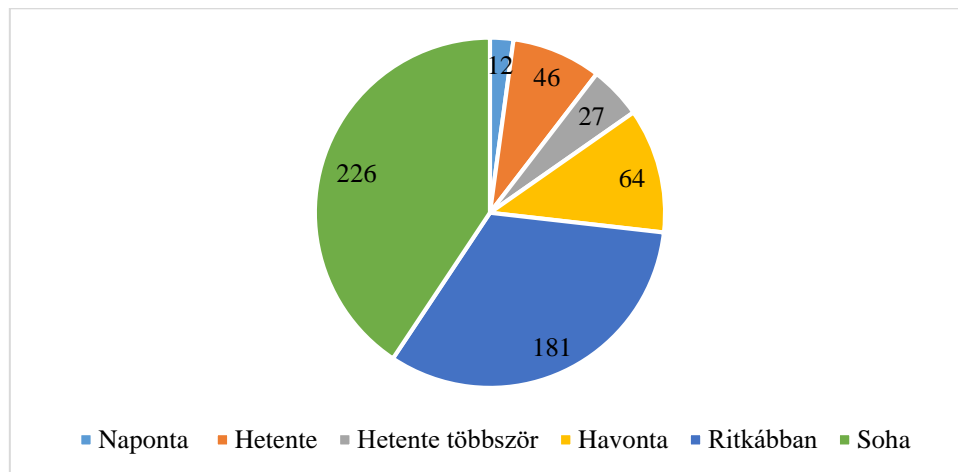
Gyerekek által szabad szavas válaszban legtöbbször említett ismert gombafajok az alábbiak voltak:

- csiperke gomba
- laska gomba
- taplógombák
- vargánya
- galócák
- őzlábgomba

Mint látható, főleg az erdei gombákat ismerték a gyerekek.

Vizsgáltuk a gyerekek otthoni táplálkozási szokásaikat, az 1. számú ábrán jól látható, hogy a megkérdezettek 40,6 %-a soha sem fogyaszt gombát az otthonában, 32,5 % pedig ritkábban mint havonta. Elenyésző a naponta fogyasztók száma, és mindössze 13,1 % fogyasztja hetente vagy hetente többször.

1. ábra. Gombafogyasztói gyakoriság 7 – 10 éves gyerekek körében



Forrás: Saját szerkesztés (2019) n=556

Az oktatói segédanyag kiterjedt a gombák környezetvédelmi jelentőségére, a termesztési módokra, termesztési helyszínekre. Az oktatás után a megkérdezett diákok közül 289 fő tudott helyesen válaszolni, a megkérdezettek mindössze 51,9 %.

1. táblázat. Gombatermesztésre alkalmas helyek 7-10 éves korosztály meghatározása alapján.

Gombatermesztés helye	Válaszok (db)	Válaszok %-ban
Kertben	125	22,4
Fóliasátorban	152	27,3
Pincékben	137	24,6
Erdőkben	142	25,5

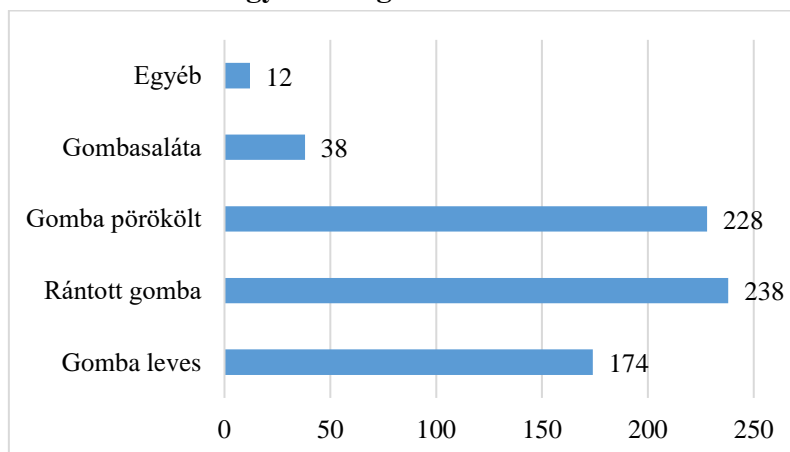
Forrás: Saját szerkesztés (2019) n= 556

Szinte egyhangú válasz született a gomba egészséges voltával kapcsolatban, mindössze 28 fő ítélte úgy, hogy a gomba egy egészségtelen élelmiszer.

Beigazolódott az a hipotézisünk, mely szerint a gyerekeket gombafogyasztás során az előítéleteik vezérlik, ugyanis 297 fő (53,41 %) nyilatkozta azt, hogy amennyiben a gombát nem tudja felismerni az ételben, akkor elfogyasztja azt. A gombát soha sem fogyasztó gyerekek közül 71 fő is elfogyasztaná nem felismerhető formában.

Rátértünk az otthoni ételkészítési szokásokra, és leginkább négy féle ételt jelöltek meg a gyerekek, egyéb kategóriába különböző húsos ételek kerültek a felsorolás során. Néhány gyermek említette a szarvasgombát. Az otthoni étkezések során fogyasztott gombát tartalmazó ételeket a 2. ábra mutatja be.

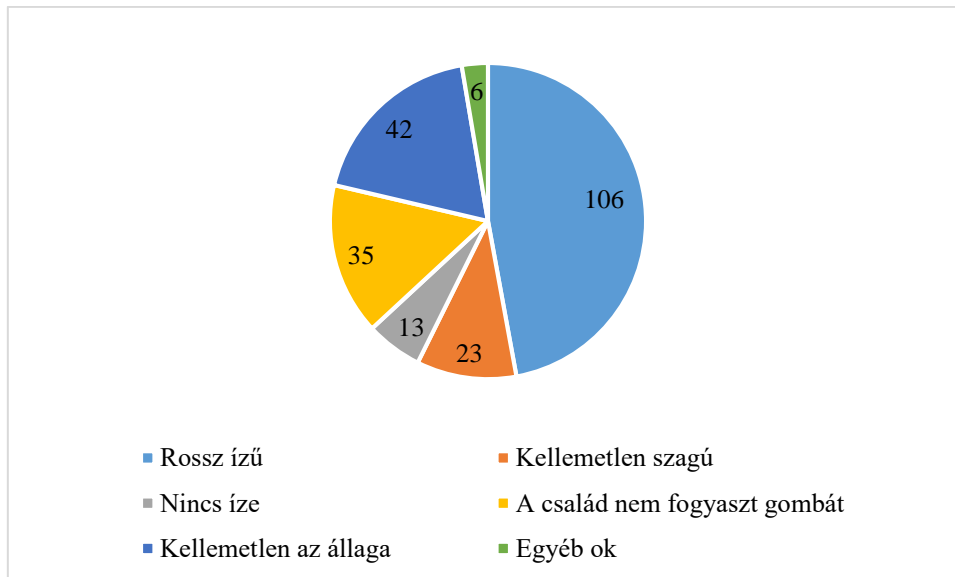
2. ábra. Otthoni étkezés során fogyasztott gombát tartalmazó ételek



Forrás: Saját szerkesztés (2019) n=556

Az egyik lefontosabb kérdés véleményünk szerint, hogy a gombát nem fogyasztó egyének, milyen okból kerültek a gombát, mint élelmiszert. A legtöbben a kellemetlen ízt jelölték meg

3. ábra. Ellenérvek a gomba fogyasztásra 7-10 éves diákok körében



Forrás: Saját szerkesztés (2019) n=556

Összességében a kampány sikeresnek mondható, ugyanis a válaszadó gyerekek közül 301 fő (54,1 %) úgy ítélte meg, hogy a jövőben igyekszik több gombát fogyasztani a hétköznapiak során. SPSS programmal vizsgálva, nem volt kimutatható szignifikáns eltérés a gyerekek nemét, és gombafogyasztói gyakoriságát illetően.

Bár 226 fő elmondása alapján sosem fogyaszt gombát, az iskolai program végén csak néhány gyermek volt aki nem kóstolta meg a saját maguk által termesztett és elkészített gombákat.

A program utólagos visszajelzése is nagyon pozitív volt a szülők részéről.

5. Következtetések, javaslatok

Vizsgálatunk során megállapítottuk, hogy a promóciós kampánya a gombatermesztő cégnek kifejezetten sikeresen mondható, az oktatók és a gyerekek is pozitívan fogadták a gombákat az iskolákban, és közelebb kerültek hozzá. Ajánlott a program folytatása, kiterjesztése a felső tagozatos diákokra, és a 14 év feletti tanulók körében is. Tanácsos lenne a programot alapfokú gombaismereti képzéssel bővíteni. Adaptálható lenne a módszer más élelmiszerek esetében is.

Általános iskolás gyerekek körében megfigyelést végeztünk gombatermesztés – gombafogyasztás népszerűsítése témakörben. A diákok az oktatóik felügyelete alatt és a mi segítségünkkel egy hétig ismerkedtek a csiperkegomba, felső tagozat estén a szarvasgomba termesztésével. A program befejeztével, a diákok kérdőívet töltöttek ki, a megfigyelés pozitív eredménnyel zárult, amelyet tovább fejleszteni és folytatni ajánlott.

Hivatkozott Források:

Airola, P. (1978): Are You Confused? Health Plus Publications, Phoenix, USA

Airola, P. (1984): How to Keep Slim, Healthy and Young with Juice Fasting. Helath Plus Publications, Phoenix, USA

Brown, K. – Mcilveen, H. – Strugnell, C. (2000a): Nutritional awareness and food preferences of young consumers. Nutrition & Food Science, Volume 30, Number 5., p. 230-235.

Brown, K. – Mcilveen, H. – Strugnell, C. (2000b): Young consumers' food preferences within selected sectors of the hospitality spectrum. Journal of Consumer Studies and Home Economics, Vol. 24.

Casamitjana, F. (1978): (Centre Rech. Foch, Paris): Méd. Nutrit. 1978, 14, 141—143. in.: Orvosi Hetilap, 1979. augusztus (120. évfolyam, 31-34. szám) 234.p.

Chang S.T. – Miles P. G. (2004) : Mushrooms Cultivation, Nutritional Value, Medicinal Effect, and Environmental Impact, CRC Press

Geösel A. – Györfi J. – Vetter J. (2009): Az agaricus subrufescens termesztése és ásványielem összetétele. Mikológiai Közlemények, Clusiana 48 (1): 25-35.

Józsa L. - Kiss L. (1992): A fiatalok szerepe a családi vásárlási döntésekben. Marketing, 2-3, p 121-124.

Komáromi N. (1997): A magyar élelmiszerfogyasztók szegmentációja. Marketing & Menedzsment, 6, p 71-73.

Lelley J. (1999): A gombák gyógyító ereje. Mezőgazda Kiadó Budapest

Lelley, J. (2008): Die Heilkraft der Pilze, Wer Pilze ist lebt langer. B.O.S.S. Druck und Medien GmbH, Goch

Perry, C. L. – Murray, D. M. (1992): Enhancing the transition years: the challenge of adolescent health promotion. Journal of School Health, May, p. 307-311.

Seiler E. (1937): A gombatenyésztés és gyűjtés gyakorlati módja. Kiadja a háziipari és Állattenyésztési időszaki folyóirat Szeged 1937. 55.p.

Szakály Z. (2011): Táplálkozás – marketing, Mezőgazda Kiadó

Szili I (2008): Gombatermesztők könyve, Mezőgazda Kiadó 12.-15. p. 9-

Uzonyi S-né (1971): A hazai gombacsíra gyártás története és helyzete (Egyetemi Doktori Értekezés) Kertészeti és Élelmiszeripari Egyetem

Vetter J. – Rimóczi I. (1993): Roh-, verdauliche und unverdauliche Fruchtkörperproteine in Austernseitlingen *Pleurotus osteratus* (Pilze) Lebensmittel Untersuchung und – Forschung, Springer – Verlag 1993. 427 – 428 pp

Vetter J. (2010): A gombák gyógyhatásai – Gyógygombák in: Györfy J. (2010): Gombabiológia, gombatermesztés 64-

Warwick, J. – Mcilveen, H. – Strugnell, C. (1997): Food choices and the younger generation. *Journal of Consumer Studies and Home Economics*, Vol. 21., p. 141-149.

Várostervezés, területi érdekek és társadalmi következményeik Izraelben

Bábosik Mária¹

Összefoglalás

A várostervezésnek Izraelben különleges szerepe van. Ennek oka nemcsak Izrael földrajzi sajátosságai, történelme, illetve erősen növekvő, vegyes etnikumú, vallású, identitású és életformájú lakossága, hanem elsősorban a geopolitikai szempontból is rendkívül kényes izraeli – palesztin viszony. A tanulmány célja annak bemutatása, hogy a várostervezésre Izraelben milyen tényezők gyakorolnak hatást, azt mi jellemzi és mennyire tekinthető eredményesnek, illetve az milyen társadalmi következményekkel jár. A kutatás során felhasznált módszerek a szakirodalom és a média hírek, valamint weblapok információinak feldolgozása, a statisztikai elemzés, valamint egy rövid izraeli tanulmányút tapasztalatainak összegzése. A kutatás eredményei megerősítik azt a feltevést, hogy Izraelben a várostervezés a területi érdekek érvényesítésének fontos eszköze, amelyre a politika erős hatást gyakorol, és ez alapvető, visszafordíthatatlan társadalmi változásokat okoz. Nyitva hagyják azonban annak eldöntését, hogy a várostervezés Izraelben mennyire tekinthető a „hard power”, vagy a „soft power” eszközhöz.

Kulcsszavak: várostervezés, városfejlesztés, lakásépítés, területi érdekek, Izrael

JEL kód: O18

1. Bevezetés

A tanulmány célja, hogy áttekintést adjon a várostervezés előtt álló kihívásokról, a várostervezés sajátosságairól és eredményességéről, valamint várható irányairól Izraelben. Ennek során az alábbi kutatási kérdésekre keresi a választ:

1. Milyen speciális kihívásokkal kell szembenéznie a várostervezésnek Izraelben?
2. Mi jellemzi a várostervezést és az mennyire tekinthető eredményesnek?
3. Hogyan valósul meg a városfejlesztés különböző adottságú városok gyakorlatában?
4. Milyen irányok várhatók a várostervezésben a közeljövőben?

¹ PhD hallgató, Pécsi Tudományegyetem Természettudományi Kar, Földtudományok Doktori Iskola, Geopolitikai Program, Pécs; babosikm@mnf.hu

2. Irodalmi áttekintés

Izrael korai és modernkori történelmével számtalan könyv és tanulmány foglalkozik (Bright, 2000, Avineri, 1994). Hasonlóképpen bőségesek a források a közel-keleti helyzettel, illetve az izraeli – palesztin viszonytal kapcsolatban is (Rostoványi, 2011, Caplan, 2010). Újabban sorra jelennek meg elemzések Izrael előretöréséről a high-tech iparban, valamint start-up vállalkozásainak alapjairól és sikereiről (Balogh, 2016, Senor – Singer, 2017). Ezek ismerete elengedhetetlen ahhoz, hogy a városfejlesztés, területi érdekek és társadalmi következményeik kérdéskörét Izrael vonatkozásában megfelelő kontextusba helyezhessük. Ehhez kiindulópontként szolgálhat az Izrael Állam fennállása 50-dik évében kiadott, a területfejlesztés addigi tapasztalatait összefoglaló szakkönyv (Efrat, 1998), az 1950-es években elsősorban Galileában és a Negev-sivatagban létrehozott új városokról (Development Towns) megjelent könyvek (Berler, 1970, Spilerman – Habib, 1976), illetve az izraeli telepítés- és településpolitikára 1967-1990-ig terjedő korszakának áttekintése (Grünhut, 2013). Jelentek meg könyvek ezenkívül a tervezőkről (Forester, 2001), illetve az építészetnek a politikai célok elérésében játszott szerepéről (Weizman, 2017) is. Ezek a munkák mind rávilágítanak arra, hogy Izraelben a nehezen megszerzett terület használatának és fejlesztésének kérdése rendkívül érzékeny téma, ezért a várostervezés politikai, sőt akár geopolitikai jelentőségű kulcskérdés.

3. Anyag és módszer

Jelen tanulmány az izraeli várostervezésre összpontosít, ami a területi tervezés részét képezi, s szervesen összekapcsolódik a városfejlesztéssel. Ezt nemcsak az indokolja, hogy a városok jelentik a fejlődés motorjait, az urbanizáció globális trenddé vált, hanem elsősorban az, hogy Izraelben kimagasló a városi népesség aránya, az ország kis területéhez képest sok a város, amelyek között évezredek történelmével rendelkező, illetve újonnan alapított városok is vannak, s az égető lakáshiány mérséklése érdekében is kiemelt szerepe van a várostervezésnek. Ezenkívül a várostervezésben nyomon követhetők az izraeli politika preferenciái, az intézményrendszer sajátosságai, illetve e bonyolult társadalom formálódásának folyamata is.

A tanulmány idői fókuszusa Izrael Állam megalakulásától kezdve máig terjed. A hangsúlyt a jelenre helyezi, a múltat ennek megértéséhez és csak az ehhez szükséges mértékben elemzi, s a jövőbe is óvatosan tekint.

A felhasznált módszerek elsősorban a témával kapcsolatos angol és a magyar nyelvű szakirodalom áttekintése, a hivatalos izraeli szakmai kiadványok, a média hírek, valamint a vonatkozó weblapokból szerezhető információk feldolgozása, az Izrael gazdaságára és társadalmára vonatkozó statisztikai elemzés, valamint egy rövid izraeli tanulmányút tapasztalatainak összegzése, amelynek keretében egy PhD hallgatókból álló delegáció tagjaként három egyetem várostervezési tanszékén szerezhettem a témához kapcsolódó helyszíni ismereteket.

4. Eredmények

A kutatás eredménye a várostervezés előtt álló kihívások beazonosítása, az ezekre adott válaszok számbavétele és eredményességének értékelése, várostervezési példák bemutatása két egymástól jelentősen különböző város esetében, valamint a várostervezés jövőbeni irányaira való kitekintés.

4.1 A várostervezés kihívásai Izraelben

A várostervezésnek az állam megalakulásától kezdve sokféle kihívással kellett szembenéznie Izraelben, amelyek máig meghatározó jelentőségűek.

a. *Földrajzi adottságok:* Izrael viszonylag kis, alig 21 ezer km²-es területen fekszik, amelynek fele sivatag. A tájegységek közötti jelentős különbségek vannak, az éghajlat változatos, helyenként kedvezőtlen, az időjárás szélsőséges, s a terület vízben szegény. Izraelben nem ritkák a földrengések, mert az ország keleti határvidékén észak-déli irányban húzódik a Szír-Jordán árok, amely az afrikai-árokrendszer része. Az ország nem rendelkezik energiahordozókkal, ásványi kincsekkel.

b. *Egyedülálló államszervezés:* Izrael Állam 1948-ban jött létre évezredekre visszanyúló, viszontagságos történelem után, nemzetközileg bonyolult helyzetben. Az államalakítás speciális körülményei és nemzetközi következményei, illetve a különböző zsidó csoportok közötti „status quo” kialakítása, a közigazgatás centralizálása majd részbeni decentralizálása, a merev szabályozás és a bürokratikus intézményrendszer, illetve az erős önkormányzati hagyományok (Grünhut, 2012), valamint a vallás kitüntetett szerepe Izraelt minden más országtól megkülönböztetik.

c. *Katonai fenyegetettség:* Izraelt már az állam kikiáltásának másnapján támadás érte, harcolt a 6 napos háborúban, területeket szállt meg, majd vonult ki azokról. Kapcsolata a szomszéd országokkal többnyire ellenséges. Állandó a katonai fenyegetettség és emiatt folyamatos készenlétre, erős hadsereg és kötelező katonai szolgálatra, korszerű hadiiparra, valamint kiterjedt katonai infrastruktúrára van szükség. Ez azzal jár, hogy a GDP jelentős részét hadi kiadásokra kell költeni, és a hadsereg igényeit, illetve a biztonsági szempontokat figyelembe kell venni a területfejlesztésben, várostervezésben.

d. *Izrael Állam és a Palesztin Hatóság közötti viszony és annak nemzetközi vetülete:* A terület feletti ellenőrzés és uralom megszerzéséért és megvédéséért Izrael Állam megalakulásától kezdve küzdelem folyt az izraeliek és a palesztinok között, akik szintén önálló államot akarnának létrehozni (Elter, 2018). A közel-keleti békefolyamat során kötött megállapodások sora nyomán Izrael fokozatosan kivonult a Gázai övezetből és Ciszjordániából, ahol ezután palesztin önkormányzatok alakultak, önálló palesztin állam azonban nem jött létre. E területeken megmaradtak a zsidó telepek, és Izrael új telepek építését, illetve a régebbieket

bővítését is elkezdte. A zsidó-palesztin viszony alakulása és ezen belül a zsidó telepek kérdése állandó feszültségforrást jelent és nemzetközi figyelmet kap (MTI, 1999).

e. A népesség száma, növekedése, sűrűsége, területi elhelyezkedése: Izrael népessége jelenleg több mint 8,5 millió fő, ami évente átlagosan 2 százalékkal nő. Ezzel Izrael a világ országainak sorában a 101-dik helyen áll, s a világ népességének 0,11 százalékát teszi ki. Az ország lakossága az állam megalakulása óta folyamatosan és jelentős mértékben növekszik, ami egyrészt a népesség természetes szaporodásának, másrészt a hullámokban érkező tömeges bevándorlásnak köszönhető. Ma a világ zsidóságának mintegy 43 százaléka Izraelben él, a legnagyobb zsidó közösséget alkotva. A népesség területi eloszlása egyenlőtlen, a keskeny tengerparti sáv mentén, a kikötők körül és a központi részekben koncentrálódik. Az átlagos népsűrűség 410 fő/km², ami adminisztratív körzetenként 85-1620 fő/km² között mozog, de a városokban ennél jóval magasabb. A városi népesség aránya a 90 százalékot is meghaladja. Izraelnek területéhez képest sok, jelenleg 87 városa van, milliós nagyvárosa azonban nincs. Városainak döntő többsége 10-100 ezer lakosú (72 város), s 100 ezernél többen csak 15 városában laknak (Central Bureau of Statistics, Israel, 2019).

f. A népesség vegyes összetétele, kulturális és életmódbeli különbségek: A népesség 75 százaléka zsidó, 21 százaléka arab, 4 százaléka pedig egyéb származású. Közülük említést érdemelnek a drúzok (kb. 120 ezer fő), illetve életformájuk miatt a beduinok (kb. 250 ezer fő). Magas a fiatalok aránya: a lakosság 43 százaléka 24 év alatti, 45 százaléka pedig 25-64 év közötti, a 65 évesnél idősebbek aránya pedig mindössze 12 százalék (Central Bureau of Statistics, Israel, 2019). Mind a zsidó, mind az arab lakosság körében a családok nagy része sok gyermeket nevel. A lakosság különböző népcsoportjainak egymástól gyökeresen eltérő a kultúrája, vallása, szokásai, életmódja és térhasználata, s e csoportok részben elkülönülve, részben egymás mellett élnek, nem is mindig békében. A legnagyobb számban jelen lévő zsidó lakosság is több csoportra oszlik, s helyenként egymástól olyannyira különböző életfelfogást követ és életformát él, hogy az egyes csoportok területileg is elkülönülnek egymástól.

g. Égető lakáshiány: Az erőteljes és a betelepülési hullámok miatt időnként ugrásszerű népességnövekedés és a háztartások számának gyors növekedése egyre nagyobb lakáshiányhoz vezetett. A háztartások száma 2015-ben 2,4 millió volt, ami évente 50 ezerrel növekszik. 2015-re már mintegy 100 000 lakás hiányzott. Emiatt a lakásárak meredeken, 2007-2016 között 114 százalékkal, a lakbérek mintegy 50 százalékkal emelkedtek, míg a teljes infláció mindössze 18 százalékos volt. A lakhatási költségek drámai emelkedése miatt 2011-ben tüntetéssorozat robbant ki, amely Tel Avivból indult, s hamarosan országossá vált. Összesen több mint 150 ezren vonultak utcára, s a kormánytól a bajok gyors orvoslását követelték (MTI, 2011).

4.2 Várostervezés, reform és programok a lakásínség enyhítésére

Izraelben a földterület döntő hányada állami tulajdonban van, a magánterület aránya mindössze 7 százalékos, amelynek legnagyobb része az 1948 előtt alapított városokban található. A

földhasználat centralizált, felülről lefelé irányuló tervezési rendszerrel szabályozott. A tervezés alapelveit már közvetlenül az állam megalakulása után lefektették, mely szerint annak gazdasági, társadalmi és védelmi megfontolásokon kell alapulnia. Megadták a tervezés három pillérét is, amelyek a Föld, a Nemzet és az Idő (Sharon, 1952). Az 1965-ben elfogadott „Tervezési és építési törvény” (Planning and Building Law) meghatározta a tervezés célját, a tervezési intézményeket és hatóságokat, a tervezési gyakorlatot, az országos, a regionális és a helyi tervek rendszerét. Eszerint a kötelezően betartandó „Nemzeti Mestertervek” (National Master Plan) tartalmazzák az ország egészére vonatkozó földhasználatot, a részletes fejlesztési célokat és meghatározzák a kritikus infrastruktúra helyét. Ezekből kiindulva az ország 6 adminisztratív tervezési körzetében elkészítik a szintén kötelező érvényű regionális mesterterveket, s azok alapján a helyi terveket. A tervezés fontos szempontja a lakosság egyenletes elhelyezése az ország területén, a ritkábban lakott területek benépesítése, a sűrűbben lakott középső országrészekben a népesség túlzott növekedésének korlátozása.

A tervezési rendszerben a kormányzat döntő szerepet játszik. Felügyeli a nemzeti tervezési intézményeket, illetve képviselői többségben vannak a regionális tervezési bizottságokban, így jelentős hatást gyakorolnak a tervezés mindhárom szintjén (Alterman, 2001). A tervezési rendszer merevsége azonban nagyon nehézkessé és lassúvá tette az építkezéseket, így azok nem tudtak lépést tartani az igények jelentős növekedésével. 2007-2010 között évente átlagosan csak 24 ezer lakás építését engedélyezték, 2011-ben is csak 32 500-at, a projektek átfutási ideje pedig 2-13 év között volt. A nehézségek miatt sok volt az engedély nélküli építkezés, és az így elkészült épületek nem feleltek meg az előírásoknak és közműekkel sem voltak megfelelően ellátva.

Az egyre nagyobb arányú lakáshiány és a lakásárak gyors emelkedése miatt 2011-ben kirobbant heves tiltakozások hatására a kormányzat egyrészt reformot hirdetett a tervezési rendszerből adódó strukturális hiányosságok felszámolására, másrészt rövid- és középtávú programokat, valamint hosszútávú stratégiát dolgozott ki a lakáskínálat gyors bővítésére (Ministry of Construction and Housing - PAZ Group, 2015).

A reform célja a tervezés és engedélyezés hatékonyságának és rugalmasságának növelése volt. Ennek érdekében 2012-től több törvényi változtatást vezettek be, 2014-ben és 2015-ben pedig módosították a „Tervezési és építési törvényt” („Amendment 101 és 104”). Ezek az intézkedések egyszerűsítették a tervezési, engedélyezési és építési folyamatokat, csökkentették költségeit, lehetővé tették, hogy a külföldi cégek részt vegyenek hazai vállalatokkal közösen végzett lakóingatlan fejlesztésekben, engedélyezték meghatározott számban külföldi szakemberek foglalkoztatását az építőiparban, lehetőséget biztosítottak az ingatlanfejlesztési projektek tőkepiac segítségével történő finanszírozására, ösztönözték a bérlakások építést, módot adtak az illegális építkezések utólagos engedélyeztetésére és megkönnyítették az első lakás megvásárlását.

A nyomasztó lakáshiány gyors enyhítésére ezzel párhuzamosan több programot is indítottak. 2012-ben új „Nemzeti Mestertervet” dolgoztak ki, növelték az éves tervekben jóváhagyandó lakóegységek minimum számát, a kiemelt, nagy lakásépítési projekteket gyorsított eljárással, közvetlenül nemzeti szinten engedélyezték. Támogatásban és adókedvezményben részesítették a bérlakások építését. 2013-ban létrehozta egy állami vállalatot (The Rental Housing Company Ltd.) a bérlakásépítés elősegítésére. Egyetemi kollégium építési programot indítottak. Ösztönözték a tömeges lakásépítést a periférikus vagy szuburbán területeken. A városrehabilitációs program keretében elősegítették a régebbi lakóépületek felújítását és földrengésbiztossá tételét úgy, hogy azt emeletréépítésekkel, új lakóegységek kialakításával kötötték össze. 2015-ben átfogó programot dolgoztak ki az építőipar technológiai fejlesztésére, termelékenységének növelésére, a szakmai képzésre, a szabályozásnak és a standardoknak az új technológiákhoz való hozzáigazítására.

Az intézkedések eredményei rövidesen mutatkozni kezdtek. 2012-ben már 62 500 új lakás építésére adtak ki engedélyt, ez 2015-ben 99 500-ra, 2016-ban pedig 100 000-re emelkedett. Mivel a terveket tartani tudták, az engedélyezett lakások fel is épültek, a lakáshiány növekedését sikerült megállítani. Ez azonban nem azt jelenti azt, hogy a lakáshiányt is sikerült felszámolni. A lakásárak és a lakbérek inflációnál jóval meredekebb emelkedése azonban új választóvonalat húzott az izraeli társadalomban azok közé, akiknek van saját lakásuk és akiknek nincs. Mivel az idősebb korosztálynak több lehetősége volt, hogy saját lakást vásároljon, mint a fiatalabbaknak, ez az egymást követő generációk közé is éket vert (Izraelinfo, 2016).

4.3 Várostervezési megoldások és tapasztalatok

A városok eltérő adottságai és fejlesztési koncepciói, valamint a nagyarányú, gyors építkezések miatt a városok fejlődése Izraelben változatos képet mutat. Ezek közül példaként egy tengerparti, zsidó többség által lakott és egy, a tengerparttól beljebb eső arab város fejlődésének jellemzőit mutatjuk be.

a. A tervezés fő irányai Netanya fejlesztése érdekében

A Tel Aviv vonzáskörzetében, a tengerparton, egy különleges mészkősziklára épült, 210 000 fős, többségében zsidó lakosságú *Netanya* ma Izrael hetedik legnagyobb városa. Jelenlegi népsűrűsége 7500 fő/km². Kertvárosként alapították 1928-ban, amely az 1950-es és az 1990-es évek bevándorlási hullámai következtében gyors növekedésnek indult, s kezdeti jellegét elvesztette. Történelmi magja a tengerpart menti idegenforgalmi övezet közterületekkel, valamint a városközpont, ahol lakóépületek és üzletek találhatóak. Az ipari és mezőgazdasági területek a szárazföld belseje felé, keleti irányban helyezkedtek el.

A város a legutóbbi időkig elhanyagolta magterületének folyamatos megújítását. Nagyarányú fejlesztés először a város északi részén történt, ahol 4-5 emeletes épületeket emeltek, viszonylag kisméretű és olcsó lakásokkal, elsősorban a betelepülők számára. A 2000-es években a város a

déli részen terjeszkedett, ahol toronyházak sorát építették nagyméretű lakásokkal a tehetősebbek, illetve az Izraelben lakást vásárolni kívánó külföldiek számára. Ezt a városrészt azonban egy nagy, beépítetlen övezet választja el a központtól, amely magántulajdonban van, ami miatt ott az ingatlanfejlesztés nehezebb. Jelenleg folyik a lakó- és idegenforgalmi körzetektől közlekedési folyosóval elválasztott, új kereskedelmi és irodanegyed tervezése, amelynek területe kétszer akkora, mint az ezen funkciókat jelenleg ellátó területek mérete.

Mindezek eredményeként Netanyában a magterület eléggé leromlott, s annak két végén társadalmilag szegregált, uniformizált, egyfunkciójú, délen ráadásul a várossal szerves összeköttetésben nem levő alvónegyedek jöttek létre, s azoktól a kereskedelem, valamint az üzleti élet térben is elkülönül. Ez nem teszi lehetővé a pezsgő városi életet, korlátozza a fogyasztási igények kielégítését, ráadásul nagyon megnöveli az autóforgalmat, ami jelentős környezeti terheléssel jár. Nem csoda tehát, hogy a város egykori idegenforgalmi vonzereje erősen megkopott.

Netanya azonban vissza szeretné szerezni üdülővendégeit, valamint a régió gazdasági központjává kíván válni. A fejlesztésére vonatkozó új elképzelések szerint vegyes körzetek létrehozását tervezi, amelyekben a változatos lakáskínálat révén egymás szomszédságában élhetnek az eltérő társadalmi státuszú és jövedelmi helyzetű lakók, a kereskedelmi és az üzleti funkciók megjelenésével egymáshoz kapcsolódó, étellel teli városrészek alakulhatnak ki, amelyek között könnyű az átjárás. Előnyben részesítik a gyalogos és a kerékpáros közlekedést, valamint a tömegközlekedés javítását, hogy mérsékeljék az autóforgalmat és csökkentsék a közlekedésből adódó szennyezést és kockázatokat. Támogatják a magántulajdonban lévő területek beépítését, hogy a város szerves egészet alkosson. A környező vidéki településekkel pedig, amelyekkel mostanáig versenyeztek, közös stratégiát dolgoznak ki, hogy a régió egészének fejlődését segítsék a kölcsönös előnyök alapján (OECD 2017).

b. A tervezés bevezetése Umm al-Fahm fejlesztése érdekében

Umm al-Fahm Izrael egyik legnagyobb, arabok lakta városa, Haifa körzetében. Több tájegység találkozási pontjában a hasonló nevű hegygerincen fekszik, melynek legmagasabb pontja 522 méterre van a tengerszint felett, s a Wadi Ara 20 km hosszú völgyére néz. A környék a Vaskor óta lakott, fontos útvonal mellett van, amely a tengerpart menti síkságot kapcsolja össze a szárazföld belső területeivel. A város az un. „Háromszögben” (Triangle) fekszik, és az 1948-as Arab-Izraeli Háború után került Izraelhez. 1985-ben emelték városi rangra, mára a régió gazdasági, kulturális és szociális központjává vált. Az utóbbi 70 évben a 4500 lelkes kis falu 54 000 lakosú várossá nőtt, népsűrűsége 2100 fő/km². Mivel közel fekszik Ciszjordániához, többször felmerült, hogy földcsere révén a palesztin terület részévé válna, de ezt mindig elutasították (Kane, 2014).

A város fejlődése sok éven át olyan szabályozási környezetben zajlott, amely nem számolt kellően az arab települések sajátosságaival, a lakosság életmódjával, preferenciáival. Ilyen

sajátosság, hogy a földterület kétharmada magán- vagy közös tulajdon, sok területnek több, nem ritkán ismeretlen tulajdonosa van. A földek sok esetben ki sincsenek mérve. A tulajdonjog gyakran nincs bejegyezve, sőt nem is mindig állapítható meg, a telekkönyvek nincsenek aktualizálva. A földek bejegyeztetésében a tulajdonosok általában ellenérdekeltek, az elmaradt adó utólagos megfizetésének kötelezettsége és az egyéb költségek miatt. A hivatalos ügyek intézését hátráltatja a helyi és a központi kormányzat iránti bizalomhiány. Erős a félelem a kisajátítástól. A városban nincs működő ingatlanpiac. Akinek van földje, az általában ragaszkodik hozzá, mert úgy véli, hogy az garantálja családjának a jövőbeni megélhetést. Azok a magántulajdonosok pedig, akik fejlesztenek, azt saját elképzeléseik alapján teszik, mert a városban nem készült fejlesztési terv. Emiatt ezeknek a területeknek a beépítése nem optimális, hiányoznak a közösségi terek és a korszerű infrastruktúra. Sok az engedély nélküli, nem megfelelő építkezés, az esetleg engedélyezett épületek sem feltétlenül az engedélynek megfelelően készülnek el.

Mivel ezek a más arab városokra is jellemző jelenségek komolyan akadályozzák a lakáshiány enyhítését és a város fejlesztését, a kormányzat 2015-ben egy 260 millió USD értékű, nagyszabású fejlesztési programot indított az arab többségű városok fejlesztésére. Ebben többek között szerepel az átfogó és a részletes fejlesztési tervek kidolgozásának, a közszolgáltatások fejlesztésének, a földtulajdon bejegyeztetésének, valamint az igazgatási, hatósági képességek növelésének a támogatása, az egyéb gazdasági és szociális támogatások mellett. Ennek keretében készült el Umm al-Fahm első helyi terve is.

A terv alapján a város egyrészt nagyszabású lakásépítkezésekbe kezdett az állami tulajdonban levő területeken, ahol a nagytömegben épülő jó minőségű lakásokat igényes közterületek és korszerű infrastruktúra egészíti ki. Másrészről pedig ösztönzi a magántulajdonban lévő területek beépítését egy hosszú távú földbérleti rendszer kialakításával. Egy harmadik intézkedés lehetővé teszi az illegálisan felépített épületek egy bizonyos, az előírt minimum kritériumoknak megfelelő hányadának visszamenőleges hatályú engedélyezését. Ezeket a lépéseket a lakosságnak a fejlesztési elképzelések kialakításába való bevonásával, a döntések átláthatóságának növelésével egészítik ki, a hatóságok iránti bizalmuk erősítése érdekében (OECD 2017).

5. Következtetések és javaslatok

Izraelben a várostervezés sajátos kihívásokkal néz szembe, amelyek várhatóan a jövőben is fennmaradnak. Továbbra is a népesség számának növekedésével kell számolni, ami valószínűleg nem lesz ugrásszerű, de erőteljes marad. A városfejlesztés és a tervezés szerepe a jövőben is kiemelt lesz, elsősorban a tömeges lakásépítés és az ehhez kapcsolódó infrastruktúra kialakítása iránti igény miatt. Emellett várhatóan hangsúly helyeződik a korszerű városi életforma feltételeinek kialakítására, a városok „okosítására”, a környezet jobbítására is. Izrael városainak sokfélesége igényelni fogja a helyi sajátosságok jelenleginél erőteljesebb

figyelembevételét a tervezésben, és a rugalmas, helyileg hatékonyan alkalmazható megoldásokat a problémák kezelésében. A telepkek létesítésének kérdésköre azonban várhatólag még sokáig érzékeny téma marad. A kutatás eddigi eredményei alapján javasolható annak vizsgálata, hogy ennek fényében a várostervezés Izraelben mennyire tekinthető a „hard power” vagy a „soft power” eszközének.

Hivatkozott források

Alterman, R. (2001) National-Level Planning in Israel: Walking the Tightrope between Government Control and Privatisation. In: National-Level Planning in Democratic Countries pp. 257-288. https://www.researchgate.net/publication/300589511_National-Level_Planning_in_Israel_Walking_the_Tightrope_between_Government_Control_and_Privatisation

Avineri, S. (1994) A modern cionizmus kialakulása. Századvég Kiadó, p. 265.

Balogh, B. (2016) Izrael innovációs potenciáljának alappillérei. Iskolakultúra, 26. évf. 12. szám, pp. 65-75.

Berler, A. (1970) New Towns in Israel. Israel University Press, p. 353.

Bright, J. (2000) A History of Israel. Fourth Edition, Westminster John Knox Press, p. 535.

Caplan, N. (2010) The Israel-Palestine Conflict: Contested Histories. Revised edition, Wiley-Blackwell, p. 336.

Central Bureau of Statistics, Israel (2019) On-line: <https://www.cbs.gov.il/EN/pages/default.aspx>. Elérve: 2019.01.10.

Efrat, E. (1998) Physical Planning Prospects in Israel during 50 Years of Statehood. Galda + Wilch Verlag, Glienicke, p. 175.

Elter, T. (2018) Ahogy kikiáltották, máris megtámadták. On-line: www.origo.hu/tudomany/20180514-hetven-eve-jott-letre-az-onallo-es-fuggetlen-izrael-allam.html. Elérve: 2019.02.19.

Forester, J. (ed) (2001) Israeli Planners and Designers – Profiles of Community Builders. Sunny Press, p. 382.

Gilbert, M. (2000) Izrael története. Pannonica, p. 608.

Grünhut, Z. (2012) Önkormányzás és telepítéspolitikai Izraelben. PhD értekezés, Pécsi Tudományegyetem Bölcsészettudományi Kar Interdiszciplináris Doktori Iskola, “A

kormányzás területi, történeti és társadalmi dimenziói” Politikatudományi Doktori Program, p. 233.

Grünhut, Z. (2013) Izraeli telepítés- és településpolitika Júdeában és Szamáriában 1967 és 1990 között. Hadtudományi Szemle, 6. évf. 4. szám, pp. 32-38.

Izraelinfo (2016) Ki számít gazdagnak? Izraelben az, akinek saját lakása van. On-line: <https://izraelinfo.com/2016/11/23/ki-szamit-gazdagnak-izraelben-az-akinek-sajat-lakasa-van/> Elérve: 2019.02.19.

Kane, A. (2014) Israel Proposes Land Swap in Peace Talks. On-line: <http://hln.org/news.php?id=pXFlaA==#.XJENtuR0xYc>. Elérve: 2019.01.25.

Ministry of Construction and Housing - PAZ Group (2015) Israel Housing Market - Emerging Opportunities. p. 24. On-line: www.pazgroup.co.il/wp-content/uploads/2016/06/israel-housing-market-emerging-opportunities-1.pdf. Elérve: 2019.02.10.

MTI (1999) A palesztin-izraeli békefolyamat kronológiája. On-line: www.origo.hu/nagyvilag/19990904apalesztinizraeli.html Elérve: 2019.01.15.

MTI (2011) A megélhetési költségek emelkedése miatt tízezrek tüntettek Izraelben. On-line: www.origo.hu/nagyvilag/20110806-a-megelhetesi-koltsegek-emelkedese-miatt-tizezrek-tuntettek-izraelben.html. Elérve: 2019.02.19.

OECD (2017) Spatial Planning and Policy in Israel - The Cases of Netanya and Umm al-Fahm. OECD Publishing, p. 24.

Rostoványi Zsolt (2011) A Közel-Kelet története. A rövid XX. Század. Kossuth Kiadó, p. 268.

Senor, D. – Singer, S. (2017) Startra kész nemzet: Izrael gazdasági csodájának története. Patmos Records, p. 398.

Sharon, A. (1952) Planning in Israel. The Town Planning Review Vol. 23, No. 1, pp. 66-82.

Spilerman, S. – Habib, J. (1976) Development Towns in Israel: The Role of Community in Creating Ethnic Disparities in Labor Force Characteristics. American Journal of Sociology, Volume 81. Issue 4, pp. 781-812.

Weizman, E. (2017) Hollow Land – Israel’s Architecture of Occupation. Verso, p. 352.

A multikulturális humántőke fejlesztésének mikroökonómiai hatásai

Bajkai-Tóth Katinka¹

Összefoglalás

Jelen tanulmányban a különböző multikultúrával rendelkező munkavállalók egymáshoz való viselkedési magatartását, kommunikációját, munkamorálját, fejlesztési lehetőségét, illetve ezek a vállalatra gyakorolt mikroökonómiai hatását vizsgálom. Egy vállalat számára elengedhetetlen, hogy nagy figyelmet fordítson az egyre jobban felértékelődő humántőke fejlesztésére, különösen a sokszínű menedzsment körében. A hatékony és kreatív vezetői együttműködés viszi előbbre a munkafolyamatokat, amelyek kihatnak a termelékenységre, kutatás-fejlesztésre, innovációra, a szervezet gazdasági versenyképességére és növekedésére.

A XXI. században a humán tőke, mint a termelési tényezők egyikeként, az emberi erőforrás minősége, a fejlődés meghatározó jelentőségű tényezőjévé vált, amivel érdemes és kell is foglalkozni, hiszen hosszú távon igen nagy megtérülést mutat.

Kulcsszavak: humán tőke, társadalmi tőke, multikulturalitás, diverzitás, bizalom

JEL kód: D24

1. Bevezetés

Először tisztáznunk kell a mikroökonómia termelési tényezőit, amelyek a munka (elsődleges tényező), a természeti tényezők (elsődleges tényező), a tőkejavak (másodlagos tényező), a vállalkozó és az információ. Ezek közül a továbbiakban a munka tényezővel foglalkozom, azon belül is a humán tőkével, társadalmi tőkével, melynek egyik eleme a bizalom.

2. Irodalmi áttekintés

2.1 A humán tőke és fejlesztése

Az 1950-es évekig a közgazdászok úgy gondolták, hogy a munkaerő értéke egy állandósult, adott dolog, amit nem lehet és nem is kell fejleszteni. Évekkel később viszont T. W. Schultz sok más kutatótársával együtt elkezdett foglalkozni az emberi tőke befektetések gazdasági növekedésre és más gazdasági kérdésekre gyakorolt hatásaival. (Becker, 1992) Az első humántőke mérések alkalmával az oktatás költségeit vették csak számításba. Akkoriban úgy látták, hogy a humántőke fejleszthető, de csak képzések által és emiatt annak a költségével számoltak. Természetesen az oktatásban való részvételt nagyban befolyásolja annak a tudata,

¹ PhD hallgató, Szent István Egyetem; bajkai.toth.katinka@gmail.com

hogy a résztvevők jóval magasabb fizetési státuszba kerülhetnek majd a jövőben. (Schultz, 1961)

Thurow (1970) alapján a humán tőke az egyén termelőképességét, tehetségét és tudását jelenti, mértéke azon termékek és szolgáltatások értékeinek segítségével adható meg, amelyeket közvetlenül vagy közvetetten a humán tőkével állítottak elő. Thurow elsősorban a termelési oldal felől közelítette meg, mint a termelés egyik releváns tényezőjét. Az emberi tőke az ember részét képezi, tőkének tekinthető, mert a jövőbeli szükséglet kielégítésének vagy a keresetnek, esetleg mindkettőnek a forrása (Schultz 1983). Thurow és Schultz (1983) a humán tőkével kapcsolatos megközelítésükben párhuzamot állítottak fel a humán tőke és a fizikai tőke között, miszerint a humán tőkével (mint a fizikai tőkével) termékek és szolgáltatások állíthatók elő, amelyek piaci értékének a változása egyben befolyásolja a humán tőke értékének a nagyságát is. A fizikai tőkéhez hasonlóan, a humán tőke mértéke beruházással növelhető. A gazdasági fejlődés megalapozásának döntő tényezője a humán erőforrás fejlesztése, ez a hatékony foglalkoztatás-növelés alapja. A közoktatás, a tudomány, a kutatás-fejlesztés, a kultúra és az innováció egységes láncolatot alkotva, együtt határozza meg az országok fejlesztési kilátásait és jövőbeli várakozásait. A Science Direct, Az emberi tőke szerepe a szervezetben 2016-os cikk kutatásai szerint a humán tőke stratégiaileg új fejezet az emberi erőforrásokban, amely egyre nagyobb teret kap a szervezetekben. A humán tőke fontos szerepet játszik az emberek fejlődésében, az élet és jövedelem javulásában, a tudás, a készség és a termékkapacitások növelésében, a gazdasági növekedésében, és ezáltal a szegénység csökkentésében. Mivel a világban új forradalmak vannak a kapitalizmus elleni küzdelemben, az emberi erők egyre inkább fontosabbá váltak, mint eddig bármikor. A legutóbbi forradalmak szerint a humán tőke jövőbeli kutatásai két célra fognak majd összpontosítani, egyrészt a humán tőkén belüli hiányosságok mérési lehetőségeire, illetve hogy a humán tőke hogyan lehetne a leghatékonyabb és legjövődélmezőbb. Mivel a munkavállalók és az egyének a humán tőkét felhasználják munkájukhoz, befektetésük megtérül a fizetés, a nagyobb előnyök, a munkahelyi elégedettség, a tanulási lehetőségek, valamint az előléptetés területén. Ezek az eredmények lehetővé teszik a családok és a kormányok számára, hogy erőforrásaik nagy részét az oktatásra és az emberi erőforrásképzésre fordítsák. Érdeemes megemlíteni, hogy a humán erőforrással kapcsolatos gazdasági hozzáállás (oktatás és munkaerőképzés) nélkülözhetetlen az ország hatékonyságához és gazdasági sikeréhez. (Mohammad Pasban, Sadegheh Hosseinzadeh Nojedeh, 2016)

2.2 A társadalmi tőke

Pierre Bourdieu (1998) francia szociológus szerint a tőkének három alapvető formája létezik, a gazdasági tőke, a kulturális tőke és a társadalmi tőke. A társadalmi tőke a társadalmi kötelezettségekből vagy kapcsolatokból eredő tőke, ami bizonyos feltételek mellett gazdasági tőkévé is alakítható. Bourdieu szerint a társadalmi tőke azon jelenlegi és lehetséges erőforrások összessége, amelyek a kapcsolatok egy olyan tartós hálójához kötődnek, amelyek a kölcsönös ismeretségen és elismertségen alapulóan nagyjából intézményesítve vannak. Az

intézményesítettség egy olyan csoporthoz való tartozáson alapszik, amely nem csupán közös tulajdonságokkal rendelkezik, hanem tartós és hasznos kötelékekkel is átszótt rendszer. A társadalmi tőke nagysága, amellyel az egyén rendelkezik, több dologtól függ. Egyrészt annak a kapcsolathálónak a kiterjedtségétől, hogy mennyire széleskörű, amelyet mozgósítani tud, másrészt azon (gazdasági, kulturális vagy szimbolikus) tőke nagyságától, amelyet azok birtokolnak, akikkel kapcsolatban van (in Pokol 1995; Bourdieu, 1998). Pokol (1995) Bourdieu elméletének alapkategóriáiról készített tanulmányában arra ad választ, hogy „a társadalmi tőke fogalma alatt a kapcsolati tőke érthető, amely jelenti egyrészt azt a tőkét, amely egyszerűen a más személyekkel kialakított folyamatos kapcsolattartásból ered, de amely kapcsolattartás folyamán az esetleges lekötöttségek tovább növelik valakinek a tőkéjét”. Másik fontos személy a témában James S. Coleman (1994, 1998), aki a társadalmi strukturális erőforrásokat az egyének tőkejavainak, azaz társadalmi tőkéjének tekinti. A társadalmi tőkét Coleman véleménye szerint annak bizonyos funkciója határozza meg. A társadalmi tőke fogalma azt a funkciót határozza meg, hogy milyen értéke van erőforrásként a cselekvők számára a társadalmi struktúra azon jellemzőinek, amelyeket érdekeik érvényesítésében fel tudnak használni adott helyzetben (Coleman 1994, 1998). Jelentős Robert D. Putnam szerepe is, aki szerint „a társadalmi tőke a társadalmi szervezetek jellemzőiből származik, olyanokból, mint a bizalom, a normák és a hálózatok, amelyek növelhetik a társadalom hatékonyságát azzal, hogy elősegítik az összehangolt cselekvéseket” (Szakál in G. Fekete és Solymári, 2004). Putnam nézetei szerint a társadalmi tőke fogalma a társadalmi hálózatokat és a kölcsönösséggel összefüggő normákat tartalmazza, alap gondolata, hogy a társadalmi hálózatoknak nagy erejű értéke van. Ebből adódik, hogy a társadalmi hálózatok jelentős erőforrásként szolgálhatnak mind az egyének, mind a csoportok számára (Putnam 2004). A társadalmi tőke lényege elsősorban a bizalom és a kölcsönösség, amely a társadalmi élet különböző területein lehetővé teszi a kölcsönös előnyök érdekében létrejövő társadalmi kooperációt (Csizmadia 2002). A hagyományos értelemben vett tőkével ellentétben a társadalmi tőke Putnam (1993) állítása szerint „közjó”, vagyis nem személyes tulajdona azoknak, akiknek hasznára válik, hanem mindenki számára elérhető. Mindezek mellett a társadalmi tőke főleg kötelékekből, normákból és bizalomból tevődik össze, amely áttemelhető az egyik társadalmi környezetből a másikba. Összességében megállapíthatjuk, hogy mindhárom szerző társadalmi tőke fogalma között összefüggés látható. Egységesítve a társadalmi tőke a különböző relációkkal jellemezhető társadalmi struktúrák egy olyan erőforrása, amelynek társadalmi és gazdasági konzekvenciái vannak. A társadalmi tőke magában hordozza azt a feltevést, hogy a társadalmi hálózatok erőforrásként szolgálhatnak az egyének és közösségeik számára egyaránt. Ezzel együtt az is egyértelmű, hogy a társadalmi tőke társadalmi hálózatokba ágyazottan létezik, tehát ez a fajta erőforrás kizárólag hálózatok útján, hálózatokon keresztül hozható létre és hasznosítható (Kis K. 2006). A társadalmi tőke hasznosítása azt jelenti, hogy általa a hálózatok, közösségek és társadalmak – más erőforrások felhasználásával együtt (emberi és gazdasági tőke, természeti erőforrások) – kölcsönösségen alapuló együttműködések révén olyan célokat valósíthatnak meg, amelyek realizálása, fenntartása társadalmi tőke nélkül egyáltalán nem, vagy csak jelentős

áldozatok árán lennének elérhetőek. Mindemellett a társadalmi tőkére jellemző, hogy a tőke más formáivá (emberi és gazdasági tőke) átalakítható. A társadalmi tőke tehát jelentős mértékben hozzájárul a különböző társadalmi szerveződési szintek közösségeinek fenntartható gazdasági és társadalmi fejlődéséhez. A társadalmi tőke egyik fontos eleme a bizalom, amely nem elhanyagolható tényező az emberi kapcsolatokban. Egyre több kutató és gyakorlati szakember keresi a választ arra, hogy mi a hosszú távú sikeres üzleti kapcsolat titka, amely nem csupán a vállalkozások profitjának alapvető feltétele, hanem talán életben maradásuk záloga is. Elmondható, hogy a bizalom az alapja mindenfajta együttműködésnek, szervezet- és hálózatépítésnek. Tulajdonképpen ma még nem igazán született meg egy általánosan elfogadott definíció a gazdasági szférában működő bizalomról. A bizalom kiszámítható, kockázatcsökkentő, kapcsolat-alapú, folyamatosan változó gazdasági környezetbe ágyazódott szoft erőforrásként határozható meg. A bizalom hiányának súlyos következményei lehetnek, mint például a végtelenül hosszú és komplikált szerződések, elhúzódó munkafolyamatok, a kooperativitás teljes hiánya, az innovatív gondolatok ki nem mondása, ügyek peres úton való rendezésének elterjedése, és a mindezekből fakadó gazdasági lassulás, hatékonyságvesztés (Tarnai 2003). Ha az üzletet kötni kívánó partnerek bíznak egymásban, sokkal együttműködőbb magatartást folytatnak, nem „taktikáznak” és kevésbé gyanakvóak (Kovács 2003). A bizalom tanulmányozása, majd a megfelelő kiépítése azért hasznos az üzleti szervezetek szempontjából, mert költségcsökkentő hatásának köszönhetően fontos versenyképességre és növekedésre tehetnek szert. A bizalom részletesebb, gazdasági oldalról történő megközelítése során, jelenleg két alapvető kiindulási ponttal találkozhatunk: a hiten alapuló, illetve a kockázat-alapú bizalommal. Vannak egyes kutatók, akik éppen a bizalom hiányának következményeiből vezetik le annak lényegét. A bizalom hiten alapuló iskolájánál kell megemlíteni Doney és társait (1998), akik a bizalomnak két szintjét emelik ki: egyrészt a bizalom, mint hit és várakozások összessége, másrészt a bizalom tulajdonképpen annak a szándéka, hogy az üzleti partnerek a megállapodás szerint fognak majd a későbbiekben cselekedni. Ez rámutat arra, hogy a bizalom egyszerre jelent egy feltételezést, valamint cselekvést is. Solinger és társai összegyűjtve a bizalom létező leírásait és megfogalmazásait egy alternatív listát készítettek arról, hogy mit foglal magában a bizalom: pszichológiai állapot; kötelék, vagy kapcsolat; hatékony hozzátartozás; orientáció; cselekvési készség, vagy belső készség konfliktusmentes állapota. (Solinger, van Olffen, Roe 2008) Ehhez a széles spektrumú listához még hozzátették, hogy a szervezeti bizalom, egy speciális attitűd. A kockázati oldalról történő bizalom-megközelítés egyik nézőpontja szerint a bizalom alapja a másik félbe vetett hit, azaz a másíknak is ugyanúgy érdeke fűződik a megbízhatósághoz, illetve az ígéretek megtartásához. A megbízhatóság és az elkötelezettség tehát rendkívül fontos tényezők ebben az esetben (Kumar 1996). Das és Teng (2004) kockázat-alapú megközelítéskor a bizalom alatt az egyik fél pozitív feltételezését értik, amely szerint megváltozott körülmények ellenére sem fog adott üzletfél eltérően, opportunistaként cselekedni. Ez a feltételezés természetesen önkéntes és bizonyos sérülékenységet is okozhat, ha végkimenetel úgy alakul. A bizalom tehát akkor értékelődik fel legjobban, ahol a kockázat mértéke is nagyobb. Harmadik megközelítés, ha a feltételezett

bizalom hiányzik. A bizalom megfogalmazását Kumar (1996) fordított módon közelítette meg, azaz, hogy a bizalom hiánya milyen károkat okozhat a felek számára. Bár rövidtávon pillanatnyi előnyre lehet szert tenni az opportunista viselkedéssel, de hosszú távon az együttműködésnek kell meghatározónak lennie.

2.3 Kultúrák találkozása

A multinacionális szervezetek, virtuális munkahelyi közösségek és az outsourcing korában elengedhetetlenek a széleskörű együttműködések, egyre gyakoribb, hogy több nemzethez tartozó vezetők dolgoznak egy csapatban, ami kezdetben súrlódásokat, később viszont komoly konfliktusokat idézhet elő. Mivel különböző kultúrájú társadalmakban szocializálódunk, bizonyos helyzetekben másképp viselkedünk, eltérően kommunikálunk, a problémákhoz másképpen közelítünk, ez sokszor gátolhatja a hatékony együttműködést és a közös célok elérését. A nemzetek közötti problémákat, az eltérő nézeteket a kulturális különbségekre lehet visszavezetni. Geert Hofstede (1984) holland szociálpszichológus kezdetben négy, majd folyamatosan fejlesztve, jelenleg hatdimenziós modellje szerint a kultúrák elkülöníthetők a hatalmi távolság (kicsi vagy nagy), az individualizmus vagy kollektivismus, maszkulinitás vagy feminitás, bizonytalanságkerülés (magas vagy alacsony), a hosszú vagy rövid távú orientáció, és az elnéző vagy visszafogott típusú társadalom szerint. A **hatalmi távolság** lényege, hogy a társadalom kevesebb hatalommal rendelkező tagjai mennyire fogadják el a hatalom egyenlőtlen elosztását. Mennyire elfogadott – és elvárt – az alá-fölrendeltségi viszony a hatékony vállalati együttműködésben. Az **Individualizmus Index** alapján elsősorban arra lehet következtetni, hogy milyen a viszony egy csoport és egy hozzá tartozó egyén, valamint egy másik csoport között. Az individualista kultúrákban az egyéni jogok és eredmények a hangsúlyosak, az egyének közötti verseny elfogadott és el is várt. A menedzserek a munkájukban inkább a változatosságot, és nem a rutinmunkát keresik, így érzelmileg nem kötődnek annyira a vállalathoz. Vezetési szempontból figyelmet érdemel, hogy a **kollektivist** társadalmakban a saját csoport összetartása nagyon erős, és itt a lojalitás még a hatékonyságnál is fontosabb. Azonban ezek a kis csoportok egymástól élesen elkülönülnek, és keveredésük komoly konfliktusok forrásává válhat, amelyek megoldásával a vezetőknek foglalkozniuk kell. A **maszkulin** vagyis férfias kultúrákban a nemek szerepe élesen elkülönül, mivel a férfiaktól az erős cél- és eredményorientáltságot, hatalomgyakorlást és a versenyben keménységet várnak el. Ezek külső megjelenési formája a társadalmi elismerés, anyagi jólét, magasan ívelt karrier, a vállalati hierarchia és az összegyűjtött vagyon. A **feminin**, azaz nőies kultúrákban a nemek szerepe kevésbé határolódik el, és ugyanolyan munka- és karrierlehetőségek állnak mindkét nem képviselői számára. A társadalom értékrendszere sokkal inkább a nőies, gyengédebb, érzelmesebb értékekhez kötődik, így itt a verseny kevésbé jellemző a vezetőkre. A Konfuciánus Gondolkodás Indexe, azaz a **hosszú távú orientáció** azt mutatja meg, hogy egy kultúra tagjainak milyen képe van a világról, saját életéről és sorsáról, jövőbeli kilátásokról. Az index alacsony értéke arra utal, hogy az adott kultúra időorientációja jellemzően **rövid távú**, a jelenre - vagy maximum a közeli jövőre – koncentráló, vagyis a problémákat a hagyományos,

megszokott módon közelítik meg. Ezzel szemben, az index magas értékénél egy gyakorlatias, a távoli jövőre koncentráló, hosszútávra befektető kultúrát találunk, amely kevésbé ragaszkodik a hagyományokhoz, a stabilitáshoz, könnyen és gyorsan átveszi az újításokat, vállalkozó szellemű, nyitott. **Elnéző vagy visszafogott:** vannak kultúrák, amik elnézőek és elfogadóak az élet élvezete és a szórakozás tekintetében, míg mások visszafogottabbak, elfojtják az igények kielégítését a szigorú szociális normák miatt.

2.4 Kultúrközi tréning

A különböző multikulturális csoportok találkozása egy munkahelyen bizonyos csapdákat rejt magában, mivel tagjai nagyon eltérő értékekkel rendelkeznek. Ezek az akadályok tompíthatók, az egyének fejleszthetők, és képessé lehet tenni őket arra, hogy produktív módon együtt dolgozzanak. Ilyen egyik kiváló fejlesztési módszer a tréning. „A tréning olyan, alapvetően készségfejlesztésre irányuló, csoportos fejlesztő módszer, amelyen a résztvevők személyes tapasztalatokat szereznek, a tapasztalati tanulás révén új ismeretekhez jutnak önmagukról, másokról, különböző helyzetekhez való viszonyulásaikról. Ehhez eszközként különféle játékokat, szituációs és szerepgyakorlatokat alkalmaznak a tréningek vezetői, amelyeket feldolgoznak, a résztvevők egymásnak visszajelzéseket adnak, működnek a csoportdinamika törvényszerűségei. A tréning nem viszi végig a folyamatokat, csak beindítja azokat, és a résztvevőknek maguknak kell e folyamatokon tovább dolgozni a hétköznapi élethelyzeteik során (Légrádiné Lakner, 2006)”. A különböző csoportok közötti ellentéteket kultúrközi tréningek megszervezésével tompíthatjuk. A tréning végére a résztvevők általában eljutnak odáig, hogy a multikulturális szervezeti formából tovább tudnak lépni egy interkulturális szervezeti és együttműködési formába, amelyben a szervezet különböző csoportjai segítő és megértő interakcióban állnak egymással és képesek együttműködni a szervezet valódi céljainak megvalósításában. Beszélhetünk felkészítő jellegű (orientációs, kommunikációs csapdák, vezetői stílusok alkalmazhatósága, tárgyalási stílusok) és gyakorlati, problémamegoldó kultúrközi tréningekről. A felkészítő jellegű tréningek elsősorban azt a kulturális sokkhatást próbálják meg csökkenteni, amellyel a külföldre delegált szakértő vagy vezető találkozik. Ilyen sokkhatás például, hogy az időeltolódásból adódóan a kétzónás időbeosztás meghosszabbítja a munkaidőt, vagy családok, barátok nélkül nincs kivel megbeszélni a problémákat, így a kiküldött menedzser elszigetelődik. Azonban ezek a tréningek nem tudnak hatékony választ adni a kiküldött vezető mindennapjaiban felmerülő, munkahelyi csapaton belüli problémáira. Így gyakran előfordul az is, hogy a külföldre delegált vezető nem képes megoldani az idegen kulturális környezetben felmerülő problémákat, idő előtt vissza kell hívni, ami sok pénzébe kerül a vállalatnak. A gyakorlati, problémamegoldó tréningek viszont a multikulturális munkacsoportokra koncentrálnak, egyszerre segítve a csoport vezetőjét és a csoporttagokat a kulturális különbségekből adódó feszültségek feloldásában és azok versenyelőnyé formálásában.

2.5 Sokszínűségi Karta

2017 októberében Magyarországon körülbelül 500 nagy- és közepes vállalat írt alá egy bizonyos Sokszínűségi Kartát (Sokszínűségi Karta Magyarország), miszerint elkötelezték magukat, hogy különböző háttérű, etnikumú, nemű, korú vagy éppen egészségi állapotú munkavállalót alkalmaz. Az uniós kezdeményezésű vállalati listára olyan nagy cégek kerültek fel, mint a Shell Magyarország, a Magyar Telekom, a MÁV, az Erste Bank, a PwC, és a Mol. A Hungarian Business Leaders Forum-on bemutatták, hogy a sokszínűség kultúrája nem csak egy hangzatos kifejezés, mivel több területen megtérül és előnyt hoz a vállalatok számára, ami nagyban hozzájárul a szervezetek hatékonyságához, ezáltal versenyképességükhöz is. Ezek a területek a következők: 1. Pénzügyileg jobban teljesít: A McKinsey közismert nemzetközi tanácsadó cég egy nemzetközi kutatása szerint azon cégek esetében, amelyeknél a nemek aránya nagyjából egyenlő, 15 százalékkal nő az esélye annak, hogy a vállalat jobban teljesít pénzügyileg. Ahol viszont etnikailag sokszínű a szervezet, ott ez az arány jóval nagyobb, 35 százalék. 2. Nagyobb innováció: Egy Forbes felmérésnél, több száz, legalább évi 500 millió dollár bevételű globális vállalatot vizsgáltak. Az eredmény végül az lett, hogy a cégek 85 százaléka jelentősen egyetértett azzal, hogy a sokszínűség nagymértékben kedvez az innovációnak. A különféle nemi, fajú, vallási vagy korosztályi összetételű heterogén munkaerőcsoport nagyobb kreatív potenciállal rendelkezik, mint a homogén csapat. 3. A munkavállaló elégedettsége nő: Csökkenek a munkahelyi konfliktusok, ezáltal javul az együttműködés, a kommunikáció, közelednek a cég és a vezetők célkitűzései egymáshoz, és növekszik a vállalat iránti lojalitás. 4. Az Y és Z generáció alkalmazása és megtartása: A fiatalabb munkavállalók motivációja nem feltétlen csak a fizetéshez köthető, számukra a tovább fejlődés lehetősége fontosabb, és elkötelezettebbek vállalat társadalmi ügyei iránt. 5. Több munkavállaló közül válogathatnak: Egy 2012-es kutatás szerint, az európai cégek 40 százalékanak azért vannak betöltetlen munkahelyei, mert nem találnak megfelelő készségekkel rendelkező munkaerőt. A sokszínűséget szem alatt tartó vállalatok számára olyan értékes dolgozók is elérhetővé válnak, akiket sok cég teljesen figyelmen kívül hagy. A CX-Ray HR technológiai cég felmérése szerint, a magyar munkavállalók csaknem 60 százaléka gondolkodik azon, hogy munkahelyet vált, mivel hozzáállásuk jelentősen változhat, ha úgy érzik, feladataikkal hozzájárulhatnak a cég sikereihez, véleményeiket pedig értékeli, és szem előtt tartja egy általuk alkalmasnak ítélt vezető. 6. Sokszínű fogyasztói csoportok elérése: A heterogén munkacsoportok szakmai tudásuk összegzésével egy szélesebb fogyasztói réteget tudnak megcélozni. 7. A szervezeti döntéshozatal javul: A sokszínűség elősegíti az innovációt, hiszen többféle problémamegoldási lehetőség, több ötlet és több perspektíva jelenhet meg, amelyek több szempontot hoznak be ezáltal a döntéshozatalba. Hatékonyabb az erőforráskihasználás. 8. A cég imázsa javul: Azok a vállalatok, amelyek szem előtt tartják a társadalmi felelősség felvállalást pozitív benyomást keltenek. Manapság egyre több ország vezet be erre vonatkozó szabályokat, illetve egyre több cég alkalmazza az éves CSR jelentés elkészítését. 9. A nők szívesebben választják munkahelyül: A HBLF Sokszínűségi elemzése azt mutatta ki, hogy ha a munkáltató figyel a munka-magánélet egyensúlyára és rugalmas az otthoni

munkavégzés tekintetében is, akkor különösen a női munkavállalók elégedettebbek lesznek, a tehetségek nem vesznek el, hanem szívesebben maradnak a vállalatnál.

3. Következtetések és javaslatok

Következtetés képpen kitérnék a diverzitásra, mely jól szemlélteti a fentiek összefoglalását, miszerint a multikulturális humántőke, és annak fejlesztése hogyan hat a gazdasági viszonyokra. A multikulturalitás vagy kulturális diverzitás fogalma alatt az egyének közötti társadalmi, etnikai, vallási, nyelvi különbségeket értjük. Egy szervezeten belül akkor beszélhetünk kulturális diverzitásról, ha különböző gyökerekkel rendelkező egyének dolgoznak és alkotnak együtt egy csoportban. A technika fejlődése, az innováció, a gazdasági változások, a globalizáció egyre átjárhatóbbá tették a földrajzi értelemben vett teret, megszüntetve a nagy távolságokat, ezáltal lehetőséget adva a munkaerő szabad áramlásának, így stimulálva a kultúrák keveredését a vállalatokon belül. Egy szervezetben a multikulturalitás jelenléte nagy befolyásoló hatással bírhat a cég piacon betöltött pozíciójára, versenyképességére. **A diverzitás ilyen értelemben a piaci előny hordozójaként is felfogható. Át kell azonban gondolni, hogyan építjük fel egy szervezet sokszínűségi politikáját és a munkafolyamatokat. Ahhoz, hogy a diverzitásban rejlő potenciált a vállalatok valóban maximálisan képesek legyenek kihasználni, a vezetők részéről alapos tervezésre van szükség.** A munkafolyamatok egyes fázisában előfordulhatnak olyan kulturális sajátosságok, különbségek, melyek befolyásolhatják az adott szinten megvalósuló stratégiát, eltérőek lehetnek a döntéshozatali módokat illetően, különbözhet az egyes problémák megoldásához való hozzáállás, és a munkastílus is. Ezek szélsőséges esetben akár a hatékonyság csökkenéséhez és súrlódásokhoz is vezethetnek, amely kihat az egész cég működésére. A szervezet eredményessége szempontjából egy multikulturális közeg jó lehetőséget ad, de akár igazi sorscsapás is lehet. Több empirikus kutatás vizsgálta, hogy a homogén csoportokkal szemben a multikulturális csoportok hatékonyabbak-e, jobban vagy rosszabbul teljesítenek-e a munkában, sok elmélet született. A siker kulcsfontosságújaként a csoporton belüli sokféleség **kezelésének módját** emelték ki a kutatások. Vagyis, ha a különbözőségekből adódó pozitív vagy akár negatív tényezők időben és megfelelően vannak kezelve, akkor a csapat képes előnyt formálni belőle.

Hivatkozott források

Becker, G. S. (1992). The economic way of looking at life, Nobel lecture.

Bourdieu, P. (1998): Gazdasági tőke, kulturális tőke, társadalmi tőke. In: Tőkefajták: A társadalmi és kulturális erőforrások szociológiája (Szerk.: Lengyel Gy.-Szántó Z.) Aula Kiadó, Budapest. 155-176.

Coleman, J.S. (1994): Társadalmi tőke. In: A gazdasági élet szociológiája (Szerk.: Lengyel Gy.-Szántó Z.) Aula Kiadó, Budapest. 99-127.

- Coleman, J.S. (1998): Gazdasági tőke, kulturális tőke, társadalmi tőke. In: Tőkefajták: A társadalmi és kulturális erőforrások szociológiája (Szerk.: Lengyel Gy.-Szántó Z.) Aula Kiadó, Budapest. 11-43.
- Csizmadia Z. (2002): Robert D. Putnam: Bowling Alone, The Collapse and Revival of American Community, Szociológiai szemle, 3. 183–193.
- Das, T. K., Teng, Bingsheng (2004): The Risk-based View of Trust: A Conceptual Framework. Journal of Business and Psychology, Vol. 19. Nr. 1. pp. 85-116.
- Doney, P., Cannon, J. and Mullen, M. (1998) Understanding the Influence of National Culture on the Development of Trust. The Academy of Management Review, 23, 601-620.
- G. Fekete É. – Solymári G. (2004): A szociális gazdaság kiépítésének esélye és feltételei az észak-magyarországi régióban. Észak-magyarországi Stratégiai Füzetek, 1. 2. 32–78.
- Hofstede, G. (1984): Culture's consequences: International differences in work-related values. Newbury Park, CA: Sage.
- Mohammad Pasban, Sadegheh Hosseinzadeh Nojehdeh (2016): A Review of the Role of Human Capital in the Organization, 3rd International Conference on New Challenges in Management and Organization, Science Direct, Procedia - Social and Behavioral Sciences 230 (2016) 249 – 253 p.
- Kis Krisztián (2006): A társadalmi tőke, mint a társadalmi és gazdasági folyamatokat befolyásoló erőforrás, Agrártudományi Közlemények, 2006/20. KÜLÖNSZÁM
- Kovács T. (2003): Vidékfejlesztési politika. Dialóg Campus Kiadó, Budapest–Pécs. 284.
- Kumar, N. (1996): The Power of Trust in Manufacturer. Retailer Relationships. Harvard Business Review, Vol. 74. No. 6. 93–107. o.
- Légrádiné Lakner Sz. (2006) : Tréningmódszer a felsőoktatásban, [Tudásmenedzsment 7. évf. 1. sz. 60-66.](#)
- Pokol B. (1995): Bourdieu elméletének alapkategóriái. In: Elméleti Szociológia, 2. 75-94.
- Putnam, R. D. (1993): The Prosperous Community, Social Capital and Public Life. The American Prospect Online. 1993.03.21. <http://www.prospect.org/print-friendly/print/V4/13/putnam-r.html>
- Putnam, R. D. (2004): Bowling together, Interview. In: OECD Observer. 2004.03. http://www.oecdobserver.org/news/printpage.php/aid/1215/Bowling_together.html

Schultz, T. W. (1961): Investment in Human Capital, *The American Economic Review*, Vol. 51

Schultz T. W. (1983),: Beruházás az emberi tőkébe. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó. Budapest.

Solinger, O. N., van Olffen, W., & Roe, R. A. (2008). Beyond the three-component model of organizational commitment. *Journal of Applied Psychology*, 93(1), 70-83. DOI: 10.1037/0021-9010.93.1.70

Tarnai M. (2003): A bizalom szerepe a gazdasági kapcsolatokban. Megjelent: Hunyadi György–Székely Mózes (szerk.): *Gazdaságpszichológia*, 2. fejezet. Osiris Kiadó, Budapest, 676–715. o.

Thurow, L. C. (1970): *Investment in Human Capital*. Wadsworth Publishing Company. Belmont

Innováció mérési lehetőségei és eredménye Magyarországon

Bajkó Norbert¹

Összefoglalás

Az ipari fejlődés elérkezett a 4. generációjához. Központosított, integrált rendszerek működnek, amelyek eredményeként hatékonyság bővülés, profitmaximalizálás, gazdaságos erőforrás kihasználás érhető el. A cégek globális piacokra léptek, ahol egyes vállalatcsoportok nagyobb befolyással bírnak az egyes nemzetgazdaságoknál. A hirtelen jött technológiai fejlődés negatív hatást is gyakorol a gazdaság számos ágára, s többek között a mai értelemben vett munkaerőpiac teljes átalakulását hozza magával. Jellemzően az Ipar 4.0-át használó gyáregységekben az átalakulás részeként kis mennyiségű alacsonyán képzett és nagyon magasan képzett munkaerőre van szükség. Az Európai Unió a kutatás-fejlesztési projektek majdnem harmadát adja világviszonylatban. Az Unió területén belül egyes országok innováció vezérelt fejlődési növekedése csaknem 80%-ra tehető. Nemzetgazdasági szempontból óriási investíciót igényel a kutatás-fejlesztés támogatása nem csak az ipar, hanem az állami rendszerek más területein is. Ilyen az oktatás, egészségügy, infrastruktúra stb. E cikk célja az innováció mérési lehetőségeinek és hazai eredményeinek bemutatása, s az ezzel összefüggő fejlesztés irányainak jobb megértése.

Kulcsszavak: Innováció, Innováció mérése, Magyarországi innováció

JEL kód: O30

1. Irodalmi áttekintés

1.1. Innováció 4.0

Az innováció nem más, mint egy új ötletből elállított folyamat, ez lehet új termék bevezetése, új gyártási mód bevezetése, új nyersanyag vagy termékforrás megszerzése, új piac megnyitása vagy piaci átszervezése. (Schumpeter, 1934) Az ipari fejlődés ezt az elméletet is érintette és megjelent a második modernizáció elmélete, amelyet már olyan rendszerek kapcsán értelmezünk, ahol gépek működnek, vagyis gépesítettek. A rendszer a működéséhez szükséges entitásokat racionálisan felhasználja és igazgatja, valamint elő is állítja. (Garai, 1997) Ez vonatkozik a gyártási rendszer minden részére így maga a rendszer törekszik a működési feltételek előállítására kapcsán az emberi feltételek előállítására is. Az emberi

¹ PhD hallgató, Szent István Egyetem GSZDI; norbert.bajko@gmail.com

feltételekre a tudás tömegtermelésén és a szociális identitás¹ (Lengyel, 1997) előállításán alapuló nagyüzemi gyártási folyamatként tekinthetünk. A kapitalizmusban a XX. század elejétől olyan átalakulás kezdődött, amelynek eredményeként az emberi feltételektől függetlenítették a termelést, és a gépesítéssel függetlenítették a képességektől a produktum előállítását. (Garai, 1998) A piac a működési folyamatai szervezése miatt előállítja a hozzá szükséges humán feltételeket, és a hozzá szükséges ráfordításokat a gazdasági racionalitás határozza meg. "Mindannak, amit fogyasztásnak nevezünk, jó része emberi tőkébe való beruházást jelent" (Schutz, 1961) Tehát nem csupán a gyártási folyamat termelési oldalának tanításáról beszélünk a második modernizáció kapcsán, hanem a fogyasztó felkészítéséről a fogyasztásra. Mára a tudás megteremtése az innováció alapja, amely esetlegesen nem kapcsolódik közvetlen gyakorlati alkalmazhatósághoz, például a gyártósorok folyamatainak átalakításához innováció lehet az is, amikor egy pusztán elméleti modell, módszer, eljárás kerül kidolgozásra. (Illés, et al., 2017) Mászt jelent az innováció termékeként, területenként, szereplőként, szabályozóként, felhasználóként stb. Az új Oslo² kézikönyv szerint innovációs tevékenységnek tekintendő: „mindazon tudományos, technológiai, szervezési, pénzügyi és kereskedelmi lépés, amely az innováció megvalósítását ténylegesen szolgálja vagy irányítja.” (MISZ, 2005) Minden innováció végső célja az abba fektetett investíció megtérülése és ezzel egyidejűleg a költségek racionális felhasználása. (Illés, et al., 2013a)

Az ipar 4.0 a 21. században földrengés szerű változásokat eredményezett. (Bogdán, 2018) A termelés tekintetében az a legfontosabb feladat miként tudjuk feldolgozni azt a hatalmas mennyiségű digitális adatot, amely a termelési, fogyasztási folyamat végére rendelkezésre áll. Hamarosan nem csak gyárak, hanem komplett nemzetgazdaságok fognak egy komplex rendszerben működni, ahol az egységek csak a rendszer részeként lesznek elképzelhetők. Az Ipar 4.0-t a korábbi rendszerek fenntarthatatlansága, azok hatásai – klímaváltozás, öregedő társadalom, csökkenő munkaerő – hívták életre. (Nagy, 2017) Az internet világában az összeköttetések rendkívül rugalmas és könnyen kezelhető módon jönnek létre, amelyek megteremtik a lehetőségét a teljesen személyre szabott termék előállításának. Ennek alapvető feltétele, hogy az Ipar 4.0 alatt a termelési folyamatok szervezési is állandó online összeköttetéssel valósulnak meg. (Bak, et al., 2017) Termelés közben hatalmas mennyiségű adat jön létre, aminek feldolgozásában rejlik a jövőbeni versenyelőny, s az adatok birtokában létrejött optimalizációban. (Sader, et al., 2017)

A racionálisan gazdálkodó ember előre tervez, ami azonban csak abban az esetben lehet eredményes, ha a múlt tapasztalataiból indul ki. A gazdasági növekedés motorja a technikai

¹ Eszerint az emberek arra irányuló motivációja, hogy csoporttagságuk alapján pozitív önértékelésre tegyenek szert, a saját csoport javára történő torzítás egyik fontos oka.

² OECD Oslo Kézikönyv: Innováció értelmezése <http://nkfih.gov.hu/szakpolitika-strategia/archivum/oecd-oslo-kezikonyv>

gazdasági megújulás, vagyis az innováció, aminek alapja csak magas szinten művelt alap és alkalmazott kutatás lehet. (Szűcs , et al., 2006)

1.2. Európai Unió és az innováció

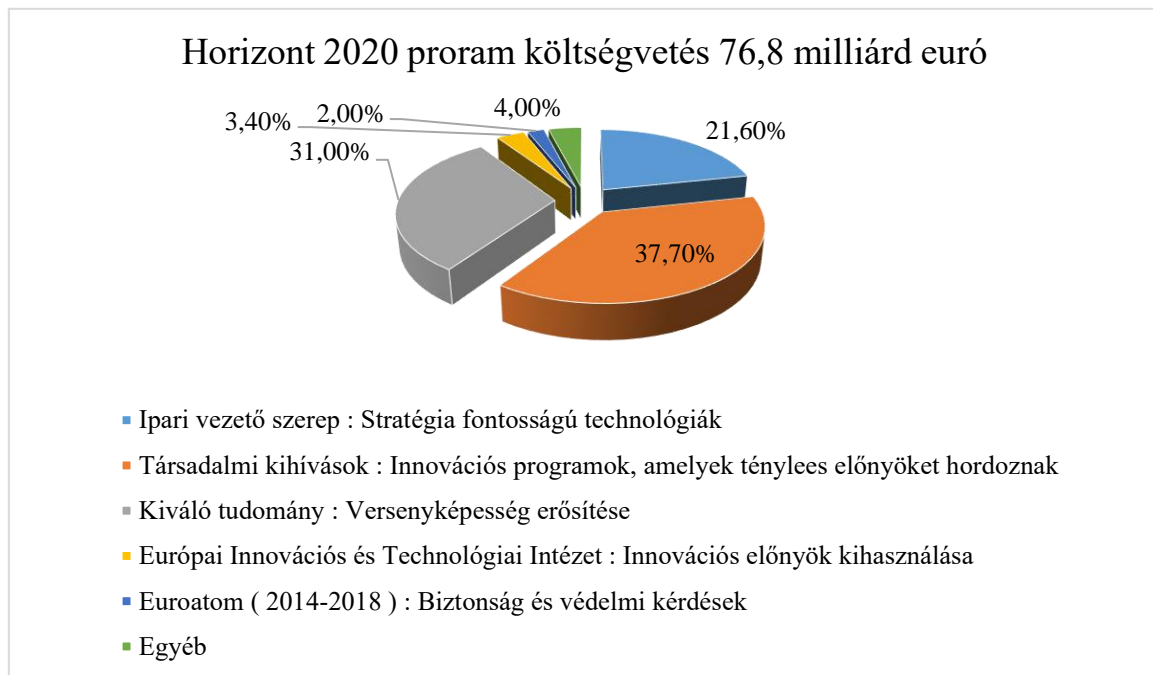
A kutatás és az innováció a növekedést és a munkahelyteremtést elősegítő stratégia központi eleme az Európai Unióban. (Európai Bizottság, 2016) Az Európai Unió a világ tudásgyára, ahol a amint arról már szóltunk – a világ tudományos és technológiai termékeinek csaknem harmadát állítják elő. (Európai Unió, 2014a) Az Európai Uniónak és benne Magyarországnak egy globális versenyben kell helytállnia. A tagállamok saját kutatási szakpolitikái mellett, kutatás finanszírozási rendszerekkel is rendelkeznek, amelyekben az EU forrásai a kutatás és az innováció finanszírozásában jelentősen helyet kapnak. Az EU 2014- 2020 között mintegy 77 milliárd Euró összeget költ K + F projektek finanszírozására. Emellett az Európai Stratégiai Beruházási Alap mintegy 315 milliárd euró értékben finanszíroz innovatív projekteket. A támogatási modellek megfogalmazásakor az Európai Unió három alapvető preferenciát fogalmazott meg:

- Nyílt innováció: Az innovációs folyamatba több szereplőt kell bevonni. A szabályozási környezetnek és a pénzügyi környezetnek támogatni kell az újítást.
- Nyílt tudomány: Az innovációs projekteket együttműködési munkavégzésben, digitális eszközökön szükséges terjeszteni, mindenki számára elérhetően.
- Nyitás a világra: A kutatóknak és az innovációs szakembereknek együttműködésre kell törekedniük annak érdekében, hogy tudományos diplomácia útján, illetve nemzetközi kutatások mentén világszintű problémák megoldásaira rátalálhassanak.

A jelenlegi támogatási mechanizmus - a Horizont 2020 - egy hét éven át tartó program, amelynek segítségével mintegy 77 milliárd euró összeget lehet elnyerni három fő pillér mentén: kiváló tudomány, ipari vezető szerep, illetve társadalmi kihívások kezelése címszavak alatt.

Az Európai Kutatási Tanács kiválasztási mechanizmusának alapja a kiválóság, amikor a kutatás technológiai áttöréshez vezethet. A jövőbeni kialakuló technológiák támogatásával a program elősegíti az alapkutatások eredményeinek felhasználását, melyek révén az országok, vállalkozások megőrizhetik versenyképességüket a világpiacon. (Európai Bizottság, 2016)

1. ábra. Horizont 2020 program költségvetése



Forrás: Saját szerkesztés (Európai Unió, 2014a)

2. Anyag és módszer

Mára a világ országainak jelentős része nyílt gazdaságként létezik egymás mellett, s jóllehet eltérő attribútumokkal rendelkeznek, mégis lehetővé vált a gazdaságaik modellek szerinti értékelése. Az állami szerepvállalás árnyoldala az, hogy amikor az állam a piacokon keresletet generál, s közben ez által a foglalkoztatás is magas, az állam lépései túlkeresletet váltanak ki, amely inflációs nyomást okoz. Ennek következtében a költségvetés igen nagy nyomás alá kerül, s végül – lehet csak rövid távon, de – deficitessé lesz. Ebből úgy tűnik, hogy a „teljes foglalkoztatás” melletti gazdasági növekedésért inflációval fizetünk, amely növekvő költségvetési deficitet is jelent. Ezzel szemben, ha az állam a maga szerepét csökkenti az árupiacokon, vagyis csökkenti a keresletet, akkor visszaesik az inflációs nyomás, de szinte egyidejűleg megemelkedik a munkanélküliség. A fejlett gazdaságok kapcsán tényként lehet lefektetni, hogy a nulla közeli infláció, a teljes foglalkoztatottság, az egyensúlyi költségvetés, és a stabil növekedés egyszerre nem érhető el.

Számos tanulmány bizonyítja, hogy a kutatás-fejlesztésre szánt összegek hosszú távon megtérülnek. (Európa Pont, 2017) A gazdaság motorjai lehetnek az innováció alapú beruházások. A kutatás-fejlesztéssel összefüggésben lévő beruházások mérése igen fontos helyet foglal el a versenyképesség, az innováció, és a stratégiai fejlesztés minősítésében is. A mérési módszereket típusuk alapján négy nagy csoportba sorolhatjuk.

- Mutatószámok
- Eredmény statisztikák, szomszédos oldalpárok

- Összetett mutatószámok vagy indikátorok
- Mérési modellezés

A fenti módszerek értelmezéséhez a KSH és az EUROSTAT adatbázisait vettem alapul kiegészítve folyóiratok és tanulmányok szekunder adatbázisaival.

2.1. Mutatószámok

Személyi feltételek: A kutatás területén fellelhető human erőforrás létszáma beszédes adat, ezért a mérőszám a tízezer foglalkoztatottra jutó kutatói létszámot jelzi.

Bruttó hazai K + F ráfordítás alatt adott tárgyidőszakon belül – általában egy naptári év – a nemzeti határokon belül elköltött forrásokat értjük. Az összes olyan fejlesztési projektet magában foglalja, amely a határokon belül került megvalósításra, még akkor is, ha a finanszírozás külföldi forrásokból valósul meg. A gyakorlatban a bruttó hazai össztermékhez hasonlítják, amely már számszerűsíti az innovációs beruházásokat a GDP arányos ráfordítással.

A leginkább alkalmas mutató a termék- és az eljárásinnováció kifejezésére a szabadalmi mutató. Tulajdonképpen a kiadott szabadalmak számát mutatja ki egy adott országon belül, s így mutatója lehet a technológiai fejlődés terjedésének. A mutató hátránya, hogy nem lehet az innovatív projekteket megkülönböztetni a kutatás-fejlesztés projektektől, illetve a szabadalmak száma önmagában nem mond semmit, össze kell vetni valamilyen más adattal. Ilyen adat lehet a népesség száma, a terület nagysága stb. (Török, 2006)

A tudományos értekezések számszerűsített értékelésére jött létre a bibliometria mutatószám az úgynevezett H-index. A számmal kifejezett folyóiratcikkek, publikációk, idézettségi indexek egyszerű termelékenységi mutatóként lehetővé teszi a tudományterületek fejlődésének nyomon követését. (Török, 2006) Három alapvető csoportot különböztetünk meg:

- Publikációk száma országonként
- Egy publikációra jutó idézettség
- Relatív idézettségi arány

A külgazdasági teljesítmény és a kutatás-fejlesztés közötti kapcsolat mutatószáma mutatja a csúcstechnológiai export arányát a teljes iparcikk kivitelén belül. A mutató akkor alkalmazható igazán, ha hasonló fejlettségű és tőkevonzó képességű országot hasonlítunk össze egymással. (Török, 2006)

2.2. Eredmény statisztikák

Ide sorolhatók a KSH, az OECD, az EUROSTAT stb. intézmények által készített kimutatások. Az európai innovációs eredménytáblát három prioritás mentén dolgozták ki:

- Hajtóerők: human menedzsment, pénzügy, támogatás

- Vállalati aktivitás: befektetések
- Outputok: gazdasági hatások

2.3. Összetett mutatószámok vagy kompozit indikátorok

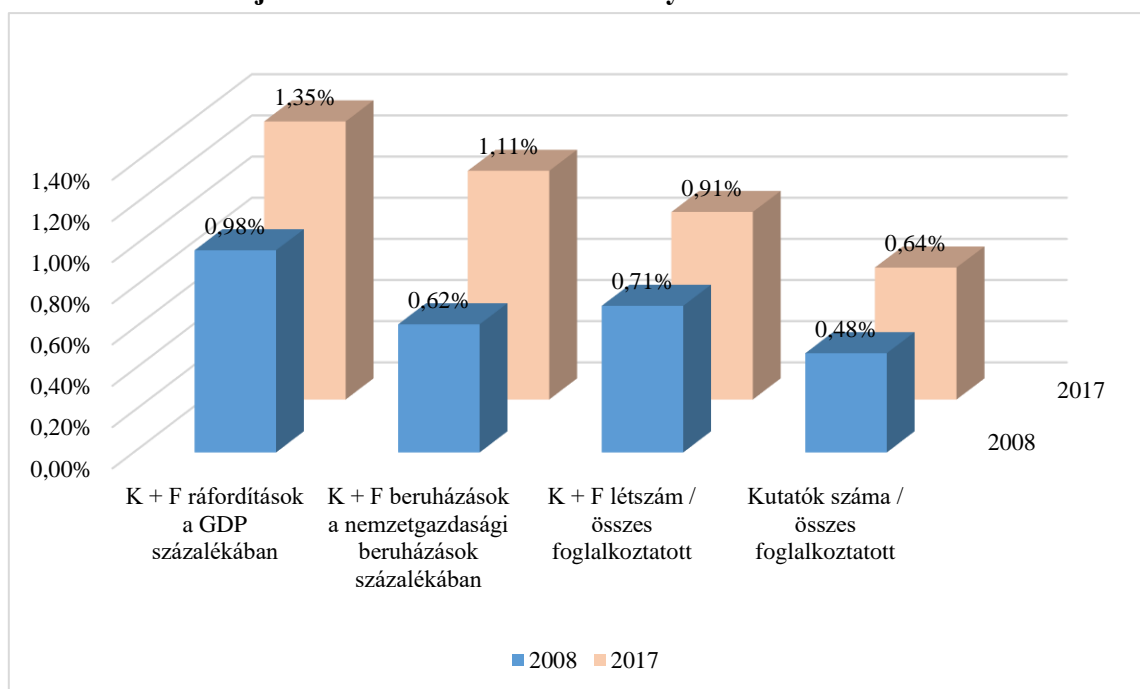
Az országok politikai döntéshozói és a közvélemény részéről növekvő érdeklődés tapasztalható olyan mutatók iránt, amelyek összesítetten, jól értelmezhetően fejezik ki egy adott ország adatait. A nemzetgazdaságok jól értelmezhető módon hasonlíthatók össze egymással például az innováció, technológiai fejlettség, fejlődés vagy akár a kutatás-fejlesztés területén. A mutatószámok számos vita alapját szolgálják, főleg a politikai szereplők között annak érdekében, hogy befolyásolják a közvéleményt. Az Európai Unión belül a legjelentősebb nemzetközi innovációs mérőszám az Európai Innovációs Index.

3. Eredmények

Az Unió arra ösztönzi a tagországokat, hogy 2020-ra a fent említett támogatási csomag mellett a GDP-jük 3%-át költse innovációra oly módon, hogy 1%-a közpénzből és 2% magánszektor béli beruházásból kerüljön ki. (Európai Unió, 2014b) A fellelhető dokumentumok tükrében az EU joggal reméli, hogy ezen tevékenységek révén 3,7 millió új munkahely jön létre, valamint mintegy 800 milliárd Euróval növekszik az uniós éves GDP.

Személyi feltételek: Magyarországon a kutatás-fejlesztéssel foglalkozó tényleges foglalkoztatottak száma 2014 óta folyamatosan csökkent. (KSH, 2018c) 2017.-ben a kutatók száma elérte a 0,91%-t, ami megfelel a 2014-es szintnek.

2. ábra. A kutatás-fejlesztés humán erőforrás arányai

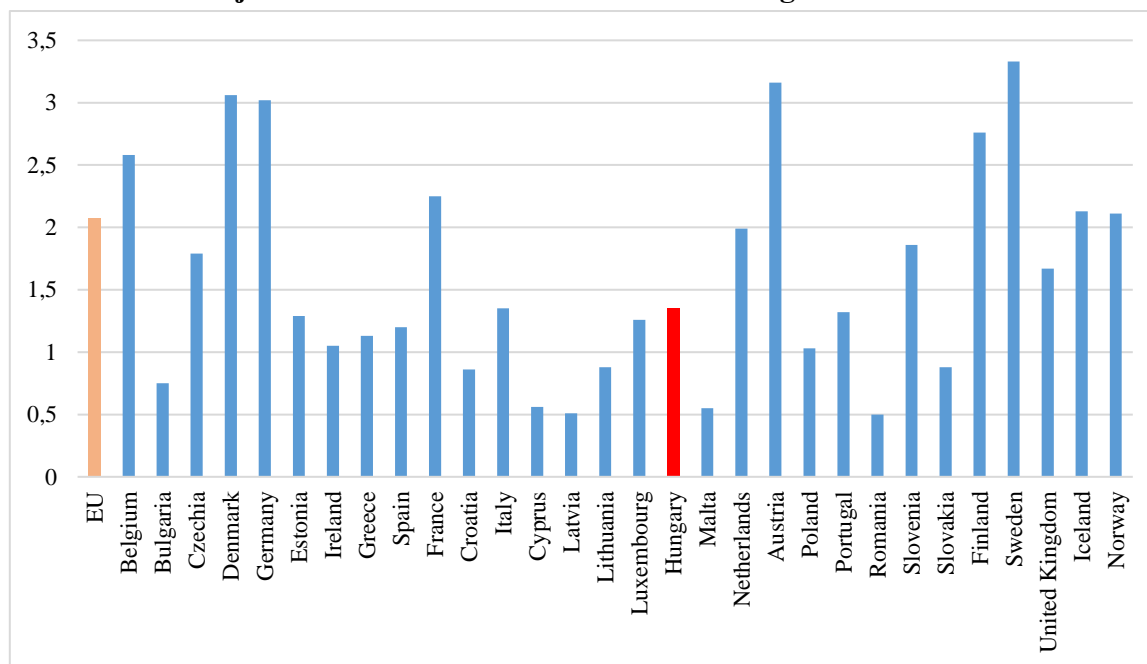


Forrás: Saját szerkesztés (Világgazdaság, 2018)

2017. évben a foglalkoztatottak száma 4.421.400 fő volt. (KSH, 2018b) Tehát az összes foglalkoztatottból Magyarországon 2017-ben 42.729 fő (KSH, 2018c) dolgozott kutatás-fejlesztés területén. Ez a fenti mérőszám arányában 96 fő per tízezer fő, ami Magyarországot a legmagasabb csoportba sorolja.

Amennyiben ebből a szempontból nézzük, a világ fejlett országai mind 3%, vagy annál magasabb aránnyal rendelkeznek. Hazánkban ez a szám 2017-ben 1,3%, amely bőven a vezető országok teljesítménye alatt van. A K + F ráfordítások értékelésénél két alapvető módszert lehet alkalmazni a számszerűsített érték kifejezésére. Az elsődleges módszer szerint összesítésre kerül az állam által finanszírozott K + F tevékenységet végző szervezetek költségvetése, amit az állami finanszírozású bruttó hazai kutatás-fejlesztési ráfordításnak nevezünk. Van azonban egy másik számítási metódus is, amikor az állam által nyújtott költségvetési támogatásokat összesítjük, s az állami költségvetésből fejezzük ki a számszerűsített értéket.

3. ábra. Kutatás-fejlesztési ráfordítás mértéke az EU országokban 2017



Forrás: Saját szerkesztés Eurostat 2019 adatai alapján (Eurostat, 2019b)

Ekkor a költségvetésben szereplő összes beazonosítható kutatás-fejlesztési ráfordítást összesítjük, ami az állami költségvetési K + F mérőszámot adja eredményül. Hazánkban a GDP alakulása 2017-ben 38.355.115 millió forint volt. (KSH, 2018a) A 2017-es K+F ráfordítások 517.258 millió forintot tettek ki, (KSH, 2018c), ami aránypárban kifejezve a GDP 1,35%-a. s meg sem közelíti az EU által megjelölt 3%-t. Amennyiben a hazai politika az Európai Unió célkitűzései kívánta volna követni, úgy a magyar GDP 2017-os adataival számolva a támogatás mértékének 1.150.653 millió forintnál kellett volna tetőznie.

1. táblázat. Magyarországon hatályos oltalmak száma 2016

	2015	2016	2017	2018
Nemzeti úton megadott szabadalmak száma	21851	23782	26225	28677
Ebből - Hatályos európai szabadalom	17573	20000	23041	26092
Kiegészítő oltalmi tanúsítvány	138	138	134	252
Növényfajta-oltalom	90	106	108	124
Használatiminta-oltalom	908	852	858	847
Nemzeti formatervezésiminta-oltalom	4090	3938	3746	3558
Nemzeti védjegy	55628	55242	55056	54787

Forrás: Saját szerkesztés a Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatala éves beszámolóí alapján (SZTHN, 2017), (SZTNH, 2018), (SZTNH, 2019)

A szabadalmakat sokféle szempont szerint összesíthetjük, ezért a gazdasági közösségek alkalmaznak egy mutatószámot, melynek neve technikai fizetési mérleg. Ebben a mérőszámban az ipari tulajdont és a know-how-t követhetjük nyomon. A technikai fizetési mérleget négy mérőszám alkotja, amelyek lefedik a technológiai áramlásokat.

- Technikai kereskedelem: szellemi tulajdon értékesítése export céllal,
- Ipari tulajdon nemzetközi értékesítése: ipari eljárások, védjegyek stb.,
- Kutatás-fejlesztés az iparban: egy vállalaton belül, de nem az anyaországban finanszírozott módon,
- Műszaki szolgáltatások: technológiai szolgáltatások, tanácsadás stb.

A mutató jelentős hátránya, hogy nem jelzi az exportált, importált technológiák technológiai fejlettségét, illetve az adatok értelmezése, összehasonlítása a vállalatokon belüli pénzügyi tranzakciók mentén szinte lehetetlen.

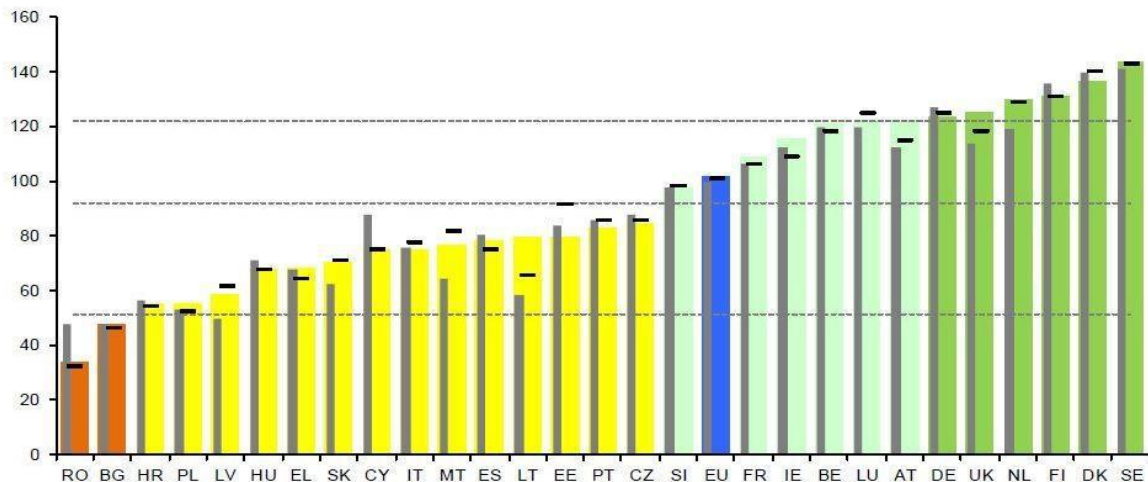
A H index szerinti mutató hátránya, hogy az adatbázisok elfogultak az angol nyelvű publikációkkal kapcsolatban, s így a nemzetközi összehasonlítás nem lehet objektív. Magyarország a H-index rangsorában a világ 34.-ik országa, dokumentumszámot tekintve 174.351 publikáció mellett 14,91 az átlagos hivatkozási szám. (SJR, 2018)

A kutatás-fejlesztéssel összefüggő versenyképesség nem rajzolódik ki pontosan a csúcstechnológia aránypárjával a teljes exporton belül, mert nem lehet belőle kimutatni sem a termelés, sem az export technológia intenzitását. Magyarországon a high-tech termékek részaránya a teljes iparcikk exporton belül mintegy 20%. Ezen 20 százalék jelentős részét

néhány autógyártó által néhány magyarországi városban gyártott gépjárművek exportja teszi ki. Ez rendkívül nagy veszélynek teszi ki hazánkat a robotizálás mentén. (Portfolió.hu, 2017)

Az EUROSTAT adatai szerint Magyarország innovációs helyzetét jól érzékelteti, hogy az Európai Unión belül a 24.ik helyet foglalja el. (Európai Bizottság, 2018b) E sokatmondó adat jelzi, hogy hazánkat a sereghajtók között tartják számon nem csak az Unión belül, de a közép-európai régió országai között is.

4. ábra. Európai innovációs eredménytábla 2017



Forrás: Európai Innovációs Eredménytábla 2017 Ref. Ares(2017)3065803 - 19/06/2017 p3

„A színes oszlopok a tagállamok 2016-os teljesítményét ábrázolják, 27 mutató legfrissebb adatainak felhasználásával, az EU 2010-es teljesítményéhez viszonyítva. A vízszintes kötőjelek a tagállamok 2015-ös teljesítményét jelölik, 27 mutató második legfrissebb adatainak felhasználásával, az EU 2010-es teljesítményéhez viszonyítva. A szürke oszlopok a tagállamok 2010-es teljesítményét mutatják az EU 2010-es teljesítményéhez viszonyítva. Minden év vonatkozásában ugyanezt a mérési módszert alkalmazták. A pontozott vonalak a 2016-os teljesítménycsoportok közötti küszöbértékeket jelölik, a tagállamok 2016-os teljesítményét az EU 2016-os teljesítményéhez hasonlítva. „ (Európai Bizottság, 2018b)

A 2010 óta készülő index 36 országra terjed ki. Magyarország 66 pontot ért el 2017-ben, ami 4 ponttal kevesebb a 2010-s értéknél. Jelentős a visszaesés az emberi erőforrások területén, s ez az oktatásra jellemző. Szinte minden innovációs mutató csökkenést mutat. A foglalkoztatási mutató korrigálja a képet, valamint a folyamatosan emelkedő GDP. (Európai Bizottság, 2018a) A V4 országok közül Lengyelország illetve Csehország is javulást mutat, míg Magyarország mellett Szlovákiánál visszaesés tapasztalható.

Jelen cikk terjedelmi keretei nem teszik lehetővé konkrét mérési modellezés használatát. A fent említett módszercsoportok számos egyéb mutatószámot hordoznak magukban, amelyek általában egy konkrét probléma, vagy feladat vizsgálata kapcsán kerülnek értelmezésre.

Mindegyik elemzési módszer hordoz magában számos hátrányt is, ezért konkrét projekt, feladat tükrében határozható meg a szükséges metódus használata.

4. Következtetések, javaslatok

Az olyan képlékeny témában, mint az innováció, amely mást jelent országonként, iparágakként, gazdasági szereplők szemszögéből stb. nehéz végérvényes és mindenki számára megnyugtató következtetésekre jutni. Természetesen mindenkinek van saját elképzelése arra vonatkozóan mit jelent az innováció Európa országaiban s köztük a Magyarországon is. Magyarországon 42.729 alkalmazottat foglalkoztatnak a kutatás-fejlesztés területén, ami nem különböztethető meg élesen az innovációtól, hiszen a két terület jellemzőikben fedik egymást. A terület összecszerű ráfordítása 517.258 millió forintba rúg, ami messze elmarad az EU 3%-os GDP arányos előirányzatától. Amennyiben ez megvalósulna, úgy 1.150.653 millió forintnyi összeget kellene biztosítani a terület számára. Ebből az alul pozicionált forrásból kutatóink a H index alkalmazásával Magyarországot világviszonylatban az idézettségi lista 34. helyére pozicionálták. Az átlagos hivatkozási szám megközelítette a 15-t. A high-tech termékek aránya az export-iparcikkek értékesítésén belül csupán 20%, így a kettő kapcsolatából kimutatható, hogy hazánkban inkább az alap- elméleti kutatások vannak jelen, mint az alkalmazott gyakorlati kutatások. Emellett a robotika esetleges előretörése csökkenő munkakeresletet generálhat itthon, sőt, szükségszerűen átalakítja majd a munkaerőpiac összetételét. Egy fejlett iparral, robotikával rendelkező társadalom kevés alacsonyán képzett és kevés magasan képzett munkaerőt igényel. A 20-30 év múlva szükséges szakmákat ma még pontosan nem is tudjuk behatárolni. Hazánk szűkebb nemzetközi környezetében sem teljesít jól, a gazdaság szabadságfoka szerint közepesen szabad (55. hely) (Miller, et al., 2019) míg az innováció rangsorában 33. helyen áll (Global Innovation Index, 2019), addig – mint azt láttuk – az Unión belül a 26.-ik helyet foglalja el (Eurostat, 2019a), ami az innovációs rangsort illeti. Méretéből fakadóan az Európai Unió teljesítményéhez jelentősen sem lélekszámban, sem pedig gazdasági eredményben nem járul hozzá. Sajnos úgy is tekinthetjük, hogy bizonyos feltételek mellett Magyarország teljes termelékenységének változása a teljes Uniós mutatók tükrében hibahatáron belül van.

Az állam azon irányú törekvése, hogy az innovációt erősítene jól megfogalmazott célnak tűnik, amely életre keltett egy önálló innovációs minisztériumot is, de nem a megfelelő irányú fejlődés kezdeti jelei mutatkoznak. A kutatásban dolgozó emberek jellemzően autonóm alkotók, így az ő tevékenységüket szabadságfokuk növelésével lehet szinten tartani, illetve fokozni. A gazdaság jövőbeni fejlődését a KKV szektor óriási vállalkozói állománya biztosítja, ahol az innovatív megoldások jellemzően nincsenek jelen. Természetesen más megoldásokat igényel ezen szegmensen belül a mikro-, a kis- és a közepes vállalkozások támogatása. A megoldást a vállalkozások fejlesztésének olyan irányú programja hozhatja meg, ahol a hazai vállalkozások már meglévő technológiák megvásárlásához kapjanak segítséget főleg a mikro- és a kisvállalkozói csoportokon belül. Ezzel a lépéssel a gazdasági szerepük megerősödik, a

teljesítményük – s ezáltal a GDP-re gyakorolt hatásuk – növekedni fog, s felkerülnek a cégek az európai versenyképességi térképre. Láthatók jelek ebbe az irányba is, főleg a Horizont 2020 program elősegítését célzó állami szerepvállalás kapcsán, de ez nem elegendő, mert a hazai technológiai fejlődés sok esetben nincs azon a szinten, hogy a legújabb technológiai vívmányok kifejlesztésében az élen haladjon. Szóval okosabb volna egyet hátra és kettőt előre lépni, amint a most elérhető technikák már széles körben elterjedtek a hazai viszonyok között, akkor helyezni a hangsúlyt az új technológiai, technikai megoldások felé.

Hivatkozott források:

Bak, Á., Kovács, I. & Daróczy, M., 2017. Innovation - The important of knowledge networks. In: C. B. Illés, M. Nowicka-Skowron, E. Horská & A. Dunay, szerk. *Management and Organization: Concepts, Tools and Applications*. Harlow, UK, DOI:10.18515/dBEM.M2017.n02.ch17: Pearson Education Limited, pp. 201-211.

Bogdán, Z., 2018. *Innotéka : Az Ipar 4.0 – közgazdász szemmel*. [Online] Available at: http://www.innoteka.hu/cikk/az_ipar_40_kozgazdasz_szemmel.1726.html [Hozzáférés dátuma: 08 10 2018].

Európa Pont, 2017. *Európa számokban: hogyan áll az EU kutatás-fejlesztés és innováció területén?*. [Online] Available at: https://europapont.blog.hu/2017/12/29/infografika_kutatas_fejlesztes [Hozzáférés dátuma: 20 01 2019].

Európai Bizottság, 2016. *Kutatás és Innováció, A határok kitolásáért és az életminőség javításáért*. [Online] Available at: <https://publications.europa.eu/hu/publication-detail/-/publication/ba202c94-aa5d-11e6-aab7-01aa75ed71a1> [Hozzáférés dátuma: 19 01 2019].

Európai Bizottság, 2018a. *European Innovation Scoreboard 2018*. [Online] Available at: https://ec.europa.eu/growth/industry/innovation/facts-figures/scoreboards_en [Hozzáférés dátuma: 23 01 2019].

Európai Bizottság, 2018b. *Európai innovációs eredménytábla 2017*. [Online] Available at: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=2ahUKEwi53YG9u4PgAhUHKIAKHVPCBYIQFjAAegQICRAC&url=https%3A%2F%2Fec.europa.eu%2Fdocsroom%2Fdocuments%2F23983%2Fattachments%2F1%2Ftranslations%2Fhu%2Frenditions%2Fpdf&usg=AOvVaw1TdvM0RRjKrk> [Hozzáférés dátuma: 23 01 2019].

Európai Unió, 2014a. *Közérthetően az Európai Unió szakpolitikáiról: Kutatás és innovációs politika*. Luxembourg: Luxembourg, Európai Unió Kiadóhivatala, 2014.

Európai Unió, 2014b. *Európai Unió: Kutatás és Innováció*. [Online] Available at: https://europa.eu/european-union/topics/research-innovation_hu [Hozzáférés dátuma: 20 01 2019].

Eurostat, 2019a. *Community Innovation Survey: latest results*. [Online] Available at: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/DDN-20190312-1> [Hozzáférés dátuma: 31 05 2019].

Eurostat, 2019b. *5/2019-1 First estimates of Research & Development expenditure R&D expenditure in the EU increased slightly to 2.07% of GDP in 2017*. [Online] Available at: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/9483597/9-10012019-AP-EN.pdf/856ce1d3-b8a8-4fa6-bf00-a8ded6dd1cc1> [Hozzáférés dátuma: 30 05 2019].

Garai, L., 1997. *Általános gazdaságpszichológia*. 2007 szerk. Budapest: JATEpress.

Garai, L., 1998. Tézisek a második modernizációról, az emberi tőkéről és a szocializmusról. *Eszmélet*, Tél. kötet.

Global Innovation Index, 2019. *2018 Report*. [Online] Available at: <https://www.globalinnovationindex.org/gii-2018-report#> [Hozzáférés dátuma: 31 05 2019].

Illés, C. B., Dunay, A. & Hustiné Béres, K., 2013a. Tax system and innovation activities - a case study on Hungarian small and medium enterprises. *Gazdaság és Társadalom*, 5. kötet, pp. 45-66.

Illés, C. B., Törőné Dunay, A., Hustiné Béres, K. & Husti, I., 2017. Életem a felsőoktatásban : Dr. Molnár József 70 éves Szent István Egyetem. In: Lehota József, szerk. *Gondolatok az innováció fogalmi értelmezéséről és mérésének lehetőségeiről*. Gödöllő: Egyetemi kiadó, pp. 2010-226.

KSH, 2018a. *A bruttó hazai termék (GDP) értéke forintban, euróban, dollárban, vásárlóerő-paritáson (1995–)*. [Online] Available at: http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_qpt015.html [Hozzáférés dátuma: 22 01 2019].

KSH, 2018b. *Idősoros Éves adatok - Munkaerőpiac*. [Online] Available at: http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_qlf001.html [Hozzáférés dátuma: 21 01 2019].

KSH, 2018c. *Magyarország számokban 2017.* [Online]
Available at: <https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/mosz/mosz17.pdf>
[Hozzáférés dátuma: 30 05 2019].

Lengyel, Z., 1997. *Szociálpszichológia.* [Online]
Available at: <https://www.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tkt/szocialpszichologia/adatok.html>
[Hozzáférés dátuma: 08 10 2018].

Miller, T., Kim, A. B. & Roberts, J. M., 2019. *The Hritage Foundation : 2018 Index of Economic Freedom.* [Online]
Available at: https://www.heritage.org/index/pdf/2018/book/index_2018.pdf
[Hozzáférés dátuma: 31 005 2019].

MISZ, 2005. *Magyar Innovációs Szövetség.* [Online]
Available at: https://www.innovacio.hu/1g_hu.php
[Hozzáférés dátuma: 08 10 2018].

Nagy, J., 2017. *Az ipar 4.0 fogalma, összetevői és hatása az értékláncre.* [Online]
Available at: http://unipub.lib.uni-corvinus.hu/3115/1/Nagy_167.pdf
[Hozzáférés dátuma: 08 10 2018].

Portfolió.hu, 2017. *Magyarország lehet a robotizáció egyik legnagyobb vesztese.* [Online]
Available at: <https://www.portfolio.hu/vallalatok/it/magyarorszag-lehet-a-robotizacio-egyik-legnagyobb-vesztese.251139.html>
[Hozzáférés dátuma: 23 01 2019].

Sader, S. S. A., Husti, I. & Daróczi, M., 2017. Suggested Indicators to Measure the Impact of Industry 4.0 on Total Quality Managenent. *International Scientific Journal*, Industry 4.0(2), pp. 298-301.

Schumpeter, J. A., 1934. *The Theory of Economic Development.* 2017 szerk. New York: Transaction Publishers.

Schutz, T. W., 1961. *Investment in human capital.* 2015 szerk. New York: The American Economic Review.

SJR, 2018. *Scimago Journal & Country Rank.* [Online]
Available at: <https://www.scimagojr.com/countryrank.php?order=h&ord=desc>
[Hozzáférés dátuma: 22 01 2019].

SZTHN, 2017. *Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatala: Tények és Adatok 2016.* [Online]
Available at: <https://www.sztnh.gov.hu/sites/default/files/csatolmanyok/sztnheves16web.pdf>
[Hozzáférés dátuma: 04 06 2018].

SZTNH, 2018. *Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatala : Tények és Adatok 2017*. [Online]
Available at: https://www.sztneh.gov.hu/sites/default/files/sztneh2017_web_2.pdf
[Hozzáférés dátuma: 04 06 2019].

SZTNH, 2019. *Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatala : Tények és Adatok 2018*. [Online]
Available at: https://www.sztneh.gov.hu/sites/default/files/sztneh_2018.pdf
[Hozzáférés dátuma: 04 06 2019].

Szűcs , I., Galli , S. & Széles , Z., 2006. A műszaki haladás mérésének lehetősége a mezőgazdaságban. *Matarka, Gazdálkodás*(50 évf. 1.sz.), pp. 81-88.

Török, Á., 2006. *Stratégiai ágazat stratégia nélkül?*. Szombathely: Savaria University Press.

Világgazdaság, 2018. *Meglepő fordulat a kutatás-fejlesztésben*. [Online]
Available at: <https://www.vg.hu/gazdasag/gazdasagi-hirek/meglepo-fordulat-a-magyar-kutatas-fejlesztesben-1215916/>
[Hozzáférés dátuma: 30 05 2019].

Világgazdaság, 2018. *Melepő fordulat a magyar kutatás-fejlesztésben*. [Online]
Available at: <https://www.vg.hu/gazdasag/gazdasagi-hirek/meglepo-fordulat-a-magyar-kutatas-fejlesztesben-1215916/>
[Hozzáférés dátuma: 21 01 2019].

Az agilitás a vállalati versenyképesség horizontján

Balog Katalin¹

Összefoglalás

A vállalati versenyképességet folyamatosan alakítja a technológia robbanásszerű fejlődése, a globalizáció és a hyper-versenyhelyzet. A volatilitást és komplexitást egy tradicionálisan szerveződő vállalat nehezen tudja lekövetni. Eközben a diszruptív innovációk iparágakat alakítanak át. Legtöbbjük agilis működési módjának köszönhetően tett szert bizonyítható versenyelőnyre a hagyományos működésükhöz képest. Ez szervezeti és egyéneket érintő változásokat sürget. Kutatásom célja, hogy tisztázódjon az agilitás személyiségjegy vagy módszertan, lássam a különbséget az agilitás aspektusai között. Hipotéziseim a különböző személyiség típusok és az agilis működés jellemzőinek együttjárását vizsgálják. A személyiségvonásokat a Big5 tipológia kérdőívvel mértem, ezekből is az agilitáshoz kapcsolódó lelkiismeretesség, nyitottság és extraverzió faktorokat. A változások és problémák kezelésére Lazarus megküzdési módok kérdőívét alkalmaztam.

Feltételezéseim közül több igazolódott: az extravertált személyeknek fontosabbak az agilis szervezetekre jellemző működési elemek, a nyitottság is szignifikáns együttjárást mutat. Ellenben a lelkiismeretesség, a vezetői stílus, a megoldási stratégiák, a segítségkérés, az életkor és az agilitás között nem mutatkozott összefüggés. Arra a következtetésre jutottam, hogy az agilitást nem lehet az eddig ismert módszerekkel mérni. Első lépésként az agilis módszertanokkal működő vállalatoknál végeznék felmérést, hogy feltárjam az agilitás mely mutációjában működnek. Feltételezem, hogy az agilitás csoportban létrejövő képesség, ezért fókuszcsoportos beszélgetést végeznék a kollégákkal. A csoport által mutatott viselkedés és vélemények alapján lehetne pontosítani az új, agilitást mérő kérdőívet. Továbbiakban modellet lehet alkotni az agilitás hatékonyságnak mérésére. Az agilitás működésének ismerete lehetőséget ad a szervezetfejlesztő és HR szakembereknek a kiválasztási és kompetenciafejlesztési, valamint a szervezeti kultúra fejlesztési tevékenységükben.

Kulcsszavak: versenyképesség, agilitás, személyiségtipológia, megküzdési stratégiák.

Jel kód: MAG145

¹ egyetemi hallgató, Szent István Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar; kata@balogkata.com

1. Bevezetés és szakirodalmi áttekintés

1.1 Globális trendek

A makrogazdasági szinten jelentős mértékű változások, mint a globális munkaerőáramlás, a növekvő verseny, a technológiai robbanás és a kollektív működés beépülése alapvetően átírja a korábbi versenyképességi játékszabályokat. Vinge (1993) fogalmazta meg a technológiai szingularitás jelenségét: a technika és a mesterséges intelligencia létrejöttének következménye, hogy emberléptéken túli mértékben gyorsulnak fel a társadalmi változások (munkamód, kommunikáció, folyamatok) elképesztő sebességű, folyamatos változásmindennapjaink része lett. Eközben, az emberi természet, személyiségjegyek nem vagy nehezen alakulnak. A kérdésem az, hogy a versenyképesség egyik fő motorja, a humán tőke vajon képes felvenni a tempót, követni a változásokat miközben klasszikus, leginkább hierarchikus szervezetekben, iskolákban szocializálódnak. Kurzweil (2001) A gyorsuló eredmények törvénye című értekezésben az exponenciális tendenciákat érzékelteti hasonlatával: ma egy laptop egy nanoszekundum alatt tízezer évnyi, emberi gondolkodásnyi anyagot tud feldolgozni. Eközben az emberek, szervezetek, vállalatok korábbi tudása elavul, képességstruktúrájuknak változni kell, ha versenyben akarnak maradni.

A forradalmi innovációk átalakító hatással voltak a társadalomra, az emberi viselkedésre, a szokásokra, átformálta gondolkodást. Álljon itt néhány példa: a Skype lehetővé tette a földrészeken, időzónákon átívelőkommunikációt, az Uber alternatív és költséghatékony utazási mód, a tréning és álláskeresés platformja a LinkedIn. A Google, a Twitter, a Netflix, az Apple, az Amazon, mind átütően innovatív vállalatok. Alapvetően másképpen működnek, mint több százéves piaci elődeik, versenytársaik. Schumpeter (1980) az innováció öt alapesetét különböztetett meg: egy új termék létrehozása, új termelési eljárás bevezetése, új piacra belépés, új nyersanyagok feltárása, új ipari szervezet kialakítása. Christensen (1997) vezette be a diszruptív innováció fogalmát. A következő innovációs stratégiákat különbözteti meg:

fenntartó (sustaining) - a fejlesztés nem befolyásolja a kialakult piacot, evolúciós (evolutionary) - fejlődik a termék, egy fogyasztói igényre újfajta megoldás nyújt, forradalmi (revolutionary) - újszerű, nem várt, új piacot teremt, de a korábbiakat nem érinti, bomlasztó (disruptive) - új értéket teremt, amely átlépi és széttöri az addig létező piacokat. A diszruptív vállalatok jellemzője, hogy új piacot teremtenek, miközben szétrombolják a régieket, új értéket nyújt, gyors, azonnal tud reagálni. A fent említett cégek mindegyike a bomlasztó innovációs technológia zászlóshajói.

Megfigyelhető három fő jelenség, amely befolyásolja a vállalatokat: a globalizáció, a hyper-versenyhelyzet és a technológiai fejlesztések felgyorsulása. A közgazdászok és társadalomkutatók ezekre a jelenségekre a VUCA szót használják. A fogalomkör, amelyet a VUCA mozaik szó jelöl a következőket jelenti (Sullivan, 2012): volatilitás, bizonytalanság, komplexitás,

többértelműség. A VUCA jelenségre a válasz a globális, virtuális és innovatív gondolkodás lehet. Ezért szükséges új működési modelleket felállítani.

1.2 Agilitás

Az agilitás gazdasági értelemben azt jelenti, hogy a vállalat képes előre jelezni, érzékelni és reagálni a piac volatilitására, oly módon, hogy értéket teremt a piacon. Az Accenture tanácsadó vállalat a HR drives the agile organization (2015) című tanulmányában az agilitást egy szorzatként írja le: agilitás = alkalmazkodó készség + gyors reagálás+ kivitelezés. Mindhárom elem igen fontos: az alkalmazkodó képesség összefüggésben van a változáskezeléssel, a gyors reagálás a váratlan helyzet pontos felismerésével, a kivitelezés pedig a magas minőségű cselekvéssel. Goldman (1995) szerint az agilitás a folyamatos és váratlan változásokkal teli, fragmentált világpiaci helyzetekre való gyors reagálás, a versenykörnyezetben való boldogulás képessége. Az agilitás nem újkeletű fogalom. Kialakulásában a főbb mérföldkövek 1943-ból a Toyota által alkotott Lean, Kanban, majd a NASA iteratív inkrementum szállítása, 1990-től a Scrum egészen az Agilis kiáltvány megalkotásáig. A kiáltvány áthelyezi a hangsúlyokat a korábban elfogadott és jól funkcionáló elemekről: többre értékeli az egyént és a személyes kommunikációt a módszertanokkal szemben, a működő terméket egy végleges dokumentációval szemben, a megrendelő bevonását a szerződéses egyeztetéssel szemben, a változás iránti késztséget a tervek szigorú követésével szemben.

HR és szervezetek szempontjából jelentős lépés a HR Agilis kiáltvány (2015), amelyben szervezetfejlesztők fogalmazták meg, hogy fontosabb az együttműködés és hálózatban működés a hierarchikus struktúránál, az átláthatóság, a rugalmasság az előírásoknál, a bevonás a menedzselésnél, a belső ambíciót a külső jutalmazásnál.

Az innovatív működéshez kapcsolódik még egy fogalom, a holakrácia (Koestler 1967). Egy holon önmagában is egy egység, de egyúttal egy nagyobb szervezet része. Abban az esetben, ha egy holon csoport nem működik megfelelően, a többiek átveszik a szerepét, s így nem veszélyeztetik az egész működését. Ezek az egységek autonómok és együttműködők. Strukturált, szabályok mentén működő szervezet: összetett rendszer, mely a leghatékonyabban tudja felhasználni erőforrásait, rugalmas és gyors, valamint bármilyen zavar esetén meg tudja tartani stabilitását. A legkisebb egység, az egyén szerepei világosak, jól körül határoltak. A szerep feladata, hogy a saját területén rajta tartsa kezét a piac ütőerén, azonnal észrevegye a változásokat, lehetőségeket, észlelje a problémákat. Nincs klasszikus értelemben vett hierarchia, nincsenek menedzserek, nincsenek munkakörök, az irányítás mindenki saját kezében van. A világ jelenleg vezető innovatív vállalatai már átálltak erre a működésre.

1.3 Az agilis működés

Minden vállalat célja az értékteremtés. Értékteremtés alatt olyan folyamatot értünk, melynek során a vállalat erőforrásainak fogyasztói értéké konvertálása megvalósul (Chikán, 2007). Az értékáram fogalma a lean módszertanból ismert (Ries 2011). Azon cselekvéseket jelenti,

amelyek a termék előállítása során értéket teremtenek: termelés, logisztika, marketing, értékesítés, vevőszolgálat. Minden más szükséges, de nem értékteremtő. A hierarchikus modellben a vezetőket, a menedzsmentet tartják a legértékesebbnek, ők azok, akik mindenről döntenek. Amire pedig elképzeléseiket alapozzák, azok a múlt számai. Ezzel szemben az agilitás a szolgáltató vezetést szorgalmazza: tegyenek meg mindent azért, hogy a csapat munkája elől, közben minden akadály elháruljon. A hierarchikus szervezetben a kollégák silókban dolgoznak, nem látnak rá az egész folyamatra, csapatra, az értékteremtés folyamatára. A silók közötti információáramlás akadozó. Ezzel szemben a projektcsoportok körei mindenről tájékozottak, együtt gondolkodnak, átadják a tudásukat. Összehasonlítva az agilis módszert a hagyományos, vízses modellel, hogy a hagyományos, vízses működésben elindul egy projekt és utána szigorú, egymás utáni lépések során át jut el az eredményhez. Ebben az esetben, ha hirtelen változik a környezet, a piac, akkor sem lehet visszalépni a folyamatban. Ezzel szemben az agilis működésben 2-6 hetes időközönként van vége egy sprintnek. Ennyi idő alatt tisztán látszik, hogy jó-e az irány, történt-e változás a környezetben. Az agilis működés a Schneider-livari (2010) szervezeti kultúra és a versengő értékek modelljében helyezhető el. A tengelyeken a külső/belső fókusz és a változás-stabilitásra törekvés értékei szerepelnek. Így négy kultúrát tipizál: hierarchikus, racionális, csapat és kísérletező. A változás megjelenési formája a rugalmasság, a spontaneitás. A stabilitás ezzel szemben a kontrollt, folyamatosságot és rendet jelenti. A belső fókusz az integrációt és szociális-technikai helyzet fenntartását takarja. A külső fókusz alatt a versenyhelyzetet és a környezettel való interakciókat értjük. A dimenziók végpontjait tekintve konfliktus alakul ki a szervezetben, hiszen ellentétes igényeknek kellene megfelelnie. A ma versenyképesnek látszó agilis működés külső fókuszú, részt vesz környezetének eseményeiben. Összehasonlítva az agilis és hierarchikus működést az erőben eltérő.

2. Minta és módszerek

Azt feltételeztem, hogy egy vállalat akkor tud agilisan működni, ha a vezetője ilyen a szemléletű (vezetői viselkedés: családias, innovatív, teljesítményközpontú, szabályközpontú). Illetve ilyen szervezetben jobban teljesítenek, elégedettebbek a kollégák. Ezért a vezetői stílusok vizsgálatából indultam ki. Másik koncepcióm az volt, hogy összefüggés van az életkor, és az agilitás között.

2.1 Próbakutatás minta

Minta 166 fő volt. 66% nő, 34% férfi. Életkori megoszlást tekintve, több, mint 75% 20-45 év közötti, vagyis aktív munkaerőpiaci résztvevő. Iskolai végzettségük tekintve 80% feletti diplomás, 50% vállalati környezetből érkezett.

2.2 Próbakutatás módszer

Kutatási módszerként kvalitatív módszert, önkitöltős kérdőíves felmérést választottam. A kérdőív 12 kérdést tartalmazott: demográfia háttérük mellett a jelenlegi munkahelyüket minősítő, vezetőjüket értékelő és agilis szervezet jellemző állításokat értékelték.

2.3 Próbakutatás eredmény

Két hipotézist tudtam érdemben értékelni: a fiatalabb dolgozók számára fontosabb, hogy agilis munkahelyen dolgozhassanak, idősebbekhez képest, illetve a családi és innovatív vállalatnál elégedettebbek a kollégák, mint a szabálykövető és teljesítmény orientáltaknál. Először az életkort korreláltattam Spearman-féle korreláció segítségével a létrehozott skála összpontszámával. A korrelációs próba azonban nem mutatott szignifikáns korrelációt a kor és az agilis munkahely fontossága között ($r(166) = 0,125$, $p = 0,114$). A hipotézis további vizsgálatára Kruskal-Wallis próbával vettem össze az általam létrehozott 5 korcsoport az agilitás fontosságát mérő skálán kapott összpontszámait. A próba eredményei szerint nincs szignifikáns különbség abban, hogy mennyire tartja fontosnak az agilitást az általam vizsgált öt korcsoport ($F(4) = 5,65$, $p = 0,23$). Azt az feltételezésemet erősítette meg, hogy az agilitás nem kor függő, inkább egy mentalitás, személyiségjegy lehet.

Ezután a következő típusú munkahelyen dolgozók munkahellyel való elégedettségét vettem össze: emberközpontú / családi hangulatú, innovatív és dinamikus, teljesítmény központú, szabályközpontú. Előzetes hipotézisemben azt feltételeztem, hogy akik családiriasnak, illetve innovatívnak írták le munkahelyüket, azok elégedettebbek azzal, mint akik teljesítmény és szabályközpontú vállalatnál dolgoznak. A hipotézis tesztelésére Kruskal-Wallis teszttel vettem össze a 4 csoport munkahelyi elégedettségét mérő skálán kapott összpontszámait. A 4 csoport között különbséget találtam ($F(3) = 22,12$, $p < 0,001$). Előzetes hipotézisem elsöre úgy tűnik nem igazolódott be, mert a teljesítményközpontú vállalatoknál a legelégedettebbek a kollégák. Ennek oka, gondolom, a pontosan körülhatárolt elvárások, esetleg a válaszadók inkább versengő típusok. Másik oka lehet, hogy a kitöltők többsége már 10-15 évet eltöltött hagyományos szervezeti működésben, ez ismerős számára. A második helyezett a családi hangulatú cég lett, vagyis a hipotézisem részben teljesült.

2.3 Fő kutatás minta

A próbakutatást mélyinterjúk követték agilis szervezetben dolgozó kollégákkal. Így pontosítottam kutatásom hipotéziseit, amelyek a személyiségjegy és az agilitás kapcsolatát kezdte vizsgálni. Feltételezem, hogy az agilitás a következő kulcsképessegek és attitűdök meglétét igényli: változáskezelés, felelősségvállalás, együttműködés, önállóság, kudarc-tűrés, továbbá visszajelzés, tisztelet, network építés, tanulási hajlandóság, gyorsaság. Kutatási kérdéseim részben módosultak: melyik személyiség-típus szeret agilis környezetben dolgozni.

A válaszadók statisztikai adatai (N=125):66% nő, 34 % férfi, életkori megoszlásuk: 38% 36-45 éves, 28% 29-35 éves, 19% 20-28 éves, 13% 46-55 éves és 2% 55 év feletti. Végzettségüket illetően a 92%-a diplomás. Lakhelyük szerint 66%-uk a fővárosban, 11 %-uk nagyvárosban, 17% közép- és kisvárosban, 9 % községben él. Pozíciójukat tekintve 49% beosztott, 41% közép vagy felsővezető volt, 10% pedig tanácsadó, vagyis külsős, projekt munkát végző.

2.4 Fő kutatás módszer

Módszertanként a Big Five (Normann 1950) személyiségmodellt választottam, amelyet a személyiség átfogó felmérésére fejlesztettek ki. A modell az eltérő személyiségjellemzőket faktoranalízissel öt faktor csoportba sorolja: extravertió-barátságosság-lelkiismeretesség-érzelmi stabilitás-nyitottság. Minden személyiségvonásnak két – végletes - dimenziója van. Az eredeti Big Five (BFQ) kérdőívet használtam (Normann, 1950).Ebben 132 állítás szerepel, amelyről a válaszadó egy öt fokozatú Likert skála segítségével dönti el, hogy mennyire jellemző vagy nem jellemző rá. Az agilitás aspektusait vizsgálva három faktort emeltem ki: a lelkiismeretesség, a nyitottság és az extravertió. Azért, mert ezek állnak legközelebb az agilis viselkedéshez.Így a végleges kérdőívben a BFQ rövidített verzióját emeltem be 72 kérdéssel.A skálák összpontszámainak átlaga mellett a következő adatokat használtam az elemzések során: az egyes skálák esetén a magyar standard mintán kapott eredmények alapján lehetőség van a résztvevőket 2-2 csoportra osztani az adott skálák mentén aszerint, hogy a standard átlag alatti vagy feletti pontszámot értek el. Így az elemzések során az extravertió, nyitottság és lelkiismeretesség pontszámok alapján csoportokba osztottam a résztvevőket, és az így kapott csoportok adatait vettem össze egymással.

A VUCA világ és az agilis környezet kezeléséhez egyik kulcselem a változáskezelés. Ennek vizsgálatára a személyiség megküzdési stratégiáit vizsgáltam (Folkman és Lazarus, 1980). A stresszhez való alkalmazkodás dimenziói (nem ellenpólusai egymásnak): probléma fókuszú megközelítés, érzelmi fókuszú megközelítés. A megküzdési stílusok (emóció-és problémáfókuszú) mérésére a Megküzdési MódoK Kérdőívet alkalmaztam (Folkman és Lazarus, 1980); 22 tétel magyar változat: Kopp és Skrabsi, 1992). A teszt egyes tételeit 0-3-ig értékelik a résztvevők, a kérdőív pedig összesen 7 alfaktort tartalmaz: problémaelemzés, céltudatos cselekvés, érzelmi indíttatású cselekvés, alkalmazkodás, segítségkérés, érzelmi egyensúly keresése, visszahúzódás. Ezek közül a problémaelemzés és a céltudatos cselekvés a problémaközpontú megküzdéshez, a maradék 5 pedig az emóciófókuszú stratégiák közé tartozik (Kopp és Skrabsi, 1992). Kutatásomban a két fő faktorra a probléma/emóciófókuszú megküzdésre, illetve a segítségkérés alfaktorra vonatkozó adatokat használtam, mint az agilis működés tipikus jellemzői.

3. Eredmények

Feltételezéseim egy része igazolódott. Elsőként az, hogy az extravertált személyek számára fontosabbak az agilis szervezetekre jellemző működési elvek. Spearman-féle korrelációt

használtam, ahol az extravertió pontszám és az agilitás fontosságára vonatkozó összpontszám együttjárását vizsgáltam. A lefuttatott próba eredményei ($r(125) = 0,54, p < 0,001$) hipotézisemet alátámasztották, ugyanis az extravertió és az agilitás fontossága a személy számára pozitív, közepes erősségű, szignifikáns együttjárást mutatott. Első hipotézisem tesztelésének második lépéseként a résztvevőket két csoportra (introvertáltak és extravertáltak) osztottam. Az extravertáltak csoportjába kerültek, akik magasabb pontszámot értek el, mint ami a magyar sztenderd mintán kapott átlag volt (76,58), az introvertáltak csoportjába pedig azok kerültek, akik ennél alacsonyabb pontszámot kaptak. A két csoport résztvevőit Mann-Whitney próbával hasonlítottam össze, a függő változó az agilitás fontosságát mérő összpontszám volt. A próba eredményei szerint a két csoport között jelentős különbség volt abban, hogy mennyire fontos számukra az agilis szervezeti működés ($U(125) = 890,5, p < 0,001$). A rangszámok alapján látható, hogy a különbség iránya hipotézisemnek megfelelően alakult: az extravertált személyek jelentősen magasabb pontszámot értek el az agilitás szubjektív fontosságát mérő skálán, így a hipotézisemet a lefuttatott Mann-Whitney próba is alátámasztotta.

Azon hipotézisem tesztelésére, mely szerint a magasabb nyitottsággal jellemezhető személyek számára fontosabbak az agilis szervezetekre jellemző működési elvek, a Big Five Kérdőív Nyitottság alfaktorán kapott összpontszámot korreláltattam az agilitás fontosságával. A kapott eredmények hipotézisemet részben alátámasztották, ugyanis a nyitottság pozitív, gyenge, szignifikáns együttjárást mutatott az agilis működés fontosságával ($r(125) = 0,34, p < 0,001$). Harmadik hipotézisem tesztelésének második lépéseként a résztvevőket két csoportra osztottam a nyitottság skálán kapott pontszámaik alapján: akik a sztenderd magyar mintán kapott átlagnál (85,78) magasabb pontszámot értek el, azok a magas nyitottsággal jellemezhetőek, akik alacsonyabb pontot értek el, azok az alacsony nyitottsággal jellemezhetőek csoportjába kerültek. A két csoportot Mann-Whitney próbával hasonlítottam össze, ahol a függő változó az agilitás szubjektív fontosságát mérő skálán kapott pontszám volt. A lefuttatott Mann-Whitney próba eredményei alapján elmondható, hogy a két csoport között jelentős különbség van tekintetben, hogy mennyire fontos számukra az agilis szervezeti működés ($U(125) = 968, p = 0,002$). Mivel az agilis működés fontosságát mérő skálán a nyitottabb csoport rangszámai voltak magasabbak, így elmondható, hogy a különbség iránya is megfelelt előzetes hipotézisemnek, a kapott adatok tehát a hipotézis teljesült.

Következő hipotézisem tesztelésére a problémakókuszu megküzdésre vonatkozó összpontszámot korreláltattam Spearman-féle korreláció segítségével az agilitás fontosságával. A lefuttatott próba eredményei hipotézisemet alátámasztották, ugyanis a problémafókuszú megküzdés összpontszám pozitív, közepes erősségű, szignifikáns együttjárást mutatott az agilitás fontosságával ($r(125) = 0,42, p < 0,001$). A hipotézis vizsgálatára az emóciófókuszú megküzdés kapcsolatát is megvizsgáltam az agilitás fontosságával, de a két változó nem mutatott szignifikáns együttjárást ($r(125) = -0,05, p = 0,59$).

További feltételezéseim, miszerint az agilisebb munkahelyen jellemzőbb a segítségkérés a megküzdési módban, hogy a fiatalabb generáció fontosabbnak tartja az agilis működést, mint az idősebbek, hogy a támogató/felhatalmazó vezetői stílus agilisebb munkahelyet teremt, nem mutattak szignifikáns együttjárást, nem igazolódtak.

4. Következtetések és javaslatok

A szervezeti agilitás kutatása még gyerekcipőben jár, és nincsenek bejáratott, validált, gyakran alkalmazott mérőeszközök az agilitás mérésére. Jelen kutatás célja a kérdés feltárásának elindítása, együttjárások vizsgálata volt, alapvetően korrelációs vizsgálatokra épült. Azokban az esetekben, ahol sikerült jelentős együttjárást feltárni, a későbbiekben indokolt lehet ok-okozati kapcsolatok vizsgálatára alkalmas eljárások bevonása. A felhasznált szakirodalom jellege is tükrözi, hogy igen gyakorlatias a tudásszerzés, de kutatás szempontból szűz terület. A hipotéziseim vizsgálati eredményéből gondolom, hogy érdemes lehet az agilitást a személyiség típusok és a szervezeti kultúra, működési elvek mentén tovább elemezni. Az agilitás vállalati mutációit feltérképezve, illetve az agilitás egyéni/csoportban létrejövő voltát vizsgálva lehetséges modellezni az agilis működés mérőszámait, modellezni.

Hivatkozott források

Christensen, M. C.: The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail, 1997, Harvard Business Review Press

Accenture Strategy (2015): HR drives the agile organization, report. Letöltve: 2018. szeptember 3. <https://www.accenture.com/Accenture-Future-of-HR-Trends-Agile-Organizations.pdf>

Agile Manifesto (2001). Letöltve: 2018. szeptember 3. <http://agilemanifesto.org/iso/hu/manifesto.html>

Agile HR Manifesto (2015). Letöltve: 2018. szeptember 3. <http://agilehuman.hu/agilis-hr>

Chikan A. – Gelei A. – Demeter K. – Dénes F. (2003): Az értékteremtő folyamatok menedzsmentje, Aula

Goldman, S.L., Nagel, R.N. and Preiss, K. (1995): Agile Competitors and Virtual Organisations – Measuring Agility and Infrastructure for Agility, New York, NY.

Iivari, J. - Iivari, N. (2010): Organizational Culture and the deployment of Agile Methods: The Competing Values Model View. Agile Software Development, Springer

[8] Koestler, A. (1967): The Ghost in the Machine, Last Century media

Kurzweil, R. (2013): A szingularitás küszöbén, Ad Astra

Ries, E. (2011): *The lean startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*, Crown Business

Schumpeter, A. J. (1942): *Capitalism, Socialism and Democracy*, Fifth edition 1976

Sullivan, J. (2012): *VUCA: the New Normal for Talent Management and Workforce Planning*.
Letöltve 2018. szeptember 2. <https://drjohnsullivan.com/vuca-the-new-normal-for-talent-management-and-workforce-planning>

Vinge, V (1993): *Technological Singularity*, Vision-21 Symposium sponsored by NASA Lewis Research Center and the Ohio Aerospace Institute, publikálva *Whole Earth Review* 1993

Disztribúció a kkv szektor versenyében

Balogh Antal¹

Összefoglalás

A vevőkért vívott verseny egyik kiemelt területe a disztribúció, ami a termék fogyasztóhoz eljuttásának utolsó fázisa. A kkv szektor - jelen gazdasági helyzet adta lehetőségek kihasználásával - versenyben van a fogyasztókért a nagy-, sok esetben nemzetközi vállalatokkal. A tanulmány aktualitása, hogy felhívja a figyelmet azokra a fontos részletekre, amelyekre a sikert alapozhatják, vagy éppen e fontos részletek figyelmen kívül hagyása mellett a versenyben maradási kockázatot jelentenek.

A tanulmány célja rávilágítani az ellátási lánc e fontos részére, amelynek levezetését egy a szegmensében kiemelkedő teljesítményt nyújtó, magyar kereskedelmi vállalatot keresztül ismerhetjük meg. A téma azon felül, hogy a kkv méretű vállalkozások általánosan jellemző, kiszolgálási színvonal maximalizálására irányuló tevékenységeit mutatja be, előtérbe helyezi a vevői-, illetve a tulajdonosi értéket (kettős értékteremtés elvét), melyek hatékony és megbízható elosztást várnak el.

A tanulmány egyik fő mondanivalója, hogy a vállalatok forgalmi fejlődésének a folyamatok fejlesztésével egy időben kell megtörténnie, de leginkább előregondolkodva, a versenytársak stratégiájához képest egy lépéssel előbb kell járni.

Következtetésként megállapításra kerül az ellátási lánc, azon belül is a vállalati logisztika szerepe, ami iparágtól függetlenül, a verseny fizikai folyamatainak kiemelt területe.

Kulcsszavak: Disztribúció, Ellátási lánc, Kiszolgálási színvonal, KKV, Versenytársak

JEL kód: D30

1. Bevezetés

A kis- és középvállalatok meghatározó szereplői gazdaságunknak. Létjogosultságuk országunkban ma már közel 30 évre nyúlik vissza, amikor is - többségében - napjaink meghatározó vállalatai ötleteknek és lehetőségeknek köszönhetően megalakultak. A családi vállalkozásból induló termelő és szolgáltató vállalatok forgalmukat, létszámukat és tudásukat tekintve folyamatosan nőttek fel a nemzetközi szintű feladatokhoz. A cél mindig profittermelő, hatékony vállalkozás létrehozása volt, azonban ehhez megfelelő szemléletnek is párosulnia

¹ egyetemi hallgató, Szent István Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar; Budapest, antal.balogh73@gmail.com

kellett. Ahhoz, hogy ezek a vállalkozások globálisan is versenyképesek legyenek, ellátási lánc szemléletű vállalatvezetésre van szükség. Az ellátási lánc nem más, mint együttműködő vállalatokon átívelő anyagáramlási folyamatok összessége, mely az alapanyag gyártójától a vevő kiszolgálásáig lévő folyamatban vesz részt. Az ellátási lánc tulajdonképpen disztribúciós láncok menedzsmentjének minőségétől függő teljesítményt valósít meg. „Az Ellátási Lánc Menedzsment a gyártótól a végfelhasználóig húzódó kulcsfontosságú folyamatokat integráló tevékenység, mely során a fogyasztó részére használati értéket képező termék, szolgáltatás és információ keletkezik.” (Logisztika.com, 2019)

A téma aktualitása minden időre jellemző. A versengő kkv szektor az elmúlt évtizedekben és a jövőben is kiszolgálási színvonalától, rugalmasságától és hatékonyan, gazdaságosan működtetett folyamataik útján léphetnek a nagyvállalatok versenyébe. Ez az anyag egyúttal része a kkv-k logisztikai problémáit feltáró kutatásnak, mely az ellátási lánc szereplőjeként vizsgálja az azonos problémákkal küzdő vállalatokat.

2. Anyag és módszer

A módszer a szakirodalom által, az ellátási lánc szemlélet fejlődése során feltárt és összefoglalt törvényszerűségek, tapasztalatok és megalapozott eljárások példákön keresztüli levezetéséből áll. A disztribúciós lánc, illetve maga a disztribúció, mint az elosztás szabályozott keretek szerint működő fázisai a szakirodalom alapján és a gyakorlatban megvalósuló események szembe állítása mellett rávilágít arra, hogy a kkv szereplőinek mit kell annak érdekében tenni, hogy eleget tegyenek a kettős értékteremtés elvének, vagyis a tulajdonosi- és vevői érték maximalizálásának.

A téma levezetése egy valós vállalat disztribúciós tevékenységén keresztül történik, mely nagyon jól prezentálja sikeres működésével a helyes irányt. Ez a vállalat több éves disztribúciós tevékenységével szegmensében piacvezető szerepet tölt be és az ellátási láncok versenyében Közép-Európa meghatározó szereplője. A témához szorosan kapcsolódó szakirodalom áttanulmányozása után elméleti és gyakorlati összefüggéseket, összefonódásokat vizsgálva jutottam el következtetésekig, igazolva az Ellátási Lánc szemlélet beépülésének előnyeit. A tudományos kutatások által megalapozott állításokat folyamatosan vontam párhuzamba a napi gyakorlatban megjelenő folyamatokkal.

3. Szemlélet fejlődés

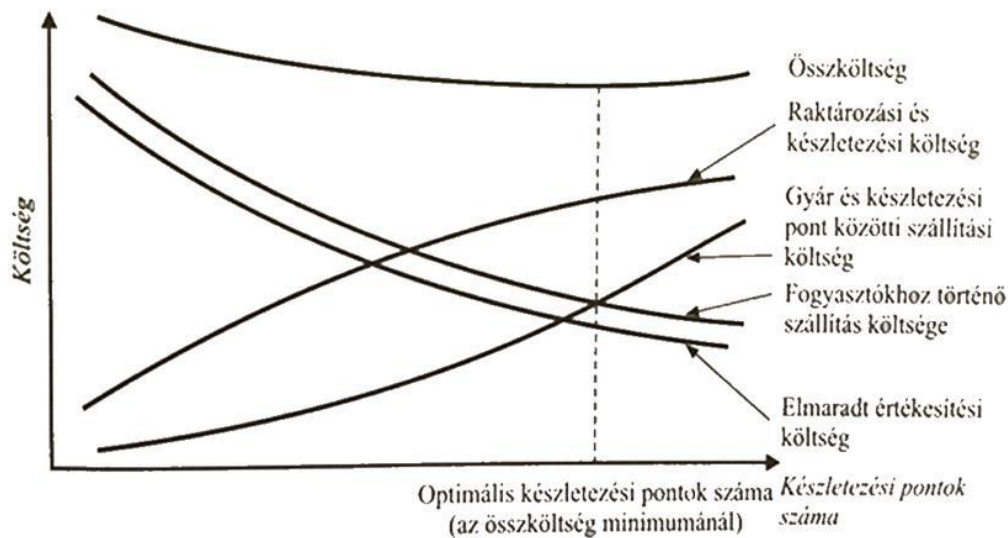
Egy vertikálisan integrált (termelő vagy szolgáltató) vállalat hangsúlyt fektet arra, hogy vevőit maximálisan tudja kiszolgálni. Anyagáramlási folyamatainak lebonyolításához ezért logisztikai szolgáltatókkal lép szerződéses kapcsolatba, melyekkel úgynevezett kiszolgálási szint megállapodásokat köt (SLA – service level agreement) annak érdekében, hogy vevői megítélése és megelégedettsége elvárásainak megfelelően alakuljon. A disztribúció tipikusan az a kiszolgálási részfolyamat, aminek minősége és a vállalatot érintő költségtényezők az ellátási

lánc minőségét határozzák meg. Egy vállalat disztribúciós tevékenysége nagyban függ a szakmai, funkcionális döntéseinek önállóságától, vagyis mennyire tud rugalmasan reagálni a változásokra, mennyire gyors a környezet változásaira reakciója és hogy milyen mértékben tudja befolyásolni a szerződött logisztikai szolgáltató reakcióképességét. Ennek érdekében döntéseket kell meghozni a szervezet fejlettségi szintjének megfelelően:

- kiszervezés – külső logisztikai szolgáltatók bevonása
- a vállalat értékesítési rendszerének specialitásairól
- kapcsolatmenedzsment – a szolgáltató megfelelő mértékű bevonása mellett
- kockázatmenedzsment – lehetőségek, kihívások és haszon opciók
- közös információs rendszer kialakítása

A disztribúciós struktúra a vevő kiszolgálási színvonal és az ehhez kapcsolódó költségek, illetve azok teljesítményét értékelve jellemezhető (Chopra - Meindl, 2006). A szolgáltatás minősége tehát befolyásolja a profit nagyságát, ami egyben a logisztikai teljesítmény hatása a vállalat jövedelmezőségére. Ez természetesen arányos azzal, hogy a vállalat mennyire gyorsan reagál a vevők igényére, és az igényként felmerült termék rendelkezésre áll vagy sem. Tehát azok a vállalatok, amelyek versenytársaikhoz képest rövidebb idő alatt elégítik ki a fogyasztók igényét, a fogyasztókért vívott versenyben előnyben vannak, és ha termékük ára a versenytársakéhoz képest kedvezőbb, akkor biztosan piacvezető szerepet töltenek be (megfelelő minőségű termékkel). Ezt jellemzi a kiszolgálási színvonal, ami definíciója szerint „nem más, mint az értékesített termékhez szorosan kapcsolódó szolgáltatások egy része, amelyet a logisztika „állít elő”. A vevő az eladó logisztikai teljesítményét közvetlenül a logisztikai kiszolgálási színvonalon keresztül ismerheti meg, illetve értékelheti.” (Némon et al., 2005:83) Egy vállalat akkor tud gyorsan reagálni a felmerülő igényekre, ha megfelelő készlettel rendelkezik. Ha a kiskereskedelmi pontokon magas a készletszint, akkor magas a lekötött tőke és valószínűleg nagy területet foglal el a termékek tartása érdekében, ami az állandó költségek, mint például a bérleti díj vagy rezsiköltség növekedését vonja maga után. Megoldás tehát a megfelelő disztribúciós struktúra, és a konkrét vevői igények gyors, rugalmas kielégítése. Az optimális készletezési pontok meghatározása több szempont szerint vizsgálendő. Költség oldali megközelítését az 1. ábra szemlélteti.

1. ábra. Az optimális készletezési pontok meghatározása a költségek figyelembevételével



Forrás: Schary, P.B. – Skjøtt-Larsen, T. : Managing the Global Supply Chain

A kkv-k versenyképességét a fizikai folyamatok egymásra épülése és azok rendszerszerű alkalmazása nagymértékben befolyásolja. A folyamatszemplélet nem csak a folyamatok megtervezését és kapcsolódásukat jelenti, hanem azok szükségszerű korrigálását is, a vevők elvárásaihoz igazodva. Az ellátási lánc további előnyét nyújtja az informatikai folyamatok segítségével, ami által gyors reakció figyelhető meg, ezen felül költségcsökkenést és bevétel növekedést indukál és az ellátási lánc szereplői számára valós piaci előny keletkezik. (Kozma – Pónusz, 2016) A disztribúciós tevékenység hatékonysága és a kiszolgálás minősége, mindezek mellett a vevői- és tulajdonosi érték maximalizálása a cél. A tulajdonosok célja a profit maximalizálása, vagyis a legkisebb járulékos költségek elérése, amivel együtt elégett vásárlót, ezen felül visszatérő-, lehetőség szerint márkahű, minél nagyobb fogyasztói kört elérni.

A rendelkezésre állás költsége több fontos tényező összessége. A vállalat anyagáramlási folyamataiból kilépve – ami magában foglalta a készlettartás-, inbound szállítási-, raktározási-, hiány- és információs költségeket – a legfontosabb költség tényező a kiszállítás (outbound) költsége. Ezt a költséget vesszük figyelembe a fajlagos költség optimalizálásánál, amikor is a szállított termékek összértékét azok értéksűrűségéhez viszonyítunk. „Az értéksűrűség a termék értékének tömegéhez (illetve térfogatához) viszonyított arányát jelenti. Az értéksűrűségnek a logisztikai rendszerek kialakításánál van meghatározó szerepe. Magas értéksűrűség esetén a szállítási költségek nagysága kisebb jelentőséggel bír az összes logisztikai költségen belül és a raktározási és a készletekhez tapadó költségek figyelembevételével határozzák meg a kialakítandó disztribúciós struktúrát és/vagy az alkalmazandó logisztikai rendszert”. (Halászné, 2014:54)

Vagyis terjedelmét és súlyát tekintve minél kisebb egy termék, értékét tekintve minél magasabb, annál nagyobb az értéksűrűsége. Vagyis minél nagyobb az értéksűrűség, annál

kisebbs lesz a szállítás egy termékre vetített fajlagos költsége. Az értéksűrűség tehát hatással van a profitra, vagyis a tulajdonosi értékre.

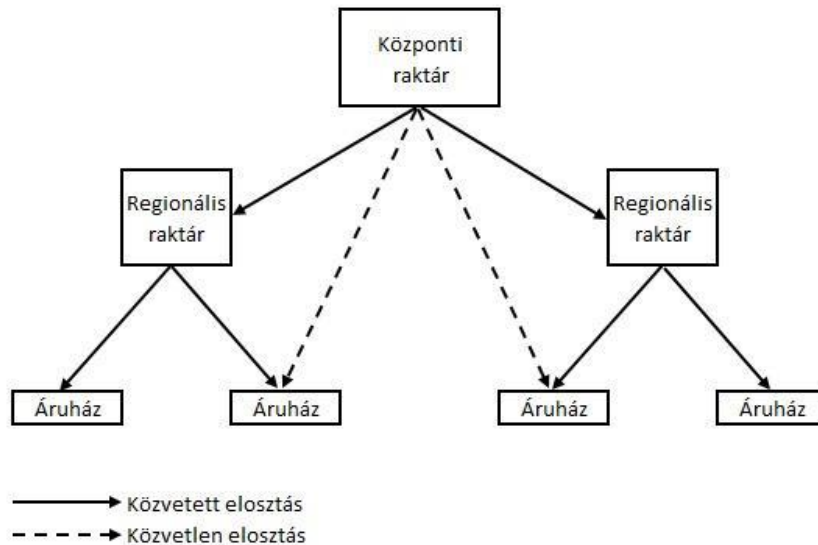
Készletezés / lekötött tőke a kiskereskedelmi pontokon akkor képviselnek jó arányt, ha egyensúlyban vannak az elosztást végző vállalat szállítási teljesítményével. Nagyon fontos a vállalat szállítási teljesítménye, és ha a kiszolgálási színvonala nem éri el a vevők felé nyújtani kívánt kiszolgálás szintjét, magas készletszint mellett, nagyobb lekötött tőke árán tudja saját teljesítményét maximalizálni. Készletet általában azért tartunk, hogy az előre jelzett keresletet, vagy a termelést kitudjuk szolgálni. A Lean menedzsment szerint a készletek tartása pazarlást jelent, ezért a vállalatok készletüket lehetőség szerint csökkentik. Azonban ha a készleteket teljesen megszüntetjük, az okozott kár nagyobb lehet, mint magas készletszint esetén. A késztermékkészlet hiánya piaci részesedés elvesztéséhez vezethet, ami az árbevétel csökkenésével, elmaradt profittal jár. (Szász – Demeter, 2017) Vagyis elégedett fogyasztók a kiskereskedő tőkeerősségétől függő, a vállalat szempontjából vevő súlypontos kapcsolat esetén lesznek. Fontos figyelembe venni a fogyasztói igényt, ami „olyan igény, amelyet a gazdaság szereplői nem saját szervezetükön belül végzett munkával és nem is közösségi intézmények útján kívánnak kielégíteni” (Chikán, 2008:27) Ebben az esetben az ellátási lánc érintett szereplői között nem arányos a kiszolgálási színvonal érdekében vállalt teljesítmény eloszlása. Az optimális költségszint érdekében a vállalat a vállalat két alapvető feladata a

- kereslettervezés és
- disztribúciós tevékenység végzése.

Az elosztást végző vállalat megoszthatja, vagy teljes mértékben átvállalhatja disztribúciós költségeit. Amennyiben megosztja, azzal vevői között különbséget tesz, mert a szállítás költsége a vállalat és vevője közötti távolság, illetve a szállított mennyiség nagyságától függően eltérő lesz. A vevő arra fog törekedni, hogy költségeit optimális szinten tartsa. Ennek érdekében maximálisan kihasználta fuvarszökkel tervezi szállítását, ami nem rendszeres szállítást fog eredményezni, elveszítve ezzel rugalmasságát, csökkentve kiszolgálási színvonalát, illetve az ellátási lánc teljesítményét. Amennyiben az elosztást végző vállalat a teljes disztribúciós költséget felvállalja, a vevő (kiskereskedő) disztribúciós költségérzékelése megszűnik annak ellenére, hogy azt a termék árában fizeti meg. Rendelési mennyiség nagyságától függetlenül, rendszeresen jut a megrendelt termékhez, amivel rugalmassága nő, és a kiszolgálási színvonal mértéke az elosztó vállalatától és annak szerződött logisztikai szolgáltatójától függ. Azonban a nagykereskedő csak akkor tudja átvállalni a szállítás költségét, amennyiben áruforgalma / árres tömege elegendő annak fedezésére. Ezért elosztó pontjainak számát úgy kell meghatározni, hogy a szállítás költsége optimális legyen. Ez a költségszint akkor kielégítő, amennyiben a teljes szállítás költsége nem haladja meg egy másik készletezési pontról történő kiszállítás és a készletezési pont (elosztóraktár) együttes költségét. Vagyis döntést kell hozni, hogy a vállalat

vevőit közvetett vagy közvetlen elosztással szolgálja ki. A 2. ábra a két elosztási módot szemlélteti.

2. ábra. Lehetséges megoldás a közvetett és közvetlen elosztásra



Forrás: Saját szerkesztés, 2019

Amennyiben közvetett elosztást kívánunk alkalmazni, meg kell határozni az elosztás vertikális struktúráját, ami a lépcsők számát jelenti, illetve a horizontális struktúrát, tehát az egyes szinteken kialakított készletezési pontok számát. Elsődleges szempont, hogy a vevő által elvárt kiszolgálási színvonalat biztosítani tudjuk, azonban a költségelemeket és a közöttük lévő átváltási pontokat (trade-off) szem előtt kell tartani. (Horváth, 2001)

A kiszervezés (outsourcing) a disztribúció egy fontos velejárója, hiszen a vállalat fő tevékenységére koncentrál. A versenyelőnyök fenntartásának kulcsa abban rejlik, hogy a vállalat mennyire képes kihasználni saját erősségeit, és mennyire képes a kiegészítő tevékenységeit a „megfelelő” vállalatoknak kiszervezni (Szegedi, 2012). A 80'-as évektől a vállalatok a kulcsfontosságú tevékenységre koncentrálnak, így disztribúció tekintetében a logisztikai szolgáltatási funkciók erősödő kiszervezése is megfigyelhető. (Gelei, 2013) A jól megválasztott szolgáltató stratégiai partnerré válik, aki együtt gondolkodik a vállalat (és önmaga) hosszú távú sikeréért, hozzájárulva a vevői elégedettséghez, vagyis értéket teremt munkájával a vállalat ellátási láncában. Így a vállalat is megfelelően osztja el erőforrásait, melyek megfelelő elosztása és a vállalati határokon túl nyúló együttműködés adja lényegét a sikeres Ellátási Lánc Menedzsmentnek. (Fawcett at al., 2014)

A disztribúció során tehát érdemes élni a fuvarozás kiszervezésének lehetőségével, de a készletezési pontok üzemeltetője is gyakran szerződött alvállalkozó. Ez rugalmasságot, teljesítményelvárásokat és erőforrások biztosítását is követeli a szolgáltatótól, mely a nagyobb távolságban lévő megbízó vállalat részéről felelősség áthárítást és a kockázat csökkentését vonja maga után. Ma már nem újdonság 3PL, 4PL vagy egyre inkább LLP, azaz Lead Logistics

Provider szolgáltatókkal szerződni, akik a 3PL szolgáltatókra jellemzően, 4PL szolgáltatói jellemzők mellett végzik tevékenységüket. (Gattorna et al., 2003)

4. Következtetések

Disztribúció kialakítása elengedhetetlen ahhoz, hogy egy vállalat folyamatos ellátást tudjon vevői részére biztosítani. Előnyeit a vevők azért érzik, mert a szükséges nagyságú készlettel rendelkeznek, optimális a készletben lekötött tőkéjük nagysága és tevékenységi körétől eltérő feladatot (mint például fuvarozás vagy fuvarszervezés) nem kell végezni. A végső fogyasztó is érzékeli a jól szervezett disztribúció hatását, ugyanis az értékesítési ponton mindig elérhetővé válik a megvásárolni kívánt termék, de legrosszabb esetben is rövid várakozási idő után átvehetővé válik a keresett termék. A legnagyobb nyertes azonban a vállalat, aki termelő vagy elosztó tevékenységét folyamatos készletforgás mellett tudja értékesíteni, vevői távolságtól függetlenül ugyanazon az áron jutnak hozzá a kínált termékekhez és megfelelő készletgazdálkodás mellett tervezhetővé válik az egyes termékek fogyása, vagyis a kereslettervezés alapjai a működésből vezethetők vissza.

Rendszerben kell gondolkodni, amelynek szereplői a gyártó (termelő vagy szolgáltató), a kiszervezésben résztvevő alvállalkozók és az értékesítési pontok, vagyis a vevők. Ennek a három szereplőnek összehangoltan kell együttműködni, hiszen cél a hosszú távú versenyképesség vagy versenyelőny megőrzése, elégedett, lehetőleg márkahű vásárlók és elégedett tulajdonosi kör. A folyamatokat szabályozni kell és ezt a szereplőknek kölcsönös előnyökön alapuló, közös munkával kell megalkotni.

Elosztási csatornákat kell kialakítani, hiszen a disztribúció lényege pont ez! Találjuk meg azokat a megoldásokat, amelyek a hatékony, rugalmas és költségoptimalizált kiszolgálást teszik lehetővé. Az ellátási lánc verseny más ellátási láncokkal, ahol érvényesül az egy hajóban evezés elve. Ennek érdekében ki kell alakítani a megfelelő disztribúciós struktúrát, a megfelelő elosztási rendszert.

Költség-haszon elemzés segítségével tudjuk ellenőrizni a disztribúció sikerességét. Vizsgáljuk meg rendszeres időközönként, hogy a tervezett disztribúciós költség mennyire tér el a valós költségektől, illetve hogyan aránylik a forgalommal. Ez egy alapvető mérőszám, ami kifejezi, hogy mennyire végezzük hatékonyan a disztribúciós tevékenységet.

Kiszolgálási színvonal maximalizálására törekedjük. Nem elég, hogy a termékünk minősége megfelelő és a piac részéről kereslet mutatkozik. Elégedettnek kell lenni a vevőnek a nyújtott szolgáltatással is, hiszen részéről egyben történik érzékelés és lesz összességében elégedett vagy sem.

Hivatkozott források

- Chikán A. (2008): Az értékteremtő folyamatok menedzsmentje. Budapest, Akadémia Kiadó, 27. o.
- Chopra, S. – Meindl, P. (2006): Supply Chain management. Strategy, Planning, & Operation. Third edition. New Jersey, Pearson Education Limited
- Fawcett, Stanley E. – Ellram, Lisa M. – Ogden, Jeffrey A. (2014): Supply Chain Management From Vision to Implementation. Harlow, Pearson Education Limited
- Gattorna, J. L. – Ogulin, R. – Reynolds, M. W. (2003): Gower Handbook of Supply Chain management. Aldershot, Gower Publishing
- Gelei A. (2013): Logisztikai döntések – fókuszban a disztribúció. Budapest, Akadémia Kiadó
- Halászné Sipos E. (2014): Nemzetközi szállítmányozás, logisztikai szolgáltatások - Kézirat. Budapest, Budapesti Corvinus Egyetem, Vállalatgazdaságtan Intézet, Logisztika és Ellátási Lánc Menedzsment Tanszék, 54. o.
- Horváth A. (2001): Elosztás. In Chikán A- Demeter K. (szerk.) Az értékteremtő folyamatok menedzsmentje. Budapest, Aula Kiadó
- Kozma T. – Pónusz M. (2016): Ellátásilánc-menedzsment elmélete és gyakorlata – alapok, Gyöngyös, Károly Róbert Kutató – Oktató Közhasznú Nonprofit Kft.
- Logisztika.com (2019): Ellátási Lánc Menedzsment - <http://logisztika.com/logisztikai-lexikon/ellatasi-lanc-menedzsment-2/>, letöltés ideje: 2019. január 21.
- Némon Z. – Sebestyén L. – Vörösmarty Gy. (2005): Logisztika – Folyamatok az ellátási láncban. Budapest, Kereskedelmi és Idegenforgalmi Továbbképző Kft., 83. o.
- Schary, P. B. – Skjøtt-Larsen, T. (1995): Managing the Global Supply Chain. Copenhagen, Handelshojskolens Forlag Kiadó
- Szász L. – Demeter K. (2017): Ellátásilánc-menedzsment, Budapest, Akadémia kiadó
- Szegedi Z. (2012): Ellátásilánc-menedzsment. Budapest, Kossuth Kiadó

A napenergia, mint potenciális területi tőke értékváltozása

Baranyai Gergő¹

Összefoglalás

A gazdaság meghatározó tényezője a szűkösség, mely alatt érthetünk úgy anyagi, gazdasági, mint energia szűkösséget. Örök probléma és egyben a gazdaság mozgatórugója a szűkösen rendelkezésre álló erőforrásokkal oly módon való gazdálkodás, amely által a közösségek korlátlan szükségletei a lehető legteljesebb mértékben kielégíthetők. A létfenntartáshoz szükséges energiaellátás szűkösségének problematikája egyre nagyobb nyomást helyez a nemzetállamokra. A nyomás csökkentésének eszköze a decentralizált energiatermelés, amely csökkenti az energiafüggőséget, növeli az ellátásbiztonságot és az önellátás fokát. Hazánkban is egyre inkább felértékelődik a napenergia, mivel Magyarország, annak hasznosíthatósága szempontjából rendkívül jó helyzetben van a kedvező természetföldrajzi adottságoknak köszönhetően. Mivel a napenergia ellátottság az ország teljes területén technikailag homogénnek mondható, potenciális területi tőkeként tekinthetünk a napenergiára. Ahhoz azonban, hogy az egyre növekvő jelentőségéből fakadó hasznosítás megvalósulhasson és hosszútávon menedzselhető legyen, további társadalmi, szociológiai, vezetői tőkeelemek értékváltozására is szükség van a hazai tér közösségeiben.

Kulcsszavak: regionális gazdaságtan, megújuló energia, napenergia

JEL kód: Q2, R58, A13, Q56

1. Bevezetés

A napenergia hasznosítása jelentős hatással van a térre, a térben élő társadalmakra, illetve a tér tulajdonságai is hatással vannak a napenergia hasznosítás volumenére, irányaira. Gazdasági, társadalmi, környezetvédelmi, éltminőség javító, ellátásbiztonsági, összefoglalva fenntarthatósági hatásainak érvényesülése számos problémára nyújthat megoldást, kérdésre adhat választ a tágan, és szűken értelmezett régiókban, valamint településeken. Mára a világ felismerte és egyre inkább kihasználja a napenergia hasznosításában rejlő potenciált. Nincs ez másképp hazánkban sem, ahol éppen ezért, - a világban zajló tendenciákkal összhangban -, a tér energiarendszere (energiaellátás infrastruktúrája és az erőművek) a centralizációtól egyre inkább a decentralizáció felé halad (Szuppinger, 2000). Napenergia esetében főként naperőművek és háztartási méretű kiserőművek révén. Előbbi állami, önkormányzati, míg utóbbi lakossági megvalósítások és hasznosítások. A napenergia tehát, mint természeti és

¹ PhD hallgató, Szent István Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar, Regionális Gazdaságtani és Vidékfejlesztési Intézet, Gödöllő; baranyai.gergo@phd.uni-szie.hu

potenciális területi töke funkciói és a már említett, térben kifejtett hatásai révén egyre inkább pozitív értékváltozáson megy keresztül. Szuppinger (2000), Hayes (1982) és Stróbl (2000) alapján az alábbi, 1 számú táblázatban foglalta össze a decentralizáció előnyeit és hátrányait. Árnyalja a képet a Paks II. atomerőmű megépítése, amely a centralizált energiatermelést képviseli. A www.paks2.hu weboldalon olvasható, hogy az alternatív energiaforrásokkal szemben az atomerőmű folyamatos energiaellátást biztosít, míg az alternatív energiaforrások rendelkezésre állása bizonytalan.

1. táblázat. A decentralizált villamosenergia-rendszerek előnyei és hátrányai

Előny	Hátrány
Kisebb tőkebefektetést igénylő, egyszerűen, gyorsan megépíthető, könnyen karbantartható erőművek	Központi szinten nagyobb feladatok
Könnyen, fokozatosan növelhető kapacitás (modulrendszer)	Csatlakozás az alap- vagy az elosztóhálózathoz, teherelosztás nehezebb
Vezetés, irányítás egyszerűbb, ki-be kapcsolási üzemmód	Szabványosítás
Kevesebb távvezetékkel kell építeni, karbantartani	Változó napi és évi terhelési görbék
Szállítási veszteség csökkenthető	Szoftverfejlesztés
Környezetbarátabb, biztonságosabb	Premier és szekunder tartalékok átértékelése
Esztétikusabb (?)	Tárolás problémája
Általában nagyobb hatások (kapcsolt energiatermelés)	A fejlődés, kapacitásnövekedés nem megbecsülhető
Éles verseny a dinamikusan fejlődő piacon, így költségcsökkentés	
Állami, Európai Unió, nemzetközi támogatások	
Munkahelyteremtés, érték előállítás	

Forrás: Hayes (1982); Stróbl (2000) és Zink (2000) alapján, Szuppinger (2000)

2. Anyag és módszer

A cikkben főként hazai szakirodalmak feldolgozásával és dokumentumok elemzésének segítségével vizsgálom a napenergia értékváltozását a térben. Elsősorban tudományos forrásokra támaszkodtam, azonban a téma aktualitásából fakadóan segítségemre voltak szakmai és települési weboldalak tartalmi is, melyeket kritikusan elemeztem.

3. A napenergia elhelyezése a területi tőke fogalomkörben

A tanulmány a napenergia, mint területi tőke értékváltozásával foglalkozik, így fontosnak tartom néhány mondatban a területi tőke fogalmát tisztázni, illetve a fogalomkörben a napenergiát elhelyezni. A területi tőke egy olyan sokoldalú fogalom, amellyel adott térstruktúra látható és láthatatlan tőkeelemeit lehet mérni, majd segítségével a regionális neoklasszikus endogén növekedésmélet keretei között területi fejlesztési programokat megalkotni. A területi tőke nem illeszthető be a materiális és a tárgyalt immateriális tőketípusok egyszerű folytatásaként, hanem a területi tőkében összesítendő a láthatatlan és a fizikai komponensek. (Tóth, 2010). Az 2 számú táblázat, Jóna (2013) által, az OECD (2001) csoportosítása alapján elkészített területi tőke források besorolása látható.

2. táblázat. A területi tőke forrásai az OECD szerint

<i>Látható (fizikai) tényezők</i>	<i>Láthatatlan összefüggések</i>	<i>Megfoghatatlan (immateriális) tényezők</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Földrajzi fekvés • Terület nagysága • Termelési tényezőkkel való ellátottság • Klíma • Tradíciók • Természeti erőforrások • Életminőség • Méretgazdaságossági előnyök 	<ul style="list-style-type: none"> • Hallgatólagos megállapodások • Szokások és informális szabályok, melyek bizonytalan feltételek között is lehetővé teszik a gazdaság szereplői számára az együttműködést • Szolidaritás • Kölcsönös segítségnyújtás • Az új gondolatok elfogadása kisebb közösségekben 	<ul style="list-style-type: none"> • Intézmények • Szabályok • Szokások • Maguk a termelők • Kutatók • Helyi politikusok • Utóbbi két csoport valamely kombinációja, amely bizonyos kreativitást és újítást tesz lehetővé.

Forrás: OECD (2001) alapján Jóna (2013)

Ha végig haladunk a táblázatban felsorolt területi tőke tényezőknél, akkor beláthatjuk, hogy számos faktoral összefüggésbe hozható a napenergia. Éppen ezért úgy gondolom, hogy a napenergiára, mint potenciális területi tőkére tekinthetünk. Például a földrajzi fekvés, mint fizikai tényező, a napenergiával való ellátottságát határozza meg egy régiónak. A napenergiát, tekinthetjük egyfajta termelési tényezőnek, hiszen megléte napenergia termelésére ad lehetőséget. A napenergia egyben természeti erőforrás, amely hasznosítása befolyásolja a térben élő társadalmak életminőségét. Az új gondolatok elfogadása kisebb közösségekben, amit értelmezhetünk innováció befogadóképességként is, fontos a napenergia hasznosító technológiák önkormányzati, vagy lakossági szinten történő alkalmazásában, tehát ebből a

szempontból, a helyi társadalom ezen tulajdonságának értékváltozása nélkülözhetetlen. A helyi politikusok, mint a települések vezetőinek szemléletmódja, szintén olyan területi tőke elem, amely befolyásolja a napenergia, mint potenciális területi tőke hasznosításának irányait, volumenét, egyáltalán azt, hogy történik-e napenergia hasznosítás egy adott településen, hiszen a napenergiás beruházások nagy része önkormányzati szinten valósul meg.

4. A napenergia, mint területi tőke felértékelődése

A napenergiára felértékelődése, valamint a térben kifejtett pozitív hatásai révén, tekinthetünk potenciális területi tőkeként. A területi tőke OECD definíciója szerint: minden térségnek saját tőkéje – „területi tőkéje” - van, ami megkülönbözteti másoktól. Ezt számos faktor határozza meg, amelyekkel azonban különböző elméletek, tudományterületek foglalkoznak. A faktorok többek között magukba foglalják a terület földrajzi elhelyezkedését, a méretét, a termelés adottságait, a klímát, a hagyományokat, a természeti erőforrásokat, az életminőséget. (OECD, 2001) Mivel hazánkban a napenergiaellátottság homogénnek mondható, az egyes régiókat ez a tulajdonság nem különbözteti meg egymástól, azonban mint természeti erőforrásokkal való ellátottság a napenergia tényként kezelendő, melynek kihasználása nagyban befolyásolja az egyes területeken élők életminőségét akár a légszennyezettség, akár a pénzügyi kiadások csökkentésével, akár magánszemélyek, akár önkormányzatok, vagy a központi kormányzat szintjén. Úgy gondolom, a napenergia potenciális területi tőke jellegét az adja, hogy mint természeti tőkében rejlő potenciálok kihasználásához szükséges, egyéb területi tőkeelemek értékváltozását vonja maga után.

4.1. A megvalósult napenergiás projektek tendenciái Magyarországon

A napenergiában lévő potenciált hazánk is felismerte. Ezt jól tükrözi az, hogy a 2018-as évben látványos lendületet vett a napenergiát hasznosító naperóművek létesítése hazánkban. Tavaly év végén az MVM és a MET naperóművek felavatásával kétszer dőlt meg a hazai naperómű rekord, a 4 MW kapacitást meghaladó Paksi Atomerőmű mellett felépülő napelempark pedig újabb csúcsdöntő lesz. Mindeközben folytatódott az 50 kW és 500 kW közötti, valamint az 50 kW alatti kiserőművek telepítése, amely által a napenergia-termelő kapacitás megduplázódott. Ehhez természetesen hozzá kell tenni, hogy a támogatásoknak és napalem árak csökkenésének a kivitelezések mennyiségét tekintve jelentős ösztönző szerepe volt (Portfolio.hu, 2018).

4.2. Napelem árának változása

Az 1 számú ábra a szilícium napelem árának változását mutatja be. Az ábra a napenergia értékváltozásának szempontjából fontos, hiszen a napenergia értékváltozásához a hasznosítás pozitív hatásai mellett a napelemek árának változása is hozzájárul. Látható, hogy a '90-es évek elejére 10 USD/WATT-ra csökkent a napelemek ára, majd a 2008-ban történt drasztikus csökkenést követően 0,3-0,6 USD/WATT áron lehet napelemet vásárolni (napelemrendszer.info, 2018).

1. ábra. A szilícium napelemek árának változása (1977-2015)



Forrás: napelem.blog.hu (2018)

4.3. Természetföldrajzi feltételek

A napelem árak csökkenésén túl, a napenergia felértékelődését segíti elő hazánkban, hogy Magyarország, földrajzi fekvéséből adódóan a napenergia hasznosítás szempontjából a lehetőségek kedvezőek. A 2 számú ábra a napsugárzás eloszlását Magyarország területén, mely láthatóan homogén. A legkisebb és a legnagyobb napsugárzás eltérése 8% (naplopo.hu, 2015).

2. ábra. Vízszintes felületre érkező napsugárzás mennyisége Magyarországon



Forrás: Naplopo.hu, 2015

5. A vezetői hozzáállás, mint területi tőkeelem szerepe a napenergia értékváltozásában

Lehetnek olcsók a napelemek, bőségesek a támogatások és kiválóak a természetföldrajzi feltételek, ha a vezetői hozzáállás nem megfelelő, ugyanis településeken megvalósuló beruházások számottevő része önkormányzati pályázatoknak köszönhető. A települési önkormányzatok kulcsfontosságú szerepet töltenek be a belső és külső erőforrások mozgósításában, így a helyi közösségek meghatározó szereplőivé váltak, valamint a települési szintű napenergia hasznosítás mozgatói (Czene - Ricz, 2010 alapján Áldorfai-Czabadai, 2014).

Egy település fejlődéséhez azonban nem elég csupán a külső inputok lehívása. Szükség van a megfelelő helyi természeti, gazdasági és humán jellegű adottságok ismeretére (Tóth, 2016). Tehát a helyi politikusokra, mint immateriális területi tőke tényezőre kardinális faktorként tekinthetünk a napenergiahasznosítás terén. A sokféle politikai célokat és irányokat legfőképp a vezetői gondolkodásmód, szemlélet, ideológia, valamint a vezetők térbeli rendszerről alkotott képének milyensége határozza meg. A tényleges beavatkozások sorozata, - az az a fejlesztések -, azok módja a területrendszer sajátosságaiból fakad (Egyedné, 2015). A területrendszer sajátosságai, valamint annak és a felsorolt tényezők ismerete mind fontos szerepet játszik egy napenergiás beruházás sikerességében, hosszútávú hatásainak érvényesülésében. Tehát a helyes, innovatív vezetői szemléletmód, elengedhetetlen, a napenergia, mint potenciális területi tőke hasznosításához, illetve a napenergia értékváltozása akkor következhet be igazán, ha a döntéshozók megfelelően állnak a hasznosítás kérdéséhez.

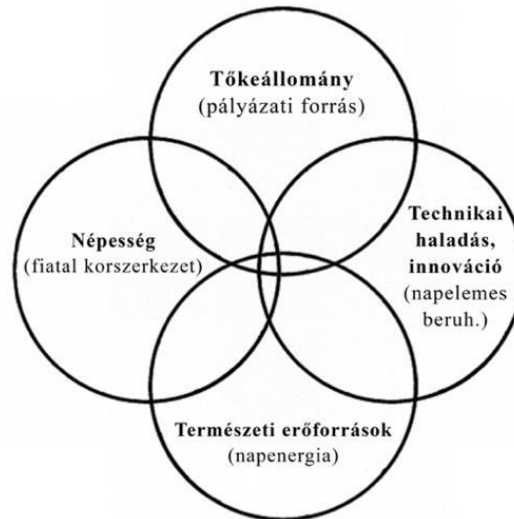
6. A napenergia értékváltozása egy konkrét településen

Nagypáli példája bemutatja, hogy a zöld energia, legfőképp a napenergia értékváltozása a lokális térben milyen feltételrendszerhez kötött, és a feltételrendszer megléte esetén milyen hatásai vannak a hasznosító beruházásoknak. 2007-ben valósította meg az önkormányzat az Ökocentrum beruházást, amely napenergiát hasznosítva termel áramot, illetve annak segítségével állít elő meleg vizet. Ezt követően 2017-ig összesen 14 db megújuló erőforrást hasznosító fejlesztés történt a településen. Ebből az egyik legjelentősebb, a 2010-ben elkészült logisztikai irodaház központ, amely napelemek, illetve napkollektorok segítségével termel energiát. A központtal kapcsolatban később, 2016-ban hőszivattyús korszerűsítés is megvalósult, önkormányzati forrásból. Az épület mára már több szállítványozással foglalkozó cégnek biztosít helyet, köztük a Waberer's, amely jelentő hosszútávú versenyképességi faktort jelent a település számára (Póla, 2018).

Samuelson és Nordhaus (2000) szerint egy gazdasági térség növekedésének tényezői a népesség, a tőkeállomány, a természeti tényezők és a technológiai haladás, innovációk. Ha Nagypáli esetét tekintjük, egy logisztikai irodaközpont, amely megújulókkal fedezi energiaszükségletét, mindenképp innovatív megoldásnak mondható. Az egyes vállalkozások számára a minimális rezsiköltség vonzó lehet, amely a napenergia hasznosító technológiának köszönhető. A 3 számú ábra bemutatja az említett regionális növekedési tényezőket. Az ábrát kiegészítettem tényezők, településre vonatkozó jellemzőkkel, melyek minősége nagyban hozzájárult a falu sikeréhez, ahhoz, hogy konkrét lokális térben, a napenergia pozitív értékváltozásából adódó motivációk által beruházások valósulhassanak meg. Korszerkezetet tekintve fiatal településről van szó, mely a népesség rugalmasságát, innováció befogadóképességét növeli. A tőkeállománynak jelen esetben a pályázati forrásokat tekinthetjük, melyeket felhasználva a településvezetés innovatív energetikai, napelemes beruházásokat vitt véghez, mely technikai haladás a településen. Fontos azonban megjegyezni, hogy - bár az innovatív technológiai fejlesztések nagy része pályázati forrásból valósult meg -,

Nagypáliban olyan zöld beruházások is végbementek, amelyek teljes költségvetését önkormányzati forrás képezte. A napenergia felhasználáshoz szükséges természeti tényezők, ahogyan azt a korábbi fejezetekben kifejtettem, Magyarország egész területén, így Nagypáliban is adottak.

3. ábra. Egy gazdasági térség növekedését befolyásoló tényezők

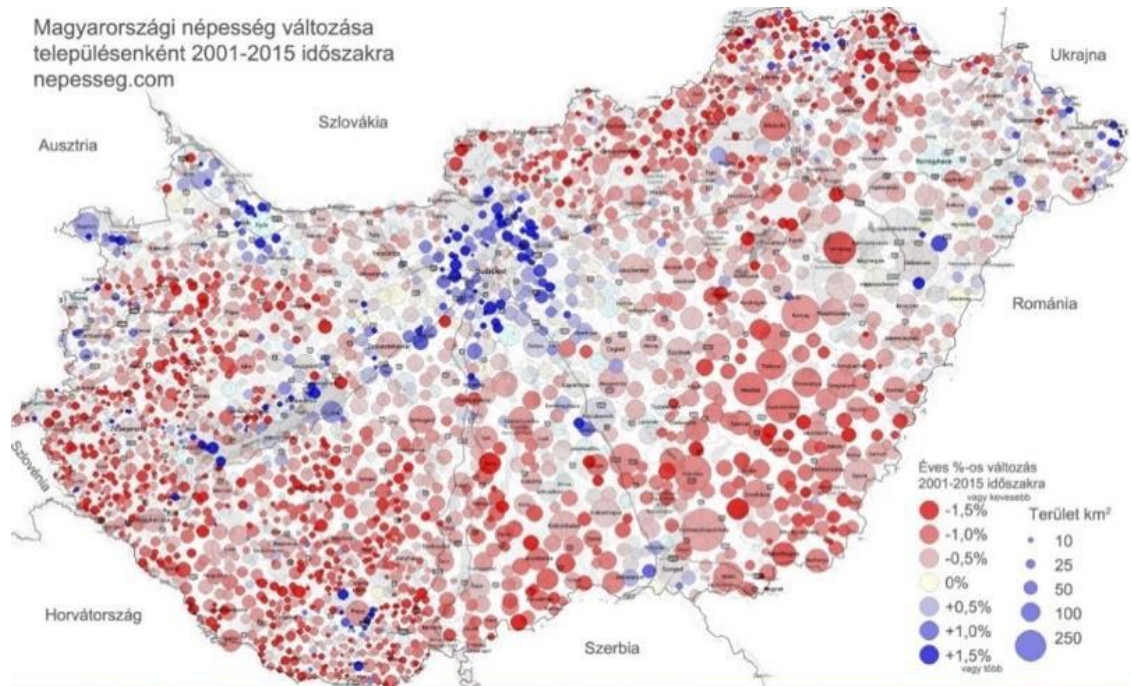


Forrás: Samuelson-Nordhaus, 2000 alapján saját szerkesztés

Az önkormányzati beruházások a lakosságra is hatást gyakoroltak, ugyanis településre érve egy modern, rendezett falut láthatunk, a házak tetején napelemekkel, tehát elmondható, hogy a településvezetés pozitív szemléletformáló hatást gyakorolt a helyi közösségre, főleg ha azt tekintjük, hogy akár új, akár már befejeződött kivitelezések továbbfejlesztését önkormányzati költségvetésből finanszírozta, ezzel talán erősebb hatást gyakorolva a helyi közösségre. Tehát elmondható, hogy a napenergia, mint potenciális területi tőke pozitív értékváltozása, a vezetői attitűd, mint területi tőke pozitív értékváltozásához is hozzájárult. Ennek hatása a társadalmi szemléletmód változásában, ezáltal pedig az élhetőbb környezetben nyilvánul meg.

Az 1000 fő alatti lélekszámmal bíró hazai települések általános jellemzője az elmaradottság. Ennek középpontjában a munkahelyek hiánya, az alacsony foglalkoztatottság áll, melynek következtében a munkaképes fiatalság a falvakból elvándorolni kényszerült. Ennek a folyamatnak az eredményeképpen a települések lakosságszáma csökkent, korszerkezete elöregedővé vált (Horváth, 2012). A 7. számú ábrán jól látható, hogy a Dél-Dunántúl és a Nyugat-Dunántúl területein túlnyomó többségben azok a pontok meghatározók, amelyek évi 0,5 - 1,5%-os népességcsökkenést jeleznek. Néhány üdítő kivétellel azonban találkozhatunk ezekben a térségekben is, többek között Nagypálival, melyet Zalaegerszegtől északra fekvő kék pont jelöl.

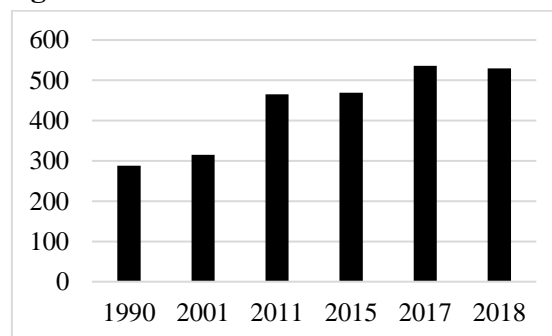
4. ábra. Magyarország népesség változása 2001-2015 közötti időszakban



Forrás: nepesseg.com, 2016

A település elérte, hogy a hazai tendenciával szemben, korszerkezete 1996 óta húsz évvel fiatalabb lett, népessége pedig csaknem megkétszereződött (5. ábra). Ebben bizonyára közrejátszott Zalaegerszeg megyeszékhely közelsége is, de nem elhanyagolható az innovatív fejlesztésekre való törekvés és azok megvalósítása sem.

5. ábra. Nagypáli népességének alakulása 1990-2018



Forrás: TEIR (2018) alapján, saját szerkesztés

Ahogy Goda és Tóth szerzőpáros fogalmaz: egy település egyedi értékét jelentheti a helyi gazdaság, az infrastruktúra, a környezeti adottságok, a közösség aktivitása, valamint képessége a külső szellemi és anyagi javak nyújtotta lehetőségek befogadására (Goda-Tóth, 2013). Jelen esetben éppen a helyi társadalom innováció befogadóképessége volt az a tényező, amely által a megújuló energiaforrások használata a faluban, mint mikroközösségben elterjedt. Az innováció befogadóképesség, mint Nagypáli közösségre jellemző tulajdonság azonban a demográfiai mutatók pozitív alakulásának köszönhető. Tehát a városvezetés felől érkező pozitív irányú szemléletformálás közvetlen hatása azért is tudott érvényesülni, mert a humán területi tőke

dimenzió ezt lehetővé tette, illetve a település Zalaegerszegtől mindössze 9 kilométerre fekszik. Bizonyára, ha egy apró, határszéli zsákfaluról lenne szó, nem beszélhetnénk ilyen eredményekről. Ez jól mutatja, hogy meghatározó elemként kell tekinteni egy település közösségtudatára, hiszen kardinális szerepet tölt be annak versenyképességében és élhetőségében (Gerencsér – Tóth, 2017).

7. Következtetések

A napenergia pozitív irányú értékváltozása a világban és Magyarországon is folyamatos. Felhasználása a hosszútávú regionális versenyképességhez és fenntarthatóságához is hozzájárul pozitív hatásai révén. A napelem árak csökkenése, a kedvező természetföldrajzi potenciálok és a támogatások lehetővé teszik az önkormányzatok és a magánszemélyek részére is, hogy a fosszilis energiafelhasználásukat napenergiával váltsák. A napenergia valódi értéke az olyan potenciális területi tőke jellegében rejlik, amely az egyéb területi tőke elemeket pozitív irányba befolyásolja, ezzel a regionális és lokális terek életminőségének javításához, gazdasági és környezeti fenntarthatóságához, valamint hosszútávú versenyképességéhez is hozzájárul. Összességében leszűrhető, hogy ahhoz, hogy a napenergia felhasználás pozitív hatásai érvényesülhessenek és mint „helyi energia” felértékelődjön, valamint azt a közösség a saját hasznára tudja fordítani, komplex feltételrendszer teljesülésére van szükség, mely a humán, a gazdasági (pl.: pályázati lehetőségek) és a vezetői szemlélet dimenzióiból tevődik össze. Azonban, ha a feltételek adottak, akkor a napenergia, mint potenciális területi tőke - ahogyan azt Nagypáli esete is bemutatja -, települések és térségek dinamikus és hosszútávú fejlődéséhez tud vezetni, pozitív értékváltozása és ezáltal hasznosítása egy adott ország, régió, vagy település jövőjét is pozitív irányba befolyásolja.

Hozzá kell tenni, hogy Nagypáli egy megyeszékhelytől mindössze 9 km-re található település és nem egy aprócska határszéli zsákfaló, tehát itt egyfajta megújuló energiaközösség kialakulásának sokkal több feltétele adott, mint egy rosszabb kondíciókkal rendelkező településen. Kérdést vet fel, hogy az ország különböző területein, különböző típusú, méretű településein milyen mértékben érvényesülnének a pozitív hatások, illetve, hogy a különböző településeken milyen mértékű befolyást tud gyakorolni a településvezetés a helyi társadalomra azzal, hogy a lokális adottságokat igyekszik kihasználni? Kérdéses, hogy egy település, amely eljut a megújuló hasznosításában egy olyan szintre, mint Nagypáli, ott kialakítható-e valódi megújuló energiaközösség, tehát a vezetői és társadalmi szemléletmód és attitűd emelhető-e magasabb szintre? Hogyan, milyen módszerekkel lenne ez megvalósítható? Mely régiókban kell, hogy a napenergia, mint helyi „energia” felértékelődjön és a helyi területi tervezés középpontjába állítsák? Melyek azok a tényezők, amelyek a napenergia hasznosításához valóban szükségesek és melyek, amik kevésbé? További céljaim közt szerepel hatásmechanizmusok mélyebb vizsgálata különböző méretű, típusú és regionális elhelyezkedésű településeken, illetve vizsgálni szeretném, hogy a hatások hogyan, milyen módon erősíthetők, intenzitásuk hogyan növelhető.

Hivatkozott források

Áldorfai Gy. - Czabadai L. (2014): Helyi válaszok a globális kihívásokra, Acta Carolus Robertus 4 (2). Gyöngyös, Károly Róbert Főiskola, 9-19 p., ISSN 2062-8269

Gerencsér I. – Tóth T. (2017): „Lesz ez még így sem” avagy a településvezetők szerepe a helyi fejlesztésekben két település példáján keresztül. Studia Mundi Economica. Vol. 4. No. 4. 2-11 p., ISSN 2415-9395

Goda P. - Tóth T. (2013): Pókháló-entrópia, mint új rendszervizsgálati megközelítés a területi elemzésekben. In: Területi Statisztika, Vol. 53 No. 2. 169-189 p., ISSN 0018-7828

Hayes, D. (1982) Átmenet a kőolaj utáni korszakba. Budapest, Közgazdasági és Jogi Kiadó, p. 280.

Horváth E. (2012): Törpefalvak helyzete a mai Magyarországon. – Csuták Máté. Budapest, Nemzeti Agrárszaktanáncsi, Képzési és Vidékfejlesztési Intézet. (szerk.) A falu. A vidékfejlesztők és környezetgazdák folyóirata. Vol. 27. No. 4. Budapest 49-58 p., ISSN 0237-4323

Jóna Gy. (2013) A területi tőke fogalmi megközelítései. Tér és társadalom, 22. évf. 1. szám, pp. 30-51.

Nagypali.hu (2018) On-line: <http://nagypali.hu/kozadattar/kepviselo-testuleti-hatarozatok-jegyzokonyvek> Elérve: 2019.március 5.

Napelem.blog.hu (2018) On-line: https://napelem.blog.hu/2018/12/13/lenyeges_napenergia_tobbletet_jelentene_a_tiszta_levego Elérve: 2019. március 9.

Napelemrendszer.info (2018) On-line: <https://napelemrendszer.info/2018-a-napelemek-eve.html> Elérve: 2019. március 12.

Naplopo.hu (2015) On-line: <http://www.naplopo.hu/tudastar/szakcikkeink-hasznos-irasaink/231-napsugarzas-alapjai> Elérve: 2019 március 9.

Nepesseg.com (2017) On-line: <http://nepesseg.com> Elérve: 2019. március 6.

OECD (2001) Territorial Outlook. OECD, Paris

Paks2.hu (2019) On-line: <http://www.paks2.hu/hu/Atomenergia/Kornyezettudatosag/Lapok/default.aspx> Elérve: 2019 május 14.

Póla P. (2018) Megújuló energiák: A vidékfejlesztés egy alkalmas eszköze. Pécs, Póla Péter 16 p.

Portfolio (2018) On-line: <https://www.portfolio.hu/vallalatok/energia/kulonleges-ev-lesz-2018-a-napenergia-magyarorszagi-torteneteben.308725.html> Elérve: 2019. március 10.

Samuelson, P.A, - Nordhaus, W.D. (2012): Közgazdaságtan. Budapest, Akadémiai Kiadó, 672 p., 342 p., ISBN 9789630591607

Szuppinger P. (2000) Decentralizáció a világ energiarendszereiben. Tér és társadalom, 14. évf. 2-3. szám, pp. 173-182.F”

TEIR (2018)
https://www.teir.hu/rqdist/main?rq_app=teldata&rq_proc=main&xadatbazis=2&xteltolig=19
Elérve: 2018. március 5.

Tóth B. I. (2010) Az immateriális és a területi tőke összefüggései. Tér és Társadalom, 24. évf. 1. szám, pp. 65–81

Tóth T. (2016): Kistelepülések gazdaságfejlesztése, In: Sikos T. T. – Tiner T. (szerk.): Tájak, régiók, települések térben és időben. Tanulmánykötet Beluszky Pál 80. születésnapjára. Budapest, Dialógus Campus Kiadó. 451-461. p., ISBN 978-615-5680-27-4

Zink, C. (2000) Villamosenergia-termelés „helyben” — a kis egységek jövője. — Energiaellátás, energiatakarékosság világszerte, pp. 57-58.

A közösségi közlekedési szolgáltatás minőségi értékelése

Borbás Péter Dániel¹

Összefoglalás

Az elmúlt évtizedekben felgyorsult a népesség koncentrációja a városi térségek irányába. A növekvő számú városi lakosság mobilitási igényeinek megoldására kézenfekvő a személyszállítás és azon belül is a közösségi közlekedés fejlesztése. A közlekedési közszolgáltatások és azok lebonyolítóival (közszolgáltatók) szemben egyre intenzívebb mennyiségi és szigorúbb minőségi elvárások jelentkeznek.

Ebben a tanulmányban a közösségi közlekedési szolgáltatások értékelésével foglalkozom. A vizsgálathoz alapul a Budapest ellátásáért felelős Budapest Főváros Önkormányzata és közszolgáltatója, a Budapesti Közlekedési Zrt. szolgáltatási szerződéseit vettem.

A hagyományos minőségi jellemzők mellett, a társadalmi és környezeti problémákra való válaszok, megoldások is megjelennek elvárásként a városi térségek közlekedési rendszerével kapcsolatban. A jelenkor kihívásainak megfelelően szükséges lesz a jövőben továbbgondolni a minőségi kritériumrendszert, mert ez a szolgáltatási színvonal értékelésén túlmutatva a fejlesztési elképzelések alapjául is szolgálhat.

Kulcsszavak: közösségi közlekedés, közszolgáltatási szerződés, férőhely-kilométer, közlekedésbiztonság, utaselégedettség

JEL kód: L91, R41

1. Bevezetés

A városok évszázadok óta a fejlődés legfontosabb színterei. Elsősorban a kedvezőbb munkalehetőségek fejtenek ki vonzó hatást a vidéki lakosság számára.

A városi létforma sok előnnyel jár (a munkalehetőségek mellett például a fogyasztás, a kultúra, az oktatás, egészségügy, a gazdasági élet terén), ugyanakkor az egyénekre, közösségekre ható negatív jelenségek megoldása (bűnözés, társadalmi egyenlőtlenségek, környezetszennyezés, túlnépesedés, zajártalom, vagy az utóbbi időszakban a szabályozatlan turizmus hatásai) egyre intenzívebb feladat elé állítja a városvezetőket.

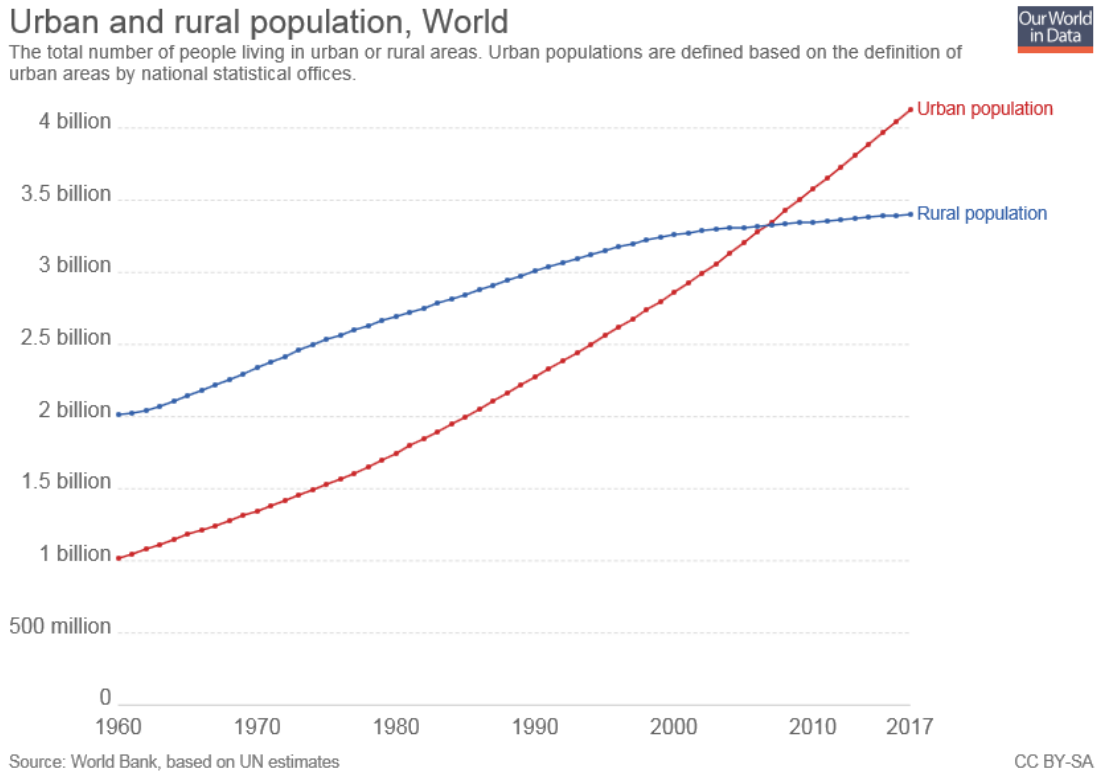
Ma már Európában a népesség közel háromnegyede él városi területeken (a városokban, vagy vonzaskörzeteikben) és az arány az előrejelzések szerint tovább erősödik a vidéki térségek

¹ PhD hallgató, SZIE, Enyedi György Regionális Tudományok Doktori Iskola, borbas.peter@chello.hu

rovására. Jellemzően 1950-ben még 50-50% volt az arány a vidéki és városi lakosság összevetésében. (Urban Europe, EUROSTAT Statistical Books, 2016)

A városi népesség arányának növekedési tendenciája világszinten is megfigyelhető (1. ábra).

1. ábra. A városi és vidéki népesség aránya



Forrás: Világbank

A városi élet fontos eleme a közlekedés. „A megvalósult helyváltoztatást utazásnak is nevezzük. A (közlekedési) mobilitás a tágran értelmezett, látens szükségleteket is magában foglaló helyváltoztatási igények és az utazások összessége. A közlekedés a tömegszerű helyváltoztatás, mely jellemzően e célra létrehozott, általában hálózatokba szervezett infrastruktúra és műszaki berendezések igénybevételével valósul meg.” (Jászberényi-Munkácsi, 2018, 1. oldal)

Emellett a közlekedés a nemzetgazdaság egyik ágazata, a társadalmi kapcsolatok egyik formája, az épített környezetet formáló tényező, veszélyes üzem és környezetvédelmi probléma is. (Budapest városfejlesztési koncepciója, 2011)

A közösségi közlekedés minősége várospolitikai kérdés, hiszen folyamatosan befolyásolja az emberek életminőségét, sőt az adott térség versenyképességét is. Ennek kapcsán fontos tisztázni, hogy milyen szempontokat szükséges figyelembe venni a közlekedési szolgáltatás minősítésére, értékelésére.

A társadalmi és gazdasági folyamatoknak köszönhetően jelentős változások történtek a városok fejlődése kapcsán, mely kihatással volt (és van) a közszolgáltatókkal kapcsolatos minőségi elvárások alakulására is. Budapest közlekedési közszolgáltatási rendszerében is módosulások figyelhetők meg az elmúlt évtizedekben, azonban a szolgáltatásmenedzsment terén még további feladatok állnak a megrendelő Fővárosi Önkormányzat és közszolgáltatója előtt.

2. A közösségi közlekedés fogalmi értelmezése

A közlekedés szolgáltató tevékenység, mely személyek és áruk helyváltoztatását biztosítja. Ennek megfelelően két fő területe: a *személyközlekedés* és az áruszállítás. (Jászberényi-Munkácsi, 2018)

A személyközlekedés csoportjai:

- egyéni közlekedés (személygépjármű, motorkerékpár, kerékpár, gyaloglás...)
- megosztás alapú közlekedés (utazásmegosztás, vagy járműmegosztó rendszer)
- *személyszállítás* (lehet *közforgalmú* vagy korlátozottan közforgalmú).

A *közforgalmú személyszállításra* jellemző, hogy díjfizetés ellenében bárki számára elérhető. A közforgalmú közlekedés kategóriába soroljuk a *közösségi (vagy tömeg-) közlekedést*, az igényvezérelt közlekedési szolgáltatást és a taxi közlekedést. (Jászberényi-Munkácsi, 2018)

A *közösségi közlekedésre* jellemző, hogy közszolgáltatásként, vagy piaci alapon működik, jellemzően előre meghirdetett menetrend szerint, meghatározott útvonalon, kijelölt megállóhelyek érintésével nyújt utazási lehetőséget. (Jászberényi-Munkácsi, 2018)

Ugyancsak általánosan megfogalmazható, hogy a személyszállítási közszolgáltatást jellemzően egy erre irányuló szerződésen keresztül, egy adott időszakban és működési területen, minden érintett számára elérhetően biztosítja a megrendelővel (az ellátásért felelős kormányzattal, önkormányzattal, vagy a nevükben eljáró szervezettel) szerződött (egy, vagy több) közszolgáltató, mindezt elsősorban a lakosság alapvető szükségleteinek ellátására, illetve általános gazdasági érdekből. A szerződésben vállalt közszolgáltatási tevékenységgel kapcsolatban mennyiségi és minőségi elvárások kerülnek meghatározásra, és az ellátásáért a közszolgáltatót ellentételezés illeti meg. A mennyiségi és minőségi kritériumokkal kapcsolatos teljesítések megítélése alapjául szolgálhat az adott közlekedési közszolgáltató értékelésének is. (Jászberényi-Munkácsi, 2018)

3. A BKV szerepe a fővárosi közösségi közlekedés lebonyolításában

A tanácsrendszer megszűnésével, 1990-ben létrejött Budapest Főváros Önkormányzata, a helyi önkormányzatokról szóló törvény értelmében (1990. évi LXV. törvény a helyi

önkormányzatokról). A Budapest egészét lefedő tömegközlekedési feladat ellátása a Fővárosi Önkormányzat hatáskörébe került. 1991-ben a BKV teljes vagyona az államtól átkerült a Fővárosi Önkormányzat tulajdonába.

A Fővárosi Önkormányzat közgyűlése 1996. január 1-től a BKV-t gazdasági társasággá alakította, létrejött a BKV Rt., majd 10 évvel később, 2006. február 6-ától a társaság új neve: Budapesti Közlekedési Zártkörűen Működő Részvénytársaság, azaz BKV Zrt lett.

2012-ben a fővárosi intézményrendszer átalakult, a járművek és a hozzájuk tartozó infrastruktúra üzemeltetése, karbantartása maradt a BKV hatáskörében, a közlekedésszervezési feladatok a Budapest Közlekedési Központoz (BKK Zrt.) kerültek. Az üzemeltető vállalat jelenleg 4 nagy ágazatot (autóbusz, trolibusz, villamos és metró) működtet integrált rendszerben, miközben a HÉV-vonalak fenntartását a MÁV-HÉV Helyiérdekű Vasút Zrt. (korábbi nevén BHÉV Zrt.) vette át 2016 novemberétől. (Legát, 2018)

4. Üzemeltetési Szerződés, 2000. május

A szerződés még nem közszolgáltatásról, hanem a fővárosi tömegközlekedési hálózati rendszer üzemeltetéséről szólt. Rövid tartalma kiterjedt az alapszolgáltatás szintjének és annak fedezeti elemeinek meghatározására, illetve egy teljesítmény- és minőségi mutatókon alapuló bónuszrendszer rögzítésére.

A teljesítménymutatók (vállalati és ágazati szinten teljesítendő férőhely-kilométer és ágazatonként forgalomba adandó jármű darabszám) mellett minőségi indikátorok is rögzítésre kerültek: keringési sebesség, megbízhatóság – pontosság, forgalombiztonsági és egyéb minőségi mutatók (járművek zsúfoltsága, utaspanaszok száma, jegyárúsítás, utas-elégedettségi index, tisztaság).

Az értékelési rendszerben a mutatókhoz teljesítési (megfelelőségi) tartományokat rendeltek, és különböző súlyszámok megadásával biztosították a prioritási elvek érvényesítését (például a megbízhatóság, pontosság – 10-es, a keringési sebesség – 5-ös értékkel szerepelt). A súlyszámok összege 100 pont volt. A szerződés szerint az alapösszegegen felüli bónusz akkor került kifizetésre, ha a minőségi és teljesítményi mutatókat maradéktalanul teljesítette a BKV az adott, féléves elszámolási időszakokra vonatkozóan, tehát azok összegzett súlyszáma 100, vagy afölötti érték volt. Ha kisebb volt az összesített szám, akkor a bónusz összeg csak részben kerülhetett kifizetésre, illetve 75 pont alatt csak a tömegközlekedési hozzájárulás alapösszege volt kifizethető.

1998-tól kezdődően a bónusz mértéke 300 millió Ft volt, mely például a 2000. évi tömegközlekedési hozzájárulás mértékének mintegy 2,1%-os kiegészítését jelentette.

5. Szolgáltatási Szerződés, 2004. április

Az újabb Szolgáltatási Szerződés 2004. április 30-án, 8 évre jött létre. A szerződés indokrendszerében fontos elemként szerepel, hogy a korábbi Üzemeltetési Szerződés a kompenzáció kérdését nem zárta le elfogadható módon, így bizonytalan finanszírozási helyzetet eredményezett, aminek következményeként a BKV működési vesztesége több tíz milliárd Ft-ra duzzadt. A szerződő felek olyan megállapodást kívántak kötni, mely tételesen ugyan még nem felelt meg az uniós jognak, de annak szellemiségével nagymértékben rokon szemléletet képviselt, és felkészülést biztosított „az EU elveinek és előírásainak teljes mértékben megfelelő tömegközlekedési szolgáltatási rendszer megvalósítására.” A szerződésben olyan újszerű fogalmak jelentek meg, mint a szolgáltatási tevékenység, a Szolgáltató, a közforgalmú személyszállítás, a közszolgáltatási követelmények, vagy a kompenzáció. A szerződés alapján a Szolgáltató tömegközlekedési kompenzáció igényt mutathatott ki a Közszolgáltatási Követelményekben meghatározott szolgáltatások fenntartásának, bevétellel nem fedezett forrásigényére vonatkozóan.

A szerződés alapján a közszolgáltatási követelményrendszer az alábbi elemekből állt:

- *Alapellátási paraméterek:* városi övezetenként és forgalmi időszakonként minimum jelleggel adta meg az irányadó alapellátási paramétereket.
- *Teljesítményi elvárások:* ágazati szinten meghatározásra kerültek az elvárt férőhely-kilométer teljesítmények. Az éves teljesítmény tervezés kötelező alapjául szolgált.
- *Paraméterkönyv:* olyan dokumentum, mely adott időszakra (jellemzően évre) vonatkozóan meghatározta a kötelezően üzemeltetendő vonalakat, azok üzemidejét, járműtípusát, az egyes napszakok forgalmi paramétereit (követési idő, fordulóidő).
- *Minőségi követelmények:* a szolgáltatás nyújtásakor alkalmazandó minőségi paraméterek, melyek a Bonus/Malus elszámolás alapját képezték.

A szerződés minőségi követelményei a Menetkimaradás (a kimaradó indulásoknak a tervezett indulások számához képesti %-os értéke), a Pontosság (a végállomási eltérő indulások %-os értéke a tervezett indulások számához képest) és a Biztonság volt.

A BKV negyedévente Szolgáltatási Jelentést készített és küldött meg a Fővárosi Önkormányzat részére, melynek részeként a Bonus/Malus rendszer is értékelésre került. A szerződés alapján a negyedévre vonatkozó Bonus, vagy Malus összege nem haladhatta meg a tömegközlekedési kompenzáció 1-1%-át.

6. Közszolgáltatási Szerződés, 2012. május 1.

A 2004-ben megkötött szolgáltatási szerződés 2012. április 30-ig terjedő hatálya indokoltá tette, hogy a Főváros egy újabb közszolgáltatási szerződéssel gondoskodjon a közösségi

közlekedéssel összefüggő feladatok ellátásáról. Budapest Főváros Önkormányzata a 20/2012 (III.14.) sz. önkormányzati rendelettel kijelölte a Budapesti Közlekedési Központ Zártkörűen Működő Részvénytársaságot (röviden: BKK) a közlekedésszervezői feladatok ellátására, melynek keretében meghatalmazással gyakorolja a BKV feletti irányítási jogokat is. A Főváros a szolgáltató kiválasztására és a közszolgáltatási szerződés megkötésére való jogát átruházta a BKK-ra. A szerződésben tehát megrendelőként a BKK, szolgáltatóként a BKV jelent meg.

A szerződés megkötésekor figyelembe kellett venni az uniós elveket, így különösen a 1370/2007/EK Rendelet számított mérvadónak, mely előírta a közszolgáltatási szerződés kötésének kötelezettségét, annak tartalmi előírásait, szabályait, a közvetlen odaítélés lehetőségét, illetve a közszolgáltatási ellentételezésre vonatkozó szabályokat (például az ésszerű nyereség elszámolhatósága). A szerződés ennek megfelelően kiterjed a kompenzációs kötelezettségre is, melynek mértéke a szolgáltatási díj (az indokolt költség és az ésszerű nyereség összege), csökkentve a közszolgáltatási tevékenységből származó bevétellel.

A szerződés 8 éves határozott időtartamra szól, 2020. május 1-ig hatályos. A szolgáltatónak negyedéves jelentési kötelezettsége van (beszámoló és szolgáltatási jelentés formájában), de az elszámolás éves szintű.

A BKV-nak meg kell felelnie a BKK menetrendi megrendelése alapján, férőhely-kilométerben előírt teljesítmény követelménynek, a meghatározott minőségi követelmények mellett.

A szerződésben rögzített minőségi indikátorok:

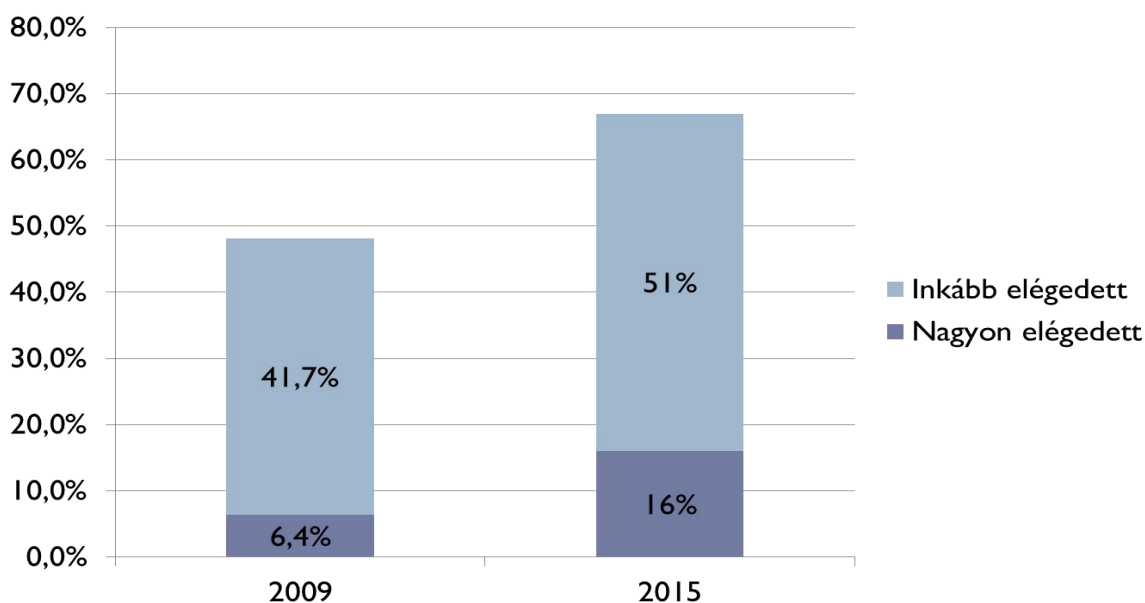
- *menetkimaradási mutató* (az indikátor a Bonus/Malus elszámolás eleme),
- *menetrendi pontosság*,
- *utaselégedettségi index* (a mérési és értékelési módszertan nem került kidolgozásra),
- az igénybe vett *járművek által okozott maximális környezetszennyezés* (a mérési és értékelési módszertan nem került kidolgozásra),
- *baleseti mutatószám* (az indikátor a Bonus/Malus elszámolás eleme),
- a *közszolgáltatást jogosulatlanul igénybe vevők aránya* (a mérési és értékelési módszertan nem került kidolgozásra),
- az *akadálymentesen hozzáférhető szolgáltatások arányát mutató index* (a mérési és értékelési módszertan nem került kidolgozásra).

A minőségi mutatók a Bonus/Malus rendszer alapját képezik, melynek összesített értékelése az éves kompenzációs összeg csökkentését, vagy növelését eredményezheti (maximum 1,5%-os mértékben). A szerződés minőségi feltételeinek fontos része még a kötbérrendszer, melynek elemei nem szerződészerű teljesítés esetén kerülnek kiszabásra.

Az értékelési rendszerrel kapcsolatban újszerűnek tekinthető, hogy a 2012-es elképzelések szerinti szempontrendszer próbált előremutató, társadalmi szempontból érzékeny indikátorokat is beépíteni a minőségi elvárások közé (utaselégedettség, környezetvédelem, hozzáférhetőség), azonban azok kidolgozása nem történt meg, és végül kikerültek a szolgáltató értékelési spektrumából.

Budapest jelenlegi közösségi közlekedési rendszerével kapcsolatban kijelenthető, hogy az elmúlt években végrehajtott fejlesztések, felújítások (például a kötőtpályás metró és villamos hálózatot, vagy az utastájékoztató eszközrendszerét érintő beruházások) pozitív változásként jelentkeztek, melyek az utasok elégedettségét is érzékelhetően kedvező irányba befolyásolták (2. ábra). Ugyanakkor a szolgáltatás minőségére vonatkozó objektív értékelési rendszer kidolgozása továbbra is feladatként jelentkezik.

2. ábra. A városi közlekedést használók elégedettsége (Budapest)



Forrás: Eurostat

7. Következtetések, javaslatok

Már az önkormányzatiság kialakulásától megjelent az a tulajdonosi/megrendelői szándék, mely a közösségi közlekedés lebonyolítása kapcsán próbált megfogalmazni minőségi igényeket is a mennyiségi elvárások mellett. Budapest esetében ez a célkitűzés nem valósult meg maradéktalanul, egyrészt mert a finanszírozási háttér sokáig nem volt rendezett (és ez kihatott a követelményrendszer számon kérhetőségére is), másrészt a minőségi paraméterek és indikátorok definiálása még jelenleg is hiányos. Ehhez még hozzávehető, hogy a tulajdonosi érdekek, illetve a társadalmi érzékenység megváltozása újabb szempontok figyelembe vételét teszik szükségessé (például a környezetvédelem, vagy zajterhelés csökkentése) és máris belátható, hogy a minőségi szempontrendszer átdolgozása, kialakítása továbbra is feladat.

A téma kapcsán érdemes fókuszálni az országos és az Európai Unió közlekedéspolitikai célkitűzésekre. A különböző szintű stratégiákban megjelenő elképzelések jellemzően átfogóbb, hosszabb távú, illetve magasabb vertikális szinten értelmezendő irányvonalakat jelölnek ki, ugyanakkor mindenképpen érdemes figyelembe venni irányultságukat a lokális döntések esetén is, hiszen a támogatási rendszereken, illetve a fejlesztési támogatási lehetőségeken keresztül gazdasági előnyöket biztosíthatnak a pozitív társadalmi hatások elérése mellett. A célok elsősorban a fenntarthatóság, a környezettudatosság és az élhetőség jegyében fogalmazódnak meg, és ezek nyilvánvalóan a helyi közösségek (és képviselőik) számára (is) kiemelt prioritást kell, hogy jelentsenek.

Az Európai Unió által 2011-ben elfogadott „Fehér Könyv” kijelöli az uniós közlekedéspolitikai célokat 2050-ig („Útiterv az egységes európai közlekedési térség megvalósításához – Úton egy versenyképes és erőforrás-hatékony közlekedési rendszer felé”). Az EU elsődleges célkitűzése integrált közlekedési hálózatok létrehozása, emellett azonban megfogalmazásra kerültek egyéb célok is, köztük a városi közlekedésre vonatkozóan is. „A közlekedésből származó széndioxid-kibocsátásoknak mintegy negyede tudható be a városi közlekedésnek, és a közúti balesetek 69%-a városban következik be” fogalmaz az anyag.

A hazai közlekedéspolitikai célokat a Nemzeti Közlekedési Infrastruktúra-fejlesztési Stratégia jelöli ki 2030-ig. Ebben a fejlesztések kapcsán két célszint került meghatározásra: társadalmi és közlekedési célok. A társadalmi célok a legfontosabb társadalmi és gazdaságpolitikai célkitűzésekből adódnak, egymással összefüggnek, és minden más célszintre meghatározóan kihatnak.

Mind az uniós, mind a hazai közlekedéspolitikai célkitűzések kapcsán megfogalmazhatók olyan konkrét indikátorok, melyek a helyi, városi közösségi közlekedési szolgáltatás szintjén is értelmezhetőek (1. táblázat). A célkitűzéseken keresztül összeállított indikátorok pontos tartalmának, mérhetőségének, értékelési módszertanának kidolgozása (vagy átdolgozása) a jövő feladata lesz.

1. táblázat. Közlekedéspolitikai célkitűzések és lehetséges indikátorai

Uniós célkitűzések	Hazai célkitűzések	Indikátor
<i>Versenyképesebb és fenntarthatóbb közlekedési rendszer</i>	<i>Környezetre gyakorolt negatív hatások csökkentése, klímavédelmi szempontok érvényesülése</i>	dízelüzemű teljesítmények aránya az összes kibocsátott teljesítményhez képest károsanyag-kibocsátási szint
	<i>A gazdaság hatékonyságának, növekedésének elősegítése</i>	erőforrás-hatékonysági mutatók (fajlagos üzemeltetési költség, foglalkoztatottak fajlagos létszáma)
	<i>Foglalkoztatás javulása</i>	
<i>Közlekedésbiztonsági helyzet javítása</i>	<i>Egészség- és vagyonbiztonság javulása</i>	forgalombiztonsági mutató (sajáthibás események alapján)
<i>Közlekedésvédelem fokozása</i>		felügyeleti szint (járművek és peronok kamerás figyelése)
<i>A közlekedési szolgáltatások minőségének, hozzáférhetőségének és megbízhatóságának javítása</i>	<i>Lakosság jólétének és mobilitási feltételeinek javítása</i>	eljutási biztonság (menetteljesítés, pontosság) utaselégedettségi szint
	<i>Területi egyenlőtlenségek mérséklése</i>	hozzáférhetőségi mutató (alacsonypadlós szolgáltatások kiterjedtsége, aránya)
	<i>Társadalmi igazságosság, méltányosság javítása</i>	

Forrás: „Útiterv az egységes európai közlekedési térség megvalósításához – Úton egy versenyképes és erőforrás-hatékony közlekedési rendszer felé (Fehér Könyv)” és a „Nemzeti Közlekedési Infrastruktúra-fejlesztési Stratégia” alapján saját szerkesztés

Hivatkozott források

Urban Europe (Statistics on cities, towns and suburbs), EUROSTAT Statistical Books, 2016

Jászberényi Melinda, Munkácsy András: Közlekedés, mobilitás, turizmus [Digitális kiadás.] Budapest, Akadémiai Kiadó, 2018, DOI: 10.1556/9789634542292

Budapest városfejlesztési koncepciója, 10. Budapest közlekedési infrastruktúrája kiadvány, Budapest Portál, 2011. december

Legát Tibor: Közlekedik a Főváros. Budapest, Scholar kiadó, 2018

Nemzeti Közlekedési Infrastruktúra-fejlesztési Stratégia, Stratégiai dokumentum. Stratégia Konzorcium, Budapest, 2014. augusztus

Útiterv az egységes európai közlekedési térség megvalósításához – Úton egy versenyképes és erőforrás-hatékony közlekedési rendszer felé (Fehér Könyv), Európai Bizottság, Brüsszel, 2011.3.28., COM(2011)

A nemzeti kongresszusi irodák szerepe a desztinációválasztás folyamatában

Boros Kitti¹

Összefoglalás

Napjaink egyik dinamikusan fejlődő turisztikai terméke a hivatásturizmus, amelyet a hazai szakirodalmak üzleti vagy MICE (Meetings – Üzleti utazások, üzleti tárgyalások, értekezletek; Incentives – Ösztönző utak; Conferences – Konferenciák; Exhibitions & Events – Kiállítások, események) turizmusnak is neveznek, ezért a tanulmányban ezek a szakkifejezések egymás szinonimájaként szerepelnek. A hivatásturizmus térnyerésének eredményeként a desztinációk között éles versengés alakult ki a MICE piacon. Ebben az állandó versenyben nemcsak az országok és a fővárosok hivatásturisztikai kínálatának fizikai elemei jelentik a döntő tényezőt a nyertes desztináció kiválasztásában, hanem annak megértése is, hogy a nemzetközi kongresszus- és rendezvényszervezők milyen tényezők alapján választják ki rendezvényük helyszínét. A nemzeti kongresszusi irodák sokat tehetnek az országuk és fővárosuk pozíciójának erősítése érdekében a desztináció kiválasztási folyamat során, azonban általános elvárásokként merülnek fel a célországgal kapcsolatban a természeti, a földrajzi, a kulturális és az infrastrukturális tényezők. A MICE ipar igen érzékeny az említett feltételek meglétére, amelyek kooperáció révén tudnak hatékonyan működni. A hivatásturisztikai témákban publikált szekunder irodalmak segítségével a tanulmány célja megvizsgálni, hogy a kongresszusi irodák hogyan tudják harmonizálni a desztinációban lévő szolgáltatók munkáját és versenysemleges szereplőként támogatni a nemzetközi kongresszus- és rendezvényszervezők desztinációválasztási folyamatát. A tanulmányban részletesen bemutatásra kerülnek a nemzeti kongresszusi irodák további feladatai és szakmai megítélése. A kutatás azoknak az irányoknak az ismertetésével zárul, amelyek segíthetnek a kongresszusi irodákat érintő trendek előrejelzésében.

Kulcsszavak: hivatásturizmus, nemzeti kongresszusi irodák, helyszínválasztási kritériumok, turisztikai szervezetek, desztináció-marketing

JEL kód: L83

1. Bevezetés

A kongresszusi irodák² kezdetben nonprofit szervezetként működtek és feladatuk a kereskedelmi szálláshelyek képviselőjében mutatkozott meg, céljuk a vendégéjszakaszám

¹ PhD hallgató, Budapesti Corvinus Egyetem, Marketing és Média Intézet, Turizmus Tanszék, Budapest; kitti.boros@uni-corvinus.hu

² A kongresszusi irodák a magyar szakirodalomban használt terminus, amely a nemzetközi szakkifejezés, a Convention and Visitors Bureaus (CVBs) magyar nyelvű fordítása.

növelése volt az adott desztinációban (Gretzel et al, 2006). Eredeti rendeltetésük szerint információt nyújtottak a desztináció szállás- és étkezési lehetőségeiről, turisztikai attrakcióiról, eseményeiről, művészetéről, kultúrájáról, történelméről és rekreációs programjairól a már meglévő és potenciális látogatóknak.

Ezt a szerepet Gartrell (1988) a következőképp foglalja össze: A kongresszusi irodáknak egy alapvető küldetésük van: a desztinációba csábítani és kiszolgálni a kongresszusokat és egyéb más csoportos üzleti megbeszéléseket, továbbá látogatói promóciót folytatni annak érdekében, hogy ezek a rendezvények vendégéjszakát generáljanak a fogadóterületnek, ezáltal járulva hozzá a desztináció gazdasági szerkezetének fenntartásához és fejlesztéséhez. A kongresszusi irodák feladata folyamatosan bővül. Ahogy a turizmusban résztvevők és az érintett szereplők száma nő, a kongresszusi irodák is átalakulnak olyan intézményekké, amelyek befolyásolják és szervezik a desztináció irányítását (Beritelli et al, 2007), tipikusan a kollaboráció, a kooperáció, a szervezeti és emberi erőforrások hatékony koordinálásának folyamatain keresztül és a közösséget összefogó egyetértés megtalálásán keresztül (Padurean, 2010). Mindezek tekintetében a kongresszusi irodák kitágították a felelősségvállalás feladatkörét, amely egy még központibb irányító funkciót biztosított számukra. Ahogy ezen intézmények szerepe kibővült, a döntéshozói, minőségellenőrzési, biztonsági feladatok ellátása és számtalan egyéb a látogatóknak és szálláshelyeknek nyújtandó szolgáltatás biztosítása a kongresszusi irodákra hárult. Reflektálva ezekre a szerepváltozásokra megjelent a „Desztinációs Marketing Szervezet”¹ elnevezés, amelyet az 1990-es évektől kezdve fokozatosan a „Desztinációs Menedzsment Szervezet” megnevezés váltott fel a nemzetközi irodalomban (Perdue et al. 2010). A Desztinációs Menedzsment Szervezetek átvették a fogadóterületek általános turisztikai szervezői funkcióit és a kongresszusi irodák visszanyerték eredeti feladatkörüket: hogyan tudják a konferenciaszervezők munkáját segíteni a desztinációválasztási folyamatban.

2. Irodalmi áttekintés

A kongresszusi irodák és a Desztinációs Menedzsment Szervezetek a turizmus globális iparágába kapcsolódnak be fontos szereplőként. Míg a Desztinációs Marketing Szervezetek a turizmus szektor szabadidős ágát, addig a kongresszusi irodák tisztán a MICE piacot képviselik. A nemzetközi szakirodalmak több terminust is használnak ezen turisztikai ágazat megnevezésére, azonban egységes terminológiai konszenzus hiányában a legelfogadottabb a „MICE” kifejezés használata (Unger et al, 2016). A MICE turizmus elnevezés egy mozaikszó, amely az iparágat alkotó szegmensek kezdőbetűinek összetételéből adódik.

¹ A Desztinációs Marketing Szervezet megnevezés a nemzetközi forrásokban hivatkozott Destination Marketing Organization (DMOs) magyar nyelvű fordítása. Az újonnan megjelenő elnevezés, a Desztinációs Menedzsment Szervezet (Destination Management Organization) a feladatkörökben történő lényegi változásokra reflektálva alakult ki a szakirodalomban.

Az iparág 4 komponense:

M: Meetings: vállalati találkozók

I: Incentives: ösztönzőutak

C: Conferences: konferenciák

E: Exhibitions: kiállítások

Mindezen szegmensek közös jellemzője, hogy a rendezvényeken a szakmai tapasztalatok, innovatív elméletek kerülnek megosztásra. A MICE turizmus az üzleti eseményekre történő utazást és ott-tartózkodást foglalja magában (Newstrom – Scannel, 1998, Davidson – Cope, 2003, Happ – Husz, 2011), amelynek szinonimájaként a magyar szakirodalom az üzleti vagy hivatásturizmust is használja. A klasszikus hármas szabály szerint a turizmushoz idő, pénz és motiváció szükséges, amely a hivatásturizmus esetében sincs másként. Fontos jellemzője, hogy minden a munkával függ össze, tehát az üzleti utazások munkaidőnek számítanak, költségeit a munkáltató vállalja és a munkavállaló a munkáltató érdekében utazik (Faragó, 2005). A szegmensekhez tartozó feladatok bővülésével a nemzetközi szakirodalomban további elnevezések, mint a Meetings Industry (MI) vagy MCCI (Meetings, Congresses, Conventions and Incentives) Industry fogalmak is megtalálhatók, amelyeknek nincs megfelelő magyar nyelvű fordítása (UNWTO, 2018). Egységes konszenzus hiányában a tanulmányban hivatás- vagy MICE turizmusként hivatkozok az iparágra.

2. Anyag és módszer

A tanulmány erősen szekunder forrásokra építkező, leíró jellegű kutatás, amelyben a deduktív megközelítési mód érvényesül. A vizsgálat nomotetikus elemzés, mert a kutatás nem terjed ki minden lehetséges háttértényező felderítésére, továbbá empirikus összefüggés van a nemzeti kongresszusi irodák és a desztinációválasztási folyamatok között. A tanulmány időhorizontját longitudinális dimenzió jellemzi, hiszen a szekunder források révén több, időben eltérő felmérés adatait tudom összehasonlítani pl. a hazai hivatásturisztikai statisztikai eredmények vizsgálata során a 2017. és 2018. évi adatokat.

A nemzetközi és hazai szakirodalom alapján bemutatásra került az a gazdasági ágazat, amelyhez vizsgálatom alapegységei a kongresszusi irodák tartoznak, ezenkívül feldolgoztam azokat a kutatási előzményeket, eredményeket és tudományos munkákat, amelyek jelen tanulmány elméleti alapját jelentik. A kutatás szempontjából releváns témákban publikált szekunder irodalmak segítségével célom egy olyan gondolati rendszer felépítése, melyben egyértelműen azonosíthatók a kongresszusi irodák feladatait, működését meghatározó definíciók és amelyek determinálják a szegmenst befolyásoló trendeket. E célkitűzésem eléréséhez a különböző szakmai szervezetek által készített tanulmányokat (Magyar Turisztikai Ügynökség Zrt. – MTÜ, International Congress and Convention Association – ICCA, Union of International Associations – UIA, World Tourism Organization – UNWTO) és a statisztikai

adatbázisból (Központi Statisztikai Hivatal – KSH) származó vendégforgalmi adatokat elemzem.

Jelen tanulmány fő célkitűzése a nemzetközi kongresszus- és rendezvényszervezők döntési folyamatának megismerése a nyertes desztináció kiválasztásában. Az eredmény eléréséhez az alábbi kutatási kérdéseket szükséges megválaszolni:

1. Hogyan tudják a nemzeti kongresszusi irodák harmonizálni a desztinációban lévő szolgáltatók munkáját?
2. Hogyan tudják a nemzeti kongresszusi irodák versenysemleges szereplőként támogatni a nemzetközi kongresszus- és rendezvényszervezők desztinációválasztási folyamatát?
3. Hogyan járulnak hozzá az országos hatókörű kongresszusi irodák az adott ország hivatásturisztikai versenyképességéhez?

3. Eredmények

3.1. A MICE piac nemzetközi adatai

A hivatásturizmus eredményes működését egyrészt a MICE rendezvények mennyiségi és minőségi mutatói, másrészt az üzleti utazók érkezésének és tartózkodásának indexe jelzi (Smith, 1991). A nemzetközi szakmai szövetségi konferenciákról az ICCA évről évre készít felmérést, amely alapján 10 év alatt, 2008-ról 2017-re a kongresszusok száma a harmadával növekedett, 9.332-ről 12.558-ra nőtt világszerte.¹ 2015-ig a tudományos konferenciák száma folyamatosan nőtt globális szinten, összesen 13.422 volt. 2016-ban és 2017-ben visszaesés volt tapasztalható, amelynek következtében 13.000 alá csökkent a kongresszusok száma. Európa a vizsgált időszakban végig megőrizte vezető szerepét, továbbra is a legnépszerűbb kontinens a konferenciaszervezők körében. Az ICCA (2017) kimutatása alapján Ázsia és a Közel-Kelet feltörekvő MICE desztinációk, a Közel-Keleten rendezett kongresszusok száma megduplázódott 10 év alatt. Európa elsődleges szerepét azonban egyik desztináció sem közelíti meg, az európai kontinens az összes tudományos konferencia több mint felét birtokolta 2017-ben (összesen 6.727 konferenciát).

Az UIA az ICCA mellett a másik fontos nemzetközi szövetség, amely rangsorolja az országokat és a városokat a megtartott konferenciák száma alapján.² 2017-ben összesen 10.786

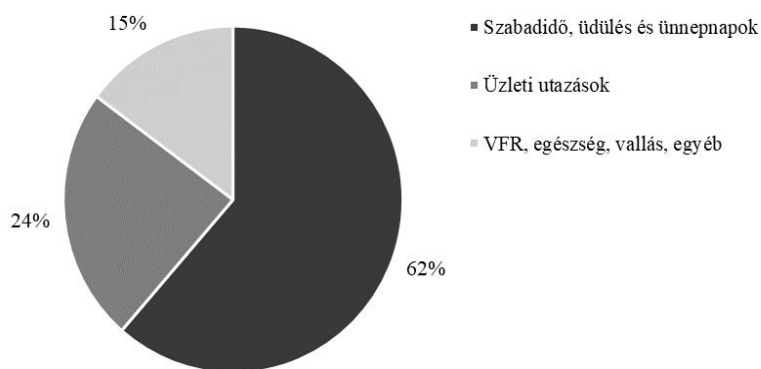
¹ Az ICCA azokat a nemzetközi szakmai konferenciákat veszi figyelembe, amelyek rendszeresen megrendezésre kerülnek, minimum 50 fő és legalább három nemzet részvételével.

² Az UIA három kategóriában rangsorolja az országokat és városokat. A: Nemzetközi szervezet konferenciái (nemzetközi szervezet, vagyis nem-állami szervezet által támogatott konferencia, minimum 50 fő részvételével), B: Egyéb nemzetközi konferenciák (3 napos) (kevésbé szignifikáns nemzetközi karakterű szervezet által támogatott konferencia, minimum 300 fő és legalább öt nemzet részvételével, legalább 3 napos rendezvény és a résztvevők minimum 40%-a eltérő nemzetiségű), C: Egyéb nemzetközi konferenciák (2 napos) (kevésbé szignifikáns nemzetközi karakterű szervezet által támogatott konferencia, minimum 250 fő és legalább öt nemzet részvételével, legalább 2 napos rendezvény és a résztvevők minimum 40%-a eltérő nemzetiségű)

konferenciát tartottak 166 országban, 1.104 városban. Az eltérés oka a különböző kritériumrendszerben keresendő, azonban a tendenciák ennek ellenére is világosan látszódnak. Az UIA előrejelzés szerint az adatbázisban szereplő konferenciák száma átlagosan 11%-kal növekedett 2018-ban és 34%-kal fog emelkedni a következő öt évben, majd 37%-kal a következő hét évben.

Az utazások száma minden évben növekszik, azonban a pozitív eredmények és várakozások ellenére szükséges érzékeltetni a szabadidős és az üzleti utazások egymáshoz viszonyított arányát, melyet az UNWTO (1. ábra) 2018-ban közzétett adatai mutatnak be.

1. ábra. A turisztikai célú utazások megoszlása az Európai Unióban (%)



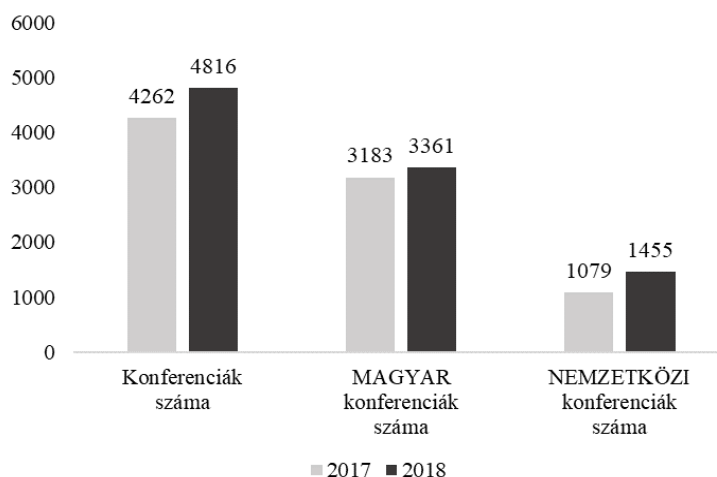
Forrás: UNWTO (2018) alapján saját szerkesztés.

Ennek megfelelően a turizmus szabadidős ága közel négyszerese a hivatásturizmusnak az utazások számát tekintve. Ez az arány fokozatosan romlott, hiszen 2005 és 2016 között a hivatásturizmus átlagos évi növekedése 2,8%, míg a szabadidős utazásé 3,3% volt. Az UNWTO által kiadott elemzés szerint az arányok mind a belföldi, mind a külföldre tett utazások tekintetében hasonlóképpen alakultak.

3.2. Hazai helyzetkép

Hasonló folyamatok figyelhetők meg Magyarországon is a szabadidős és a hivatásturizmus viszonyában. A KSH (2017) adatai szerint az országba érkező hivatásturisztikai utazások száma 2010-et követően csökkenő trendet követ, aránya a szabadidős utazások folyamatos erősödése miatt az összes turisztikai célú utazásokhoz képest fokozatosan zsugorodik. A Központi Statisztikai Hivatal adatközlése alapján a hivatásturizmus az elmúlt években átlagosan nem éri el a külföldről Magyarországra érkező összes üzleti célú utazás tizedét. Ezzel párhuzamosan azonban pozitív fejlemények is jellemzik a magyarországi hivatásturizmust. Az ICCA 2017-ben publikált ranglistáján Magyarország az országok között a 27. (2016: 33. helyezés), míg Budapest a városok között a 12. helyezést érte el (2016: 16. helyezés). Az MTÜ által végzett felmérés szerint 2018-ban 4816 hivatásturisztikai esemény történt (2. ábra), ami 13%-os növekedés 2017-hez képest (MKI, 2018).

2. ábra. Magyarországon 2018-ban megrendezésre kerülő konferenciák (db)



Forrás: MTÜ – MKI (2018) alapján saját szerkesztés.

A hazai konferenciák növekedési üteme a beruházói kedvre is pozitívan hat, a vállalatok bizalommal fordulnak az ágazat felé. Ezt bizonyítja a szállodaipari kapacitás bővülés mind Budapesten, mind vidéken. A vidéken megrendezett konferenciák száma is exponenciálisan növekszik, 2018-ban az összes Magyarországon megrendezett konferencia 46,8%-át szervezték vidéki nagyvárosokban, míg 53,2%-át Budapesten (MKI 2018).

3.3. Trendek a desztináció választásban szegmensenként

Általános elvárásokként merülnek fel a célországgal kapcsolatban a természeti, a földrajzi, a kulturális, az infrastrukturális tényezők és egyéb adottságok, úgymint a megfelelő rendezvényhelyszín, összeköttetés más országokkal, desztinációs imázs, hitelesség, éghajlat, biztonság, szabadidős tevékenység opciók, minőségi szolgáltatások, kényelmes és biztonságos közlekedés, tiszta és kényelmes szállás, minőségi vendéglátás.

A szövetségi kongresszusok és konferenciák esetében tisztán kialakulni látszik azon trend miszerint a regionális meetingek egyre nagyobb jelentőséggel bírnak a világszinten rotálódó konferenciák kárára. Míg korábban a világszerte rotálódó konferenciák esetében 6-10 évente tért vissza az adott konferencia ugyanazon helyszínre, addig ma már ez az időintervallum csökkenni látszik. Egyre nagyobb kereslet mutatkozik a regionálisan rotálódó konferenciákra, mégpedig két okból: az egyik ok a résztvevők költségének csökkenése, a másik pedig a desztináció választás helyett a szövetségek a beruházás megtérülését támasztják primer elvárásnak. Egy növekvő trend figyelhető meg arra nézve, hogy a szövetségek alacsonyabb költségű kisebb desztinációkat választanak, melyek személyre szabott unikális szolgáltatásokat biztosítanak. A fő prioritás a konferenciaszervezőknél az, hogy mennyire felel meg a desztináció a rendezvény célrendszerének. Ezen trendek alapján az európai desztinációk vannak a legnagyobb előnyben, mivel ezen a kontinensen koncentrálódik a legtöbb nemzetközi szövetség. A legtöbb kongresszus és konferencia céldesztináció választását az is befolyásolja, hogy mennyire biztonságos egy ország. Erre az elmúlt évek terrorcselekményei okán kiemelt

figyelmet fordítanak a szervezők. Emellett fontos indikátor a politikai és gazdasági stabilitás is a céldesztnációk kiválasztásánál.

A *céges találkozók* esetében is döntő befolyással bír a költséghatékonyság és a megtérülés, ezért a desztináció választásnál fontos szempont maga a célország árszínvonala. Ezen túlmenően kiemelendő a desztináció reputációja, az általános percepció az országról, ezzel együtt nagy jelentőséggel bír a biztonság kérdése is. A vállalat szempontjából ezek a tényezők egyúttal presztízskérdések is lehetnek. Az intézményi, technológiai és infrastrukturális háttér szintén elhanyagolhatatlan tényezők, melyek a céges találkozók szempontjából alap desztináció választási szempontokként merülnek fel. Nem utolsó sorban fontos kérdés a megközelíthetőség – nemzetközi üzleti találkozók esetén a többségnek egyszerűen és gyorsan elérhető legyen a helyszín. A légi, kötöttpályás és közúti megoldások egyaránt fontosak.

Általánosságban elmondható, hogy az *incentive fogalma* és az *incentive utak* tartalma kezdenek átalakulni. Míg néhány évvel ezelőtt egyértelműen a luxus volt a kulcsszó, maga az esemény csak a résztvevő utazók szórakoztatásáról és kényelmük kiszolgálásáról szólt, addig manapság már inkább az egyediség, az unikális programok kerülnek előtérbe. Többnyire a magas minőségű szállodák és szolgáltatások a jellemzők, ugyanakkor fontos szempont a gazdaságosság, így sokszor az sem jelent gondot, hogy 5 csillagos szállodák helyett a 4 csillagos szállodákat választják a szervezők. Minden esetben viszont alapvető elvárás a desztináció irányában a helyi tudás és szakértelem. Általában minden incentive út programja tartalmaz egy szakmai részt is, ugyanis így sokkal kedvezőbb adózási feltételekkel élhet a megrendelő cég. A szervezési idő egyre inkább lerövidül, elhúzódó tárgyalások és last minute csoportok is egyre többször fordulnak elő. A CSR (Corporate Society Responsibility – Vállalati felelősségvállalás) elemek integrálása egyre nagyobb teret hódít a programok kialakításánál. A könnyű megközelíthetőség és a biztonság ezen szegmens esetében is kulcsfontosságú.

3.4. Kongresszusi irodák működése és általános feladatai

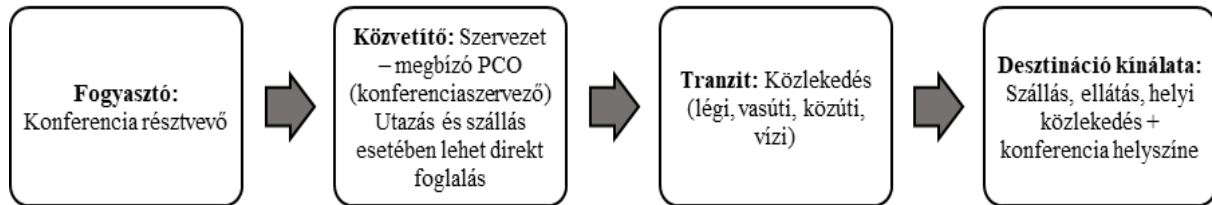
A kongresszusi iroda egy olyan szerv, amelynek legfontosabb szerepe és feladata az adott desztináció marketingje üzleti turizmus szempontjából és ennek eredményeként jövőbeli meetingek, konferenciák, kiállítások és események generálása minél nagyobb számban az adott városban térségben, vagy akár országban.

A nemzeti kongresszusi irodák az első számú kapcsolatteremtési pontok bárki számára, aki valamilyen találkozót, vagy konferenciát kíván szervezni az adott országban, régióban vagy városban. A keresleti és kínálati elemeket a közvetítő szektor köti össze (3. ábra). A helyi kínálatot, sajátosságokat és szolgáltatókat jól ismerő szerv objektíven nyújt információt a szolgáltatókról – konferencia helyszín, szállás és transzfer lehetőségekről, PCO-król¹ és DMC-

¹ PCO (Professional Congress Organizer) – Hivatásos kongresszus szervező (személy vagy cég)

kről¹, és további szolgáltatókról, úgymint audiovizuális technikát, fordítást, városnézést biztosító cégek – így a kiterjedt információkkal rendelkezve pedig a leginkább testhezálló megoldásokat ismerteti a megrendelő igényei szerint. Mindezek alapján a hivatásturizmus kínálati lánc az alábbiak szerint alakul:

3. ábra: A kínálati lánc alakulása a hivatásturizmusban



Forrás: Happ, É. – Husz, A. (2011) alapján saját szerkesztés.

A kongresszusi iroda rendszerint „esernyő szervezetként” működik, mely szerint része lehet nemzeti vagy regionális turizmus irodáknak; nemzeti, regionális és helyi kormányzati szervezeteknek; városi marketing és promóciós szervezeteknek; városi önkormányzatoknak és kereskedelmi kamaráknak. Természetesen előfordulhat a fentiek kombinációja ugyanúgy, ahogy lehet akár privát cég is az alapító és működtető. A finanszírozását tekintve lehet államilag támogatott, helyi önkormányzat által támogatott, tagdíjából működő, önfenntartó (saját bevételek jegyek és szuvenírek árusításából), vagy az idegenforgalmi adókból működő. Tapasztalatok alapján a bevételeik szerint a legtöbb európai kongresszusi iroda a fenti lehetőségek kombinációját alkalmazza.

A kongresszusi irodák feladatait összegezve elmondható, hogy magas színvonalú szakmai segítséget nyújtanak ingyenesen vállalati, szövetségi és független rendezvényszervezők számára annak érdekében, hogy az adott térségben vagy városban sikeresen szervezzék és bonyolítsák le az incentive utazásokat, meetingeket, kongresszusokat, kiállításokat vagy egyéb eseményeket.

4. Következtetések és javaslatok

A kutatás eredményei szekunder forrásokon alapulnak azonban az ágazatot érintő kihívások és a jövőbeni feladatok már tisztán látszódnak. Annak érdekében, hogy a kongresszusi irodák hatékonyan végezzék munkájukat a hivatásturisztikai kínálati lánc szereplőinek összehangolása szükséges a rendszeres kommunikáció és kooperáció kialakítása révén a hivatásturisztikai szolgáltatókkal (pl. PCO-k, szállodák, éttermek, transzfer cégek, stb.) A marketingkommunikáció fejlesztésével és a szolgáltatási paletta bővítésével a kongresszusi irodák tevékenységéről és általános szolgáltatásairól szóló széleskörű tájékoztatás adható a MICE piac szereplőinek. A nemzetközi ranglistákban, statisztikákban a desztináció

¹ DMC (Destination Management Company) – Desztinációs menedzsmenttel foglalkozó szervezet

helyezésének folytonos javítása szükséges a fogadóterület hivatásturisztikai imázsának tudatos formálása érdekében az üzleti turisták és a helyi lakosok mentális térképén egyaránt.

Hivatkozott források

Beritelli, P. – Bieger, T., – Laesser, C. (2007) Destination governance: Using corporate governance theories as a foundation for effective destination management. *Journal of Travel Research*, 46(1), pp. 96–107.

Davidson, R. – Cope, B. (2003) *Business Travel*. Ed. Prentice Hall, Londra.

Faragó, H. (2005) A hivatásturizmus trendjei. *Turizmus Bulletin*, 9(4), pp. 24-29.

Gartrell, R. B. (1988) *Destination marketing for convention and visitor bureaus*. Dubuque, Kendall/Hunt Publishing Company.

Gretzel, U., – Fesenmaier, D. R., – Formica, S., – O'Leary, J. (2006) Searching for the future: Challenges faced by destination marketing organizations. *Journal of Travel Research*, 45(2), pp. 116–126.

Happ, É. – Husz, A. (2011) MICE turizmus. Digitális Tankönyvtár. On-line: http://www.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/0051_Turisztikai_termektervezes_es_fejlesztes/ch10.html. Elérve: 2019. február 20.

International Congress and Convention Association (ICCA) (2017) *Statistics Report Country & City Rankings*. On-line: <https://www.iccaworld.org/dcps/doc.cfm?docid=2241>. Elérve: 2019. február 20.

Központi Statisztikai Hivatal (KSH) (2017) *Turizmus, vendéglátás. Területi Statisztika*. On-line: www.ksh.hu. Elérve: 2019. február 20.

Magyar Kongresszusi Iroda (MKI) (2018) *2018. évi Hivatásturisztikai Statisztika*. On-line: <http://hcb.hu/>. Elérve: 2019. február 20.

Magyar Turisztikai Ügynökség Zrt. (MTÜ) (2017) *Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia*. On-line: https://mtu.gov.hu/documents/prod/mtu_strategia_2030.pdf. Elérve: 2019. február 20.

Newstrom, J. – Scannell, E. (1998) *The big book of team-bilding games*. McGraw Hill, NewYork.

Padurean, L. (2010) Implementing destination governance. In *Proceedings Think Tank X: Networking for sustainable tourism*, MODUL University, Vienna, Austria, pp. 193–201. On-line: <http://www.besteducationnetwork.org/ttx/pdf/Padurean.pdf>. Elérve: 2019. február 20.

Perdue, R., – Tyrrell, T. J., – Uysal, M. (2010) Understanding the value of tourism: A conceptual divergence. In D.G. Pearce – R.W. Butler (Eds.), *Tourism research: A 20–20 vision*, Goodfellow, Oxford, pp. 123–132.

Smith, G. (1991) Professional organizations in the European meetings industry. *International Journal of Hospitality Management*, 10(2), pp. 119-126.

Unger, O. – Uriely, N. – Fuchs, G. (2016) The business travel experience. *Annals of Tourism Research*, 61, pp. 142 – 156.

Union of International Associations (UIA) (2018) *International Meetings Statistics Report*. On-line: https://uia.org/sites/uia.org/files/misc_pdfs/pubs/UIA_2018_International_Meetings_Statistics_Report_PR18.pdf. Elérve: 2019. február 20.

World Tourism Organization (UNWTO) (2018) *European Union Tourism Trends*. On-line: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419470>. Elérve: 2019. február 20.

Üzletimodell-innováció a víztisztítási technológiák körforgásos fejlesztéséhez

Czikkely Márton¹ – Horváth Bálint²

Összefoglalás

A vízgazdálkodási szektorra nézve nem áll rendelkezésre reprezentatív mennyiségű szakirodalom, mely az alkalmazott üzleti modellek részletes bemutatására törekedne. Ennek ellenére, született néhány olyan közlemény (leginkább az EU szakpolitikai iránymutatásainak alátámasztására), melyek valamelyest az üzleti struktúrákat is érintik. Ennek reprezentatív példája Hoffjan et al. 2014 tanulmánya, melyben bemutatják azokat az üzleti modelleket, melyek a vízgazdálkodási szektorra adaptálhatók. A városi vízgazdálkodási rendszerekben, így a települési szennyvíztisztításban is használatos üzleti modellek ismertetésére vállalkozott számos kutató. Munkájukban leírják, hogy a rendszerek üzleti szempontból három szinten értelmezhetők: stratégiai, gazdasági és működési szinteken. A szennyvíztisztító telepeknek is körültekintően kell működniük, hogy a technológiai megoldásokra vonatkozó szabályozási követelményeket (minőségi és gazdasági szabályozási környezetet), a lakossági preferenciákat és fizetési hajlandóságot, valamint a kockázatkezelést összehangolhassák. Munkánkban a konvencionális üzleti modellek cirkuláris transzformációjára fókuszáltunk. A ReSOLVE módszer segítségével meghatároztuk azokat a körkörös fejlesztési pontokat, melyek mentén a hagyományos üzleti struktúrák sikeresen transzformálhatók. A fenntarthatósági, „zero waste” szempontokat is figyelembe véve, az adaptált Canvas modell alkalmas lehet a települési víztisztítási technológiai megoldások hatékonyabb alkalmazásának elősegítésére.

Kulcsszavak: üzletimodell-innováció, víztisztítás, körforgásos gazdaság, ökológiai megoldások

Jel kód: A13, M21

1. Irodalmi áttekintés

1.1. Elemzés: A lineáris gazdasági struktúrától a fenntarthatóságig

A jelenleg alkalmazott gazdasági szemléletek jellemzően a lineáris elvet követik, vagyis a kitermel-gyárt-eldob struktúrát. Ez a rendszer nem támogatja a környezet és a természeti erőforrásaink fenntarthatóságának szempontjait, és nem jeleníti meg az anyagkörforgást (Di Maio et al., 2017). A lineáris gazdasági rendszer a nagy tömegű termelést és az alacsony

¹ Egyetemi tanársegéd, doktorjelölt; Szent István Egyetem GTK, Klímagazdaságtani Elemző- és Kutatóközpont, Gödöllő; Email: czikkely.marton@gtk.szie.hu

² PhD, egyetemi tanársegéd, Szent István Egyetem GTK, Klímagazdaságtani Elemző- és Kutatóközpont, Gödöllő; Email: horvath.balint@gtk.szie.hu

termelési költségeket részesíti előnyben, célja, hogy a termeléshez szükséges alapanyagokat a lehető legalacsonyabb költségen érje el (Blades et al., 2017; Di Maio et al., 2017). Ezzel szemben, a fenntarthatóság alappilléreinek, vagyis a társadalmi, környezeti és gazdasági dimenziók együttes vizsgálatával és alkalmazásával kialakítható az a körkörös rendszer, mely a modern 21. századi gazdasági folyamatok alapját jelenti. (Michellini et al., 2017).

A körkörös gazdaságtani szisztéma elméleti hátterének kidolgozása számos eltérő szakmai látásmód egymásba fonódásának eredménye. Bizonyos nézetek szerint az anyagkörforgást, az újrahasznosítást szem előtt tartó rendszerek hosszú távon a jelenlegi üzemmenetet támogatják (Brockway et al., 2017). A mai modern környezetgazdaságtani felfogásban, a körkörösséget nem csupán anyagkörforgásként értelmezik, hanem egybe kapcsolják a természeti körforgással is (Fogarassy et al., 2017). Természetesen ez a mai felfogás nem zárja ki a fogyasztást, ami a természetben is jelen van, hiszen az input-output-input rendszerek az ökoszisztémák alapvető fenntartói (az egyik élőlény outputja inputként szolgál egy másik élőlény számára, például). Ezen alapszik az a körforgásos gazdaságtani elv, miszerint a körforgásos rendszernek mindenképpen zártnak kell lennie (Hawken et al., 1999). A körkörös gazdaság minimális vagy zéró hulladéktermeléssel és erőforrás felhasználással történő visszaforgatást alkalmaz. Ennek következtében, a termékeket életciklusunk végén könnyen vissza tudjuk forgatni a rendszerbe (Blades et al., 2017). A körkörös koncepció alapja a hulladékcsökkentés, újrahasznosítás, felhasználás, valamint az „újragyártás” és a javítás (Michellini et al., 2017).

A körkörös folyamatok elemzésénél kulcskérdés a termékek életciklusa. Egyes szemléletek szerint a termékek életciklusának meghosszabbítása a körforgást lelassító művelet, mely lassuló körforgásnál a „bezáró” elem az újrahasznosítás (Kraaijenhagen et al., 2016). A körkörös gazdaságtani modellek egyik fontos alapja, hogy nem csupán a termékek hasznos élettartamának minél hatékonyabb meghosszabbítását kell elérni, hanem biztosítani kell a termékek életciklusának végével azok alapanyagainak lehetséges újrahasznosítását is (Brockway et al., 2017). A rövid életciklussal rendelkező termékeket könnyen újra termelésbe lehet vonni, viszont elősegítik a folyamatos termelés kialakulását, a folyamatos energiaigényt (energia költség), és a környezeti terhelést – szennyezést – is (Fogarassy et al., 2017).

1.2. Üzleti modellek a vízgazdálkodásban (fejlesztési lehetőségek)

A vízgazdálkodás – víztisztítás relációt számos ágazat-specifikus tulajdonság jellemzi. Országoktól függetlenül, az üzleti tevékenységet alakító piaci szempontokat technológiai, gazdasági és társadalmi részekre osztják.

A települési szennyvíztisztításban alkalmazott konvencionális üzleti modellek szerkezete jellemzően a lineáris gazdasági struktúrát követi. Találhatunk példát arra a törekvésre, hogy a cirkularitást a tisztítás valamilyen szintjén megjelenítsék, de ez a legtöbb esetben abban nyilvánul meg, hogy a szürke és a fekete vizet is tisztítják, és ennek köszönhetően újra felhasználhatóvá teszik. Ez a termék újrahasználatának lehetőségét jelenti, és nem hordozza

magában a technológiai folyamat körkörösítését. Ennek eredményeként, a tisztítási folyamat során hulladék keletkezik (jellemzően vegyszerek és kémiai csapadékok), melyet a szennyvíztisztítási rendszer nem használ fel (Rodriguez, 2018). A legújabb törekvések a cirkuláris vízgazdálkodási (gazdasági) rendszerek egyik sarokpontjaként jelölik meg a körkörösített szennyvíztisztítást, melynek minden olyan szegmensét transzformálni kell, ami minimális mértékben is magában hordozza a cirkulációs lehetőséget. Ilyen pontok lehetnek a beérkező vízmennyiség csökkentése (a vízfelhasználás mérséklésével), a vízenergetikai alkalmazási opciók bevonása, a többszörös tisztítási kör megvalósítása, a tisztított víz felhasználására vonatkoztatott életciklus-elemzés alkalmazása (Rodriguez, 2018).

A konvencionális üzleti modellekben nem természetes (nem biológiai) eredetű alapanyagokkal dolgoznak, vagyis a tisztításhoz alkalmazott közegek jellemzően mesterséges kémiai anyagok. Ezeket a szennyvíztisztító telepek többségén nem tudják előállítani, így elsődleges input alapanyag felvásárlásra is szükség van. Gazdasági szempontból nem csupán az ehhez kapcsolható költségigény lehet problémás, hanem az ilyen mesterséges alapanyagok újrahaznosíthatósági és regenerálhatósági kérdése is. A fenntarthatósági kérdések szintén nem kapnak szerepet (Tsvetkova, Gustafsson, 2012), hiszen nem az ökohatékonyság az elsődleges cél, hanem a minél nagyobb napi megtisztított szennyvízmennyiség, illetve a hatékony technológia alkalmazása.

A leggyakrabban alkalmazott szennyvíztisztítási technikák nagyon kifinomultak, ugyanakkor relatív drágák is. Ipari méretekben történő tisztításra alkalmasak, hiszen így viszonylag költséghatékonyan üzemeltethetők, ugyanakkor kisebb léptékben, akár kis- és középvállalkozási szinten nézve, már nehezebb a technológia kialakítási költségeinek kigazdálkodása (Tinsley, Agapitova, 2017). A konvencionális szennyvíztisztítási üzleti modellekben hangsúlyos szerepet kap a nagy energiabeviteli igény és ennek költsége, illetve ki kell emelni az egyre növekvő amortizációs költségeket. A tisztításhoz használt anyagok többsége mesterséges közeg, mely adott esetben hatékony technikát jelent, ugyanakkor ezek előállítási költsége szintén nem elhanyagolható. A szennyvíztisztító telep folyamatosan jelentkező üzemeltetési költségeit a villanyáram, a kémiai anyagok (mint elsődleges anyagáramok) felvásárlása, valamint a karbantartási és ártalmatlanítási összegek alkotják. A szennyvíztelepek többségének 3-8 év megtérülési időszakuk van, mivel tőkeigényes beruházások árán lehet a telepet kialakítani. Ez alatt az idő alatt, a legfőbb bevétel az ipari folyamatokhoz szükséges tisztított víz biztosításából, valamint a tiszta ivóvíz előállításból származik (Tinsley, Agapitova, 2017).

2. Anyag és módszer

Az üzleti modellezés és a cirkuláris gazdasági platformok összehangolása, vagyis a Business Model Canvas fejlesztése során, az alábbi szempontokat vettük figyelembe. Az üzleti modell

fejlesztésünket és a cirkuláris transzformációs lehetőségeket az Ellen MacArthur Foundation (2013) körkörös gazdasági minősítési kritériumrendszere alapján végeztük.

Lewandowski (2016) lefektette a körkörös üzleti modellek építésének pilléreit, melyeknek hangsúlyos alapja a ReSOLVE keretrendszer (angol nyelvű mozaik szó, mely az alábbi kulcskifejezéseket takarja: regenerálás, megosztás, optimalizálás, „hurok”, virtualizáció, csere). A felsorolt elemek olyan blokkok, melyek szerves alkotói a Business Model Canvas-nak, így e blokkok cirkuláris fejlesztési lehetőségeinek feltárásával, rá lehet világítani az üzleti modell azon platformjaira, melyek a körkörösséget megjelenítik. A ReSOLVE módszer az üzleti modellek körkörös blokkjainak elhelyezésén alapul, mely segíti a modell CE-hez (körkörös gazdasági szempontokhoz) való illeszkedését.

Munkánk alapjául az új generációs víztisztítási módszerek közül a biológiai adszorpcióval (szennyezőanyag megkötéssel) működő rendszerek szolgáltak. Úgy gondoljuk, hogy ezek a módszerek számos lehetőséget kínálnak a cirkularitás és ezen túlmenően az üzleti modell fejlesztés területén. A biológiai adszorpcióval üzemelő rendszerek víztisztítási hatékonysága kimagasló (97-98% körül alakul), mivel nagy fajlagos felületű természetes anyagokkal dolgozó tisztító közegeket alkalmaznak (például komposztokat, alga tartalmú anyagokat, mikroba közösségekkel dúsított közegeket). Üzleti modell fejlesztésünk során, a ReSOLVE keretrendszer által meghatározott blokkokat megvizsgálva és kiegészítve, átgondolt üzleti koncepciót kívánunk bemutatni, mely reményeink szerint sikeresen alkalmazható a települési víztisztítási protokollok további fejlesztései során.

Az 1. táblázat a ReSOLVE keretrendszer adaptálását mutatja be, jelezve az egyes blokkok kapcsolódását a fejleszteni kívánt Business Model Canvas-hoz. Saját módosításainkat a táblázat megjegyzései között tüntettük fel. Fontosnak tartjuk kiemelni, hogy a ReSOLVE keretrendszer egy olyan több platformos struktúra, mely nem csupán lehetővé teszi, de meg is kívánja az adaptálást és a további fejlesztési opciók megjelenítését.

Az üzleti modell fejlesztés fontos része a vizsgált víztisztítási technológiák cirkuláris gazdasági szempontú elemzésének, hiszen a Canvas modell felépítése rávilágít azokra a blokkokra, melyek segítségével az üzleti modell hatékonyabbá tehető. Illetve meghatározhatóvá válnak azok a cirkuláris fejlesztések, melyek bevezetése a technológia alkalmazásánál gazdaságilag még megtérülők.

1. táblázat. A ReSOLVE keretrendszer adaptációja

„Activities” a Business Model Canvas fejlesztéséhez	A víztisztítási technológia fejlesztésének, hozzáadott értékének leírása	Értékelés körforgásos szempontból**	A Canvas Modell része***	Rövidítés és jelölés a Canvas Modellben
REGENERÁLÁS (<u>R</u> egenerate)	Az adszorpciós közeg regenerálható, visszavezethető a rendszerbe, többszöri felhasználásra.	+1	X	R1
	Az ökoszisztéma általános állapotát javítja.	+1	X	R2
	Megújuló és alternatív energiahasználati lehetőségek.	+1	X	R3
	Társadalmi megítélés, az emberi életminőség javítása.	+1	X	R4
MEGOSZTÁS (<u>S</u> hare)	A kialakított technológia piaci értékesítése.	0	X	M1
OPTIMALIZÁLÁS (<u>O</u> ptimize)	A víztisztítási technológia hulladéktermelésének mérséklése, minimalizálása.	+1	X	O1
	Erőforrás-hatékonyság optimalizálása és növelése.	0	0	O2
	Optimalizálja a meglévő szennyvíztisztítási technológiai sor működését.	0	0	O3
	Az adszorpciós közegeként alkalmazott alapanyag hasznos élettartamának növelése.	+1	X	O4
ÁRAMOLTATÁS (<u>L</u> oop)	Az újrahasználat és a visszaforgatás miatt kialakul egy gazdasági „hurok” a rendszerben.	+1	X	L1
VIRTUALIZÁCIÓ (<u>V</u> irtualize)	Digitális vezérlés alkalmazásának lehetősége a technológia működtetése során.	0	0	V1
	Bioinformatikai szoftverek alkalmazása, menedzsment	0	0	V2
FELVÁLTÁS (<u>E</u> xchange)	Új technológia bevezetése.	+1	X	E1
	Új adszorpciós közeg, mint primer alapanyag használata.	+1	X	E2

Forrás: Lewandowski, 2016 alapján; a szerzők módosításaival

*Saját módosítások jelölései: Világos szürke cella kiemeléssel olvashatók a Lewandowski, 2016 által rögzített alap ReSOLVE keretrendszer elemei. Saját módosítások: Világos narancssárga színnel jelölve az alap ReSOLVE elemeinek adaptálása, világoskék kiemeléssel írva a keretrendszerhez kapcsolt saját kiegészítések (Értékelés körforgásos szempontból, Canvas modell része, és Rövidítés és jelölés a Canvas modellben c. oszlopok tartalma).

**Jelmagyarázat: +1: növeli a rendszer körforgásos jellegét, hozzájárul a technológiai cirkuláris megvalósításához; 0: cirkuláris szempontból semleges, nem járul hozzá, de nem is gátolja a körkörösíthetőséget; -1: gátolja a körforgásos jellegét, hátráltatja a technológiai cirkuláris transzformációját.

***Jelmagyarázat: X kerül az adott helyre, amennyiben a körforgásos szempontú értékelésnél +1 jelent meg, és része lesz a Canvas Modell cirkuláris fejlesztésének.

A konvencionális üzleti modellekhez képest, egy cirkuláris modell felépítése és bemutatása volt a célunk. Ezzel arra kívántunk rámutatni, hogy a lineáris gazdasági struktúrák és az ezekhez

illeszkedő üzleti modellek napjainkra elavultnak számítanak, és a körkörös elemek egyre nagyobb mértékben jelennek meg a víztisztítás üzleti menedzsmentjében is.

3. Eredmények

A módszertan fejezetben említett alternatív víztisztítási technológiák üzleti fejlesztésére a Lewandowski, 2016 által meghatározott ReSOLVE keretrendszer körkörös elemeit alkalmaztuk, melyeket Osterwalder és Pigneur (2010) üzleti modelljén (BMC - Business Model Canvas) keresztül kívánunk bemutatni. A BMC esetében olyan modellről van szó, mely lehetővé teszi, hogy a víztechnológiai fejlesztéseket, melyeket a szakirodalmi áttekintésben már bemutattam, üzletileg is fejleszthessünk, és lefektethessük a cirkuláris modell alapjait. A BMC kilenc blokkból áll, melyek az alapelemeket rögzítik. Ezen blokkok az érték létrehozásához, szállításához és rögzítéséhez szükségesek. Fontos kiemelni, hogy a cirkuláris transzformáció nem azt jelenti, hogy az üzleti modell minden egyes szegmensét kötelezően körkörös elemekre cseréljük. Vannak olyan blokkok, melyeket nem helyettesítünk cirkuláris részekkel, hanem azok változatlan formában maradnak. Ennek köszönhetően, támogatni tudják az üzleti modell működését, és segíteni tudják a cirkuláris elemek érvényesülését.

Mivel egy valós üzleti modell nem alapulhat csak és kizárólag cirkuláris blokkokon, a megmaradt nem körkörös elemek alkalmazása feltétlenül szükséges az üzleti funkciók optimális működéséhez (Oghazi, Mostaghel, 2018). A Business Model Canvas a társadalmi-gazdasági-környezeti kapcsolatrendszer fejlesztési lehetőségeit kínálja, természetesen üzleti szempontok figyelembe vételével. Emiatt minden egyes nagyobb egységet (melyet az üzleti modellnek kötelezően tartalmaznia kell) a ReSOLVE eredményeit integrálva vizsgáltunk meg, és így sikerült meghatározni azokat a blokkokat, ahol a cirkuláris transzformáció megjelenhet. Ennek köszönhetően, természetesen azon blokkok is definiálhatóvá váltak, amelyek nem kerültek körkörösítés alá, csak a cirkuláris üzleti fejlesztés támogatói voltak.

Az alábbiakban a Canvas modell szegmenseit mutatjuk be, és mindegyik esetben ismertetjük az abban alkalmazható cirkuláris blokkokat és a transzformáció lehetőségeit. Az ismertetett blokkok az alábbiak:

Értékteremtés – Részei: kulcspartnerek, kulcs tevékenységek és kulcs erőforrások.

Érték ajánlat – Részei: társadalmi, gazdasági és környezeti szegmensek.

Érték közvetítés – Részei: fogyasztói kapcsolatok, fogyasztói szegmensek és a csatornák.

Érték elfogadás – Részei: pénzügyi struktúra és bevételi források.

Minden egyes blokk ismertetésénél megadtuk a ReSOLVE keretrendszerben rögzített cirkuláris elemek rövidítését is (például R1, R2, O1, O2, stb.), mely besorolásokat az Anyag és módszer fejezetben ismertettünk.

2. táblázat. A cirkuláris elemekkel bővített Business Model Canvas

Kulcs partnerek	Kulcs tevékenységek	Értékajánlat (társadalmi-környezeti-gazdasági)			Fogyasztói kapcsolatok	Fogyasztói csoportok
		Társadalom	Környezet	Gazdaság		
Szennyvíztisztító telepek (vagyis ahol a műszaki kialakítás megvalósul) A fogyasztók (tisztá ivóvíz)	O3 A szennyvizek szennyezőanyag tartalmának csökkentése A szennyvizek tisztítási sorának optimalizálása	R4 Társadalmi életminőség jellemzők struktúrája Az életminőség alkotók erősödése Társadalmi megítélés (pozitív attitűd) Az emberek személyes fejlődése: környezeti nevelés környezet-tudatosság	R2, R3, O1, E2 Biológiai alapanyag (közeg) Regenerálás, és vissza-forgatás Megújuló energia használat Zero hulladék technika	R1, E1, O4, L1 Maga a cirkuláris gazdasági koncepció Gazdasági hurok kialakulás („Loop”)	R4 Életminőség javulás Vissza-csatolás a társadalmi oldalról	Kiváló vízminőség és tiszta ivóvíz Pozitív környezeti hatás
	Kulcs erőforrások O2, V1, V2 Maga a biológiai adszorpciós közeg Erőforrás-hatékonyság Ditiális vezérlés lehetősége				Csatornák Fogyasztók tájékoztatása az ivóvíz tisztítási fejlesztésekről A pozitív környezeti hatások kommunikálása A fenntarthatósági szempontok hangsúlyozása	
Költségek M1 A cirkuláris jellemzők (visszaforgatás, regenerálás, újrahasznosítás) miatt költségcsökkentés lehetséges. A biológiai adszorpciós közeg megvásárlása (rendszerintelenül jelentkező költség). Műszaki kialakítás egyszeri költsége. Energiaellátási költségek csökkentése a telepi biogáz ellátás miatt (saját előállítás, saját nyersanyagból)			Bevételi források Önkormányzati, állami és Európai Unió finanszírozású fejlesztések Privát támogatások felhasználása			

Forrás: Osterwalder, Pigneur, 2010 alapján; a szerzők módosításaival

*Megjegyzés: A modellben rövidítve jelöltük azokat az elemeket (R1, M1, stb.), melyeket a ReSOLVE segítségével definiáltunk. Ezen elemek egy része hozzájárul a cirkularitás növeléséhez, kisebb része viszont csak szükséges a modell működéséhez.

4. Következtetések

Fontosnak tartjuk megállapítani, hogy a tanulmányunkban vizsgált biológiai víztisztítási módszerek alkalmasnak bizonyultak a cirkuláris innovációk és az üzleti modell fejlesztések végrehajtására. Vizsgálatainkkal alátámasztottuk, hogy a ReSOLVE keretrendszer elemeinek felhasználásával átdolgozott Canvas üzleti modell minden olyan kiemelt jelentőségű transzformációs blokkot tartalmaz, melyek a konvencionális üzleti modellek újra tervezéséhez szükségesek. Reményeink szerint, az új üzleti modell alkalmas lehet a víztisztítási gazdasági hatékonyságának és fenntarthatóságának növelésére.

Hivatkozott források

Blades L., Morgan K., Douglas R., Glover S., De Rosa M., Cromie T., Smyth B. (2017): Circular Biogas-Based Economy in a Rural Agricultural Setting. 1st International Conference on Sustainable Energy and Resource Use in Food Chains, ICSEF 2017, 19-20 April 2017, Berkshire, UK. Energy Procedia 123: 89-96 p.

Brockway P.E., Saunders H., Heun M.K., Foxon T.J., Steinberger J.K., Barret J.R., Sorrell S. (2017): Energy rebound as a potential threat to a low-carbon future: Findings from a new energy-based national level rebound approach. Energies 10 (1): 51 p.

Di Maio F., Rem P.C., Balde K., Polder M. (2017): Measuring resource efficiency and circular economy: A market value approach. Resources, Conservation and Recycling 122: 163–171 p.

Fogarassy Cs., Horváth B., Böröcz M. (2017): A körkörös gazdasági rendszerfejlesztések vizsgálata benchmarking módszerrel. In: XI. Életciklus-elemzési Szakmai Konferencia Közleményei. Életciklus szemlélet a körforgásos gazdaságban. (Szerk. Szilágyi Artúr) LCA Center, Budapest. 11-25 p.

Hawken P., Lovins A., Lovins H.L. (1999): Natural Capitalism: Creating the Next Industrial Revolution. Little, Brown and Company, Boston, USA

Hoffjan, A., Müller, N.A., Di Federico, V., Liserra, T. (2014): Advice to Water Management Practitioners on Competition, Efficiency and New Business Opportunities, TRUST Report

Kraaijenhagen C., Van Open C., Bocken N. (2016): Circular Business – Collaborate and Circulate. Ecodrukkers, Netherlands

Lewandowski, M. (2016). Designing the Business Models for Circular Economy – Towards the Conceptual Framework. Sustainability, 8(1), 43.

Michelini G., Moraes R.N., Cunha R.N., Janain M.H., Costa A.R.O. (2017): From linear to circular economy: PSS conducting the transition. The 9th CIRP IPSS Conference: Circular Perspectives on Product/Service-Systems. Procedia CIRP 64: 2-6 p.

Oghazi, P., Mostaghel, R. (2018). Circular Business Model Challenges and Lessons Learned – An Industrial Perspective. Sustainability 10: 739.

Osterwalder, A., Pigneur, Y. (2010). Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. John Wiley and Sons, Hoboken, USA

Rodriguez D.J. (2018): Wastewater treatment: A critical component of a circular economy. The World Bank. Online article. <http://blogs.worldbank.org/water/wastewater-treatment-critical-component-circular-economy> (Letöltés dátuma: 2019. április 5.)

Tinsley E., Agapitova N. (ed.): Inclusive Business Models for Wastewater Treatment. This series on Inclusive Innovations explores business models that improve the lives of those living in extreme poverty. Researched and developed by Intellect. p. 1-20. https://www.innovationpolicyplatform.org/system/files/5%20Wastewater%20Treatment_Apr_6_0.pdf (Letöltés dátuma: 2019. április 2.)

Tsvetkova A., Gustafsson M. (2012): Business models for industrial ecosystems: a modular approach. Journal of Cleaner Production 29-30: 246-254 p.

A közösségi gazdaság ismerete az Európai Unió lakosainak körében

Csapó Ildikó¹

Összefoglalás

A globalizáció hatásai, a technológia fejlődése, az Ipar 4.0 hatást gyakorol a gazdaság minden területére, a kultúrára, az oktatásra és új gazdasági modellek megjelenését és fejlődését segítik elő. A megosztáson alapuló közösségi gazdaság társadalmi csoportok között kialakult hálózatok együttműködése. Botsman és Roo Rogers (2010) értelmezésében ami az enyém az a tied is, a közösségen belüli megosztás cserén vagy termékek bérbeadásán alapul. Az együttműködő fogyasztás működésének alapja a bizalom.

A jelen tanulmány bemutatja a sharing economy értelmezését, területeit és a közösségi szolgáltatások használatára vonatkozó elfogadottság mértékét az Európai Unió tagállamai keretén belül és hazánkban. A kutatást az Európai Bizottság felkérésére készült, középpontjában az Európai Unió tagországaiban élők viszonyát vizsgálja a közösségi gazdaság szolgáltatásainak kapcsolatában 2016 tavaszán. A kutatás eredményeként megállapítható, a közösségi gazdaság számos új elemmel gazdagította az emberek közti gazdasági kapcsolatokat, melyek egy része korábban is létezett (pl. barter, stoppolás, kaláka, bolhapiac stb.), és ezeket „újrahasznosítva” racionalizálta és globális keretek közé emelte.

Kulcsszavak: közösségi gazdaság, sharing economy, gazdaság megújulása

Jel kód: D40, F41

1. Bevezetés

Új üzletei modell jelent meg az elmúlt évek folyamán, amelyet” együttműködő gazdálkodás” néven ismertek meg a gazdaság szereplői. A megosztáson alapuló közösségi szolgáltatás (Sharing economy) e gazdasági modelleknek a része. A gazdaság megújítását Schumpeter (1980) a „teremtő romboláson” keresztül értelmezi, ahol valami elpusztul és valami keletkezik. Véleménye szerint a gazdaság motorja a meglévő erőforrások megfelelő kombinációjának megváltoztatása és felhasználása az innovációk alkalmazásán keresztül.

A közösségi gazdaság fogalma a XXI. században jelent meg a szakirodalomban, jelenlegi formájában a 2010-ben vált ismertté annak ellenére, hogy nem új jelenség az üzleti világban, hanem egy korábbi jelenség újraértelmezett változata (Sundararajan, 2016). Az ismertséget Botsman és Rogers (2010) által írt „Ami az enyém az a tied: A közösségi fogyasztás

¹ PhD hallgató - Szent István Egyetem GTK-TTI - Email: ildiko.csapo@phd-uni-szie.hu

szárnyalása” című könyv biztosította. A gazdasági jelenséget a 21. század technológiai forradalma hívta életre, terjedését és fejlődését támogatja a digitálistechnológia változásai, az önfoglalkoztatási és atipikus foglalkoztatási formák terjedése.

2. A közösségi gazdaság kialakulása, fejlődése

A megosztáson alapuló közösségi gazdaság a „sharing economy” korai előfordulása Benkler (2006) nevéhez köthető, aki szerint a megosztás hatással lesz az informatika, a kultúra, az oktatás és a kommunikáció fejlődésére, egyben az alapja lesz a következő generáció gazdaságának. Botsman - Rogers (2010) könyve felhívja a figyelmet arra, hogy újfajta piacok, üzletek és közösségek alakulnak ki, ahol az eddigtől eltérő lehetőségek jelennek meg. A hangsúly nem a tulajdonviszonyok megváltoztatásán van, hanem a hozzáférés lehetőségének biztosításán. A közösségi gazdaság modellje igen sokféle szolgáltatást tartalmaz pl.: a társas autózás, lakásmegosztás, szerszámok kölcsönzése, munkaerőmegosztás, kereskedelmi felületek megosztása, amelyek pénzügyi és kereskedelmi haszonnal bírnak mind az egyén, mind a közösség számára.

Az új üzleti modell kialakulásának alapja a bizalom és az információ, ez a két tényező hozzájárulása biztosítja a működését. A modell hozzájárul a tranzakciósköltségek csökkentéséhez, az intézményi keretek jelentőségének csökkenéséhez, ahol a fogyasztói racionalitás kerül előtérbe (Håkansson; 2010). Sundararajan (2016) szerint a közösségi gazdaság önálló karakterisztikával rendelkezik, amely piacialapú, magas tőkeintenzitással bír - új lehetőségeket teremt a kapacitásnak, a képességeknek, az időnek, a pénznek -, a kereskedelem elosztott tömeg-alapú piacereken történik. Elmosódnak a határvonalai a teljes idős foglalkoztatás és az atipikus foglalkoztatás között, a függő és független viszonyok között, valamint a munka és szabadidő között.

Más aspektusból vizsgálva a közösségi gazdaság a megosztásra épül, ahol a folyamatok során a felhasználók megosztják egymással a kihasználatlan kapacitásaikat és erőforrásaikat. Mindez egy információs technológiai platformon keresztül bonyolódik le, a felmerülő fogyasztási igények figyelembevételével, amely egyben bizalmon és személyes interakciókon alapul és a fenntarthatóságra törekszik (Bencsik-Juhász; 2016).

Az együttműködő fogyasztás, mint gazdasági modell a közösségen belüli cserén vagy a termékek/szolgáltatások hozzáféréseinek bérbeadásán alapul, amely kétféleképpen történhet:

- Tulajdonváltással – újraelosztó piacokon keresztül, amelyhez az Internetes kereskedelmi felületek biztosítják a helyszínt. Az újraelosztó piacokon a csere idegenek között jön létre, ösztönzi a használt cikkek továbbadását, illetve újrafelhasználását. Mindez hozzájárul a hulladékképződés és a természeti erőforrások felhasználásának csökkenéséhez (Botsman – Rodgers; 2010).

- Tulajdonváltás nélkül – közösségi megosztáson alapuló gazdaság, amely elsősorban szolgáltatások formájában jelenik meg. A tranzakció során egy magánszemély a kihasználatlan kapacitását bocsátja rendelkezésre más magánszemélyek részére, rövid időre.

A közösségi gazdaság a fogyasztás olyan formáját vonja maga után, amely a személyek közötti kapcsolatokra, a közösségre, a pénzügyi- és fogyasztói tudatosságra helyezi a hangsúlyt (Kalóz, 2015). Megoldást tud nyújtani a túltermelés, a tömegfogyasztás, a környezetterhelés- és a környezetszennyezésre egyaránt. (Botsman-Rogers; 2010; Hamari et al. 2015). A tulajdonosok a tulajdonlás és birtoklás helyett a hozzáférést, a megosztást részesítik előnyben. A célul tűzték ki a személyes költségek és terhek mellett, a környezeti károk csökkentését a csere ösztönzésével (Matofska, 2014), amely a „felvilágosult kapitalizmus magasfokához vezet” (Kalóz, 2015 p. 46.).

Mindez a kapcsolatok viszonyrendszerén belüli változások átalakulásához vezet, a vertikális viszonyrendszerű vetületről horizontálisra transzformálódik, a szűkebb családi kapcsolatok kiszélesednek, a hierarchikus viszonyokat felváltják az egyenrangúak közti viszonyok (Kalóz, 2015). A transzformációhoz a digitális platformok biztosítják a felületeket, amelyen keresztül egymással ismeretlen személyek kerülnek egymással üzleti kapcsolatba és kiemelt szerepet kap a bizalom. A rendelkezésre álló információk és alkalmazások hatására mind a keresleti, mind a kínálati oldal a piaci igényekhez igazodik, kereslet és a kínálat tértől és időtől függetlenül találkozik.

Ezek a folyamatok a közösségi fogyasztás alapjait teremtették meg, amelynek során a felhasználók és magánszemélyek valamilyen tranzakciós díj vagy kompenzáció ellenében koordinálják az erőforrás megszerzését. A közösségi gazdaság és fogyasztás tíz kulcs tényezője a következők:

- civilek, akik a közösség és a társadalom aktív résztvevői
- termelés, amelyhez az online IT eszközök nyújtanak segítséget és megteremtik a közösségi termelés lehetőségét
- új értékrend, amely során olyan új elemek jelennek meg, mint a megosztott idő, közösségi befektetés vagy erőforrások megosztáson alapuló felhasználás
- elosztás, az erőforrások helyi szinten történő újraelosztása hatást gyakorol a társadalom növekedésére
- bolygónkra, amely a környezettudatos felelősség vállaláson keresztül nyilvánul meg és hozzájárul a fenntartható fejlődéshez
- hatalom, amely során a gazdasági hatalom mellett a társadalmi hatalom is megvalósul a mikro szintű döntéshozatal támogatásával

- megosztáson alapuló szabályozás, a bizalom szerepe megerősödik és kulcsfontosságú szerepet kap a közösségi gazdaságot szabályozó törvények kialakításban
- kommunikáció, az információ és a tudás megosztása, amelyeket szabadon elérhetővé kell tenni mind az emberek, mind a szervezetek számára
- kultúra, a megosztás kultúrája a mi-tudat kialakulása
- jövő, a fenntartható gazdasági rendszer víziójának kialakítása ((Matofska, 2014; alapján Szűts – Yoo, 2015).

A hagyományos üzleti gondolkodás során a szervezetek maguk fejlesztenek, újítanak, ezzel szemben napjainkban a hálózatos gondolkodásra van szükség, amelyben nagyobb szerephez jut a kölcsönös egymásrautaltság, a bizalom vállalaton belül és kívül és a piacszereplői között (Barabás, 2003). A hálózatok közötti kölcsönhatásokat az idő, a kölcsönös függőség, a viszonylagosság és a komplexitás tényezői befolyásolják (Håkansson, 2010). A tudás, az erőforrások, a képességek nyitott módon történő megosztása, egy hálózat segítségével az egyenrangúak tömeges együttműködésével jár együtt. Az együttműködés különböző szintjei alakultak ki, ahol a tudás, az erőforrások, a képességek újfajta megosztásán, az egyenrangúak tömeges együttműködésén keresztül globális cselkevés válik elérhetővé (Tapscott-Williams, 2007). Igaz, mindezek hatására a világgazdaság laposabb, de tágabb lesz, világméretű szövetségek alakulnak ki és a vállalatoknak globálisan kell gondolkodni.

3. Anyag és módszer

Kutatás középpontjában az Európai Unió tagországaiban élőknek a közösségi gazdaság szolgáltatásaihoz 2016 tavaszán fennálló viszonyának vizsgálata áll. A vizsgálatot az Európai Bizottság felkérésére, a TNS Political & Social Közvéleménykutató Intézet folytatta. Kutatás témája a közösségi szolgáltatások használata, 2016-ban az Európai Unió 28 tagállamára vonatkozóan. A megkérdezés során minden tagországból legalább 500 fő került megkérdezésre, összesen 14 050 fő. A felmérés folyamán legfeljebb négy kérdésre lehetett válaszolni, a közösségi szolgáltatások használatával kapcsolatban.

Feltételezésem, hogy az Európai Unió tagországai másképp viszonyulnak a közösségi szolgáltatásokhoz, befolyásolja az országok eltérő szociális-gazdasági fejlettsége.

4. Kutatási eredmények

A kutatás alapját az Európai Unió állampolgárai körében történt felmérés biztosítja, amely felmérés 2016 -ban készült. Vizsgálja az uniós állampolgár közösségi gazdasághoz való viszonyulását különböző aspektusokból pl.: a szolgáltatások felhasználása, szolgáltatásnyújtásának az előnyei és hátrányai. A feltett négy kérdés alapján készítem el az elemzést, minden kérdés külön kerül értékelésre.

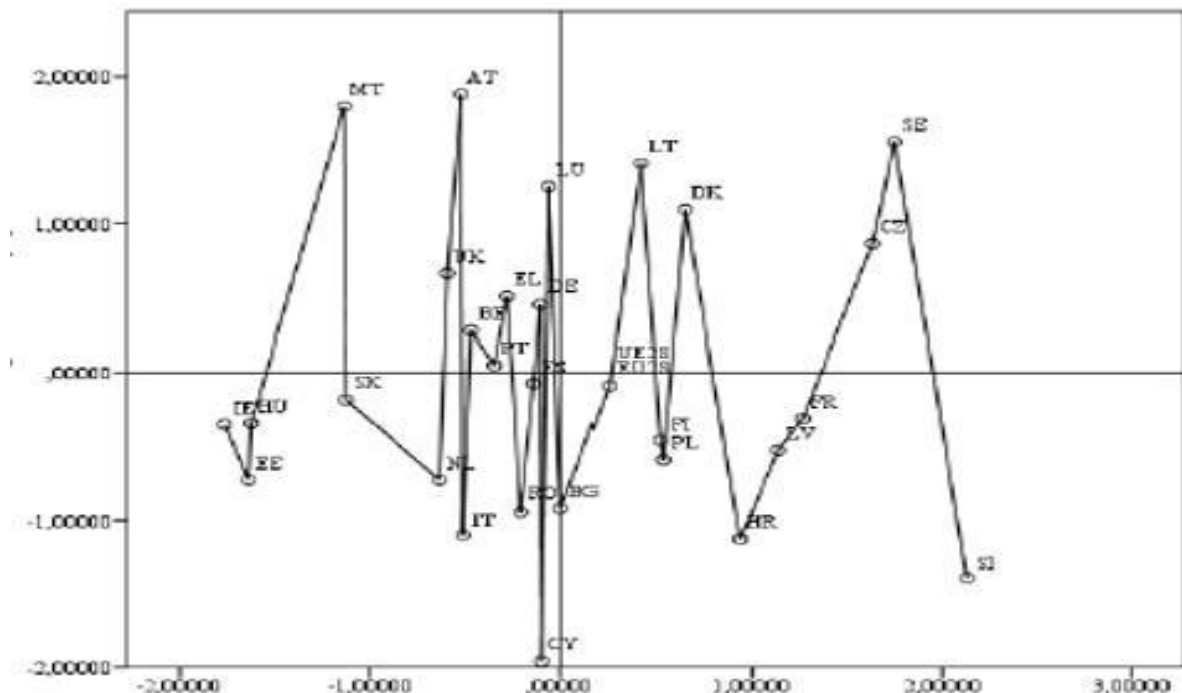
Az első kérdés: „Használt-e már valamilyen közösségi szolgáltatást?”. A válaszok vizsgálati faktor analízis segítségével kerültek értékelésre. A kapott eredmények alapján két faktor tartja meg az információ 92,38%-át:

1. faktor: „Aktív felhasználó”: alkalmanként vagy rendszeresen (legalább havonta) használják a közösségi szolgáltatásokat.
2. faktor: „Legalább egyszer kipróbálta”, hallott a közösségi szolgáltatásokról és már egyszer ki is próbálta.

Az eredmények rámutatnak, hogy a leginkább aktív felhasználók közé tartozik Írország és Franciaország. Magyarországi válaszokból levonható következtetés, hogy sokan hallottak már a közösségi szolgáltatásról, és legfeljebb egyszer kipróbálták. Ez az eredmény a gazdasági modell újdonság jellegét tükrözi.

A második kérdés: „Nyújtott-e már valamilyen közösségi szolgáltatást?”, a szolgáltatások intenzitását vizsgálta. Az eredmények alapján elmondható, hogy a legkevésbé elterjedt a közösségi szolgáltatások nyújtása Szlovéniában és Cipruson, míg a legelterjedtebb Hollandiában, Ausztriában, Írországban, Észtországban. Magyarországon, jó tapasztalatokat szereztek a közösségi szolgáltatást kipróbálók, annak ellenére, hogy viszonylag kevesen hallottak róla, illetve használták, akik viszont használták, azok nagyjából befogtak a közösségi szolgáltatás nyújtásába (1. ábra).

1. ábra. A második kérdés válaszváltozóiból létrejövő faktorok alapján képzett pontfelhő-diagram

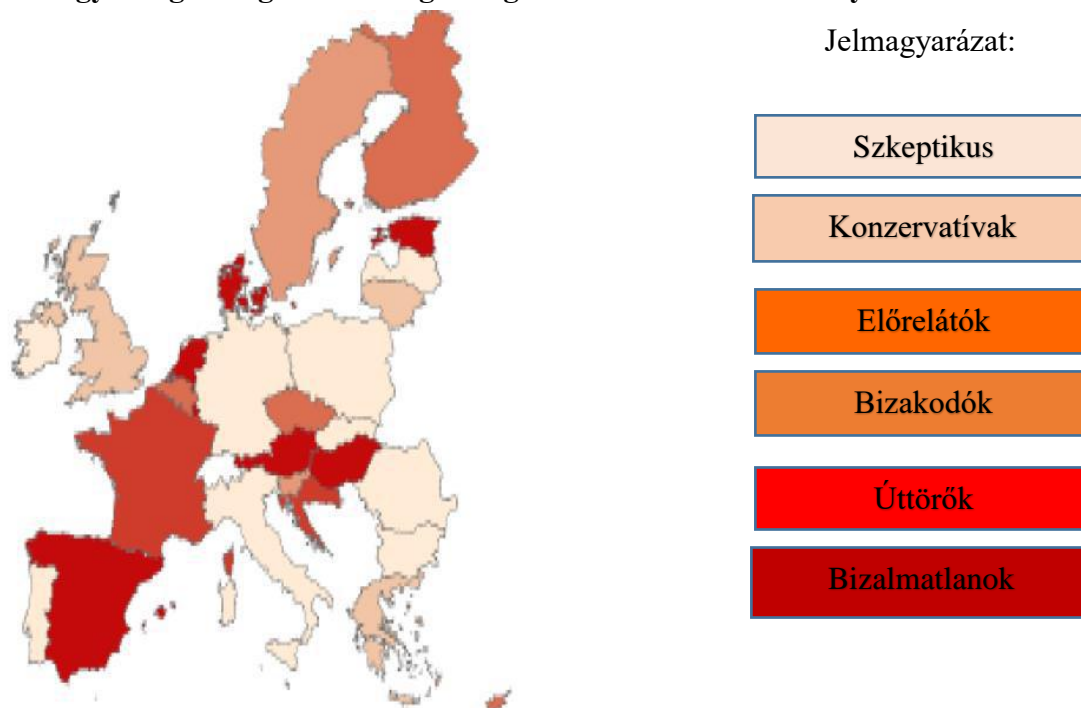


A harmadik kérdés: „Mit gondol a hagyományos termékek és szolgáltatások kereskedelméhez képest melyek a legfőbb előnyök a közösségi szolgáltatást használói számára?“, a közösségi szolgáltatások által nyújtott előnyöket vizsgálta, amelyet abban az esetben tettek fel, ha már hallottak a közösségi szolgáltatásokról. Az elemzés faktor analízissel lett elvégezve, az információk 70,70%-t két faktor tartja meg. Az első faktorba azok a válaszadók tartoznak, akik „a közösségi innováció” előnyeit, újszerűségét a közösségben látják. A második faktorba azok a válaszadók tartoznak, akik szerint ez egészen más jellegű szolgáltatás, mint a korábbi szolgáltatásnyújtás-típusai. Az eredmények alapján Magyarország most azok csoportjánál található, ahol a felhasználók az újdonságot látják elsősorban a közösségi szolgáltatásokban, nem pedig az alacsony árakat, vagy a kényelmes hozzáférhetőség előnyét.

A negyedik kérdés: „Mit gondol a hagyományos termékek és szolgáltatások kereskedelméhez képest melyek a legfőbb hátrányok a közösségi szolgáltatások használói számára?“, a közösségi szolgáltatások hátrányát vizsgálja. A kapott válaszokat három faktorba lehet csoportosítani, mivel a három faktor az információk 76,02%-át tartja meg. Ez alapján az első faktorba azok a válaszadók tartoznak, akik csalódnak az adott szolgáltatásokban, amely eltér az elvárttól. A második faktorba azok a válaszadók tartoznak, akik szerint nincs elég információ a szolgáltatásról. A harmadik faktorba azok a válaszadók tartoznak, akik bizalmatlanok, akiknél nincs bizalom a felelősségről és az internet által nyújtott szolgáltatásokkal szemben. Magyarország adatait nézve, a megkérdezettek hátránynak tartják azt, ha nem azt a szolgáltatást kapják, mint amire előzetesen számítanak, emellé az információhiány és a bizalmatlanság került elő, mint a közösségi szolgáltatás igénybevételét gátló tényező.

A telefonos felmérés válaszainak megoszlásából faktor analízis vizsgálattal kimutatható azon országok köre, amelyek leginkább nyitottak a közösségi szolgáltatásokra. Ezt összevetve a magasabb szociális-gazdasági fejlettségű tagországok körénél kiderül, hogy a két országhalmaz mennyi átfedést mutat, s így a hipotézis teljesülését is megindokolja. A teljes variancia hányad vizsgálatát nézve hat klasztert lehet meghatározni, amely az információk 81,64%-át tartja meg (2. ábra).

2. ábra. Az egyes tagországok közösségi szolgáltatásokhoz való viszonya



Forrás: „Flash Eurobarometer 438 kutatás alapján saját szerkesztés

A hat klaszter a következő:

- Szkeptikusak: használják a szolgáltatásokat, de azok nem nyújtják és nem is látják az előnyeit és nem is bíznak a szolgáltatásokban. (Pl. Szlovákia, Lengyelország, Bulgária, Románia stb.)
- Konzervatívák: nem használják, nem is nyújtanak szolgáltatást, a hagyományos gazdaságban hisznek, és nem a közösségiben (Az Egyesült Királyság, Görögország, Litvánia és Málta tartozik ide.)
- Előrelátók: bizalom nélkül nyújtanak közösségi szolgáltatásokat, de nem látják azok előnyeit (Svédország és Szlovénia)
- Bizakodók: inkább szolgáltatást nyújtanak, mint azt használják, az előnyöket látva hisznek benne és bíznak is egymásban (Pl. Csehország, Finnország, Belgium)
- Úttörők: használják és nyújtanak is ilyen szolgáltatásokat, az előnyöket ők is látják, viszont nincs bizodalomuk benne (Franciaország és Horvátország)
- Bizalmatlanok: inkább használják, mint nyújtják a szolgáltatást, számos előnyét látják, ugyanakkor alig bíznak a szolgáltatásokban és egymásban (Magyarország, Ausztria, Észtország, Dánia, Spanyolország, Hollandia és Luxemburg).

A Közösségi gazdaság iránti nyitottság a „Bizalmatlanok” és az „Úttörők” klaszterében volt a legnagyobb. A fejlettségi mutatókra végzett korrelációelemzés erős sztochasztikus kapcsolatokat tárt fel, a főkomponenselemzés során két faktort határozható meg. Az eredmények szerint az egyes, homogén fejlettségű országok közös klasztercsoportot alkottak, ez alapján két faktor került meghatározásra:

„Fejlett országok”: ahol az országokat a magas egy főre jutó gazdasági teljesítmény, a születéskor várható élettartam és a jóléti mutató jellemzi, valamint az alacsony szegénységi és társadalmi kirekesztettség kockázat (Ausztria, Hollandia, Dánia, Franciaország).

„Fejlődő országok”, az országok jellemzői: magas a szegénység és a társadalmi kirekesztettség kockázatának kitett népesség aránya, és magas a munkanélküliek aránya a 15- 74 évesek korcsoportjában (Bulgária, Spanyolország, Magyarország).

5. Következtetések

A közösségi gazdaság számos új elemmel gazdagította az emberek közötti gazdasági kapcsolatokat és a már korábban is létezett fogalmakat racionalizálta és a globális keretek közé emelte.

Egy korábbi 2016-ban Magyarországon végzett, a közösségi gazdaságterjedéséről szóló kutatás megállapította, hogy a kutatásban résztvevők 2014-2015. évek környékén hallottak először a közösségi gazdaság valamilyen formában történő előfordulásáról (Buda- Lehota; 2016). Az információs technológiában bekövetkezett robbanásszerű változás és a globális falu megvalósulása, ahol mindenki szinte szomszéd segítette a közösségi gazdaság elterjedését.

Feltételezésem, mely szerint az eltérő szociális-gazdasági fejlettségű országok másképp viszonyulnak a közösségi szolgáltatásokhoz beigazolódott, a magasabb fejlettségű tagországok nyitottabbak a közösségi szolgáltatások irányában. Feltételezésem középpontjában az áll, hogy az ember akár racionális, akár racionalitásra törekvő, önmagát nem képes túllépni és a gazdasági haszonszerzés igénye nem függ össze a jelenlegi gazdasági és társadalmi státuszával. Az eredmények rámutatnak, hogy a magasabb szociális-fejlettségű országokban a közösségi szolgáltatások iránt fogékonyabbak azok az emberek is igénybe veszik, akik üzleti haszon céljából vagy magasabb minőség elérése érdekében használják ezeket a szolgáltatásokat, hiszen egyik nagy előnye hogy a felhasználók alacsonyáron képesek hasonló vagy akár jobb minőségű szolgáltatásokat elérni és nyújtani, ahol nagy szerephez jut a személyes és személyközi kapcsolatok.

A közösségi gazdaság lehetőségeinek használata gyorsan terjed, jellemzi a nyitottság, a pozitív irányultság, a bizalom megléte és az széleskörű információ a szolgáltatásokra vonatkozóan, amelyet az infokommunikációs eszközök fejlődése nagy mértékben befolyásol. Magyarország tekintetében a közösségi gazdaság fejlődési irányát erősen befolyásolja hazánk szociális-gazdasági helyzetének alakulása.

Hivatkozott források

Barabás, A.L. (2003) Behálózva – A hálózatok új tudománya. Budapest, Helikon Kiadó

Bencsik, A. – Juhász, T. (2016) Szervezeti bizalom és bizalmatlanság a sharing economy szellemében. Logisztika-Informatika-Menedzsment Nemzetközi Tudományos Konferencia, Zalaegerszeg 2016. december 8-9.

Benkler, (2006) The wealth of the networks. New Haven, Yale University Press

Botsman, R. - Rogers, R. (2010) What's mine is yours: The rise of collaborative consumption. New York, HarperCollins

Buda, G - Lehota, J. (2016) The spreading of sharing economy and its impact on customers' behavior – A sharing economy terjedése és hatása a vásárlói magatartásra Gyöngyös, Eszterházy Károly Egyetem Gyöngyösi Károly Róbert Campus

Flash Eurobarometer 438 (2016) The use of collaborate https://data.europa.eu/euodp/data/dataset/S2112_438_ENG Letöltés ideje: 2018. 08.10

Håkansson, H. (2010) Határtalan hálózatok – Az üzleti kapcsolatok menedzsmentjének új szemlélete. Budapest, Alinea Kiadó

Hamari, J. – Sjöklint, M. – Ukkonen, P. (2015) The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. Journal of Association for Information Science and Technology. <https://pdfs.semanticscholar.org/70c9/20843b9d9a4865e022b73f38dd16bfe685fb.pdf> Letöltés ideje: 2018. június 4.

Kalóz, E. (2015) A közösségi gazdaság: elméleti megfontolások és a gyakorlat jellemzői. Budapest, Infonia Alapítvány és Gondolat Kiadó, Információs Társadalom 15. évf., 1. szám.

Matofska, B. (2014) What is sharing economy? <http://www.thepeoplewhoshare.com/blog/what-is-the-sharingeconomy> Letöltés ideje: 2018. június 6.

Schumpeter, J. A. (1980) A gazdasági fejlődés elmélete. Közgazdasági és Jogi Kiadó, Budapest.

Sundararajan, A. (2016) The sharing economy: The end of employment and the rise of crowd-based capitalism. Cambridge, MIT Press

Szűts, Z. – Yoo, J. (2015) Sharing Economy: A civilek lehetőségei a közösségi gazdaságban. Budapest, Civil Szemle, 2015., 2. szám

Tapscott, D. - Williams, A. D. (2007) Wikinómia – Hogyan változtat meg mindent a tömeges együttműködés. Ford. Garamvölgyi Andrea, Budapest, HVG Könyvek

A felsőoktatásban résztvevő hallgatók szakmaválasztásának megalapozottsága

Csapó Ildikó¹ – Csehné Papp Imola²

Összefoglalás

Az oktatási rendszer és a munkaerőpiacok kapcsolata a gazdasági és társadalmi fejlődés egyik kulcskérdése, amelyben a foglalkoztatás és képzésben szorosan együttműködve segíti egymás fejlesztését és megújulását a munkaerő-piaci igények figyelembevételével. A téma aktualitását alátámasztja, hogy napjaink egyik fontos kérdése munkaerő-piaci és vállalati folyamatok változása, a foglalkoztatás, az oktatás és a munkaerőhiány kapcsolata, amelyre a mind a globalizációs folyamatok, mind a digitalizáció és a negyedik ipari forradalom hatást gyakorol. A változások kihívást jelentenek a munkáltatók és a munkavállalók számára egyaránt.

Jelen tanulmány vizsgálja a hallgatók munkaerőpiaci ismereteit, képességeik és készségeik ismeretét és a munkahelyválasztás szempontjait. A munkaerőpiacok megkövetelik az iskolából kikerülő munkavállalóktól, hogy új, összetett és versenyképes tudással kell rendelkezniük, ahhoz, hogy sikeres munkavállalókká váljanak. Ennek okán a munkavállalóknak fel kell készülni a változásokra, a munkaerő sikerének záloga a folyamatos fejlődés, az egész életen át tartó tanulás. Az eredmények rámutatnak, hogy az elhelyezkedést több tényező is befolyásolja többek között a megfelelő diploma és szakmai tudás. A kutatási eredmények alapján elmondható, hogy a hallgatók körében a pályaválasztás együtt jár az érdeklődésüknek és képességüknek megfelelő pályaválasztással és szívesen dolgoznak a tanult szakmájukban.

Kulcsszavak: munkaerőpiac, pályaválasztás, továbbképzés

JEL kód: J21, J24

1. Bevezetés

A megváltozott munkaerő-piaci helyzetre a nemzetállamoknak fel kell készülni, amely a nemzeti foglalkoztatáspolitikai és az oktatás összehangolását követeli meg. A munkaerő-piaci változások hatására a munkavállalóknak magasabb színvonalú tudással és kompetenciával kell rendelkezniük, ahol hangsúlyosabbá válik a pályaválasztási- és karrier-tanácsadás szerepe. Ezek a változások egyrészt az oktatás szerkezeti és strukturális átalakulását követelik meg, hiszen az iskolából kikerülő munkavállalóknak új, összetett és versenyképes tudással kell rendelkezniük, ahhoz, hogy sikeres munkavállalókká váljanak. A gazdasági átalakulással járó

¹ PhD hallgató - Szent István Egyetem GTK-TTI - Email: ildiko.csapo@phd-uni-szie.hu

² Egyetemi Docens - Szent István Egyetem GTK-TTI -Email: papp.imola@gtk.szie.hu

foglalkoztatási szerkezet változása, a munkaerőhiány kritikus nagysága olyan megváltozott igényeket támasztott a munkaerő-piac szereplővel szemben, amelyekre hatékony megoldások implementálása biztosítja a vállaltok versenyképességét és a gazdaság fejlődését. Nehéz helyzetben van az oktatás, mivel egyszerre kell minőséget produkálni, tömeges igényeket kielégíteni és szerkezeti átalakításokat végrehajtani.

2. Szakirodalom áttekintése

2.1. Foglalkoztatáspolitikai

Az Európai Unió által kidolgozott és elfogadott Európa 2020 stratégia megfogalmazza a foglalkoztatási iránymutatásokat a nemzetállamok számára. Az Európai Tanács által 2010-ben elfogadott foglalkoztatási iránymutatások magában foglalja a nők és férfiak munkaerőpiaci növelését, a strukturális munkanélküliség csökkentését, a munkahelyek minőségének javítását, a munkaerőpiaci igényekhez igazodó képzett munkaerő biztosítását, az egész életen át tartó tanulás motiválását, az oktatási rendszerek minőségi és teljesítménybeli javítását, a szegénység elleni küzdelmet. Az Európai Tanács 2018-as iránymutatása a szociális jogok európai pilléréhez igazodik, amely iránymutatások négy területre fókuszálnak. Az első terület a munkaerő-kereslet fellendítésével foglalkozik: a munkahelyteremtéssel, a munkát terhelő adók csökkentésével. A második terület a munkaerő-kínálat növelésére, az ifjúsági és a hosszú távú munkanélküliség csökkentésére fókuszál a készségek fejlesztésén keresztül. A harmadik módosítás a munkaerőpiacok működési javításával és a munkaerőpiaci szegmentációkkal foglalkozik mélyebben. Az iránymutatás negyedik területe a méltányosság, a szegénység elleni küzdelem, az esélyegyenlőség előmozdítása minden állampolgár számára (Kraatz; 2018).

A magyarországi foglalkoztatáspolitikai célok és prioritások meghatározásakor irányadó az Európai Tanácsa által megfogalmazott és az Európai Szociális Alapra vonatkozó rendelet cél és prioritás struktúrája. Ez alapján a legfontosabb célkitűzések közé tartozik: a munkaerő-piaci belépés elősegítésére vonatkozó intézkedések, melyek közé tartozik a beruházási prioritás elősegítése, a Nemzeti Foglalkoztatási Szolgálat szervezetének és szolgáltatásainak fejlesztése és a munkaerő-piaci belépést segítő foglalkoztatási kedvezmények biztosítása. A második stratégiai célkitűzés a fiatalok munkaerő-piaci integrációjának elősegítése különböző programokkal (gyakornoki program, fiatalok vállalkozóvá válásának támogatása). A harmadik stratégiai cél az egész életen át tartó tanulás ösztönzése a szakképzés és a felnőttképzés támogatásával és fejlesztésével. Negyedik prioritás a munkavállalók és a vállalkozások munkaerő-piaci alkalmazkodó képességének javítását célzó intézkedések, többek között a munkahelyi rugalmasság ösztönzése, a kisgyermekek napközbeni ellátásnak fejlesztése, a munkaegészségügy és munkabiztonság fejlesztése. A szociális gazdaság és nonprofit foglalkoztatási programok támogatása a következő stratégiai cél, amely tartalmazza a szociális gazdaság fejlesztését a foglalkoztatáspolitikai és vállalkozások fejlesztésének komplex foglalkoztatási programjainak támogatásával.

2.2. Oktatáspolitikai

Az Európai Unió tagállamiban az oktatás politika stratégiai kérdései közé tartozik az oktatás színvonalának emelése és a tudás fontossága. Az Oktatás és képzés 2020 stratégia legfontosabb célkitűzései közé tartozik az egész életen át tartó tanulás és mobilitás megvalósítása, az oktatás és képzés minőségének javítása, az európai versenyképesség javítása, az egyén elhelyezkedési és munkába lépési feltételeinek erősítése az oktatás és képzés révén, a szociális különbségek csökkentése az oktatás-képzés segítségével, a gazdasági és társadalmi átalakulás támogatása, az információs társadalom követelményeinek megfelelő oktatás megteremtése minden tagállamban (Európai Bizottság; 2010). Az "Oktatás és képzés 2020" stratégiai további célja a szakképzés és szakoktatás területén végzett hallgatók bevezetése a munkavilágába, elősegítse a szakmai képességek és szakmai kompetenciák elismerését (Brunello-Rocco; 2015), az új technológia fejlesztések ismeretét, valamint csökkentse az iskola lemorzsolódások arányát (Hanusek et.al; 2016).

A célkitűzések elérését biztosítja a személyiség fejlesztése, a szakmai ismeretek biztosítása és fejlesztése, az innováció és a kreativitás fejlesztése az oktatás és képzés minden szintjén. Az oktatás és szakképzés fejlesztése hozzájárul a nemzetközi versenyképesség növeléséhez, hiszen a szellemi tőkének fontos szerepe van egy adott ország gazdasági fejlődésében (Antoni; 2009).

2.3. Munkaerőhiány

A munkaerőhiány meghatározására, mint fogalom nem egységes és kialakulását különböző tényezők befolyásolják. A klasszikus elmélet megközelítése alapján, munkaerőhiány alakul ki, ha a munkaerő iránti igény gyorsabban vagy tartósabban emelkedik a munkaerő kínálatnál (Szűcs; 2017). A munkaerőhiány neoklasszikus szemlélet megközelítése alapján nem alakulhat ki, hiszen a pénzügyi mechanizmusok, a piaci körülmények változása a munkaerőkereslet és kínálat egyensúlyához vezet (Junanker; 2009). A munkaerőhiány a munkaerő kereslet és kínálat között létrejött munkaerőpiaci egyensúlytalanság (Barnow, et al; 2013), ahol a munkavállalók iránti kereslet nagyobb, mint a meglévő piaci feltételek mellett képzett és rendelkezésre álló munkavállalók kínálata. A munkaerő-keresletgörbe elmozdulása okozhat munkaerőhiányt, amely oka lehet a munkaerő-piac módosulása többek között az ár- és/vagy mennyiség korrekció (Shah-Gerald; 2003). A munkaerőhiány esetében különbséget kell tenni kvantitatív és kvalitatív munkaerőhiány között (Bakens et al.; 2018). A kvantitatív munkaerőhiány esetében a gazdaságban felkínált munkaerő mennyisége nem biztosítja a keresett mennyiséget. A kvalitatív munkaerőhiány a munkaerőpiac keresleti és kínálati oldal meghatározó jellemzőiből adódik, amikor egy szakmairánti kereslet, egy pozíció tekintetében kiemelt szektorban vagy adott képzési szint mellett a munkaerőiránti kereslet magasabb mint a kínálat.

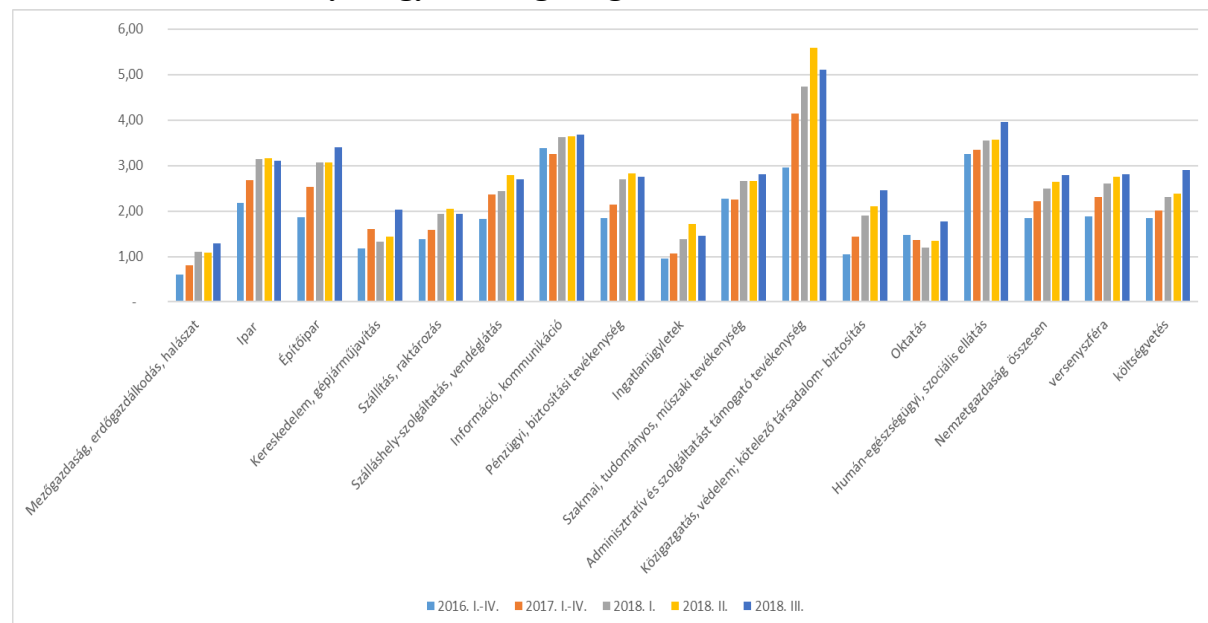
A preferenciákból származó eltérések akkor jelentkeznek problémaként, mind a munkáltató, mind a munkavállaló oldalán, ha az aktív korú álláskereső, aki alkalmas munkakör betöltésére, nem hajlandó az adott munkafeltételek mellett elfogadni az állást. Ilyen lehet, ha a munkavállaló a felkínált alacsony bér miatt nem vállalja az adott munkát, azonban a munkáltató az alacsony termelékenység miatt nem tud többet fizetni, ennek okán ez a folyamat is munkaerőhiányhoz vezethet (Csehné Papp; 2009). A rendelkezésre álló információban jelentkező eltérések is okozhatják a munkaerőhiány növekedését, egyrészt a toborzási folyamat során az álláskereső képzettségéről fennálló információs aszimmetria korlátozza a hiány betöltését, másrészt a nem megfelelő információ-áramlás az üres álláslehetőségekről a munkáltató irányából a munkavállaló felé is akadályt jelenthet. (Nagy-Kónya; 2017).

2.4. Munkaerőhiány Magyarországon

A jelenlegi munkaerőpiac egyik fontos kérdése a munkaerőhiány és a hiányszakmák, amellyel számos kutatás foglalkozott az elmúlt időszakban.

Az Eurostat kimutatás alapján 2016-ban a Magyarországon az információs technológia, kommunikáció és a humán-egészségügy területén volt a legmagasabb. 2017-ben az előzőévhez hasonlóan alakult a munkaerőhiány IT és az egészségügy területén, továbbá munkaerőhiány alakult ki az adminisztráció, az ipar és építőipar területén szintén. 2018 első három negyedében, a munkaerőhiány a munkaerőpiac igen széles részét érinti, amelyet az 1. számú ábra mutat be

1. ábra. Munkaerőhiány Magyarországon ágazati bontásban 2016-2018.



Forrás: Eurostat adatok alapján a szerző saját szerkesztése, 2019

3. Anyag és módszer

A primer kutatás célja feltárni a hallgatók felsőoktatási intézmény választást befolyásoló tényezőket, mivel a szakmában való sikeresség függ az iskolai-, szakmai pályaválasztástól. A kutatás folyamán primer információk kerültek feldolgozásra. A primer kutatási eredményeket kérdőíves felmérés segítségével kaptuk, melyben arra kerestük a választ, hogy hallgatók rendelkeznek-e az általuk választott felsőoktatási intézményre vonatkozó információkkal, illetve milyen ismertekkel rendelkeznek a jelenlegi munkaerőpiacról. A felmérés standard kérdőíves megkérdezés volt, amely 2018. negyedik negyedévében készült, kérdőívet 585 fő töltötte ki.

A kutatás folyamán az alábbi hipotézis került meghatározásra: egyfelől, hogy nincsenek eltérések a válaszok között a pályaválasztással kapcsolatos motivációk tekintetében, másfelől, hogy a hallgatók megfelelő információval rendelkeznek a jelenlegi munkaerőpiac jellemzőiről.

4. Eredmények

A kutatás során felsőoktatási intézményben tanulmányokat folytató hallgatók kerültek megkérdezésre. A válaszadók szocio-demográfiai megoszlása 42%-a férfi és 58%-a nő. A megkérdezett hallgatók 3% posztgraduális képzés, 37%-a alapképzés, 49%-a mesterképzés, 9%-a doktori képzés keretén belül vesz részt a felsőoktatásban (1. számú táblázat). A hallgatók 46%-a gazdálkodás és menedzsment területen tanul, 26%-a mérnök, mérnök-informatikai szak hallgatói.

1. táblázat. Hallgatók nemek és képzési forma szerinti megoszlása

	Felsőfokú képzés (fő)	Alapképzés (fő)	Mesterképzés (fő)	Posztgraduális képzés (fő)	Doktori képzés (fő)	Végösszeg (fő)
Férfi	9	63	135	9	27	243
Nő	9	153	153		27	342
Végösszeg	18	216	288	9	54	585
Megoszlás:	3%	37%	49%	2%	9%	100%

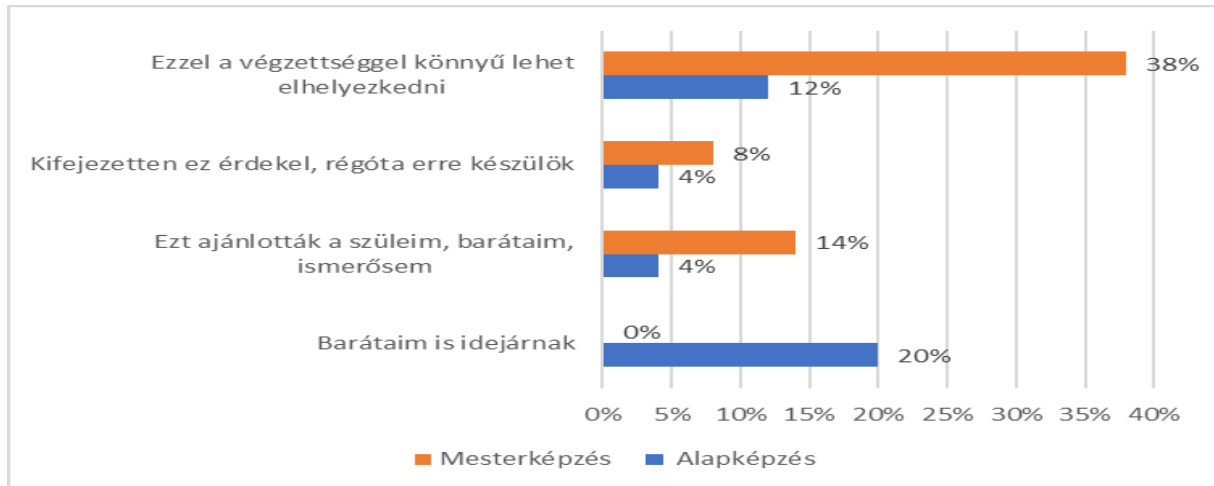
Forrás: Saját szerkesztés, 2019; N=585 fő

Az alapképzésben résztvevő hallgatók közel 40%-a az első diplomáját szerzi meg, 37%-a a második, 14%-a a harmadik, 9%-a negyedik diplomájáért tanul és 2%-k több mint 5 diplomával rendelkezik. Életkor szerinti megoszlás alapján a hallgatók 29%-a 18-25 év közötti alapképzésben résztvevő hallgató, a mesterképzésben résztvevő hallgatók 40%-a 26-35 év közötti.

A kutatás során vizsgálatra került, hogy milyen motivációk befolyásolták a felsőoktatási intézmény, illetve szakválasztást. A hallgatói válaszok alapján megállapítható, hogy eltérő motivációs tényező befolyásolja a szakválasztást. Az alapfokú szakképzésre járó hallgatók választását a legnagyobb mértékben 20%-ban a barátok általi ajánlás a befolyásoló tényező,

továbbá a hallgatók megfelelő ismeretekkel rendelkeznek a munkaerőpiacokról, mivel a válaszadók 12% szerint ezzel a végzettséggel könnyű lehet elhelyezkedni. Igen alacsony a szülői/pedagógus ajánlásra történő választás 4% (2. ábra).

2. ábra. Szakválasztást befolyásoló tényezők



Forrás: Saját szerkesztés, 2019; N=504 fő (csak az alapképzésben és mesterképzésben résztvevő hallgatók)

A mesterképzésben résztvevő hallgatóknál más motivációk figyelhetők meg. A legerősebb motivációs tényező a végzettség nyújtotta munkaerőpiaci lehetőségek, továbbá a barátok ismerősök ajánlása. A mesterképzésben résztvevő hallgatók 8%-a érdeklődéshez kapcsolódó képzést választ, amelyre régóta készül.

A hipotézis eldöntésére adott válaszokat korrelációs vizsgálattal kerültek elemzésre, ahol a felsőfokú képzési hely által nyújtott tényezők és az egyetem/főiskola választását befolyásoló tényezők kerültek vizsgálatra. A változók megfelelően korrelálnak egymással. A teljes variancia hányad alapján a választás motivációs tényezői három faktorba sorolhatók be, amely az információk 76,019%-t tartja meg (2. táblázat).

2. táblázat. Teljes varianciahányad

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	1,908	31,808	31,808	1,908	31,808	31,808	1,678	27,970	27,970
2	1,581	26,352	58,160	1,581	26,352	58,160	1,581	26,353	54,323
3	1,071	17,858	76,019	1,071	17,858	76,019	1,302	21,696	76,019
4	,686	11,438	87,457						
5	,395	6,592	94,049						
6	,357	5,951	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Forrás: Saját szerkesztés SPSS segítségével, 2019

A változók kapcsolatai közti erősség/irány alapján a faktorokat az alábbiak szerint neveztem:

1. faktor: „Megfelelő felkészítés”: a felsőoktatási intézmény felkészíti a hallgatókat a munkavilágára.

2. faktor: „Széles ismeret” a felsőoktatási intézmény széleskörű elméleti és gyakorlat tudást nyújt a hallgatók részére.

3. faktor „Hasznosítható tudás” a felsőoktatási intézmény által nyújtott tudás hasznosítható a munkaerő-piacon.

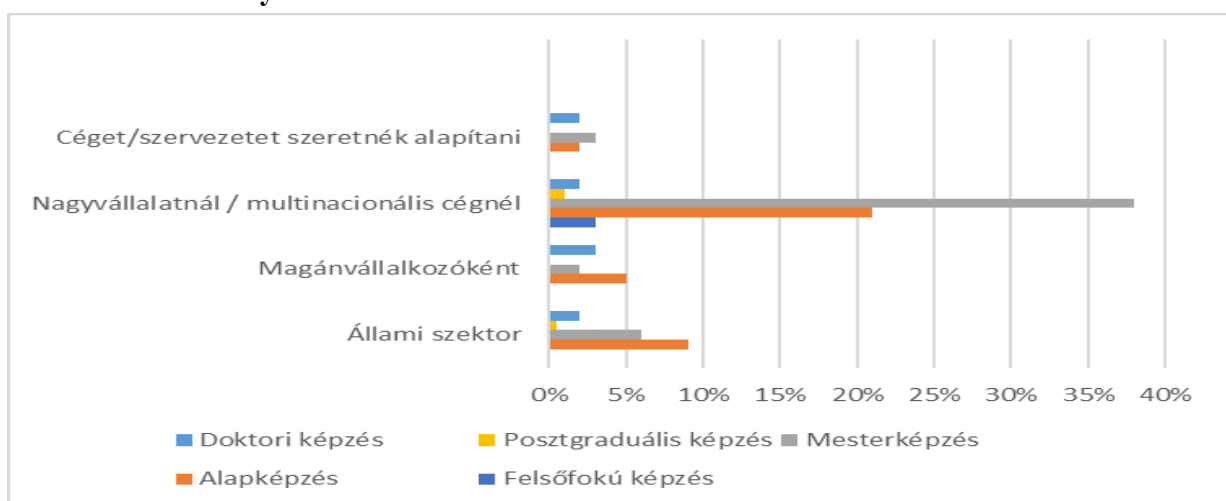
A hipotézis, mely szerint nincsenek térbeli és időbeli eltérések a válaszok között a pályaválasztással kapcsolatos motivációk figyelembevételével elfogadott.

A kutatás folyamán a munkaerő-piaci ismeretekre vonatkozó kérdések alapján elmondható, hogy a válaszadók ismerik saját tudásuk és diplomájuk értékét. A hallgatók 46%-a véleménye szerint azonnal el tudnak helyezkedni a kapott diplomával és képzettségének megfelelő szakterületen. A hallgatók 52%-ka szerint nem sokkal a diplomaszerezés után (1-3 hónap) alatt tud elhelyezkedni a munkaerő-piacon és csak 2%-nak a véleménye, hogy az elhelyezkedés hosszabb időt (3-6 hónapot) vesz igénybe. A munkaerő-piac szempontjából vizsgálatra került, hogy a hallgatók milyen szektort részesítenek előnyben a munkahely választásnál. Az eredmények alapján elmondható, hogy a hallgatók elsősorban nagyvállalatokat és multinacionális cégeket részesítenek előnyben a munkahelyválasztásnál. Az állami szektor nyújtotta lehetőségeket mindössze a válaszadók 18%-a részesíti előnyben. Igen alacsony értéket mutat a vállalkozói hajlandóság, mivel a válaszadók 7%-a szeretne önálló céget/csalási vállalkozást alapítani (3. ábra).

A válaszadók 90%-a felsőfokú végzettséget és a végzettségének megfelelő munkát vállalna el. Igen kis arányban, a válaszadók 3%-a bármilyen munkát elvállalna és válaszadók 7%-a nyitott az új és önállóan kivitelezhető projektek megvalósítására.

A második része a feltételezésnek, mely szerint a hallgatók tájékozottak és megfelelő információval rendelkeznek a jelenlegi munkaerőpiac jellemzőivel, követelményivel és helyzetével elfogadott.

3. ábra. Munkahely választás területei



Forrás: Saját szerkesztés, 2019; N=585 fő

5. Következtetések

A megfelelő tudásra és elvárt képességek elsősorban az iskola és oktatás keretén belül alakíthatók ki, amely hatására és a tudásátadásra az intézmények kerülnek a figyelemközpontjába. Másrészt a változások megkövetelik a munkáltatók részéről a munkaerőmegtartás trendjeinek megismerését a munkaerőhiány okozta problémák megoldása érdekében. Harmadrészt a munkavállalóknak fel kell készülni a változásokra, az egész életen át tartó tanulás a munkaerő sikerének a záloga.

A kutatási eredmények alapján elmondható, hogy a hallgatók körében a pályaválasztás együtt jár az érdeklődésüknek és képességnek megfelelő felsőoktatási intézmény és szakma választásával. Igaz az elhelyezkedést több tényező is befolyásolja: a megfelelő diploma és szakmai tudás, amelyet biztosít a választott felsőoktatási intézmény által nyújtott elméleti és gyakorlati képzés során átadott piacképes tudás. A hallgatók számára fontos az elhelyezkedés tekintetében, hogy a választott szakmájukban szeretnének dolgozni és szaktudásuknak megfelelő állást pályáznak meg. A kutatás rávilágít, hogy a felsőoktatási intézményekben tanuló hallgatók megfelelő munkaerő-piaci ismeretekkel rendelkeznek – ismerik az elhelyezkedési esélyeiket, a szakmájuk és tudásuk értékét. A hallgatók a vizsgálat folyamán megfogalmazták a számukra fontos elemeket, amelyek szerint a pályaválasztást befolyásolja az iskola típusa, az oktatás színvonala, a munkaerő-piaci igények. A pályaválasztásnál fontos, hogy megfelelő szaktudást és értéket kapjanak az oktatás során.

Hivatkozott források

Antoni, A. (2009) Az Európai Unió oktatási stratégiái <https://www.ofi.hu/tudastar/europai-unio-oktatasi> Letöltés ideje: 2019. 03.17

Bakens, J., - Fouarge, D. - Peeters, T. (2018) Labour market forecasts by education and occupation up to 2022. ROA Technical Report, April.3. kötet.

Barnow, B. S., - Trutko, J. - Piatak, J. S. (2013) Occupational Labor Shortages: Concepts, Causes, Consequences, and Cures. Upjohn Press.

Brunello, G - Rocco, L (2015): The effects of vocational education on adult skills and wages. What can we learn from PIAAC? OECD Social, Employment and migration Working Papers No 168; OECD Publishing, Paris

Csehné Papp, I. (2009) Knowledge of bachelor students about the labour market and unemployment. Bulletin of the Szent István University, pp. 263-267.

European Commission (2010) Bruges Notice on enhanced European cooperation in vocational education and training for the period 2011-2020 The European commission, Bruges

EUROSTAT adatok – Üres álláshelyek száma és aránya Magyarországon
http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_evkozi/e_qli027a.html Letöltés ideje: 2019. 02.20.

Hanushek, E.A. - Schwerdt, G. - Woessmann, L. - Zhang, L. (2016) General Education, Vocational Education and Labour-Market outcomes over the Life-Cycle Journal of Human Researces, 51. 3 vol.

Junankar, P. N. (2009) Was there a Skills Shortage in Australia? IZA DP, december.

Kraatz, S. (2018): Foglalkoztatáspolitikai
http://www.europarl.europa.eu/ftu/pdf/hu/FTU_2.3.3.pdf Letöltés ideje: 2019. 03.17.

Mándi, A. (2018) Job hopping és a tudásvállalatok. Munkaügyi Szemle, 61.(1.), pp. 41-46.

Nagy, D. - Kónya, V. (2017) A munkaerőhiány a nemzetközi és a magyar irodalom tükrében, hely nélkül.: MKIK Gazdaság- és Vállalkozáskutató Intézet.

Shah, C. - Gerald, B. (2003) Skill shortages: concepts, measurement and implications. Centre for the Economics of Education and Training Working Paper No. 52, november

Szűcs, G. (2017) Munkaerőhiány és munkanélküliség együttes jelenléte a munkaerőpiacon. Miben segíthet az oktatás a helyzet megoldásában? Doktori Műhelytanulmányok, pp. 359-370.

Stratégia kihívások platformokon és platformok között

Csukás Máté Szilárd¹

Összefoglalás

A platformok lényegében többoldalú (sok esetben kétoldalú) piacok, ahol a két vagy több oldal szereplői hálózati externáliák kíséretében kapcsolatba lépnek (Hagiu, 2014), egy közös architektúrán keresztül (McIntyre és Srinivasan, 2017). Ugyanakkor többféle értelmezés is rendelkezésre áll az egyes kutatási irányzatokban. A negyedik ipari forradalom térnyerésével a platformok a vezetéstudományban nagyon népszerű és megkerülhetetlen tényezők lettek. A platformstratégiák sokszínű, kölcsönös függőséget hoznak létre a vállalatok számára, szélesítve a vezetők lehetséges beavatkozásait, hogy bonyolultabb és jobban illeszkedő stratégiákat hozzanak létre, amelyek képesek ilyen mélyen összefonódó környezetekkel is megbirkózni (Piezunka, 2011). A kutatási erőfeszítések főként a múltbeli árképzésre összpontosítottak (Eisenmann és mtsai., 2006), így a stratégiai irányok más területein hiányosak maradtak, megteremtve az igényt az integratív megközelítések számára (Gawer, 2014). A szakirodalmi áttekintés révén azonosításra kerülnek a kulcsfontosságú platformstratégiák, és kijelölésre kerülnek a további kutatás lehetséges irányai. A generikus platformstratégiák közé sorolható az 'árazás', a 'nyitottság', az 'integráció', a 'differenciálás' és a 'beburkolás', amelyeket a platform vezetői vagy szereplői hajtanak végre a platformon belüli vagy a platformok közötti környezetben. Az üzleti környezetben megjelenő új domináns szervezeti modell mellett az okos városok is platformalapú működést valósítanak meg.

Kulcsszavak: platformok, kétoldalú piacok, stratégiai menedzsment, digitális átalakulás

JEL kód: L14

1. Bevezetés

A tanulmány célja, hogy stratégiai menedzsment és szervezeti szempontból betekintést nyújtson az érdeklődő vállalati vezetőknek, (okos) város vezetőknek, szabályozóknak és kutatóknak platform stratégiák egy fontos dimenziójáról. A negyedik ipari forradalom (más néven 'digitális transzformáció' vagy és 'Ipar 4.0') turbulens környezete felgyorsítja a technológiai ciklusokat, átalakítja és sokszorozza az értékteremtő kölcsönhatásokat, megszünteti azokat a kereteket, amelyek alapvetők voltak a korábban domináló elméletekben, és a bizonytalanságot soha nem látott szintre erősíti.

¹ PhD hallgató, Budapesti Corvinus Egyetem, Vezetéstudományi Intézet, Vezetés és Stratégia Tanszék, Budapest; mate.csukas@uni-corvinus.hu

A platformok az elmúlt két évtizedben a gazdaság és a társadalom meghatározó mozgatórugójaként emelkedtek, bár a kutatási erőfeszítések továbbra is töredezttek. Ebben az elméleti tanulmányban a szerzők szakirodalmi áttekintést használnak a platformstratégiákra vonatkozó eredmények összegyűjtésére és szintetizálására, így egy egyszerű mátrixban összegzik a stratégiák típusait a szereplők és az irányultságuk metszetein keresztül. A platformstratégiák azt feltételezik, hogy a vezetőknek válaszokat kell adniuk a cégek üzleti folyamatainak hosszú távú fenntartására, az ökoszisztémában meglévő és folyamatosan fejlődő egymástól függő kölcsönösségekben (Altman és Tushman, 2017).

2. Irodalmi áttekintés

2.1. Platformok

A „platform” fogalma az elmúlt évtizedben nagyon népszerű és megkerülhetetlen koncepcióvá vált a vezetés tudományában, különösen a termékfejlesztés, üzemeltetés-menedzsment, a technológiai stratégia és az ipari gazdaságtan területén. A platformok kutatásának különböző irányai vannak. Közgazdaságtani szempontból (Belényesi, 2016) a platformok lényegében többoldalú (sok esetben kétoldalú) piacok, ahol két vagy több oldal, hálózati hatások kíséretében kölcsönhatásba léphet (Hagiu, 2014) egy közös architektúrán keresztül (McIntyre és Srinivasan, 2017). A technológia innovációs nézet szerint a platformok egy rendszer modulból és a körülötte kialakuló ökoszisztémából állnak, amihez a külső szereplők könnyedén kapcsolódhatnak és hozzájárulhatnak a rendszer bővítéséhez (Gawer és Cusumano, 2014; Ben Letaifa és mtsai., 2012; Tiwana és mtsai., 2010). Az üzleti közgazdaságtan definíciója szerint a platform az alkalmazott szabályok és az architektúra kölcsönhatása (Baldwin és Woodard, 2008; Boudreau és Hagiu, 2008), amely teret ad hálózati hatások kialakulásának. A stratégiai menedzsment szempontjából a platformok értékteremtő közvetítőként figyelhetők meg, melyet a platform tulajdonosa vagy vezetője sztenderdekkel felügyel, szabályoz és működtet (Gawer és Cusumano, 2008; Kretschmer és Meyer, 2007; Nocke és mtsai., 2004; Parker és Van Alstyne, 2016). Ez a szervezeti forma egyre dominánsabb az okos városok fejlesztésében is, hiszen a platform alapú architektúrák választ adnak számos urbánus kihívásra, mint például skálázhatóság vagy 'matchmaking', vagyis a kínálati és keresleti szereplők összekapcsolása.

A technológiai platformok a következő jellemzőkkel rendelkeznek: (1) alapvetően többoldalú piacok, (2) hálózati hatásokra épülnek, (3) tranzakciókat közvetítenek, (4) belső és külső platformokba sorolhatók, (5) rendelkeznek architektúrával és az ehhez kapcsolódó sztenderdekkel, (6) technológiák újra felhasználható összetevőit alkalmazzák, (7) az egész iparágra kiterjedő üzleti probléma nyújtanak megoldást (8) egy funkció betöltésével (Belleflamme és Peitz, 2016; Csontos és Szabó, 2018; Gawer, 2014; Kenney és Pon, 2011; Piezunka, 2011).

Az olyan alkalmazásokra, mint például az Airbnb, az Uber vagy a Etsy is platformként tekintenek sokan (kutatók is), ami részben igaz is, azonban a platformelmélet egy speciális

alkategóriájaként beszélhetünk róluk. Egy másik szempontból az Intel, a Microsoft vagy az ARM cégek szintén platformokat képviselnek.

2.2. Platform stratégiák

A platform stratégiák nagyon népszerű témává váltak a kutatók körében, mivel releváns, és a jövőben egyre felértékelődő kihívásokra kívánnak megoldást nyújtani. A digitális átalakulás újraír egész iparágakat (vagy teljesen újakat alkot), így új gondolkodási keretekre, stratégiai paradigmákra is nyitottnak kell lenniük a vállalati vezetőknek (Ciborra, 1996). A témát először a kutatók technológia- és termékplatformok szempontjából vizsgálták (Berglund és mtsai., 2008; Koufteros és mtsai., 2002; Lin és mtsai., 2007; Muffatto, 1999; Parker és Van Alstyne, 2014), mint például okos telefon platformok, vagy játékkonzolok és közösségi média felületek. A szakirodalomban meglehetősen töredezett kutatási folyamatokat figyelhetünk meg, bár becsülendő, hogy integrált szemléletmódot sürgető kezdeményezések is a rendelkezésre állnak (Gawer, 2014; Wan és mtsai., 2017).

A platformstratégiák számos kölcsönös függőséget hoznak létre a vállalatok számára (Cennamo és Santalo, 2013), szélesítve a vezetők lehetséges beavatkozásait (Hagiu, 2014), hogy bonyolultabb és jobban illeszkedő stratégiákat hozzanak létre, amelyek képesek az ilyen hálózati környezetekkel foglalkozni (Piezunka, 2011). A különböző platformstratégiák összetett viszonyban vannak, ezért a bármilyen változás sok új okozatot eredményez. A platformok egy új teret hoznak létre a vállalatok környezetében, amelynek meg kell felelniük, vezetniük és alkalmazkodniuk kell a változásaikhoz. A sikeres platform stratégia potenciálisan növeli a vállalkozások versenyképességét.

A platform stratégiákat öt fő kategóriába sorolják Wan és mtsai. (2017): 'árképzés', a 'nyitottság', az 'integráció', a 'differenciálás' és a 'beburkolás'. Az árképzés egy alapvető és nagyon összetett stratégiai irány, amelyet különböző szerzők, mint Casey és Töyli (2012); Parker és Van Alstyne (2005), vagy Rochet és Tirole (2003) az ügyfélkör méretének befolyásolására alkalmas eszközként definiálnak. Olyan tevékenységek tartoznak ide, mint például a szubvenciók, tehát pénzügyi ösztönzők a platform szereplőinek magatartásának befolyásolása céljából. A nyitottság leírja a kapcsolódó vezetői és irányítási kérdéseket, amelyeket a platform tulajdonosok használhatnak a platformhoz való hozzáférés szabályozására (Boudreau, 2010; West, 2003). Az integráció a platformtulajdonosok vertikális integrációs bővítési ambícióira utal (Hagiu, 2014; Zhu és Liu, 2018). A differenciálás olyan stratégia, amely magában foglalja azokat a tevékenységeket, melyek célja, hogy vonzóvá tegyék a meglévő és potenciális használók számára a platformot, de nem árképzéssel kapcsolatosak (Zhu és Iansiti, 2017), míg a 'beburkolás' egy speciális platform-bővítési jelenség, ahol a tulajdonosok kiterjesztik működésüket az alaptervekenységükhöz illeszkedő (hasonló) területre, a meglévő képességeikre és erőforrásaikra támaszkodva (például ügyfél-bázis) (Eisenmann és mtsai., 2011; Kang, 2017).

Csontos és Szabó (2018) azzal érvelnek, hogy a platformok stratégiai menedzsment szempontból való sikeressége a hálózati hatások nagyságától, a felhasználók általános értékérzékelésétől és platform felhasználóinak sokféleségtől függ.

3. Anyag és módszer

Az irodalmi áttekintés folyamata két különböző fázisban zajlott. Az elsőben a cél az volt, hogy a jelentős mennyiségű publikáció kerüljön kiválasztásra a platformok területéről, a „kétoldalú piacok”, a „platform”, az „ökoszisztéma” és a „stratégia”¹ kulcsszavakkal, amelyek előzetesen 744.911 eredményt eredményeztek, a Science Direct folyóirat kereső adatbázisban. Ezt követően a hivatkozások száma szerinti rendezéssel beazonosításra került a 20 legbefolyásosabb szerző, akiknek a profilja egyenként meg lett vizsgálva a Semantic Scholar intelligens adatbázisán keresztül, így az egyes szerzők legbefolyásosabb publikációi is ki lettek választva.² Ezt követően a kiválasztott cikkek összefoglalói és absztraktjait meg lettek vizsgálva, és az összes dokumentumot referenciakezelő szoftverben (Mendeley) lett címkézve. A következő szakaszban az összes dokumentum a referenciakezelő szoftverben fel lett dolgozva, további címkék és megjegyzések hozzárendelésével, majd ez alapján kialakításra került az 'Eredmény' fejezetbe beillesztett táblázatok, ahol szintetizálva lettek az eredmények.

4. Eredmények

A platform stratégiák közül megkülönböztethetünk „generikus” típusokat, melyek jellemzőit az 1. számú táblázat összesíti. Ez a csoportosítás egyfajta tipológiája azoknak a stratégiáknak, melyeket a platformok szereplői (pl. vezetői) követhetnek a saját szervezetük, illetve a platform egészének a versenyképessége szempontjából. Megjennek az általános stratégiai menedzsmentből ismert növekedési és differenciáló célú lehetőségek, azonban ezek sajátosságai miatt nem tekinthetők csak iparág-specifikus tényezőknek.

¹ Keresőszavak angolul: „two-sided markets” OR „platform” OR „ecosystem” AND „strategy”. Keresés időpontja: 2018.12.01. Elérhetőség: <https://www.sciencedirect.com/search/advanced?qs=%E2%80%9Etwo-sided%20markets%E2%80%9D%20OR%20%E2%80%9Eplatform%E2%80%9D%20OR%20%E2%80%9Eecosystem%E2%80%9D%20AND%20%E2%80%9Estrategy%E2%80%9D&show=25&sortBy=relevance>

² Példa: Annabelle Gawer. Elérhetőség: <https://www.semanticscholar.org/author/Annabelle-Gawer/30623655>. Rendezés „Highly Influential Citations” szerint legbefolyásosabb publikáció: Gawer, A. és Cusumano, M. A. (2014) „Industry Platforms and Ecosystem Innovation”, *Journal of Product Innovation Management*, 31(3), o. 417–433. doi: 10.1111/jpim.12105.

1. táblázat. 'Generikus' platform stratégiák összefoglaló típusai.

Stratégia típusa	Jellemző
Árképzés	A platform meglévő és potenciálisan új szereplőinek befolyásolása, a platform használatához kapcsolódó költségek alakításával, a vállalati célokhoz illeszkedő hosszú távú eredményességi és fenntarthatósági célok figyelembevételével.
Nyitottság	A platformhoz való, külső szereplők általi hozzáférést befolyásoló szabályok, sztenderdek és felállított korlátok összessége.
Integráció	Olyan terjeszkedési stratégia, amikor a platform tulajdonosok a kiegészítő termékeket és szolgáltatásokat gyártó vállalatok piacaira lépnek. A vertikális integráció egy típusaként is értelmezhető.
Differenciálás	Platformon belül, vagy ökoszisztéma szinten alkalmazott megkülönböztető magatartások összessége, melyek egyediség percepciójával teszik kívánatossá a potenciálisan új használók szemében a platformot.
Beburkolás	Olyan terjeszkedési stratégia, ahol egyszerre több platform alapú piacon való jelenléttel kíván a tulajdonos versenyelőnyt biztosítani magának.

Forrás: Wan, X. és mtsai. (2017) alapján a szerző saját megfogalmazása, 2019

A platform használóinak szerepei megkülönböztethetők négy szempont mentén, melyet a 2. számú táblázat összesít. A „Single-homing” utat követő használók csak egy platformon vesznek részt, míg a „Mult-homing” esetében egyszerre több platformon is jelen vannak. Erre hatással lehet a platform tulajdonos is, aki megtilthatja a használóknak, hogy részt vegyenek más platformokon is. Egy platformon belül a használók egyszerre több szerepet is felvehetnek, így lehetnek egyszerre a kínálati és a keresleti oldalon is. A tapasztalatuk szerint a használók fontos egy idő után 'szakértőkké' válhatnak, így erősebb alkupozíciójuk lehet a platform tulajdonossal szemben, hiszen nagyobb mértékben járulnak hozzá az értékteremtési folyamatokhoz. A befolyás is egy fontos szempont, hiszen vannak olyan nagyobb szereplők, melyek jelenléte ösztönzőként hathat más potenciális használókra. Sok esetben a platform tulajdonosok kedvezményeket adnak a befolyásos szereplőknek („Marquee”), hogy vonzóvá tegyék piacukat az új belépők számára (Gabszewicz és Wauthy, 2007).

2. táblázat. Platform használók szerepei

„Single-homing”	Platformok között	„Multi-homing”
Részvétel egy oldalon	Platformon belül	Részvétel több oldalon
Alapszintű	Tapasztalat	’Szakértő’
Alacsony	Befolyás más szereplőkre	Nagyon magas („Marquee”)

Forrás: Saját szerkesztés, 2019

A platformok tulajdonosai felelősek az irányításért (Gawer és Henderson, 2005), a sztenderdek, szabályok meghozataláért és végrehajtásáért, azonban szerepük nagyban különbözhet egyes platformok között (Boudreau, 2017; Nocke és mtsai., 2007). A platform szereplői, (’használók’ vagy ’ügynökök’) pedig az egyes oldalakat képviselő szervezetek/egyének, melyek összesége alkotja a platform ’népességét’. A platformon belüli stratégiák azok, amelyeknek célja a platform szereplőinek (ügynökök) egy platformon belül való befolyásolása. Másrésről a platformok közötti stratégiák a szereplőkhöz kapcsoló célokra irányulnak, több platform együttes függőségeit is figyelembe véve. A beazonosított stratégiákat a 3. számú táblázat foglalja össze mátrix formában, a szereplők és az irányultságuk szerint. A platformok

3. táblázat. A platform stratégiák irányultságai a kontextus és a szereplők mentén

	Platformon belül	Platformok között
Platform tulajdonos	<ul style="list-style-type: none"> • Meglévő platform felhasználók szerepeinek befolyásolása • Platform vonzerójének fenntartása meglévő használóknak (megtartás) • Kiemelt használók kijelölése („Marquee”) 	<ul style="list-style-type: none"> • Platform szerepek befolyásolása új szereplők bevonásával, vagy meglévők kiszorításával • Platform vonzerójének növelése új felhasználók számára • Belépési szabályok alkalmazás külső szereplők felé • Platformok közötti kompatibilitás támogatása • „Multihoming” tiltása
Szereplők (használók)	<ul style="list-style-type: none"> • Platformon belüli szerepek kialakítása, váltása az résztvevő oldalak között • Platformtulajdonossal szembeni alkupozíció javítása 	<ul style="list-style-type: none"> • „Multihoming”, vagyis részvétel egyszerre több platformon is

Forrás: Saját szerkesztés, 2019

1. Következtetések és javaslatok

A platform tervezők és tulajdonos/vezetők fontos feladata, hogy a platformstratégiák megfogalmazásában a beazonosított relációk és megközelítések egyensúlyának megteremtésére törekedjenek. Úgy tűnik, hogy a platformok meghatározó szervezeti felépítésé válnak, és a hálózatépítő erejük egyértelműen lehetővé teszi a negyedik ipari

forradalom technológiai fejlődését. Ezeken a kapcsolatokon keresztül a szerző a platformstratégiák két fontos dimenzióját azonosították, amelyek eddig tartoztak a kutatások fókuszába. A platform stratégiai mátrix megkülönbözteti a platformok stratégiai megközelítéseit a szereplők és a résztvevő platformok összefüggésében: (1) platform tulajdonosok, (2) platform szereplői, (3) platformon belüli stratégiák és (4) platformközi stratégiák. Ahogy már említésre került, töredezték a kutatási irányvonalak a platformkutatásban, így a jelen tanulmány a stratégiai menedzsment nézőpontjából kíván ezen metszetek mentén új kutatási irányokat beazonosítani, így egységes módon kerülhetnek feltárássra empirikus kutatás révén a különböző stratégiai irányultságok. További kutatási irány lehet a stratégiai menedzsment környezeti elemző módszertanainak az alkalmazása vagy módosítása a platform-alapú szervezetekre, és az ezekhez kapcsolódó ökoszisztémák kezelésére.

Mindezekon felül a platformok jelentik az okos város kutatások vezetéstudományi elméleti keretrendszerét. Az okos városok egyszerre számos érintett együttműködése során fejlődik. Ezt nagy nemzetközi technológiai cégek informatikai platform megoldásai is segítik (pl: Cisco, IBM, Siemens), másfelől az Európai Unió is számos ösztönzi a megosztásra épülő gazdasági modelleket, platformokat a támogatási programjain keresztül. A városok platformalapú működésének sajátosságai és fejlesztése további kutatások tárgyát kell, hogy képezzék.

Köszönetnyilvánítás

Ezt a kutatást az EFOP-3.6.1-16-2016-00013 számú projekt " Intelligens szakosodást szolgáló intézményi fejlesztések a Budapesti Corvinus Egyetem Székesfehérvári Campusán" című projekt támogatta. A projektet az Európai Unió támogatta, amelyet az Európai Szociális Alap és a magyar költségvetés társfinanszírozott.

Hivatkozott források

Altman, E.J. és Tushman, M.L. (2017), „Platforms, open/user innovation, and ecosystems: A strategic leadership perspective”, *Advances in Strategic Management*, Vol. 37, o. 177–207.

Baldwin, C.Y. és Woodard, C.J. (2008), „The Architecture of Platforms: A Unified View”, *SSRN Electronic Journal*, Vol. 147 No. 48, o. 3895–3897.

Belényesi, P. (2016), „Digitális Platformok és a Big Data”, *Verseny és Szabályozás*, Vol. 2016 No. 1, o. 127–162.

Belleflamme, P. és Peitz, M. (2016), *Platforms and network effects*, elérhető:<https://doi.org/10.13140/RG.2.2.35908.83848>.

Berglund, F., Bergsjö, D., Högman, U. és Khadke, K. (2008), „Platform Strategies for a Supplier in the Aircraft Engine Industry”, *Volume 4: 20th International Conference on Design*

Theory and Methodology; Second International Conference on Micro- and Nanosystems, ASME, o. 55–66.

Boudreau, K. (2010), „Open Platform Strategies and Innovation: Granting Access vs. Devolving Control”, *Management Science*, Vol. 56 No. 10, o. 1849–1872.

Boudreau, K.J. (2017), „Platform boundary choices & governance: Opening-up while still coordinating and orchestrating”, *Advances in Strategic Management*, Vol. 37, o. 177–207.

Boudreau, K.J. és Hagiu, A. (2008), „Platform Rules: Multi-Sided Platforms as Regulators”, *SSRN Electronic Journal*, o. 163–191.

Casey, T.R. és Töyli, J. (2012), „Dynamics of two-sided platform success and failure: An analysis of public wireless local area access”, *Technovation*, Vol. 32 No. 12, o. 703–716.

Cennamo, C. és Santalo, J. (2013), „Platform competition: Strategic trade-offs in platform markets”, *Strategic Management Journal*, John Wiley & Sons, Ltd, Vol. 34 No. 11, o. 1331–1350.

Ciborra, C.U. (1996), „The Platform Organization: Recombining Strategies, Structures, and Surprises”, *Organization Science*, INFORMS, Vol. 7 No. 2, o. 103–118.

Csontos, R.S. és Szabó, Z.R. (2018), „A versengés új színterei: platformok stratégiai menedzsment-megközelítésb”, *Vezetéstudomány / Budapest Management Review*, Vol. 49 No. 9, o. 57–69.

Eisenmann, T., Parker, G. és Van Alstyne, M. (2006), *Strategies for two-sided markets*, *Harvard Business Review*, Köt. 84.

Eisenmann, T., Parker, G. és Van Alstyne, M. (2011), „Platform envelopment”, *Strategic Management Journal*, Vol. 32 No. 12, o. 1270–1285.

Gabszewicz, J.J. és Wauthy, X. (2007), „Two-Sided Markets and Price Competition With Multi-Homing”, *Ssrn*, elérhető: <https://doi.org/10.2139/ssrn.975897>.

Gawer, A. (2014), „Bridging differing perspectives on technological platforms: Toward an integrative framework”, *Research Policy*, Elsevier B.V., Vol. 43 No. 7, o. 1239–1249.

Gawer, A. és Cusumano, M.A. (2008), *How companies become platform leaders*, *MIT Sloan Management Review*, Köt. 49.

Gawer, A. és Cusumano, M.A. (2014), „Industry Platforms and Ecosystem Innovation”, *Journal of Product Innovation Management*, Vol. 31 No. 3, o. 417–433.

Gawer, A. és Henderson, R.M. (2005), „Platform owner entry and innovation in complementary markets: Evidence from Intel”, *NBER working paper*, Vol. 16 No. 1, o. 1–34.

Hagiu, A. (2014), „Strategic Decisions for Multisided Platforms”, *MIT Sloan Management Review*.

Kang, H.Y. (2017), „Intra-platform Envelopment: The Coopetitive Dynamics between the Platform Owner and Complementors”, *Academy of Management Proceedings*, Vol. 2017 No. 1, o. 11205.

Kenney, M. és Pon, B. (2011), „Structuring the smartphone industry: Is the mobile Internet OS platform the key?”, *Journal of Industry, Competition and Trade*, Vol. 11 No. 3, o. 239–261.

Koufteros, X., Vonderembse, M. és Jayanth, J. (2002), „Internal and External Integration for Product Development: The Effects of Uncertainty, Equivocality, and Platform Strategy”, *Proceedings - Annual Meeting of the Decision Sciences Institute*, Vol. 36 No. 1, o. 1897–1902.

Kretschmer, K. és Meyer, D.S. (2007), „Platform Leadership”, *American Behavioral Scientist*, Vol. 50 No. 10, o. 1395–1412.

Ben Letaifa, S., Gratacap, A. és Isckia, T. (2012), „Platform-based ecosystems: Leveraging Network-Centric Innovation”, No. March 2014.

Lin, L.H., Tanyavutti, A. és Jindrapacha, S. (2007), „Analyzing eBay platform strategies: An application of Meyer’s product platform strategy model”, *Portland International Conference on Management of Engineering and Technology*, o. 125–142.

McIntyre, D.P. és Srinivasan, A. (2017), „Networks, platforms, and strategy: Emerging views and next steps”, *Strategic Management Journal*, John Wiley & Sons, Ltd, Vol. 38 No. 1, o. 141–160.

Muffatto, M. (1999), „Platform strategies in international new product development”, *International Journal of Operations and Production Management*, Vol. 19 No. 5–6, o. 449–460.

Nocke, V., Peitz, M. és Stahl, K. (2004), *Platform Ownership*, elérhető: <http://ssrn.com/abstract=568157><http://www.econ.upenn.edu/pier> (elérés 29 december 2018).

Nocke, V., Peitz, M. és Stahl, K. (2007), *Platform Ownership*, *Source: Journal of the European Economic Association*, Köt. 5, elérhető: <https://www.jstor.org/stable/40005089> (elérés 30 december 2018).

Parker, G. és Van Alstyne, M. (2016), „Platform Strategy”, *The Palgrave Encyclopedia of Strategic Management*, Köt. MAY, Palgrave Macmillan UK, London, o. 1–9.

Parker, G. és Van Alstyne, M.W. (2014), „Platform Strategy”, *SSRN Electronic Journal*, No. August, elérhető:<https://doi.org/10.2139/ssrn.2439323>.

Parker, G.G. és Van Alstyne, M.W. (2005), „Two-Sided Network Effects: A Theory of Information Product Design”, *Management Science*, Vol. 51 No. 10, o. 1494–1504.

Piezunka, H. (2011), „Technological platforms: An assessment of the primary types of technological platforms, their strategic issues and their linkages to organizational theory”, *Journal fur Betriebswirtschaft*, Vol. 61 No. 2–3, o. 179–226.

Rochet, J.-C. és Tirole, J. (2003), „Two-Sided Markets”, *Journal of the European Economic Association*, Vol. 1 No. 4, o. 990–1029.

Tiwana, A., Konsynski, B. és Bush, A.A. (2010), „Platform evolution: Coevolution of platform architecture, governance, and environmental dynamics”, *Information Systems Research*, Vol. 21 No. 4, o. 675–687.

Wan, X., Cenamor, J., Parker, G. és Van Alstyne, M. (2017), „Unraveling platform strategies: A review from an organizational ambidexterity perspective”, *Sustainability (Switzerland)*, Vol. 9 No. 5, o. 1–18.

West, J. (2003), „How open is open enough? Melding proprietary and open source platform strategies”, *Research Policy*, Vol. 32 No. 7, o. 1259–1285.

Zhu, F. és Iansiti, M. (2017), „Entry Into Platform-Based Markets”, *Strategic Management Journal*, Vol. 20 No. 1, o. 397–403.

Zhu, F. és Liu, Q. (2018), *Competing with complementors: An empirical look at Amazon.com*, *Strategic Management Journal*, Köt. 39, elérhető:<https://doi.org/10.1002/smj.2932>.

Az egészségügyi prevenció marketingje: a szolgáltatói oldal álláspontjának feltárása, különös tekintettel a szenvedélybetegségekre

Dóra Tímea Beatrice¹

Összefoglalás

A tanulmány célja kiemelni a Magyarországon fellelhető addiktív betegségekre vonatkozó prevenciós szolgáltatások fontosságát szakirodalmi megalapozás, illetve a szolgáltatói oldal véleményének bemutatása által. Epidemiológiai kitekintés után bemutatja a prevenció szintjeit és az azokon fellelhető programokat, szolgáltatásokat majd ismerteti a primer kutatás mélyinterjúinak eredményeit az egészségügyi értékláncmodellbe integrálva. Következtetesként egy országos, átfogó programra tesz javaslatot, illetve további kutatási módszereket javasol a terület részletesebb megismerésére.

Kulcsszavak: prevenció, marketing, egészségügy, szolgáltatás, értéklánc modell

JEL kód: M31, I12, I38

1. Bevezetés

Magyarországon jelentős mértékű a lakossági szenvedélybetegségek aránya, melyek döntő többségben a vezető halálokok háttérében is beazonosíthatók. Emellett európai és globális szinten is kiemelkedő értéket mutat ezen addiktív következményeként megjelenő betegségek incidenciája² is. Az esetek döntő többségében alkoholizmusról, dohányzásról illetve szerhasználatról beszélhetünk. A szenvedélybetegségek megelőzését vagy késleltetését célozza meg az egészségügyi rendszer alapeállítási szintjén beazonosítható prevenciós szolgáltatások összessége. Céljukat tekintve a prevenciós tevékenységek a betegségek megelőzésére fókuszálnak, de a fogalom a mindennapi gyakorlatban sokkal komplexebb. Ha megvizsgáljuk a fejlett országok előregedő társadalmait és a betegségek genetikai háttérét, a prevenciós tevékenység egy összetettebb célt követ, miszerint: „a prevenció azon tevékenységek összessége, amely az egyes betegségek esetében, azok incidenciájának minimálisra szorítását, míg más betegségek esetében azok megjelenésének késleltetését, a keletkező szövődmények mérséklését célozza meg.” (Ádány, 2012:25). Caplan (1964) alapján a prevencióban három szintet különítünk el: primer, szekunder, és terciér prevenciót. Primer (azaz elsődleges) prevención az egészségvédelmet általánosságban célzó intézkedéseket, a betegségek és az egészségkárosodás megelőzését értjük. Szekunder (azaz másodlagos)

¹Adatok a szerzőről: PhD hallgató, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem, Menedzsment és Vállalkozásgazdaságtan Tanszék, Budapest, e-mail: dora.timea@mvt.bme.hu

² Incidencia: az adott populációban adott időintervallum alatt előforduló új megbetegedések gyakoriságának mérőszáma

prevención a betegségek kialakulását megelőző elváltozásokat detektáló szűréseket, vizsgálatokat értjük. A terciér (azaz harmadlagos) prevenció olyan tevékenységeket foglal össze, amelyek célja a műtét, kezelés, betegség után a páciens társadalomba való visszahelyezése, integrálása, a szövődmények kialakulásának megelőzése, ahová döntően a rehabilitációt és a felépülést segítő terápiákat soroljuk (Caplan,1964). Az addikciók esetében fontos, hogy a prevenció minden szintjén megfelelő minőségű és mennyiségű szolgáltatással igyekezzenek a megelőzést kihangsúlyozni, melyen segíthet a szolgáltatások marketing szempontú megközelítése. Jelen tanulmányban az addikciók területén alkalmazott prevenciók szolgáltatásokat, kezdeményezéseket vizsgálom és derítem fel Magyarországon, illetve mutatom be a szolgáltatói oldal véleményét, egyes szolgáltatáskomponenseket, azok főbb fókuszpontjait megjelölve, melyek marketing szempontból is hasznosíthatóak lennének az egészségmegőrzés népszerűsítése céljából.

2. Irodalmi áttekintés

2.1. Epidemiológiai kitekintés

Magyarországon a legtöbb halálozást a szív- és érrendszeri betegségek (2017-ben: 26 887 ischaemiás szívbetegség, illetve 5758 heveny szívizomelhalás miatti halálozás, összesen: 32 645 halálozás), valamint a rosszindulatú daganatok (2017-ben: 32 844 halálozás); második leggyakoribb okként agyér-betegségek (2017-ben: 11 384 halálozás); illetve harmadik leggyakoribb okként pulmonológiai eredetű betegségek (2017-ben: 6110 hörgőhurut és tüdőtágulat okozta halálozás) okozzák (KSH,2017). Ezen okok háttérében legtöbbször addikciós eredetű betegségek állnak, mint a dohányzás vagy az alkoholizmus, illetve kisebb mértékben tiltott szer használata. Magyarországon a legutóbbi Európai lakossági egészségfelmérés adatai alapján (ELEF) a dohányzás tekinthető az egyik legjelentősebb veszélyforrásnak, ugyanis a magyar lakosság mintegy harmada (29%) dohányzik. Továbbá országunkban magas a "nagyivók" (napi szinten ivók) aránya is, mely a lakosság 5,4%-át teszi ki (KSH,2015). A drogokat illetően a legutóbbi 2015-ös átfogó felmérés alapján a 18-64 év közötti lakosság mintegy 9,9%-a fogyasztott már legalább egyszer életében valamilyen tiltott szert, míg a fiatal felnőtt lakosság (18-34 év) esetében ez minden 5. emberre igaz (17,7%) (Paksi et. all. 2018). Az EU országai közül Magyarország a felső harmadban foglal helyet ahol a lakosság több mint 25%-a napi szinten dohányzik (Reddit.com,2017). Alkoholfogyasztás tekintetében világviszonylatban szintén a felső harmadhoz tartozunk, így a 9. legtöbb alkoholt fogyasztó ország vagyunk az OECD listáján (OECD,2015). Az OECD statisztikái alapján középmezőnyben vagyunk az illegális szerhasználat területén. Európai viszonylatban az átlagnál alacsonyabb marihuána, kokain és heroin abúzus és átlagos metamfetamin és dizájn-drog fogyasztás jellemző országunkra (OECD,2016). A korábban említett értékek, illetve a fiatalság körében detektált nagyfokú népszerűség kellő mértékben alátámasztja, hogy az addikciók prevenciója az egészségügy kiemelkedő fontosságú feladata.

2.2. Szolgáltatás az egészségügyi marketing oldaláról

Az addikciókkal kapcsolatos szolgáltatásokat két modell alapján közelíti meg a tanulmány a fogyasztói élmény, illetve a szolgáltatói és a fogyasztói oldal jellegzetességeinek feltárása szempontjából. A szolgáltatásmarketing alapmodellje, az úgynevezett Servuction modell, jó alapot ad az addikcióval kapcsolatos prevenciós szolgáltatások részletes elemzéséhez. Fontos kiemelni, hogy bár a Servuction modellt a vevők közötti interakció kihangsúlyozására definiálták a vevői élmény meghatározására, megjeleníti a szolgáltatói oldal vevő által látható és nem látható területeit is. Utóbbi célja döntően a szolgáltatáselőny kihangsúlyozása. Ezt a modellt alapul véve, elsőként azt szerettem volna megtudni, hogyan állnak össze ezen szféra elemei, melyek a kutatás folytatásában a későbbiekben összehasonlíthatók lesznek a vevők véleményével. A tanulmány primer kutatásának eredményei ezen szolgáltatói szemléletű specifikumokra kívánnak választ adni. A modell a vevő számára az élménymarketing elemeit sorolja a szolgáltató látható komponensei közé. Ezek tárgyi eszközökre vonatkoznak, illetve a kapcsolattartó személyzet viselkedésére, melyek a vevő érzékszerveire hatnak. A vevő számára a láthatatlan komponens maga a szolgáltatást előállító rendszer, szervezet jelenti, beleértve a szükséges erőforrásokat és stratégiát, melyben a vállalat belső folyamatai kerülnek előtérbe, amelyek a működési hatékonyságra fókuszálnak (Kenesei-Seprődi,2017).

Másik kifejezetten az egészségügyi szolgáltatások értékének összetevőit taglaló modell, a Porter-féle ellátási értéklánc alapján (Porter-Teisberg,2006) kialakított egészségügyi értéklánc modell, mely egészségérték meghatározásához döntő szerepet tulajdonít magának a páciensnek és véleményének (Simon,2010). Porter ellátási értékláncát alkotó tényezőket két nagy csoportra: elsődleges illetve másodlagos tényezőkre oszthatjuk fel. Elsődleges tényezők azok, melyek kifejezetten a betegéletúthoz, a gyógyítási tevékenységhez kapcsolhatók. Az orvosi/személyzeti munka fázisait írják le a primer prevenciótól, a diagnosztizáláson át, a kezelést követő rehabilitációig. A másodlagos tényezők az elsődleges tevékenységeket támogató faktorokat fogják össze, mint a megfelelő hozzáférés biztosítása, a mérés és eredmények rögzítése, a beteg informálása, valamint szakmai személyzet képzése. A modell azért is értékes, mivel a betegéletutat intézményeken keresztül végig követi és nem azokhoz kötötten vizsgálja (Simon,2010). Az ellátási értéklánc elemeit az egészségügyi értéklánc kiegészíti a páciens személyes felelősségének kiemelésével, a compliance¹ mértékével, illetve az orvos-beteg/személyzet-beteg kommunikáció fontosságának és az infokommunikációs eszközöknek kihangsúlyozásával. A hozzáadott elemeknek a prevenció egyes szakaszaiban kiemelt jelentőségük van, hiszen ezekben a fázisokban a beteg hozzáállása, a kommunikáció minősége, illetve az információáramlás sebessége döntő tényező hatékonyság szempontjából (Emt.bme.hu. 2011).

¹ Compliance: a beteg együttműködésének mértéke az előírt vagy javasolt kezelés/terápia betartásában

2.3. *Prevenció az addikcióra vonatkoztatva*

Caplan (1964) modellje alapján a szenvedélybetegségek esetében primer prevención az addikció megelőzésére irányuló tevékenységeket értjük, olyan személyek esetén, akik még nem használták addikcióra készítő szert. A szekunder prevenció esetében már olyan személyeket kezelnek, akiknek már van bizonyos tapasztalatuk az addikciót kialakító szerek terén, itt gyakorlatilag az ártalomcsökkentés kapja meg a fókuszot. A terciér prevenció szintjén pedig olyan kezeléseket és programokat értünk, mely a társadalomba való visszahelyezést, valamint a szerhasználat leállítását célozza meg olyan esetekben, ahol már a függőség kialakult. Fontos az egyes szinteken az intézkedéseket és a szolgáltatói szereplőket is csoportosítani. Primer szinten országos programokat, önkormányzati vagy iskolai körzetekben lebonyolított kampányokat működtetnek. Országos programok esetében az addikciós prevenció általában a programcsomag egy részeként van jelen, kisebb célcsoportok számára viszont konkrét betegségre vonatkozó kampányokat is szerveznek. A szekunder prevencióban nagy szerepet kapnak az egészségügyi alapellátás szintjén, illetve a közoktatásban dolgozó szakemberek, (pl. védőnők, házi orvosok), hiszen itt a használat mérséklésére kell elsősorban törekedni. Terciér prevenció esetében a terápiák célja már konkrétan a mentális állapot helyreállítása, így ezen a területen pszichológus illetve pszichiáter szakemberek tevékenykednek.

2.4. *A Kutatás Célja*

Az irodalomkutatásban fellelhető információk és a tanulmány vezérfonala alapján az alábbi kutatási célokat fogalmaztam meg:

1. *Programok és szervezetek specifikumai*: A primer és szekunder kutatás eredményei alapján szeretném a prevenció egyes szintjein működő programok jellegzetességeit összegyűjteni.
2. *A Servuction modell szolgáltatói komponensei*: kategorizálni szeretném a szolgáltatói oldal szempontjából fontos tárgyi eszközöket illetve a szolgáltatást nyújtó személyzet célját, célcsoportjait, fejlesztési javaslatait.
3. *Értéklánc specializáció*: Primer kutatási eredményeim alapján szeretném az egészségügyi értéklánc komponenseit az addikciókra vonatkozóan definiálni kiemelve a kommunikáció és az infokommunikációs eszközök szerepét.
4. A tanulmány végén *további javaslatokat* kívánok tenni a kutatás folytatására.

3. Anyag és módszer

A kutatás szekunder részében a tanulmány megírásához online illetve offline szakirodalomra és egyéb forrásokra támaszkodtam. Az epidemiológiai adatokat döntően a KSH illetve az OECD statisztikai adatbázisai alapján gyűjtöttem össze. A szolgáltatás szempontú megközelítéshez az egészségügyi marketing, a szolgáltatásmarketing; valamint a prevenciót érintő szintek definiálásához, illetve az addikciók specifikumainak meghatározásához pedig

népegészségügyi és addiktológiai szakirodalmat használtam fel. Primer kutatásom kvalitatív módon végeztem. Öt darab mélyinterjút készítettem az addikciós prevenció különböző szintjein tevékenykedő személyekkel, akik szolgáltatói szemszögből látják az elemzett folyamatokat. Az interjúk a fókuszpontok kiemelését szolgálták, és feltárták a különböző programok szolgáltatásainak sajátosságait. Alanyaim egészségügyben dolgozó, illetve egészségügyi vagy gazdasági-műszaki végzettségűek, legalább 7-8 éves tapasztalattal. 2018. novemberétől - 2019. februárjáig négy darab, egy órás személyes mélyinterjú készült el. A kutatás szempontjából relevánsnak tartottam egy 2016. novemberében készített e-mailes interjúm eredményeit, a szekunder prevenció sajátosságainak definiálására, melyet Dr. Eörsi Dániel (E.D.) háziorvossal készítettem el, a szűrésekkel és tanácsadásokkal kapcsolatosan. Személyes interjú készült Dankovics Gergely Programigazgatóval (D.G.) (MÁESZ¹Program); illetve Csapó Éva (Cs.É.) védőnővel (Fejérmegyei Önkormányzat: Egészségfejlesztési Iroda) akik a primer prevenció szintjének működéséről szolgáltak információkkal. Tercier prevenció szinten Pataki Erika Pszichológussal (P.E.) (Leszokásvonal, Önkormányzati Prevenció Programok); valamint Dr. Bodrogi Andrea Főorvosasszonnyal/Pszichiáterrel (B.A.) (Ébredések Alapítvány) beszélgettem a függőségek kezeléséről. A továbbiakban tartalomelemzéssel kiértékelt eredményeim olvashatók.

4. Eredmények

Az eredményekben a fókuszpontokat és a jelentősebb tényezőket szeretném kiemelni a vizsgált terület kapcsán:

Programok és szervezetek specifikumai: A primer és szekunder prevenció szempontjából a MÁESZ Program specifikumait vizsgáltam meg. A program egy, az egész országot átfogó primer és szekunder prevenciót támogató program, 2010 óta működik. Összesen 74 szakmai szervezet (államtitkárságok, szakmai társaságok, egyesületek) átfogó munkájával jött létre, amely különböző támogatókat szerzett a privát szféra területeiről (pl. gyógyszergyárak). Programjait egy szűrőbusz és tanácsadói szakmai személyzet segítségével kivitelezi. A szűréseken és tanácsadásokon való részvételhez csupán egy személyi igazolvány szükséges a lakosság részéről. A lakossági szűrések adatait rögzítik, melyeket visszamenőleg monitorozhatnak. Kiemelt szerepe van a dohányzás, illetve a drogellenes kampányoknak melyeket döntő többségében az EMMI által működtetett Drog és Dohányzásfókuszpont működtet különböző szóróanyagok biztosításával. Kiemelt cél az információátadás, a felvilágosító szerep, illetve a szükséges szűrések biztosítása és az ezzel kapcsolatos tanácsadás (Egeszsegprogram.eu,2010). A prevenció tercier szintjén az Országos Korányi Tbc és Pulmonológiai Intézet által működtetett Leszokásvonal, és az Ébredések alapítvány munkatársával készítettem interjút. A Leszokásvonal úgynevezett “quick line” szolgáltatást nyújt (egyébként a MÁESZ Egészségkönyvében is megjelenik), amely a betelefonálóknak

¹ MÁESZ: Magyarország Átfogó Egészségvédelmi Szűrőprogramja

segít a leszokásban. Telefonos jelentkezést követően visszahívásos beszélgetéssel igyekeznek szakmai támogatást nyújtani a leszokásban az arra vállalkozóknak az önellenőrzésben, hogy ezzel is segítsék a fogyasztó által meghozott elhatározás betartását. A program bizonyos időközönként ellenőrző hívásokat is indít a leszokásának sikerességének mérésére (Pataki et. all.2016). Az Ébredések Alapítvány szintén a tercier prevenció képviselőjeként egyéni, család és csoportterápiák segítségével igyekszik a különböző addikciók gyógyulását támogatni, pszichiáter és pszichológus összetételű teamekkel. A terápiák és a csoportos foglalkozások folyamatosak, legfontosabb küldetésük minél hamarabb minél nagyobb változást elérni (Ebredések.hu,2016).

A Servuction modell szolgáltatói komponensei: A modellben, a fogyasztó számára a láthatatlan szervezet- és rendszerkomponensek igen komplexek az addikciós prevenció egyes szintjein. Mivel promócióra és információterjesztésre nem használják a szervezeti összetétel adatait, ezért ezeket az adatokat döntően az interjúk eredményei adták. Az 1.-es táblázatból látható, hogy a legnagyobb eszköztárral dolgozó program a MÁESZ, melynél érdemes figyelembe venni, hogy nem csak az addikciókra hanem egész egészségre kiterjesztett prevenciót végez.

1. táblázat. A Servuction modell fogyasztó számára láthatatlan és látható rendszerkomponensei az addikciós prevencióban

Program/ Tevékenység (ami kapcsán interjú készült)	Megjelenési szint az addikciós prevencióban	Szervezeti és rendszer- komponensek (láthatatlan)	Tárgyi környezet (látható)	Kapcsolattartó személyzet jellemzői (látható)
MÁESZ (interjú: D.G.)	primer+szekunder	kapcsolati hálózat, üzenetküldő rendszer adatbázis, finansziális erőforrások, raktárak, telephely	műszerek, szóróanyagok, promóciós, termékminták, tájékoztatófüzetek, rizikótesztek, Egészségkönyv, szűrőkamion, egészségstrandok, moziátor	<u>10 év alatt több, mint 20 ezer szakember (orvoslátogatók, ápolók, szakápolók, rendőrök, sofőr, hoszteszek):</u> -szaktudás -tanácsadás -vizsgálat elvégzése -telephely összeállítása, eszközök szállítása -figyelemfelhívás
Háziorvosi tevékenység (interjú: E.D)	primer+szekunder+ tercier	adatbázisok, finanszírozás	rendelői felszerelés, műszerek, diagnosztikai eszközök, kényelmet segítő eszközök (várótermi berende- zés, újságok, víz, mosdó)	<u>asszisztens,</u> <u>a háziorvos maga:</u> -kedvesség -szaktudás -tanácsadás -figyelemfelhívás
Védőnői tevékenység (interjú: Cs.E.)	primer+szekunder+ tercier	adatbázisok, finanszírozás, szakmai telephely	szóróanyagok, termékminták, szűrések elvégzéséhez szükséges eszközök	<u>védőnő egyszemélyben:</u> -tanácsadás -szűrés elvégzése -figyelmesség -kedvesség -bizalomkiépítési készség -összhang megteremtése
Leszokásvonal (interjú: P.E.)	tercier	adatbázisok, telephely, informatikai eszköztár, szóróanyagok	saját otthoni környezet	<u>pszichológusok, call-center munkatársak:</u> -figyelmesség -kedvesség -bizalomkiépítési készség -összhang megteremtése
Ebredések Alapítvány (interjú: B.A.)	tercier	adatbázisok, informatikai eszköztár	az alapítvány telephelye, várótermi berendezés, terápiás szobák, helyiségek	<u>pszichológusok, pszichiáterek:</u> -szaktudás -figyelmesség -bizalomkiépítési készség -összhang megteremtése -befolyásolási készség

Forrás: Kenesei-Seprődi,(2017) alapján saját szerkesztés a kutatás eredményeit szemléltetve

A back office-t (láthatatlan részt) tekintve szintén a MÁESZ jár az élen komplexitásban, viszont a szekunder prevenciós szakemberek elmondása alapján a rendelő, és a váró környezete is nagy hatással van a páceinsekre, különösen mentális betegség jelenléte esetén. Fontos tehát az ezt befolyásoló faktorokra is odafigyelni (pl. hőmérséklet, világítás, ülőhely, stb.). Ha a tárgyi környezetet vizsgáljuk, látjuk, hogy csak a diagnosztikai pontokon, valamint a háziorvosi és védőnői szolgáltatások platformjain alkalmaznak diagnosztikai műszereket, melyek alapvető szükségletek a szolgáltatás teljesítéséhez. Hatásgyakorlás céljából fontos, hogy minden szoltáltatást kísérjen szóróanyag is. Célként a szakemberek a minél tovább tartó szermentes állapot elérését jelölték meg, mivel szerintük magáról a szerről, ha az addikció már kialakult nem lehet leszokni, csak legyőzni a betegséget, a szer iránti vágyat. Célcsoport tekintetében mindenki a fiatalokat jelölte meg elsődlegesen, mint a szenzoros élménykeresés csúcán helyet foglaló korcsoport. Olyan alternatívákat szeretnének kínálni számukra, amik elég érdekesek ahhoz, hogy pótolják/késleltessék vagy megelőzzék az addikciót. Az interjúk egyik leglényegesebb eredményeit adják a szakemberek által felhozott fejlesztési javaslatok. P.E. szerint az elrettentő/félelemkeltő kampányok nem elég hatékonyak, az emberek csak akkor kezdenek el figyelni, ha már megbetegsznek. Inkább pozitív üzenetet közvetítő kampányokat javasol (pl. sikertörténetek ismertetését). B.A. szerint a legjobban befolyásoló személyek az addikció kialakulásában a családtagok, így az egyik leghatékonyabb módszerként a családterápiát jelölte meg. P.E szerint hasznos lenne influencerek bevonása bizonyos kampányokba, mivel ez nagyban befolyásolná a fő célcsoportot. Alanyaim egyik fő megállapítása, hogy hiányzik egy országos platformon működő addikciós prevenciós program.

Értéklánc specializáció: Az egészséggondozási értékláncot illetően a sárga alapon jelölt kiegészítések tárják fel az interjúk információi alapján leszűrt faktorokat (Isd. 1. ábra), melyek azt mutatják meg, hogy látják az értékláncot az addikciós prevenció szolgáltatói oldalán dolgozók. Fontos kiemelni, hogy a másodlagos, támogató tényezők esetében a szakemberek, illetve a programigazgató is együttesen jelölték meg a páciens folytonos képzésének szükségességét, minél korábbi életkorban elkezdve azt.

1. ábra. Egészséggondozási értéklánc az addikciós prevenció elemeivel



Forrás: Emt.bme.hu.(2011) alapján saját szerkesztés a kutatás eredményeit szemlélítve

Az összes vizsgált szolgáltató rendelkezik adatbázissal, amely a visszakövethetőség és az eredményesség mérése szempontjából lényeges. Alanyaim szerint a legeredményesebb a többszörös személyes találkozás biztosítása szakemberrel, illetve a család bevonása a prevencióba. A legkomplexebb terület az elsődleges funkciók közül, a megelőzés és a diagnosztizálás. Az interjúk a prevenció minden szintjén hangsúlyozták a társadalomba való visszaállítás fontosságát, és a nyomonkövetést. A beavatkozás és a gyógyulás fázisa egyedi a többi betegséghez képest, mivel itt a szakemberek bizalomkiépítési képessége dominál. Tehát ezen betegségek esetében sokkal jobban függ a beteg gyógyulása a pszichológiai és szociológiai tényezőktől, mint például gyógyszerektől, vagy műtétektől. Az értéklánc szempontjából kiemelkedő a folytonos informálás, mint cél, a támogató funkciók betöltéséhez, illetve a legfontosabb a megelőzés szakasza. Kiemelt még a terciér prevenció fontossága és a gyógyulás sajátosságai, az utólagos monitorozás gyakorisága másfajta betegségekhez képest.

5. Következtetések és javaslatok

Következtetésként egy olyan kampány kidolgozására szeretnék javaslatot tenni, amelynek részleteit az eredmények lényegének kiemelésével állítottam össze. A tanulmány eredményei alapján elsődlegesen a fiatalabb korcsoport, mint fő célcsoport számára kell olyan üzeneteket továbbítani amelyek *pozitívak és nem elrettentők (sikertörténetek); illetve mindenhol jelen vannak a mindennapokban (pl.tömegközlekedés, iskola, bevásárlóközpont)*. A megvalósításhoz érdemes influencereket bevonni, illetve olyan eszközöket alkalmazni, amik nagy befolyással vannak a családra: TVmegjelenés, minél nagyobb online jelenlét (pl. facebook, instagram), plakátok, újságok, vagy nyereményjátékok. Véleményem szerint az online népszerűséget különösképp játékosítással (gamification) lehetne növelni (pl. fénykép layer-ek a selfie-hez, megosztható idézetek, mémek). A szakemberek egyetértettek abban, hogy mindenképp szükséges egy országos, csak az addikcióra fókuszáló program, főleg azért is, hogy az ilyen típusú betegségek háttérben megbújó mentális okokat is kellő időben detektálni tudjuk. Egy ilyen program első körben az általános és középiskolákban lehetne sikeres, de hasonlóan a MÁESZ programjához országosan, vagy annak egy részkampányaként is kivitelezhető lehetne. A kutatás folytatásának célja a fogyasztói oldalról is megvizsgálni az addikciós prevencióval kapcsolatos véleményt annak érdekében, hogy az addikciók területén működő prevencióról és az arról alkotott véleményről minél részletesebb képet kaphassunk. Erre kvantitatív kérdőív illetve fókuszcsoporthoz interjú alkalmazása lenne indokolt, elsődlegesen a szolgáltatáselvárás tényezőinek és a szolgáltatások minőségének felmérésére. A kérdőíveket/interjúkat konkrét programok megjelenési platformjain, illetve független (a programot nem ismerők körében) lehetne közzé tenni, a tapasztalt szolgáltatásminőség és egy ilyen programmal szembeni elvárások összehasonlítására. A további kutatás eredményeit összevetve a jelenlegi tanulmány következtetéseivel konkrétabban definiálhatnánk a megelőzésére irányuló szolgáltatásokat, egyúttal kutatási eredményként még biztosabb javaslatokat tehetnénk a kampányok/ programok/ szolgáltatások hatékonyságát növelő marketingeszköztár bővítésére is.

Köszönetnyilvánítás



„AZ EMBERI ERŐFORRÁSOK MINISZTERIUMA ÚNKP-18-3-II. KÓDSZÁMÚ ÚJ NEMZETI KIVÁLÓSÁG PROGRAMJÁNAK TÁMOGATÁSÁVAL KÉSZÜLT.”

Hivatkozott források

Ádány, R.(szerk.) (2012). Megelőző orvostan és népegészségtan. Budapest, Medicina Kiadó, p. 25.

Caplan, G. (1964). Principles of preventive psychiatry. Oxford, England: Basic Books.

Ebredések.hu. (2016). Ébredések. On-line: <http://ebredések.hu/rolunk/> Elérve: 2019.03.22

Egészségprogram.eu (2010): On-line: <https://www.egeszsegprogram.eu/> Elérve: 2019.03.22.

Emt.bme.hu. (2011). Terápiás együttműködések rendszere. Fehér könyv, 2011 | eVITA. Internetes forrás. On-line: <http://emt.bme.hu/drupal/evitaplatform/hu/terfk2011> Elérve: 2019.március.14.

Kenesei,Zs.-Seprődi,P.(2017) Service experience design, avagy a szolgáltatások tervezésének új kihívásai.Vezetéstudomány,48.évf.2.szám,pp.53-66.

KSH (2015). – Európai lakossági egészségfelmérés, 2014. Statisztikai Tükör, 2015-ös.évf.29. szám, pp.1.-8.

KSH (2017). STADAT – 1.5. Halálozások a gyakoribb halálokok szerint (1990–). Internetes forrás. On-line: http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_wnh001.html Elérve: 2019.március.13.

OECD (2015) Internetes forrás. On-line: <http://www.oecd.org/health/public-health.htm> Elérve: 2018. március 17.

OECD (2016). Use of illicit drugs among adults, Health at a Glance: Europe 2016: State of Health in the EU Cycle. OECD Publishing, Paris

Paksi,B.- Demetrovics,Zs.-Magi,A.-Felvinczi,K. (2018). A magyarországi felnőtt népesség droghasználata – az országos lakossági adatfelvétel az addiktológiai problémákról 2015 (OLAAP 2015) reprezentatív lakossági felmérés Alapján. Magyar Pszichológiai Szemle, 73.évf.4. szám, pp.541-565.

Pataki,E.-Hodasz,L.-Tóth,E.-Horváth,I.-Kovács,G.(2016). An observational study “Quitline service” for smoking cessation in Hungary. European Respiratory Journal, 48. évf.60. szám.

Porter, M. - Teisberg, E. (2006). Redefining health care. Boston, Harvard Business School Press, pp.225-245.

Reddit.com.(2017). Daily smokers of cigarettes (2014): europe. Internetes forrás. On-line: https://www.reddit.com/r/europe/comments/5u9g0s/daily_smokers_of_cigarettes_2014/
Elérve: 2019. március 13.

Simon J.(2010). Marketing az egészségügyben. Budapest, Akadémia Kiadó, pp.188-192.

A kelet-közép-európai államok demográfiai kihívásai az első demográfiai osztalék tükrében

Drabancz Áron¹

Összefoglalás

A következő évtizedekben a kelet-közép-európai országok nagy részében globális összevetésben is jelentősen fog csökkenni a lakosságszám. A változás már most jelentős kihívást jelent ezen nemzetgazdaságok számára, a problémakört korábban több kutatás is elemezte. Tanulmányomban az első demográfiai osztalék fogalmán keresztül vizsgálom meg az előregedési folyamatokat az említett térségben. Kiinduló hipotézisem szerint az országok első demográfiai osztaléka között erős pozitív korreláció áll fent a 2015-2080-as időtávon. Dolgozatomban először felvetem az európai népesedési kihívásokat, majd a népességstruktúra és a gazdasági növekedés kapcsolatának szakirodalmi elemzése után az első demográfiai osztalék módszertanát mutatom be. Kutatásom eredményei alapján a térségben jelentősen, az EU-28 átlagát meghaladóan fog csökkenni az első demográfiai osztalék mértéke. Az egyes osztalékok között inkább erős pozitív korreláció figyelhető meg: a páronkénti korrelációs együtthatók az esetek 2/3-ában 0,68-nál nagyobb értéket mutattak. Összességében tehát megállapítható, hogy a térség országaiiban hasonló mértékben és módon fog változni az első demográfiai osztalék mértéke, azonban további kutatást igényel, hogy ezen folyamatok mennyire térnek el az általános európai tendenciáktól.

Kulcsszavak: népesedés, előregedés, Kelet-Közép-Európa, korszecifikus jövedelemelosztás, első demográfiai osztalék

JEL kód: E24, J11, O49

1. Bevezetés

A neoklasszikus elmélet Solow (1956) modelljében a termelési tényezők – munka és tőke -, illetve a technológiai haladás határozzák meg egy ország hosszú távú kibocsátását. A tőke- és munkaerőállomány növekedése, valamint a technológia fejlődése hosszú távon nagyobb kibocsátást implikál. Azonban az ipari forradalom óta gyakorlatilag töretlen népességnövekedés a kelet-közép-európai országokban lassulni látszik, sőt jelentős csökkenésbe fordul át. Az ENSZ (2019) elemzése alapján míg a világon jelenleg 1%-kal növekszik a népesség, addig a kelet-közép-európai régióban évente 0,3%-kal csökken. 2050-

¹ PhD hallgató, Budapesti Corvinus Egyetem, Általános és Kvantitatív Közgazdaságtan Doktori Iskola; aron.drabancz@gmail.com

ig a térség népessége összesen 15%-kal csökkenhet, a legnagyobb csökkenés Bulgáriában, Litvániában és Lettorszáiban várható. Az ENSZ előrejelzése alapján Kelet-Közép-Európa a leggyorsabban elöregedő és leggyorsabban csökkenő népességű térség (ENSZ, 2019).

Az elöregedés és a csökkenő népességszám okozta kihívásokat számos tanulmány elemezte már korábban is. Jelen kutatásomban az első demográfiai osztalék szakirodalmát kívánom bővíteni, az osztalék nagyságát számítom ki a térségben a 2015-2080-as időtávon, és korrelációs elemzéssel megvizsgálom, hogy a térség országai mennyire hasonlítanak egymásra. Kiinduló feltételezésem, hogy a térség hasonló történelmi és kulturális múltja, valamint a csökkenő népességszám miatt a térség államai között az első demográfiai osztalékok között nagyfokú pozitív korreláció figyelhető meg ($\rho \geq 0,68$).

2. Irodalmi áttekintés

A szakirodalom megosztott abban, hogy a népességnövekedés az egy főre jutó kibocsátásra pozitívan vagy negatívan hat. Kelley (1988) szerint, ha egy országban a megművelhető föld és víz szűkös, a munkaerő csökkenő határterméke miatt az egy főre jutó GDP növekedés lassulhat. A szerző úgy véli az egy főre jutó gazdasági növekedés számos fejlődő országban gyorsabb lenne, ha a népességnövekedés üteme csökkenne. Továbbá Kelley-Schmidt (1995) azt találták 30 éves időtávot felölelő panel adatbázisukban, hogy a gyorsabb népességnövekedés jelentősen negatív hatással van a gazdasági növekedésre. Ellenben Kuznets (1960, 1967) azt találta, hogy a növekvő népesség a bővülő munkaerőpiacon, növekvő innovációs képességen, nagyobb megtakarítási hajlandóságon, illetve növekvő méretgazdaságosságon keresztül stimulálhatja egy ország gazdaságát. Az ellentétes eredmények miatt a makróökonómiában inkább stilizált tényként az terjedt el, hogy a népességnövekedés üteme nem befolyásolja jelentősen az egy főre jutó gazdasági növekedést. (Headey-Hodge, 2009; Srinivasan, 1988)

Ezzel szemben mára azonban konszenzus van abban, hogy a népesség korstruktúrájának megváltozása jelentősen hathat egy ország gazdasági teljesítményére. Feyrer (2007) szerint erős korreláció áll fent a munkaerő demográfiai struktúrája, illetve a kibocsátás között: a társadalmon belül a 40 éves korosztály létszámának növekedése az ország produktivitására is kedvezően hat. Fougère and Mérette (1999) együtt élő generációs modelljükben 7 fejlett gazdaságot vizsgálva arra a következtetésre jutottak, hogy az elöregedés okozta tényezők miatt a fiatalabb generáció humán tőkébe való befektetése növekedhet, amely enyhíti az elöregedés negatív következményeit. Bloom és Williamson (1998) pedig tanulmányukban azt találták, hogy az 1965-1990-es időtávon a kelet-ázsiai „gazdasági csoda” (6,1%-os éves egy főre jutó kibocsátás növekedés) harmada magyarázható azzal, hogy az eltartottak aránya jelentősen lecsökkent, a munkaképes korúak aránya pedig nőtt a vizsgált időszakban. Összességében megállapítható, hogy a munkaképes korúak arányának növekedése, az eltartottak arányának csökkenése pozitívan befolyásolhatja egy ország gazdaságának növekedését. Ezt kvantifikálja az első demográfiai osztalék, mely megadja, hogy egy sajátos értelmezés mellett miként

változik az effektív munkások - nagy súllyal a munkaképes korúak -, illetve effektív fogyasztók - eltartottak súlya jelentős - aránya (Berde-Kuncz, 2014).

Az első demográfiai osztalék modelljét számos országban és térségben alkalmazzák a 20. század második fele óta. Számos szerző a 20. század második felében a Kelet- és Délkelet-Ázsiában tapasztalható nagyfokú GDP növekedést részben az első demográfiai osztalékhoz köti. A munkaképes korúak arányának növekedése, az eltartottak arányának csökkenése a kibocsátásnövekedés jó részét magyarázza (Bloom-Williamson, 1998; Cai-Wang, 2005; Mason, 2005), a jövőben azonban a negatívvá váló demográfiai osztalék lelassíthatja a növekedést, és az országok a közepes jövedelmű országok csapdájában ragadhatnak (Ha-Lee, 2016). A növekedési modelleken belül a specifikusan az első demográfiai osztalékkal foglalkozó magyarországi szakirodalom viszonylag szűk, a magyarországi első demográfiai osztalékkal kapcsolatban Gál és szerzőtársai által írt tanulmányok a kiemelendők, illetve Berde-Kuncz 2014-ben született tanulmánya (többek között például Gál, et. al., 2011; Gál-Vargha, 2013; Berde-Kuncz, 2014).

A tanulmány megírásának célja a kelet-közép-európai országok demográfiai sajátosságainak felmérése és elemzése az első demográfiai osztalékon keresztül: milyen hasonlóságok és különbségek azonosíthatók a világ egyik leggyorsabban csökkenő népességű térségében.

3. Anyag és módszer

A tanulmányban korszpecifikus jövedelem és fogyasztási együtthatókon alapuló növekedési modellezést használok. Az első demográfiai osztalékkal foglalkozó modellek célja, hogy megbecsülje az egyes években miként aránylik egymáshoz a dolgozói létszám növekedési üteme, illetve a fogyasztói létszám növekedési üteme. A dolgozói létszám gyorsabb növekedése pozitív demográfiai osztalékot indukál, az országban a munkaképes korúak aránya gyorsabban növekszik, mint az eltartottak száma. Mind a dolgozói és fogyasztói létszám értelmezése sajátos, arányosított az egyes korosztályok jövedelmi és fogyasztási adataival, melyeket a nemzeti transzfeszamlák rendszere adja meg (NTA, 2017).

Az elkövetkezőkben Mason (2005), Berde-Kuncz (2014), illetve Drabancz (2017) jelölései alapján mutatom be az első demográfiai osztalék modelljét. A modell megmutatja, hogy az egyes években miként változik az effektív fogyasztóra jutó kibocsátás. Az effektív fogyasztó a korosztályi létszám, illetve annak relatív fogyasztási adatainak szorzatösszege:

$$N(t) = \sum_{\alpha=0}^n \alpha(a, t) * P(\alpha, t) \quad (1.1)$$

Az 1.1 egyenletben $N(t)$ jelöli az effektív fogyasztók számát a t -dik évben, n a maximális korév, $P(\alpha, t)$ az a életkorú korosztály száma a t -dik évben, $\alpha(a, t) = \frac{c(a,t)}{c(b,t)}$ a korszpecifikus

fogyasztási együttható.¹ Az 1.1 egyenlet tehát megadja az ország effektív fogyasztóinak számát, ahol egy effektív fogyasztó fogyasztása éppen a báziskorosztály fogyasztásával megegyező. Az effektív fogyasztóra jutó kibocsátás ($\frac{Y}{N}$) változása határozza meg a modellben a gazdasági növekedést:

$$y^n(t) = \frac{Y(t)}{N(t)} = \frac{Y(t)}{L(t)} * \frac{L(t)}{N(t)} \quad (1.2)$$

Az egyenletben szereplő $L(t)$ a t -dik évben az effektív munkaerőállomány. Definíciója hasonló az effektív fogyasztóéhoz, a korosztályi létszám, illetve annak relatív munkajövedelmi adatainak szorzatösszege:

$$L(t) = \sum_{a=1}^n \rho(a, t) * P(a, t) \quad (1.3)$$

Az egyenletben a $\rho(a, t) = \frac{\rho(a, t)}{\rho(b, t)}$ a korszpecifikus jövedelmi együttható.² Az 1.2-es egyenlet logaritmálása után a kibocsátás növekedési üteme az alábbi tényezőkre bontható:

$$\Delta \ln(y^n(t)) = \Delta \ln(L(t)) - \Delta \ln(N(t)) + \ln(y(t)) \quad (1.4.)$$

ahol $y(t)$ az effektív dolgozóra jutó kibocsátás. Az 1.4.-es egyenletben szereplő $\Delta \ln(L(t)) - \Delta \ln(N(t))$ jelöli az első demográfiai osztalék mértékét.³

A demográfiai osztalék mértékét így erősen befolyásolja egy ország korstruktúrája: ha a népességnövekedésnél gyorsabban emelkedik az eltartottak száma, akkor az osztalék várhatóan negatív, ha lassabban pozitív. A kelet-közép-európai térség népessége stagnál vagy csökken, azonban a várható életkor növekszik, így az időskorúak száma és társadalmon belüli aránya jelentősen növekedni fog 2080-ig kitekintve (1. táblázat). Ez a vizsgált időtávon az első demográfiai osztalék csökkenését vetíti előre.

¹ „A fogyasztási együtthatóban $c(a, t)$ az a éves népesség t -dik évi egy főre eső átlagfogyasztása, $c(b, t)$ pedig a báziskorosztály, vagyis a 30-49 évesek életkoronkénti átlagfogyasztásának átlaga” (Drabancz, 2017, 14.)

² $\rho(a, t)$ az a éves népesség t -dik évi egy főre eső átlagjövedelme, $\rho(b, t)$ a báziskorosztály, vagyis a 30-49 évesek életkoronkénti átlagjövedelmének átlaga.

³ Számításomban én az $\frac{L(t)}{N(t)}$ hányadost kvantifikáltam első demográfiai osztalékként.

1. táblázat. Az idősorúak száma és társadalmon belüli aránya a kelet-közép-európai térségben 2015-ben és 2080-ban

	Idősorúak száma		Idősorúak társadalmon belüli aránya	
	2015	2080	2015	2080
EU-28	95 981 443	151 107 201	18,88%	29,13%
Bulgária	1 440 329	1 417 135	20,00%	30,85%
Csehország	1 880 406	2 788 211	17,84%	28,52%
Észtország	246 352	340 984	18,76%	29,90%
Horvátország	795 147	1 048 758	18,82%	32,01%
Lengyelország	5 859 706	9 546 746	15,42%	32,87%
Lettország	385 076	366 915	19,39%	28,57%
Litvánia	547 115	469 956	18,73%	28,34%
Magyarország	1 764 232	2 516 072	17,90%	28,95%
Románia	3 375 500	4 153 788	16,99%	28,59%
Szlovákia	756 879	1 452 088	13,96%	30,80%
Szlovénia	369 386	554 161	17,91%	28,59%

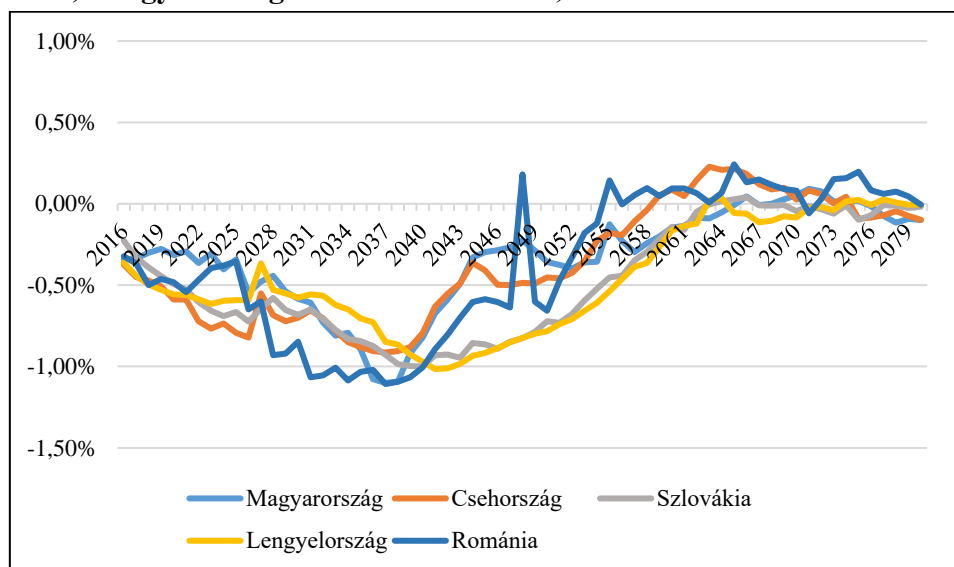
Forrás: Eurostat (2019) alapján saját számítás.

Az első demográfiai osztalék számítása során az Eurostat (2019) adatbázisa adta a korosztályi létszámot ($P(\alpha, t)$), a jövedelmi és fogyasztási adatok adatforrása pedig az NTA (2017) adatbázisa volt. A jövedelmi és fogyasztási adatok nem állnak rendelkezésre minden évben, illetve minden országban. Így az első demográfiai osztalék számítása során jövedelmi és fogyasztási súlyként végig a 2005-ös magyarországi adatokkal számoltam. Ez mindenképp torzítja a nem magyar adatokon kapott eredményeket, azonban korábbi kutatások szerint, az eltérő súlyok használata 1-1 évben torzíthatja jelentősen az osztalék értéket, azonban hosszabb időtávon nem hat jelentősen az eredményekre (Berde-Kuncz, 2014; Drabancz, 2017). A két adatsor eltérése miatt a korosztályi létszámadatokat 80 év felett aggregáltam, a számításokat Excelben, VBA kód segítségével végeztem el.

4. Eredmények

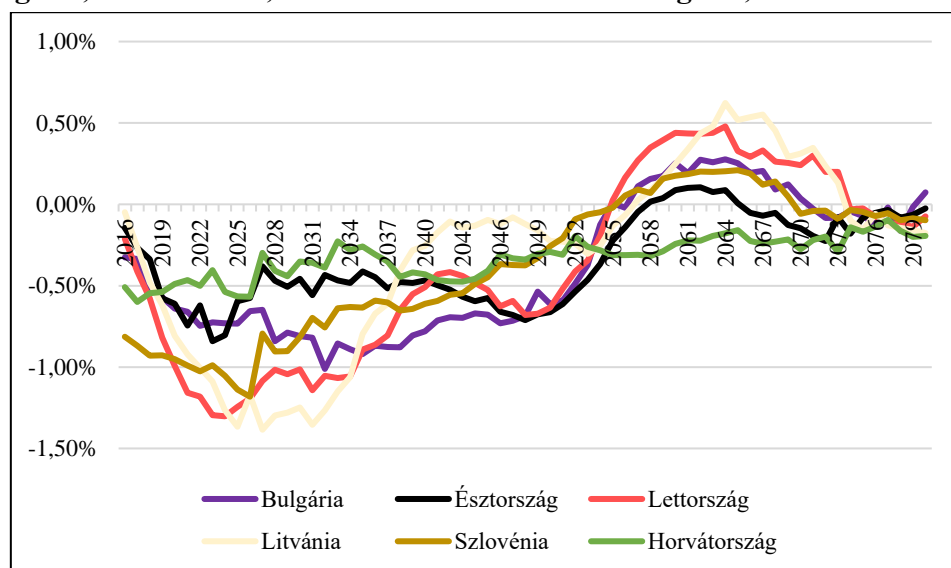
Az 2. és 3. ábra mutatja, hogy a kiválasztott országokban miként változott az első demográfiai osztalék nagysága. Összességében megállapítható, hogy a vizsgált évek elején a demográfiai osztalék egyre nagyobb mértékben csökken, a 21. század második harmadától azonban a csökkenés üteme lassul, és az évtized második felében inkább stagnálás tapasztalható. A 2015-2080-as időtávon minden érintett országban csökkent az első demográfiai osztalék, a legnagyobb mértékben Szlovákiában (26,3%), a legkisebb mértékben Litvániában (18,1%).

1. ábra. Az első demográfiai osztalék értéke Magyarországon, Csehországban, Szlovákiában, Lengyelországban és Romániában, 2015-2080



Forrás: Eurostat (2019) és NTA (2017) alapján saját számítás

2. ábra: Az első demográfiai osztalék értéke Bulgáriában, Észtországban, Lettországon, Litvániában, Szlovéniában és Horvátországban, 2015-2080



Forrás: Eurostat (2019) és NTA (2017) alapján saját számítás

Az EU-28-ak átlagában az effektív fogyasztókra jutó effektív munkásszám csökkenése (18,3%) kisebb, mint a kelet-közép-európai térségben. Ennek oka, hogy Nyugat-és Észak-Európában a magasabb termékenységi arányszám és a nagyobb bevándorlás miatt a fiatalabb korosztály lélekszáma érdemben nem csökken. Azonban az időskorúak lélekszámának és társadalmon belüli arányának növekedése miatt minden európai országban negatív lesz az első demográfiai osztalék mértéke. Még a 2080-ig várhatóan 48,1%-os népességnövekedésben részesülő Svédországban is 12%-kal lesz kisebb az effektív fogyasztókra jutó effektív munkások száma. Ennek fő oka, hogy Svédországban is jelentősen fog növekedni az

időskorúak társadalmon belüli aránya (2015: 24,4%; 2080: 34,7%) (Saját számítás Eurostat (2019) és ENSZ (2019) alapján).

A vizsgált országok első demográfiai osztalékának egymással vett korrelációja a 2. táblázatban látható. Taylor (1990) 0,68 fölötti korrelációt tekinti erős pozitív korrelációnak. Így megállapítható, hogy a vizsgált térségben az effektív fogyasztóra jutó effektív munkásszám hasonló dinamikával fog változni az elkövetkező években, hisz az 55 esetből 18 esetet leszámítva mindenhol magasabb a korreláció nagysága, mint 0,68, s egyetlen esetben se alacsonyabb a korreláció, mint 0,36.¹

2. táblázat. A demográfiai osztalék korrelációja

	M	Cs	Szlá	Len	R	B	É	Let	Lit	Szlé	Hor
Magyarország	1										
Csehország	0,87	1									
Szlovákia	0,83	0,88	1								
Lengyelország	0,74	0,80	0,97	1							
Románia	0,90	0,89	0,85	0,77	1						
Bulgária	0,80	0,96	0,89	0,82	0,90	1					
Észtország	0,55	0,82	0,84	0,82	0,69	0,88	1				
Lettország	0,66	0,91	0,74	0,65	0,77	0,92	0,87	1			
Litvánia	0,61	0,82	0,58	0,45	0,68	0,79	0,67	0,92	1		
Szlovénia	0,60	0,87	0,65	0,59	0,73	0,84	0,76	0,91	0,85	1	
Horvátország	0,45	0,66	0,58	0,63	0,54	0,61	0,62	0,62	0,52	0,82	1

Forrás: Eurostat (2019) és NTA (2017) alapján saját számítás

5. Következtetések és javaslatok

Megállapítható, hogy az Európai Unió egészében az első demográfiai osztalék mértéke jelentősen fog csökkenni a 2015-2080-as időtávon (EU-28: -18,3%). A kelet-közép-európai országok nagyrészt az Európai Unió átlagát meghaladó lesz a csökkenés, és az adatok nagymértékben korrelálnak. Azonban további vizsgálatot igényel, hogy a Kelet-Közép-Európában megfigyelt értékek miért így alakulnak és a térség demográfiai jövőképe mennyire tér el jelentősen Nyugat-Európától.

¹ Taylor (1990) a 0,36 és 0,68 közötti korrelációt mérsékeltnek, közepesnek tekinti.

Köszönetnyilvánítás

A kutatást az EFOP-3.6.2-16-2017-00017 azonosítószámú „Fenntartható, intelligens és befogadó regionális és városi modellek” című projekt támogatta. A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap és Magyarország költségvetése társfinanszírozásában valósul meg.

Hivatkozott források

Bloom, D. E. - J. G. Williamson (1998): Demographic transitions and economic miracles in emerging Asia. *World Bank Economic Review*, vol. 12, No. 3.: 419-456.

Berde, É. - Kuncz I. (2014): Az első demográfiai osztalék, és magyarországi alakulása. *SZIGMA*, Vol. 45., No. 3-4.: 177-192.

Cai, F. - Dewen W. (2005): China's demographic transition: Implications for growth. In *The China boom and its discontents*, eds. Ross Garnaut and Ligang Song, 34–52. Canberra: Asia Pacific Press.

Drabancz Á. (2017): Németország és Magyarország első demográfiai osztaléka új megközelítésben, TDK Dolgozat. Elérhető: <http://szd.lib.uni-corvinus.hu/10441/> Letöltve: 2019.03.27.

Easterlin, R.A., (1967): Effects of population growth on the economic development of developing countries. *Ann. Am. Acad. Polit. Soc. Sci.* 369, 98–108.

ENSZ (2019) Internetes forrás. On-line: <https://population.un.org/wpp/> Letöltve: 2019. 03. 19.

Eurostat (2019) Internetes forrás. On-line: <https://ec.europa.eu/eurostat/data/database> Letöltve: 2019.03.26.

Feyrer, J. (2007): Demographics and productivity. *Rev. Econ. Stat.* Vol. 89. No. 1.: 100–109.

Fougère, M. - Mérette, M., (1999): Population ageing and economic growth in seven OECD countries. *Econ. Model.* Vol. 16. No. 3.: 411–427.

Gál, R. I. – Gergely, V. – Medgyesi, M. (2011): NTA in Hungary: Contribution asset and returns in a pay-as-you-go pension scheme. In: Lee, RD and Mason, A (eds): *Population Aging and the Generational Economy: A Global Perspective*. Cheltenham UK and Northampton MA: Edward Elgar Publishing, 542-553.

Gál, R. I. – Vargha, L. (2013): NTA Country Report: Hungary 2005. *National Transfer Accounts*.

Ha, J. - Lee, S-H., (2016): Demographic Dividend and Asia's Economic Convergence towards the U.S. *Journal of Economics of Ageing*, December 2016, Vol. 8.: 28-41.

Headey, D. D. - Hodge, A. (2009): The Effect of Population Growth on Economic Growth: A Meta-Regression Analysis of the Macroeconomic Literature. *Population and Development Review*, Vol. 35, No. 2.: 221-248.

Kelley, A.C., (1988): Economic consequences of population change in the Third World. *J. Econ. Lit.* Vol. 26. No. 4.: 1685–1728.

Kelley, A.C. - Schmidt, R.M., (1995): Aggregate population and economic growth correlations: the role of the components of demographic change. *Demography* Vol. 32. No. 4.: 543–555.

Kuznets, S. (1960): Population change and aggregate output. Universities-National Bureau Committee for Economic Research, Demographic and Economic Changes in Developed Countries. Princeton University Press, Princeton, NJ.

Kuznets, S. (1967): Population and economic growth. *Proc. Am. Philosoph. Soc.* 111., 170–193.

Mason, A. (2005): Demographic Transition and Demographic Dividends in Developed and Developing Countries, United Nations Expert Group Meeting on Social and Economic Implications of Changing Population Age Structures (Mexico City)

NTA (2017) Internetes forrás. On-line: <http://www.ntaccounts.org/web/nta/show/> Letöltés: 2017.02.20.

Solow, R. M. (1956): A Contribution to the Theory of Economic Growth. *Quarterly Journal of Economics*, 70. 65–94.

Srinivasan, T. N. (1988): Population growth and economic development. *Journal of Policy Modelling* 10(1): 7-28.

Taylor, R. (1990): Interpretation of the Correlation Coefficient: A Basic Review. *Journal of Diagnostic Medical Sonography*. Vol. 6, No. 1.: 35-39.

Az Európai Unió tagállamok éghajlati és energetikai eredményeinek, illetve célkitűzéseinek elemzése

Drabancz Áron¹

Összefoglalás

Korunk legkomolyabb kihívásai közé tartozik a globális klímaváltozás: a növekvő tengerszint és a változó klíma már ma is milliók életét változtatja meg alapjaiban. Az Európai Unió számos kezdeményezéssel próbálja meg lassítani a globális klímaváltozást és elősegíteni a fenntartható fejlődést. Ennek egyik fontos alapja a 2020-ra kitűzött 20%-os üvegházhatású gázkibocsátás csökkentés, a 20%-os energiahatékonysági cél, illetve a 20%-os megújuló energiaforrás aránycél elérése. Tanulmányomban az EU-s célkitűzéseket elemzem. Megvizsgálom, hogy a célok elérhetők e, illetve az egyes tagállamok milyen mértékben járulnak hozzá a kibocsátáscsökkentéshez európai, illetve világszinten. Tanulmányomban először röviden felvázolom az EU fenntartható fejlődéshez kapcsolódó politikájának keretrendszerét, majd bemutatom a 2020-as, 2030-as és 2050-es célokat. Ezt követően elemzem az EU egészének vállalásait, illetve az egyes térségeket, valamint a 2016-os adatok alapján a kitűzött célok realitását. Elemzés eredményei alapján a 2020-as aggregált célok elérhetők, azonban az egyes tagállamoknak nem biztos, hogy sikerül a kitűzött cél elérése 2020-ig.

Kulcsszavak: klímaváltozás, Európai Unió, szabályozás, fenntartható fejlődés

JEL kód: C23, O13, Q52

1. Bevezetés

A klímaváltozás a 21. századi globális politika egyik legnagyobb kihívása, a WEF (2019) elemzése alapján a második legfontosabb globális kockázat a bekövetkezési valószínűség, illetve a kiváltott hatás tekintetében. A jelenséghez kapcsolódó változások eltérően (akár pozitívan is) hatnak az egyes országokra, illetve társadalmi rétegekre, így az aggregált szinten negatív externáliát okozó klímaváltozás nemzetközi szintű megoldása rendkívül nehéz. A probléma feloldására tett kísérlet a Kiotói Protokoll (1998) és a Párizsi Megállapodás (2015), azonban az CO₂ kibocsátás továbbra is növekvő a világban (United Nations, 1998; 2015; IEA, 2018). A tanulmányomban az Európai Unió vállalásait elemzem, megvizsgálom a kitűzött célokat és a megvalósult eredményeket globális és európai kontextusban.

¹ PhD hallgató, Budapesti Corvinus Egyetem, Általános és Kvantitatív Közgazdaságtan Doktori Iskola; aron.drabancz@gmail.com

2. Irodalmi áttekintés

A világpolitika a 20. század második felétől kezdett egyre nagyobb és nagyobb hangsúlyt fektetni a klímaváltozás iránt. A 20. század második felében megjelenő elemzések rámutattak arra, hogy a klímaváltozás kiváltó oka valószínűleg emberi eredetű, illetve a változás jelentős gazdasági károkat okoz a világban. A világpolitika a jelenséget nemzetközi tárgyalások és egyezmények (pl. Kiotói Protokoll - 1998, Párizsi Megállapodás - 2005) sorával próbálta kezelni, azonban ezek globális szinten egyelőre átütő eredményt nem értek el. Ezt jól mutatja az 1. táblázat, a világ egészében a CO₂ kibocsátás 62,48%-kal emelkedett 1990-től 2016-ig. A CO₂ kibocsátás csökkenés, stagnálás a fejlett világban figyelhető csak meg, melynek oka, hogy magasabb hozzáadott értékű iparágak, szolgáltatások kevésbé energiaintenzívek, illetve a fejlett világ kibocsátásának egy része a fejlődő világba helyeződött át az energiaintenzív iparágak áttelepülése miatt. Így az enyhe csökkenés, stagnálás nem igazán tekinthető jelentős eredménynek. Azonban az Amerikai Egyesült Államokat, illetve Európát egybevetve megfigyelhető, hogy az öreg kontinens országaiban lényegesen nagyobb mértékben csökkent a kibocsátás, mint az Amerikai Egyesült Államokban. A csökkenő európai CO₂ kibocsátás miatt ma egész Európa súlya csupán 15,5% a teljes globális kibocsátás arányában, ami jól rámutat arra, hogy globális szinten tagállami eredmények helyett inkább aggregált Európai Uniósi eredmények használata célszerű.

1. táblázat. Az éves CO₂ kibocsátás millió tonnában a világ nagyobb országaiban, térségeiben 1990 és 2016 között

	Éves kibocsátás		Változás	Összkibocsátásból való részesedés	
	1990	2016		1990	2016
Világ	22 220	36 183	62,84%	100%	100%
USA	5 123	5 312	3,69%	23,06%	14,68%
Európa	8 065	5 608	-30,46%	36,29%	15,50%
Kína	2 440	10 151	316,02%	10,98%	28,05%
India	619	2 431	292,73%	2,78%	6,72%
Egyéb	5 974	10 250	71,58%	26,88%	28,33%

Forrás: Our World in Data (2019) alapján saját számítás

Térségünkben a CO₂ kibocsátás csökkenésének egyik fő oka, hogy az Európai Unió az ezredforduló óta kiemelt figyelmet fordít a globális klímaváltozás elleni harcra. Kitűzött célja, hogy 2050-re az energiaellátás és a versenyképesség megőrzése mellett a térség alacsony CO₂ gazdasággá váljon, vagyis az éves CO₂ kibocsátás 80-95%-kal csökkenjen az 1990-es bázishoz képest (European Commission, 2011). Az Európai Unió a célok eléréséért részcélokat is megfogalmazott: 2020-ig kitűzött cél az üvegházhatású gázok csökkentése 20%-kal, az EU

energiahatékonyának 20%-os javítása, és 20%-os megújuló energiaforrás részarány az EU energiafogyasztásában (European Commission, 2011). A 2030-as célok véglegesítése még folyamatban van, de a 2014-ben az Európai Bizottság az alábbi célokat tűzte ki: 40%-os üvegházhatású gázcsökkentés, 27%-os energiahatékonyág javulás és 27%-os megújuló energiaforrás részarány az EU energiafogyasztásában (European Commission, 2014).

Az Európai Unió 2020-ra kitűzött céljaival kapcsolatban az iparági szakértők erős szkepticizmust fogalmaznak meg. Khanam et. al. (2017) cikkükben rámutattak, hogy a megkérdezett szakértők 49%-a szerint a megújuló energiaforrásra, 60%-a szerint az üvegházhatású gázkibocsátásra, 85%-a szerint az energiahatékonyágra kitűzött cél nem lesz teljesítve. Camarero et. al. (2014) alapján az egy GDP-re jutó üvegházhatású gázkibocsátás az elmúlt években javult, azonban további szabályozási lépések szükségesek a további csökkentéshez, illetve az egyes országok egymáshoz való erőteljesebb konvergálásához.

3. Anyag és módszer

A tanulmányban áttekintettem az Európai Unió eddigi klímavédelmi intézkedéseit a kitűzött célok függvényében. A korábbi évek növekedését/csökkenését feltételezve most megvizsgálom a kitűzött célok elérhetőségét, illetve az egyes országok egymáshoz viszonyított értékeinek változását. A szórás és az egymáshoz viszonyított elhelyezkedés elemzése végett relatív szórást és rangkorrelációt számolok a három legfontosabb 2020-as Európai Uniói célkitűzésre.¹

A 2020-as célok elérésének esélyét úgy vizsgálom, hogy a 2010-2016 évek közötti átlagos növekedés/csökkenést kivetítettem a 2017-2020-as időtávra. A számítás mindenképp torz lesz, mert nem veszi figyelembe az egyedi hatásokat, illetve eltekint az üzleti ciklusoktól, időjárási körülményektől, azonban megmutatja, hogy a korábbi tendenciát feltételezve a kitűzött célok elérhetők e EU-28, illetve tagállami szinten.

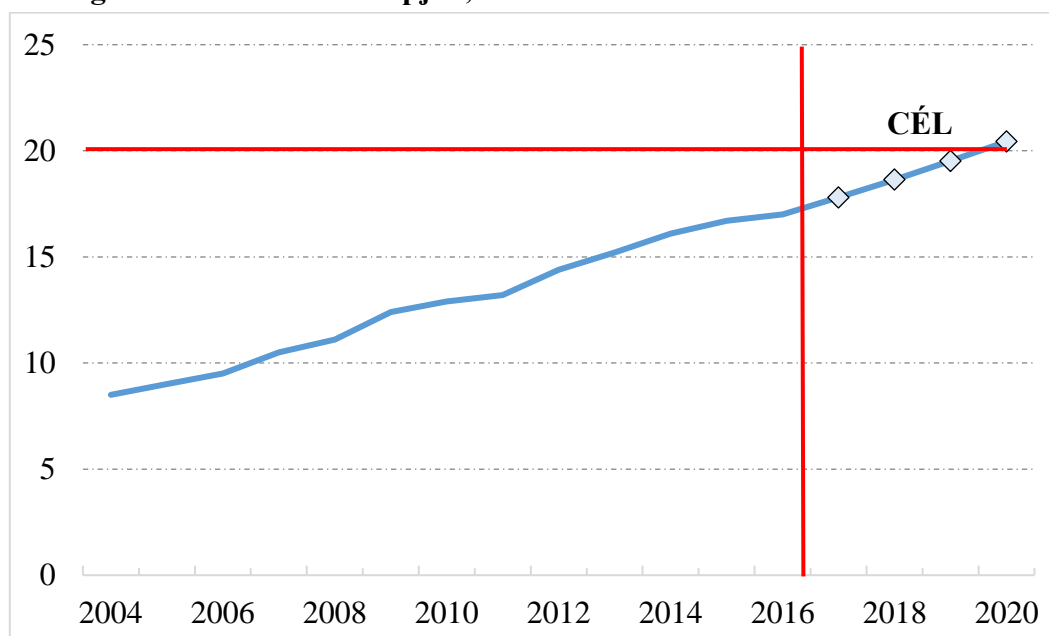
Az egyes országok az ezredforduló elején kiinduló helyzetük függvényében saját vállalásokat tettek az EU 2020 energiastratégiájának megvalósulásáért, így aggregált szinten beszélhetünk csak az EU 20-20-20-as céljairól. Feltételezhető, hogy a korábban is magas megújuló részaránnyal rendelkező országok számára kisebb nyomás hárult, hogy energiamixükben növeljék a megújuló részarányt. Így feltehetően a korábban lemaradók gyorsabb növekedése miatt, az országok között enyhe konvergencia állhatott fenn a megvalósult értékek tekintetében, a relatív szórás várhatóan csökkenő. Továbbá feltételezhető, hogy az országok egymáshoz viszonyított sorrendje érdemben nem változott, melyet a Spearman-féle rangkorrelációs együttható értékével kvantifikáltam. A viszonylagos erős sorrendtartás feltétel meglétekor a Spearman-féle rangkorreláció értékének 1 közeli értéke kell felvennie (Sugár-Vita, 2004).

¹ Energiahatékonyág helyett a végső energiafelhasználáshoz kapcsolódó célt elemeztem, számoltam.

4. Eredmények

Az 1. ábrán láthatók a megújuló energia részesedésére vonatkozó adatok Európai Uniói szinten. A 2004-2016 időtávon historikus adatok láthatók, 2017-2020 között a 2010-2016 év közötti átlagos éves emelkedéssel (4,71%) számoltam. Így számításom szerint 2020-ban várhatóan 20,43% lesz a megújuló energia részesedése a bruttó végső energiafogyasztáson belül.¹

1. ábra. A megújuló energia részesedése a bruttó végső energiafogyasztásban az EU-28-ban: 2016-ig historikus adatok alapján, 2017-2020 becslés



Forrás: Eurostat (2019) alapján saját számítás

Az elemzésem alapján összesen 20 ország érheti el a 2020-ra kitűzött célt. Megjegyzendő, hogy 11 tagállam már 2016-ban elérte a kitűzött célját, 2017-ben, 2018-ban, 2019-ben és 2020-ban 1, 1, 2 és 6 tagállam érheti ezt el. A célt teljesítő tagállamok összesen az EU-28 végső energiafogyasztásának 25,04%-át adták 2016-ban.² Vagyis az összkibocsátás negyedéért felelős tagállamok már teljesítették céljukat, azonban az igazán jelentős kibocsátással rendelkező tagállamok (pl. Németország, Egyesült Királyság, Spanyolország) a modell alapján csak 2020-ban érik ezt el, ami kérdésessé teszi, hogy EU-28 szinten a kritérium teljesülni fog.

A tagállami végső energiafogyasztással súlyozva újra előállítottam az EU-28-as szinten mekkora a megújuló részaránya, illetve az egyes tagállamok részarányai milyen mértékben szóródnak. A vizsgált időtávon a tagállamok közötti különbségek mérséklődtek, mert a 2008-ban 0,81-es relatív szórás érték 2016-ra 0,55-re csökkent. A tagállamok között a megújuló

¹ Tovább növekszik a bizonytalanság, ha 2020 utánra is tekintünk, de amennyiben a 2010-2016 között átlagos növekedés megmaradna, a 2030-as célok is elérhetők.

² A kitűzött célt elérő országok várhatóan 27,57%-t, 28,98%-t, 30,75%-t és 70,85%-át fogják adni az EU-28 végső energiafogyasztásnak 2017-ben, 2018-ban, 2019 és 2020-ban.

részarány eloszlása érdemben nem változott 2008-ról 2016-ra, hisz a Spearman-féle rangkorrelációs együttható értékére 0,976 adódott.

Az üvegházhatású gázkibocsátásra kitűzött 20%-os célt az EU-28 már 2014-ben elérte, hiszen ekkor a bázisév 77,41%-án állt a kibocsátás. A 2015 és 2016-os évben az üvegházhatású gázkibocsátás érdemben már nem mérséklődött (77,99%, illetve 77,64%). A végső energiafelhasználásra előírt cél hasonlóan alakult, hisz a célt az EU-28 már 2014-ben megközelítette, azóta érdemi csökkenés, növekedés nem volt tapasztalható.

Kérdéses azonban, hogy a kitűzött célok fenntarthatók, hisz a válságot követő konjunktúra miatt a CO₂ kibocsátás vagy végső energiafelhasználás csökkentés nehezebbé válik.¹ Erre világít rá, hogy 2017-ben az EU-28 korábbi éveket jelentősen meghaladó kibocsátásnövekménye (2,4%) mellett a CO₂ kibocsátás is 1,8%-kal növekedett (Eurostat, 2019). Hasonló tendenciák a korábbi években is megfigyelhetők: a kelet-közép európai térség rendszerváltozást követő gazdasági visszaesése a CO₂ kibocsátás csökkenéséhez is hozzájárult, így ezen térségben szinte kivétel nélkül el tudják érni a kitűzött kibocsátás csökkentési célokat. A 2007-2008-as gazdasági válság hatása is jól kimutatható az adatokban, hisz a válságot megelőző években (2000-2007) az EU-28 CO₂ kibocsátása érdemben nem változott, addig 2008-ban 2 százalékpontot, 2009-ben pedig újabb 6,5 százalékpontot esett vissza (Saját számítás Eurostat, 2019 adatai alapján).

5. Következtetések és javaslatok

A tanulmányban áttekintettem az Európai Unió klímavédelmi célkitűzéseinek realitását. Bemutattam a 2020-as célkitűzéseket, melynek főbb pillérei az üvegházhatású gázok 20%-os csökkentése, az EU energiahatékonyágának 20%-os javítása és a megújuló energiaforrás 20%-os részaránya az EU energiafogyasztásában (European Commission, 2011). Rámutattam arra, hogy a historikus értékekből kiindulva a főbb célkitűzések elérhetők, illetve a megújuló részarányához kapcsolódó relatív szórás csökken. Az egyes Európai Uniói célkitűzések várható eredménye a 2. táblázatban látható.

Összességében megállapítható, hogy az Európai Unió klímavédelmi szabályozásai elősegíthetik, hogy a térség alacsony CO₂ kibocsátású gazdasággá alakuljon. Ellenben az Európai Unió csökkenő és ma már kicsiny kibocsátási súlya miatt a globális kibocsátási folyamatokra egyre kevésbé tud hatni. A fejlett és fejlődő országok jelentős részének közös elkötelezettsége mellett lassítható vagy állítható meg csak a globális felmelegedés.

¹ A csökkenés feltétele, hogy az egy hozzáadott értékre jutó energiafelhasználásnak, illetve CO₂ kibocsátásnak gyorsabban kell csökkennie, mint a GDP növekedésnek.

2. táblázat. A vállalatok teljesítésének időpontja. + már teljesült; ?+ 2020-ig teljesülhet, ?- 2020-ig nem teljesülhet a modell alapján

	2020-as célok				2020-as célok		
	megújuló	CO2 kibocsátás	végző energiafel.		megújuló	CO2 kibocsátás	végző energiafel.
EU-28	?+	+	+	Litvánia	+	+	?-
Belgium	?-	?+	?-	Luxemburg	?-	?+	+
Bulgária	+	+	?-	Magyarország	+	+	?-
Csehország	+	+	+	Málta	?+	?+	?-
Dánia	+	+	+	Hollandia	?-	?-	+
Németország	?+	+	?-	Ausztria	?+	?-	?-
Észtország	+	+	+	Lengyelország	?-	?-	+
Írország	?-	?-	+	Portugália	?+	?-	+
Görögország	?+	?+	+	Románia	+	+	+
Spanyolország	?+	?-	?+	Szlovénia	?-	?-	+
Franciaország	?-	?+	?-	Szlovákia	?+	+	?-
Horvátország	+	+	+	Finnország	+	?+	+
Olaszország	+	?+	+	Svédország	+	+	?-
Ciprus	?-	?-	+	Egyesült Királyság	?+	+	?+

Forrás: Eurostat (2019) alapján saját számítás. CO2-kibocsátás kapcsán végig 1990-es bázisével számoltam, és 20% kitűzött céllal.

Köszönetnyilvánítás



Az Emberi Erőforrások Minisztériuma ÚNKP-18-3-VII-4. kódszámú Új Nemzeti Kiválóság Programjának támogatásával készült.

Hivatkozott források

Camarero, M – Castillo-Giménez, J – Picazo-Tadeo, A. J. – Tamarit, C. (2014): Is eco-efficiency in greenhouse gas emissions converging among European Union countries? *Empirical Economics* 47. évf., pp. 143-168.

European Commission (2011): Communication from the Commission to the European Parliament, The Council, The European Economic and Social Committee and The Committee of the Regions - Energy Roadmap 2050 Internetes forrás. On-line: <http://eur->

lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM%3A2011%3A0885%3AFIN%3AEN%3APDF Letöltve: 2019. április 2.

European Commission (2014) Internetes forrás. On-line: <http://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-169-2014-INIT/en/pdf> Elérve: 2019. április 2.

Eurostat (2019) Internetes forrás. On-line: <https://ec.europa.eu/eurostat/data/database> Elérve: 2019. április 3

Hunyadi, L. – Vita, L. (2008): Statisztika I. *AULA Kiadó*

IEA (2018): Carbon emissions from advanced economies set to rise in 2018 for first time in five years, reversing a declining trend. Elérhető: <https://www.iea.org/newsroom/news/2018/december/carbon-emissions-from-advanced-economies-set-to-rise-in-2018-for-first-time-in-fi.html> Elérve: 2019. április 1.

Khanam, T. – Rahman, A. – Mola-Yudego, B. – Pelkonen, P. – Perez, Y. – Pykäläinen, J. (2007): Achievable or unbelievable? Expert perceptions of the European Union targets for emissions, renewables, and efficiency. *Energy Research and Social Science*

Our World in Data (2019): <https://ourworldindata.org/grapher/annual-co2-emissions-per-country> Letöltve: 2019. április 2.

United Nations (1998): Kyoto Protocol to the United Nations framework convention on climate change. Elérhető: <http://unfccc.int/resource/docs/convkp/kpeng.pdf> Elérve: 2019. március 27.

United Nations (2015): Paris Agreement. Elérve: http://unfccc.int/files/essential_background/convention/application/pdf/english_paris_agreement.pdf Letöltve: 2019. március 27.

WEF (2019): The Global Risk Report 2019. World Economic Forum. 14th Edition. Elérhető: <https://www.weforum.org/reports/the-global-risks-report-2019> Elérve: 2019. április 1.

A kiszervezés negatív következményeiről

Duczon Árpád¹

Összefoglalás

A kiszervezést, a vállalat feladatainak a vállalaton kívülre helyezését, leggyakrabban egy költségcsökkentő eszközként használják a vállalatok. Mialatt a kiszervezés jól működik néhány területen, mint például a telefonos ügyfélszolgálatok vagy a szolgáltató-központok, addig a gyártás területén egyre inkább a kiszervezés negatív következményeit hangsúlyozzák. Amellett érvelek, hogy a kiszervezésnek erős hatása lehet a vállalat stratégiájára. A vállalatnak léteznek olyan kulcs kompetenciái, amelyek kiszervezése nagyban megnöveli a beszállítók alku erejét; az egyre több feladatot tud magához vonni és végeredményben versenytársként léphet fel az eredeti gyártóval szemben. A vállalatoknak azonosítaniuk kell a kiszervezendő feladat veszélyforrásait: Mennyire nehéz lemásolni a vállalat e képességét? Ezek mellett bemutatok több olyan jó gyakorlatot, ami segíthet csökkenteni a kiszervezés veszélyeit, ezek az életciklusuk adott szakaszán lévő termékek gyártásának kiszervezése, illetve a gyártás szétterítése több bérnyáron.

Kulcsszavak: stratégia, kiszervezés, termelés, kulcskompetencia, alkuerő

JEL kód: L10, L60, M16

1. Bevezetés

Az elmúlt időszakban a kiszervezés megítélése megváltozott. Az 1990-es és 2000-es években azt egy egyértelmű, logikus válaszként értelmezték a változói piaci körülményekre (Aron – Singh, 2005; Krajewski et al., 2010) és egy kevés stratégiai megfontolást igénylő költségcsökkentő lépésként kezelték. Napjainkban azonban egyre többször hívják fel a figyelmet annak negatív következményeire (Pisano – Shih, 2012) és megindult egy ellentétes, visszaszervezési (insourcing) folyamat is.

A tanulmány célja bemutatni, hogy a kiszervezés milyen veszélyekkel járhat a vállalat számára. A veszélyforrások azonosításával lehetőség nyílik azok eredőjének megállapítására, és így megoldási javaslatokkal is élhet, hogy ezeket mivel lehet ellensúlyozni vagy esetleg megszüntetni.

A szakirodalmi áttekintés relevanciáját az adja, hogy számos, a kiszervezéssel kapcsolatos definíció létezik. Ezek áttekintése után be kívánom mutatni a kiszervezés során előkerülő

¹ PhD hallgató, Pécsi Tudományegyetem, Gazdálkodástani Doktori Iskola, Pécs, arpad.duczon@gmail.com

lehetséges veszélyeket, úgy mint a rövid távú megtérülés, a stratégiai tervezés, a bérgyártó alku ereje, illetve a lehetséges hosszú távú következmények. A legnagyobb kérdést ugyanis pontosan az jelenti, hogy az eddigi tapasztalatok alapján pontosan hogyan lehet értelmezni a kiszervezést, melyek lehetnek azok a szegmensek, ahol ez még működhet és hol vannak ennek a szisztémának a gyengepontjai.

2. Irodalmi áttekintés

2.1. A kiszervezés előnyei

Az *offshoring* egy – különösen az Egyesült Államokra, Japánra és Nyugat-Európára – jellemző tevékenység, melynek részeképpen az alacsony bérek és működési költségek kihasználásának érdekében a vállalat különböző funkcióit *más országba* viszi el (Lach, 2012).

Nehezebb a *kiszervezés* (outsourcing) fogalmának meghatározása, mivel a szakirodalomban különböző módon használják azt a szerzők. Krajewski *et al.* (2010) szerint a kiszervezés a beszállítók vagy elosztók fizetése valamilyen tevékenység elvégzésért. Lach (2012) úgy határozza meg, mint egy másik vállalat bérlése olyan tevékenység elvégzésére, melyet eddig önmaga végzett el. Lagace (2004) felhívja a figyelmet, hogy többször a kiszervezés és *offshoring* fogalmi összemosódhatnak, azokat egymás szinonimájaként használhatják.

Jelen tanulmány a kiszervezés hosszú távú következményeivel szeretne foglalkozni, ezért Krajewski *et al.* (2010) tág értelmezése helyett a Lach-féle (2012) definíciót használjuk a továbbiakban.

A továbbiakban *kiszervezésnek* nevezzük, ha egy vállalat egy olyan tevékenységét, melyet korábban maga végzett el, egy másik gazdasági szereplőnek adja át, függetlenül annak földrajzi elhelyezkedésétől.

Ennek értelmében fontos megjegyezni, hogy igaz Craumer (2002) meglátása, miszerint a változás, megújulás alapja lehet egy újonnan beérkező feladat hozzáférő céggel való elvégztetése ahelyett, hogy a vállalat saját maga építeni ki kompetenciáját a területen. Ezt azonban nem nevezem a Lach-féle (2012) szűk értelemben kiszervezésnek.

A kiszervezés előnyei jó megvalósítás esetén valóban sokrétűek lehetnek. Az egyik központi megfontolás, hogy csökkenhet a munkaerő költsége, ha a vállalat olyan országba szervez ki, ahol alacsonyabb a munkavállalók elvárt átlagos bére (Krajewski *et al.*, 2010). Bár az alacsonyabb bérezésű külföldi munkaerőnek általában alacsonyabb a produktivitása (Markides-Berg, 1988), a kapcsolat véleményem szerint nem ilyen egyértelmű. Nézzük meg például a 2017. évben a vásárlóerő-paritás alapján kiigazított átlagos béreket. E szerint magyarországi adatok nagyjából a 37 százalékát tette ki az Egyesült Államokbelinek (OECD, 2018). Ez alapján viszont erős túlzás lenne kijelenteni, hogy az amerikai munkavállalók háromszor

produktívabbak, mint a magyar társaik, különösen, hogy több amerikai vállalat szolgáltatóközpontja Magyarországon van.

A kiszervezésnek azonban a munkaerő-költségének csökkentésén túl is vannak előnyei. Ilyen a logisztikai költségek csökkenése, hogyha a vásárlókhöz közelebb tud elhelyezkedni a vállalat. Szintén előny lehet, hogy különböző országokban mások lehetnek a verseny feltételei. Nagyban különbözhetnek a kivetett adók és vámok, a munkát szabályozó törvények vagy a szakszervezetek alku ereje is (Aron – Singh, 2005; Krajewski *et al.*, 2010).

Ezek mind csökkentik a költségeket és egyben növelhetik a vállalat nyereségét. Ez indokolja a kiszervezés elterjedtségét. Az előnyök mellett azonban hangsúlyos negatív következményei is léteznek, ahogyan azt a későbbiekben látni fogjuk.

2.2. A kiszervezés veszélyei

Rövid távú megtérülés kérdésessége

Craumer (2002) kutatása alapján, míg 1990-ben a vállalatok közel 80 százaléka volt elégedett kiszervezésének eredményeivel, addig ez 2000-re már 54 százalékra esett vissza. Tehát közel sem garantált, hogy a kiszervezés beváltja a hozzá fűzött reményeket.

Valóban, a kiszervezés hatékony megvalósítása koránt sem garantált, és a verseny a belőle származó előnyöket erodálhatja (Arruñada – Vázquez, 2006). Megváltozhatnak a kivetett vámok és adók, a védővámok következtében felszívódhatnak a logisztikai költségek és a munkaerő költségének csökkenése következtében adódó nyereség is eltűnhet (Markides – Berg, 1988).

Idővel az alacsony költségű országokban is elkezd emelkedni az életszínvonal és ezzel elveszik az ország versenyelőnye, gondoljunk például Kína esetére (Sun, 2017). Kína az Egyesült Államok kedvelt kiszervezési célországa volt kezdetben (Sun, 2017), azonban a kínai bérek 2008 és 2017 között 29 229 jüanról 74 318 jüanra növekedtek (Statista, 2018). Ez éves szinten nagyjából 17 százalékos nominális béremelkedésnek feleltethető meg és véleményem szerint jól mutatja a kiszervezés munkaköltség-megtakarító erejének a rövid időtávját. Ugyanakkor a beruházások természetükből adódóan kevésbé likvidek, ezért nehéz feladat mindig a lehető legolcsóbb helyre költöztetni az adott tevékenységet.

Szintén csökkenti a nyereséget, hogy a kiszervezett feladat esetében a feladat elvégzésének költségét felválthatja a helyes elvégzés megkövetelésének és a minőségellenőrzésnek a költségei (Gomes-Casseres, 2009), általánosabban az ügynök-megbízó probléma kezelése.

Még a kompetensen megvalósított kiszervezés is csökkentheti a hatékonyságot az ellátási lánc elnyúlásán keresztül. Hogyha több vállalat vesz részt ugyanazon feladat elvégzésében, akkor

mindegyik vállalat érdeke biztonsági készleteket felhalmozni. Ezek a biztonsági készletek nem jönnek létre, hogyha az ellátási lánc végig integrált maradt volna (Craumer 2002).

A stratégia tervezésének megnehezülése

Egy másik hangsúlyos probléma a stratégiai tervezés megnehezülése. Nehezen található az irodalomban a stratégiára vonatkozóan egy elterjedt és gyakran használt definíció.

Különböző szerzők (Krajewski *et al.*, 2010; Pisano, 2015; Porter, 1996; Vörös, 2010) másra helyezik a hangsúlyt. Krajewski *et al.* (2010) szerint a stratégia kijelöl egy irányvonalat, ami keretrendszerként fogja össze a vállalat tevékenységeit. Porter (1996) szerint a stratégia annak megválasztása, hogy milyen tevékenységeket végezzen a vállalat *másképpen* a versenytársainál. Pisano (2015) szerint a stratégia olyan egymást erősítő tevékenységek összessége, amelyek egy adott versenycél elérésére irányulnak. Vörös (2010) szerint a stratégia cselekvések összessége, amelyek a kulcsképeségek felhasználásával gazdasági erőfölényt hoznak létre.

Míg a definíciók változatos képet mutatnak, kijelölhető pár közös jellemző. Ennek megfelelően jelen tanulmány a fenti szerzők (Krajewski *et al.*, 2010; Pisano, 2015; Porter, 1996; Vörös, 2010) alapján a stratégiának három fő tulajdonságát azonosítja:

1. A stratégia több tevékenységből áll össze.
2. Ezeket a tevékenységeket a stratégia összehangolja koherens, egymást erősítő folyamattá.
3. A stratégia feladata valamilyen cél elérése, szűkebben értve a gazdasági területen valamilyen gazdasági cél elérése.

Mivel tehát a stratégia egymást erősítő tevékenységek összessége, akkor - ha a vállalat kiszervez egy tevékenységet - nem várható el, hogy a korábbi gyorsaságával tud majd válaszolni a változó piaci körülményekre (Craumer, 2002). Ezzel nem tudja a kiszervezett tevékenységet a dinamikus változó stratégiai cél szolgálatába állítani. Minél több ilyen kerül kiszervezésre, annál nagyobbra növekedik a vállalati stratégia tehetetlensége, a rövidtávon nehezen változtatható tevékenységek száma.

A bérgyártó alku ereje

Véleményem szerint az egyik legnagyobb veszélye a kiszervezésnek, hogy rendkívüli mértékben megnöveli a megbízott vállalat alku erejét (Markides – Berg, 1988). Mivel a kiszervezett tevékenység elvégzéséhez szükséges kapacitását a megbízó vállalat leépíti, ezért szükségszerűen a feladat elvégzéséhez szükséges képességeit is idővel elveszti. Ez a kritikus mozzanata a megbízott vállalat alku erejének megnövekedésében.

A megbízott cég ekkor ugyanis kihasználhatja, hogy a számára munkát biztosító vállalat egy kritikus feladatát tartja a kezében, amelynek sem visszaszervezésére, sem más megbízott céghez való átvitelére nem nyílik rövidtávon lehetősége. A megbízott cég ezt a befolyását felhasználhatja arra, hogy nagyobb részt követeljen a nyereségből, ennek hiányában hatalmas károkat okozhat például a szerződés meghosszabbításának megtagadásával.

Hasonló módon, a megbízott cég a megbízó üzleti titkait, vagy legalább azok egy részét, ismeri (Arruñada – Vázquez, 2006), azonban ezek megőrzéséhez csak akkor fűződik gazdasági érdeke, hogyha a kapcsolat hosszútávú, hiszen ekkor a megbízott meg kívánja őrizni a megbízó cég versenyképességét, ezen keresztül a megbízó nyereségét és végeredményben saját biztonságát.

Hogyha azonban a kapcsolat rövidtávú, akkor a megbízott érdeke a szerződés befejeztével a nála felhalmozódott tudást a megbízó cég vetélytársainál értékesíteni. Még akkor is, hogyha a megbízási szerződés alapos és betartható, egy vetélytársnak módjában állhat olyan összeget ajánlani, ami egy esetleges peres ügy költségén felül nyereséghez juttatja a megbízott céget. Ha egy vetélytárs hajlandó ekkora összeget ajánlani ezért a tudásért, akkor feltehető, hogy az ebből a tudásból származó haszon még ezt az összeget is meghaladja és így a megbízó vállalatnak elemi érdeke ezt a titkot megóvni. Maga az ajánlattétel, még akkor is, hogyha a megbízott vállalat visszautasítja azt, azonnal átrendezi a megbízó és megbízott alku erejét a megbízott javára.

A megbízott vállalat alku erejének megnövekedése és a vállalatnak a tevékenység elvégzéséhez szükséges kompetenciájának leépülése ahhoz vezethet, hogy a megbízott vállalat egyre több funkciót húz magához.

Arruñada és Vázquez (2006) rámutatnak arra, hogy az olyan kínai vállalatok, mint a Lenovo vagy a Shanghai Automotive Industry Corporation, különböző amerikai és európai nagyvállalatok bérnyújtóiként kezdték működésük. A Lenovo az IBM, a Shanghai Automotive Industry Corporation pedig a Mercedes-Benz vagy a Volkswagen bérnyújtójaként funkcionált kezdetben. A különböző vállalati funkciók magukhoz húzásával azonban az összeszerelés helyett idővel kisebb egységeket helyben kezdtek gyártani. Később egyre nagyobb és kritikusabb részeket gyártottak megbízóik számára, míg felépült a kritikus tömegű tudásuk és szakképzettségük ahhoz, hogy megbízóikat elhagyva saját markát építsenek és egykori megbízóik versenytársaiként lépjenek fel a piacon.

Látható, hogy ezek a cégek önerőből nem lettek volna képesek felépíteni saját gyártásukat és márkájukat.

Ilyen szempontból ez a folyamat elemeiben nagyon hasonlít a Christensen *et al.* (2015) típusú diszruptív innovációra, ahol egy feltörekvő vállalat egy olyan piaci rést használ ki, amivel a jelenleg versenyző vállalatok nem foglalkoznak, így nem is azonosítják az új vállalatot

versenyársukként. Hogyha versenyársukként azonosítanák, valószínűleg valamilyen válaszcsoporttal próbálnák elriasztani a piacról (Porter, 1993). Mivel azonban nem azonosítják versenyársukként, ezért ezen a piaci szegmensen a feltörekvő vállalat zavartalanul kiépítheti saját márkáját, fogyasztói bázisát és erőforrásait. A kritikus lépésnek itt az számít, amikor az így megerősödött vállalat terjeszkedni kezd az őt korábban versenyársként nem kezelő vállalatok piacán. Ekkor a válaszcsoport már megkésett és nagy valószínűséggel emiatt eredménytelen is. Tipikusan ilyen diszruptív innovációval vált piacának meghatározó szereplőjévé a Netflix, akit az azóta csődbe jutott Blockbuster nem azonosított versenyársaként (Christensen *et al.*, 2015).

A párhuzam jól látható ebben az esetben. A megbízó cég nem azonosítja potenciális versenyársaként a megbízott vállalatot, ezért részére olyan adatokat, tudást, technológiát ad át, amelyet versenyársaitól félt és értékes erőforrásként (Collis – Montogomery, 1995) azonosít, amire hosszú stratégiája épül. Pontosan a megbízó vállalat hibás helyzetfelismerése az, amely a megbízott vállalat számára megteremt a lehetőséget a versenyársként való fellépésre.

Hosszútávú következmények

A kiszervezés elterjedtségének hosszú távú következményei jól láthatóak az Egyesült Államok esetében. Pisano (2015) amellett érvel, hogy a kiszervezés rombolja az innovációs képességet, hiszen a tervezés és a kivitelezés nagy összhangjára van szükség egy új termék kivitelezéséhez (Pisano, 2015). Véleménye szerint ha a jelenlegi termék gyártása kiszervezett, akkor ellehetetlenül az újabb generációjú termékek tervezése és gyártása (Markides – Berg, 1988; Pisano, 2015).

Iparági közösnek nevezi Pisano és Shih (2012) a beszállítókat, vevőket, versenyársakat, szakképzett munkaerőt, infrastruktúrát, egyetemeket kritikus tömeget egy földrajzi területen, amelyek egy adott iparágat szolgálnak ki. Az iparági közös azért alakul ki, mert egy területen megjelenő vállalat magához húzza a beszállítókat, a szakképzett munkaerőt, ezért mikor egy versenyárs belép erre a piacra, logikus lépés szintén erre a helyre telepednie és megcsapolnia versenyársai erőforrásait.

Ennek megfelelően a növekedő kereslet a vállalatok részéről további szakképzett munkaerőt és beszállítókat vonz a környékre. Később a szakembereket képző egyetemek is erre a területre telepedhetnek. Látható, ahogyan ez az önmagát erősítő folyamat momentumot nyer (Pisano – Shih, 2012).

A kialakulás folyamatából azonnal látható az is, hogy miért mutat túl a kiszervezés egy-egy vállalatban. A kiszervezés hatására a fenti folyamat megtorpan vagy akár meg is fordul (Pisano – Shih, 2012). A vállalatok távozásával a beszállítókat és a szakképzett munkaerőt továbbáll. A csökkenő munkaerő-kínálat, a beszállítókat alku erejének növekedése felerősíti az iparági versenyt (Porter, 2008 [1979]).

Ez esetleg további ösztönzés e vállalatok számára, hogy szintén kiszervezzenek. Ahogyan az iparági közös kialakulása, úgy leépülése is egy önmagát erősítő folyamat. Az innovációs képesség elvesztése és az iparági közös leépülése közösen ahhoz vezetnek, hogy az adott nemzetgazdaság elveszti a területen a megújulási képességét. Ilyen folyamat játszódott le például a napelemek piacán, amit ugyan az Egyesült Államokban terveztek, azonban az itteni kiegészítő iparágak hiányában - amiket korábban kiszervezéssel lebontottak - az ázsiai iparági közös a napelemek gyártását is magához húzta. (Pisano, 2015).

3. Anyag és módszer

A kiszervezés bizonyos területeken nagyon jól működik, a fent feltérképezett előnyök érvényesülnek és a hátrányok minimálisak, ilyenek a szolgáltatóközpontok vagy a call center-ek (Pisano – Shih, 2012). Más tevékenységeknél inkább a hátrányok látszanak, mint a ahogyan azt láthattuk például a termelésnél.

Mi okozza ezt a törést? A korábban feltérképezett veszélyek segítenek választ nyújtani. A legtöbb tevékenység kiszervezése kezdetben valóban csökkenti a költségeket és az előnyök érvényesülnek. Bizonyos tevékenységek esetében azonban idővel újukra indulnak az előző alfejezetben feltérképezett hosszabb távú, a megbízó és az egész iparág számára káros folyamatok. A vállalatnak vannak olyan központi képességei, amelyek kiszervezése lehetővé teszi a megbízott vállalatnak, hogy később vetélytársként lépjen fel az eredeti gyártó piacán (Arruñada – Vázquez 2006; Markides – Berg, 1988, Rappaport; 2009).

Egy gyártási kompetencia köré könnyen kiépíthetők az ahhoz társuló vállalati funkciók, mint a marketing, a vevőszolgálat vagy az értékesítés. Azonban fordítva, egy szolgáltatóközpont vagy call center a központi tevékenységtől elkülönítve nem tud értéket teremteni, nehezen tudja megteremteni azokat a képességeket, amivel az eredeti gyártóval versenyre kelhetne.

A fentiek értelmében a kiszervezés körüli stratégiai döntésnek részének kell lennie egy elemzésnek, amely felteszi a kérdést: Ennek a tevékenységnek a birtokában mennyire bonyolult kiépítenie a bérnyújtóknak a kiszervező vállalat tevékenységét?

Amennyiben a válasz az, hogy viszonylag könnyen kiépíthető újra a vállalat ennek a képességnek a birtokában, úgy az egy olyan kulcsfolyamat, ami csak nagy óvatossággal szervezhető ki. A következő fejezetben több megoldási javaslatot mutatok, ami egy kulcsfolyamat kiszervezésének veszélyét csökkentheti. Ezzel ellentétesen, hogyha a válasz az, hogy ennek a képességnek a birtokában a vállalat főtevékenységét semmilyen veszély nem fenyegeti, úgy az a tevékenység valóban kiszervezhető a jövedelmezőségi megfontolások alapján.

A gyártás például ilyen központi kompetencia. Akkor is, hogyha a termelésen túli vállalati funkciók teremtik a hozzáadott érték legnagyobb részét, a termék feletti irányítás

végeredményben elemi fontosságú. Az ellátás megszűnése, például egy bérgyártó-eredeti gyártó feszültség során, azonnali veszélyhelyzetbe sodorja a vállalatot olyan módon, ahogyan egy ügyfélszolgálaton nem fogadott hívások soha nem tudnák. Emellett pedig, Pisano (2015) alapján az innováció hiányában a vállalat követői szerepre kényszerül az innovatív termékek piacán.

Gomes-Casseres (2009) bemutatja, hogy hogyan terjedt a kiszervezés különböző iparágakon keresztül. Véleményem szerint pontosan a most felvázolt stratégiai elemzés, a központi képességek azonosításának elmaradása az, ami ahhoz vezetett, hogy olyan iparágakban és tevékenységek körében is elterjed a kiszervezés gyakorlata, ahol hosszú távon a vállalat vagy az iparág önérdeke ellen való.

4. Eredmények

Az irodalomban számos olyan jó gyakorlat található, ami a kiszervezéssel kapcsolatos kockázatot, a beszállító tárgyaló erejének növekedését fékezi (Craumer, 2002; Arruñada – Vázquez, 2006; Pisano – Shih, 2012; Porter, 1993; Venkatesan, 1992).

Ezek ismertetése előtt azonban újra szeretném hangsúlyozni, hogy mivel a probléma eredője véleményem szerint a központi kompetenciák kiszervezése és leépülése, ezért ennek megfelelően a kiszervezésnek olyan stratégiai döntésnek kell lennie, amely figyelembe veszi, hogy az adott képesség birtoklása mennyire könnyíti meg a megbízott vállalat esetleges későbbi fellépését vetélytársként.

A most bemutatott jó gyakorlatok tehát akkor valóban hasznosak, hogyha a kiszervezendő tevékenység olyan, amely központi kompetenciaként lett azonosítva, azaz amelynek a kiszervezése költségcsökkentő volta mellett jövőbeni veszélyforrás is lehet a vállalat számára.

Amennyiben például a gyártás kiszervezése megkerülhetetlen, úgy Venkatesan (1992) ajánlása alapján jó megközelítés, hogyha a vállalat azonosítja termékének kritikus elemeit. Az általánosabb elemek kiszervezése további költségcsökkentést eredményezhet, hogyha eredményeképpen ezek az általános elemek általánosabbá, homogénebbé válnak és így piacukon a bérgyártók versenye élesedik (Venkatesan, 1992).

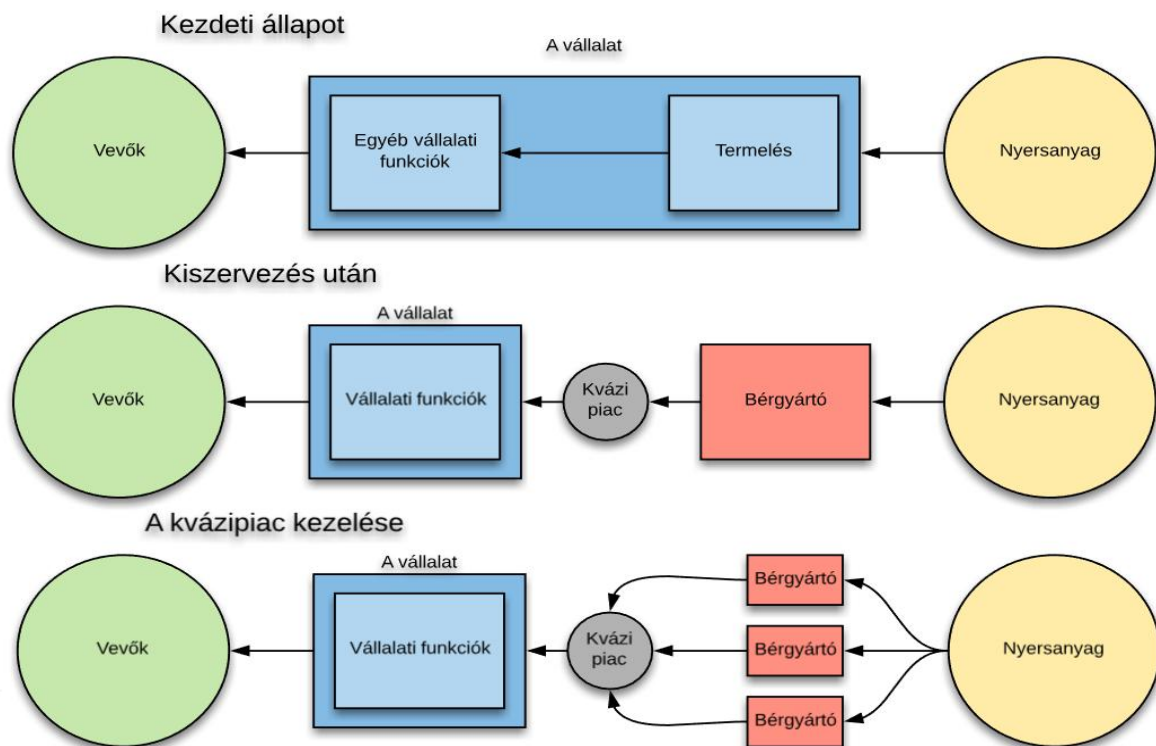
A kritikus elemek megtartása biztosítja, hogy a vállalat valóban kritikus kompetenciái nem vesznek el, ugyanakkor elindulhat a bérgyártó további funkciókat magához húzó viselkedése, amelyre számítani kell és a központi elemek saját gyártása mellett hosszútávon elköteleződni.

Venkatesan (1992) ajánlásához hasonló Arruñada és Vázquez (2006) ötlete, amely a Pisano-féle (2015) innovációs képesség elvesztésének orvoslásának irányából tesz kísérletet a megoldásra. Arruñada és Vázquez (2006) alapján ugyanis a kritikus elem a gyártásban a

legújabb generációs termék. Ennek házon belül tartásával a Pisano-féle (2015) eltávolodása a gyártásnak a tervezéstől kiküszöbölhető, így nem károsodik a vállalat innovációs képessége.

Az életciklusok későbbi szakaszán lévő, régebbi, termékfajták viszont kiszervezhetők (Arruñada – Vázquez, 2006). Ennek a megközelítésnek a járulékos nyeresége továbbá, hogy a régebbi termékfajták innovatív vonásait a versenytársak valószínűleg már lemásoltak, így a megbízott vállalattal kapcsolatos erkölcsi kockázat, az üzleti titkok kiadásának veszélye minimálisra csökkenthető.

1. ábra. A bérgyártó alku erejének csökkentése a Porter-i (1993) öt erőt alkalmazva.



Forrás: Saját szerkesztés, 2019

Az alku erő szempontjából elindulva, alkalmazható a Porter-i (1993) öt erő a beszállítók tárgyaló erejének csökkentésére (Porter, 1993). A bérgyártó tárgyaló erejét az adja, hogy az eredeti gyártót ellátó mesterségesen létrejött kvázi piacon monopolhelyzetben van. Ez a monopolhelyzet megtörhető például több bérgyártó alkalmazásával vagy a gyártási folyamat több gyártón való szétterítésével. Ezt kívánja szemléltetni az 1. ábra.

Ennek eredményeképp egy-egy bérgyártó ár növelési szándékát a többi gyártó fenyegetése meghiúsítja, a teljesítés megtagadása csak a termelés egy részének kiesésével jár, illetve a gyártási folyamat szétterítése több gyártón azt jelenti, hogy egy-egy részfolyamathoz kapcsolódó üzleti titkok átadása nem fenyegeti annyira az eredeti gyártót, mint a teljes gyártással kapcsolatos titkok átadása.

Hasonló elven működik Arruñada és Vázquez (2006) másik ajánlása, ahol a vállalat megtartja termelési kapacitásának egy részét, azaz funkcionálisan a saját bérgyártója versenytársaként lép fel. Ez szintén segít megőrizni innovációs képességét és gyártási kompetenciáját.

5. Következtetések

Összefoglalásképpen a vállalat központi kompetenciáinak elvesztése erősen fenyegeti főtevékenységét. A tanulmány célja volt bemutatni a kiszervezés előnyeit, illetve hangsúlyozni esetleges veszélyforrásait. Ez utóbbiak közül az innovációs képesség elvesztése, illetve a megbízott vállalat alku erejének növekedése azok, amelyek a gyártás esetében a leghangsúlyosabbak.

A gyártás kiemelt szerepét az adja, hogy ez egy olyan tevékenység, ami a vállalat központi kompetenciái közé tartozik. Ennek birtokában könnyen felépíthetők a további vállalati funkciók, melyek lehetővé teszik, hogy a megbízott vállalat versenytársaként lépjen fel. Általánosabban azonban, minden tevékenység kiszervezése előtt fontos, hogy a stratégiai döntéshozatal része legyen a megbízás nem teljesülésének, az üzleti titkok elvesztésének, a megbízott erkölcsi kockázata okozta veszteségnek a felmérése.

A bemutatott jó gyakorlatok, mint például több bérgyártó alkalmazása, a kapacitás egy részének megtartása, illetve a legújabb termékek saját gyártása mind arra szolgálnak, hogy a bérgyártó számára ne legyen reális cél a teljes gyártás átvétele és az eredeti gyártóval való versenyre kelés. A vállalatok hangsúlyos feladata hosszú távú kapcsolatokat kiépíteni a bérgyártókkal. Ha a gyártás átvétele nem reális cél és a bérgyártó hosszú távon bízhat az eredeti gyártóval való együttműködésben, akkor a teljes értéklánc valóban az eredeti gyártó versenyelőnyének megtartására hangol, hiszen az akkor a bérgyártónak is hosszú távú érdeke.

Hivatkozott források

Aron, R., Singh, J. V. (2005). Getting Offshoring Right. *Harvard Business Review*, 83(12), pp. 135-144.

Arruñada, B., Vázquez, X. H. (2006). (2006): *When Your Contract Manufacturer Becomes Your Competitor*. [online] Elérhető: <https://hbr.org/2006/09/when-your-contract-manufacturer-becomes-your-competitor> [Utolsó letöltés: 2018. 09. 11.]

Collis, D., Montgomery, C. A. (1995). Competing on Resources: Strategy in the 1990s. *Harvard Business Review*, 73(7), pp. 118-128.

Craumer, M. (2002). How to Think Strategically About Outsourcing. *Harvard Management Update*, 7(5). [online] Elérhető: <https://hbswk.hbs.edu/archive/how-to-think-strategically-about-outsourcing> [Utolsó letöltés: 2018. 09. 11.]

Christensen, C. M. - Raynor, M. E. - McDonald R. (2015): What is disruptive innovation? *Harvard Business Review*, 93(12), pp. 44-55.

Gomes-Casseres B. (2009). *Outsourcing: Where Will You Draw The Line?* [online] Elérhető: <https://hbr.org/2009/08/outsourcing-where-will-you-dra> [Utolsó letöltés: 2018. 09. 11.]

Krajewski, L. J., Ritzman, L. P., Malhotra, M. J. (2010): *Operations management*. Upper Saddle River, NJ: Pearson.

Lach, (2012): 5 Facts About Overseas Outsourcing: Trend Continues to Grow as American Workers Suffer. *Center for American Progress*.

Lagace, M. (2004): The Outsourcing Revolution. *Harvard Business School: Working Knowledge: Business Research for Business Leaders*.

Markides, C. C., Berg, N. (1988). *Manufacturing Offshore is Bad Business* [online] Elérhető: <https://hbr.org/1988/09/manufacturing-offshore-is-bad-business> [Utolsó letöltés: 2018. 09. 11.]

OECD (2018): *Average wages*. [online] Elérhető: <https://data.oecd.org/earnwage/average-wages.htm> [Utolsó letöltés: 2018. 11. 07.]

Pisano, G. P., Shih, W. C. (2012). Does America Really Need Manufacturing? *Harvard Business Review*, 90(3), pp. 94-103.

Pisano, G. P. (2015). *You Need an Innovation Strategy*. *Harvard Business Review*, 93(6), pp. 44-54.

Porter, M. (1993). *Versenysztratégia*. Budapest: Akadémiai Kiadó.

Porter, M. E. (1996): What is strategy? *Harvard Business Review*, 74(11), pp. 61-78.

Porter, M. E. (2008, [1979]): The five competitive forces that shape strategy. *Harvard Business Review*, 86(1), pp. 78-93.

Rappaport, A. (2009). *Outsourcing Isn't a problem for Silicon Valley But Is For Detroit*. [online] Elérhető: <https://hbr.org/2009/10/outsourcing-isnt-a-problem-for> [Utolsó letöltés: 2018. 09. 11.]

Sun, I. Y. (2017). The World's Next Great Manufacturing Center, *Harvard Business Review*, 95(3), pp. 122-129.

Venkatesan, R. (1992). *Strategic Sourcing: To Make or Not To Make* [online] Elérhető: <https://hbr.org/1992/11/strategic-sourcing-to-make-or-not-to-make> [Utolsó letöltés: 2018. 09. 11.]

Vörös, J. (2010): Termelés- és szolgáltatásmenedzsmet. Budapest: Akadémiai Kiadó.

Statista (2018). *Average yearly wages in China from 2008 to 2017 (in yuan)*. [online] Elérhető: <https://www.statista.com/statistics/743522/china-average-yearly-wages/> [Utolsó letöltés: 2018. 11. 08.]

Magyarország leginkább klímasérülékeny térségének nyomában

Erdélyi Dániel¹

Összefoglalás

A globális éghajlatváltozás egy komplex, térben és időben változó hatásmechanizmussal rendelkező folyamat. A klímaváltozás lokális hatásainak vizsgálatához fontos megérteni ezen mechanizmus két fő tényezőjét: a klímahatást és a klímaalkalmazkodást. A klímahatás az adott lokális tér hatásviselőit érintő potenciális, jellemzően negatív hatás, mely hatáshoz a hatásviselő közvetlenül vagy közvetetten alkalmazkodik. A klímahatás mértéke és az alkalmazkodás hatékonysága eredményezi a klímasérülékenységet, melyet leggyakrabban egy adott területet érintő, időjárással összefüggő károkkal szoktak azonosítani.

Jelen cikk a globális éghajlatváltozás lokális hatásainak, az arra adott helyi válaszok kutatásának részét képezi. Célja, hogy azonosítsa Magyarország leginkább klímasérülékeny térségeit. Az azonosítás kétféle módszeren alapul, melynek első eleme a klímahatások NATÉR adatbázis tematikus kartogramjai alapján történő területi elemzése. Az egyes hatások területi különbözőségei alapján lehatárolásra kerül a klímaváltozás szempontjából kitettebb hazai országrész. Ezt követően a klímaalkalmazkodás környezeti és társadalmi-gazdasági vetületei kerül vizsgálat alá, mely során a 2/2002. (I. 23.) Kormányrendelet alapján „kiemelten fontos érzékeny természeti területek”, 290/2014. (XI. 26.) Kormányrendelet „komplex programmal fejlesztendő járásai” területeket és azok metszeteit elemzem. A klímasérülékenység szempontjából való vizsgálatnak, az egyes térségek közötti területi különbségek azonosításának tudományos jelentőségén túlmenően kiemelkedő gyakorlati hasznossága is lehet az országos és megyei klímastratégiákhoz kapcsolódó megvalósítás forrásallokálása szempontjából.

Kulcsszavak: Érzékeny Természeti Területek, Komplex Programmal Fejlesztendő Járás, Éghajlatváltozás, Klímasérülékenység

JEL kód: R11

1. Bevezetés

A globális klímaváltozás éghajlati paraméterekben történő módosító hatása nem csak országos szinten, de szubnacionális szintek is kimutathatóak (Bartholy et al. 2011). Az egyes régiókban tapasztalható paraméter-változásokban való területi különbségek rámutatnak, hogy a lokális tér hatásviselői (emberi társadalom, infrastruktúra, szántóföldi növények stb.) más-más negatív

¹ PhD hallgató, Szent István Egyetem, Regionális és Vidékfejlesztési Intézet, Gödöllő; erdelyiphd@gmail.com

hatással kell, hogy szembenézzenek. Ezen hatások közül a legjelentősebbek a csapadék mennyisége és időbeni eloszlásának változása, az extrém időjárási jelenségek gyakoribbá válása – pl. hóhullámos, aszályos, viharos napok. Emellett, ha számba vesszük a Magyarországon ismert területi különbségeket – nyugat-keleti fejlettségi lejtő, centrum-periféria térségek közötti különbségek – láthatjuk, hogy komoly területi különbségeket tapasztalhatunk az éghajlatváltozás sérülékenysége szempontjából.

A klímaváltozás hatásaira leginkább sérülékeny térségek azonosításához többlépcsős módszertan megalkotására volt szükség. Ha településeket, mint hatásviselőket sérülékenységi szempontból vizsgáljuk, akkor a két legfontosabb tényező *az éghajlati ingerekkel szembeni kitettség és érzékenység*, így a kutatás módszertanának is e két szempontot kell figyelembe vennie (Greiving et al. 2011).

2. Klímakitettség – a klímaváltozás hatásának regionalitása

2.1. Módszertan

A klímakitettség *a globális éghajlatváltozás lokális kivetülése, a helyi szintű éghajlati paraméterek változása*. Az érzékenységtől eltérően a kitettség egy földrajzi hely jellemzője, melyen belül globális éghajlatváltozás módosítja a lokális éghajlatot, így annak változó klímáparaméterei hatással vannak az adott földrajzi egység minden hatásviselőjére.

A klímakitettség szempontjából való kutatás célja, hogy rámutasson a klímaváltozás hatásainak hazai regionális különbségeire, azonosítsa a kitettebb és kevésbé kitett térségeket. Ezen elemzéshez a Magyarországra rendelkezésre álló klímaforgatókönyvek által prognosztizált éghajlati paraméterekben bekövetkező változásokat szükséges vizsgálni. A két legfontosabb éghajlati paraméter a hőmérséklet és a csapadék, melyek változásait a Nemzeti Alkalmazkodási és Térinformatikai Rendszerben (NATÉR) elérhető kartogramok segítségével mutatom be.

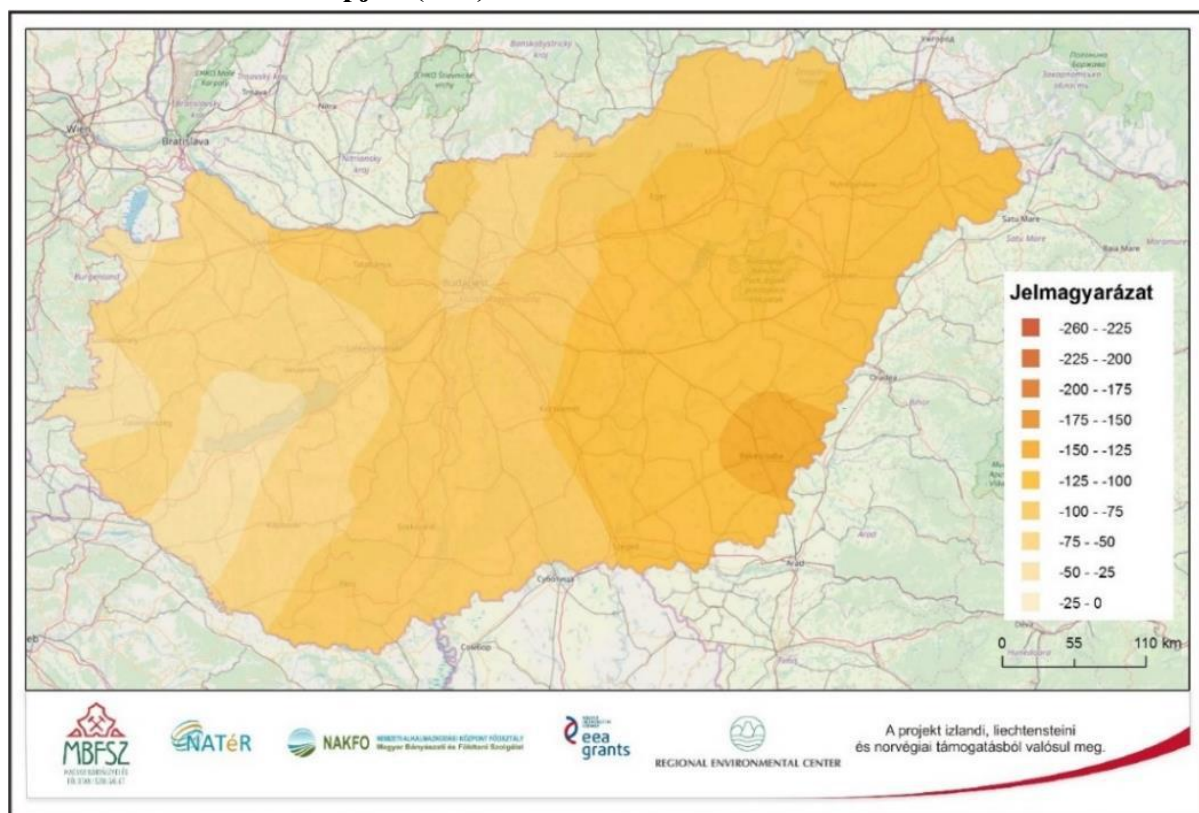
Fontos megjegyezni, hogy a bemutatott kartogramok két szempontból példaértékűek:

- rámutatnak, hogy az egyes klímamodellek által becsült *adatok megbízhatósága, bekövetkezési valószínűsége csökken, minél alacsonyabb területi egységet*– mivel annál kevesebb adat áll rendelkezésünkre a modell lefuttatásához – *vagy minél rövidebb időtávot vizsgálunk*. A becslési bizonytalanságokból kifolyólag ezen módszertani elem a leginkább kitett *országgrész* meghatározására alkalmas;
- rámutatnak, hogy *vannak jelentős regionális különbségek az éghajlatváltozás magyarországi megjelenésében*, amiket figyelembe kell vennünk, ha hatékonyan akarunk alkalmazkodni a negatív éghajlati hatásokhoz.

2.2. Eredmények

A klímakitetés vizsgálatok a NATÉR adatbázisban található, a hőmérsékleti- és csapadékviszonyok változását bemutató 1. és 2. ábra alapján elmondható, hogy a *Magyarország keleti országrésze* kitettebb a klímaváltozás hatásainak (Bartholy et al. 2011, Lakatos et al. 2012). Az országrész éghajlata prognosztizálhatóan komoly szárazuláson megy keresztül, mely során a terület klimatikus vízmérlege 150-250 mm veszteséget is szenvedhet 2021 és 2050 között. Ennek hatása megmutatkozhat az aszályos napok számának növekedésében, talajvízszint csökkenésben – mely hatások komoly következményekkel járhatnak mind a mezőgazdasági termelésre, ipari és lakossági vízhasználatra nézve.

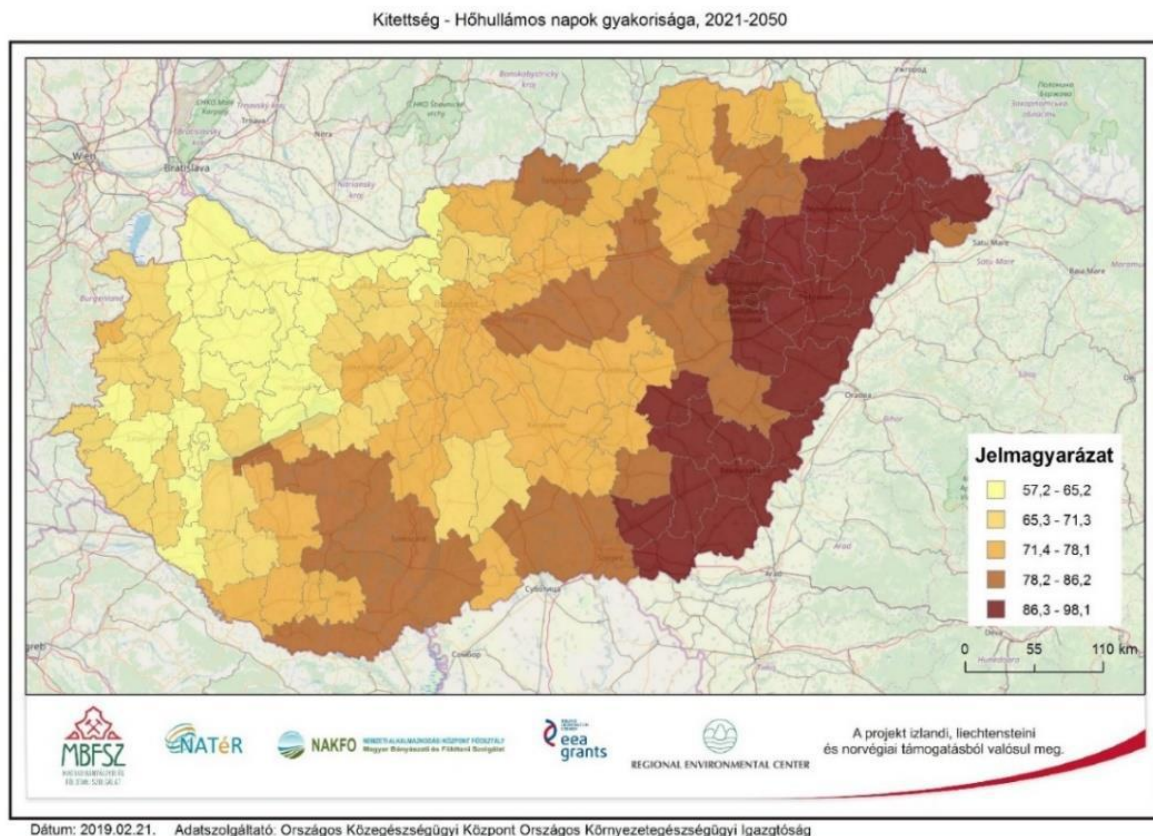
1. ábra. A klimatikus vízmérleg várható változása a 2021-2050 időszakra az ALADIN-Climaté klímamodell alapján (mm)



Forrás: Magyar Földtani és Geofizikai Intézet, NATÉR adatbázis, 2019

A csapadékviszonyok mellett a nyári napok átlaghőmérsékletének emelkedése is valószínűsíthető, mely a hóhullámos napok számának és csúcshőmérsékleti értékeinek növekedését is okozhatja.

2. ábra: A hóhullámos napok gyakorisága 2021-2050 között



Forrás: Magyar Földtani és Geofizikai Intézet, NATÉR adatbázis, 2019

A bemutatott kartogramokból, illetve a hazai szakirodalomból elemzéseiből is kitűnik, hogy komoly területi különbségek figyelhetők meg a klímakitettség szempontjából, mely alapján a legrosszabb helyzetben a Kelet-Magyarország, Dél-Dunántúl, országhatárhoz közelebbi térségei vannak.

3. Klímaérzékenység – a leginkább érzékeny települések azonosítása

A lokális éghajlati paraméterekben történő változás önmagában még nem jelent a hatásviselőre nézve negatív következményt (kárt), mivel minden szereplőnek megvan a maga alkalmazkodási kapacitása, mely ellensúlyozza az adott hatást. Ez a gyakorlatban annyit jelent, hogy például egy hóhullám esetén az emberi szervezet komoly igénybevételnek van kitéve, melyet a hőháztartásunk próbál kompenzálni, viszont, ha egy légkondicionáló berendezés segítségével ezen hatást csökkenteni tudjuk, azzal az elszennvedett károk is csökkenthetőek.

Láthatjuk, hogy a klímasérülékenység szempontjából rendkívül fontos tudnunk, mely térségek reagálnak érzékenyebben a lokális éghajlati paraméterek szempontjából. Ha az emberi társadalmak szempontjából vizsgáljuk a klímaérzékenységet, praktikus annak fenntartható fejlődéshez használt hármass felosztást alkalmaznunk, így beszélhetünk *természeti* (környezeti), *társadalmi* és *gazdasági* érzékenységről.

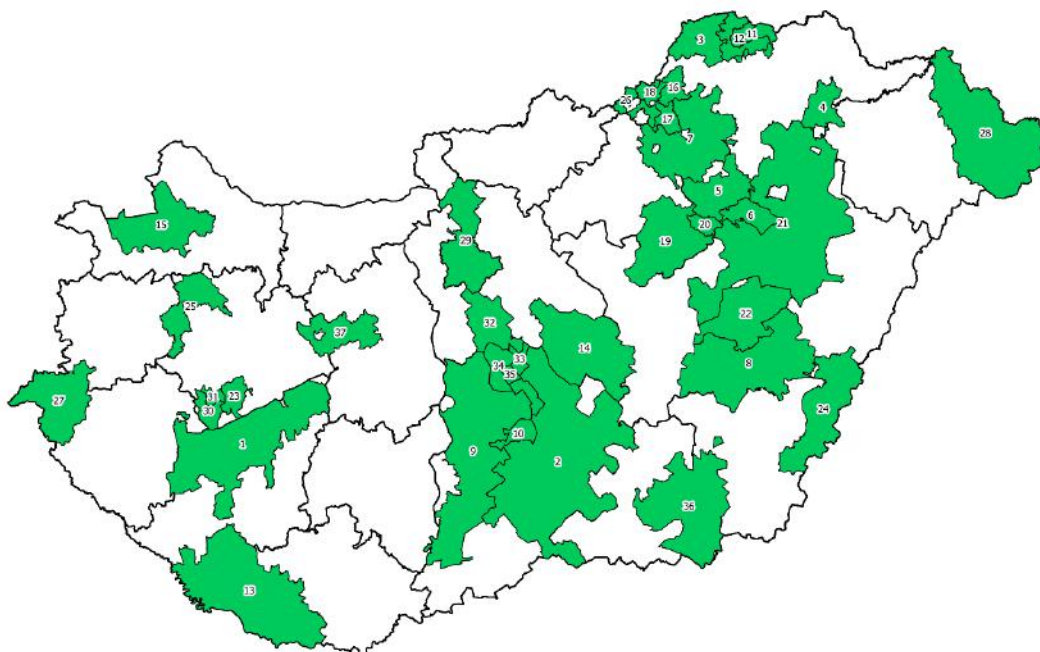
3.1. Módszertan

Magyarország egyes települései, településcsoportjai között megfigyelhető társadalmi-, gazdasági- és környezeti állapotbeli különbségek régóta foglalkoztatják a hazai területfejlesztéssel foglalkozó szakembereket (Nemes Nagy 2005, Káposzta 2014). Az idők során használt sokféle megközelítés közül jelen kutatás során a legmagasabb társadalmi elfogadottsággal rendelkező módszertan alkalmazása volt a cél, így a természeti érzékenységi szempontjából a 2/2002. (I. 23.) Kormányrendelet az „*érzékeny természeti területekre vonatkozó szabályokról*”, a társadalmi-gazdasági érzékenységre pedig a 290/2014. (XI. 26.) Kormányrendelet a „*kedvezményezett eljárások besorolásáról*” szolgál alapul.

Természeti érzékenység

Magyarország természeti környezete szempontjából leginkább érzékeny területek azonosítására létrehozott 2/2002. (I. 23.) Kormányrendelet alapvetően 3 kategóriát különít el: *fontos, kiemelten fontos és tervezett* érzékeny természeti területek. A Kormányrendelet szerint az érzékeny természeti területek azok, „*amelyek támogatással ösztönzött, önként vállalt korlátozások révén biztosítják az élőhelyek védelmét, a biológiai sokféleség, a tájképi és kultúrtörténeti értékek összehangolt megőrzését.*” A kutatás során a természeti érzékenység területi különbségeinek bemutatása a kiemelten fontos érzékeny természeti területek elhelyezkedésén alapszik – lásd 3. ábra –, mivel ezek azok a területek, „*ahol nemzetközi viszonylatban is kiemelkedő természeti, táji és kultúrtörténeti értékek fordulnak elő, amelyek fennmaradása középtávon (5-10 év) is kétséges a természetkímélő gazdálkodás támogatása nélkül.*” (2/2002. (I. 23.) Kormányrendelet, 3§).

3. ábra. Kiemelten fontos érzékeny természeti területek földrajzi elhelyezkedése



Az egyes területek megnevezése az 1. számú mellékletben található.
Forrás: 2/2002. (I. 23.) Korm. rendelet alapján saját szerkesztés, 2019

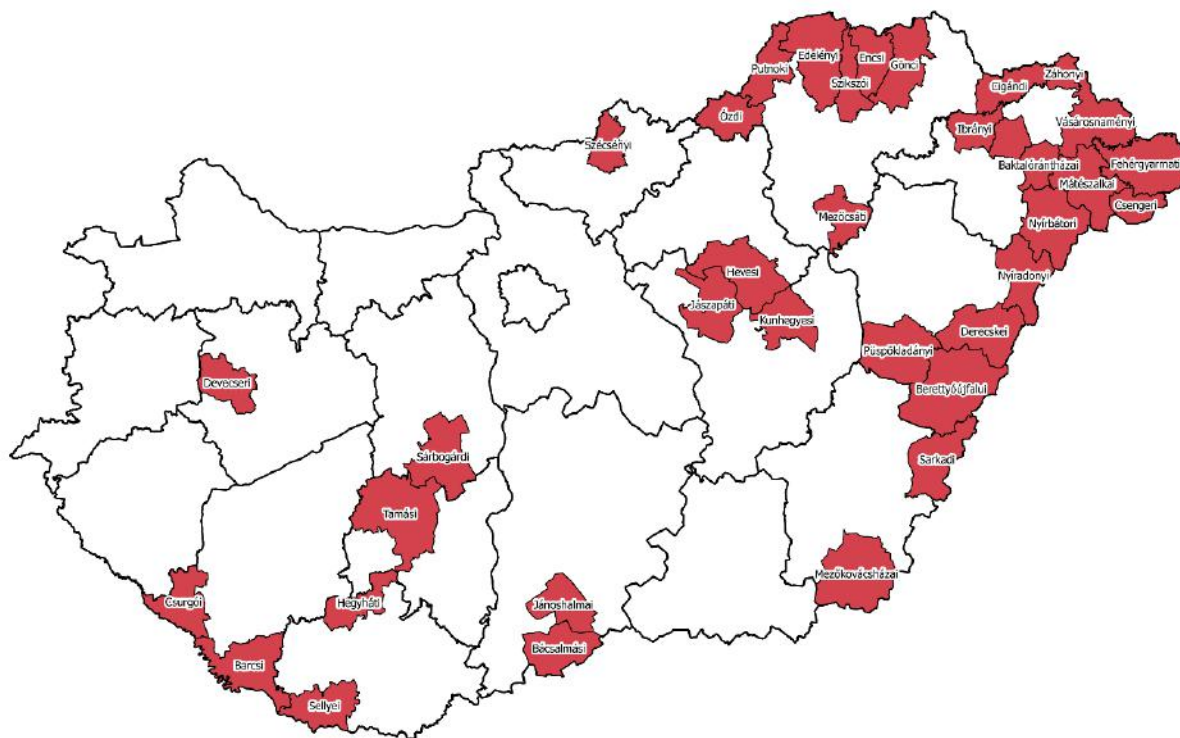
Társadalmi- gazdasági érzékenység

Az egyes magyarországi járások társadalmi-gazdasági fejlettségének összehasonlítása érdekében hozták létre a 290/2014. (XI. 26.) Kormányrendeletet, mely egy komplex statisztikai mutatószámot alkalmaz. A mutatószám összesen 24 db társadalmi és demográfiai, lakás és életkörülménybeli, helyi gazdaság és munkaerő-piaci, infrastruktúra és környezeti mutatót tartalmaz. Ez alapján 3 kategóriát határol le:

- *kedvezményezett járások*: azok a járások, amelyeknek komplex mutatója kisebb, mint az összes járás komplex mutatójának átlaga;
- *fejlesztendő járások*: a kedvezményezett járásokon belül azok a legalacsonyabb komplex mutatóval rendelkező járások, amelyekben az ország kumulált lakónépességének 15%-a él;
- *komplex programmal fejlesztendő járások*: a kedvezményezett járásokon belül azok a legalacsonyabb komplex mutatóval rendelkező járások, amelyekben az ország kumulált lakónépességének 10%-a él (290/2014. (XI. 26.) Kormányrendeletet, 1§, 2. bekezdés)

A kutatás módszertana a komplex programmal fejlesztendő járások kategóriát alkalmazza, mely települései Magyarország legelmaradottabbjai közé tartoznak. A járások elhelyezkedését mutatja be a 4. ábra. Ezen települések olyan komoly társadalmi-gazdasági problémákkal küzdenek, mely rendkívül negatív hatással van azok alkalmazkodóképességére.

4. ábra. Komplex programmal fejlesztendő járások földrajzi elhelyezkedése

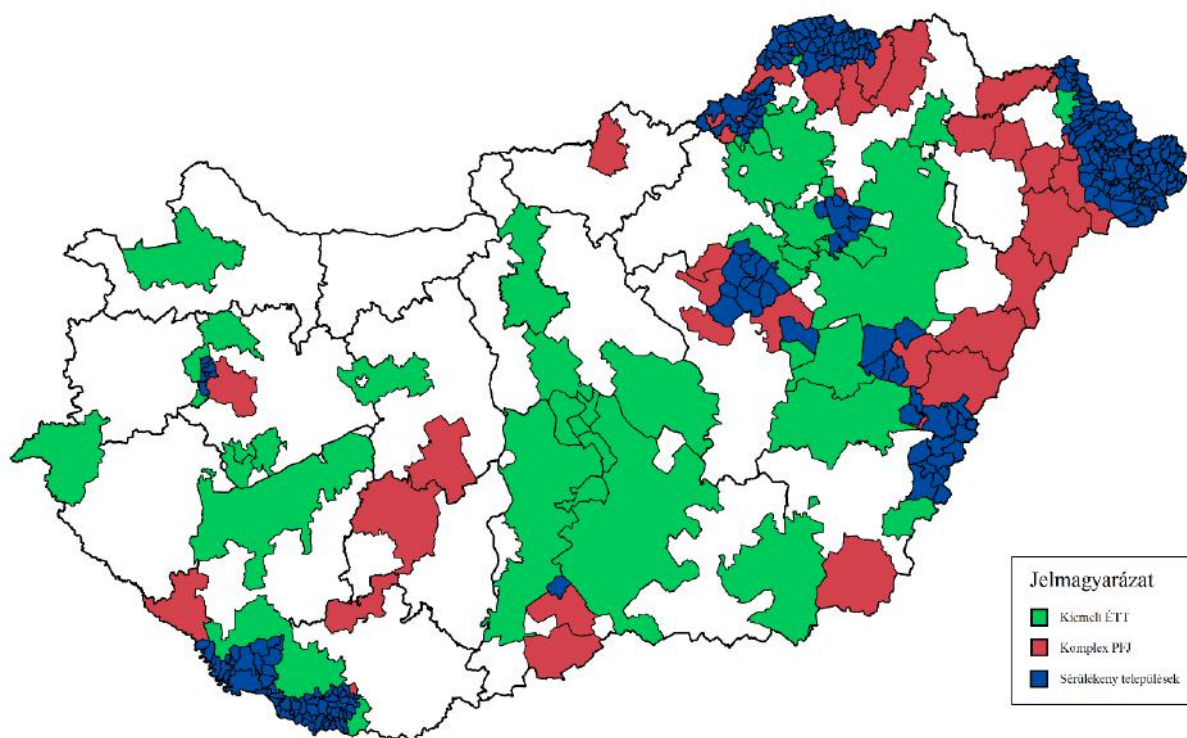


Forrás: 290/2014. (XI. 26.) Korm. Rendelet alapján saját szerkesztés, 2019

3.2. Eredmények

A természeti és a társadalmi-gazdasági érzékenység szempontjából lehatárolt területek metszeteit mutatja be kék színnel az 5. ábra.

5. ábra. Leginkább klímaérzékeny települések földrajzi elhelyezkedése



Forrás: Saját szerkesztés, 2019

Látható, hogy a leginkább érzékeny települések a határmenti perifériális területeken Somogy, Baranya, Borsod-Abaúj-Zemplén, Szabolcs-Szatmár-Bereg és Békés megyékben, míg belső perifériák esetében Veszprém, Heves, Jász-Nagykun-Szolnok, Bács-Kiskun, Borsod-Abaúj-Zemplén és Hajdú-Bihar megyékben találhatóak. Feltételezhetően ezen települések reagálnak leginkább érzékenyen a globális éghajlatváltozás lokális hatásaira.

4. Következtetések

A kitettségi és érzékenységi vizsgálat rámutatott, hogy Magyarország belső és határmenti külső perifériális térségei a leginkább sérülékenyek a globális éghajlatváltozás negatív hatásaival szemben. A fokozott védelmet igénylő természeti környezet és a súlyos társadalmi-gazdasági problémák találkozása a jelentősebb kitettséggel rámutat, hogy ezen térségek felzárkóztatásánál, az azt célzó stratégiák, megvalósítási tervek kidolgozásánál az éghajlatváltozás és az ellen való védekezés fokozott figyelmet kellene kapnia. Javasolt volna a lokális adottságokhoz igazodó alkalmazkodási és mitigációs jógyakorlatok kutatása, implementálása a térségben, ezek hiányában a leszakadó térségek további versenyhátrányba kerülhetnek a kedvezőbb klimatikus adottságokkal rendelkezőkhöz képest.

Hivatkozott források

Bartholy, J., Bozó, L., Haszpra, L. (2011): KLÍMAVÁLTOZÁS – 2011, Klímaszcenáriók a Kárpát-medence térségére. Budapest: A Magyar Tudományos Akadémia és az Eötvös Loránd Tudományegyetem Meteorológiai Tanszéke, 281 p. ISBN 978-963-284-232-5

ESPON (2011): Climate Change and Territorial Effects on Regions and Local Economies. Dortmund, ESPON Programme, p. 65.

Greiving, S. et al. (2011): ESPON Climate, Climate Change and Territorial Effects on Regions and Local Economies. Dortmund: ESPON 2013 Programme, 65 p. ISBN 978-2-919777-04-4

Káposzta, J. (2014): Területi különbségek kialakulásának főbb összefüggései. In: Gazdálkodás, 58. évf. 5.szám, pp. 399-412

Lakatos, M. et. al. (2012): Éghajlati szélsőségek változásai Magyarországon: közelmúlt és jövő. Budapest: Országos Meteorológiai Szolgálat, Éghajlati Osztály, Eötvös Loránd Tudományegyetem, Meteorológiai Tanszék, 11 p.

Nemes Nagy, J. (2005): Fordulatra várva – a regionális egyenlőtlenségek hullámai. –In: A földrajz dimenziói (szerk. Dövényi Z. - Schweitzer F.), MTA Földrajztudományi Kutatóintézet, Budapest. pp. 141-158.

Hivatkozott jogszabályok

2/2002. (I. 23.) Kormányrendelet az érzékeny természeti területekre vonatkozó szabályokról;

290/2014. (XI. 26.) Kormányrendelet a kedvezményezett eljárások besorolásáról.

Mellékletek

1. melléklet: Magyarország kiemelten fontos érzékeny természeti területei

Kódszám	ÉTT megnevezés
1	A Balaton déli vízgyűjtőjének szárazulatai, berkek, halastavak, nádasok, gyepes és lápos talajon kialakult szántók
2	A Tisza homokhátsági vízgyűjtője
3	Aggteleki Nemzeti Park törzsterület, Galyaság
4	Bodrogköz, Kopaszhegy
5	Borsodi-Mezőség
6	Borsodi-Mezőség, Hortobágyi Nemzeti Park védőzónája
7	Bükk Nemzeti Park védőzónája
8	Dévaványa környéke
9	Dunavölgyi-sík
10	Dunavölgyi-sík, A Tisza homokhátsági vízgyűjtője
11	Észak-Cserehát
12	Észak-Cserehát, Aggteleki Nemzeti Park törzsterület, Galyaság
13	Fás legelők Baranya megyében
14	Gerje-perje sík
15	Hanság
16	Heves-borsodi dombság
17	Heves-borsodi dombság, Bükk Nemzeti Park védőzónája
18	Heves-borsodi dombság, Ózd környéke
19	Hevesi-sík
20	Hevesi-sík, Borsodi-Mezőség, Hortobágyi Nemzeti Park védőzónája
21	Hortobágyi Nemzeti Park védőzónája
22	Hortobágyi Nemzeti Park védőzónája, Dévaványa környéke
23	Káli-medence
24	Kis-Sárrét
25	Marcal-medence
26	Ózd környéke
27	Órség-Vendvidék
28	Szatmár-Bereg régió
29	Szentendrei-sziget
30	Tapolcai-medence
31	Tapolcai-medence, Káli-medence
32	Turjánvidék
33	Turjánvidék, A Tisza homokhátsági vízgyűjtője
34	Turjánvidék, Dunavölgyi-sík
35	Turjánvidék, Dunavölgyi-sík, A Tisza homokhátsági vízgyűjtője
36	Vásárhelyi-Csanádi puszták
37	Velencei-tó és Sárvíz völgye

Forrás: 2/2002. (I. 23.) Korm. rendelet a kiemelten fontos érzékeny természeti területekről

Megyei szintű mitigációs potenciál vizsgálata és fejlesztési lehetőségei Magyarországon

Esses Diána¹ – Pálvölgyi Tamás²

Összefoglalás

Magyarországon EU támogatással (KEHOP-1.2.0 pályázat keretében) 19 megye és a főváros a közelmúltban elkészítette a klímastratégiáját, melynek célja a mitigációs és az adaptációs tevékenységek feltételeinek biztosítása egy egységes és közös klímastratégiai módszertan alkalmazásával. Ezek a stratégiai dokumentumok többek között tartalmazzák az üvegházhatású gázok megyei kibocsátási leltárát, illetve 2030-ra a kibocsátás-csökkentési (mitigációs) célkitűzéseket is. Az éghajlatváltozás okozta kockázatok alapvetően meghatározzák a regionális fejlesztéseket, ezért szükséges a mielőbbi mitigációs lehetőségek feltárása. A tanulmány során bemutatjuk az üvegházhatású gázok kibocsátásának térszerkezeti jellegzetességeit, kirajzolódnak a regionális különbségek a megyék között, ezáltal rávilágítva azokra a területekre, amelyek fejlesztésre szorulnak. A vizsgálat során bemutatjuk a megyei fejlettségi tipológia és a fajlagos (pl. egy főre, vagy GDP-re vetített) kibocsátások közötti kapcsolatot. Megvizsgáltuk a megyék 2030-as kibocsátás-csökkentési céljait és a tervezett mitigációs intézkedéseket, illetve ezek kapcsolatát a megyék társadalmi-gazdasági helyzetével, fejlesztési kilátásaival, ennek köszönhetően lehetőség nyílik a megyék mitigációs szempontú erősségeinek és gyengeségeinek feltárására, amellyel már a regionális különbségek is csökkenthetők.

Kulcsszavak: regionális különbségek, mitigáció, kibocsátáscsökkentés, üvegházhatású gázok, megyei fejlesztések

JEL kód: Q53

1. Bevezetés

A megyei klímastratégiák célja a mitigációs és adaptációs tevékenységek feltételeinek biztosítása egy egységes és közös klímastratégiai módszertan alkalmazásával (Bíró et. al., 2017). A tanulmány ezeknek a klímastratégiáknak a vizsgálatából indul ki. Bemutatjuk az üvegházhatású gázok kibocsátásának földrajzi jellegzetességeit, kapcsolatot keresünk a megyei fejlettségi tipológia és a fajlagos (pl. egy főre, vagy GDP-re vetített) kibocsátások között.

¹ PhD hallgató, tudományos segédmunkatárs, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar, Környezetgazdaságtan Tanszék, Gazdálkodás- és Szervezéstudományi Doktori Iskola; esses.diana@eik.bme.hu

² egyetemi docens, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar, Környezetgazdaságtan Tanszék; palvol@eik.bme.hu

Emellett vizsgáljuk a megyék kibocsátás-csökkentési vállalásait, azaz a 2030-ra vonatkozó dekarbonizációs célértékeket. A megyék csökkentési vállalásait összevetjük a városok SECAP (Fenntartható Energia- és Klímaakcióterv) dokumentumaiban vállaltakkal, illetve az egyéb mitigációval kapcsolatos vállalásokkal.

2. Irodalmi áttekintés

Bár a klímaváltozás várható helyi és regionális alakulásáról széleskörű tudományos információk állnak rendelkezésre (Guerreiro et al, 2018), de a társadalomra és a gazdaságra gyakorolt hatásokat kevésbé ismerjük. Az éghajlatváltozás globális jelenség, amely a különböző társadalmi rétegeket egyaránt érinti. (Laukkonen et al, 2009) Az éghajlatváltozás okozta kockázatok alapvetően meghatározzák a regionális fejlesztéseket, ezért szükséges a mielőbbi alkalmazkodási és felkészülési lehetőségek feltárása. A regionális különbségek minden országban megfigyelhetők, és folyamatosan változnak, köszönhetően a földrajzi adottságoknak, a környezetnek, a politikai helyzetnek és egyéb befolyásoló tényezőknek. Minél kisebb területi szinten vizsgáljuk a differenciáltságot, annál több különbség mutatható ki. (TOP, 2014) Az éghajlatváltozáshoz való hatékony alkalmazkodás érdekében a különböző szinteken működő globális szereplőknek megfelelő módszertanra és eszközre van szükségük a döntéshozatalhoz. (Laukkonen et al, 2009) Magyarországon EU támogatással (KEHOP-1.2.0 pályázat keretében) 19 megye és a főváros a közelmúltban elkészítette a klímastratégiáját és valamennyi megyei önkormányzat létrehozta a megyei éghajlatváltozási platformot (Szalmáné-Taksz, 2016). A megyei klímastratégiák célja a mitigációs és adaptációs tevékenységek feltételeinek biztosítása egy egységes és közös klímastratégiai módszertan alkalmazásával (Bíró et al., 2017). Ugyanakkor a megyei klímastratégiák várható regionális fejlesztési hatásának, környezeti- és klímavédelmi teljesítményének vizsgálatára jelenleg nincs megfelelő értékelési módszer. Fontos kutatási feladat a megyei klímastratégiák céljainak és eszközeinek a regionális- és fenntarthatósági szemléletű vizsgálata (Bíró et al., 2017), melynek eredményeképpen elkészíthető egy térségi szintű összehasonlító értékelés az éghajlatvédelmi tevékenysükről.

A szén-dioxid és egyéb üvegházhatású gázok kibocsátása az egyik legfontosabb indikátora a fenntartható fejlődésre való áttérésnek. (Iyer et al, 2018) Az Európai Unió 2020 stratégiája az 1990-es bázisévhez képest az üvegházhatást okozó gázok 20 %-os csökkentését, a megújuló energiaforrásokból származó energia felhasználást a jelenlegi 8,5 %-ról 20 %-ra növelését és az energiahatékonyság 20 %-os javulását tűzte ki célul. Meglehetősen ambiciózus célok, de megvalósíthatók megfelelő eszközrendszerrel. (Carvalho, 2012) Ennek megfelelően az országok szén-dioxid kibocsátás-csökkentési célokat határoznak meg, hogy megfeleljenek a globálisan elfogadott maximum + 1,5 ° C-os globális felmelegedésnek. A teljes üvegházhatású gáz kibocsátás Magyarországon 2016-ban 63,6 millió tonna volt. (KSH, 2018) Ennek csökkentéséhez kiemelten fontos eszköz a regionális szintű elemzés, emiatt a kutatás fő célja a megyei szintű szén-dioxid kibocsátás vizsgálata Magyarországon. (Wende et al, 2012) Az

erdős területek szén-dioxid megkötési képessége is kiemelendő. Jelenleg évente milliárd tonna szén-dioxidot kötnek meg, emiatt folyamatosan hozzájárulnak az éghajlatváltozás elleni védelemhez. Az erdőgazdálkodás, ezen belül is az erdőtelepítés és a földhasználat kulcsfontosságú a környezeti és társadalmi-gazdasági hatások befolyásolására. (Canadell and Raupach, 2008)

3. Anyag és módszer

A vizsgált klímastratégiák nemzetközi szintű egységes módszertannal készültek, megyei közgyűlési határozat van róluk, emiatt minősítésem estek át, melynek tanulsága szerint részletezettségük differenciált. Ettől függetlenül kiemelendő, hogy minden megyére elkészítették. A klímastratégiák célja a mitigációs és adaptációs tevékenységek feltételeinek biztosítása egy egységes és közös klímastratégiai módszertan alkalmazásával. A megyei klímastratégiák első lépcsőfoka a helyzetértékelés. Ennek a jelen kutatás szempontjából legfontosabb része a mitigációs helyzetértékelés, emellett viszont elkészült a megyéknek az alkalmazkodási helyzetértékelése, a klíma- és energiatudatossági helyzetértékelése és éghajlati szempontú SWOT elemzése és problématerképe. A mitigációs helyzetértékelés során elkészítették a megyei üvegházhatású-gázok leltárát. A klímastratégiák elkészítésére nem hoztak létre jogszabályt, csak javasolták a kidolgozásukat, amelyhez szoftveres támogatást és szakmai útmutatást biztosítottak a KBTSZ (Klímabarát Települések Szövetsége) részéről. A SWOT analízis segítségével a megyék könnyebben felmérhették az erősségeiket és a lehetőségeiket, megismerték a gyengeségeiket és a külső veszélyeket, amelyek vizsgálatával feltérképezhetővé váltak a megyék mitigációs és adaptációs lehetőségei. A helyzetértékelés után meghatározták a stratégiai kapcsolódási pontokat, külön vizsgálva a megyei szintű kapcsolódási pontokat és a térségi és helyi tervdokumentumokkal való kapcsolatukat. A megyékben már megvalósult fenntartható energiagazdálkodási projekteket is ebben a részben mutatták be a megyék. Ezek ismeretében kidolgozták a megyei klímavédelmi jövőképjüket, ehhez meghatározták a megyei dekarbonizációs célértéket, megfogalmazták az alkalmazkodási és felkészülési célkitűzéseiket és a klímatudatossági, szemléletformálási célkitűzéseket. A dokumentumok végére a végrehajtás szervezése került, mely tartalmazza a megyei szintű intézkedések megtervezését, illetve a végrehajtási keretrendszer meghatározását. A megyei dekarbonizációs célkitűzések - a megye ÜHG kibocsátási célértéke (%) -ban kifejezve - számszerűsítése nem kötelező a megyék számára, a módszertan csak javaslatot fogalmaz meg.

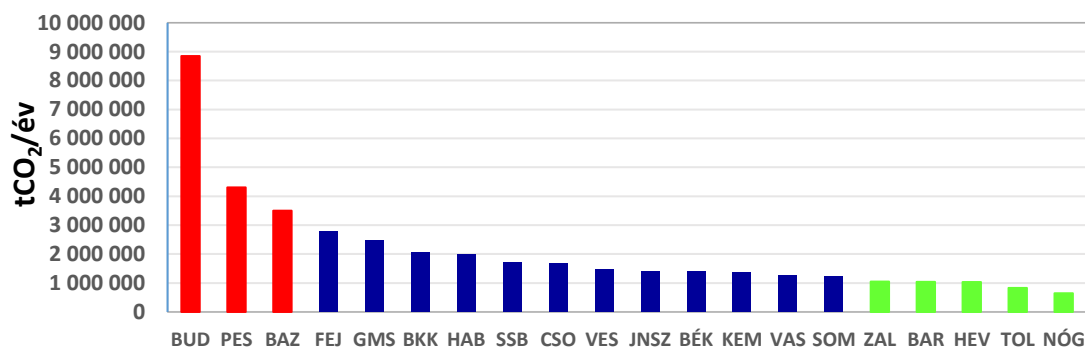
A tanulmányban ezeket a klímastratégiákat vizsgáltuk, főleg mitigációs szempontú elemzéseket végeztünk a kibocsátások mennyiségét és a dekarbonizációs célkitűzéseket figyelembe véve. A vizsgálat során különböző fajlagos kibocsátási adatokat képeztünk, és ezzel lehetővé teszi a tanulmány az egyes megyék összehasonlíthatóságát, amelynek segítségével a regionális különbségek jobban láthatóvá válnak, ezzel elősegítve ezek csökkentését.

4. Eredmények

A kutatáshoz szükséges adatokat a megyei klímastratégiák biztosították, amelyek a hivatkozás jegyzékben (205. oldalon) külön kiemelve szerepelnek.

A vizsgálat során először a megyék kibocsátását vizsgáltuk földrajzi jellegzetességek alapján.

1. ábra. Megyék éves szén-dioxid kibocsátása 2015-ben

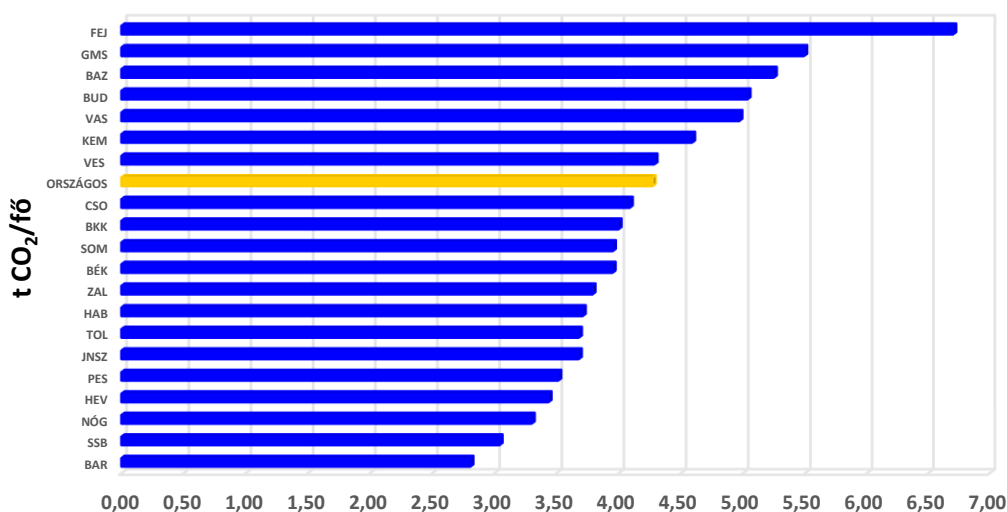


Forrás: A megyei klímastratégiák adatai alapján saját szerkesztés, 2019

Fontos megjegyezni, hogy a fent látható CO₂ kibocsátások nem tartalmazzák a nagyipart. Az első három megye/város (Budapest, Pest megye és Borsod-Abaúj-Zemplén megye) esetében a nagymértékű kibocsátást a magas népességszám és az elavult épületállomány okozza. Az utolsó megyét megnézve sem jobb az épületállomány, ellenben kisebb a lakosságszám, illetve meglehetősen gyenge ipar jellemző Zala, Baranya, Heves, Tolna és Nógrád megyére.

A megyék fajlagos (egy főre jutó) szén-dioxid kibocsátását vizsgálva arra a következtetésre jutottunk, hogy a megyék nagy része az országos átlag alatt van.

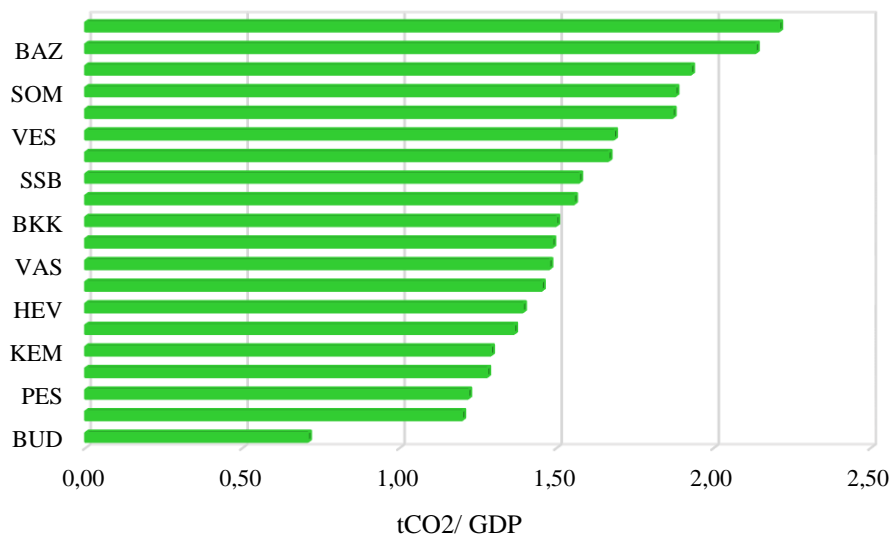
2. ábra. Megyék fajlagos szén-dioxid kibocsátása



Forrás: A megyei klímastratégiák adatai alapján saját szerkesztés, 2019

A diagram a kis- és középvállalati szektor kibocsátásait tartalmazza, a nagyipar kibocsátásait viszont nem. Ennek oka, hogy a nagyiparba tartozó vállalatokra érvényes az ETS (emissions trading system) kötelező kvótakereskedelem. Ezeknél a vállalatoknál nem jelenik meg CO₂ kibocsátásának csökkentési szándéka, hiszen az Európai Unió által meghatározott kvóta kötelező a számukra, amit az EU évről évre csökkent. Ennek köszönhetően piaci alapon adhatják el a felesleges kvótákat azok a vállalatok, amelyek kisebb CO₂ kibocsátással termelnek, míg a nagyobb kibocsátású vállalatok ezeket megvásárolhatják. Ez Magyarországon körülbelül 250 létesítményt érint. A diagram alapján mindenképpen kiemelendő a mobilitás, mint kulcstényező, hiszen a közlekedés jelentősen megemeli a fajlagos kibocsátást, ami főleg Fejér, Győr-Moson-Sopron és Borsod-Abaúj-Zemplén megyéknél rajzolódik ki.

3. ábra. Megyék gazdasági fejlettsége (GDP) és a CO₂ kibocsátása (t(CO₂)/fő) közötti kapcsolat



Forrás: A megyei klímastratégiák adatai alapján saját szerkesztés, 2019

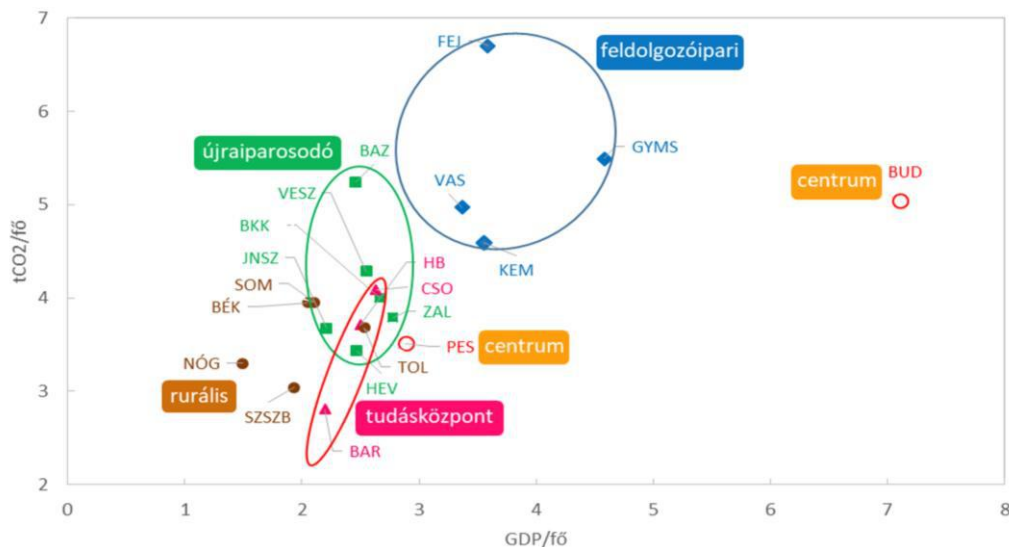
Azoknál a megyéknél, ahol relatívan alacsony a megyei GDP, ez az index magas lesz, ilyen például Békés és Somogy megye. Ezzel szemben ahol magas a megyei egy főre eső nemzeti jövedelem, mint például Győr-Moson-Sopron és Pest megye, ott ez az index meglehetősen alacsony lesz. Külön kiemelendő Budapest, hiszen kiugró GDP-vel rendelkezik, emiatt a fajlagos mutató igen alacsony értéket vesz fel. Fejér és Veszprém megye esetén nem alacsony a GDP, inkább átlagosnak tekinthető, de nagyon magas a kibocsátásuk. Sokszor alkalmazzuk ezt a hatékonysági indikátort, de ennek az alapját a GDP határozza meg, viszont a vizsgált eredményeknél több hatás akkumulálódik.

A tanulmányban a megyei fejlettségi tipológia és a fajlagos kibocsátások közötti kapcsolatot is vizsgáltuk. (Lengyel-Varga, 2018)

A cikk 5 típusba sorolja be a megyéket:

- Centrum megyék, Közép-Magyarország régió lakosságának 86 százaléka itt él: *Budapest, Pest megye*
- FDI feldolgozóipari megyék, ahová áramlik a feldolgozóipari külföldi működőtőke: *Fejér, Győr-Moson-Sopron, Komárom-Esztergom, Vas megye*
- Újraiparosodó megyék, vagyis a tradicionális ipartérségekben található megyék: *Bács-Kiskun, Borsod-Abaúj-Zemplén, Heves, Jász-Nagykun-Szolnok, Veszprém, Zala megye*
- Tudásközpont megyék, ahol kiemelkedő számú kutató és tudományos fokozatú szakember él: *Baranya, Csongrád, Hajdú-Bihar megye*
- Rurális megyék, déli, keleti országhatárnál helyezkednek el: *Békés, Nógrád, Somogy, Szabolcs-Szatmár-Bereg, Tolna megye*

4. ábra. Megyetípusok gazdasági fejlettsége (GDP/fő) és fajlagos CO₂ kibocsátása (t[CO₂]/fő) közötti kapcsolat



Forrás: A megyei klímastratégiák adatai és Lengyel-Varga, 2018 alapján saját szerkesztés, 2019

A legkedvezőbb terület a magas GDP - alacsony kibocsátás lenne, ebben a tartományban jelenleg nincs megye. Budapest kiugróan magas GDP-vel rendelkezik, ehhez kevésbé magas fajlagos kibocsátás társul, de még Budapest sincs a kívánt tartományban. A feldolgozóiparhoz tartozó megyékre magas GDP jellemző, de ehhez túl magas kibocsátás társul, ami az autóiparhoz tartozó logisztikának, a jelentős forgalomnak köszönhető. Ez a fajta magas GDP-hez tartozó magas fajlagos kibocsátás nem fenntartható. A tudásközpont és az újraiparosodó és a rurális típusúhoz tartozó megyék kevesebbet bocsátanak ki, viszont viszonylag alacsony a hozzájuk tartozó GDP is. Nekik a fenntarthatóságot figyelembe véve úgy kellene növelni a GDP-t, hogy a fajlagos kibocsátásuk ne növekedjen. Az ábrán jól kirajzolódik a társadalmi és gazdasági térbeliség, nem mutat homogenitást a fejlettséget tükröző GDP és a fajlagos kibocsátás eloszlása.

A klímastratégiák kitűzték a dekarbonizációs célértékeket, amelyekről összességében elmondható, hogy a megyei vállalások a bázisévekhez képest főleg 5-20 % között találhatók.

13 megyénél meglehetősen alacsony ambícióval rendelkező vállalatok születtek, ezeknél még a 15 %-ot sem éri el a csökkentési vállalat.

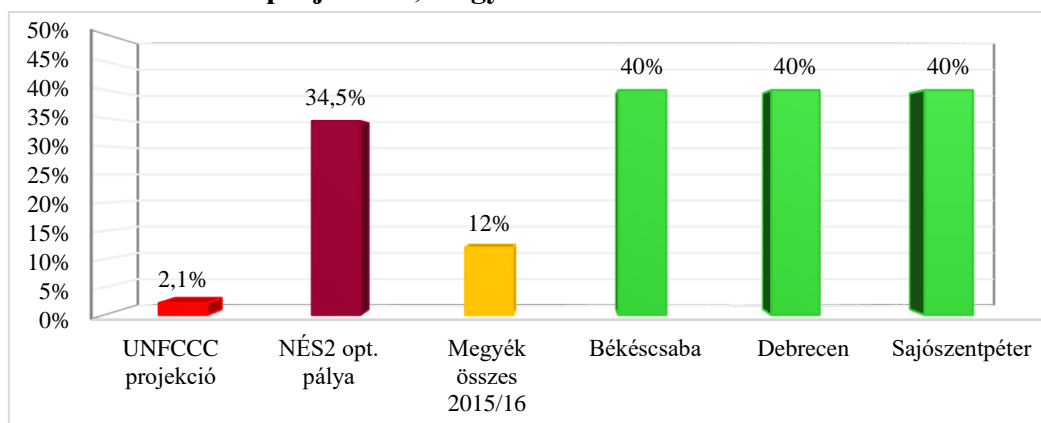
5. ábra. Megyei csökkentési vállalatok 2030-ra vonatkozóan



Forrás: A megyei klímastratégiák adatai alapján saját szerkesztés, 2019

Az elkészült klímastratégiákban a megyei vállalatok nem tükrözik a gazdasági fejlettséget. Nincs összhangban a jelen kibocsátás és annak a GDP-hez viszonyított helyzete. Ez annak köszönhető, hogy még nem kellően megalapozottak ezek a célkitűzések, nincs szakpolitikai és gazdasági, fejlettséggel kapcsolatos indokoltsága a megyei vállalatoknak. Az ábrán jól látható, hogy megyénként erősen differenciált vállalatok születtek 2030-ra. 2020-ra vonatkozó vállalatoknál 18 megyénél nem éri el a 6 %-ot, 2050-re sem tettek a megyék nagyon ambiciózus vállalatokat. 6 megye nem vállalt, a többiek 10-40 % közötti CO₂ kibocsátás csökkentést vállaltak a bázisévhez képest.

6. ábra. CO₂ kibocsátási projekciók, megyei és városi vállalatok 2030-ra



Forrás: A NÉS2, a megyei klímastratégiák, Békéscsaba, Debrecen és Sajószentpéter SECAP dokumentumainak adatai alapján saját szerkesztés, 2019

Az alábbi ábra jól szemlélteti, hogy a SECAP dokumentumok a kibocsátásra vonatkozóan komoly vállalatokat tartalmaznak. Fontos megemlíteni, hogy ezek a települési SECAP dokumentumok már képviselőtestületek által jóváhagyott dokumentumok. A városokban koncentrált a kibocsátás, emiatt nagyon biztató, hogy itt ilyen magas ambíciókkal kezelik ezt a problémát. A második Nemzeti Éghajlatváltozási Stratégia (NÉS2) 34,5%-os országos

vállalást tartalmaz, mely az optimális kibocsátás csökkentési pálya. UNFCCC (Éghajlatváltozási keretegyezmény) számára minden országnak be kell nyújtania jelentéseket, a legutóbb benyújtott dokumentum alapján 2,1 %-os a magyarországi vállalás, de fontos kiemelni, hogy ez egy projekció. Látható, hogy a megyék egy köztes állapotban vannak a célkitűzéseket illetően. Jelenleg a megyék által vállalt célokkal a Párizsi megállapodásban foglaltak nem teljesíthetők.

5. Következtetések és javaslatok

Az eredmények pontban bemutatott vizsgálatoknak köszönhetően elmondhatjuk, hogy jelentős regionális különbségek vannak az egyes megyék között, ezek adódhatnak földrajzi jellegzetességből, különböző gazdasági és társadalmi viszonyokból. Ezek megismerése kulcsfontosságú a probléma kezelésében. Hiányossága a klímastratégiáknak, hogy a tervezett beavatkozások várható CO₂ megtakarítási hatása általában nem ismert, így nem derül ki, hogy ezekkel a beavatkozásokkal elérhető-e a dekarbonizációs vállalások.

Összeségében elmondható, hogy szinte minden megyében hangsúlyos a lakossági, iskolai, munkahelyi szemléletformálás, képzés, illetve számos megyében innovatív, költséghatékony megoldások születtek; ezeknek a „jó gyakorlatoknak” a megosztására lenne szükség ahhoz, hogy minél inkább javuljon a megyék mitigációs és adaptációs teljesítménye. Az energetika szempontjából jelentős mitigációs potenciállal rendelkezik a biomassza és a PV alapú kis erőművek létrehozása, illetve a megyéken belül az okos városok fejlesztésének ösztönzése. Ezek mellett sok jó példa van a megyékben a középületek és a lakóépületek rekonstrukciójára, és a távhő korszerűsítésére. Közlekedés szempontjából a vasúti rekonstrukció fontos eleme lehet a tömegközlekedés vonzóbbá tételének, ezáltal a CO₂ kibocsátás csökkentésének. Emellett meg kell említeni a kerékpáros közlekedés fejlesztését, az E-töltőhálózat fejlesztését és a megfelelő forgalomszervezést. Javasolt lenne klímavédelmi övezeteket kijelölni a megyéken belül. Ipar szempontjából a kis- és középvállalatok technológiáját korszerűsíteni szükséges, a mezőgazdaságban ösztönözni kellene a klímabarát agrotechnikát, ezzel kihasználva a mitigációs lehetőségeket. A mai világban a turizmus a mindennapi életünk része, emiatt ezt sem szabad elhanyagolnia a megyéknek, a klímatudatos turizmus ösztönzésével a turizmus is fenntarthatóbbá tehető. Szorgalmazni kellene a klímabarát termékek védjegyének alkalmazását és széleskörű elterjedését, illetve a lakosság számára hangsúlyozni kellene, hogy a helyi termékeket részesítsék előnyben. Hulladékgazdálkodás szempontjából a megyék nagy része fejlesztette vagy fejleszti az újrahasznosítási és a szennyvíztisztítási lehetőségeket. A lakosságot ösztönözni lehetne a komposztálásra, illetve a csapadékvíz gyűjtésére, melyet a későbbiekben felhasználhatnak öntözési célból.

Hivatkozott források

Bíró M., Kajner P., Dr. Pálvölgyi T., Rideg A., Selmeczi P., és Taksz L., 2017. Klímastratégiai módszertanok tudományos megalapozása és kidolgozása leendő térségi és helyi klímastratégiákhoz. (szerk. Taksz Lilla) Magyar Földtani és Geofizikai Intézet, Budapest

Carvalho, M. G. (2012). EU energy and climate change strategy. *Energy* 40, 19-22.

KSH (2018). Nemzetgazdasági ágak szén-dioxid (CO₂) kibocsátása 1985-2017. https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_ua026d.html (Letöltés: 2019. 02. 13.)

Iyer, G., Calvin, K., Clarke, L., Edmonds, J., Hultman, N., Hartin, C., McJeon, H., Aldy J. and Pizer, W. (2018). Implications of sustainable development considerations for comparability across nationally determined contributions. *Nature Climate Change* Volume 8, (124–129. o.)

Josep G. Canadell and Michael R. Raupach (2008). *Managing Forests for Climate Change Mitigation*, American Association for the Advancement of Science. DOI: 10.1126/science.1155458 (Letöltés: 2018. 02. 17.)

Laukkonen, J., Blanco, P. K., Lenhart, J., Keiner, M., Cavric, B., Kinuthia-Njenga, C. (2009). Combining climate change adaptation and mitigation measures at the local level. *Habitat International* 33 (2009) (287-292. o.)

Lengyel I., Varga A., 2018. A magyar gazdasági növekedés térbeli korlátai – helyzetkép és alapvető dilemmák. *Közgazdasági szemle*, IXV. évf., 2018. május (499–524. o.)

Nemzeti Éghajlatváltozási Stratégia (2017). <https://www.parlament.hu/irom41/00385/00385.pdf> (Letöltés: 2018.03.09.)

Selma B. Guerreiro, Richard J. Dawson, Chris Kilsby, Elizabeth Lewis, Alistair Ford, 2018: *Future heat-waves, droughts and floods in 571 European cities*

Szalmáné Csete Mária.; Taksz L. 2016. A klímaváltozáshoz való alkalmazkodás európai és hazai irányzatai. In: Pálvölgyi T., Selmeczi P. (szerk): *Tudásmegosztás, Alkalmazkodás és Éghajlatváltozás. A Magyar Földtani és Geofizikai Intézet kutatási-fejlesztési eredményei a Nemzeti Alkalmazkodási Térinformatikai Rendszer létrehozására.* Magyar Földtani és Geofizikai Intézet, Budapest.

TOP (2014). *Terület- és Településfejlesztési Operatív Program.* <https://www.palyazat.gov.hu/download.php?objectId=53469> (Letöltés: 2018. 01. 25.)

Wende, W., Bond, A., Bobylev, N., Stratmann, L. (2012). Climate change mitigation and adaptation in strategic environmental assessment. *Environmental Impact Assessment Review* 32, (88–93. o.)

Megyei klímastratégiák és a hivatkozott SECAP dokumentumok:

Bács-Kiskun megye klímastratégiája (2017):

<http://adattar.bacskiskun.hu/klima/Kl%C3%ADmaStrat%C3%A9gia.pdf> (Letöltés: 2018. 09. 02.)

Baranya megye klímastratégiája (2018):

https://www.fenntarthatobaranya.hu/userfiles/dokumentum/20/baranya_megyei_klimastrategia_elfogadott_20180209.pdf (Letöltés: 2018. 09. 02.)

Békés megye klímastratégiája (2018):

http://www.bekesmegye.hu/wp-content/uploads/2018/07/Bekes_megye_klimastrategia.pdf (Letöltés: 2018. 09. 02.)

Borsod-Abaúj-Zemplén megye klímastratégiája (2017):

http://www.baz.hu/news_file/1796_0.pdf (Letöltés: 2018. 09. 02.)

Budapest klímastratégiája (2018):

http://budapest.hu/Documents/klimastrategia/Bp_Klimastrategi%C3%A1ja_vegleges_KGY%20elfogadott.pdf (Letöltés: 2018. 09. 02.)

Csongrád megye klímastratégiája (2017):

http://www.csongrad-megye.hu/klima/CSM_klimastrategia_20180312.pdf (Letöltés: 2018. 09. 02.)

Fejér megye klímastratégiája (2017):

https://www.fejer.hu/_user/browser/File/Platform/Fej%C4%99r_klimastrategia_kgy%20elfogadott.pdf (Letöltés: 2018. 09. 02.)

Győr-Moson-Sopron megye klímastratégiája (2017):

http://www.gymsmo.hu/data/files/2018/kehop/klimastrategia_tanusitvannyal_vegleges.pdf (Letöltés: 2018. 09. 02.)

Hajdú-Bihar megye klímastratégiája (2018):

https://www.hbmo.hu/webdocs/Files/PortalDocMix/xdoaw4xe.qzx_HB%20megye_END_20180207.pdf (Letöltés: 2018. 09. 02.)

Heves megye klímastratégiája (2017):

http://hevesmegye.hu/files/klimastrat/Heves_Megye_Kl%C3%ADmastrat%C3%A9gi%C3%A1ja_KGY.PDF (Letöltés: 2018. 09. 02.)

Jász-Nagykun-Szolnok megye klímastratégiája (2017):

http://mail.jnszm.hu/wp-content/uploads/sites/3/2019/04/jnszm_klimastrategia_vegleges-1.pdf (Letöltés: 2018. 09. 02.)

Komárom-Esztergom megye klímastratégiája (2017):

http://www.kemoh.hu/cikk_kepek/klima/dokumentumok/kem-klimastrategia.pdf (Letöltés: 2018. 09. 02.)

Nógrád megye klímastratégiája (2017):

<http://nograd.hu/files/palyazat/Klima-Strategia.pdf> (Letöltés: 2018. 09. 02.)

Pest megye klímastratégiája (2018):

http://www.pestmegye.hu/images/2018/Teruletfejlesztes/KEHOP_120/Pest_Megyei_Klimastrategia_2018-2030.pdf (Letöltés: 2018. 09. 02.)

Somogy megye klímastratégiája (2018):

http://www.som-onkorm.hu/static/files/nyertes_p%C3%A1ly%C3%A1zataink/SomogyMegyeKl%C3%ADmastrat%C3%A9gia.pdf (Letöltés: 2018. 09. 02.)

Szabolcs-Szatmár-Bereg megye klímastratégiája (2017):

https://www.szszbmo.hu/system/files_force/dokumentumok/klimastrategia_12_06_kesz.pdf?download=1 (Letöltés: 2018. 09. 02.)

Tolna megye klímastratégiája (2017):

http://www.tolnamegye.hu/adatszolgaltatas/klima/strategia/Tolna_Megyei_Klimastrategia_FINAL.pdf (Letöltés: 2018. 09. 02.)

Vas megye klímastratégiája (2018):

http://www.vasmegeye.hu/wp-content/uploads/2019/04/Vas_megye_klimastrategiaja.pdf (Letöltés: 2018. 09. 02.)

Veszprém megye klímastratégiája (2018):

https://www.vpmegeye.hu/letoltesek/klimastrategia/VM_Klimastrategia.pdf (Letöltés: 2018. 09. 02.)

Zala megye klímastratégiája (2018):

https://zalaegerszeg.hu/dokumentum/30687/Zala_Megye_Klimastrategiaja_20182030.pdf (Letöltés: 2018. 09. 02.)

Békéscsaba megyei jogú város Fenntartható Energia- és Klímaakcióterve (SECAP) (2017):

<http://docplayer.hu/68035621-Bekescsaba-megyei-jogu-varos-fenntarthato-energia-es-klimaakcioterve-secap.html> (Letöltés: 2018. 04. 05.)

Debrecen megyei jogú város Fenntartható Energia- és Klímaakcióterve (SECAP) (2017):

<https://www.debrecen.hu/assets/media/file/hu/9347/debrecen-energia-es-klimaakcioterve-secap.pdf> (Letöltés: 2018. 04. 05.)

Sajószentpéter város Fenntartható Energia- és Klímaakcióterve (SECAP) (2018):

http://www.onkportal.hu/data/hatarozatok/mellekletek/2018-77_sajoszentpeter.pdf (Letöltés: 2018. 04. 05.)

Hazai gyógyszeripari vállalatok beszállítói láncának fenntarthatósági kérdései

Fetter Barbara¹

Összefoglalás

A kutatás célja, hogy egy átfogó képet adjon a hazai gyógyszeripari vállalatok ellátási láncának fenntarthatósági kérdéseiről és felvázolja a lehetséges jövőbeni kutatási területeket. Mivel hazánkban korábban nem született tanulmány, mely a gyógyszeripari ellátási láncok fenntarthatósági kérdéseit vizsgálta volna, ezért első lépésben röviden összefoglalom a zöld ellátási láncok hazai és nemzetközi szakirodalmát, majd bemutatom a hazai gyógyszeripar sajátosságait. A kutatásom második lépéseként meghatározok egy keretrendszert, amiben összegzem, mely tényezőkben tér el várhatóan a gyógyszeripari ellátási lánc a hagyományos ellátási láncoktól. Az így kapott eredményt összevetve a nemzetközi szakirodalomban már megjelent külföldi esettanulmányokkal, kérdőíves felmérésekkel, tovább vizsgálom a nyitott kutatási kérdések relevanciáját a hazai gyógyszeriparra nézve, mely kiindulópontja lehet több hazai kutatásnak. A releváns nyitott kutatási kérdésekre a későbbiekben kidolgozok egy kérdőívet a gyógyszeripari vállalatok számára, mely egy későbbi kutatásom kiinduló pontja lesz.

Kulcsszavak: gyógyszeripar, gyógyszeripari ellátási láncok, zöld ellátási láncok, fenntarthatóság, környezetvédelem

JEL kód: Q56, F64, L16

1. Bevezetés

Ebben a rendkívül felgyorsult és globális gazdaságban a fenntartható, innovatív iparági válaszok elengedhetetlenek (Nousala, 2009). A környezettel kapcsolatos növekvő aggodalom arra készítette a gyártással foglalkozó vállalatokat, hogy az üzleti folyamataik során fogadják el és alkalmazzák a zöld ellátási lánc gyakorlatát, hiszen az ellátási lánc menedzsment a vállalat versenyelőnyének központi eleme lehet (Coté, 2008).

A zöld ellátási lánc menedzsment kérdésével az utóbbi 20 évben számos kutatás foglalkozott, azonban figyelembe kell vennünk, hogy a globális sztenderdek és általános problémamegfogalmazási keretek nem mindig érvényesíthetők azonos módon minden iparágban. A gyógyszer termék gyártása túlmutat a hagyományos értelemben vett termelés és

¹ PhD hallgató, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar, Környezetgazdaságtan Tanszék, Budapest, fetter.barbara@mail.bme.hu

értékesítés kettősén: magában foglalja a tudományos kutatásokat, klinikai vizsgálatokat, továbbá az egészségmegőrzés társadalmi fenntarthatósági kérdését is.

Jelen tanulmány a BME FIKP-BIO projekt keretein belül megvalósuló gyógyszeripari ellátási láncok fenntarthatósági kérdéseinek vizsgálatára irányuló kutatás első fázisát célozza bemutatni, a szakirodalmi háttér összefoglalásával és nyitott kutatási kérdések összegzésével.

2. Irodalmi áttekintés

2.1. Ellátási lánc, zöld ellátási lánc, zöld beszerzés

Az ellátási lánc mentén való együttműködésnek a vállalatok versenyképességére gyakorolt pozitív hatásában a szakirodalom egységes. Az ellátási lánc menedzsment célja: a versenyképesség növelése és a partnerek közötti együttműködés javítása, valamint hogy harmonizálja a fogyasztók elvárásait és a beszállítók anyagáramlásait, aminek segítségével egyensúlyt teremthet az olyan egymással ellentétes célok között, mint amilyen a magas vevő kiszolgálási szint, az alacsony készletszint és az egységköltség (Stevens, 1989).

Az ellátási lánc definícióit értelmezhetjük aszerint, hogy szervezetek csoportjaként vagy komplex folyamatként közelítik a láncot (Gelei, 2010). Szervezetek csoportjaként történő értelmezés szerint az ellátási lánc egyrésztől vállalatok azon csoportja, amelyek közt a termék és az azokhoz szükséges alapanyagok az előállítás során áramlik (Lalonde - Masters). Lambert és szerzőtársai szerint az ellátási lánc meghatározható a vállalatok olyan csoportjaként, akik közösen juttatnak piacra egy terméket vagy szolgáltatást (Lambert et al., 1998). A folyamat alapú értelmezés szerint: „Gazdasági tevékenységek vertikálisan összekapcsolódó, vállalati határokon átívelő, adott fogyasztói igény kielégítését célzó sorozata” (Chikán, 2008). Az ellátási lánc működése akkor lehet sikeres, ha az összehangolt folyamatok mellett a lánc tagjai ugyanazon célokkal és fókuszokkal rendelkeznek a vevőkiszolgálást illetően (Nagy, 2006).

Az ellátási láncok többnyire egy központi vállalat köré szerveződnek, amely jellemzően az ellátási láncává válás és azok működtetésének motorja (Gelei, 2003a). Az 1. és 2. ábrán a közvetlen, valamint a kiterjesztett ellátási láncot szemléltetem.

1. ábra. Közvetlen ellátási lánc



Forrás: Logisztika jegyzet, Gál et al. (2013), saját szerkesztés, 2019

2. ábra. Kiterjesztett ellátási lánc



Forrás: Logisztika jegyzet, Gál et al. (2013), saját szerkesztés, 2019

Az ellátási láncok „zöldítése” az életciklus szemléleten alapul, mely szerint a termékek és szolgáltatások környezeti hatásait a nyersanyagok kitermelésétől kezdve az összes feldolgozási lépésen át, a fogyasztás, valamint az elhasználódás során keletkező környezeti károk együttese határozza meg. Ezért a környezetbarát megoldások kidolgozása során a termékek és szolgáltatások teljes életciklusát figyelembe kell venni (Zilahy, 2007).

Az ellátási láncok „zöldítésének” motivációjával az elmúlt 10 évben több kutató foglalkozott. Walker és szerzőtársai (2008) az irodalom feldolgozás eszközével összesen 48 (9 belső és 39 külső) lehetséges hajtóerőt és 13 (10 belső és 3 külső) akadályozó tényezőt azonosítottak. Megállapították, hogy a szakirodalom és az elvégzett interjúk alapján a hajtóerők főként külső, míg az akadályok főként belső tényezők. Belső hajtóerők közé a szervezeti tényezőket sorolják úgy, mint például a költségcsökkentés, kockázatcsökkentés, a tulajdonos értékrendje stb. A külső hajtóerők között említik a jogi szabályozást, vevői elvárásokat, a verseny hatását, a társadalmi elvárásokat és a beszállítókat, mint szempontcsoportokat. Zhu és szerzőtársai a hatások jellege szerint csoportosítja a motivációs tényezőket, így meghatároznak kényszerítő (coercive – pl. jogszabályok), előíró (normative – pl. vevők) és utánzó (mimetic – pl. versenytársak) tényezőket (pressure kifejezést használja) (Zhu et al., 2013, Vörösmarty et al., 2010). A 3. ábrán a zöld ellátási láncok sajátosságait, külső- valamint belső hajtóerőit és akadályozó tényezőit szemléltetem a szakirodalmi elemzések alapján.

3. ábra. Zöld ellátási lánc, zöld beszerzés



Forrás: Szakirodalom elemzés alapján összeállított saját ábra, 2019

3. Anyag és módszer

3.1. Hazai gyógyszeripari ellátási lánc

A gyógyszeripar sajátos jellemzője, hogy specifikus szabályozási környezetben (szabadalmak, hatósági engedélyezés, társadalombiztosítás, ügynök-megbízó kapcsolat) működik. Piaci versenyének súlypontja így nem az árakra, hanem a K + F, a minőség, a megbízhatóság,

valamint a marketing és promóció (orvoslátogató-hálózat) területére helyeződik (Szántó, 2011).

Az úgynevezett originális (eredeti) gyógyszerek újonnan kifejlesztett hatóanyagot tartalmaznak, amely kifejlesztése egy hosszú, jelentős anyagi ráfordítással járó folyamat eredménye. A szokványos fejlesztési útvonal, mely általában 10-17 évből áll, a következő főbb fejlesztési szakaszokat foglalja magában: felfedező szakasz (2-5 év), preklinikai fejlesztés (1-2 év), klinikai szakasz (6-8 év), engedélyeztetés és törzskönyveztetés (1 év), végül az utókövetésnek és a gyógyszer életciklusának figyelésére irányuló szakasz, melyben a gyártónak meg kell szerveznie a készítmény hatékonyságára vonatkozó tapasztalatok folyamatos gyűjtését. Az ily módon kifejlesztett hatóanyagot 20, illetve bizonyos esetekben 25 évig tartó termékszabadalmi oltalom védi, mely időszak alatt más gyártó nem forgalmazhat azonos hatóanyag-tartalmú készítményt. Ha a szabadalom lejár, a hatóanyagot más gyártók is használhatják, és az így előállított készítmények lesznek az úgynevezett generikus gyógyszerek (Hermez, 2009; 2010).

A globális gyógyszeripari vállalatokba beolvadó kisebb vállalatoknak hamar alkalmazkodniuk kell az anyavállalat által támasztott követelményekhez, régi beszállítóik felé pedig ugyanezeket az elvárásokat kell közvetíteniük (Lengyel - Molnár, 2014). A gyógyszerpiac kínálat oldali koncentrációja tehát több irányú. Egyrészt a beszállító, gyártó és a kereskedők integrációja figyelhető meg, másrészt újabban külső, non-profit – főként biotechnológiai – kutatóközpontok és anyacégek vertikális összefonódása vehető észre (Nagy, 2005). Mindezek mellett a kínálat oldali koncentráción túl azonban a vásárlók térbeli tömörülése, sőt bizonyos termékek dominanciája is megfigyelhető. A gyógyszeripari ellátási láncban a vevő, vagyis a beteg szerepe inkább passzív, hiszen a kereslet kialakításában elsősorban az orvos, a társadalombiztosítás és a gyógyszerész játszik szerepet (Szalkai, 2004; Rác-Kummer 2009).

A vevő által nem felhasznált és lejárt szavatossági idejű gyógyszer fogyasztásra nem alkalmas, azokat veszélyes hulladékként szükséges kezelni. A gyógyszergyártó, a gyógyszer-nagykereskedő, illetve a gyógyszertár működtetője köteles a forgalomba már nem hozható gyógyszer környezetvédelmi jogszabályokban foglaltaknak megfelelő megsemmisítéséről gondoskodni, valamint részt venni - a külön jogszabályban foglaltak szerint - a lakoságnál keletkezett gyógyszerhulladék ártalmatlanításában. A környezetvédelmi előírások betartásának ellenőrzését az egészségügyért felelős miniszter szabályozza (12/2017. (IV. 12.) EMMI). A gyógyszeralapanyag- és gyógyszergyártás során keletkező, veszélyes hulladéknak számító melléktermék egy részét különböző technológiai eljárások segítségével tisztítják, majd újra visszatáplálják a rendszerbe, a további felhasználásra nem alkalmas veszélyes anyagot, fel nem használt kész gyógyszertermékeket speciális, erre szakosodott logisztikai cégek szállítják a veszélyes hulladék anyagok feldolgozására szakosodott üzemekbe (Dorog, Győr), ahol szigorú ellenőrzések mellett további kezeléseken esnek át (MAGYOSZ).

3.2. Gyógyszeripari beszállítói láncok fenntarthatósági kérdései, nyitott kutatási területek összefoglalása a szakirodalom alapján

Rossetti- , valamint Mahapatra szerzőtársai szerint elsődleges fontosságú a gyógyszer gyártók példamutatása a beszállítóik felé, mellyel biztosíthatják a tevékenységek etikai és fenntartható normáknak való megfelelését (Rossetti et al., 2011; Mahapatra et al., 2012). A beszállítók és a gyártási helyek környezeti és társadalmi hatásainak mérésére Enyinda et al. (2010) és Low et al. (2016) az analitikus hierarchia folyamat (AHP) technikáját javasolják, mely hazánkban korábban még nem került kidolgozásra. Több kutató volt azonos véleményen, miszerint a környezetvédelmi teljesítmény tekintetében az ISO14001 tanúsítvánnyal rendelkező beszállítók csökkentik a nyersanyag-beszerzéssel kapcsolatos környezeti kockázatokat (Xie - Breen, 2012; Low et al., 2016). Ezzel ellentétben azonban Li és Hamblid felméréseik alapján arról számolnak be, hogy az ISO14001 nem az egyetlen kritérium annak megállapítására, hogy a vállalat környezetbarát vagy sem (Li - Hamblin, 2016).

Blome, Ahsan és Rahman tanulmányaikban felhívták a figyelmet arra, hogy a felsővezetők támogatása és ösztönzőik fontos kritériuma a vállalat fenntartható gyakorlatban való részvételének (Blome et al., 2014; Ahsan - Rahman, 2017). Bár a szerzők elsősorban a szervezeten belüli tudástranszferre hívják fel a figyelmet, érdemes kiterjeszteni a tudástranszfer folyamatát és képzések lehetőségét a beszállítók felé is. Schaber, Gernaey szerzőtársaikkal a folyamatos gyártási folyamatban látják a gyógyszeripari beszállítói láncok zöldítésének lehetőségeit, melynek megvalósítását az Ipar 4.0 technológiai (BigData, IoT) tehetik lehetővé. Xie és Breen szerint a gyógyszeripari hulladék egy része a túl méretes vagy nem megfelelő csomagolásnak tulajdonítható, míg Soete szerzőtársaival a gyógyszerek kiszerezésének optimalizálásában látja a gyógyszerhulladékok csökkentésének lehetőségét (Xie - Breen, 2014; De Soete et al. 2014).

Az Európai Unió Szellemi Tulajdoni Hivatala (EUIPO) 2016. szeptember 29-én jelentette be új rendeletét, mely szerint a gyógyszer-csomagolásokat egyedi azonosítóval látják el, csökkentve így a gyógyszerhamisítás kockázatát. A rendelet 2016-ban lépett hatályba, ám csak 2019. február 9-től kell alkalmazni azt (EUIPO, 2016) A rendelet gyakorlatban történő működését érdemes nyitott kutatási területként kezelni és esettanulmányok kereteink belül vizsgálni a jövőben. Kongar és szerzőtársai szerint a fel nem használt, de még szavatós gyógyszereket adományi rendszeren keresztül érdemes eljuttatni azoknak a rászorulóknak, akik annak magas árát nem képesek megfizetni (Kongar et al., 2015). Jelenleg a gyógyszerek újraelosztását nehezíti a gyógyszertermékkel való visszaélések nagy száma, azonban a gyógyszerhamisítások csökkentésére szolgáló biztonsági elemek segíthetik a gyógyszertermékek visszahívását és azok nyomon követését.

4. Eredmények

A tanulmány alapjául szolgáló kutatást az Emberei Erőforrások Minisztériuma által meghirdetett Felsőoktatási Intézményi Kiválósági Program támogatta, a BME FIKP-BIO tématerületi programja keretében. Jelen tanulmány a BME FIKP-BIO projekt keretein belül megvalósuló gyógyszeripari ellátási láncok fenntarthatósági kérdéseinek vizsgálatára irányuló kutatás első fázisát célozta bemutatni, a szakirodalmi háttér összefoglalásával és nyitott kutatási kérdések összegzésével, mely kiindulópontja lehet több, jövőbeni hazai kutatásnak.

5. Következtetések és javaslatok

A kutatásom további fázisában szeretném elkészíteni a gyógyszeripari ellátási láncok ábráját, a nyitott kutatási kérdések alapján felvázolni a kérdőíves kutatás alapjául szolgáló hipotéziseket, felmérni a hazai gyógyszeripar (gyógyszergyártó cégek, és gyógyszeralapanyag gyártó cégek) számosságát, továbbá meghatározni a lekérdezés pontos módszertanát.

A jövőbeni kutatás megkezdése előtt számolni kell azzal a ténnyel, miszerint a hazai gyógyszeripari vállalatok alapanyag beszállítóinak egy része külföldi beszállító, míg a hazai gyógyszeralapanyag gyártók egy része beszállítója a külföldi gyógyszergyártó cégeknek. A jövőbeni kutatási témát tehát „hazai gyógyszeripari vállalatok beszállítói láncának fenntarthatósági kérdései” helyett, érdemes kibővíteni a következőképpen: a „hazai gyógyszeripari vállalatok beszállítói láncának helye a nemzetközi gyógyszeripari ellátási láncokban”. A jövőbeni kutatási eredmények e módon a hazai gyógyszeripari vállalatokon túl a nemzetközi szakirodalmak számára is hasznos információkkal szolgálhat.

Hivatkozott források

Ahsan, K. - Rahman, S. (2017) Green public procurement implementation challenges in Australian public healthcare sector. *Journal of Cleaner Production*, 152, pp.181–197.

Blome, C. - Hollos, D. - Paulraj, A. (2014) Green procurement and green supplier development: antecedents and effects on supplier performance. *International Journal of Production Research* 52 (1), pp. 32–49.

Chikán, A. (2008). *Vállalatgazdaságtan*, Budapest, Aula Kiadó.

Côté, R.P., Lopez, J., Marche, S., Perron, G.M., Wright, R. (2008). Influences, practices and opportunities for environmental supply chain management in Nova Scotia SMEs. *Journal of Cleaner Production*, 16 (15), pp. 1561-1570.

De Soete, W. - Boone, L. - Willemse, F. - De Meyer, E. - Heirman, B. - Van Langenhove, H. - Dewulf, J. (2014) Environmental resource footprinting of drug manufacturing: effects of scale-up and tablet dosage. *Resources, Conservation and Recycling* 91, pp. 82–88.

Enyinda, C. I. - Mbah, C. H. - Ogbuehi, A. (2010) An empirical analysis of risk mitigation in the pharmaceutical industry supply chain: A developing-country perspective. *Thunderbird International Business Review*, 52(1), pp. 45-54.

EUIPO (2016) The economic cost of IPR infringement in the pharmaceutical industry, Internetes forrás. On-line: https://euipo.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document_library/observatory/resources/research-and-studies/ip_infringement/study9/pharmaceutical_sector_en.pdf. Elérve: 2018. december 28.

Gál T. - Grasseli G. - Nagy L. - Nyilas E. - Tarján Zs. - Terjéki L. - Vántus A. - Némon Z. (2013) Logisztikai jegyzet, a Logisztikai műszaki menedzserasszisztens és Nemzetközi szállítmányozási és logisztikai szakügyintéző felsőfokú szakképzés hallgatói számára

Gelei, A. (2003a) Az ellátási lánc típusai és menedzsment kérdései. *Vezetéstudomány*, 34, pp. 24–34.

Gelei, A. (2010). Az ellátási lánc menedzsmentje. In: Czakó, E., Reszegi, L. (eds.) *Nemzetközi vállalatgazdaságtan*. Budapest: Alinea Kiadó.

Gernaey, K.V. - Cervera-Padrell, A.E. - Woodley, J.M. (2012) A perspective on PSE in pharmaceutical process development and innovation. *Computers & Chemical Engineering* 42, pp. 15–29.

Hermeecz, I. (2009) *Válogatott tanulmányok a gyógyszerkutatás és gyógyszerfejlesztés területéről I*, BME, Kihelyezett Gyógyszeripari Tanszék, Budapest, 2009.

Hermeecz, I. (2010) *Válogatott tanulmányok a gyógyszerkutatás és gyógyszerfejlesztés területéről II*, BME, Kihelyezett Gyógyszeripari Tanszék, Budapest, 2009.

Holland, S. - Bátiz-Lazo, B. (2004) *The global pharmaceutical market*

Kongar, E. - Haznedaroglu, E. - Abdelghany, O. - Bahtiyar, M.O. (2015) A novel IT infrastructure for reverse logistics operations of end-of-life pharmaceutical products. *Information Technology and Management* 16 (1), pp. 51–65.

Lambert, D. M., Stock, J. R., Ellram, L.M. (1998) *Fundamentals of Logistics Management*, Boston, Irwin/McGraw-Hill.

Lalonde, B.J., Masters, J.M. (1994). Emerging logistics strategies: blueprints for the next century. *International Journal of Physical Distribution and Logistics Management*, 24, pp. 35–47.

Lengyel, I.M. – Molnár, E. (2014) Egy versenyképes iparág Kelet-Közép-Európai kontextusban: A magyarországi gyógyszeripar helyzetet külkereskedelmi adatok tükrében

Li, X. - Hamblin, D. (2016) Factors impacting on cleaner production: case studies of Chinese pharmaceutical manufacturers in Tianjin, China. *Journal of Cleaner Production* 131, pp. 121–132.

Lalonde, B.J. - Masters, J.M (1994) Emerging logistics strategies: blueprints for next century. *International Journal of Physical Distribution and Logistic Management*, 24, pp. 35-47.

Low, Y.S. - Halim, I. - Adhitya, A.- Chew, W. - Sharratt, P. (2016) Systematic framework for design of environmentally sustainable pharmaceutical supply chain network. *Journal of Pharmaceutical Innovation* 11 (3), pp. 250–263.

MAGYOSZ (2019) Internetes forrás. On-line: <https://www.magyosz.org/hu/hir/show/46/kornyeztudatos-gyogyszergyartok>. Elérve: 2019. február18.

Mahapatra, S.K. - Das, A. - Narasimhan, R. (2012) A contingent theory of supplier management initiatives: effects of competitive intensity and product life cycle. *Journal of Operations Management* 30 (5) pp. 406–422.

Nagy, B. (2005) Gyógyszeripar és innováció-egy aranykor vége? I. rész: A gyógyszerpiacok jellegzetes vonásai és az innováció. *IME IV. évfolyam* pp. 27-31.

Nagy J. (2006) The attitude of Hungarian companies to the concept of supply chain management. 15th Annual IPSERA Conference. San Diego, USA.

Nousala, S. (2009). The sustainable development of industry clusters: Emergent knowledge networks and socio complex adaptive systems. *WMSCI 2009 - The 13th World Multi-Conference on Systemics, Cybernetics and Informatics, Jointly with the 15th International Conference on Information Systems Analysis and Synthesis, ISAS 2009 - Proc.*, 1, pp. 161-166.

Rácz-Kummer, K. (2009) A gyógyszerpiac szerkezeti sajátosságai. *MEB 7th International*

Rossetti, C.L. - Handfield, R. - Dooley, K.J. (2011) Forces, trends, and decisions in pharmaceutical supply chain management. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*

41(6), pp. 601–622.

Schaber, S.D. - Gerogiorgis, D.I. - Ramachandran, R. - Evans, J.M. - Barton, P.I. - Trout, B.L. (2011) Economic analysis of integrated continuous and batch pharmaceutical manufacturing: a case study. *Industrial & Engineering Chemistry Research* 50 (17), pp. 10083–10092.

Stevens, G. (1989). Integrating the supply chain. *International Journal of Physical Distribution and Materials Management*, 9, pp 3–8.

Szalkai, Zs. (2004) A gyógyszeripari versenyképesség vizsgálata, különösen a kórházi piac szerepére, Doktori értekezés

Szántó, R. (2011) A társadalmi felelősségvállalás tendenciái a gyógyszeriparban= Corporate Social Responsibility in the Pharmaceutical Industry. 140. sz. Műhelytanulmány HU ISSN 1786-3031

Vörösmarty, Gy. – Dobos, I. Fenntarthatóság a beszerzésben KÖZPONT, V. K.

Vörösmarty, G. - Dobos, I. - Tátrai, T. (2011) Motivations behind sustainable purchasing. In *Environmental Management Accounting and Supply Chain Management* pp. 41-54.

Walker, H. - Phillips, W. (2008) Sustainable procurement: emerging issues, *International Journal of Procurement Management*, Volume 2., Number 1., pp. 41 - 61.

Xie, Y. - Breen, L. (2012) Greening community pharmaceutical supply chain in UK: a cross boundary approach. *Supply Chain Management: An International Journal* 17 (1), pp. 40–53.

Xie, Y. - Breen, L. (2014) Who cares wins? A comparative analysis of household waste medicines and batteries reverse logistics systems: the case of the NHS (UK). *Supply Chain Management: An International Journal* 19 (4), pp. 455–474.

Zhu, Q. - Geng, Y. (2013) Drivers and barriers of extended supply chain practices for energy saving and emission reduction among Chinese manufacturers. *Journal of Cleaner Production*, 40, pp. 6-12.

Zilahy, G. (2007) Szervezetek közötti együttműködés a fenntartható fejlődés szolgálatában (Cooperation among the organisations in service of the sustainable development). *Vezetéstudomány-Budapest Management Review*, 38 (4), 2-13.

12/2017. (IV. 12.) EMMI rendelet (2019) Internetes forrás. On-line: <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=A1700012.EMM×hift=ffffff4&txtreferer=00000001.TXT>. Elérve: 2019. február 17.

Marketingkommunikációs csatornák használata az élelmiszerek piacán

Fodor Fanni Ildikó¹ - Almádi Bernadett² - Thalmeiner Gergő³

Összefoglalás

Az utóbbi időben a Föld népességének növekedésével, egyre fokozottabban előtérbe kerülnek az élelmiszerekkel kapcsolatos kutatások, az egészséges életmód, és a tudatos táplálkozás. A vásárlók egyre inkább a biztonságos – megbízható forrásból származó élelmiszereket keresik, egyre nagyobb hangsúlyt kapnak a magas hozzáadott értékkel rendelkező termékek is.

A 21. századi technológiai vívmányoknak köszönhetően a marketing kommunikációs eszköztár is átalakult, előtérbe került az ATL kommunikáció. Kutatásunk során azt vizsgáljuk, hogyan lehet az egészséges élelmiszerek promóciója során hatékonyan megszólítani a vásárlókat, és melyek azok a technikák, amik a leghatékonyabban képesek a fogyasztói döntést befolyásolni.

Meglátásunk szerint kiemelten fontos a szakértői-tanácsadói fórum létrehozása is, ahol a felhasználók szabadon tájékozódhatnak, ismerhetnek meg termékeket és megoldási javaslatokat kaphatnak az egészséges táplálkozással kapcsolatban. Kitérünk továbbá a kommunikációs eszközök bemutatására, annak veszélyeire és hátrányaira is.

Kulcsszavak: egészséges életmód, élelmiszer promóció, ATL kommunikáció, fogyasztói preferencia, tanácsadói fórum

JEL kód: M30

1. Bevezetés

A magyar lakosság 89 százaléka szerint a saját egészségügyi állapota megfelelő vagy kielégítő és a lakosság közel kétharmada jónak vagy nagyon jónak tekinti az egészségi állapotát. Hazánkban jelentős a száma azoknak, akik szenvednek valamilyen betegséggel. 2017-ben a magyarok 55 %-a küzdött krónikus betegséggel, 31%-uk magas vérnyomással illetve szív-és érrendszeri betegségekkel, 21%-nak volt mozgásszervi betegsége, különösen hát- és gerincfájdalom, 17%-nak volt ízületi kopása és 8%-uknak cukorbetegsége. A magyar lakosság 4 %-a szenvedett mentális betegségben. (Világ gazdaság, 2015).

¹PhD hallgató, Szent István Egyetem, Közgazdaságtudományi, Jogi és Módszertani Intézet, Gödöllő fodorfanni@gmail.com

²Tanárszolgálat, Szent István Egyetem, Üzleti Tudományok Intézete, Gödöllő bernadett.almadi@gtk.szie.hu

³Msc hallgató, Szent István Egyetem, Társadalomtudományi és Tanárképző Intézet thalmeinergergo@gmail.com

2. Irodalmi áttekintés

A 21. századi technológiai vívmányoknak köszönhetően a marketing kommunikációs eszköztár is átalakult, előtérbe került az ATL kommunikáció.

Az internet elérhető és kényelmes módot kínál a mezőgazdasági vállalkozások termékeinek reklámozására, termékek értékesítésére és az érékesítést elősegítő kommunikációra. Mára már a legtöbb háztartás rendelkezik internet elérhetőséggel. Ez egy potenciálisan nagy piacot részesít a mezőgazdasági termelők számára. (Stephenson 2015)

A mezőgazdasági termelők az interneten saját weboldalaik fejlesztésével értékesíthetik termékeiket. Ezen weblapok hatékony eszközök lehetnek a fogyasztók tájékoztatására, bemutatják a gazdaság termékeit és magát a termesztés helyszínét is. Az ilyen weboldalak elősegítik, hogy a fogyasztók meglátogathassák a gazdaságot. Ez közelivé hozza a termékeket és a személyes marketing eszközeit is használja, melyet sokat vonzónak tartanak. Ez növeli a közvetlen marketing személyes aspektusát, amelyet sokan vonzónak találnak. (Stephenson, 2015)

A Szociális média az egészséges táplálkozás népszerűsítésében is szerepet kapott, segít a tudatosság és az egészséges életmód elsajátítását. Sok fogyasztó idegenkedik a hagyományos hirdetésektől. (Kinski, 2018)

Kutatásunk során azt vizsgáljuk, hogyan lehet az egészséges élelmiszerek promóciója során hatékonyan megszólítani a vásárlókat, és melyek azok a technikák, amik a leghatékonyabban képesek a fogyasztói döntést befolyásolni.

Meglátásunk szerint kiemelten fontos a szakértői-tanácsadói fórum létrehozása is, ahol a felhasználók szabadon tájékozódhatnak, ismerhetnek meg termékeket és megoldási javaslatokat kaphatnak az egészséges táplálkozással kapcsolatban. Kitérünk továbbá a kommunikációs eszközök bemutatására, annak veszélyeire és hátrányaira is.

Az élelmiszeripar piacán a választék egyre jobban kiszélesedik és ez mellett a vásárlási szokások is változnak. A multinacionális vállalatok, illetve a különböző bevásárlóközpont megjelenésével a vásárlási szokások megváltoztak és a rohanó világunkban manapság a vásárlás családi programmá alakult.

Eközben a fogyasztók a pénzükért jó minőséget és magas szintű vevőkiszolgálást várnak el. Minőségi elvárásaik mellett azonban sokuk érzékeny és kutatások igazolják, hogy még kedvenc termékük esetében is csupán 10%-os áremelkedést tolerálnak (Huszka, 2008).

A vásárlói döntéseket meghatározzák az alábbi tényezők:

- biológiai tényezők (a termékek megjelenése, íze, betegségek - étel-miszer-fogyasztás kapcsolata)
- közgazdasági és demográfiai tényezők (ár, jövedelem, lakosság, nemek aránya)
- pszichológiai tényezők (motiváció, attitűd, észlelés, tanulás, tapasztalat)
- szociológiai és társadalmi tényezők (szocializáció, társadalmi csoportok)
- antropológiai és kulturális (kultúra, hagyományok) tényezők (Lehota, 2001).

Napjainkban a fogyasztók étel-miszerválasztását egyre jobban befolyásolja a termék hozzáadott értéke. Hozzáadott érték kategóriák lehetnek:

- természetes alapanyagból készült élelmiszerek
- alacsony zsírtartalmú élelmiszerek
- alacsony szénhidrát-tartalmú élelmiszerek
- kész, félkész élelmiszerek
- különleges ízvilágú élelmiszerek
- élvezeti édességek
- visszakövethető, származást ellenőrizhető élelmiszerek (Rützler, 2005)

Az egészség, mint trend napjainkban már egyre jelentősebben jelen van a fogyasztók életstílusában. Ennek egyik meghatározó csoportját azok az egészségtudatos és környezettudatos fogyasztók alkotják, akiket LOHAS (Lifestyle of health and sustainability) szegmensnek nevezik és mára a magyar fogyasztók körében is kimutatható jelenlétük (Dörnyei et al., 2014).

3. Anyag és módszer

Kérdőíves kutatás módszerét alkalmaztuk, online kérdőív segítségével. A kvantitatív vizsgálat során véletlen mintavételezési eljárás során jutottunk adatokhoz, melynek lényege; $n < N$ számú egyed egymást követő ismétlés nélküli választása történik meg, amely esetében minden egyes kiválasztáskor a sokaságban még meglévő elemek kiválasztása azonos valószínűséggel rendelkezik (Sajtos - Mitev, 2007).

Kérdőívünket 2018 december - 2019 január időszak alatt, Google kérdőív alkalmazásával 306 fő töltötte ki.

Az alábbiakban a válaszadók életkor vizsgálatakor 5 darab csoportot határoztunk meg. Ezen csoportok a következők voltak: 18-25 év között; 26-35 év között; 36-45 év között; 46-60 év között; 60 év felett

A válaszadók 11%-a 18-25 év közötti kategóriába sorolható, a 26-35 év közötti kategóriába a válaszadók 30%-a csoportosítható. A kérdőívet kitöltők között 27%-ban a 36-45 év közötti,

24%-ban pedig a 46-60 év közötti intervallumba sorolhatók. A válaszadók között a legkisebb aránnyal mindösszesen 8%-al a 60 év feletti korosztályba tartozók csoportja szerepel.

Az alkalmazott adatfeldolgozás során a kitöltött kérdőívek kódolását a Microsoft-Excel táblázatkezelő program függvényeinek segítségével végeztük el. A kódolást követően, a meghatározott változók figyelembevételével az adatokat egy statisztikai elemző programba (SPSS-be) rögzítettük.

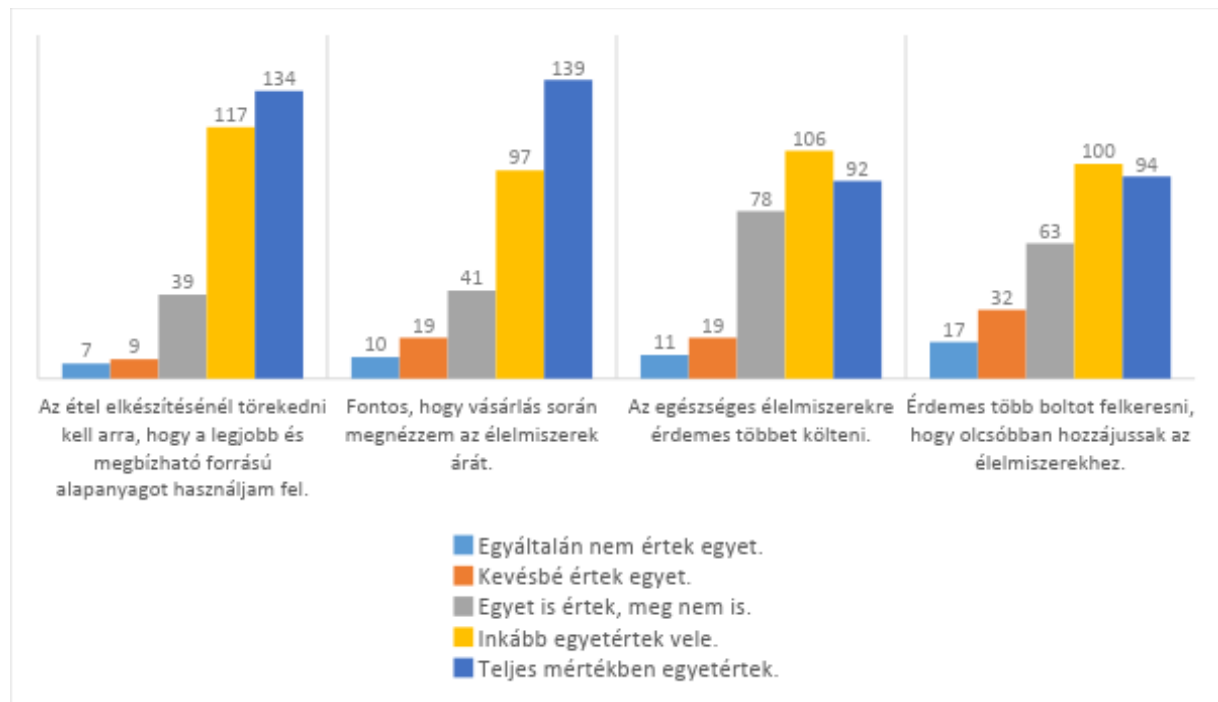
Az adatok értelmezhető információvá alakítása során leíró statisztikát és keresztábla lekérdezés alkalmazásával összefüggés vizsgálatot végeztünk.

4. Eredmények

Kutatásunk során felmértük a táplálkozással kapcsolatos preferenciákat. Az adatok kiértékelését az 1. ábrán szemléltetjük, mely alapján elmondható, hogy a megkérdezettek többsége az étel elkészítésénél törekszik a legjobb és a megbízható forrásból származó alapanyagok felhasználására.

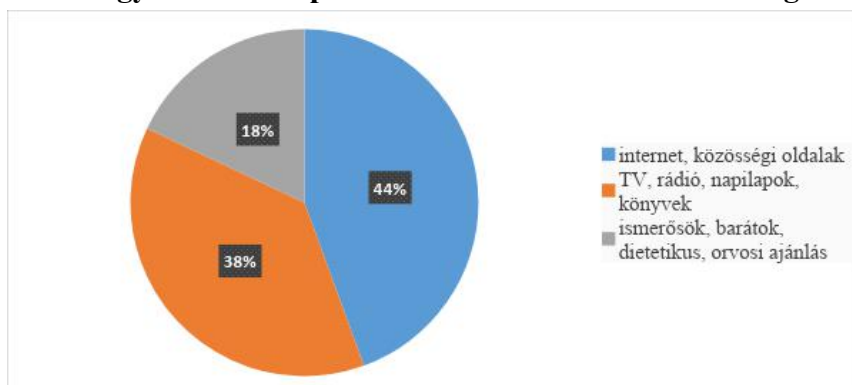
A kérdőívet kitöltők az egészséges élelmiszerekre hajlandóak többet költeni, ugyanakkor az is megfigyelhető, hogy az árérzékenység még mindig jelentős mértékben befolyásolja a vásárlási és fogyasztási szokásaikat. Ennek következményeképpen hajlamosak több boltot is felkeresni, hogy olcsóbban jussanak hozzá a megvásárolandó élelmiszerekhez.

1. ábra. Táplálkozással kapcsolatos fogyasztási szokások



Forrás: Saját készítésű interjú alapján, saját szerkesztés 2019

2. ábra. Élelmiszerfogyasztással kapcsolatos ismeretek forrásának megoszlása



Forrás: Saját szerkesztés, 2019

A megkérdezettek egészségesnek vélt élelmiszer fogyasztással kapcsolatos ismereteinek megoszlási ábrájáról a válaszadók véleményének eloszlása olvasható le arról, hogy honnan jutnak leggyakrabban információkhoz.

Az 3. számú ábráról látható, hogy a válaszadóknak csak a 18%-a szerez információkat ismerősök,- barátok,- dietetikus,- orvosi ajánlás során. A válaszadók 38%-a nyilatkozott úgy, hogy tv,- rádió,- napilapok,- könyvek segítségével tájékozódik a témában, míg a legtöbben azaz megkérdezettek 44%-a internet,- közösségi oldalak böngészésével jut leggyakrabban információkhoz az egészségesnek vélt élelmiszerek fogyasztásával kapcsolatosan.

A fentiekben ismertetett tényezők összefüggés vizsgálatát az SPSS- rendszerében végeztük el egy keresztábra lekérdezés formájában, mely vizsgálat során a válaszadók életkora és az egészségesnek vélt élelmiszer fogyasztással kapcsolatos leggyakoribb információszerzési forrás közötti kapcsolatot elemeztük. Az alábbi táblázatban ennek a két tényező összefüggés vizsgálatát szemléltetjük.

1. táblázat. Korosztály és élelmiszerekről szerzett információk forrása közötti összefüggés

Keresztábra- elemzés						
		Egészségesnek vélt élelmiszer fogyasztással kapcsolatban honnan szerez leggyakrabban információkat?				Összesen
		internet, közösségi oldalak	TV, rádió, napilapok, könyvek	ismerősök, barátok, dietetikus, orvosi ajánlás		
Ön mely korosztályba tartozik?	18-25	Érték	18	13	4	35
		Százalék	51,43%	37,14%	11,43%	100,0%
	26-35	Érték	52	27	13	92
		Százalék	56,52%	29,35%	14,13%	100,0%
	36-45	Érték	37	30	15	82
		Százalék	45,12%	36,59%	18,29%	100,0%
	46-60	Érték	25	37	12	74
		Százalék	33,78%	50,00%	16,22%	100,0%
	60 év felett	Érték	4	8	11	23
		Százalék	17,39%	34,78%	47,83%	100,0%

Forrás: Saját készítésű interjú alapján, saját szerkesztés 2019

Az SPSS program segítségével megkapott eredmények alapján kijelenthető, hogy a vizsgált adatok és kérdések között szignifikáns összefüggés tapasztalható, tehát az így kapott eredmények kiértékelhetők. (A szignifikancia szint értéke 0,000 ami kisebb mint 0,005).

Az 1. táblázat adatai szemléltetik, hogy a 18-25 év közöttiek közül a legtöbben 56,52%-uk, valamint a 26-35 év közötti korcsoport 51,43%-uk szerez információt internet, illetve közösségi oldalak használatának segítségével. A 36-45 év közötti korcsoportnál nem lehet éles elkülönítést tenni a vizsgált mutató értékében, hiszen amint azt ki is emeltük a táblázatban a vizsgált korcsoport 45,12% internetről és közösségi oldalakról, míg 36,59% tv,- rádió,- napilapok,- könyvek, segítségével tájékozódik a témában. A harmadik kiemelhető korcsoport a 46-60 év közöttiek. A csoporton belül a leggyakoribb tájékozási forrásként 50%-al emelkedik ki a tv,- rádió,- napilapok,- könyvek használata.

Kérdőíves kutatásunk során összegyűjtött adatok között sajnálatos módon a 60 év feletti korcsoport mintanagysága annyira alacsony, hogy véleményünk szerint nem lehet megfelelő következtetéseket levonni belőle. Ezért keresztábra- vizsgálatunk eredményeinek elemzése során figyelmen kívül hagytuk ezeket az adatokat.

Az információk alapján elmondható, hogy a legtöbb vizsgált korcsoport esetében az internet és közösségi oldalak használata jelentősen kiemelkedik. Ezek alapján az is megfogalmazható, hogy napjainkban az on-line böngészésből való ismeretszerzés korcsoporttól függetlenül kezd a leggyakoribb információszerzési forrásként szolgálni.

5. Következtetések és javaslatok

A felgyorsult információáramlásnak köszönhetően napjainkban fokozott figyelmet kap az egészségmegőrzés, a tudatos táplálkozás, valamint a betegségek és egyéb fizikai panaszok hatékony megelőzése. A különböző étrendkiegésztők és funkcionális élelmiszerek népszerűsítése az internet elterjedésének, az online marketing eszközeinek, és a felhasználói szokások eredményes vizsgálatának köszönhetően egyszerűbb, mint ezidáig valaha.

Ahhoz, hogy célközönségünket elérjük, marketing kommunikációnkat is két különböző irányvonal mentén kell kialakítanunk. Meg kell tudnunk szólítani az egészségmegőrzés, egészséges táplálkozás iránt érdeklődő felhasználókat, akik egyelőre csupán fizikai és szellemi egészségük megőrzése iránti igénnyel rendelkeznek anélkül, hogy pontosan megfogalmazódott volna bennük, hogy mindehhez mire van szükségük.

A felhasználók igen erős „reklámtagadó” magatartására való tekintettel kijelenthetjük, hogy az ATL (Above The Line) eszközök hatékonysága megkérdőjelezhető, ugyanakkor a BTL (Below The Line) kommunikációs eszközök annál eredményesebbek.

A tartalommarketing, és az ahhoz szervesen kapcsolódó keresőoptimalizálás az online marketing legköltségghatékonyabb eszközei, amelyek önmagukban is képesek a meghatározott célcsoportok elérésére, ha azok valóban komplex online marketing stratégiában, az online marketing összefüggéseinek megfelelően valósulnak meg.

Ugyan napjainkban nem csupán a keresőmotorok, de a felhasználók igen magas – valamint folyamatosan változó – elvárásainak is meg kell felelnünk, a felhasználók problémáit tárgyaló, valamint azokra megoldást kínáló szakmai, ugyanakkor közérthető tartalmak a funkcionális élelmiszerek népszerűsítésének hosszú távon is jól prosperáló eszközei.

Hivatkozott források

Dörnyei, K. – Gyulavári, T – Hofmeister-Tóth, Á. – Jenes, B. – Jentetics, K. – Neumann-Bódi, E. – Neulinger, Á. – Simon, J. – Zsótér, B. (2014) Marketing az egészségtudatosságért – a marketing pozitív szerepe az egészség-tudatosságtól a termékválasztásig In: Lehota J, Berács J - Rekettye, G (szerk.) Tomcsányi, P. Az életminőség anyagi és szellemi igényeinek kielégítése fogyasztási marketing szemlélettel: Felolvasó ülés és tanulmánykötet. Budapest, MTA Agrár-közgazdasági Bizottság Agrármarketing Albizottság, 65-91. old.

Huszka P. (2008): „Vásárlási szokások és döntések az élelmiszerpiac egyes területein”, In: Versenyképesség - Változó Menedzsment, Marketing Konferencia. CD-kiadvány, Székesfehérvár

Kinski, N. (2018). :Influencer marketing and the rise of healthy eating habits. Forrás: Upfluence: <https://upfluence.com/influencer-marketing/influencer-marketing-healthy-food-industry>

Lehota, J. (2001): Élelmiszergazdasági marketing, Budapest, Műszaki Kiadó p 27-40

Rützler, H. (2005): Megatrends der Esskultur, Biofach, Nürnberg, 2005. február 24- 27.

Sajtos L - Mitev A (2007) SPSS és adatelemzési kézikönyv, Budapest, Alienea Kiadó p 19-20

Stephenson, G. (2015): Direct Marketing Channels & Strategy for Organic Products. Forrás: Extension: <https://articles.extension.org/pages/18381/direct-marketing-channels-strategy-for-organic-products>

Internetes források

<https://www.vg.hu/kozelet/ksh-a-magyarok-89-szazaleka-elegedett-az-egeszsegi-allapotaval-449179/>

Kaizen szemléletmód bevezetése egy gépjármű alkatrészgyártó szervezet működésébe

Gáspár Sándor¹ – Fodor Fanni Ildikó² – Thalmeiner Gergő³

Összefoglalás

A bemutatott átalakított termelési folyamatok és az új szemléletmód bevezetése kiválóan demonstrálja a teljesítménynövekedési potenciált, amely a kaizen eszközök és módszerek alkalmazásában áll. Megállapítható, hogy a kaizen filozófia pozitív hatást gyakorol az elemzésbe vont vállalkozás életében. A szervezet esetében szinte minden alkalmazandó területen lehet finomítani a módszer használatán, azonban a jelenlegi állapot már megfelelő alapot nyújt ahhoz, hogy tovább fejlődhessen. A tulajdonosi kör által megfogalmazott célkitűzés kezd megvalósulni és lassan elérnek arra a szintre, hogy az alkalmazottak maguktól fejlesszék a folyamatokat külső segítség nélkül. Azonban óvatossá kell lenni, hiszen a folyamatos fejlesztési szemlélet vezetői felügyelet nélkül hamar hanyatlásnak indulhat és kárba veszhet mindaz, amit a szervezetnek napjainkig sikerült megvalósítania.

Kulcsszavak: Kaizen, szemléletmód, folyamatos fejlesztés, gépjármű alkatrészgyártás, termelékenység

JEL kód: M11

1. Szakirodalmi áttekintés

A Lean egy vállalatszerkezési, vállalatirányítási rendszer, amelynek célja, hogy a vállalat minél gazdaságosabban állítsa elő termékeit, szolgáltatásait. A filozófia helyes implementálásával a szervezetek exponenciális termelékenység- hatékonyság növekedésre tehetnek szert. A lean központú vállalat a tevékenységeit elsősorban az alapján alakítja ki, hogy a vevő számára mi az, ami az értéket képviseli (Ohno, 1988). Azonban ami a vevő számára nem teremt értéket, vagyis amiért a vevő nem fizet, azt a lean veszteségnek (mudának) tekinti. A szervezetek munkafolyamataik hatékonyságát ezeknek a veszteségeknek a megelőzésével, megszüntetésével vagy azok minimálisra csökkentésével tudják növelni (Womack – Jones, 2003). A folyamatok tökéletesítéséhez választhatunk Kaizen, vagy TQM elveket is, azonban a kulcstényező az, hogy folyamatosan kell elvégezni a módszereket. A következőkben a kaizen szemléletmódot mutatjuk be, mint a leant mozgásban tartó eszközt (Jones, 2009).

¹ PhD hallgató, Szent István Egyetem, Gazdaság és Társadalomtudományi Kar, Gödöllő; gaspar.sandor@szie.hu

² PhD hallgató, Szent István Egyetem, Gazdaság és Társadalomtudományi Kar, Gödöllő; fodorfanni@gmail.com

³Vezetés és szervezés MSC hallgató, Szent István Egyetem, Gazdaság és Társadalomtudományi Kar, Gödöllő; thalmeiner.gergo@szie.hu

1.1. Kaizen definiálása és megjelenési formái

A kaizen egy olyan fogalom, illetve filozófia, amely nem csak egy módszert, eszközt, hanem gondolkodásmódot- életfelfogást is jelent. Világszerte elfogadott menedzserfilozófia, központjában a fejlesztés áll, amely kifejti hatását mind a gyakorlati problémák megoldásában, mind pedig a személyes hatékonyság területein (Brunet – New, 2003). Több jellemző technikát is magában foglal, ami a vállalati működés, munkakörnyezeti tényezők, társadalmi élet fejlesztését szolgálja (Imai, 1997).

A kaizen filozófiája Japánból származik, és a második világháborút követő időkre vezethető vissza. Ma már ez a filozófia az üzleti eszköztár elfogadott része. A szó két japán szó összeolvadásából jött létre: („kai” (változás)), valamilyen irányban történő elmozdulás, illetve („zen” (jobban)). A kifejezés magyar megfelelője szerint egy jó irányba történő elmozdulást jelent (Imai, 1997). Középpontjában: „egyetlen nap sem telhet el úgy, hogy ne fejlesztenék valamin egy kicsit” szemlélet áll. Bár a kaizen által életre hívott változások fokozatosak és kisléptékűek, hosszútávon hatalmas jelentőségű és visszafordíthatatlan változásokat generál (Shigeo, 1989). Fontos, hogy a módszer folyamatos és fokozatos fejlesztésről szól azért, hogy a szervezetek számára kedvező változás következzen be. E folyamatban a cég dolgozóinak részt kell vennie (Recht – Celeste, 1998). Nyilvánvaló, hogy ez a módszer nagyon hatásos lehet az üzleti teljesítmény javításában, viszont fontos megjegyezni, hogy csak akkor működhet igazán hatékonyan, ha a vállalatnál dolgozó minden egyes munkatárs, a soron dolgozó szakképzetlen fizikai dolgozótól kezdve az ügyvezető igazgatóig részt vesz a fejlesztési folyamatban (Liker, 2008). A kaizen megtanítja az embereket folyamatosan szem előtt tartani az üzleti folyamatokat minden szempontból. Amikor a munkatársaknak a folyamatok, módszerek hatékonyságát kell növelni, minden egyes dolgot, amit végeznek meg kell figyelniük és utána a következő eljárást kell alkalmazniuk: a hiba felderítése, értékelése, majd a folyamat fejlesztése (Vörös, 2010) (Jones, 2009). Ez a módszer állandóan működésben van, ami egy folyamatosan fejlődni akaró szervezeti kultúrához vezet. A filozófia alkalmazásának végső célja egy akadálytalanul működő szervezet, ami olyan munkatársakkal rendelkezik, akik folyamatosan fejleszteni akarják a folyamatokat anélkül, hogy erre külön meg kellene kérni őket (Lean Center, 2016).

1.2. A Kaizen alapelvei

A kaizen alapelveit négy pontra lehet lebontani (Kosztolányi – Schwahofer, 2012):

- Rövidítés: Azt kell megvizsgálni, hogy lehetséges-e egy mozdulat időben rövidebb, ha közelebb hozzuk, amit el szeretnénk érni, illetve egy művelet időben rövidebb lesz-e ha elhagyunk belőle egy szükségtelen lépést.

- **Összekapcsolás:** Ebben az esetben azt kell megvizsgálni, hogy két művelet lehetséges-e párhuzamosan végezni, vagy lehetséges-e két alkalmazandó eszközből egyet készíteni, amely mindkét feladat végrehajtására komplexen megfelel.
- **Átrendezés:** Az elemzés során meg kell vizsgálni, hogy lehetséges-e úgy változtatni egy elrendezésen, hogy azáltal hatékonyabban lehessen végezni a műveletet, vagy egy másik műveleti sorrenddel hatékonyabbá tehető-e a munkavégzés.
- **Egyszerűsítés:** Lényege, hogy lehetséges-e az egyszerűsítés a különböző eszközökön és módszereken, szem előtt tartva a követelményeknek való megfelelést (ez a legelterjedtebb a négy alapelv közül).

Egy kaizen- stratégia sikeres megvalósításához az alapelveken kívül többek között szükség van az alábbi rendszerek, módszerek hatékony alkalmazására is.

1.3. Minőségi körök

Egy hosszú távú program keretében azonos szakmai területen dolgozó szakemberek egy megadott cél elérése érdekében megközelítőleg havi rendszerességgel munkacsoportot alkotva problémamegoldó megbeszéléseket tartanak. A középpontban jellemzően a minőségi problémák, termelékenység növelése áll, és mindezt munkaidőben vagy azon felül teszik (Imai, 1997).

1.4. Fejlett ösztönzési rendszer

A minőségi körök mellett az anyagi motiváció képezheti az ösztönzési rendszer gerincét. Kialakul a munkacsoportok vállalaton belüli legitimációja, magas fokú döntési, költségbefolyásolási kompetenciája és felelősségteljes felfogása. Ezek elvezetnek ahhoz, hogy a csoportban dolgozó munkatársak felelősségteljesebb légkörben tudnak dolgozni, mely motiváló hatású és kreativitásra serkent (Cheser, 1998).

A menedzsmentnek a kaizen stratégia részeként világos célokat kell állítania a dolgozók elé, és határozott vezetéssel valamint felügyelettel elő kell segíteni ezen célok megvalósulását. A hosszú távú stratégiát éves operatív tervvé, végül akciótervekké kell bontania, és el kell juttatni a szervezet legalsó szintjéig, hogy mindenki tudja, milyen tevékenységért és célért felelős (Liker, 2008). A kaizen szintjeit tekintve beszélhetünk menedzsment által vezetett, csoportos, illetve egyéni kaizenről (Imai, 1997). Továbbá a különböző kaizen típusokat el lehet különíteni aszerint, hogy a vállalati struktúra, mely szintjén alkalmazzák.

- **Ötletelő kaizen:** Alkalmazottak kisebb-nagyobb ötleteire alapozva kísérlik meg a hatékonyságnövelést. A dolgozók közvetlen érdeke, hogy előlendítő ötletekkel álljanak elő, mert így saját munkájukat tehetik könnyebbé.
- **Analizáló és problémamegoldó kaizen:** Matematikai- statisztikai módszerekkel tárják fel és próbálják megoldani a problémákat.

- Új technológiát bevezető kaizen: Részben már átfedi az innovációs folyamatokat és jellemzően fejlesztőmérnökök alkalmazzák.

2. Anyag és módszer

Kutatásunk egy fémforgácsoló KKV értékteremtő folyamatainak vizsgálatára, a lean szemléletmód, azon belül is a kaizen filozófia megvalósulására összpontosul. A szervezet CNC (Computer Numerical Control) megmunkáló szerszámgépeket használva, gépjármű alkatrészek- elektronikai alkatrészek gyártását végzi, multinacionális szervezetek megrendeléseinek teljesítésére. A CNC technológia alkalmazásával a gyártási folyamatok korszerűek és hatékonyak, a gazdálkodásszervezési folyamatok alkalmazásával pedig a termelékenység növelhető, az értékteremtő folyamatok feltérképezhető- hatékonyabbá tehető. Kutatásunk végzése során kiemelten fontosnak találtuk az interdiszciplináris jellegre való törekvést. A tudományos kritériumoknak való megfelelés és a vállalkozás folyamatainak részletesebb megismerése érdekében szükségesnek találtuk strukturált mélyinterjúk készítését a vállalkozás tulajdonosaival, projektmenedzsereivel és alkalmazottaival. Vizsgálódásunk során nyolc mélyinterjút készítettünk, melynek alanyai között a szervezet két tulajdonosa, két projektmenedzsere és négy gyártásért felelős munkatársa szerepelt. A strukturáltságra való törekvés azért is volt szükséges, hogy a különböző válaszok összehasonlíthatóvá váljanak, és ezáltal megvalósíthatóvá váljon a standardizáltság (Babbie, 2006). A mélyinterjúkra előzetesen felkészültünk, megteremtve a kérdező és kérdezett közötti olyan interakciót, amelynek központi eleme az, hogy a kérdező konkrétan tudja, hogy mit szeretne megtudni a kérdezettől, így hatékonyan és gyorsan összegyűjthető a szükséges információk. A mélyinterjút követően az eredményeket hagyományos tartalomelemzéssel értékeltük. A tartalomelemzés során az összegyűjtött információkat, feldolgozva és diagrammok segítségével szemléletessé téve, áttekinthető formában foglaltuk össze. Az interjúk elkészítése során törekedtünk, hogy egy átfogóbb, teljesebb képet kaphassunk a szervezet működésével kapcsolatosan. A különböző elemzések és időbeli hatékonyság összehasonlítások 2017-2018 közötti folyamatokat vizsgálja.

3. Eredmények

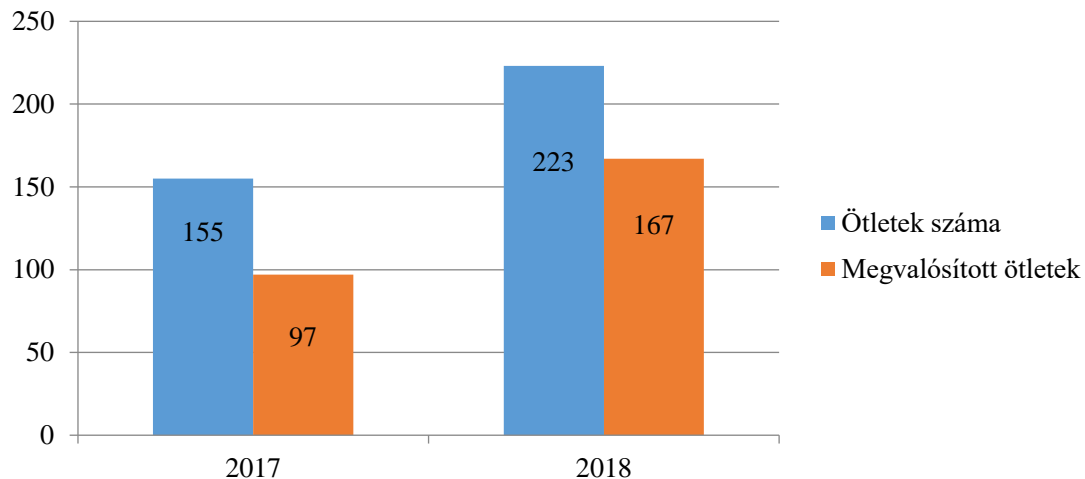
A kaizen filozófia implementálásának első lépéseként megtörtént az alkalmazottak oktatása, majd tréningek formájában interaktív módon ellenőrizték a megtartott képzés hatékonyságát. Ezt követően elkezdték bevezetni azokat az eszközöket, melyekkel a kaizen szemléletmódot eredményesen be lehet vezetni.

3.1. Ötletdoboz

A képzést követően a tanultakat átvezették a gyakorlatba és kifejlesztették az alkalmazotti javaslati rendszert. A rendszer alapját az ötletláda képezte és annak a jelképes működése. Ez volt az első alkalom, hogy a szervezet dolgozóinak lehetőségük adódott a vállalkozás kisebb

nagyobb működésével kapcsolatban ötleteket adni. Az ötletek gyakorlatba való kivitelezéséért és annak ellenőrzéséért a felelős, a tulajdonos támogatásával a menedzser és az üzemvezetők voltak. Az első néhány hónapban a rendszer nem működött sikeresen, viszont az idő előrehaladtával és a kidolgozott jutalmazási folyamattal elkezdett hatékonyabban működni. A feldolgozott ötletek számát az **Hiba! A hivatkozási forrás nem található.** szemlélteti. Az ábrán látható, hogy mennyi javaslat érkezett az alkalmazottaktól évente és azok közül mennyit sikerült megvalósítani.

1. ábra. Ötletek száma db/év



Forrás: Saját készítésű interjú alapján, saját szerkesztés, 2019

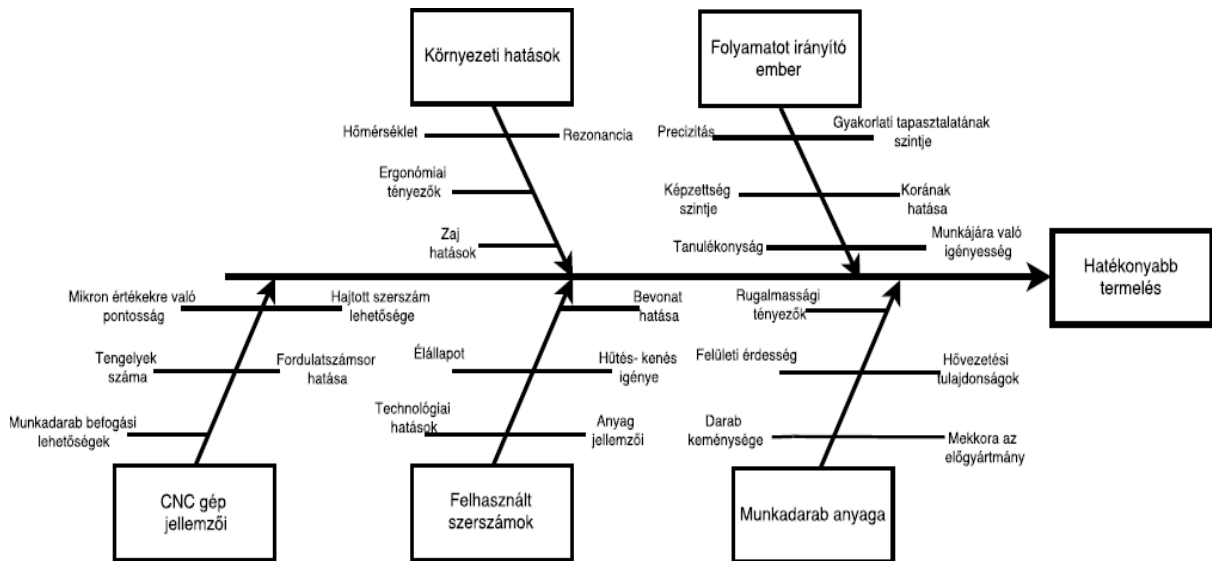
A dolgozói javaslati rendszer 2017-ben még csak kezdetleges volt, de már ebben az évben is több mint 150 javaslat érkezett, melyeknek közel 60%-a megvalósíthatónak bizonyult. A meg nem valósult javaslatok indoka; a kivitelezhetetlenség, a javaslat átfutási idejének elhúzódása, valamint ugyanazon ötlet több alkalmazott általi leadása. Amint azt az **Hiba! A hivatkozási forrás nem található.** is mutatja a 2018-os évre a javaslatok száma jelentősen megnövekedett és egyidejűleg a megvalósíthatóság is javult. A megvalósított ötletek aránya az összes javaslatokhoz képest megközelítette a 75%-ot. Az ötleteket formanyomtatványokra kell leírni, melyek az ötletláda mellett találhatóak. Minden egyes ilyen nyomtatványt kiértékelnek és elkészítik az értékelő ívét. Ezeket az értékeléseket a későbbiekben lehetőség van minden dolgozó számára megtekinteni. A beérkező javaslatok közül néhányat felsorolva: személygyűjtés szelektív módon; forgács elszállítás zsákok helyett fémtárolókból való kiürítéssel történjen; elkészült munkák egységes tárolási helyének kialakítása; jegyzetek készítése információk megosztása érdekében; törőeszközök kidobása helyett kimosása; technológiai újítások.

3.2. Minőségi körök

A javaslati rendszer kidolgozását követően, kialakították az úgynevezett minőségi körök rendszerét is. Ez a művelet számukra azt jelenti, hogy 2-3 hetente egyszer, kisebb csoportokat alkotnak az azonos területen dolgozók és problémamegoldó megbeszéléseket tartanak egy

megadott cél elérése érdekében. Ezek a célok jellemzően a hatékonyabb termelés kialakítása, illetve a sorozatgyártás során elkészülő termékek szériaidejének csökkentése. Az egyik ilyen alkalom során egy Ishikawa, vagy más néven halszájka diagramot hoztak létre. A folyamatábra célja egy adott termék hatékonyabb gyártásának elérése. Amint a 2. ábra is szemlélteti, több meghatározó elemre lett szétbontva a gyártást befolyásoló tényezők csoportja. Ezeket a főbb elemeket pedig további összetevőikre bontották le, ezzel is jobban átlátva a gyártást meghatározó különböző tényezőket.

2. ábra. Ishikawa diagram



Forrás: Saját készítésű interjú alapján, saját szerkesztés, 2019

Az üzemben elkészült 2. ábrán látható Ishikawa diagram feldolgozása és a tényezők kiértékelésének egy része még napjainkban is tart. Azonban az már ebből is látszódik, hogy a „folyamatos fejlesztés” filozófiája egyre jobban beépül és megjelenik a mindennapos termelésben.

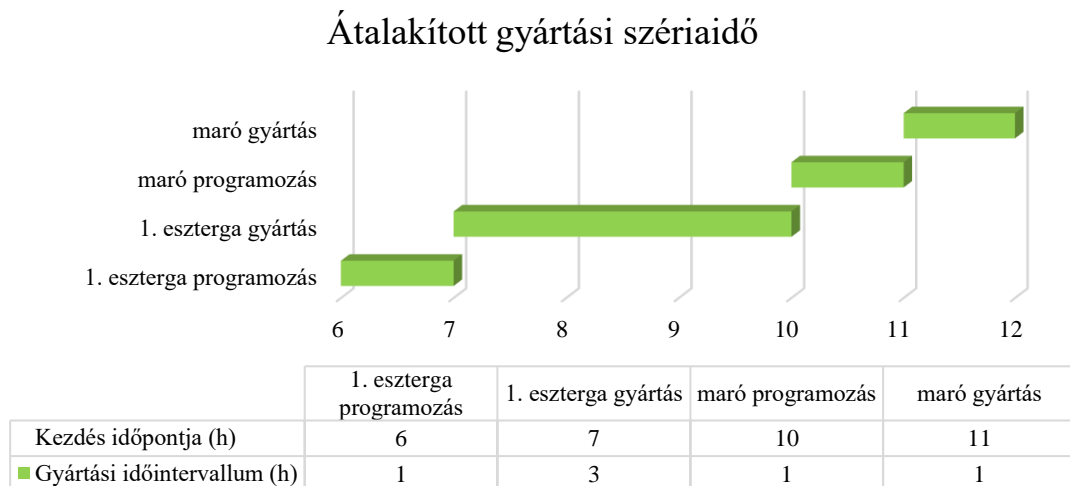
A minőségi körök csoportos együttműködése többek között segítette a dolgozók közötti közvetlenebb kooperációt, valamint csapatépítő tréningként is szolgált. Az idő múlásával gyakoribb lett a központi irányítás nélküli szakmai kommunikáció az alkalmazottak között. Egyre többet segítik egymást és egymás munkáját is igyekeznek visszaellenőrizni. Ennek a hatása a sorozatgyártás során készült termékek esetében is érződik. Az elmúlt időszakban több termékük gyártásának szériaidejét is sikerült csökkenteni azáltal, hogy a dolgozók ötletekkel, újításokkal, egymás véleményének meghallgatásával fejlesztették a termelést. Az alábbiakban egy termékük gyártásának régi, illetve a megújított szériaidejét mutatjuk be. A diagramok összehasonlítását követően megállapítható, hogy az újításokkal a vizsgált termék szériaidejét sikerült lecsökkenteni két órával. Ez a rövidítés komoly megtakarítást és hatékonyságnövekedést eredményez a vállalkozás számára.

3. ábra. Régi szériaidő



Forrás: Saját készítésű interjú alapján, saját szerkesztés, 2019

4. ábra. Átalakított szériaidő



Forrás: Saját készítésű interjú alapján, saját szerkesztés, 2019

Véleményünk szerint a két Gantt diagram is egyértelmű példája annak, hogy a kaizen rendszer kezd működni. Továbbá sikerül elérni azt, hogy a dolgozók már ösztönösen kezdik keresni a fejlesztési lehetőségeket a termelésen belül.

4. Következtetések és javaslatok

Napjainkban a szervezetek sikeres működéséhez elengedhetetlen az olyan vállalatszervezési, vállalatirányítási rendszerek alkalmazása, amelyeknek célja, hogy a vállalat minél gazdaságosabban állítsa elő a termékeit, szolgáltatásait. A kaizen menedzsmentfilozófia az egyik leghatékonyabb módszer, illetve filozófia, amelynek hatékony alkalmazásával viszonylag rövid időn belül kiemelkedő termelékenységnövekedés érhető el. A mélyinterjúk kutatás során egyértelműen kiderült, hogy a szervezet felső és közép vezetői tudatosan valamint az innovációs lehetőségek felhasználásával próbálják a termelékenységüket maximalizálni,

illetve a működési folyamatokat átalakítani. Ugyanakkor az is elmondható, hogy nagyon sok esetben a vezetők elképzelései és az alkalmazottak elképzelései, illetve az alkalmazott módszerek között erős a disszonancia. Ennek a disszonanciának a csökkentésére, a szemléletmód egységesebbé tételére megfelelő eszköznek bizonyultak: a minőségi körök létrehozása, a javaslati rendszer kidolgozása, valamint a többi bevezetett kaizen eszköz alkalmazása.

Fontos, hogy a vezetőség a jövőben is támogassa a megkezdett munkát és ezzel kibontakozhasson egy olyan szervezeti kultúra, valamint az alkalmazottak részéről is egy olyan gondolkodásmód rögzülhessen, amellyel még hatékonyabbá, termelékenyebbé válhat a szervezet. A kaizen felfogásmódban megvalósuló folyamatokat fejleszteni, támogatni kell, így a szemléletmód bevezetésébe fektetett munka továbbra is versenyelőnyként szolgálhat a szervezet számára.

Hivatkozott források

Babbie, R. E. (2006) *The Practice of Social Research*. USA, California, Belmont: Wadsworth Publishing Company, pp. 56- 62.

Brunet, A. - New, S. (2003) *Kaizen in Japan: an empirical study*. *International Journal of Operations & Production Management*, pp. 23, 1426-1446.

Cheser, R. N. (1998) *The effect of japanese kaizen on employee motivation in U.S manufacturing* *The International Journal of Organizational Analysis*, pp. 6, 197-217.

Imai, M. (1997) *Gemba Kaizen*. New York. McGraw-Hill Education, pp. 45-49, 72-78.

Jones, J. P. (2009). *Lean szemlélet- A veszteségmentes, jól működő vállalat alapja*. Budapest: HVG Kiadó Zrt. pp. 57-83.

Kosztolányi, J. - Schwahofer, G. (2012). *Kaizen, javaslati rendszer*. Budapest: KaizenPro Oktató és Tanácsadó Kft. pp. 27.

Lean Center. (2016). *Internetes forrás*. On-line: www.leancenter.hu/index.php Elérve: 2019.01.12

Liker J. K. (2008). *A toyota módszer*. Budapest HVG-kiadó, pp. 15-34.

Ohno, T. (1988). *Toyota Production System: Beyond Large-Scale Production*, . New York: Productivity Press. pp. 45-57.

Recht, R. - Celeste, W. (1998). *Kaizen and culture: on the transferability of Japanese suggestion systems*. *International Business Review*. pp. 7, 7-22.

Shigeo, S. (1989). A study of the Toyota Production System: From an Industrial Engineering Viewpoint,. Cambridge,,: Productivity Press 1. pp. 19-23.

Vörös, J. (2010). Termelés és szolgáltatásmenedzsment. Budapest: Akadémiai Kiadó. pp. 34-38

Womack J. P. - Jones D. T.(2003) Lean szemlélet. Budapest. HVG-kiadó, pp. 67-80.

A tejtermelő tehenészet ágazat folyamatainak modellezése a Value Stream Mapping módszer alkalmazásával

Gáspár Sándor¹ – Thalmeiner Gergő²

Összefoglalás

A tejtermelő szarvasmarha tenyésztés napi munkavégzési feladatait tekintve egy folyamatrendszerű értékfolyamatnak nevezhető. Ez azt jelenti, hogy a termeléshez szükséges inputanyagokat és munkafolyamatokat mind mennyiségben mind pedig időrendben is nagyságrendileg előre meg lehet határozni. A telepi munkavégzés jelentős részét rutin jellegű feladatok végzése nyújtja. A folyamatrendszerűségből adódóan prognosztizálható az állandó inputanyag felhasználási és outputanyag (tej) előállítási mennyiség is. A jövőállapot térképéből egyértelműen kiderül, hogy a tejelő tehenészet ágazatban a lean menedzsment módszereivel az átfutási idő jelentős mértékben javítható, a létszám szükséglet csökkenthető és a munkaszervezési folyamatok hatékonysága növelhető.

Absztrakt: Lean, VSM, tejtermelő tehenészet, termelékenység, folyamatmenedzsment

JEL kód: Q10

1. Bevezetés

Hazánkban a kis és közép vállalkozások termelékenysége jóval alacsonyabb a régió országaihoz képest. Ez az alacsony szint gátolja a szervezeteket a külföldi piacra lépésben és a hazai multinacionális cégekkel való versenyben. A primer szektorban is hangsúlyos probléma az alacsony termelékenység, mert a gyakorlatban szinte csak a technológiai újítások azok, amelyek érdemben növelik a mutató értékét. Viszont a különböző modern menedzsment módszerek- filozófiák az agrár szektorban is alkalmazhatóak a termelékenység színvonalának növelésére. Kutatásunkban egy esettanulmányon keresztül mutatjuk be, hogy a tejtermelő tehenészetben milyen módon lehet megvalósítani a lean filozófia különböző eszközeit, mindezt egy értékfolyamat feltérképezés segítségével szemléltetve.

¹ PhD hallgató, Szent István Egyetem, Gazdaság és Társadalomtudományi Kar, Gödöllő; gaspar.sandor@szie.hu

² Vezetés és szervezés MSC hallgató, Szent István Egyetem, Gazdaság és Társadalomtudományi Kar, Gödöllő; thalmeiner.gergo@szie.hu

2. Szakirodalmi feldolgozás

A lean menedzsmentet számos szakirodalom és kutató másképpen értelmezi és definiálja. Az alábbiakban James P. Womack - Daniel T. Jones a lean menedzsment első megfogalmazóinak illetve kutatóinak meghatározása látható, amelyet minden kutató a lean alapjának tekint.

A lean szemlélet segítségével meg lehet határozni, hogy mi az érték. Csakis a végfelhasználó az, aki eldöntheti, hogy mi számít értéknek, és csak akkor lehetséges érdembe értékről beszélni, hogy ha egy adott termék az adott áron és időben kielégíti a vevő igényeit (Womack – Jones, 2003). Az értéket pedig mindig gyártó illetve termelő teremti meg (Shigeo, 1989). A lean manufacturing nem csak egy gyártási rendszer hanem egy olyan gyártási filozófia és kultúra amely holisztikusan jelenik a szervezeti funkciók között és ebben a filozófiában a kultúra fontosabb szerepet játszik mint a technikai háttér. (Zsidai, 2016)

(Losonci, 2017) szerint a lean menedzsment célja a pazarlás mindennemű formájának eltüntetése, megszüntetése. A pazarlásoktól mentes folyamatok gyorsabbak, megbízhatóbbak, és jobb minőséget eredményeznek de a legfontosabb hogy alacsonyabb költségek mellett lehetséges a működés. A kínálati oldal pazarlásoktól mentes folyamatai a keresleti oldalon magasabb vevő értéket jelent illetve teremt.

A lean szemlélet segítségével optimális sorrendbe lehet állítani azokat a műveleteket és folyamatokat, amelyek értéket teremtenek, és ezeket a megfelelő időben, a megfelelő helyen, a megfelelő mennyiségben, megszakítás nélkül egyre hatékonyabban lehet elvégezni (Vörös, 2010). A lean szemlélet nem állhat meg egy cég határánál, hanem azon tovább kell terjednie a teljes ellátási láncra illetve adott üzletág-iparág teljes vertikumára (Womack – Jones, 2003).

A lean menedzsment a gazdaságos rendszer és termelés kialakítása mellett, a folyamatos fejlődés és jobbítás szemléletének bevezetésével nagyon kiemelt szerepet képvisel a szervezeti kultúra és az alkalmazottak gondolkodásának formálásában (Liker, 2008).

James és munkatársai öt darab alapelvet határoztak meg a lean menedzsment hatékony működésével szemben, amelyek a következők: az érték meghatározása, értékfolyamat azonosítása, áramlás létrejötte az értékteremtő lépések mentén, húzóelv alkalmazása, tökéletesítés, folyamatos fejlesztés (Womack – Jones, 2003).

A 21. században nagyon sok szervezet alkalmazza sőt, sok iparágban versenykritériumként is megjelenik a lean menedzsment alkalmazása illetve implementálása a gazdálkodás szervezési folyamatok működtetése során, de nagyon kevés esetben történik meg a filozófiának az implementálása a termék fejlesztési folyamatok esetében. Csak azon szervezetek akik képesek a termék fejlesztésre is alkalmazni a lean filozófiát válhatnak teljes mértékben értékteremtő szervezetté. (Marodin, és mtsai.)

A lean menedzsment hatékony implementálását nem az iparág, hanem a folyamatok jellege határozza meg. Bármely iparágban lehet sikeres az implementálás, azonban az eszközöket az szektor és a szervezet sajátosságaihoz kell igazítani, valamint a szervezeti kultúra részévé kell válnia a filozófiának. A lean átalakítások hatékonysága érdekében és szükség van az új szemléletet befogadni már kész szervezeti kultúrára. (Gyenge, és mtsai., 2015) A szakirodalom nem ad egyértelmű választ arra, hogy mi tekinthető „ideális lean kultúrának”. A probléma feloldásához abból a széleskörűen elfogadott felismerésből lehet a megoldáshoz jutni hogy a lean menedzsment alapját és mai napig a legjobb példáját a Toyota rendszere szolgáltatja. Ennek alapján a Toyota vállalati kultúráját lehet az „ideális lean kultúrának” nevezni. (Toarniczky, és mtsai., 2012)

A lean menedzsment bevezetése és a lean rendszer működése ugyanannak a tevékenységsorozatnak különböző időbelileg elkülönült fázisait jelentik. A különböző fázisokban az egyes tényezők különböző hangsúlyokat kapnak, mert a változásoknál, azaz az első fázisban a tanulás, az új eszközök, módszerek elsajátítása, valamint a dolgozói ellenállás kiküszöbölése, és még sok más, jóval nagyobb szerepet játszanak, mint a mindennapi működés során, amikor inkább a már megtanultak rögzítése, leírása, szabályozása, finomítása áll a középpontban. Tehát teljesen más eszközök és módszerekre van szükség a bevezetési és a működtetési szakaszban. (Demeter, és mtsai., 2011)

2.1. Muda

A muda, veszteséget jelent, azaz minden olyan emberi tevékenységet, amely erőforrást használ fel, de nem teremt értéket. Annak ellenére, hogy a vevő csak azért hajlandó fizetni, ami számára értéket jelent, a folyamatok elemeinek (tevékenységek, műveletek, műveletelemek, mozdulatok) jelentős része nem termel értéket. Taaichi Ohno eredetileg hét darab muda típust azonosított a fizikai termelésre általánosan jellemző veszteségekről. A hét darab veszteség a következő: túltermelés, várakozás, felesleges szállítás, technológiai veszteség, készletek, felesleges mozgások, selejt termelése (Ohno, 1988).

3. Just In time

A lean szemlélet egyik alapvető eleme és módszere a Just in Time rendszer. A termelési folyamatot centrumába helyező integrált rendszerfejlesztés sajátos irányzata a Just in Time elv, illetve ezen működési filozófia amely egyben a gyakorlatban működő sajátos termelésirányítási rendszer is. (Körmenyi, és mtsai., 2008) A fejlett gazdaságokban van egy sajátos trend, a gyártásmélység csökkenése. Ez azt jelenti hogy a gyártók egyre inkább csak a fő tevékenységen belüli gyártási folyamatok, gerincfeladatra koncentrálnak és a különböző kiegészítő jellegű gyártási feladatokat átadják a beszállítóknak, vagyis kiszervezik. Ennek a trendnek az egyik elősegítője és lehetővé tétele a termelési hatékonyság megtartásával, a Just in time rendszer volt, és még jelenleg is az. (Halászné, 1998)

3.1. Value Stream Mapping

A VSM (Value stream mapping) vagyis értékfolyamat térkép egy stratégiai eszköz, amely által azonosíthatóvá válnak a veszteségek. Az értékfolyamat térképet több szakirodalom értékáram térképnek szokott nevezni. A Toyotánál anyag és információáramlási diagram néven ismert módszer egy változata (Kosztolányi - Schwahofer, 2016).

A VSM segítségével:

- Az értékfolyamat térképezés alkalmazásával láthatóvá válik az anyag és információáramlás teljes folyamata, a beszállítótól kezdve egészen a vevőig.
- Észre lehet venni olyan veszteségeket, amelyek az egyes folyamatokra koncentrálnak nem lennének láthatóak.
- A termelési rendszert jobban és mélyebb szinteken lehet megismerni és vizsgálni
- Szigetszerű alkalmazás helyett lehetővé válik a lean eszközök strukturált alkalmazása
- A folyamatokat az értékteremtés szemszögéből lényeges sorrendben lehetséges ábrázolni.
- Könnyebbé válnak a fejlesztési projektek megvalósítási sorrendjének kialakítása illetve meghatározása.
- Egyszerűbbé és könnyebbé válik a kommunikáció a termelési rendszerrel kapcsolatos kérdésekben (Kosztolányi - Schwahofer, 2012).

Az értékfolyamat térképezés sikeresen alkalmazható a termelési és tervezési folyamatok feltérképezésére. (Haefner, és mtsai., 2014) Viszont a szolgáltatási folyamatok feltérképezése során is sikeresen lehet implementálni, elsősorban a gyakran ismétlődő repetitív adminisztratív folyamatok ábrázolására, vizsgálatára, elemzésére és fejlesztésére (Hines – Rich, 1997).

A térképezés lépései:

1. Termék család kiválasztása

Egy adott üzemben a legtöbbször számos terméktípust gyártanak, melyek egymástól teljesen eltérő folyamatokon illetve műveleteken haladnak, áramlanak át. Ahhoz hogy egy átlátható térképet megvalósíthassunk, az szükséges, hogy bizonyos kompromisszumokat kell kötni (Rahani – Ashraf, 2012). Az első ilyen kompromisszum, hogy egy térképen nem lehet ábrázolni többet egy termékcsaládnál, mert a térkép átláthatatlanná válik, és akkor már nem tudja betölteni a feladatát (Faulkner – Badurdeen, 2014).

Általánosan elfogadott ökölszabály, hogy azokat a termékeket lehet egy termékcsaládba sorolni, amelyekre az jellemző, hogy: az egyes műveleteken belül a rájuk fordított munkamennyiség maximum 30%-ban tér el egymástól, valamint közel 80%-ban ugyanazokon a műveleteken haladnak keresztül. (Kosztolányi, és mtsai., 2012)

2. Jelenállapot térkép készítése

Miután meg lett határozva az ábrázolandó termékcsalád, szükségessé válik az információk begyűjtése a jelen állapot feltérképezéséhez. A térképezés a beszállítótól a vevőig tart, de a fő fókusz a termelési folyamatokra helyeződik. A beszállítókat és a vevőket is csak ezekhez való kapcsolódásuk miatt lehet ábrázolni. Itt is igaz az, mint a lean módszerek alkalmazására általában igaz, hogy itt sem kell annak az elsődleges célnak lenni, hogy az információk 100%-t már a jelenállapot felvétele során megszerezzük. Ennél a lépésnél kiemelt szerepet játszik, hogy a térképezés egyetlen célja a fejlesztés lehessen, mert önmagában a térkép elkészítésével nem tudjuk növelni a hatékonyságunkat (Singh et al. 2011).

3. Problémák megjelölése

Ha már meg van rajzolva a jelenállapot térkép, akkor következhet a térképen a problémák ábrázolása. Ezek a problémák azok, amelyek akadályozzák a hatékony anyag és információáramlást, illetve ezek a problémák azok, amelyek eltérnek az ideális termelési rendszertől és az elvárt állapottól.

4. Jövőállapot térkép készítése

Ha már lehet látni, hogy hogyan, működik a termelési rendszer, és azt is, hogy mely fő problémákkal kell szembenézni, akkor el lehet kezdeni a jövőállapot térkép elkészítését. Ez azt fogja megmutatni, hogy milyennek, kell lennie a termelési rendszernek, hogy hatékonyan működjön a rendszer.

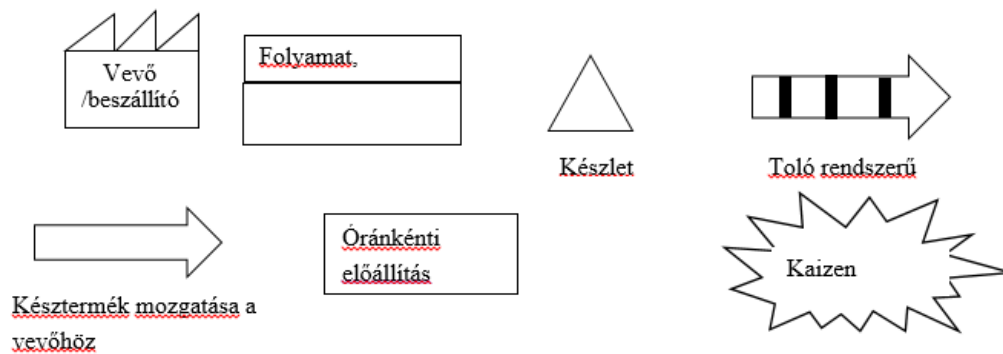
5. Megvalósítás

A legalaposabban megrajzolt térkép sem lesz aktuális túl sokáig, mert folyamatok napról napra változhatnak. Ez az elsődleges oka, hogy a jövőállapot-térkép megrajzolása után a lehető leghamarabb neki kell kezdeni az akciólisták megírásának, és a megvalósítást is rövid időn belül meg kell kezdeni. A szokásos feladat- felelős- határidőn kívül meg kell határozni az adott feladatok célját és azoknak a mérési módszereit is (Kosztolányi - Schwahofer, 2016).

4. Eredmények

Az alábbiakban az értékfolyamat térképen a takarmányozáshoz szükséges keverési alapanyagokat nem teljesen részletezve, hanem a hat leghangsúlyosabb (az alapanyagok és készletek 90%-át kitevő) kukorica, rozs, napraforgódara, premixek, erjesztett takarmány (silózott és szenázsolt takarmány), wdgs (takarmány kiegészítő) ábrázoltuk. Egy ciklushoz szükséges keverés összetételi mennyisége az adott komponensekből áll (k,r,n,p,s,w), amelyek konstans értékeknek számítanak. Az aktuális keverések komponenseinek mennyiségét pedig a telepvezetés határozza meg, amelyek az ábrákon is szemléltetésre kerültek. Az elemzésbe vont szarvasmarhatelep telepvezetése által elmondott és feldolgozásra átadott adatok alapján kerültek meghatározásra az adatok, melyeknek mértékegysége kilogramm.

1. ábra. Jelmagyarázat



Forrás: (Kosztolányi, és mtsai., 2012)

Adattáblában található adatok

- Ciklusidő (CT-cycle time): Egy termék elkészítésnek időszükséglete.
- Átállási idő (CO-change over time): Gépek átállási ideje egy másik munkafolyamatra egy adott technológián belül.
- Létszám: Az adott folyamatba résztvevő alkalmazottak száma.
- Termelési idő: Ez az időtartam már magába foglalja a műszak hosszából levont szüneteket és egyéb tervezett megállásokat, leállásokat.

A térkép alján azt fogjuk jelezni, hogy az egyes folyamatok illetve technológiáknak mennyi az értékteremtő ideje. Mivel a cég nem igazán tudta ezt az időt meghatározni, ezért csak megközelítő értékeket fogunk alkalmazni az értékteremtő idő meghatározására. A folyamatok illetve technológiák között pedig azt fogjuk jelezni, hogy mennyi időt kell várnia egy-egy adott technológiának, hogy a másik technológia elkészülhessen. Ez az idő már tartalmazza az értékteremtő időket is. A maradék várakozás az alkalmazottak felesleges tevékenységeiből, az előre tervezett elvégzendő idő kicsúszásából, információ és anyagihiány miatt történik. Ezek a számok átlagolva és becslve vannak egy-egy munkálatra levetítve a telepvezetés által.

A termelés illetve kivitelezés ütemezése manuális módszerrel működik a vállalkozásnál, tehát a telepvezetés felügyeli és biztosítja a szükséges készleteket és alakítják ki a termelési-kivitelezési utasításokat. Az 55 perces egységidő pedig úgy jött ki, hogy egy óra egységidőből a telepvezetés engedélyével 5 percet „cigaretta” szünettel töltenek az alkalmazottak.

4.1. Jelenállapot térkép és problémák (mudák) szemléltetése

Az első a térképen is feltüntetett észrevétel a készletek kezelésével kapcsolatos. A lean egyik alapelve, hogy ha lehetséges, akkor vonjunk össze folyamatokat a köztes készlet megszüntetése érdekében. Véleményünk szerint jelen esetben az első keverési folyamat előtti takarmány betárolási művelet egy felesleges tevékenység, hiszen a keverést a komponensek meglévő

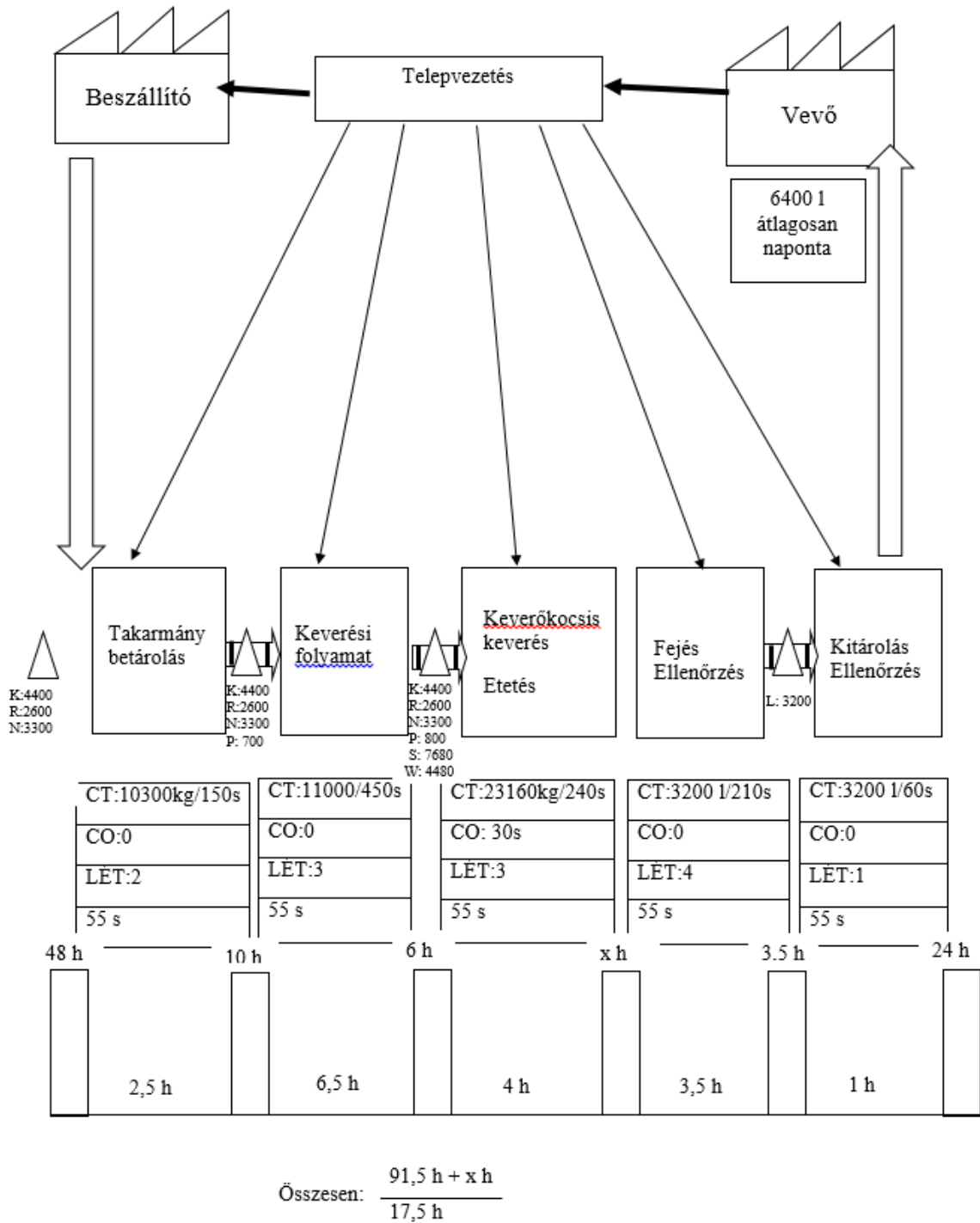
raktárhelységben is el lehetne végezni, így elkerülhető az alapanyagok mozgatása és a két helyen való készleten tartása.

A második észrevétel a keverési folyamatok átszervezésével függ össze. A kétszeres keverési folyamat azért jelenik meg, mert egyes komponenseket utólag kevernek hozzá a már félig összekevert takarmányhoz. Ez a plusz keverési tevékenység a telepvezetés elmondása alapján átlagosan további fél órát vesz igénybe. A két folyamatként megjelenő keverési tevékenységek nem csak időbeli növelő tételként jelenik meg, de így a készletek helykihasználása is jelentősen romlik.

Harmadik észrevett probléma az volt, hogy a fejési folyamat időben jelentősen elhúzódó tevékenységnek számít. Megközelítőleg 3,5 órát vesz igénybe az egész folyamat ellátása, ami a vizsgált tevékenységek között igen jelentősnek mondható.

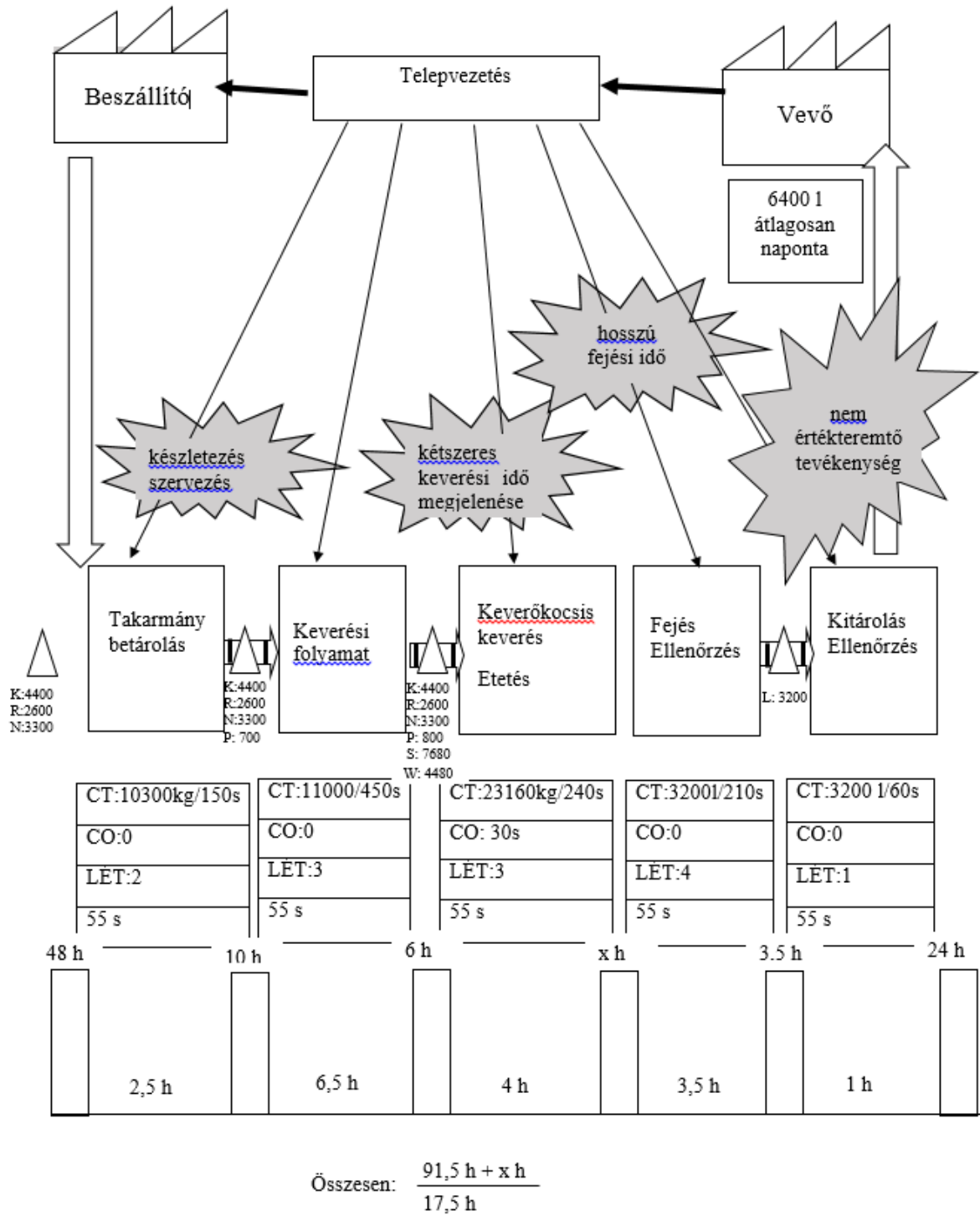
Utolsó észrevételként az ellenőrzés folyamatát emelnénk ki. Az ellenőrzés a lean gondolkodás szerint egy értéket nem teremtő feleslegesnek mondható tevékenység. A vizsgálatba vont szarvasmarhatelep azért alkalmazta, mert kitároláskor/elszállításkor meg szerettek volna győződni a tej minőségének kiválóságáról. Ugyanakkor az is elmondható, hogy az átvevő partner ezt az ellenőrzést nem fogadja el, hanem saját maga ellenőriz feldolgozás előtt. Továbbá megjegyzendő, hogy a fejési folyamat során már beépül egy ellenőrzési pont a tej minőségére vonatkozóan.

2. ábra. Jelenállapot térkép



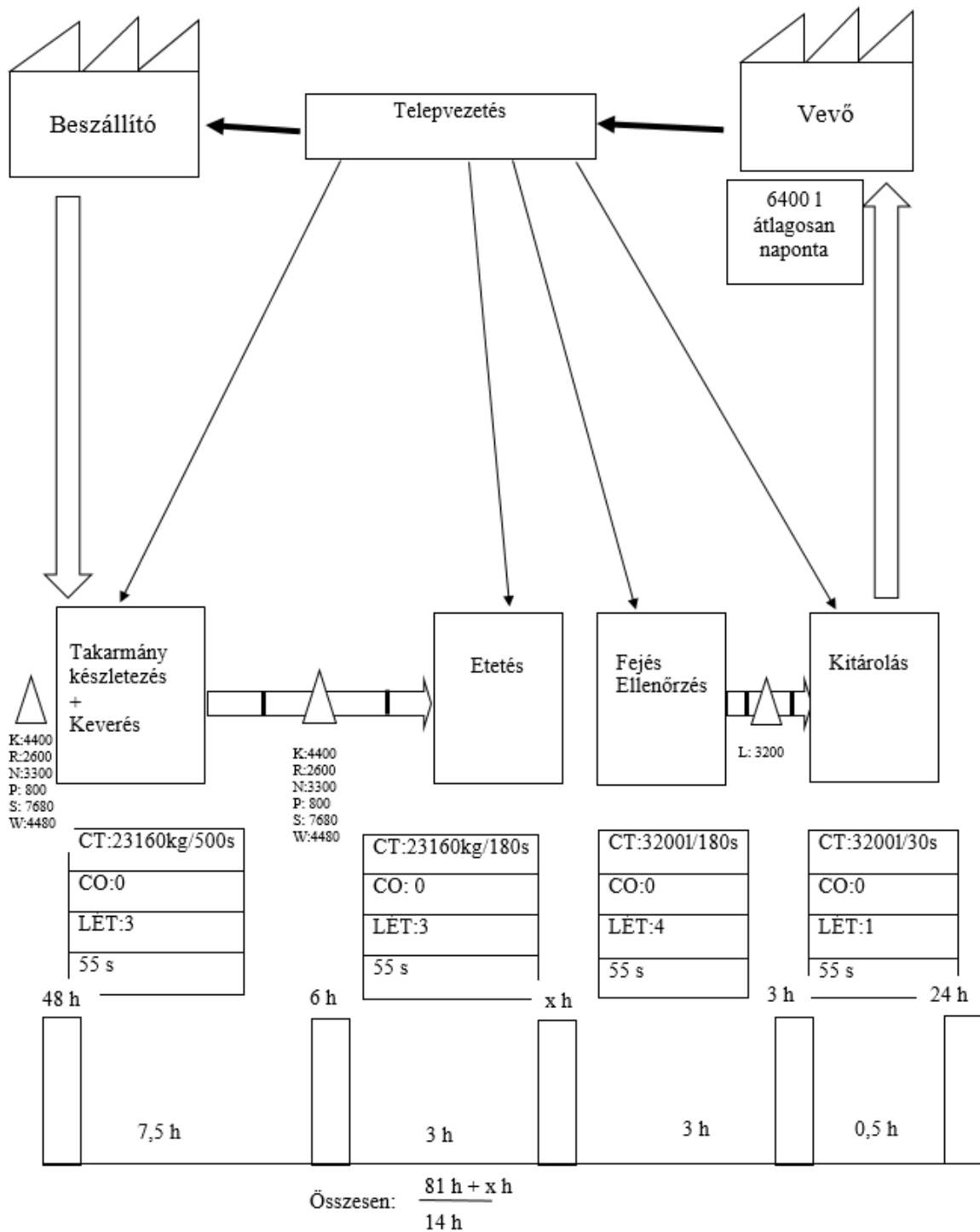
Forrás: A vizsgált gazdaság adatközlése alapján, saját kutatómunka, 2019

3. ábra. Problémák szemléltetése a jelenállapot térképen



Forrás: A vizsgált gazdaság adatközlése alapján, saját kutatómunka, 2019

4. ábra. Jövőállapot-térkép



Forrás: A vizsgált gazdaság adatközlése alapján, saját kutatómunka, 2019

A jövőállapot térkép jelölései és formális kinézete ugyanaz lesz mint a jelenállapot térképnek csak itt már az az állapot lesz ábrázolva, ahogy megoldható módon át lett szervezve a rendszer, vagyis itt már a telep hatékonyabb és termelékenyebb állapota látható.

Az első és második problémára a leghatékonyabb megoldást a készletezési- keverési folyamatok átgondolt átszervezése nyújtotta. Sikerült abba a raktárhelységbe beüzemelni a keverő berendezést, ahol a keveréshez szükséges komponensek 70% megtalálható, valamint a további 30%-ot sikerült elhelyezni ugyan ezen raktárhelységeken belül. Ezzel az összevonással sikerült elérni, hogy a rendszerben szereplő két keverési fázis egyre redukálódott, továbbá a készletezés helykihasználása javult és a komponensek mozgatása csökkent.

A hosszú fejesi idő csökkentése nem valósulhat meg csak két újabb fejőállás beruházásával, amely segítségével a fejesi folyamat ideje megközelítőleg harminc perccel csökkenne. A jövőállapot térképen ezt az időbeli csökkenést jelöltük, mivel ennek a beruházásnak a megvalósításához a vállalkozás már jelentősebb összeget különített el és tervezik pályázat benyújtása útján is támogatni a beruházás megvalósulását.

Az utolsó problémára az ellenőrzésnek, mint nem értékteremtő tevékenységnek a beintegrálása a legjobb megoldás. Láthatóvá vált, hogy a tej minőségének az ellenőrzését már a fejesi folyamat során is megteszik. Valamint az utólagos méréssel nem tudnak már igazolni semmit, hiszen az átvevő nem veszi figyelembe a telep végső minőségi ellenőrzését. Ezekből kifolyólag az ellenőrzés, mint tevékenység és funkció a jelölt helyen értelmét veszítette, amit a lehető leghamarabb el kell távolítani a rendszerből. A tevékenység kivezetésével egy alkalmazott napi több mint fél órás tevékenységét szabadítják fel.

5. Következtetések

A folyamat átfutási ideje 109 órától 95 órára csökkent, ami 14 óra csökkenést jelent. Ennek a lecsökkentett időintervallumnak pénzügyi és gazdasági hatásai is van, amit további kutatás során kifejezhetővé válhat. A 14 óra átfutási idő csökkenéssel létszámbeli változás is történt, ami azt jelenti, hogy ugyanazon munkafolyamatok elvégzéséhez tizenhárom fő helyett tizenegy fő szükséges. A folyamatok közül az ellenőrzés egy nem értékteremtő folyamat, amit a lean átalakítás során megpróbáltak elhagyni. A készletek tárolásának átszervezésével és a keverési folyamatok karcsúsításával jelentős időt és munkát sikerült megtakarítani. A jövőállapot térkép meghatározásával feltérképezhetővé válnak a szükségtelen folyamatok, valamint a megtakarítható költségek. További kutatási lehetőségként megfogalmazható a térképen is feltüntetett (x) etetés és fejesi folyamat közötti összefüggés hiányának megszüntetése. Ennek a hiányosságnak a pótlására állattenyésztési ismeretek implementálása szükséges. A hiányzó ismeretek megszerzésével és szinergikus alkalmazásával teljessé válhat a modell.

Hivatkozott források

Demeter Krisztina, Jenei István és Losonci Dávid A lean menedzsment és a versenyképesség kapcsolata [Könyv]. - Budapest : Budapesti Corvinus Egyetem Versenyképesség Kutató Központ, 2011.

Faulkner William és Badurdeen Fazleena Sustainable Value Stream Mapping (Sus-VSM): methodology to visualize and assess manufacturing sustainability performance [Folyóirat] // Journal of Cleaner Production. - 2014.. - 85. kötet. - old.: 8-18.

Gyenge Balázs, Kozma Tímea és Szilágyi Heléna LEAN MENEDZSMENT ALKALMAZASA SZOLGÁLTATÓVÁLLALAT ESETÉBEN [Folyóirat] // Vezetéstudomány. - Budapest : Budapesti Corvinus Egyetem, 2015.. - 4. kötet. - old.: 44-54.

Haefner Benjamin [és mtsai.] Quality Value Stream Mapping [Folyóirat] // Procedia CIRP. - Netherlands : Elsevier, 2014.. - 17. - old.: 254-259.

Halászné Erzsébet Sips Logisztika [Könyv]. - Budapest : Logisztikai Fejlesztési Központ Magyar Világ Kiadó, 1998.

Hines Peter és Rich Nick The seven value stream mapping tools [Folyóirat] // International Journal of Operations & Production Management. - 1997.. - 1 : 2. kötet. - old.: 46-64.

James P. Womack és Daniel T. Jones Lean szemlélet [Könyv]. - [hely nélk.] : HVG-kiadó, 2003. - 978-963-9686-83-0.

Jeffrey K. Liker A Toyota módszer [Könyv]. - [hely nélk.] : HVG-kiadó. - 978-963-9686-43-4.

Kosztolányi János és Schwahofer Gábor Lean alapok [Könyv]. - Budapest : KaizenPro Oktató és Tanácsadó Kft, 2012.

Kosztolányi János és Schwahofer Gábor Értékfolyamat térképezés [Könyv]. - Budapest : Kaizenpro Kft, 2012.

Körmendi Lajos és Pucsek József A logisztika elmélete és gyakorlata [Könyv]. - Budapest : Saldo Pénzügyi Tanácsadó és Informatikai Zrt, 2008.

Losonci Dávid Lean menedzsment [Könyvrészlet] // Termelés, szolgáltatás, logisztika / szerk. Demeter Krisztina. - Budapest : Wolters Kluwer Kft, 2017. - 2. kötet.

Marodin Giuliano [és mtsai.] Lean product development and lean manufacturing: Testing moderation effects [Folyóirat] // International Journal of Production Economics. - Netherlands : Elsevier. - 203. kötet. - old.: 301-310.

Ohno Taiichi Toyota Production System: Beyond Large-Scale Production, [Könyv]. - New York : Productivity Press, 1988.

Rahani A. R. és Ashraf Muhammad Production Flow Analysis through Value Stream Mapping: A Lean Manufacturing Process Case Study [Folyóirat] // Procedia Engineering. - 2012.. - 41. kötet. - old.: 1727-1734.

Shigeo Shingo A study of the Toyota Production System: From an Industrial Engineering Viewpoint, [Könyv]. - Cambridge, : Productivity Press 1, 1989.

Singh Bim, Garg Suresh k. és Sharma k. Value stream mapping: literature review and implications for Indian industry [Folyóirat] // The International Journal of Advanced Manufacturing Technology. - 2011.. - 53. kötet. - old.: 799-809.

Toarniczky Andrea [és mtsai.] A lean kultúra értelmezése és mérése egy egészségügyi szolgáltatónál [Folyóirat] // Vezetéstudomány. - Budapest : Corvinus Egyetem, 2012.. - XLIII Különszám. kötet. - old.: 106-120.

Vörös József Termelés és szolgáltatásmenedzsment [Könyv]. - Budapest : Akadémiai Kiadó, 2010. - 978 963 05 8835 5.

Zsidai László Integrált Gyártórendszerek FMS/CIM/LEAN [Könyv]. - Gödöllő : Fenyves Dent Kft, 2016.

Vevőközpontúság az építőanyag-iparban

Gerse-Krizsa Teréz¹ – Surman Vivien²

Összefoglalás

A TQM filozófiából gyökerező korszerű minőség szemléletmód és annak gyakorlati megvalósulását támogató módszertanok térhódításával és így a minőség stratégiai szintre való emelkedésével a vevőközpontúság valamennyi szervezeti folyamatot áthatja: beépül a termékek és szolgáltatások tervezésébe, a gyártási-szolgáltatási fő- és támogató folyamatok megvalósításába, ill. nyomonkövetésébe. Az Európai Unió belül – néhány országtól eltekintve – az építőipari termelés növekedése felülmúlja az elmúlt éveket, így a növekvő verseny hatására a vevői és a társadalmi igények minél magasabb szinten való kielégítése kerül a szervezeti működés fókuszába. Az újabb kihívások a magyar építőanyag-gyártó vállalatoktól is megfelelő szervezeti reakciókat igényelnek annak érdekében, hogy a gyártott termékek és szolgáltatások eleget tegyenek ne csak a vonatkozó szabványkövetelményeknek, hanem az azokon felül jelentkező vevői kívánalmaknak is, hiszen a szabványok önmagukban nem feltétlenül jelentenek megoldást a minőséggel kapcsolatos vevői problémákra. A tanulmány célja, hogy bemutassa, a különböző szabványoknak való megfelelés szintje önmagában nem elegendő a vevőközpontúsághoz, ennél többet kell nyújtania a vizsgált iparágon belüli szervezeteknek is, tekintetbe véve a vevői igények folyamatos változását, nyomonkövethetőségének, elemezhetőségének nehézségeit.

Kulcsszavak: építőanyag-ipar, minőség, szabvány, vevői elégedettség, TQM

JEL kód: L15

1. Bevezetés

A minőség javítása, fejlesztése, a vevői elégedettség minél teljesebb elérése az utóbbi időben minden szektorban, így az építőiparban is előtérbe került. A vevők elégedettsége kikerülhetetlen napjaink versengő világában, hiszen nélküle hogyan is lehetnének a vevők lojálisak, hogyan akadályoznák meg a szervezetek, hogy a többi több száz másik szervezetet válasszák jelenlegi vevőik a jövőben (Jones – Sasser, 1995)? Az utóbbi években a vevőelégedettség szoros kapcsolata a profittal, a jövedelmezőséggel és a versennyel egyre több kutatás középpontjába került (Karna, 2004), mutatva hogy a szervezetek elsődleges célja minél jobb, erősebb és hosszabb kapcsolatot kialakítani vevőikkel. Ez különösen igaz az építőiparban

¹tudományos segédmunkatárs, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem, Menedzsment és Vállalkozásgazdaságtan Tanszék, Budapest, krizsateresz@gmail.com

²egyetemi tanársegéd, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem, Menedzsment és Vállalkozásgazdaságtan Tanszék, Budapest, surman@mvt.bme.hu

tevékenykedő szervezetekre, köszönhetően óriási hatásának a későbbi projektek elnyerhetőségére és a szájreklámra (word-of-mouth). A vevői elégedettség fontosságát és mérhetőségét az építőiparban több tanulmány is kiemeli (Barrett, 2000; Torbica – Stroh 2001; Maloney, 2002; Yasamis et al. 2002; Karna, 2004), azonban e kutatások alapján felmerül a kérdés, hogy melyik vevő vagy éppen érintett véleménye számít? A válasz főként attól függ, hogy az építőiparon belül pontosan melyik al-ágat vizsgáljuk.

Ez a tanulmány kifejezetten az építőanyag iparágra, azon belül pedig az ablak és ajtógyártó szervezetekre fókuszál, és ebben a megközelítésben vizsgálja a vevők kérdését, elvárásait és tapasztalataikat. A cél, hogy megalapozzunk egy vevőelégedettséget mérő keretrendszert ilyen típusú szervezeteknél, kitérve az egyes vizsgálandó kritérium csoportokra.

2. Építő- és építőanyag-ipar Magyarországon

Az 1996 és 2008 közötti tartós növekedését követően az építőipar a 2008-as gazdasági válság hatására a következő évek egyik legnehezebb helyzetben lévő iparága lett, termelési kilengésekkel (A magyar ipar..., 2014). Bár az utóbbi években az ágazat újfent fejlődésnek indult, amely növekedés folytatódott 2017-18-ban is, a felfelé ívelő folyamat hosszú távú megtartása az építőipar gazdasági változásokra való érzékenysége miatt bizonytalan (Rekord magas..., 2019). A Központi Statisztikai Hivatal 2018 novemberére vonatkozó gyorstájékoztatója alapján az épületek építésének volumene 17,8%-kal, az egyéb építményeké (út-, vasút- és közműépítések) 40,2%-kal nőtt, az építőipari vállalkozások szerződéseinek volumene pedig 37,9%-kal haladta meg az egy évvel korábbit (Novemberben 27,3%-kal..., 2019). E keresleti növekedéssel azonban a szektor fejlődése nem tud szintet tartani, amit a likviditási problémák csak tovább nehezítenek (Októberben is ..., 2018), habár a növekedési dinamizmus várhatóan 2019-ben is folytatódik. Ezt segítik az építési és fejlesztési ösztönzők, melyek hatására a termelés növekedéssel az építőipari vállalkozások beruházásai is bővülnek (20 milliárdos..., 2017). A szektor fellendülése az építőanyag iparban is érezteti hatását, mert mint az építési piac részterülete, függ az építőipartól és azon belül, a kivitelezési tevékenységek alakulásától. 2018-ra az ágazat, harmadmagával a legnagyobb mértékben bővülő kibocsátást produkáló feldolgozóipari al-ág lett (A KSH jelenti:..., 2018). Az építőanyagok sajátosságait (méret, tömeg) figyelembe véve az építőanyag gyártók elsősorban a belföldi nyersanyagbázishoz és a magyar vásárlók igényeihez igazodnak (Grosz, 2002).

2.1. Homlokzati nyílászárók

A homlokzati nyílászárók építési termékek: „bármely olyan termék vagy készlet, amelyet azért állítottak elő és hoztak forgalomba, hogy építményekbe vagy építmények részeibe állandó jelleggel beépítsék, és amelynek teljesítménye befolyásolja az építménynek az építményekkel kapcsolatos alapvető követelmények tekintetében nyújtott teljesítményét” (305/2011/EU rendelet, 2019). Az építési termék néhány kivételtől eltekintve, akkor építhető be, ha annak teljesítményét teljesítménynyilatkozat igazolja, amelyet a termék gyártója állít ki a forgalomba

hozatalakor a termékteljesítményről a műszaki előírásoknak megfelelően. Ezek segítségével a gyártók és a forgalmazók világos, egyértelmű formában tudják közölni az építési termékkel (ablakokkal és ajtókkal) kapcsolatos jellemzőket vevőik felé.

A különböző szerkezeti kialakítású ablakok és ajtók alapvető műszaki jellemzőinek meghatározására az MSZ EN 14351-1:2006+A2 (2017) harmonizált európai termékszabvány vonatkozik. A termékszabvány alapanyagától független teljesítőképességi jellemzőket határoz meg, melyek a tervezett felhasználásnak megfelelően alkalmazhatók ablakokra és ajtókra. Az 1. táblázatban az alapvető jellemzők értékeinek megadásához szükséges vizsgálati eljárások szabványai és ezen eljárások eredményei alapján az osztályozási szabványok jelennek meg, melyeknek való megfelelés a vevői elégedettség bázisát adja.

1. táblázat. Vizsgálati és osztályozási szabványok

Jellemző	Vizsgálati szabvány(ok)	Osztályozási szabvány(ok)
Szélállóság	MSZ EN 12211	MSZ EN 12210
Vízárás	MSZ EN 1027	MSZ EN 12208
Légáteresztés	MSZ EN 1026	MSZ EN 12207
Léghanggátlás	MSZ EN ISO 10140-2	MSZ EN ISO 717-1
Hőszigetelés	MSZ EN ISO 10077-1,2; MSZ EN ISO 12567-1,2	
Biztonsági szerkezetek teherviselő képessége	MSZ EN 14609 ^{a)} ; MSZ EN 948 ^{b)} ;	
Működtető erők	MSZ EN 12046-1 ^{c)} EN 12046-2 ^{d)}	MSZ EN 13115 ^{c)} MSZ EN 12217 ^{d)}
Ütésállóság	MSZ EN 13049	
Sugárzási tulajdonságok	MSZ EN 410; MSZ EN ISO 52022-1,3	

Forrás: MSZ EN 14351-1 alapján. *Jelmagyarázat:* ^{a)} ablak; ^{b)} ajtó; ^{c)} kézi működtetésű ablakok; ^{d)} kézi működtetésű ajtók

3. Vevői elégedettség

A vevői elégedettség függvénye a tapasztalt minőségnek és egy visszaigazolás róla, azaz hogy a tapasztalatok mennyiben felelnek meg az elvárásoknak (Karna, 2004). Tehát a vevő a termék minőségét valamilyen teljesítményszinthez hasonlítja, és akkor lesz elégedett, ha ezt a szintet meghaladja a vásárolt darab, amelyet leginkább a különböző, iparágban használatos standardok alapoznak meg. Ahhoz, hogy egy igazán lojális vevőt érjenek el a szervezetek, többet kell kínálniuk, mint a standard követelmények betartása, el kell indulniuk a teljeskörű minőségmenedzsment (TQM) filozófia szerinti működés irányába.

Az építőanyagiparban sem csak az építőanyagok minősége az, ami meghatározza a vevői elégedettséget, persze talán a legnagyobb hatással az van rá, azonban a termékeket körülvevő szolgáltatás is befolyásolja a vevő által észlelt minőséget, például kiszolgálás, szállítás, csomagolás stb. Így nem csak azt kell felmérni egy TQM filozófia szerint működő,

vevőközpontú szervezetnek, hogy kik a vevők és mik az igényeik a termékükkel kapcsolatban, hanem mint szolgáltató is kell magukra tekinteniük egyben és az igények felmérése után azok fontosságát is érdemes vizsgálniuk.

Az építőiparban a vevők lehetnek (Ireland, 1992) a szerződő felek, a partnerek, a projektvezető, a projektcsapat tagok, a vállalkozók, az alvállalkozók, a beszállítók, a felhasználók, a társadalom. Akkor a gyártók kinek az igényeit mérik fel? Kik lesznek az elsődleges vevők? Akik beköltöznek az épületbe, vagy éppen akik beépítik az adott terméket? Amennyiben kifejezetten az építőanyag iparra koncentrálnak és az építőanyagokkal való elégedettséget vizsgáljuk, az elsődleges érintettek az azokat be- és felszerelők lesznek, nekik pedig a termékek használhatósága a legfontosabb, ez a jellemző adja elsődlegesen a termék minőségét. Amennyiben hosszútávban gondolkodunk, akkor az elsődleges vevők a használók (pl.: aki beköltözik az épületbe), a projektet megrendelő és a projektvezető lesz. Az előbbi azért, hiszen ő fogja érzékelni hosszútávon a termék megfelelőségét, tartósságát, az utóbbi pedig, mert az ő reputációja függ a beépített anyagok minőségétől. Kiemelendő azonban, hogy a felhasználó, megrendelő nem feltétlenül van tisztában az építőanyagok különböző jellemzőivel, kivéve amikor a felhasználó a beszerelő is egy személyben.

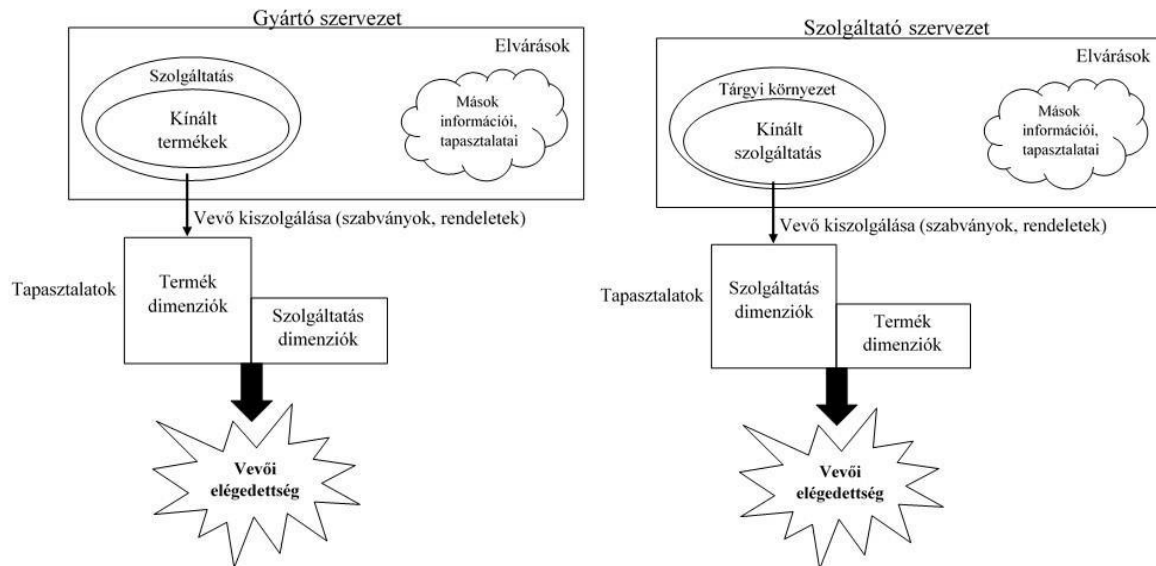
Sok TQM programban részt vevő szervezet azért bukott el a TQM filozófia implementálása során, mert nem tudták hatékonyan nyomon követni és mérni a minőséget, köszönhetően a vevői elégedettség mérőszámok hiányának, a dolgozói morálnak és a menedzsment hozzáállásának (Juran, 1993; Goodman et al. 1994; Sebastianelli – Tamini, 2002). A TQM szellemében az építőanyag gyártó szervezeteknek szüksége van egy keretrendszerre, amely segítségével folyamatosan nyomon tudja követni a termékeivel kapcsolatos elégedettségi szintet, hiszen az esetek többségében a nem irányított vevői visszajelzések negatívak, pozitív visszajelzést a vevők kérdés nélkül ritkán adnak. Egy ilyen rendszer kialakítása azért is szükséges, mivel az építőanyagok minősége alapjaiban befolyásolja az építési projektek sikerét a költség, idő, minőség, hatékonyság négyesén keresztül (Chan – Chan, 2004).

3.1. Vevői elégedettség felmérése

Egy ablakgyártó vállalat esetében két oldalról érdemes megközelíteni a minőséget, az egyik a termék-, anyagminőség, a másik a szolgáltatás(kiszolgálás)minőség. Mindkét esetben kulcsfontosságú teljesítmény mérőszámok (KPI) csoportjait kell meghatározni, melyek mentén a minőség mérhetővé válik és olyan formában ad eredményt, mely könnyen visszacsatolható a szervezeti működésbe, ehhez pedig minőség dimenziók meghatározása szükséges. Mivel ebben az esetben termékekről van szó, így először Garvin (1987) 8 termékdimenzióját érdemes alapul venni: teljesítmény, különleges tulajdonságok, megbízhatóság, megfelelés, tartósság, szervizelhetőség, esztétika, minőség észlelése. De kiemelendő Madu et al. (1995) ár, termékjellemzők, termék megbízhatóság és vevőelégedettség dimenziói is. A szolgáltatásdimenziók alapkövét Parasuraman et al. (1985) tették le 10 dimenziójukkal: megbízhatóság, alkalmazkodóképesség, hozzáértés, hozzáférhetőség, udvariasság,

kommunikáció, hitelesség, biztonság, vevő megértése, kézzel fogható tényezők. Figyelembe véve Kenyon – Sen (2011) munkáját továbbá a termék és szolgáltatásminőség dimenziókat a szakirodalom alapján a következő általános modell állítható fel a vevői elégedettség kialakulásáról a gyártó szervezetek és a vevők között.

1. ábra. Vevői elégedettség kialakulása gyártó és szolgáltató szervezetek esetében



Az 1. ábra a vevői elégedettség kialakulásának folyamatát mutatja, látható, hogy akár gyártó, akár szolgáltató szervezetet kívánunk elemezni, vevő elégedettség szempontjából, mind termék és mind szolgáltatás dimenziókat vizsgálnunk kell. Gyártó szervezetek esetében a termék dimenziók fognak megjelenni nagyobb számban és súlyban, míg szolgáltatóknál pont fordítva. Termékek vásárlása esetén is lesznek szolgáltatás jellemzők, melyek befolyásolják a végső vevői élményt és szolgáltatásoknál is számít, hogy milyen a tárgyi környezet, ahol azt igénybe veszi a vevő.

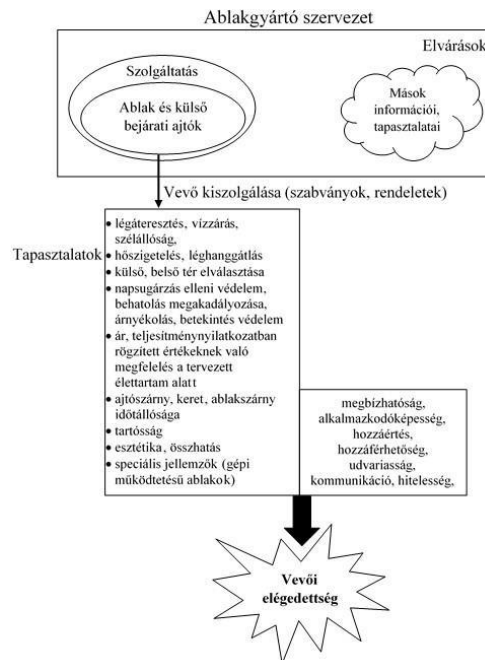
4. Eredmények

Amennyiben az 1. ábrán látható modellt ki szeretnénk egészíteni dimenziókkal, érdemes leszükíteni egy kisebb szegmensre a vizsgált területet, ami ebben a tanulmányban az ablakgyártó vállalatok lesznek. Ezek kialakítása során figyelembe kell venni az ablakok, mint termékek, sajátos, egyedi jellemzőit: légáteresztés, vízzárás, szélállóság, hőszigetelés, léghanggátlás, biztonsági szerkezetek teherviselő képessége.

Ezek alapján a 2. ábrán látható modell állítható fel ablakok és külső bejárati ajtók, mint termékek esetében. A 2. ábra mutatja, hogy a termékeket körülveszi egy szolgáltatás-buborék, jelezve, hogy a vevő elégedettségét nem csak a termékjellemzők adják. A vevő kiszolgálása megtörténik a szabványoknak (1. táblázat) és a kapcsolódó törvényi rendeleteknek megfelelően és a vevő termékkel kapcsolatos tapasztalatait elsősorban a légáteresztés, vízzárás, szélállóság, hőszigetelés, léghanggátlás, tartósság, időtállóság, stb. fogja adni, míg a kapcsolódó

szolgáltatást az alapvető (Parasuraman et al. 1985) szolgáltatás dimenziók mentén érdemes vizsgálni. E termék és szolgáltatás dimenziók együttesen fogják kialakítani a végső vevői élményt és a vevői elégedettség egy adott szintjét. Ez pedig azt jelenti, hogy később a szervezeti KPI-okat e dimenziók mentén érdemes kialakítani.

2. ábra. Vevői elégedettség mérésének folyamata ablakgyártó szervezetek esetében



5. Következtetések és javaslatok

Akár termékről, akár szolgáltatásról beszélünk a vevői elégedettség minél magasabb szintű elérése és megtartása elsődleges, hiszen a vevői elégedettség növekedése a gyártókat a profit növekedéséhez és a versenytársak leküzdéséhez segíti. Az utóbbi években az építőanyag-ipar elkezdte újabb fellendülését, mely fejlődés maga után vont a TQM filozófia alapelveinek a szervezetek életébe egyre inkább való bevonását. Így a vevőközpontúságra növekvő hangsúly helyeződik, azaz az építőanyag gyártó szervezeteknek ki kell alakítaniuk egy vevői (érintettek) igények és elégedettség felmérését elősegítő rendszert, mely alapján igazi KPI-ok kerülhetnek bevezetésre, elősegítve a vevői tapasztalatok javulását és monitorozását.

A gyártó és szolgáltató szervezetek esetében részben máshogy történik a vevői elégedettség kialakulásának a folyamata, de tulajdonképpen ez a különbség a termék és szolgáltatás dimenziók számának és súlyának eltérésében mutatkozik meg. Akár gyártó, akár szolgáltató vállalatot vizsgálunk, mindkét dimenzió kategória megjelenik, azonban a gyártók esetében a termék, a szolgáltatók esetében pedig a szolgáltatásdimenziók kerülnek inkább előtérbe.

Figyelembe véve az ablakgyártó szervezetek termékeinek (ablakok és ajtók) sajátosságait, egy általánosan alkalmazható modell került felállításra, kiemelve mely dimenziók mentén érdemes vizsgálni a vevői tapasztalatokat. Ez a modell megalapozza egy általánosan alkalmazható, a

szervezet működésének technikai funkcióihoz hozzárendelhető vevői elégedettséget mérő kérdőív kialakítását, interjú kérdések készítését kifejezetten az ablakgyártó szervezetekre összpontosítva.

Hivatkozott források

20 milliárdos forrás nyílik az építőipari cégek fejlesztésére (2017) Online: <https://magyarepitok.hu/iparagi-hirek/2017/11/egyuttmukodesi-szerzodest-kotott-az-evosz-es-az-ngm> Elérve: 2019.02.10.

305/2011/EU rendelet (2011) Online: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2011/305/oj> Elérve: 2019.03.18

MSZ EN 14351-1:2006+A2:2017 (2017) Ablakok és ajtók. Termékszabvány, teljesítőképességi jellemzők. 1. rész: Ablakok és külső bejárati ajtók

A KSH jelenti: gazdaság és társadalom, 2018/10 (2018) Online: <http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/gyor/jel/jel21810.pdf> Elérve: 2019.02.10.

A magyar ipar lehetőségei és kihívásai a XXI. században (2014 április) Iparpolitika Online: <http://2010-2014.kormany.hu/download/c/42/41000/Fehér%20Könyv.pdf> Elérve: 2019.02.10.

Barrett, P. (2000) Systems and relationships for construction quality. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 17. évf. 4/5 szám, pp. 377-392.

Chan, A.P.C – Chan, A.P.L. (2004) Key performance indicators for measuring construction success. *Benchmarking: An International Journal*, 11. évf. 2 szám, pp. 203-221.

Garvin, D.A. (1987) Competing on the eight dimensions of quality. *Harwards Business Review*, 65. évf. 6. szám, pp. 101-9.

Goodman, J. – Bartgaze, G. – Grimm, C. (1994) The key problem with TQM. *Quality Progress*, pp. 45-8.

Grosz, A. (2002) Az építőipar alakulása Magyarországon. In: Lengyel I. – Rechintzer J. (szerk.) A hazai építőipar versenyképességének javítása: klaszterek szerepe a gazdaságfejlesztésben. Régió Art, Győr, pp. 13-38. Online: <https://docplayer.hu/7354147-1-az-epitoipar-alakulasa-magyarorszagon.html> Elérve: 2019.02.10.

Ireland, L.R. (1992) Customer Satisfaction: the project manager's role. *International Journal of Project Management*, 20. évf. 2. szám, pp. 123-127.

Jones, T.O. – Sasser, W.E. (1995) Why Satisfied Customers Defect. *Harward Business Review*. Nov-Dec, pp. 88-99.

Juran, J.M. (1993) Why quality initiatives fail? *Journal of Business Strategy*, 14, pp. 35-8.

Karna, S. (2004) Analysing customer satisfaction and quality in construction – the case of public and private customers. *Nordic Journal of Surveying and Real Estate Research, Special Series*, 2, pp. 67-80.

Kenyon, G.N. – Sen, K. (2011). Customer's Perceptions and the Dimensions of Quality. In: *Western Decision Sciences Conference*, 2011 January. DOI: 10.13140/2.1.4738.4326

Madu, C. – Kuei, C. – Lin, C. (1995) A comparative analysis of quality practice in manufacturing firms in the US and Taiwan, *Decision Sciences*, 26. évf. 5. szám, pp. 621-635.

Maloney, W.F. (2002) Construction product/service and customer satisfaction. *Journal of Construction Engineering and Management*. November/December, pp. 522-529.

Novemberben 27,3%-kal emelkedett az építőipari termelés volumene (2019) Online: <https://www.ksh.hu/gyorstajekoztatok/#/hu/document/epi1811> Elérve: 2019.02.10.

Októberben is nőtt az építőipari cégek száma (2018) Online: <https://www.opten.hu/kozlemenyek/oktoberben-is-nott-az-epitoipari-cegek-szama> Elérve: 2019.02.10.

Parasuraman, A. – Zeithaml, V. A. – Berry, L. L. (1985) A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49. évf. szám, pp. 41–50. <https://doi.org/10.2307/1251430>

Rekord magas cégalapítással zárt az építőipar 2018-ban (2019) Online: <https://www.opten.hu/kozlemenyek/rekord-magas-cegalapitassal-zart-az-epitoipar-2018ban> Elérve: 2019.02.10.

Sebastianelli, R. – Tamini, N. (2002) How product quality dimensions relate to defining quality? *International Journal of Quality & Reliability Management*, 19. évf. 4. szám, pp. 442-453.

Torbica, Z.M. – Stroh, R.C. (2001) Customer Satisfaction in Home Building. *Journal of Construction Engineering and Management*. Jan/Feb, pp. 82-86.

Yasamis, F. – D. Arditi – J. Mohammadi (2002) Assessing contractor quality performance. *Construction Management and Economics* 20, pp. 211-223.

Az olajár és a katonai kiadások összefüggéseinek jelentősége a geoökonómiában

Glofák Péter¹

Összefoglalás

Amióta a világ nagyhatalmai mérhetetlen pusztításra képes nukleáris fegyverarzenál felett rendelkeznek, azóta az egymás ellen folytatott geopolitikai küzdelmeikből teljesen kiszorult a közvetlen katonai konfliktus valamennyi formája, így az elmúlt évtizedekben az Egyesült Államok vagy Oroszország geopolitikai stratégiának más – kevésbé látványos – eszközöket kellett találni az egymással folytatott geopolitikai küzdelmeikben.

Ezen alternatív hadviselési módszerek között az elmúlt évtizedekben egyre fontosabbá váltak a gazdasági eszközök. A gazdasági hadviselés elméletével és gyakorlatával a geoökonómia foglalkozik, melynek eszköztárában előkelő helyet foglalnak el a kőolajjal és a kőolajpiaccal kapcsolatos gazdasági eszközök, mint például a kőolaj világpiaci árának befolyásolása.

Kőolajpiaci adatok és katonai költségek adatbázisok vizsgálatával megállapítható, hogy a kőolaj világpiaci árának változása mely országok katonai kiadásaira van jelentősebb hatással (pl.: Oroszország) és melyekre kevésbé (pl.: Egyesült Államok). Ahol érdemi összefüggés tapasztalható, ott megállapítható az is, hogy ez a hatás mennyire erős és időben mennyire késleltetve jelentkezik. Az általam felállított lineáris regressziós modell számszerű összefüggéseket tár fel az olajár változása és az egyes országok katonai kiadásainak változása között, és alkalmas lehet annak előrejelzésére, hogy az olajár változása vagy mesterséges eltérítése esetén milyen mértékben változhat a vizsgált ország katonai költségvetése.

Kulcsszavak: gazdasági hadviselés, geoökonómia, geopolitika, kőolajpiac, regresszió analízis

1. Bevezetés

A geopolitikai gondolkodásban az elmúlt évtizedekben jelentősen előre tört a geoökonómiai szemlélet, melynek értelmében a világ nagyhatalmai küzdelmeiket már nem elsősorban katonai, hanem jóval inkább gazdasági eszközökkel vívják (Szilágyi, 2013). Ezen gazdasági eszközök pedig – többek között – alkalmasak lehetnek az ellenlábás országok katonai potenciáljának meggyengítésére is.

A geoökonómia korában is fontos törekvése a nagyhatalmaknak, hogy minél pontosabban előre tudják jelezni geopolitikai ellenlábasaik várható katonai kiadásainak nagyságát és ezen

¹ PhD-hallgató, Pécsi Tudományegyetem, Politikai Földrajzi, Fejlődési és Regionális Tanulmányok Tanszék, Pécs; glofak@t-online.hu

keresztül várható katonai aktivitását is. Mert bár közvetlen katonai összecsapás nem valószínűsíthető például az Egyesült Államok és Oroszország között, a katonai csapásmérő potenciál, az elrettentő erő és a másik fél regionális fegyveres konfliktusokban (pl.: szíriai háború vagy Oroszország kapcsán a Krím-félsziget annexiója, illetve az Egyesült Államok kapcsán egy esetleges venezuelai beavatkozás) való várható részvétele és annak intenzitása fontos szempontok a geopolitikai térben.

Egy-egy ország katonai kiadásainak nagysága számos tényező függvénye (pl.: gazdasági növekedés, népességszám alakulása, geopolitikai feszültségek stb.). Bizonyos országok esetében a kőolaj világpiaci árának alakulása is jelentős hatással van a katonai költségvetésre, ebből kifolyólag a kőolaj árának várható alakulása alapján előrejelzéseket lehet készíteni az adott ország katonai kiadásainak várható nagyságára vonatkozóan.

Kutatásom során azt vizsgáltam, hogy Oroszország, illetve az Egyesült Államok esetében lineáris regressziós modellek segítségével a múltbeli adatok alapján hogyan lehet becsülni az olajár alakulása alapján az adott ország katonai költségvetésének várható nagyságát. Ezek a modellek azt is segítenek számszerűsíteni, hogy az olaj világpiaci árának esetleges mesterséges befolyásolása révén hogyan lehet visszafogni egy ország – jellemzően például Oroszország – katonai kiadásainak nagyságát.

2. Irodalmi áttekintés

„A geopolitika mint a nemzetközi viszonyok térbeli és részben földrajzi aspektusaival foglalkozó multidiszciplináris társadalomtudomány a tizenkilencedik század utolsó harmadában, a huszadik század első évtizedeiben jelent meg az akadémiai tudományosság, a felsőoktatás, a politikai gondolkodás és a politikai döntéshozatal világában” (Szilágyi, 2013:5).

A hidegháború utáni időszakban a geopolitika szinonimájaként, illetve egyre inkább már azt felváltó irányzatként kezdett elterjedni a geoökonómia elmélete (Szilágyi, 2013). A geopolitikai gondolkodás jelentős paradigmaváltáson ment keresztül a Szovjetunió összeomlása után, de az új irányok korántsem voltak egyértelműek: előtérbe kerültek gazdasági, környezeti, vallási és kulturális dimenziók (Tuathail et al. 1998).

A gazdasági szemléletű geopolitikai irányzatot Luttwak nevezte el geoökonómiának. Cikkében hangsúlyozza, hogy a 90-es évektől kezdve a politikai befolyás megszerzése vagy megerősítése érdekében elsősorban nem hadsereget és tüzert kell az adott területre vezényelni, hanem kereskedelmi egységeket és befektethető tőkét, továbbá a geopolitikai küzdelmek során immáron nem a katonai, hanem a polgári innovációk szerepe lesz döntő (Luttwak, 1990). Ebben az értelmezésben a geoökonómia nem más, mint a nemzetek közötti ősi fegyveres rivalizálás folytatása új, gazdasági eszközökkel, és ebben az új helyzetben a katonák szerepét az állami bürokraták veszik át, akiknek a szakértelme eldöntheti a világpiaci harc kimenetelét. (Bernek, 2016).

Tuathail fontos felismerése, hogy a „politikai mező és a gazdasági mező végső soron egységet alkotnak” így a geopolitikai küzdelmek során sem lehet őket elkülönülten vizsgálni és alkalmazni. Az „új geopolitika” aktorainak ismerniük kell a kapitalizmus kultúráját és ezt be kell illeszteniük a geopolitika logikai keretrendszerébe (Tuathail, 1986).

John Agnew „Re-visioning world politics” című könyvében több helyen is kitér a kőolaj és a kőolajpiac geopolitikai szerepére. Agnew szerint a kőolaj stratégiai fontosságát jelzi, hogy 2002-ben Bush elnök rögzítette az Egyesült Államok jogát a megelőző csapásmérésre, amennyiben az Egyesült Államokat fenyegetés érné. Ezt a „fenyegetés”-t Bush tágan értelmezte, beleértette például az országa kőolaj-ellátási biztonságát fenyegető ellenséges lépéseket is (Agnew, 2003).

A hidegháború gazdasági szempontokat előtérbe helyező geopolitikájáról Dalby írt „Conclusion: Geopolitics, Knowledge and Power at the End of the Century” című cikkében (Dalby, 1998). Az olajár befolyásolásának szerepe a hidegháború során – többek között – Salameh cikkében került felvetésre (Salameh, 2015).

3. Anyag és módszer

A kutatás során az olajár változásának és Oroszország, illetve az Egyesült Államok katonai kiadásainak összefüggéseit vizsgáltam statisztikai módszerekkel.

Kőolajpiaci adatokat tekintetében a British Petrol adatbázisára támaszkodtam (British Petrol, 2018):

British Petrol: Statistical Review of World Energy 2018: bp-stats-review-2018-all-data

<https://www.bp.com/en/global/corporate/energy-economics/statistical-review-of-world-energy/downloads.html>

A katonai kiadási adatok pedig a Stockholm International Peace Research Institute (SIPRI) katonai kiadásokat tartalmazó adatbázisából származnak (SIPRI, 2018): Military Expenditure Database 1949-2017: SIPRI-Milex-data-1949-2017.xls

<https://www.sipri.org/databases/milex>

Mindkét vizsgált ország esetében egyrészt közös koordináta rendszerben ábrázoltam az olajár és a katonai kiadások alakulását az 1993-2017 időszakban, így szemléltetni lehet, hogy mennyire mozog együtt a két változó. Ezt követően az egyazon évhez tartozó olajár változási adatot és az adott ország katonai kiadásának változását mutató adatot ábrázoltam koordináta rendszerben pontdiagramként a 1993-2017 időszakra vonatkozóan és regressziós egyenest illesztettem a diagramra.

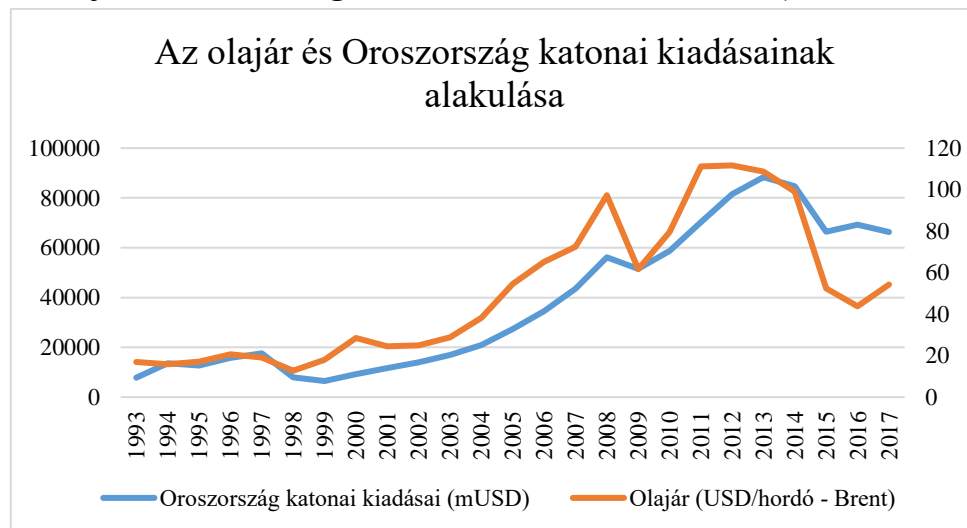
A regressziós egyenes megmutatja, hogy az olajár 1%-os változása esetén mekkora és milyen irányú változás tapasztalható átlagosan a vizsgált ország katonai kiadásainak alakulásában, a hozzá tartozó korrelációs együttható pedig megmutatja a lineáris regressziós modell magyarázó erejének nagyságát.

A kapott eredmények értelmezése hozzájárul ahhoz, hogy megértsük kőolaj árváltozásának szerepét a geoökonómiai erőterben.

4. Eredmények

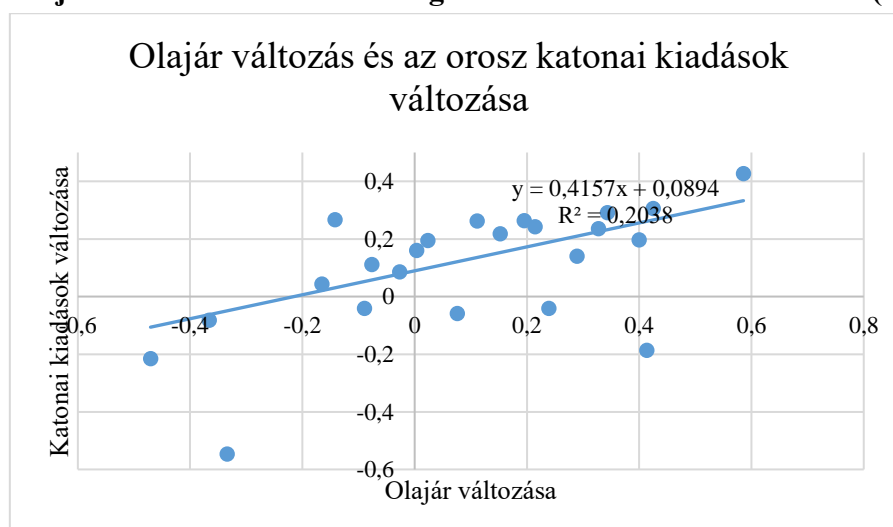
Oroszország – amely a vizsgált időszakban nettó kőolaj exportőr volt – esetében a kőolaj ára és az ország katonai kiadásainak nagysága közötti kapcsolatot az alábbi ábrák szemléltetik:

1. ábra. Az olajár és Oroszország katonai kiadásainak alakulása (1993-2017)



Forrás: British Petrol – Statistical Review of World Energy 2018 és SIPRI Military Expenditure Database 1949-2017 alapján saját szerkesztés, 2019

2. ábra. Az olajár változása és Oroszország katonai kiadásainak változása (1993-2017)



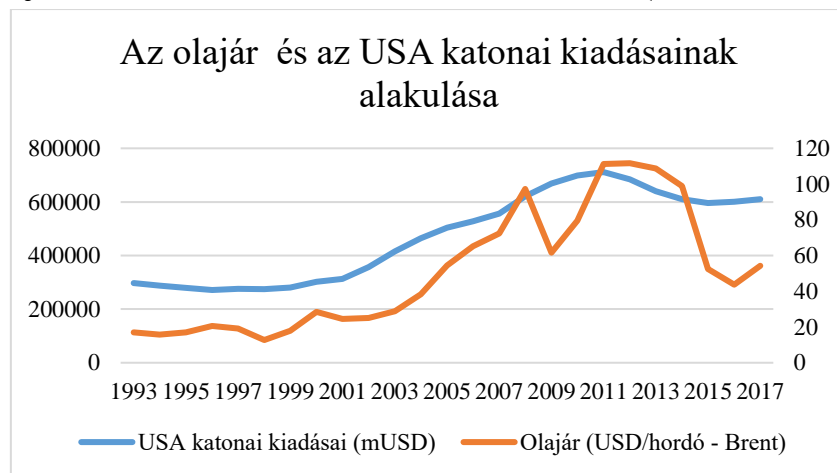
Forrás: British Petrol – Statistical Review of World Energy 2018 és SIPRI Military Expenditure Database 1949-2017 alapján saját szerkesztés, 2019

Oroszország esetén a regressziós egyenes képlete: $y = 04157x + 0,0894$. Vagyis amikor 1%-kal változik az olajár, akkor átlagosan 0,416%-kal változik az ország katonai kiadásainak nagysága – azonos irányba. A korrelációs együttható 0,45, amely statisztikai értelemben gyenge kapcsolatra utal, de a társadalomtudományok területén ez a korrelációs együttható már határozottan utal a kapcsolat meglétére.

Elmondható tehát, hogy tartós és jelentős olajár-csökkenés esetén lehet arra számítani, hogy az orosz katonai kiadások jelentős mértékben csökkenni fognak, így Oroszország katonai potenciálja csökkenni fog.

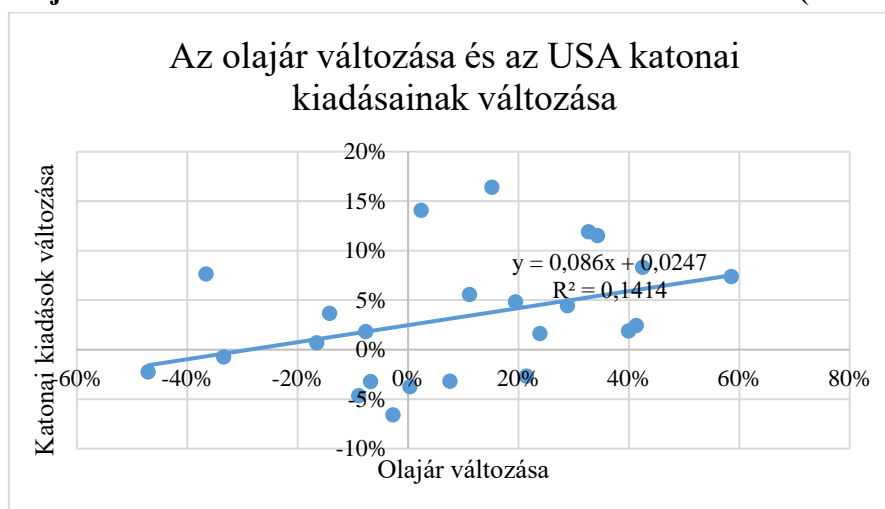
Az Egyesült Államok – amely a vizsgált időszakban nettó kőolaj importőr volt – esetén is tapasztalható az olajárak és a katonai kiadások bizonyos mértékű együttmozgása, de a korrelációs együttható az Oroszország esetén tapasztaltnál gyengébb kapcsolatra utal.

3. ábra. Az olajár és az USA katonai kiadásainak alakulása (1993-2017)



Forrás: British Petrol – Statistical Review of World Energy 2018 és SIPRI Military Expenditure Database 1949-2017 alapján saját szerkesztés, 2019

4. ábra. Az olajár változása és az USA katonai kiadásainak változása (1993-2017)



Forrás: British Petrol – Statistical Review of World Energy 2018 és SIPRI Military Expenditure Database 1949-2017 alapján saját szerkesztés, 2019

Az olajár változása és a katonai kiadások változásának kapcsolatát szemléltető regressziós egyenes képlete: $y = 0,086x + 0,0247$, $R^2 = 0,1414$, $R = 0,38$. Az Egyesült Államok esetében az olajár 1%-os változása esetén a katonai kiadások 0,086%-kal változnak, azonos irányba. Vagyis az olajár változása a katonai kiadások azonos irányú, de csak kismértékű változásával jár együtt. A korrelációs együttható (R) értéke: 0,38, vagyis a fenti lineáris regressziós modell magyarázó ereje alacsonyabb mint Oroszország esetén volt. Egy olajimportáló ország esetében önmagában nem lenne indokolt, hogy az olajár növekedése közvetlenül a katonai kiadások emelkedését okozza. A pozitív irányú összefüggés mögött inkább az állhat, hogy az Egyesült Államok számít rá, hogy olajár emelkedés esetén az egyik legjelentősebb geopolitikai ellenfele, Oroszország növelni fogja a katonai kiadásait és ezt ellensúlyozandó dönt az USA a katonai kiadásainak növeléséről, nem önmagában az olajár emelkedése miatt – bár ennek a bizonyítása további kutatásokat igényel.

5. Következtetések és javaslatok

Az olajár változása hatással van a nagyhatalmak katonai kiadásainak nagyságára, de ez a hatás országonként eltérő. Míg az olaj árának 1%-os változása esetén Oroszország katonai kiadásai 0,416%-kal változnak (az olajár változásával megegyező irányba), addig az Egyesült Államok katonai kiadásai csak 0,086%-kal változnak (szintén az olajár változásával azonos irányba). Ez azt jelenti, hogy Oroszország esetén csaknem ötszörös a várható változás %-os mértéke az amerikaihoz képest, ami jelentős különbség.

A fenti modellek alapján arra lehet következtetni, hogy tartós és jelentős olajár emelkedés esetén az orosz katonai kiadások jelentősen fognak nőni, így Oroszország geopolitikai aktivitása is várhatóan erősödik. Olajár csökkenés esetén viszont jelentősen csökkenni fognak az orosz katonai kiadások, amely Oroszország csökkenő geopolitikai aktivitását eredményezheti.

Ez az összefüggés magában hordozza azt a lehetőséget is, hogy Oroszország túlzottnak ítélt katonai aktivitása esetén (pl.: Krím-félsziget annexiója, részvétel a szíriai háborúban) az Egyesült Államok (és szövetségesei) az olaj világpiaci árának befolyásolása esetén mérsékelni tudják Oroszország katonai költségvetését, ezen keresztül pedig katonai aktivitását is, amennyiben pénzügyi és technológiai eszközeik rendelkezésre állnak az olaj világpiaci kínálatának mesterséges és tartós növelésére.

Hivatkozott források

Agnew, J. (2003): Geopolitics: re-visioning world politics. Routledge, New York.

Berneker Á. (2016): Geopolitika és/vagy geoökonómia I. rész – <https://internetfigyelo.wordpress.com/2016/03/25/geopolitika-esvagy-geookonomia-i-resz/>.
Elérve: 2019.03.09.

British Petrol (2018): Statistical Review of World Energy 2018: bp-stats-review-2018-all-data <https://www.bp.com/en/global/corporate/energy-economics/statistical-review-of-world-energy/downloads.html>. Elérve: 2019.03.09.

Dalby, S. (1998): Geopolitics, Knowledge and Power at the End of the Century Conclusion to Gearóid Ó Tuathail, Simon Dalby and Paul Routledge (eds) The Geopolitics Reader London, Routledge, 1998. 305-312

Luttwak, E. N. (1990): From Geopolitics to Geo-Economics. In The National Interest No. 20 – Summer 1990, pp. 17-23.

Salameh, M. G. (2015): What is Behind the Steep Decline in Crude Oil Prices: Glut or Geopolitics? In: IAEE Newsletter 2nd Quarter 2015, pp. 25–28.

SIPRI (2018): Military Expenditure Database 1949-2017: SIPRI-Milex-data-1949-2017.xls <https://www.sipri.org/databases/milex>. Elérve: 2019.03.09.

Szilágyi I. (2013): Geopolitika. IDResearch Kft. / Publikon, Pécs

Tuathail, G. (1986): The language and nature of the „new geopolitics” In: Political Geography 5/1 1986, pp. 73-85.

Tuathail, G. – Dalby, S. – Routledge, P. (1998) The Geopolitics Reader. London and New York, 1998, pp. 170-176.

A hasonlóság, a félelem és az információhiány szerepe az egyének robot munkatársakkal kapcsolatos attitűdjeinek kialakulásában

Harmat Vanda¹

Összefoglalás

A robot munkaerő alkalmazása egyre több szervezetben jelenik meg (Mutlu - Forlizzi, 2008), mely mellett, hogy növeli a vállalat termelékenységét, komoly kihívásokat generál a szervezetek számára, többek között az emberi és robot munkaerő integrálásának tekintetében (You-Robert, 2018), melynek megvalósításához mindenekelőtt szükséges, hogy az egyének elfogadják a robot kollégákat és hajlandóak legyenek velük dolgozni. A vezetés feladata, hogy ezt facilitálja, melynek első lépése lehet a dolgozók robot munkatársakkal kapcsolatos attitűdjeinek feltárására, illetve az azokat meghatározó tényezők vizsgálata.

Az emberek a számukra idegen artifaktumokat és entitásokat vélt vagy valós viselkedésük interpretálása céljából antropomorfizálják (Epley – Waytz - Cacioppo, 2007). Az ágenseknek emberi tulajdonságok és mentális állapotok tulajdonításával (Duffy, 2003) a velük kapcsolatos idegenkedés az egyének részéről csökken (Katz - Halpern, 2013). A szociálisan interaktív antropomorf robotokat ezért úgy tervezik, hogy a külsejükben, a mozgásukban és a kommunikációjukban hasonlítsanak az emberhez (Fink, 2012). Az emberek robotokkal történő interakcióit a robotok fizikai megtestesülésének jellemzőin kívül az is meghatározza, hogy milyen ismeretekkel rendelkeznek az ágensek képességeiről (Fink, 2012), valamint a robot kollégák alkalmazásának lehetőségeiről. A robot munkaerőben rejlő potenciállal kapcsolatos hiányos információk bizonytalanná teszik az embereket a tekintetben, hogy a robotizáció okozta munkapiaci átalakulás milyen hatást gyakorol majd a karrierjükre.

Jelen kutatás célja, hogy feltárja, az előzőekben tárgyalt tényezők- az emberek és a robotok közötti hasonlóság, a robotok képességeivel és alkalmazásával kapcsolatos információhiány, valamint a robot munkaerő megjelenéséhez kötődő félelem- szerepet játszanak-e az egyének robot kollégákkal való munkavegőzésre irányuló szándékának kialakulásában, valamint a velük kapcsolatos attitűdök létrejöttében. Az összefüggésvizsgálat elvégzéséhez szükséges adatokat online kérdőív alkalmazásával, hazai szervezetekben gyűjtöttem.

Kulcsszavak: ember-robot interakció, attitűd, ember-robot munkaerő, robot kolléga, hasonlóság

JEL kód: M12

¹ PhD hallgató, Budapesti Corvinus Egyetem, Szervezeti Magatartás Tanszék, vanda.harmat@uni-corvinus.hu

1. Bevezetés

Életünk egyre több területén jelenik meg a robotok alkalmazása (Darling – Nandy - Breazeal, 2015), köztük a munkahelyi környezetben is (Mutlu – Forlizzi, 2008), amely komoly kihívásokat generál a vállalatok számára (You – Robert, 2018) egyebek mellett a tekintetben, hogy a szervezet tagjai elfogadják a robot kollégákat és hajlandóak legyenek velük dolgozni. Egy új technológia implementálása változásokat hoz a szervezet életébe, a bizonytalanság érzését keltve ezzel az egyénben, amely annál erősebb, minél kevesebb információval rendelkeznek a szervezet tagjai a változásról. A bizonytalanságból ellenállás alakulhat ki, ezért a vezetés feladata, hogy megfelelően kommunikálja az új technológiával kapcsolatos információkat a dolgozók felé (Charalambous – Fletcher – Webb, 2015), továbbá, hogy a változásmenedzsment során -a rendszerszemlélet elveit figyelembe véve- szisztematikusan vizsgálja a vezetés kemény-, és lágykomponenseit, ugyanis azok illeszkedése határozza meg a változásvezetés sikerességét (Waterman és munkatársai, 1980). Különösen fontos az emberi faktornak, mint lágy tényezőnek a vizsgálata a robot munkaerő bevezetésekor, hiszen a professzionális kiszolgáló robotok jelentősen különböznek az egyszerű gépektől és a komplex számítógépektől a tekintetben, hogy mobilak és autonómok, ezért nem annyira kiszámíthatók, mint más gépek, továbbá belépnek az emberek személyes terébe szociális interakciót generálva ezzel, ami más ember-gép kapcsolatban nem fordul elő (Bainbridge, 2014), így ez az élmény eltérően hathat az egyénekre. Az emberi és robot munkaerő integrálásának eredményességét meghatározza, hogy az emberek hajlandóak legyenek a robot kollégákkal való kollaborációra. A közös munkára való hajlandóság alapja az elfogadás, amely az egyének robotokkal kapcsolatos attitűdjei, hiedelmei, percepciói és tapasztalatai alapján formálódik. A robot munkaerő szervezeti bevezetésére való felkészülés során tehát fontos megvizsgálni, hogy az egyéneket hogyan érinti a robot kollégák megjelenése (Giger – Picarra, 2013), melyhez az első lépés a személyzet robot munkatársakkal kapcsolatos attitűdjeinek a megismerése lehet. Az attitűd egy közvetlenül nem megfigyelhető belső mentális folyamat, melynek eredményeként az egyén az őt körülvevő entitásokat pozitívan vagy negatívan értékeli, s amelyet több körülmény és tényező határoz meg (Kohlmann, 2018). A robot kollégákkal kapcsolatos attitűdkutatás relevanciája azzal magyarázható, hogy a kognitív-kísérleti szociálpszichológiai megközelítés szerint az attitűd meghatározza az egyén cselekvését, mely összefüggésből kiindulva amennyiben a vezetés megismeri a szervezet tagjainak robot munkatársakkal kapcsolatos beállítódását, előrejelezheti a viselkedésüket, nevezetesen a várható hajlandóságukat a közös munkára.

Jelen tanulmány célja, hogy a hasonlóság, a félelem és az információhiány szerepét vizsgálja az egyének robot kollégákkal kapcsolatos attitűdjeinek a kialakulásában, azon kutatási kérdésként, hogy az előbb felsorolt tényezők és a robot munkatársakkal kapcsolatos attitűdök között van-e összefüggés. A hasonlóság kulcsfogalom az ember-robot interakció kutatásában, ugyanis az egyének antropomorfizálják az őket körülvevő élettelen objektumokat a magatartásuk interpretálása és a velük kapcsolatos idegenkedésük csökkentése céljából (Epley

– Waytz - Cacioppo, 2007). A félelem ugyancsak központi fogalom az ERI (ember-robot interakció) kutatásokban, ugyanis az egyének bizonytalanná váltak a tekintetben, hogy a robotok munkaerőpiaci megjelenése milyen változást hoz majd a kerrierjűkre nézve. A robot kollégákban rejlő potenciállal kapcsolatos információhány vizsgálatának érvényessége pedig azzal a megállapítással magyarázható, hogy az emberek robotokkal történő interakcióit a robotok fizikai megtestesülésének jellemzőin kívül az is meghatározza, hogy milyen ismeretekkel rendelkeznek az ágensek képességeiről (Fink, 2012), valamint a robot kollégák alkalmazásának lehetőségeiről. A tanulmány felépítését tekintve a szakirodalmi áttekintés keretében részletezésre kerülnek az előbbieken tárgyalt tényezők, az anyag és módszer fejezet az empiriával és az alkalmazott elemzési módszerekkel foglalkozik, melyet a következtetéseknek, a kutatás korlátainak, valamint a további lehetséges kutatási irányoknak a bemutatása követ.

2. Irodalmi áttekintés

2.1. Hasonlóság

A hasonlóság fontos szerepet tölt be a munkatársak közötti kapcsolat fejlődésében, mert az egyének szívesebben lépnek interakcióba olyanokkal, akiket önmagukhoz hasonlóknak látnak (You – Robert, 2018, p.2.), ugyanis az észlelt szimilaritás az attrakció (Osbeck – Moghaddam, 1997), és a bizalom kialakulásának egyik forrása két idegen között (Singh és munkatársai, 2015, p.830.), melyek mellett a verbális kommunikáció és a nonverbális viselkedés teremti meg az elköteleződés alapját képező észlelt kapcsolódást az egyének között (Sidner és munkatársai, 2004). A hasonlóság jelentőségének vizsgálata nem csak az élő entitások közötti kapcsolatok vonatkozásában, hanem az ember-robot interakció tekintetében is releváns kérdés (You – Robert, 2018; Lee és munkatársai, 2016; Woods és munkatársai, 2007; Katz – Halpern, 2016; Bernier – Scassellati, 2010; Hendriks és munkatársai, 2011; Woods és munkatársai, 2007; Hinds – Roberts – Jones, 2004; Minato és munkatársai, 2004), kiindulva a jelenségéből, hogy az egyének a nem emberi ágenseknek emberi tulajdonságokat, motivációkat, intenciókat és érzelmeket tulajdonítanak, -antropomorfizálják őket- (Epley – Waytz - Cacioppo, 2007), az artifaktumok akciói ugyanis racionalizálhatóvá válnak az emberi attribútumokkal való felruházás következtében (Duffy, 2003), mellyel az egyének velük kapcsolatos bizonytalansága csökken azáltal, hogy viselkedésük kiszámíthatóbb lesz (Fink, 2012). Az emberek antropomorfizációs hajlama mellett Reeves és Nass (1996) médiaegyenlet elmélete (media equation theory) is megalapozza a hasonlóság szerepére irányuló vizsgálatok relevanciáját az ember-robot interakció alakulásában, mely szerint az egyének automatikusan a szociális interakciók szabályait alkalmazzák a számítógépek és a tömmegekommunikációs eszközök esetében is, úgy tekintve ezáltal a média eszközökre, mintha azok az élet valódi szereplői lennének. Ezt a jelenséget Lee és munkatársai (2006) az evolúciós korláttal magyarázzák, amely abból adódik, hogy az agyunk olyan környezetben fejlődött, melyben csak az egyén rendelkezett emberi külsővel és tulajdonságokkal (beszéd, gyors interakció,

érzelmei, személyiség), így az elme minden észlelt objektumot, amely úgy tűnt, hogy emberi tulajdonsággal rendelkezik, valódi emberként interpretált (Lee és munkatársai, 2006, p.756.). Látható tehát, hogy az élettelen artifaktumokkal való hasonlóság keresése implicit szinten történik egyének részéről az ismeretlen entitásokkal kapcsolatos bizonytalanságuk csökkentése céljából, valamint az elme evolúciós korlátjából adódóan.

Bizonyos ERI (ember-robot interakció, human-robot interaction, HRI) kutatások eredményei (Bernier – Scassellati, 2010; Salem és munkatársai, 2015; Tapus – Mataric, 2008; You – Robert, 2017) azt mutatják, hogy minél nagyobb az egyén által észlelt hasonlóság, annál szívesebben lép a robottal interakcióba, azaz a pozitív attitűd létretjöttének egyik kulcstényezője a szimilaritás magas fokának megléte, melyet You és Robert (2018) két szinten értelmez: felszíni (surface-level) és mély szinten (deep-level). Előbbihez a látható fizikai jellemzők (nem, kor származás), utóbbihoz a kevésbé látható karakterisztikák (tudás, képességek, értékek, attitűdök) tartoznak. A szerzők szerint akár külsőleg észrevehető, akár implicit jegyekben jelenik meg a hasonlóság, pozitívan befolyásolja az egyének robotokkal kapcsolatos észlelését és emeli a közös munka eredményének értékét (You – Robert, 2018, p.2.).

Az előbbi megállapítás kritikája lehet a Mori (1970) által leírt relytjees völgy jelensége (Uncanny Valley), mely szerint a mesterséges objektumok emberhez való hasonlóságának fokától (degree of realism) függ az egyének robotokkal kapcsolatos benyomása (impression of pleasantness). Az emberhez való hasonlóság növekedésével az attrakció is növekszik, de csak egy pontig, ugyanis amikor a szimilaritás nagyon magas szinten valósul meg, az emberek számára taszítóak és nyugatalanítóak lesznek a majdnem tökéletes emberi külsővel rendelkező artifaktumok. Ilyenkor a mesterséges objektumok vonzerejének szintje hirtelen leesik (az y tengely értéke negatív tartományba megy át) és ezt a süllyedést nevezi a szerző rejtélyes völgynek (Seyama – Nagayama, 2007).

Első hipotézisem az egyének robot munkatársakkal kapcsolatos attitűdjei és a hasonlósághoz való viszonyulásuk közötti összefüggésre irányul:

H1: Az egyének robot munkatársakkal kapcsolatos attitűdjei és az ember-robot hasonlósághoz való viszonyulásuk között van kapcsolat.

2.2. Félelem

A robotokat sokáig csak ipari környezetben alkalmazták koszos, veszélyes és nem nagy kihívást jelentő (dirty, dangerous and dull) munkák elvégzésére (Burke és munkatársai, 2006; Takayama és munkatársai, 2008), azonban a robottechnológia és a mesterséges intelligencia fejlődésének következtében megjelentek az autonóm, mobil, embereket segítő kiszolgáló robotok is (Hinds és munkatársai, 2004; Berg – Buffie – Zanna, 2018). Több tanulmány azt jósolja, hogy a közeljövőben a jelenleg létező foglalkozások egy jelentős része eltűnik, mert

azokat a robot munkaerő fogja ellátni (Brynjolfsson - McAfee, 2014; Ford, 2015; Frey – Osborne, 2017; Chui – Manyika - Miremadi, 2015). A technológiapessimisták úgy gondolják, hogy gazdasági disztopóia felé tartunk, melyet magas egyenlőtlenség és osztályharcok jellemeznek majd, ezzel szemben a technológioptimisták véleménye szerint az automatizáció több állást generált, mint amennyit megszüntetett (Berg – Buffie – Zanna, 2018, p.4-5.). Látható tehát, hogy a robotok megjelenésének munkaerőpiacra gyakorolt lehetséges hatásairól (nevezetesen például, hogy hány szakma fog megszűnni) a szakirodalomban nincs konszenzus (Graetz – Michaels, 2015), az emberekben mégis félelem alakult ki azzal kapcsolatban, hogy az ágensek helyettesíteni fogják őket a munkahelyükön (You – Robert, 2018; Takayama és munkatársai; 2008).

Második hipotézisem az egyének robot munkatársakkal kapcsolatos attitűdjei és a munkaerőpiacra való megjelenésük által előidézett félelem közötti összefüggésre irányul:

H2: Az egyének robot munkatársakkal kapcsolatos attitűdjei és a helyettesítésből adódó félelmük között van kapcsolat.

2.3. Információhiány

Az emberek robotokkal történő interakcióit a robotok fizikai megtestesülésének jellemzőin kívül az is meghatározza, hogy az egyének hogyan értékelik az ágensek képességeit, illetve alkalmazásuk lehetőségeit (Fink, 2012). A jelenleg használatban lévő robotok nagyobb része ipari robot (Moniz, 2016), a jövő munkahelyein azonban egyre több professzionális, autonóm, mobil kiszolgáló robot fog megjelenni, melyek az emberekkel közös térben dolgoznak, illetve velük kollaborálnak (Hinds és munkatársai, 2004). Ennek gondolatát eltérően fogadják az egyének, ami abból fakadhat, hogy a kiszolgáló robotok alkalmazásában rejlő potenciállal kapcsolatos informáltságuk mélysége változó. Az információhiányból adódhat, hogy az egyének nem szeretnék robot dolgozókkal együttműködni, mert nincsenek tisztában azzal, hogy ez a kollaboráció milyen előnyökkel járhat számukra. Az emberi és robot munkaerő integrálásának célja, hogy a munkát az egyének és a robotok speciális képességei szerint megosztva, mindenki azokat a feladatokat lássa el, ami a tudásához jobban illeszkedik (Hinds és munkatársai, 2004), így a robot munkaerő szervezeti bevezetése a hatékonyság növelése mellett lehetővé teszi az emberi munkaerő számára, hogy a monoton, rutinfeladatok elvégzése helyett, a komplex, kihívó, kreativitást és problémamegoldást igénylő munkák ellátására koncentráljon. A robottechnológia fejlődésének köszönhetően emellett az ágensek olyan területeken válnak alkalmazhatóvá, ahol használatuk a társadalom javára válik, így az egészségügy, az idősgondozás, illetve az oktatás területén (Varrasi és munkatársai, 2018).

Harmadik hipotézisem az egyének robot munkatársakkal kapcsolatos attitűdjei és az alkalmazásukban rejlő potenciállal kapcsolatos információhiány közötti összefüggésre irányul:

H3: Az egyének robot munkatársakkal kapcsolatos attitűdjei és a robot munkaerővel kapcsolatos információik mennyisége között van kapcsolat.

3. Anyag és módszer

Vizsgálatom a következő kutatási kérdés mentén zajlott: *Szerepet játszik-e a hasonlóság, a félelem és az információhiány az egyének robot munkatársakkal kapcsolatos attitűdjeinek a kialakulásában?* A vizsgálat elvégzéséhez szükséges adatokat hazai szervezetekben gyűjtöttem online kérdőív alkalmazásával. A minta elemszáma 120 fő (nő=59,2%, férfi=40,8%). A kérdőív tartalmát illetően a kitöltőkkel kapcsolatos demográfiai adatok mellett hat robot munkatársakkal kapcsolatos kérdést tartalmazott. A változók mérési skálájukat tekintve ordinálisak voltak. Az első kérdés az egyének robot kollégákkal kapcsolatos attitűdjére irányult. A hipotéziseim tesztelése során a hasonlóság, a félelem és az információhiány, valamint az egyének robot munkatársakkal kapcsolatos attitűdjei közötti összefüggést vizsgáltam. A változók közötti kapcsolat vizsgálatához keresztábra-elemzést végeztem az SPSS statisztikai szoftver segítségével.

4. Eredmények

A kutatási kérdésemben megfogalmazott tényezők, valamint az egyének robot munkatársakkal kapcsolatos attitűdjei közötti összefüggésekkel kapcsolatos eredményeim bemutatása előtt az egyes kérdésekre érkezett válaszok megoszlását ismertetem. Arra kérdésre, hogy mennyire szívesen dolgozna együtt robot kollégákkal, a kitöltők 60%-a azt válaszolta, hogy szívesen (10,8%- nagyon szívesen, 21,7%- szívesen, 27,5%- valamennyire szívesen), a válaszadók 15%-a pedig egyáltalán nem dolgozna együtt robotokkal. Az egyének attitűdjére vonatkozó kérdés tekintetében -mely úgy szólt, hogy hogyan viszonyul a robot kollégák munkahelyen való megjelenéséhez- a kitöltők 46%-a azt válaszolta, hogy negatívan, s közülük 14-en pedig elutasítónak. A válaszadók 60,8%-a kedvelne egy hozzá hasonló robotot, 51%-uk fél attól, hogy a robotok helyettesíteni fogják őt a munkahelyén, és 53%-uk érzi úgy, hogy rendelkezik információkkal a robot munkaerő alkalmazási lehetőségeiről és képességeiről (a kitöltők mindössze 4%-a véli úgy, hogy nagyon sok információval rendelkezik a robotokról és nagyobb részük (38,3%) azt nyilatkozta, hogy „valamennyi információval rendelkezik róluk”).

Az egyének robot munkatársakkal kapcsolatos attitűdje, valamint a hasonlóság, a félelem és az információhiány közötti összefüggést az *1. táblázat* szemlélteti. Az ember-robot hasonlósághoz való viszonyulás és a robot kollégákkal kapcsolatos attitűd esetében megállapítható, hogy van összefüggés a két változó között ($P=0.000 < 0.05$, a nullhipotézist tehát nem fogadjuk el). A változók közötti pozitív irányú, közepesen erős kapcsolat van ($\text{Gamma} = 0,566$). Az egyének félelme, hogy a robotok helyettesíteni fogják őket a munkahelyükön, valamint a robot munkatársakhoz való viszonyulások között szintén megállapítható az összefüggés ($P=0.000 < 0.05$, a nullhipotézist tehát nem fogadjuk el). A félelem és a robot kollégákkal kapcsolatos

beállítódás között ugyancsak közepesen erős kapcsolat látható (Gamma= -0,454), a Gamma értéke azonban azt jelzi, hogy ezek a változók egymással ellentétes irányban mozognak. Látható tehát, hogy az első két hipotézisem teljesült, azaz az ember-robot hasonlósághoz való viszonyulás szerepet játszik az egyének robot munkatársakkal kapcsolatos attitűdjeinek a kialakulásában, csakúgy, mint az azzal kapcsolatos félelmük, hogy a robotok helyettesíteni fogják őket a munkahelyükön. A harmadik előfeltevésem az egyének robot munkaerővel kapcsolatos információhiányára, valamint a velük kapcsolatos attitűdjeik közötti összefüggésre irányult. Az elemzés eredménye alapján ezen tényezők között nem mutatható ki összefüggés ($P=0.726 > 0.05$, a nullhipotézist tehát elfogadjuk).

1. táblázat. A hasonlóság, a félelem és az információhiány, valamint az egyének robot munkatársakkal kapcsolatos attitűdjei közötti összefüggés

H	Q	Asymtotic Significance (2-sided)	Ordinal by ordinal	Exact Sig. (2-sided)
		Pearson Chi-Square	Gamma value	Pearson Chi-Square
H1	viszonyulás a hasonlósághoz	0.000	0,566	.
	viszonyulás a robot munkatárshoz			
H2	félelem a helyettesítéstől	0.000	-0,454	.
	viszonyulás a robot munkatárshoz			
H3	információhiány	0,726	-	-
	viszonyulás a robot munkatárshoz			

Forrás: Saját szerkesztés, 2019

5. Következtetések és javaslatok

Kutatásom során arra a kérdésre kerestem a választ, hogy a hasonlóság, a félelem és az információhiány szerepet játszik-e az egyének robot munkatársakkal kapcsolatos attitűdjeinek a kialakulásában. A vizsgálat során kiderült, hogy az emberek viszonyulása a hozzájuk hasonló robotokhoz összefügg a robot munkatársakkal kapcsolatos attitűdjeikkel. A második hipotézisem is teljesült, hiszen az összefüggésvizsgálat eredményei alapján az látható, hogy az egyének félelme, hogy a robotok helyettesíteni fogják őket a munkahelyükön és a robot kollégákkal kapcsolatos attitűdjeik között van kapcsolat. Harmadik előfeltevésem azonban nem teljesült, miszerint a robotokkal kapcsolatos információk mennyisége szerepet játszik a velük kapcsolatos attitűdök kialakulásában.

Mindezek alapján megállapítható, hogy a robot munkaerő bevezetése előtt az egyének robot munkatársakkal kapcsolatos beállítódásának a feltérképezése során érdemes a hasonlóság, illetve a félelem szerepét is vizsgálni a szervezeti tagok attitűdjeinek a kialakulásában, s ha összefüggés mutatható ki, mélyebbre kell ásni annak megértéséhez, hogy a tényezők hogyan befolyásolják egymást, mindezt annak érdekében, hogy az így nyert információkat a vezetés az egyének robot munkaerővel kapcsolatos elfogadásának facilitálására használhassa fel. Ezen javaslatom egyúttal kijelöli az egyik lehetséges további kutatási irányt, amely nem más, mint a robot munkatársakkal kapcsolatos beállítódás kutatása kvalitatív módszerrel, konstruktivista megközelítésből, mely javaslatomat az a tény indokolja, hogy jelen kutatásban az attitűdöt a kognitív-kísérleti szociálpszichológiai megközelítésből értelmeztem, mellyel kapcsolatban a konstruktivista koncepció többek között azt a kritikát fogalmazza meg, hogy a kognitív pszichológiai megközelítést alkalmazva a kutató nem ismerheti meg a valóságot teljesen, mert az előzetes ismeretei a témával kapcsolatban meghatározzák a szókincsét, ezáltal az alanyoknak feltett kérdéseit is, ily módon fontos jelenségek rejtve maradhatnak (Kohlmann, 2018), ezért kvalitatív kutatást (például a strukturálatlan mélyinterjú eszközt alkalmazva) is célszerű végezni az attitűdök teljes megismerése érdekében.

Nisbett és Ross (1991; idézi Kohlmann, 2018) szerint a belső attribútumok alapul vétele nem elegendő az egyének cselekvéseinek az előrejelzéséhez, ugyanis az akciókat a társas jelek is befolyásolják, amelyek az egyén felé érkeznek az adott helyzetben. Ezen logika mentén szervezeti kontextusban, konkrét szituációkban kell vizsgálni az egyének robot munkatársakkal kapcsolatos beállítódását, amely szintén kijelöl egy lehetséges kutatási irányt.

Az attitűdkutatás-megközelítések különböző szempontjainak a figyelembevételével meghatározott további kutatási irányok mellett más kutatási célok is körvonalazódnak, hiszen azt is látni kell, hogy az egyének robot kollégákkal kapcsolatos elfogadását, s ezzel a kollaborációra való hajlandóságukat a robot munkatársakkal kapcsolatos attitűdjeik mellett az értékeik, a személyiségük, a hiedelmeik, a percepcióik, a robotokkal kapcsolatos előzetes tapasztalataik, továbbá -szervezeti kontextusban gondokodva- a közösségük (szervezeti kultúra) is meghatározza, melyek vizsgálata további kutatások elvégzését teszi érvényessé.

Hivatkozott források

Bainbridge, W. S. (2004): Berkshire encyclopedia of human-computer interaction (Vol. 1). Berkshire Publishing Group LLC., pp.328-332.

Berg, A. - Buffie, E. F. - Zanna, L. F. (2018): Should we fear the robot revolution?(The correct answer is yes). Journal of Monetary Economics, 97(C), pp.117-148.

Bernier, E. P. - Scassellati, B. (2010): The similarity-attraction effect in human-robot interaction. In 2010 IEEE 9th International Conference on Development and Learning (pp. 286-290). IEEE.

Brynjolfsson, E. - McAfee, A. (2014): *The second machine age: Work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies*. WW Norton & Company.

Burke, J. L. és munkatársai (2004): Final report for the DARPA/NSF interdisciplinary study on human-robot interaction. *IEEE Transactions on Systems, Man, and Cybernetics, Part C (Applications and Reviews)*, 34(2), pp.103-112.

Charalambous, G. - Fletcher, S. - Webb, P. (2016): The development of a scale to evaluate trust in industrial human-robot collaboration. *International Journal of Social Robotics*, 8(2), pp. 193-209.

Chui, M. - Manyika, J. - Miremadi, M. (2015): Four fundamentals of workplace automation. *McKinsey Quarterly*, 29(3), pp.1-9.

Darling, K. - Nandy, P. - Breazeal, C. (2015): Empathic concern and the effect of stories in human-robot interaction. In 2015 24th IEEE International Symposium on Robot and Human Interactive Communication (RO-MAN), pp. 770-775. IEEE.

Duffy, R. B. (2003): Anthropomorphism and the social robot. *Robotics and Autonomous Systems*, 42(3-4), p.177-190.

Epley, N. – Waytz, A. – Cacioppo, J. T. (2007): On seeing human: a three-factor theory of anthropomorphism. *Psychological Review*, 114(4), pp.864-886.

Fink, J. (2012): Anthropomorphism and human likeness in the design of robots and human-robot interaction. In *International Conference on Social Robotics*, pp. 199-208., Springer, Berlin, Heidelberg.

Ford, M. (2015): *Rise of the robots: technology and the threat of a jobless future* (Basic Books).

Frey, C. B. - Osborne, A. M. (2017): The future of employment: how susceptible are jobs to computerisation? *Technological Forecasting and Social Change*, 114, pp. 254–280.

Giger, J. C. - Piçarra, N. (2017): Who wants to work with Social Robots? Using the Theory of Reasoned Action and the Theory of Planned Behavior to Predict Intention to work with Social Robots. In *Book of Proceedings*, 11, p. 515

Graetz, G., & Michaels, G. (2018): Robots at work. *Review of Economics and Statistics*, 100(5), pp.753-768.

Hendriks, B. és munkatársai (2011): Robot vacuum cleaner personality and behavior. *International Journal of Social Robotics*, 3(2), pp.187-195.

Hinds, P. J. - Roberts, T. L. - Jones, H. (2004): Whose job is it anyway? A study of human-robot interaction in a collaborative task. *Human-Computer Interaction*, 19(1), pp.151-181.

Katz, J. E. – Halpern, D. (2013): Attitudes towards robots suitability for various jobs as affected by robot appearance. *Behaviour & Information Technology*, 33(9), pp.941-953.

Kohlmann, D. (2018): Forradalmak az attitűdkutatásban: A kognitív-kísérleti és társas konstruktivista kutatási programok összevetése. *Magyar Pszichológiai Szemle*, 73(2), 315-344.

Lee, K. M. és munkatársai (2006): Can robots manifest personality?: An empirical test of personality recognition, social responses, and social presence in human–robot interaction. *Journal of communication*, 56(4), pp.754-772.

Minato, T. - Shimada, M. - Ishiguro, H. - Itakura, S. (2004): Development of an android robot for studying human-robot interaction. In *International Conference on Industrial, Engineering and Other Applications of Applied Intelligent Systems* (pp. 424-434). Springer, Berlin, Heidelberg.

Moniz, A., & Krings, B. J. (2016). Robots working with humans or humans working with robots? Searching for social dimensions in new human-robot interaction in industry. *Societies*, 6(3), p.23.

Mori, M. (1970): The uncanny valley. *Energy*, 7(4), pp.33-35.

Mutlu, B. – Forlizzi, J. (2008): Robots in organizations: the role of workflow, social, and environmental factors in human-robot interaction. 3rd ACM/IEEE International Conference on HRI, 2008.

Osbeck, L. M. - Moghaddam, F. M. - Perreault, S. (1997): Similarity and attraction among majority and minority groups in a multicultural context. *International Journal of Intercultural Relations*, 21(1), pp.113-123.

Reeves, B. - Nass, C. I. (1996): *The media equation: How people treat computers, television, and new media like real people and places*. Cambridge university press.

Ross, L. - Nisbett, R. E. (1991): *The person and the situation: perspectives of social psychology*. New York: McGraw-Hill.

Salem, M. és munkatársai (2015): Would you trust a (faulty) robot?: Effects of error, task type and personality on human-robot cooperation and trust. In *Proceedings of the Tenth Annual ACM/IEEE International Conference on Human-Robot Interaction*, pp. 141-148., ACM.

Seyama, J. I. - Nagayama, R. S. (2007): The uncanny valley: Effect of realism on the impression of artificial human faces. *Presence: Teleoperators and virtual environments*, 16(4), pp. 337-351.

Sidner, C. L. és munkatársai (2004): Where to look: a study of human-robot engagement. In *Proceedings of the 9th international conference on Intelligent user interfaces*, pp. 78-84., ACM.

Singh, R. és munkatársai (2015): On the importance of trust in interpersonal attraction from attitude similarity. *Journal of Social and Personal Relationships*, 32(6), pp.829-850.

Takayama, L. - Ju, W. - Nass, C. (2008): Beyond dirty, dangerous and dull: what everyday people think robots should do. In *2008 3rd ACM/IEEE International Conference on Human-Robot Interaction (HRI)*, pp. 25-32., IEEE.

Tapus, A. - Mataric, M. J. (2008): Socially Assistive Robots: The link between personality, empathy, physiological signals, and task performance. In *AAAI spring symposium: emotion, personality, and social behavior*, pp. 133-140.

Varrasi, S. és munkatársai (2018, March): A social robot for cognitive assessment. In *Companion of the 2018 ACM/IEEE International Conference on Human-Robot Interaction*, pp. 269-270., ACM.

Waterman Jr és munkatársai (1980): Structure is not organization. *Business horizons*, 23(3), pp.14-26.

Woods, S. és munkatársai (2007): Are robots like people?: Relationships between participant and robot personality traits in human–robot interaction studies. *Interaction Studies*, 8(2), pp. 281-305.

You, S. – Robert, L. P. (2018): Human-robot similarity and willingness to work with a robotic co-worker. *13th ACM/IEEE International Conference on HRI*, 2018.

You, S. - Robert, L. P. Jr. (2017): Facilitating employee intention to work with robots (2017): *DIGIT 2017 Proceedings*. 8.

A munkahelyi egészségfejlesztés szerepe a vállalat belső CSR tevékenységében

Hegyesné Görgényi Éva¹

Összefoglalás

Az elmúlt időszakban elsősorban a nagyvállalatok számára nagyon fontos stratégiai menedzsment eszközzé vált az úgynevezett társadalmi felelősségvállalás, ezen belül is a munkahelyi egészségfejlesztés. Már nem csupán az egyes kormányzati szerveknek lényeges, hogy a különböző társadalmi és környezeti problémákra – mint például a lakosság egészségügyi helyzete és egészségfejlesztése – hatékonyan reagáljanak, hanem ez az igény megjelent a vállalati és fogyasztói szinteken is. A közös értékteremtés, a társadalmilag felelős szerepvállalás, a munkahelyi egészségfejlesztés segítségével ugyanis a vállalatok olyan előnyökre is szert tehetnek, mint a versenyképességük növelése, az imázsépítés, az elégedett és hűséges munkavállalói állomány. Magyarországon, néhány nagyvállalati példát leszámítva, jelenleg még gyerekcipőben járnak az úgynevezett CSR tevékenységek, melynek egyik oka az információhiány, illetve hogy nincs egy egységes szempontrendszer, amely alapján könnyebben és hatékonyabban tudnák alkalmazni kis-és középvállalati szinten is a nagyvállalati gyakorlatokat.

Jelen tanulmány célja, hogy a releváns szakirodalmi feldolgozáson keresztül feltárja az egészségtudatosság, a fenntartható fejlődés, a munkahelyi egészségfejlesztés, illetve a társadalmilag felelős szerepvállalás kapcsolatrendszerét, elsősorban az úgynevezett belső CSR tevékenységekre helyezve a fókuszot. A szakirodalom feldolgozásán túlmenően a tanulmány másik célja egy értékelő szempontrendszer kifejlesztése, melyet nagyvállalati CSR riportok dokumentumelemzésének segítségével kívánok megvalósítani. A szempontrendszer a legfontosabb, munkahelyi egészségfejlesztéssel kapcsolatos „legjobb gyakorlatokat” tartalmazza, a szakirodalmi áttekintésben meghatározott kockázati faktorok alapján kategorizálva.

Kulcsszavak: társadalmi felelősségvállalás, fenntartható fejlődés, munkahelyi egészségfejlesztés, egészségtudatosság, társadalmi jólét

JEL kód: I12, I31, J81, M14, Q01

¹ PhD hallgató, Szent István Egyetem, Gazdálkodás és Szervezéstudományok Doktori Iskola, Gödöllő; gorgenyieva@gmail.com

1. Bevezetés

A vállalati társadalmi felelősségvállalás (CSR) és fenntartható fejlődés kérdésköre az utóbbi időszakban egyre jelentősebb szerepet játszik a kutatók körében. A témával azonban nem csak tudományos szinten kezdtek el foglalkozni, hanem a vállalatok életében is egyre fontosabbá vált, hogy egy hosszú távú, fenntartható stratégiát dolgozzanak ki. Ennek köszönhetően nem csupán a fenntartható fejlődés fogalma szélesedett ki, hanem az emberi erőforrás menedzsment is átalakult az utóbbi évtizedekben.

A 21. században a munkahelyi egészségfejlesztés – mint a társadalmi felelősségvállalás egy pillére – a szervezetek számára az egyik legfontosabb stratégia a hosszú távú versenyképességük biztosítása és megőrzése érdekében. Mindemellett természetesen számos egyéb pozitív hatása is van a munkavállalók egészségfejlesztésének – mint például a táppénzben töltött napok számának csökkenése, a lojális munkavállalói állomány vagy az imázsépítés, a közös értékteremtésen keresztül. Láthatjuk tehát, hogy az úgynevezett belső CSR tevékenységeknek nem csupán egyéni, vagy vállalati haszna van, hanem társadalmi szinten is számos előnnyel jár, amit már a politikai döntéshozatali szinteken is tárgyalnak.

2. Irodalmi áttekintés

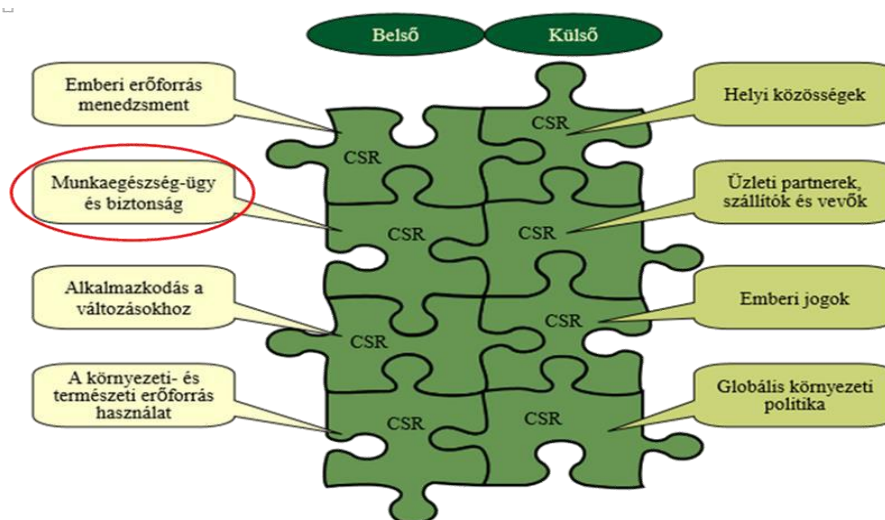
A vállalati társadalmi felelősségvállalás (CSR) mint fogalom vagy kifejezés domináns szerepet játszik a szervezetek életében. Számos kutató hangsúlyozta már, hogy a különböző szervezeteknek sok jó ötlete van a fenntarthatósággal kapcsolatban, azonban az ez irányban tett tényleges lépéseik elhanyagolhatók, vagy ezek a szándékok gyakran nem alakíthatók át tényleges és eredményes lépésekké (Lungu et al., 2011). Azt azonban Kot és Brzezinski (2015) is megerősíti, hogy egy jól strukturált, szervezett és végrehajtott CSR stratégia elengedhetetlen a fenntartható fejlődés elősegítéséhez a vállalatok életében.

Az első hivatalos CSR definíciót Bowen (1953) publikálta, aki arra a következtetésre jutott, hogy a vállalatok olyan döntési jogkörrel rendelkeznek, amelyek hatással lehetnek cselekedeteikre és ezáltal befolyásolhatják a társadalom egészét. Bowen szerint a társadalmi felelősségvállalás célja nem csak a szervezeti és társadalmi szintű problémák megoldása, hanem hogy mintegy automatizmusként működve segítse a vállalkozások működését (Isa, 2012). Bár ma sem létezik egységes megfogalmazás a vállalati társadalmi felelősségvállalással kapcsolatban, a leggyakrabban idézett, leginkább elfogadott és legelterjedtebb definíció az Európai Bizottságtól származik: a vállalati társadalmi felelősségvállalás olyan koncepció, amely alapján a vállalatok önkéntesen szociális és környezeti szempontokat érvényesítenek üzleti tevékenységükben és a partnereikkel fenntartott kapcsolatokban (Európai Bizottság, 2001). Ahhoz tehát, hogy a vállalatok teljes mértékben teljesíteni tudják a CSR-ral kapcsolatos követelményeket, olyan működési folyamatokat kell kialakítaniuk, amely stratégiai szinten integrálja a társadalmi, környezeti, etikai és emberi jogi intézkedéseiket, szoros

együttműködésben az érintett felekkel (Európai Bizottság, 2010). A CSR ezen meghatározása a vállalatok felelősségét a három fenntarthatósági pillére helyezi, melyek közül maga a CSR illetve a munkahelyi egészségfejlesztés a társadalmi pillérben helyezkedik el (hármaskiindulási pont: gazdaság/profit; társadalmi ügyek/emberek; környezet/bolygó). A CSR menedzsment tehát úgy integrálja a vállalati célkitűzésekbe a szociális és ökológiai célokat, hogy a gazdasági siker kombinálható legyen a társadalmi és környezeti előnyökkel (OFA Nonprofit Kft., 2017).

A CSR két legfontosabb területét a fent említett érintettek csoportja alapján lehet megkülönböztetni: belső érintettek (alkalmazottak, részvényesek) és külső érintettek (fogyasztók, kormányzat, versenytársak, beszállítók). A belső CSR értelemszerűen a belső érintettekkel kapcsolatos döntésekben, irányelvekben törekszik egyensúlyra és etikus magatartásra ösztönözni a vállalatokat. Ez magában foglalja a humánerőforrás menedzsmentet, a munkahelyi egészség- és balesetvédelmet, az alkalmazotti jólétet és az üzleti etika kérdéseit is. Belső CSR tevékenységek és kezdeményezések ugyanakkor irányulhatnak a nők és kisebbségek foglalkoztatására és esélyegyenlőségére, az alkalmazottak érdekképviseletére, munkahelyi képzések szervezésére, de akár a családbarát munkahely létrehozására, a rugalmas munkaszerződésekre vagy az alkalmazottakkal való nyílt kommunikációra is (Milton – Zilahy, 2011). A fenti meghatározás alapján a munkahelyi egészségfejlesztés is a belső CSR tevékenységek körébe tartozik, mivel a munkavállalókkal kapcsolatos intézkedésekre vonatkozik. A külső CSR dimenziói pedig kifejezetten a külső érintettekkel való interakciókra és döntésekre irányulnak, azonban ez jelen tanulmányban nem kerül részletezésre (1. ábra).

1. ábra. A belső és külső CSR részterületei



Forrás: Kerekes és Wetzker (2007)

Kétségtelen, hogy a fenntartható fogyasztás valamint az egészség, az egészségtudatos fogyasztói magatartás napjainkban már olyan megatrendek, amelyek mindannyiunk fogyasztói szokásait befolyásolják (Szakály et al. 2015). Ennek köszönhetően az egészségtudatossággal kapcsolatos kihívások is egyre lényegesebb kérdéseket vetettek fel a politikai döntéshozók

életében is. Az Egészségügyi Világszervezet (WHO) már 1986-ban megfogalmazott egy cselekvési tervet az úgynevezett Ottawai Chartában, hogy az egészség mindenki számára elérhető legyen. Később a Jakartai Nyilatkozat is megerősítette, hogy az egészségfejlesztés kulcsfontosságú kérdés, illetve hogy a végső cél az egészségmegőrzés növekedése valamint az országok közötti különbségek csökkentése. Az Európai Bizottság ennek érdekében elindította az „Európa 2020” elnevezésű stratégiát, amely mindemellett a vállalati társadalmi felelősségvállalás növekvő szerepét is hangsúlyozta. Mivel a döntéshozatali szinteken is megfogalmazásra került, hogy a jelenlegi fogyasztási mintáink és magatartásunk többé már nem fenntartható, az ENSZ 2015-ben újrafogalmazta a fenntarthatósággal kapcsolatos célkitűzéseket is (2. ábra), melyek számos ponton mutatnak összefüggést a vállalati társadalmi felelősségvállalással.

2. ábra. Újrafogalmazott fenntartható fejlődési célok



Forrás: United Nations (2015)

Ahhoz, hogy egyértelműen meg tudjuk határozni az egészség szerepét és helyét a vállalatok belső CSR tevékenységében, szükség van további fogalmi lehatárolásokra is. Az egészség illetve egészségtudatosság fogalmának értelmezése során az Egészségügyi Világszervezet (WHO) definícióit használtam. „Az egészség a teljes testi, szellemi és szociális jólét állapota, nem pusztán a betegség vagy fogyatékosság hiánya.” (WHO, 1948). Az egészségtudatosság vagy egészségtudatos fogyasztói magatartás minden olyan fogyasztói attitűdöt, viselkedést, magatartásformát és tevékenységet magában foglal, amely a hosszabb és egészségesebb élet elérésére irányul. Eisenhower és Smith (2008) is hangsúlyozta, hogy az egészségmegőrzés és a betegségmegelőzés illetve az ezzel kapcsolatos ismeretek átadása, az edukáció az egyik leglényegesebb eleme az egészségügynek – nem csupán egyéni, hanem ösztársadalmi szinten is. Többek között ezért is van hatalmas jelentősége a munkahelyi egészségfejlesztésnek, melynek az egészségmegőrzés kapcsán lényeges eleme a megelőzés. A prevenció jelenti mindazon törekvések összességét, amelyek az egészség fejlesztését, megőrzését illetve egészségkárosodás esetén az egészség mielőbbi visszaállítását, valamint a károsodás további súlyosbodásának megelőzését szolgálják. A prevenció három szintje (elsődleges, másodlagos

és harmadlagos) közül a munkahelyi egészségfejlesztésnek az elsődleges és másodlagos megelőzésben van szerepe. Míg a primer prevenció a konkrét betegség kialakulásának megelőzésére szolgál, a rizikótényezők kontrollját, az egészséggel összefüggő káros életmódbeli tényezők csökkentését és az egészségtudatos viselkedés elősegítését jelenti (például munkahelyi környezeti biztonság, dohányzás visszaszorítása, védőoltások stb.), addig a szekunder prevención a már fennálló, kialakult, de még a kezdeti stádiumban lévő betegség felismerését és gyógykezelését értjük (például rendszeres szűrővizsgálatok szervezése) (Busse et al., 2010).

Az egészségfejlesztés tehát egy olyan folyamat, amely képessé teszi az embereket arra, hogy fokozzák kontrolljukat egészségük felett, illetve javítsák azt (Ottawa Charter, 1986). Az ENWHP (2007) szerint az egészségfejlesztéssel kapcsolatos főbb tevékenységi területek az életstílus, az öregedés, a wellness, a táplálkozás, a vállalati kultúra, beleértve a munkavállalók fejlesztését, a munka és a magánélet egyensúlyát, a mentális egészséget és a stresszt, valamint a társadalmi felelősségvállalást. A munkahelyi egészségfejlesztés egy közös erőfeszítés a munkáltató, a munkavállaló és a társadalom részéről, hogy javítsa a dolgozó emberek egészségét és jóllétét a következő elemek kombinációján keresztül: munkakörnyezet javítása, aktív részvétel támogatása, egyéni fejlődés bátorítása (ENWHP, 2007).

3. Anyag és módszer

A tanulmány célja az elméleti háttér áttekintésén keresztül bemutatni a fenntarthatóság és társadalmi felelősségvállalás főbb összefüggéseit, valamint az az egészségtudatosság, a munkahelyi egészségfejlesztés strukturális besorolását. A kapcsolatrendszer feltárását a releváns szakirodalom feldolgozásával kívántam elérni a szekunder kutatás részeként. A szakirodalom feldolgozásán túlmenően a tanulmány másik célja egy értékelő szempontrendszer kifejlesztése, mely strukturáltan, egészségügyi kockázati faktorokra bontva tartalmazza az úgynevezett „legjobb gyakorlatokat” a vizsgált vállalati példák és szakirodalom alapján. A kvalitatív kutatásban, a szempontrendszer elkészítésénél 5 olyan multinacionális, nemzetközi szinten jelen lévő nagyvállalat legjobb gyakorlatait gyűjtöttem össze, és kategorizáltam, melyek rendelkeznek CSR riporttal, és hangsúlyt fektetnek a munkahelyi egészségfejlesztésre.

4. Eredmények

A környezetvédelmi és társadalmi értékek figyelembe vétele a modern vállalatok stratégiájának egyik fő követelményévé vált. Fogarassy és szerzőtársai (2017) munkájukban egyértelműen megállapították, hogy a vállalat értékének kiterjesztése ezekre a szempontokra nem csupán alkalmazható, de számos esetben magasabb gazdasági teljesítményhez is vezethet. A kutatás rámutatott arra is, hogy a kormányzati intézkedéseken túlmenően számos egyéb fő mozgatórugója van egy fenntarthatóság iránt elkötelezett vállalatnak, illetve hogy a

piacvezérelt megközelítések nagyobb valószínűséggel sikeresek a vállalati fenntarthatóság területén (Fogarassy et al., 2017). Kétségtelen, hogy az egészséges, motivált és jól képzett munkaerő elengedhetetlen az Európai Unió jövőbeli szociális és gazdasági jólétéhez (ENWHP, 2007).

A vállalati egészségfejlesztés hasznából a vállalat, a munkavállaló és a szociális ellátórendszer egyaránt részesül.

- Vállalati előny: egészséges munkavállaló → növekvő termelékenység és innovációs készség, rugalmasabbá válás, imázsépítés.
- Munkavállalói előny: jobb életminőség, egészségesebb élet, kiteljesedő egészségtudat.
- Társadalmi haszon: csökkenő egészségügyi és rehabilitációs kiadások, egészségtudatosabb lakosság, munkában töltött évek számának növekedése.

A fejlett országokban a különböző krónikus betegségek jelentik napjainkban a halálozás és fogyatékoság vezető okait. A szakirodalom tanulmányozását követően a főbb rizikófaktorokat az alábbi csoportosításban szeretném ismertetni:

- Környezettel kapcsolatos kockázati faktorok
A WHO becslései szerint a beltéri és kültéri levegőszennyezés körülbelül 7 millió korai halálozást okoz évente (WHO, 2014). Jelen kutatásban természetesen nemcsak a tág környezetet, illetve a vállalat hosszú távú törekvéseit értem a környezettel kapcsolatos faktorok alatt, hanem elsősorban a munkahelyi környezetet.
- Táplálkozással kapcsolatos kockázati faktorok
Mivel a táplálkozás fontos tényezője az egészségnek, a gyümölcs- és zöldségfélék elégtelen fogyasztása egy olyan tényező, amely szerepet játszhat a megnövekedett morbiditásban (OECD, 2016). A WHO szerint az egészséges táplálkozás elősegítheti az alultápláltság elleni védekezést, valamint csökkentheti egyes krónikus betegségek előfordulásának valószínűségét, beleértve a cukorbetegséget, a szívbetegségeket, a stroke-ot és a rákot (WHO, 2015). A mennyiségi ételmiszerfogyasztásról egyre inkább áttevéődik a hangsúly a minőségi fogyasztásra, elsősorban a magasabb jövedelmi rétegekben, a fejlett országokban. Mindemellett a demográfiai struktúra is megváltozott. Napjainkban az iparosodás és a társadalmi jólét miatt az emberek több felesleges kalóriát és feldolgozott ételmiszert, készételt fogyasztanak, míg a gyümölcsök és zöldségek fogyasztása egyre csökken. Világszerte a kevés gyümölcsöt tartalmazó étrend közel 3 millió halálesetet okozott 2015-ben, míg az alacsony zöldségfogyasztás közel 2 millió halálesetért volt felelős (OECD, 2017).
- Életmóddal kapcsolatos további kockázati faktorok
Az egészséges életmóddal kapcsolatos tényezők, mint például a rendszeres testmozgás, a túlsúly és elhízás megelőzése, illetve a nem dohányzás, jelentősen csökkenthetik a leggyakoribb krónikus betegségek előfordulásának kockázatát (Chiuve et al., 2006). Ha

a 3 fő kockázati tényezőt tekintjük, akkor egyértelműen látszik, hogy a dohányzás, az alkoholfogyasztás és az elhízás növeli a leginkább a krónikus betegségek előfordulásának kockázatát.

Az 1. táblázat tartalmazza azon munkahelyi egészségfejlesztéssel kapcsolatos jó gyakorlatokat, melyeket a nagyvállalati CSR riportok alapján kategorizáltam a fentiekben meghatározott kockázati faktorok szerint.

1. táblázat. Munkahelyi egészségfejlesztéssel kapcsolatos jó gyakorlatok

	Környezettel kapcsolatos	Táplálkozással kapcsolatos	Életstílussal kapcsolatos
 Fenntarthatósági jelentés, 2016	Munkavédelem Ergonómia Képzések	Egészséges táplálkozás népszerűsítése	Szabadidősportok biztosítása Testébresztő (rendezvények)
 Fenntarthatósági jelentés, 2016	Rugalmas munkaszerződés Biztonságos munkakörnyezet Képzések	Egészséges menü biztosítása	Employee Assistant Program (prevenció) Sporttevékenységek szervezése pl. jóga, karate, séta Tanácsadás (orvosi, pszichológiai)
 CSR riport, 2017	Higiénikus és biztonságos munkakörnyezet Kötelező eü képzések	Gyümölcskosár Főzőtanfolyamok Táplálkozási tanácsadás	Wellness Oltások Sporttevékenységek (pl. nordic walking, futás, hockey) Dohányzás korlátozása Tanácsadás (mentális)
 CSR riport, 2016	Tűzvédelem Biztonságos munkakörnyezet (képernyő, ergonómia, eszközök)	Egészséges táplálkozás népszerűsítése	Stressz menedzsment, megelőzés Kampany – mindennapos mozgás Egészségügyi szűrések
 CSR riport, 2016	Biztonságos munkakörnyezet Relaxációs szoba Rugalmas munkaszerződés Wellness központok	Helyi, organikus élelmiszerek az éttermekben Vízsűrítő rendszerek Élelmiszerfeldolgozó rendszerek (élelmiszerpazarlás csökkentése)	Healthy Living és Healthy Minds programok Tanácsadás Jóga és meditáció

Forrás: Saját szerkesztés, 2019

A vállalati jó gyakorlatok összegyűjtését valamint a szakirodalmi feldolgozást követően az alábbi lehetséges intézkedések körvonalazódtak a munkahelyi egészségfejlesztéssel kapcsolatban:

- Környezettel kapcsolatos kockázatok munkahelyi kezelése: megfelelő és biztonságos munkakörnyezet kialakítása (számítógép, szék stb.), veszélyes munkakörben dolgozók egészségvédelme, munkabiztonsági előírások
- Étkezéssel kapcsolatos kockázatok csökkentése: egészséges, friss ételek a munkahelyi étteremben, helyi és organikus élelmiszerek felhasználása, ingyen gyümölcs biztosítása, főzőkurzusok szervezése, vízszűrő rendszer bevezetése, táplálkozási tanácsadás
- Életstílussal kapcsolatos kockázatok: sportbelépő támogatása, munkahelyi egészségügyi szolgáltatások pl. pszichológus, masszázs, sportolási lehetőség, szűrőprogramok szervezése, védőoltások, egészségpénztári hozzájárulás, rendszeres fizikai állapotfelmérés, relaxációs tréningek, vállalati dohányzási politika módosítása.

5. Következtetések és javaslatok

Egy jól felépített CSR stratégia (amely tartalmazza a munkahelyi egészségfejlesztést is) nem csupán versenyképesebbé tudja tenni a vállalatot, hanem ösztönzi a fenntarthatóságot is. Az egészségi problémák és kérdések kapcsolatban vannak a fenntarthatóság minden pillérével – különböző gazdasági, környezeti és társadalmi hatásai vannak. Az egészségfejlesztés leglényegesebb pillérei az életmódban keresendők, ezért elsősorban életmódbeli változtatásokkal befolyásolhatjuk, javíthatjuk egészségi állapotunkat, melyben segítségre lehet a vállalatok egészségfejlesztésre történő törekvése éppúgy, mint az egyéni viselkedésünk. A különböző hazai és nemzetközi szervezetek is elkezdtek felismerni az egészséges munkaerő fontosságát, ezért már egyre többen építik be a társadalmi felelősségvállalást stratégiájukba. Nyilvánvaló azonban, hogy ezek a változások további technológiai fejlesztést is igényelnek a jövőben. A tanulmány alapja elsősorban a szakirodalomra támaszkodó szekunder kutatás, szakirodalmi áttekintés volt (Science Direct, Scopus, Web of Science adatbázisok alapján), mely egy empirikus kutatás eredményeinek eléréséhez és megértéséhez járul hozzá a kutatás további szakaszában a jövőben. A tanulmány folytatásaként célom egy helyzetfelmérést készíteni a magyarországi kis-és középvállalatok körben, melynek során olyan kérdésekre keresem a választ, hogy a hazai KKV szektorban milyen törekvések vannak a munkahelyi egészségfejlesztéssel és általában a CSR-ral kapcsolatban, illetve hogy a multinacionális vállalatok gyakorlatai mennyire lehetnek relevánsak a KKV-k életében.



„AZ EMBERI ERŐFORRÁSOK MINISZTERIUMA ÚNKP-18-3 KÓDSZÁMÚ ÚJ NEMZETI KIVÁLÓSÁG PROGRAMJÁNAK TÁMOGATÁSÁVAL KÉSZÜLT”

Hivatkozott források

Bowen, H. R. (1953) Social responsibility and accountabilities of the businessman. New York, Harper & Row.

Busse, L. – Blümel, M. - Scheller-Kreinsen, D. – Zentner, A. (2010) Tackling chronic disease in Europe. Strategies, interventions and challenges. Copenhagen, WHO.

Chiuve, S. E. – McCullough, M. L. – Sacks, F. M. - Rimm, E. B. (2006) Healthy lifestyle factors in the primary prevention of coronary heart disease among men: benefits among users and nonusers of lipid-lowering and antihypertensive medications. *Circulation*, 114 (2) pp. 160-167.

Eisenhauer, W.A – Smith, A.M. (2008) Health Promotion, Disease Prevention, and Patient Education. in. Ballweg, R. – Sullivan, E.M. – Brown, D. – Vetrosky, D. (Eds.): *Physician Assistant (Fourth Edition)*

ENWHP (2007) Luxembourg Declaration on Workplace Health Promotion in the European Union

Európai Bizottság (2001) Promoting a European framework for corporate social responsibility. Green Paper. Luxembourg , Commission of the European Communities

Európai Bizottság (2010) Corporate Social Responsibility (CSR). Luxembourg, Commission of the European Communities

Fogarassy, Cs. – Horváth, B. – Magda, R. (2017) Business model innovation as a tool to establish corporate sustainability. *Visegrad Journal on Bioeconomy and Sustainable Development*, Issue 2. pp. 1-19.

Isa, S.M. (2012) Corporate Social Responsibility: What Can We Learn From The Stakeholders? *International Congress on Interdisciplinary Business and Social Science 2012. Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 65, pp. 327-337.

Kerekes, S. – Wetzker, K. (2007) Keletre tart a "társadalmilag felelős vállalat" koncepció. Working Paper, Budapest, Budapesti Corvinus Egyetem

Kot, S. – Brzezinski, S. (2015) Market Orientation Factors in Sustainable Development and Corporate Social Responsibility. *Asian Journal of Applied Sciences*, 8, pp. 101-112.

Lungu, C.I. – Caraiani C. – Dascalu C. (2011) Research on corporate social responsibility reporting. *Amfiteatru Econ.*, 13, pp. 117-131.

Milton, S. – Zilahi, Gy. (2011) A hazai kis- és középvállalkozások társadalmi felelősségvállalása. *Munkaügyi Szemle*, 2011(III), pp. 52-63.

OECD (2016) OECD Better Life Index webpage. On-line: <http://www.oecdbetterlifeindex.org/>
Elérve: 2017.06.20.

OECD (2017) Health at a Glance 2017: OECD Indicators. Paris, OECD Publishing

OFA Nonprofit Kft. (2017) Társadalmi felelősségvállalásról forprofit vállalkozásoknak. CSR Módszertani Kézikönyv. Budapest, OFA Nonprofit Kft.

Szakály, Z. – Pető, K. – Popp, J. – Jasák, H. (2015) The characteristics of the LOHAS segment, the consumer group which is devoted to sustainable consumption. The Hungarian Journal Of Nutrition Marketing, 2(1), pp. 3-9.

WHO (1948) Constitution of the World Health Organization as adopted by the International Health Conference, New York, 19–22 June 1946; signed on 22 July 1946 by the representatives of 61 States (Official Records of the World Health Organization, no. 2, p. 100) and entered into force on 7 April 1948. In Grad, Frank P. (2002). "The Preamble of the Constitution of the World Health Organization". Bulletin of the World Health Organization. 80 (12), p. 982.

WHO (1986) The Ottawa Charter for Health Promotion. On-line: <http://www.who.int/healthpromotion/conferences/previous/ottawa/en/> Elérve: 20.06.2018.

WHO (2014) Global Status Report on Alcohol and Health 2014. Geneva, WHO.

WHO (2015) Healthy diet. On-line: <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs394/en/> Elérve: 2018.03.05.

A szülői egészségtudatosság és az étkezési preferenciáik vizsgálata

Holczer Adél Judit¹

Összefoglalás

A XXI. század egyik megatrendje, az egészségtudatos életmód és táplálkozás, amely kutatásom alapját képezi. A téma számtalan aspektusa már ismert, ám a szülők egészségtudatossága, illetve az élelmiszervásárlási szokásaik és ennek hatásai gyermekeik egészségére egy olyan téma, amelyről még csak elenyésző számú tanulmány készült, amely alátámasztja kutatásom relevanciáját. A szülői irányelvek, minták hatnak legnagyobb arányban egy gyermek táplálkozási és életmódbeli szokásaira. Természetesen megemlíthetők, mint felelősök a közösségi média és a reklámok is, hiszen ezek jelenléte sem elhanyagolható egy gyermek étkezési szokásait tekintve, ha az aktuális trendeket és ellentrendeket vesszük figyelembe.

Feltáró kutatásom célját képezte a különböző szülői attitűdök, illetve preferenciák vizsgálata melynek keretein belül olyan Magyarországon élő édesanyákat és édesapákat kérdeztem meg, akiknek gyermekei 0-14 év közöttiek. Primer kutatásom során, kérdőíves megkérdezést alkalmaztam. Kutatásom főbb témakörei: az egészség és az egészséges életmód fontossága, a család szerepe a táplálkozásban, a szülői attitűdök vizsgálata, a szülői cselekedet alapja, a reklámok megítélése a kitöltők körében, a saját és gyermekünk egészségi állapotának összehasonlítása, az egészséges életmód miatt kialakuló gyermekbetegségek.

Kulcsszavak: gyermekek, szülői egészségtudatosság, egészség, egészséges táplálkozás, egészséges életmód

JEL kód: M31

1. Bevezetés

Kutatásom alapjának a szülői nevelési attitűdök, valamint étkezési preferenciák vizsgálatát választottam. Úgy gondolom ez napjainkban kiemelten fontos témának számít, hiszen a jelenkor gyermekei már beleszületnek egy olyan világban, melynek alap építőkövei az okostelefonok, tabletek, laptopok stb. Bár ők úgy érzik lépést tudnak tartani a rohanó hétköznapokkal, egyre inkább kimarad az a minőségi idő, amely jelentős részét a közös étkezések, szabadidős sportprogramok, hétvégi családi túrák és beszélgetések alkotják.

A gyermekek egészségtudatának és megfelelő táplálkozási és sportolási szokásainak kialakítása bele kellene, hogy férjen, minden szülő idejébe. Hiszen ez egy olyan dolog, amit

¹ egyetemi hallgató, Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar; holczeradel@outlook.hu

nem lehet elég korán elkezdni, de sose késő belevágni. Minél hamarabb sikerül ezeket a jó szokásokat kialakítanunk, és beilleszteni a napi rutinunkba, annál hamarabb tanulja meg és alkalmazza gyermekünk is, majd ezeket a normákat örökíti tovább a következő generációra is. Így érhetjük el, hogy egy helyesen gondolkodó és cselekvő, egészségtudatos társadalomban éljünk mi is és családunk tagjai is.

Manapság komoly problémát jelentenek a gyermekek körében is a táplálkozáshoz kapcsolódó betegségek, mely skála egyik oldalán a túlsúly és elhízás, másik végpontjában pedig az alultápláltság foglal helyet. A téma relevanciáját alátámasztja, hogy bizonyítottan sokkal több napjainkban az elhízott, túlsúlyos, étkezési zavarral küzdő gyermek, mint akár 30-40 évvel ezelőtt. Bár magáról a tényről sok kutatást végeztek az elmúlt időben, mégis nagyon kevesen vizsgálják ennek előzményeit, a szülői szokásokat, attitűdöket. Feltétlenül szükséges lenne a szülők vásárlási szokásainak vizsgálata, hiszen véleményem szerint ez a probléma origója. Fontos megismerni mit vásárolnak, milyen példát mutatnak, milyen felfogások, hiedelmek, egészséggel kapcsolatos elköteleződések figyelhetők meg náluk. A gyerekek tájékoztatása ezzel kapcsolatban épp olyan fontos lenne, mint a szorzótábla megismerése első osztályban. A probléma felismerése, megoldása elméleti síkon kevés. Csupán cselekedetünkkel és akaratunkkal tudjuk megváltoztatni a berögződött rossz szokásokat, amelyek jótékony következményei hosszú távon lesznek érzékelhetők.

2. Szakirodalmi áttekintés

2.1. A család szerepe a táplálkozásban és a szülői attitűdök vizsgálata

A gyermek szocializációjának egyik legfontosabb színtere a család, amely egy olyan komplex rendszer, melyben a tagok kölcsönösen hatást gyakorolnak egymásra, (Sallay – Münnich, 1999) illetve jelentős feladatot lát el az egyének személyiségfejlődésében (Busi, 2004).

Az egészséges életmódra való nevelést nem lehet elég korán elkezdni. A gondolkodásmódok, magatartások, attitűdök, értékek és normák azok a dolgok, amelyeket elsajátítunk már gyermekkorban és később átadjuk generációról-generációra (Pikó, 2002). A gyermekkorban kialakult táplálkozási szokások csak nagyon minimális mértékben és nagy nehézségek árán változtathatók meg a későbbiekben (Ábrahám – Csatornai, 2006).

Szűcs és Széll (2013) szerint a szülői szerepvállalás felelőségének legfőbb oka az, hogy a gyermekek életében leginkább mintaként szolgáló szereplők a szülei, közülük is leginkább az édesanyák. Életmódjuk, szokásaik, mozgáskultúrájuk követendő példaként áll gyermekeik előtt. Ezenkívül rendkívül fontos tényezőnek minősül a születési sorrend is (Sutton-Smith – Rosenberg, 1966).

Holden és Edwards (1989) a szülő és gyermek kapcsolat két dimenzióját ismertette. Az egyik az emocionális kapcsolatra vonatkozik, a másik dimenzió pedig a szülői kontroll fontosságát emeli ki.

Ezek alapján jól látszik, hogyha egy egészségtudatosabb társadalomban szeretnénk élni, már az egészen kicsi gyermekek nevelésénél érdemes elkezdenünk a megfelelő szokások kialakítását. Ha pozitív példát mutatunk gyermekeinknek, remélhetőleg ők is ezt az értékrendet fogják továbbörökíteni a következő generációra.

2.2. A reklámok hatása a gyermekekre

A reklámok megítélése változó. A vállalkozások szemszögéből gazdaságilag mindenképpen hasznosak viszont, ha a lakosságot kérdezzük meg, nem kapunk rá egyértelműen pozitív visszajelzést (Gál – Hankó, 2014). Bár nem várhatunk pozitív visszajelzést olyan „zavarótényezőkkel” szemben, melyek az általunk választott tevékenységet szakítják félbe vagy zavarják meg. A Kidcomm felmérése alapján a gyermekek 59 százalékának saját mobilja, és 50 százalékának saját televíziója is van.

Az egészségügyi szakemberek, bár elhallgatott rétegnek számítanak, határozott véleményt fogalmaztak meg az elhízás marketingről, amelyben kifejtették a túlsúlyos vagy elhízott fiatalok, illetve gyermekek, és a vállalati marketingaktivitás közti összefüggéseket (Szűcs, 2013). Vekerdy (2000) szerint az ötéves korig kialakított márkahűség akár egy életen át is kitart. Szűcs (2016) kutatásából kiderül, hogy a legfiatalabb gyermekeknél figyelhető meg leginkább a pozitív attitűd a reklámok kapcsán, amely segíti a szlogen tudatban történő élményülését.

Az ismertetett eredmények alapján a gyermekek egészséggel kapcsolatos tudásának bővítéséhez nagy segítséget jelenthetnek a reklámok, hiszen ezáltal számos platformon elérhető az a fogyasztói szegmens, amely egészségtudatának kialakítása fontos célunk kellene, hogy legyen.

2.3. Az egészségtelen életmód miatt kialakuló gyermekbetegségek, különös tekintettel a gyermekkori elhízásra

A mozgásszegény, egészségtelen életmódnak köszönhetően kialakuló betegségek között a leggyakoribb az elhízás, a kövérség. A magyar lakosság 80-90 százaléka fizikailag inaktív, mozgásszegény életmódot folytat, körükben fokozottan jellemző a túlsúly és az elhízás (Bíró et al., 2007). Antal (2007) szerint az iskoláskorú gyermekek döntő többsége ülő életmódot folytat és elégedetlen a súlyával. Kutatások bizonyítják, hogy a túlsúly miatti diszkrimináció már óvodás kórtól kimutatható, negatív hatásai érzékelhetők (Papp et al., 2010).

A kutatások szerint az elhízás népegészségügyi jelentősége eléri már a dohányzásét. A gyermekkori elhízás növekvő tendenciája pedig egyre több országot érint. 2010-ben hazánkban

a hétéves gyermekek között minden negyedik lány és minden ötödik fiú túlsúlyosnak vagy elhízottnak minősült (Herpainé Lakó et al., 2017). A rossz szocioökonómiai háttérű családok gyermekeinél nagyobb mértékben megfigyelhető a kövérség vagy alultápláltság (Bodzsár – Zsákai, 2012). Fontos megjegyezni, hogy az kövérség természetesen nem kizárólag a helytelen életmódnak köszönhető. Bizonyos esetekben genetikailag öröklődő megbetegedésről van szó.

„Az elhízás marketing és gazdasági kérdéskörében talán a leginkább elhallgatott csoport, az egészségügyi szakemberek, meglehetősen határozott véleményt formáltak a gyermek- és fiatalkori elhízás kérdésköreiről, a vállalati marketingaktivitásról és a gazdasági kérdésekről” (Szűcs, 2013).

A gyermekkori betegségek, különös tekintettel az elhízásra, egy olyan téma, melyről véleményem szerint nem lehet eleget beszélni. A gyermekek nem kapnak megfelelő tájékoztatást a kockázati tényezőkről, illetve a prevenció lehetőségeiről sem az iskolában, sem a szüleiktől. Az elhízás magas aránya továbbra is növekvő tendenciájú maradhat, ha nem tesszük meg a megfelelő lépéseket a megelőzést illetően. Ahogy az egészségmagatartás kialakulása, ez is nemzeti érdeké kéne, hogy váljon.

3. Anyag és Módszer

3.1. Demográfiai adatok

Feltárókutatásom (Lehota, 2001) célját képezte a különböző szülői attitűdök, illetve preferenciák vizsgálata, melynek keretein belül olyan Magyarországon élő édesanyákat és édesapákat kérdeztem meg, akiknek 0-14 év közötti gyermekei vannak. A kutatás országos szinten végeztem, csupán egy régióból nem érkezett kitöltés, illetve egy régióban egy kitöltésem lett, mégis fontosnak, hogy eszerint is megvizsgáljam a mintasokaságomat.

Primer kutatásomat a szekunder információkra alapozva készítettem el. Az általam választott csoport nagy létszámban elérhető az online térben, ezért online, anonim kérdőíves megkérdezést alkalmaztam.

Az összeállítás során igyekeztem mindenki számára jól értelmezhető kérdéseket feltenni. A válaszkategóriák meghatározására, megfogalmazására és sorrendjére nagy figyelmet fordítottam, ahogyan azt a kutatómódszertani szakirodalom is javasolja, elvárja (Lehota, 2001). Összesen, 29 kérdést fogalmaztam meg, melyből nyolc a háttérváltozók feltárására irányult. A kérdések között zárt, illetve skála típusúak szerepelnek, melyek megfogalmazásakor direkt és indirekt módszert is alkalmaztam. A legtöbb kérdés megválaszolását kötelezővé tettem a kitöltők számára.

A zárt kérdések között egy, illetve többváltozós, a skála típusúaknál pedig nominális, ordinális típusú, valamint Likert skálák is szerepelnek.

Kutatásom főbb témakörei: az egészség és az egészséges életmód fontossága a szülők körében, a reklámok hatása a gyermekek étkezési szokásaira, illetve az elhízással kapcsolatos kérdéskörök.

Az eredmények kiértékelése során az SPSS 22.0 statisztikai elemző programot használtam.

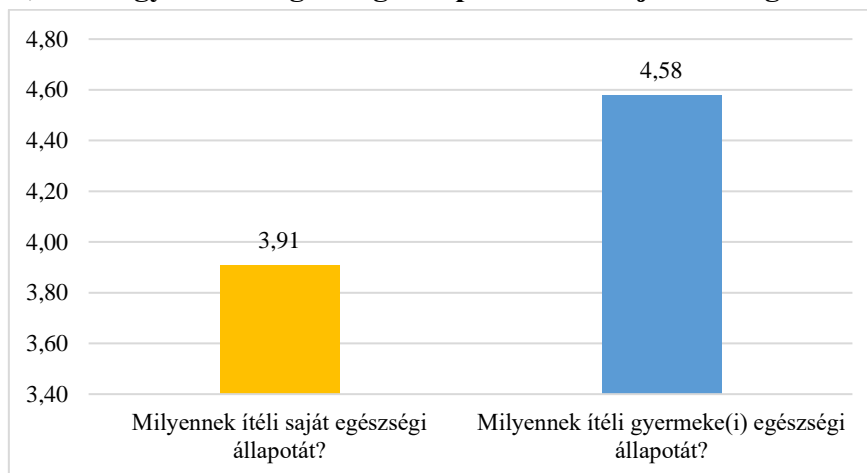
4. Eredmények

4.1. Az egészség szubjektív megítélése

Kutatásom során arra kértem a szülőket, hogy ítéljék meg saját, illetve gyermekeik egészségi állapotát előzetes ismereteik alapján.

Egy Likert-skálás (1-5) kérdés eredménye alapján a szülők, jobbnak ítélték gyermekeik egészségét, mint a sajátjukat (1. ábra). Ennek egyik oka lehet maga az életkori sajátosság, másik oka pedig, hogy a szülők nagyobb figyelmet fordítanak gyermekeik egészségének megőrzésére, mint a sajátjukéra. A kutatás során továbbá kiderült, hogy 93 szülőből, 64,5 %-ot érint a túlsúly problémája, valamint a teljes minta 63,1 %-ának van a családjában olyan, akit ezzel küzd.

1. ábra. Saját, illetve gyermeke egészségi állapotának szubjektív megítélése

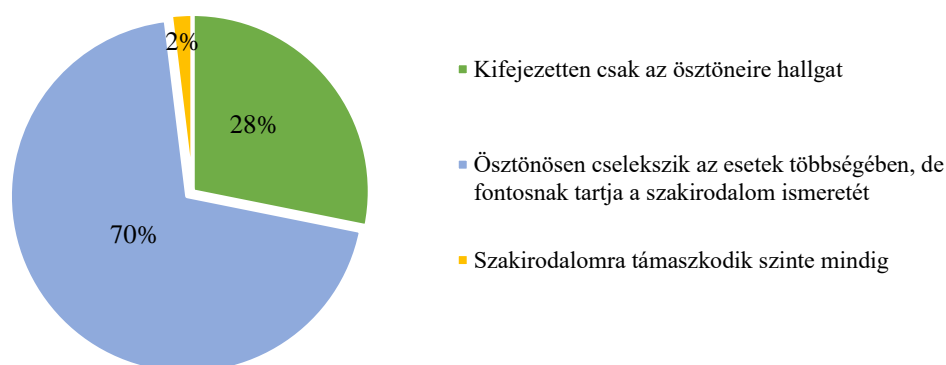


Forrás: Saját kutatás alapján, 2019

1.2. Szülői tudatosság és felelősség megítélése

A 2. ábra alapján, a szülők 70 %-a bár legtöbbször intuitíven cselekszik, döntéseik meghozatalában sokszor segítségül hívják a témában releváns szakirodalmat. Ennek alapján megkülönböztethetünk két szegmenst, az ösztönös, illetve a tudatos szülők csoportját.

2. ábra. A szülők cselekedeteinek alapja



Forrás: Saját kutatás alapján, 2019

1.3.A reklámok megítélése

A 1. táblázat eredményéből jól kivehető, hogy a szülők szemében a helytelen táplálkozás zászlós információhordozó lovagjai, egyértelműen a reklámok. Bár azzal az állítással miszerint minden reklámban megjelenő élelmiszer az egészségtelen kategóriába sorolható, már kevesebben értettek egyet. Ebből arra következtethetünk, hogy nem feltétlenül a reklámozás a megfelelő formája a szülők tájékoztatására, figyelmük felkeltésére egy egészséges életmódba beilleszthető terméket illetően, hiszen magas fokú előítélettel rendelkeznek a reklámokkal szemben. Illetve nagyon óvatosan kell a szülőkkel a megfelelő és számukra megbízható üzenetekkel kommunikálni.

1. táblázat: A válaszadók megoszlása a reklámokkal kapcsolatos állítások alapján (N=206)

Állítások	Átlag	Medián	Módusz
A reklámok képesek a gyermekek táplálkozási szokásait helytelen irányba terelni.	4,42	5,00	5,00
A marketingingesek komoly befolyásoló erővel bírnak a gyermekek fogyasztói magatartására, táplálkozási szokásaira.	4,35	5,00	5,00
Korlátozni/szigorítani kellene a magas zsír-, só-, cukortartalmú élelmiszerek gyártóinak marketingtevékenységét.	4,27	5,00	5,00
A reklámozott élelmiszerek nagy része az egészségtelen kategóriába sorolható.	3,94	4,00	5,00

Forrás: Saját kutatás alapján, 2019

5. Következtetések és javaslatok

Bár a minta nem reprezentatív, pont azt a fizetőképes és tudatosság szempontjából érzékeny csoportot sikerült összegyűjtenem, akik véleménye nagyon fontos lehet mind a vállalkozások, mind a döntéshozók szempontjából.

Egy olyan témáról van szó, melyet egyszerűbb mindenki számára, ha a szőnyeg alá söprünk, hiszen változást elérni mások, vagy akár a saját magunk életmódját, illetve egészség tudatosságát tekintve nem a legkönnyebb dolog. Véleményem szerint ezen könnyen segíthetnénk azzal, ha az általános iskolákban és gimnáziumokban az órarend kötelező elemeként tartott osztályfőnöki óra keretein belül az intézményvezetők, osztályfőnökök meghívnanak az egészséges életmódban jártas szakembert, vagy a fiatalok számára jól ismert a témával foglalkozó életmódtanácsadót, bloggert vagy Youtube videóst. Egyrészt így sok új információval lesznek gazdagabbak, egy kötelező óra alkalmával, melyre amúgy is be kellene járniuk, másrészt akit komolyabban érdekelnek az elhangzottak az utolsó percekben, illetve óra után privátban is feltehetné kérdéseit az előadónak.

Fontosnak tartom kiemelni, hogy a gyermekek egészséges életmódjáról szóló könyvek, milyen nagy segítséget jelenthetnek egy kezdő, vagy akár már gyakorló szülő számára is. Jól érthető, hiteles információkat kell számukra biztosítani.

Nem tartom a legcélszerűbb döntésnek hosszútávon egy egészséges életmódba beilleszthető termék kizárólag televízióban való kommunikálását a hagyományos formák mentén, hiszen a kitöltők körében is nagyon magasfokú előítélet figyelhető meg a reklámokkal szemben.

Kutatásom korlátjának tekinthető a mintám összetétele. Egy reprezentatív mintán ezek az összefüggések még árnyaltabban mutatkoznának meg, de jelen tanulmány feltáró jellege mindenképp hasznos lehet.

Köszönetnyilvánítás: EFOP-3.6.1-16-2016-00022 „Debrecen Venture Catapult program” A jövő tudósai – fiatal kutatói ösztöndíj 1.2.

Hivatkozott források

Ábrahám Á. – Csatornai S. (2006): Óvodások iskolások táplálkozási szokásai. Védőnő 16/6 pp. 35-39.

Antal M. (2007) Lifestyle of school children. Representative survey in metropolitan elementary schools - part one. Ann Nutr Metab, 51 pp. 448-453.

Bíró M. – Fügedi B. – Révész L. (2007). The Role of Teaching Swimming in the Formation of a Conscious Healthy Lifestyle. International Journal Of Aquatic Research And

Education 1/3 pp. 269–284.

Bodzsár B. É. – Zsákai A. (2012). Magyar gyermekek és serdülők testfejlétségi állapota. Országos növekedésvizsgálat 2003–2006. Budapest: Plantin Kiadó.

Busi E. (2004): Nevelési szinterek I. A család. ELTE TTK Multimédiapedagógia és Oktatástechnológia Központ, Apertus Közalapítvány, Budapest.

Gál T. – Hankó F. (2014): A Reklámok Hatása A Gyermekek Vásárlási Szokásaira, The Hungarian Journal Of Nutrition Marketing, 1/1-2.

Herpainé Lakó J. – Ágoston S. I. – Nábrádi ZS. – Müller A. (2017): Családok sportolási szokásainak szocioökonómiai hátterére. Képzés és gyakorlat. 15. pp.37-52. 10.17165/TP.2017.4.4.

Holden, G. W. - Edwards, L. A. (1989): Parental attitudes toward child rearing.: Instruments, issues, and applications. Psychological Bulletin, 106. 29–58.

Lehota J. (2001): Élelmiszergazdasági marketing, Műszaki Könyvkiadó, Budapest.

Papp I. - Czeglédi E.- Túry F. (2010): Az elhízással kapcsolatos attitűd mérése gyermekkorban - a Közös Tevékenységek Kérdőív magyar változatának pszichometriai sajátosságai. Mentálhigiéné és Pszichoszomatika 11. 2010/3. pp. 209-225.

Pikó B. (2002). Egészségtudatosság serdülőkorban. Akadémia Kiadó, Budapest.

Sallay H., Münnich Á. (1999): Magyar Pedagógia, 99. évf. 2.szám 157-174, Családi nevelési attitűdök percepciója és a self-fejlődéssel való összefüggései.

Sutton-Smith, B.- Rosenberg B.G. (1966): Sibling consensus on power tactics. In: Goslin, D.B (szerk.): Handbook of socialization theory and research. McNally College Publishing Co., Chicago, pp. 791-821.

Szűcs R.S. (2013): A gyermekkori elhízás gazdasági és marketing aspektusai az egészségügyi szakemberek szerint. Élelmiszer, Táplálkozás és Marketing 9/2.

Szűcs R.S. (2016): A fogyasztók életútja a szlogenek világában. Táplálkozásmarketing 3/2.

Szűcs R.S – Széll E. (2013): Az anyai szerepkör a gyermekek egészségtudatos fogyasztói szocializációjában, Economica – különszám, pp 58-66.

Vekerdy T. (2000): Kérdezz! felelek... gyermekekről felnőtteknek. PARK Könyvkiadó Kft., Budapest.

A megosztáson alapuló gazdaság (Sharing Economy) elméleti megközelítése

Horváth Bálint¹ – Czikkely Márton²

Összefoglalás

A megosztáson alapuló gazdaság (Sharing Economy) alkalmazása körül kialakult szakmai viták, valamint a társadalmi hatásaival kapcsolatos aggodalmak szükségessé teszik a kezdeményezés értelmezését. A tanulmány elméleti áttekintést nyújt a koncepció fogalmi lehatárolásáról és annak főbb feltevéseiről. Hangsúlyozza az árukhoz és szolgáltatásokhoz való hozzáférés szerepét, amelyek e gazdasági felfogásban előnyt élveznek a tulajdonjoggal szemben. Bemutatja a megosztáson alapuló gazdaságot, mint alternatív fogyasztási modellt, amelynek egyik legfőbb célja, hogy növelje a gazdasági tevékenységek erőforrás-hatékonyságát. A Sharing Economy az általa kínált társadalmi értéket a napjainkban zajló digitális forradalom révén hozza létre, amely korábban elérhetetlen eszközöket biztosít. A tanulmány a témában eddig megjelent irodalmi források alapján tekinti át a megosztás tudományos alapjait. Célja, hogy tisztázza a „valódi megosztás” elvét, amely szemben áll a jelenlegi gazdasági paradigma nyereségorientált felfogásával. A kiválasztott példák kritikus megközelítése olyan főbb jellemzőket tár fel, amelyeket érdemes figyelembe venni a megosztás társadalmi, politikai és tudományos értelmezése során.

Kulcsszavak: sharing economy, együttműködő fogyasztás, hyperfogyasztás

JEL kód: D11, D23, M13, O31

1. Bevezetés

Napjaink tudományos kutatásában egyre inkább felvetődnek a megosztáson alapuló gazdaságot és az együttműködő fogyasztást érintő témák. A nemzetközi vállalatok, kis- és középvállalkozások, továbbá a tudományos élet képviselői mind aktív résztvevői a megosztással kapcsolatos szakmai vitának. A kutatók körében általánosan elfogadott megközelítés, hogy a Sharing Economy-t a fogyasztás alternatív modelljének tekintik. Lényege a hozzáférés biztosítása olyan termékekhez, amelyek fokozatos kihasználásával a tulajdonviszony fennállása egyre jobban elveszíti relevanciáját (Belk, 2014; Ozanne – Ballantine, 2010; Hamari et al. 2015; Lambertone – Rose, 2012; Bardhi – Eckhardt, 2012). Ez az átmeneti hozzáférés az alapja a megosztásnak, amely lehetővé teszi az erőforrások hatékonyabb felhasználását. Az egyes termékek használata – az átfogó társadalmi átalakulás és

¹ PhD, egyetemi tanársegéd, Szent István Egyetem, Klímagazdaságtani Elemző- és Kutatóközpont, Gödöllő; horvath.balint@gtk.szie.hu

² Egyetemi tanársegéd, Szent István Egyetem, Klímagazdaságtani Elemző- és Kutatóközpont, Gödöllő; czikkely.marton@gtk.szie.hu

a párhuzamosan futó digitális forradalom miatt – már nem igényli a birtoklásukat, és azt is jelezhetik, hogy beléptünk a poszt-tulajdonosi érába (Belk, 1988; Belk, 2007; Belk, 2013; Belk, 2014). A kezdeményezés sikerességében nagy jelentősége van a felhasználók közötti bizalomnak, a webes platformok hírnevének (Schor, 2014), valamint az idegenek között újonnan kialakuló társadalmi szokásoknak (Belk, 2010; Belk, 2014; Benkler, 2005). A téma kutatói hangsúlyozzák az új technológiák szerepét, amelyek jelentősen csökkentik a tranzakciós költségeket, lehetővé téve a korábban nem elérhető erőforrások megosztását (Sundararajan 2014; Benkler 2005; Belk 2013) és az egyes piaci szereplők közötti kapcsolati hálózat létrehozását (Gansky, 2010). A jogszabályok és a szabályozási kérdések egyaránt kérdéseket vetnek fel az új ipari forradalom alapját képző innovatív technológiákkal szemben (Schor, 2014; Petropoulos, 2017; Benkler, 2005; Codagnone – Martens, 2016). A megosztáson alapuló gazdaság köztudatban elterjedt fogalma igen széles spektrumú szakmailag vitatott témakörnek számít. A támogatói és kritikusai között kialakult vita rendezése érdekében szükséges kategorizálni a gyakorlati megjelenéseit. A Sharing Economy jelenségének lényege a „valódi” megosztás, amelynek fő feltevése az innovatív fogyasztási megoldásokból származó non-profit orientáció, továbbá az önzetlenség, amely a megosztás keretében alakítja át az értékesítési csatornát.

2. Irodalmi áttekintés

Korunk kutatói számára nagy kihívást jelent a megosztás ideájának értelmezése. Hibrid jellege és összetettsége megnehezíti egy olyan átfogó koncepció kialakítását (akár a mainstream közgazdaságtanban, akár az üzleti elméletekben), amely kimerítően lehatárolná a fogalmat. A Sharing Economy és a hozzá kapcsolódó üzleti modellek egy teljesen más megközelítést jelentenek a közgazdaságtan alapját képző feltevéshez képest, mely szerint az ember „homo oeconomicus”-ként a maximálisan elérhető gazdasági haszonra törekszik. Azok, akik úgy döntenek, hogy a birtoklás és a vásárlás helyett megosztanak, sokkal kevésbé járulnak hozzá a GDP és egyben a gazdaság növekedéséhez. E fogyasztók gyakran tudatosan utasítják el a gazdaságilag „optimális” megoldásokat, és így válnak egy adott termék megvásárlása nélkül annak hasznélvezőjévé. A birtoklást sokan csak egy nem releváns felelősség forrásának látják, felismerve azt, hogy a fogyasztás során igazából az árukhoz és szolgáltatásokhoz való hozzáférés a legfontosabb szempont. Ezért ezt a jelenséget hozzáférés alapú fogyasztásnak (access based consumption) is nevezik (Belk, 2014). Ezek a megoldások nem lehetnek sikeresek a társadalmi tőke olyan formái nélkül, mint a bizalom és a nyitottság. Az interperszonális kapcsolatok képezik a megosztáson alapuló megoldások alapját. Ez az oka annak, hogy a Sharing Economy kifejezés mellett megjelentek hasonló, szintén e jelenségre mutató elnevezések (pl. collaborative economy, gig economy, on-demand economy, peer economy) (Petropoulos, 2017).

Az együttműködő fogyasztás koncepciója az 1970-es évek végén jelent meg (Felson – Spaeth, 1978). A szerzők nagyrészt Hawley 1950-es években folytatott munkájára hagyatkoztak,

amelyben a közösségek szerkezetét, egymásra való utaltságát, funkcionális különbségeit és hasonlóságait vizsgálta. Felson és Spaeth viselkedési szemléletükben olyan tevékenységként definiálják az együttműködő fogyasztást, amely során egy vagy több személy másokkal megosztva fogyaszt termékeket vagy szolgáltatásokat. A kutatók úgy vélik, hogy a fogyasztás ezen formájába tartozik az is, ha rokonok közösen étkeznek, vagy barátok együtt söröznek. A vizsgált területek elsősorban a háztartások, a munka és az iskolai környezet. A szerzők hangsúlyozzák a napi rutin szerepét és a fogyasztás körülményeit is. Továbbá, a társadalmi tényező és az időzítés is kiemelt szerepet töltenek be a megosztási tevékenység során. Az egyének szükségleteinek egyidőben való kielégítése hasonló körülményeket teremt az emberek számára, ami jelentősen növeli annak a valószínűségét, hogy együtt fognak fogyasztani. E jelenség mai megközelítése messze túlmutat a Felson és Spaeth által az 1970-es években elfogadott kereteken – főként a digitális forradalomnak köszönhetően. Mindazonáltal munkájuk és a fogyasztói magatartás kapcsán tett feltételezéseik kulcsfontosságúak az együttműködő fogyasztást és a megosztáson alapuló gazdaságot érintő kutatásokban.

A megosztáson alapuló gazdaság fogalmának egyik összetevője a „megosztás”. A megosztási cselekmény alternatívája a magántulajdonnak, amely során felajánljuk a saját tulajdonunkat a más által történő felhasználásra, vagy éppen mi magunk kapunk jogot ahhoz, hogy használjuk azt, ami más tulajdonát képezi (Belk, 2007; Belk, 2014). Nagyon fontos, hogy megkülönböztessük a tulajdonjog átruházásával járó megosztást a nem tulajdonon alapuló megosztástól (Belk, 2014). Benkler (2005) hangsúlyozza, hogy a társadalmi szintű megosztás szorosan kapcsolódik az új technológiák megjelenéséhez (ingyenes szoftverek, mobil technológia, peer-to-peer hálózat). A „megosztás” definíciójának vizsgálata után fontos tisztázni annak a jelentését. Hamari et al. (2015) úgy vélik, hogy a koncepció egy olyan peer-to-peer alapú tevékenységet takar, amely során egyének közösségalapú online szolgáltatások révén adják, szerzik vagy osztják meg az árukhoz és szolgáltatásokhoz való hozzáférést. Petropoulos (2017) szerint ez a jelenség olyan szereplők összehangolása, akik az eszközeik hasznát más személyeken keresztül próbálják maximalizálni. Az ügylet során az ellátó (aki erőforrástöbblettel rendelkezik) egy közreműködő platform segítségével, új technológiákat alkalmazva éri el azokat a helyeket, ahol kereslet mutatkozik az általa kínált jószágra. Sandararajan (2014) a megosztáson alapuló gazdaság kapcsán három esszenciális összetevőt nevez meg: platformok, vállalkozók és fogyasztók. A vállalkozók és a fogyasztók egyenrangú szereplőként¹ jelennek meg, és a platform (a tranzakció egy fontos része) a díjak, jutalékok megfizetésére és az online közösség hírnevének megteremtésére szolgál.

¹ Az angol szakirodalom ezt a szerepet illeti a „peer” kifejezéssel.

2.1. A Sharing Economy megjelenési formái

A megosztáson alapuló gazdaság meghatározásának széles körű jellege miatt a kutatók gyakran különböző kategóriákra osztják, figyelembe véve egyes kritériumokat. Schor (2014) a következő tevékenységeket sorolja fel, amelyek a megosztás alapjául szolgálhatnak:

- áruk újbóli hasznosítása,
- a tartós eszközök hatékonyabb kihasználása,
- szolgáltatások cseréje,
- a termelési eszközök megosztása.

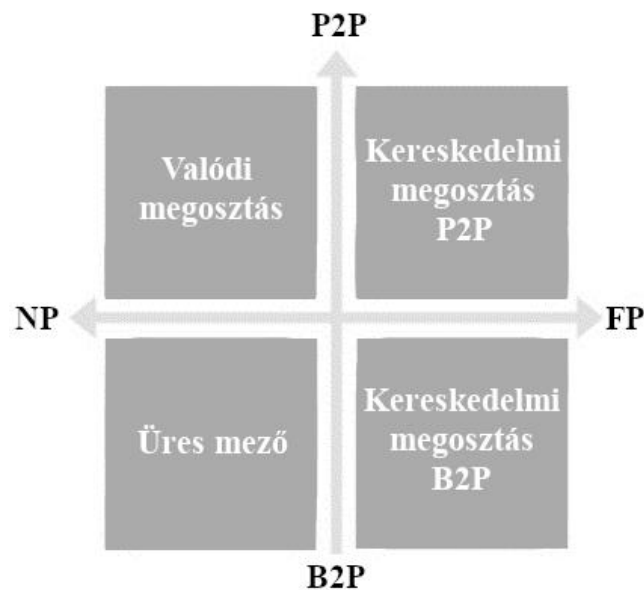
Az első kategóriába azok a platformok tartoznak, melyek segítik a piaci szereplők közötti árucserét. Az ilyen típusú szolgáltatások növekvő népszerűsége szorosan összefügg az olcsó – főként Ázsiából származó – fogyasztási cikkek növekvő mennyiségével, és ezáltal a hamar feleslegessé váló tárgyak elterjedésével. Schor (2014) számos példát ismertet az ebbe a csoportba tartozó platformokra, mint például az eBay, a Craigslist, a Freecycle, a Yerdle vagy a Swapstyle¹. A második kategória a már meglévő erőforrások „intenzívebb” (azaz hatékonyabb) módon történő használatát jelenti. A piac úttörője az amerikai Zipcar volt, amely órákig tartó autókölcsönzést kínált. Ezt követték olyan cégek, mint az Uber és a Lyft, valamint a lakóhelyek megosztását kínáló platformok – a legismertebb Couchsurfing és az Airbnb. A harmadik tevékenység a szolgáltatások cseréjére vonatkozik. Az egyik leghíresebb ilyen platform a „Task Rabbit”, ahol a felhasználók közzé tehetnek egy általuk igényelt feladatot (pl. háztartási munkát), amelyet más személyek egy adott díj ellenében elvégeznek. Az utolsó, negyedik kategória a közösen használt munkaterek (co-working helyek) működésével kapcsolatos. Továbbá ide tartoznak olyan nyitott online oktatási platformok mint például a Skillshare.com.

Az eddigi csoportosításon túl, a Sharing Economy kategorizálásában két fő jellemző szerepét kell kiemelni. Az első annak a jellege, hogy egy vállalkozás a jövedelmezőség terén milyen szellemben folytatja a tevékenységét. Ez alapján a forprofit (FP) és nonprofit (NP) kezdeményezéseket különböztethetünk meg egymástól. Valamint fontos az, hogy a szolgáltatások vagy áruk mozgása milyen szereplők között megy végbe. A hagyományos üzleti tevékenység során általában üzleti szereplők közvetítenek értéket lakossági ügyfeleknek (business-to-peer – B2P). Viszont napjainkban egyre nagyobb szerepet kap az a forma, amelyben a lakosság tagjai között történik értékközvetítés (peer-to-peer – P2P) (Schor, 2014). Codagnone és Martens (2016) kétdimenziós ábrázolják ezt a besorolást (1. ábra), amely jól

¹ Az e platformok által kínált szolgáltatások többsége a kereskedelmi jellegükből adódóan nem minősülnek „valódi” megosztásnak (csak a Freecycle portál tart fenn egy nonprofit formát, amely lehetőséget kínál a felhasználóknak az áruk ingyenes cseréjére). Ezt a kérdést a tanulmány a későbbiekben bővebben is tárgyalja.

mutatja, hogy mely megoldások képviselik a „valódi” megosztáson alapuló gazdaságot, és melyek azok, akik csak visszaélnék a marketing potenciáljával.

1. ábra. Sharing Economy mátrix



Forrás: Codagnone, Martens (2016)

Ahogy az ábra mutatja, a „valódi” megosztás egy szűkebb értelemben vett kifejezés a Sharing Economy koncepciójához képest. Teljesen elkülönül minden más olyan megoldástól, amelyek megfelelnek a Schor (2014) által kiemelt valamely alapelvnek, és ezért a megosztáson alapuló gazdaság tárgykörébe sorolhatók. Ám ezek a megoldások gyakran gyengítik a megosztás alapelvét. Sőt az illusztráció alapján egy másik következtetés is levonható. A „valódi” megosztás lényege a kompromisszum és a tranzakció szereplői közt folyó együttműködés fokozása. Amikor egy egyén önkéntesen megosztásra kínál egy számára többletet jelentő árut vagy szolgáltatást, azzal kielégíti a piacon keletkező kereslet egy részét, miközben ő is kompenzációt kap érte.

2.2. A „valódi” megosztás kritikai megközelítése

Azért, mert egyes nagyvállalatok Sharing Economy címen kínálnak bizonyos termékeket és szolgáltatásokat, azok még nem feltétlenül minősülnek annak. Schor (2014) szerint sok vállalat szívesen áll a megosztáson alapuló gazdaság ernaőfogalma alatt, köszönhetően a kezdeményezés pozitív megítélésének. A Sharing Economy fogalmának és széles gazdasági értelmezésének bemutatásához az 1. táblázat szemlélteti azon platformokat, melyek a legnépszerűbbnek mondhatók az egyes ágazatokban.

1. táblázat. Sharing Economy platformok

Ágazat	Név	Tevékenység
Közlekedési szolgáltatások	Uber	On-demand személyszállítás
	Lyft	On-demand személyszállítás
Jármű megosztás	Zipcar	Rövid távú járműkiadás
	Traficar	Időalapú járműkiadás
Térmegosztás	Share Desk	Irodatér kiadása (rövid és hosszú távra)
	Couchsurfing	Felhasználók közötti ingyen lakhatás
	Airbnb	Saját lakóhely kiadása
Crowdfunding	Kickstarter	Társadalmi finanszírozás
	Indiegogo	Társadalmi finanszírozás
Oktatási platformok	Coursera	Online képzések (általában neves egyetemek ellenőrzése alatt)
	Khanacademy	Ingyenes képzések
Áruk cseréje, megosztása	Hey, neighbor	Áruk és szolgáltatások közösségi szinten történő cseréje és megosztása
	Rent the runway	Ruhadarabok és egyéb tárgyak időszakos vagy egyszeri kiadása
Egészségügy	Crowdmed	Betegségek online történő diagnózisa
	Be my eyes	Egy alkalmazás, amellyel vak felhasználók megoszthatják másokkal a telefonkamerájuk képét, hogy azok elmondják számukra, mi látható a képen
Élelmiszer	The Food Assembly	Egy közösségi hálózat a termelők és fogyasztók összekötésére
	Kitchen Surfing	Egy szolgáltatás, amellyel a felhasználók egy profi szakácsot rendelhetnek az otthonukba
Szépségipar	My Glamm	Kozmetikai és Spa szolgáltatások a felhasználók otthonában
	Be Glammed	Sminkelés és fodrászati szolgáltatás a felhasználók otthonában

Forrás: Saját kutatás internetes szolgáltatások alapján, 2019

A fent bemutatott vállalatok közül többen a megosztás alapelveire hivatkozva állítják, hogy a szolgáltatásuk hozzájárul az erőforrások hatékonyabb kezeléséhez. Az általuk felhasznált értékesítési csatornák azonban nem feltétlenül különböznek a hagyományos formáktól. A valódi megosztás elvének érvényesüléséhez érdemes szemügyre venni napjaink két legjobban elterjedt sharing economy üzleti modelljét. Közülük az első az Uber, amely egy ideig Magyarországon is jelen volt, majd bizonyos szervezetek politikai nyomására kénytelen volt

beszűntetni a hazai működését. A cég fő üzleti profilja a sofőrök és az utasok mobilalkalmazáson keresztül történő összekötése.

Az Uber szolgáltatásai három fő típusra oszthatók:

1. UberPOP, UberX, UberXL, UberSELECT (az alapvető szolgáltatás),
2. UberBLACK, UberSUV, UberLUX (közlekedés luxusautókkal),
3. UberPOOL (megosztott szállítási költségek más utasokkal, akik azonos irányba tartanak).

Az első két Uber által kínált szolgáltatás csak egy alternatív csatorna a potenciális utasok eléréséhez, és nem különbözik a szokásos taxi szolgáltatástól. A harmadik kategória, amelynek célja, hogy összekapcsolja az azonos irányba közlekedő egyéneket, „valódi” megosztásnak tűnik. Ettől független ez a forma sem mondható nonprofit tevékenységnek. A másik Sharing Economy modellt alkalmazó vállalat az Airbnb. Az ő platformjuk segítségével a felhasználók megoszthatják otthonukat más személyekkel.

Az Airbnb szobatípusonként háromféle szolgáltatást kínál:

1. Teljes ház,
2. Privát szoba,
3. Közös szoba.

Az Uber esetéhez hasonlóan, itt is csak az utolsó szolgáltatás illeszkedik a „valódi” megosztási elvrendszerébe. Egy egész ház vagy szoba bérlése (kivéve, ha azt lakosok távollétében adják bérlésre) nagyon gyakran egy standard szállodai szolgáltatás, amelyre az Airbnb közvetítő tranzakciós platformot biztosít.

E példák láttán vitatható, hogy az a kompromisszum, amelyen a Sharing Economy alapszik, hitelesen jelenik-e meg a bemutatott üzleti modellekben. Csak akkor beszélhetünk „valódi” megosztáson alapuló gazdaságról, amikor a már birtokolt erőforrásokat intenzívebben használják fel anélkül, hogy a fogyasztás során új eszközök bevonására lenne szükség. Továbbá, a tranzakcióban részt vevő felek képesek lemondani bizonyos érdekeikről (kényelmükről) azért, hogy az övéikkel egyidejűleg más piaci szereplők kereslete is kielégíthető lehessen.

3. Következtetések

A megosztáson alapuló gazdaság fogalma rendkívül átfogó, ezért az értelmezése körül a támogatói és ellenfelei között kialakult konfliktus megoldhatatlannak tűnik. A hívei sokszor hajlamosak megfélekedni a kezdeményezés árnyoldalairól. Ezzel szemben a kritikusok megközelítése túlságosan negatív, az érveik pedig főként azon nagyvállalatok gyakorlatára korlátozódnak, melyek valójában nem is hűek a megosztás alapelveihez. A Sharing Economy

ugyanis nemcsak Uber és Airbnb működéséből áll. Sokkal inkább egy olyan alternatív fogyasztási formát jelent, amely elutasítva a vásárlást és a birtoklást, a termékek és szolgáltatások megosztásán keresztül kínál új értéket a társadalom számára. A koncepció számos új lehetőséget teremt az erőforrások hatékonyabb felhasználására. Továbbá, a megosztás ideáján alapuló megoldások a digitális forradalom gyümölcsei, melyek nem voltak lehetségesek az internet és a mobil technológiák megjelenése előtt. A Sharing Economy-val kapcsolatos viták alapját egyértelműen a gyakorlati megvalósításainak kereskedelmi jellege képezi. Ez az aspektus különbözteti meg a „valódi” megosztást a nyereségorientált kezdeményezésektől, mely utóbbiak felelnek az e koncepcióval szemben mutatott elutasításért.

Ez a jelenség egyben felveti azt a kérdést, hogy a megosztáson alapuló gazdaság miként illeszkedik a hagyományos közgazdaságtani gondolkodásban és hogyan értelmezhető annak az elméleteivel. Az elemzés tanulságai alapján a szerzők Heinrisch (2013) gondolatát támogatják, aki úgy véli, hogy a jövőbeni kutatásoknak az alternatív tulajdonviszonyok kialakítási lehetőségeire kell koncentrálnia, mind a keresleti (peer-to-peer kapcsolatok), mind pedig a kínálati oldalon (közös termelés, innovációk). A Sharing Economy több kutatási területen is nagy potenciált rejt magában. Jelenleg, az jelenség korai evolúciós stádiumából adódóan nem tudjuk megjósolni, hogy az milyen irányba fog fejlődni. Vajon a vele szemben megfogalmazott kritika eljut-e addig, hogy kormányzati választ fogalmazzanak meg a szabályozásával kapcsolatban? Továbbá megjelenik-e egy tudatos fogyasztói attitűd, amely fellép földünk erőforrásainak kimerítése ellen, és hajlandó lesz a megosztás által kínált kompromisszum elfogadására? E kérdések kétségtelenül meghatározó szerepet töltenek majd be a jövő politikai döntéshozásában és társadalmi átalakulásában, mely folyamatok nagy hatással lesznek a Sharing Economy elterjedésére.

Hivatkozott források

Bardhi, F. – Eckhardt, G. (2012) Access-Based Consumption: The Case of Car Sharing. *Journal of Consumer Research*, 39. évf. 4. szám, pp. 881-898.

Belk, R. (1988) Possessions and the Extended Self. *Journal of Consumer Research*, 15. évf. 2. szám, pp. 139-168.

Belk, R. (2007) Why not share rather than own? *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 611 évf. 1. szám, pp. 126–140.

Belk, R. (2010) Sharing. *The Journal of Consumer Research*, 36. évf. 5. szám, pp. 715-734.

Belk, R. (2013) Extended Self in a Digital World. *Journal of Consumer Research*, 40. évf. 3. szám, pp. 477-500.

Belk, R. (2014) You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research*, 67. évf. 8. szám, pp. 1595-1600.

Benkler, Y. (2005) Sharing Nicely: On Shareable Goods and the Emergence of Sharing as a Modality of Economic Production. *The Yale Law Journal*, 114. évf. 2. szám, pp. 2733-58.

Botsman, R. – Rogers, R. (2010) *What's mine is yours: the rise of Collaborative Consumption*. New York, NY: Harper Collins.

Codagnone, C. – Martens, B. (2016) *Scoping the Sharing Economy: Origins, Definitions, Impact and Regulatory Issues* (Digital Economy Working Paper 2016/01 JRC100369). Seville: Institute for Prospective Technological Studies.

Felson, M. – Spaeth, J. (1978) Community Structure and Collaborative Consumption: A Routine Activity Approach. *American Behavioral Scientist*, 21. évf. 4. szám, pp. 614-624.

Gansky, L. (2010). *The Mesh, Why the Future of Business is Sharing*. London: Penguin Group.

Hamari, J. – Sjöklint, M. – Ukkonen, A. (2015) The Sharing Economy: Why People Participate in Collaborative Consumption. *Journal of Association for Information Science and Technology*, 67. évf. 9. szám, pp. 2047-2059.

Heinrich, H. (2013). *Sharing Economy: A Potential New Pathway to Sustainability*. *GAIA - Ecological Perspectives for Science and Society*, 22. évf. 4. szám, pp. 228-231.

Lamberton, C., – Rose, R. (2012) When is our better than mine? *Journal of Marketing*, 76. évf. 4. szám, pp. 109-125.

Ozanne, L. – Ballantine, W. (2010) Sharing as a form of anti-consumption? An examination of toy library users. *Journal of Consumer Behaviour*, 9. évf. 6. szám, pp. 485-498.

Petropoulos, G. (2017) An economic review of the collaborative economy. On-line: <http://bruegel.org/2017/02/an-economic-review-of-the-collaborative-economy> Elérve: 2019.01.07.

Schor, J. (2014) Debating the Sharing Economy. On-line: <http://www.greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy>. Elérve: 2019.01.13.

Sundararajan, A. (2014) Peer-to-peer Businesses and the Sharing (Collaborative) Economy: Overview, Economic Effects and Regulatory Issue. On-line: http://smallbusiness.house.gov/uploadedfiles/1-15-2014_revised_sundararajan_testimony.pdf Elérve: 2019.01.09.

Reklám és film, avagy a filmek környezetében elhelyezett reklámok és azok hatása a fogyasztókra

Horváth Ádám¹ – Gyenge Balázs²

Összefoglalás

Míg az teljesen általánosnak és elfogadottnak mondható, hogy a televízió képernyőin vetített műsorokat – akár a filmeket is – időről időre megszakítják a reklámszünetek, azonban az átlagember számára teljesen elképzelhetetlen, hogy egy ugyanilyen megszakítás a mozivásznon, vagy valamilyen formában megvásárolt, esetleg digitálisan elért film megnézése közben történjen meg. Mégis, bármely vállalat promóciós kampányának felépítése során kiváló lehetőségként jelennek meg a filmek. Sajátságos tulajdonságaikkal (például a különösen meghatározónak számító zsánerükön keresztül) jelentős segítséget nyújtanak a célpiaci marketing gyakorlati kivitelezésében, hiszen számos esetben kvázi „előszűrt” fogyasztói szegmenseket céloznak meg maguk is.

Jelen tanulmány célja, hogy elérhető médiumok szerint tipizálja a filmekhez köthető, hagyományosnak tekintett reklámokat, bemutassa azok főbb jellemzőit, lehetőségeit és korlátait. Emellett vizsgálja az – elsősorban technológiai változások következtében – átalakulóban lévő filmfogyasztási mechanizmusok befolyását a filmekhez kötődő reklámok esetében. Végül korábbi kutatásokon keresztül megpróbálja azt is felmérni, hogy a különböző médiumok által közvetített reklámok, valamint az újabb megoldások milyen hatással voltak a fogyasztókra, milyen ezek megítélése, illetve ezek miképp változhattak az elmúlt évek során.

Kulcsszavak: fogyasztói magatartás, kultúra marketing, filmfogyasztás, reklám

JEL kód: M31, M37

1. Bevezetés

A reklám és film viszonyát vizsgálva számos kapcsolódási pont található, így maguknak a filmeknek a reklámjai (filmelőzetesek); a filmek lenyomata egyéb termékeken, azokkal közös kereszt-promóciós kampányokat létrehozva (merchandising); a filmek képkockáin belül elhelyezett reklámok (termékelhelyezés); illetve a filmek környezetében elhelyezett – sokszor azonos médiacsatornán osztozó – hagyományosnak mondható reklámok.

¹ Doktorandusz, tanársegéd, Szent István Egyetem, Marketing Módszertani Tanszék, Gödöllő; horvath.adam.benedek@gtk.szie.hu

² PhD, egyetemi docens, Szent István Egyetem, Marketing Módszertani Tanszék, Gödöllő; gyenge.balazs.mark@gtk.szie.hu

Tanulmányunkban ezen reklámokat és a filmekhez kötődő jellegzetességeiket mutatjuk be előfordulásuk szerinti bontásban, folyamatosan kitérve azok fogyasztói hatásaira, illetve az adott csatornából következő sajátosságaikra.

A fentiek értelmében meghatározó házon kívüli filmnézést a mozi, az otthonit a televízió képviseli. A mindkét kategóriába besorolható digitális megoldások (legyen szó legális vagy illegális filmnézésről) magukon hordozzák az átalakulóban lévő filmfogyasztási rendszer hatásait a filmes reklámzásokat tekintve is (így például a digitális „nyomkövetést” és a magasan személyre szabott, célzott reklámzását).

2. Reklámok a mozikban

Míg a mozikra szabott reklámok viszonylag alacsony szeletet képviselnek az összes reklámköltségből (Gulyás – Hivatal, 2019), azonban kiemelendő, hogy abszolút összegben mérve, a mozikban megjeleníthető reklámok lehetőségeihez képest ez továbbra sem lebecsülendő összeg, a mértéke pedig az elmúlt években stabilan növekedett, ami elsősorban a folyamatosan növekvő nézőszámoknak köszönhető. A mozikban megjelenő reklámokat érdemes külön bontani azok elhelyezését illetően, így beszélhetünk úgynevezett on-screen és off-screen aktivitásokról.

Az on-screen csoportba a klasszikus értelemben vett „mozis reklámok” tartoznak, vagyis az adott film vetítését megelőző, nagy vászonra vetített reklámok. Mivel cikkünkben a hagyományosnak tekinthető reklámok vizsgálatát tűztük ki célul, itt érdemes felhívni a figyelmet arra, hogy ezek nem összekeverendők a szintén mozivásznon vetített filmelőzetesekkel, „trailerekkel”, melyek más filmek közelebbi megjelenésére hívják fel a figyelmet (Horváth – Gyenge, 2018). A mozis reklám egyik előnye, hogy a mozilátogató közönség az átlagosnál befogadóbb, az új reklámokra nyitottabb állapotban van; a mozivásznon vetített reklámot ugyanabba a kvázi „filmnéző ünnepély” hangulatba tartozónak érzik, mint magát a filmet (Papp-Váry, 2009). Szintén mellette szól, hogy a filmnéző közönség kifejezetten jól beazonosítható (másfajta nézővel találkozhatunk a családi filmek, mint a horrorok esetében). Ennek megfelelően a mozis hirdetésekkel kezelő ügynökségek is külön csomagokat képeznek, megteremtve annak lehetőségét, hogy csak válogatott filmek esetében és csak bizonyos termekben vetítsék az adott reklámokat (pl. a megrendelők dönthetnek úgy, hogy csak IMAX teremben vetített MARVEL filmek előtt lehessen látni a 3D reklámfilmjüket). Némileg pesszimistább képet sejtet a jövőre nézve Földényi (2016), amikor a jelenkor mozitermeit – azok összes extra szolgáltatásával együtt – az otthoni filmnézéssel állította párba, ahol a nézők limitált figyelméért meg kell küzdeni az okostelefonok képernyőin felvillanó külvilággal is. Ebben a környezetben a külvilág mintájára a reklámok is idegen entitásként jelennek meg, melyek harsány kép- és hangvilága kényszerítette a játékfilmek többségét is arra, hogy sok tekintetben átvegyék a reklámok sajátosságait.

Az off-screen aktivitások közé sorolandó a mozik összes további reklámozási lehetősége, mely esetekben a különböző termékek és szolgáltatások a filmek holdudvarában jelennek meg, a mozikat és azok területét kvázi kiskereskedelmi csatornaként alkalmazva. Ide tartoznak a különféle hostess promóciók, az ingyenes termékminták és reklámanyagok terjesztése, illetve az indoor reklámfelületek (plakát, matrica, illetve a kihelyezett LCD televíziók) alkalmazása mellett az egyedibb, mozikhoz köthető BTL megoldások is (MédiaPiac, 2010). Ezek közé sorolhatók a menü promóciók, a vetítőtermekben megrendezett rendezvények, vagy az egyes termék szponzorációja (komplex csomagként így márkanevüket megjelenítve a mozijegyen, a terem bejáratán, illetve az előtérben kihelyezett szponzor falon is (MédiaPiac, 2018)).

3. A televízióban vetített filmekhez kötődő reklámok

Az absztraktban megjelent állítást, miszerint a filmeket megszakító reklámok elfogadottnak mondhatók, némileg finomítani kell, ugyanis azokat sokkal inkább pusztán a kvázi tehetetlenség következtében tűrik el a fogyasztók. Ahogy arra már az egyes reklámeszközök zavaró hatását vizsgáló GFK kutatásai (2006) is rámutattak, míg a fogyasztók már a televíziós műsorok között sugárzott reklámokat sem kedvelték túlzottan (a több éven keresztül zajló panelkutatás résztvevőinek 43%-a jelölte meg ezeket zavaróként), a műsorokat megszakító reklámokkal szemben már kifejezetten elutasítóak voltak (80% jelölte zavaróként). Az utóbbiakkal szembeni elutasításra rámutatott a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság is (NMHH, 2011), kiemelve, hogy azok gyakran megzavarják a filmek felépítését, dramaturgiáját, kvázi feldarabolva a filmélményt. Érdekesség, hogy egy másik, kifejezetten a műsorokat megszakító reklámblokkok megítélését vizsgáló kutatás eredményei arra is rámutattak, hogy a különböző műfajok eltérő nézőmegtartási hatással bírnak, nevezetesen a történelmi- és kalandfilmek nézői például hajlamosabbak az elkapcsolásra (Gálik – Urbán, 2009).

Hasonlóan érdekes kérdés lehet a megjelenő reklám típusa és kapcsolata a neki otthont adó műsorral, illetve csatornával. A termékelhelyezéseket vizsgálva egy kutatás megállapította, hogy pozitív kapcsolat található a filmben megjelent és a reklámszünetben elsőként reklámozott azonos termék vagy márka között (Schweidel et al., 2014); ezzel szemben az elsősorban idősávokon alapuló reklámblokkok következtében könnyen megeshet, hogy a magyar néző főműsoridőben azonos reklámokat láthat a dokumentumfilmes National Geographic-ra kapcsolva, mint az elsősorban szappanoperákat sugárzó Story4 csatornán.

A közszolgálati- és kereskedelmi csatornák eltérő mértékben és elhelyezési rendszerben használnak műsorokat megszakító, illetve műsorok közötti reklámokat. Filmek esetében előbbieket törvény kötelezi arra, hogy ne tartsanak megszakító reklámszünetet, míg a kereskedelmi csatornák esetében ugyanez ritkaságnak, már-már extra szolgáltatásnak számít. Így nyert értelmet a Viasat3 2010 nyarán futtatott promóciója, amikor a csatorna kommunikációjában a filmek megszakítás-mentességét emelte ki (NMHH, 2011), de ide

sorolható például az olyan prémium csatornák üzletmodellje is, mint az HBO, ami szintén nem alkalmaz ilyen reklámblokkokat (és a filmek között is kizárólag önmagát reklámozza). Egyedi megoldásnak számít az úgynevezett „filmbérlés” is, amikor a köztes reklámok helyett egyetlen vállalat támogatja az adott filmet, aminek megszakítás nélküli vetítése előtt és után csakis az ő hirdetése jelenik meg (NMHH, 2011). A film bérletéhez hasonlóan működött 2018-ban a Discovery Channel *Shark Week* eseménye, amikor is kizárólag cápákról szóló dokumentumfilmeket vetített a csatorna egy héten keresztül (tavaly immáron 30. alkalommal). Ezen időszak alatt kizárólag néhány termék-kategória között szétosztott összesen 26 partnermárka reklámjai voltak láthatóak a csatornán (Wong, 2018).

Mindenképpen megemlítendő, hogy a televíziós filmekben elhelyezett hirdetések elkerülésére irányuló törekvések számára nagy segítséget jelentettek a különböző analóg és digitális felvételkedészítő és késleltetett nézést elősegítő rendszerek, melyek segítségével könnyedén átugorhatóvá váltak a reklámblokkok (Nyíró – Urbán, 2010). A reklámok átugrása ellen a már régebbi múltra visszatekintő termékelhelyezés mellett a televíziós csatornák másik eszköze az egyedi grafikus rétegek alkalmazása, melyek általában a képernyő alsó harmadában jelennek meg időről időre (döntően más műsorokat, filmeket reklámozva). Feltáró jellegű kutatásában Sharp (2010) arról számolt be, hogy a csatornák általában ügyelnek ezek elhelyezésére a cselekményen belül, elkerülve a fokozott érzelmi pillanatok befolyásolását.

A televíziók esetében nem feledkezhetünk meg a filmek közeli rokonának számító sorozatokról sem, melyek cselekménybeli felépítése, gyártása és hírneve következtében (műfajtól függően) kvázi rövidebb futamidejű rövidfilmekként, vagy akár részletekre tagolt elnyújtott filmekként is kezelhetőek. A sorozatok esetében általában eleve a több reklámblokk által kényszerűsünetek közé szabdaltnak készülnek – az írók gyakran tudatosan élnek is a reklám adta hatásszünettel. A reklámszünet segítségével ilyenkor nagyobb hangsúlyt próbálnak adni egy-egy drámai fordulat számára, azokat a színházak felvonásvégét jelző függönyéhez hasonlóan alkalmazva. Mindamellet kiemelendő, hogy napjainkban az amerikai sorozatipar legnagyobbjai között emlegetett sorozatok túlnyomó többsége olyan prémium kábel- vagy streaming szolgáltatóktól ered, ahol nem kellett az íróknak reklámszünetekkel számolnia (Lawson, 2014).

4. A digitális filmnézés reklámjai

Ahogy a fogyasztók egyre jobban eligazodnak és egyre nagyobb a bizalmuk a különféle digitális technológiák világában, egyre több szolgáltatás helyeződik át a digitális térbe, ami hatással van mind a filmfogyasztásra, mind a filmes reklámozásra. A kezdetben az Egyesült Államokban elindult „cord cutting”, vagyis a kábeles előfizetéseket lemondó magatartást már világszerte tapasztalták a PwC kutatói, 27 országra kiterjedő kutatásuk során (2019). A válaszadók több mint fele vallotta, hogy interneten streamelve néz filmeket vagy tv-sorozatot hetente legalább két alkalommal, míg a Z generáció esetében a többség ugyanezt

legalább napi rendszerességgel teszi. A magyar piacon folytatott kutatásukban Babocsay és Virág (2013) a fiatalok esetében szintén a reklámmenetséget és a nagyobb felhasználói szabadságot találták főbb motivációs tényezőnek az online streaming, illetve a letöltött filmek/sorozatok népszerűsége mögött (míg a televíziós reklámozással szemben a korábbiakban bemutatottakhoz hasonló elutasító válaszokat kaptak azok megszakító, gyakran zavaró jellege miatt).

A legális, illetve illegális digitális filmnézési lehetőségekben közös pontot jelent a reklámok elenyésző száma, illetve háttérbe szorulása. Az illegális letöltő- és streaming oldalakon a leggyakoribb reklámozási módszert a különböző pop-up és banner hirdetések jelentik (az üzemeltetők gyakran az innen befolyó bevételekből tartják fent a weboldalt). Legális oldalról a hagyományos televízióhoz kísértetiesen hasonló üzletpolitikát tesztelt le a YouTube is, amikor 2018-ban bizonyos országokban útjára indította a reklámszünetekkel teletűzdelt ingyenes filmnézési lehetőséget, mindeközben megtartva a közösségi média háttéréből származó képességeit a megfelelő szegmensek becélzására és a hatások mérésére (Sloane, 2018).

A streaming szolgáltatások túlnyomó többsége, köztük a vezető pozíciót betöltő Netflix azonban egyelőre nem a reklámok ellenében szolgáltatott ingyenes tartalmakban látja a jövőt, hanem az előfizetésen keresztül biztosított kényelemben. A kliens programokat, a keresőoldalakat és a fájlletöltést hátrahagyó, ezek helyett filmeket és sorozatokat ajánló algoritmusok alapján egyetlen kattintással meghozott döntésekre épülő rendszereknek nem részei a reklámok sem (Baski, 2015). Az európai és amerikai piacokat vizsgáló kutatások (Werliin, 2019; Giegengack, 2018) alapján a fogyasztók szemében a reklámnak nincs is helye a Netflix felületén, ahol azok bevezetése esetében a megkérdezettek többsége még akkor is lemondana az előfizetéséről, ha cserébe csökkentenék az előfizetési díjakat.

Magyarország szempontjából a streaming felvirágoztatásához elsőként a legális digitális tartalmakban megjelenő értéket kell kihangsúlyozni, hogy a kalózkodástól vissza tudják fordítani az átlag fogyasztókat. A megoldás keresésében sokan a lokalizált, illetve külön a magyar régióknak készített tartalmak elterjedésében látják a választ (Baski, 2015). Az átalakulásban lévő magyar filmfogyasztói rendszer új kihívásaira már Babocsay és Virág (2013) is felhívta a figyelmet, így például arra, hogy valamennyi korosztály esetében igaz az, hogy már nem csak a televízió képernyőjén, hanem az asztali és hordozható számítógépeken is néznek filmeket. Mindeközben a fiatalabb válaszadók esetében lényegesen magasabb volt a legnagyobb képernyőn (ám nem a hagyományos televízióban sugárzott), valamint az okostelefonok képernyőin megtekintett digitális tartalmak fogyasztási gyakorisága.

5. Következtetések, korlátok

A változás és annak hatása tetten érhető a film környezetében megjelenő marketing-üzenetben, annak valamennyi válfajában, legyen szó a mozikban vetített (ahol már az sem mindegy, hogy

milyen film előtt egyáltalán mit érdemes, mit lehet reklámozni) vagy a mozik területén kiállított, vagy a televízióban szereplő (elsősorban időszávokhoz vagy egyedibb megoldásokhoz kötött), illetve a digitális világ legális és illegális felületein megjelenő reklámokról (vagy épp a tőlük való elszakadási kísérletekről).

Ami a fogyasztói értékítéletekből, illetve különösen a jövő legjelentősebb fogyasztói rétegeiként kezelt fiatalabb generációkat célzó kutatásokból látszik, hogy a hangsúly egyre inkább a többcsatornás, több képernyőt alkalmazó, valamint egyedi (érdeklődési körrel összeesengő) ajánlatokon van.

A tanulmány nem rendelkezik primer kutatással, így sokkal inkább irodalmi áttekintésnek fogható fel, a felhasznált és bemutatott adatok mind külső forrásból származtak. Ezen források ismertetésében törekedtünk azok kritikus szemléletű szemléltetésére, feltárva azokat az összefüggéseket, amelyek nemzetközi, európai, illetve különösen magyar vonatkozásban is jelentősek a filmekhez kapcsolódó reklámozás tekintetében. A jövőben érdemes volna célzott primer kutatásban vizsgálni a filmek környezetében elhelyezett reklámok hatásait, illetve befogadását, különös tekintettel az elmúlt évek alatt megerősödött digitális tartalomszolgáltatók (különösen a reklámoktól nemzetközi szinten ódzkodó Netflix) kínálta lehetőségekre.

Hivatkozott források

Babocsay, Á. – Virág, M. (2013): Tévészés nem tévén, televíziós tartalmak fogyasztása egyéb platformokon. Vezetői összefoglaló, MEME Online: http://mediatorveny.hu/dokumentum/757/MEME_Multiscreen_teljes.pdf Elérve: 2019.02.22

Baski, S. (2015): Járatlan utakon – A Netflix és a többiek. Filmvilág, 58. évf. 5. sz., pp. 04-06.

Földényi, F. L. (2016): Mozitemető – Filmszínháztól okostelefonig. Filmvilág, 59. évf. 10. sz., pp. 40-44.

Gálik, M. – Urbán, Á. (2009): Bevezetés a médiagazdaságtanba. Budapest, Aula Kiadó, p. 171.

GFK Hungária (2006): Indoor Tracking – Indoor kampányok hatékonyságvizsgálata

Giegengack, J. (2018): The future of monetization - The most appealing pay TV models and advertising experiences. HUB Entertainment Research Online: <https://hubresearchllc.com/reports/> Elérve: 2019.03.15

Gulyás, J. – Hivatal, P. (2019): Reklámtorta 2018. Magyar Reklámszövetség, Budapest Online: <http://mrsz.hu/kutatas/reklamkoltes/reklamtorta-2018> Elérve: 2019.03.15

Horváth, Á. – Gyenge, B. (2018): Movie trailer types and their effects on consumer expectations. *International Journal of Business and Management Invention*, 7. évf., 1. szám, pp. 94-100.

Lawson, M. (2014): Do ad breaks make for better dramas? Online: <https://www.theguardian.com/tv-and-radio/tvandradioblog/2014/jan/30/do-ad-breaks-make-better-drama> Elérve: 2019.04.01

MédiaPiac.com (2010): Népszerű a mozireklám. Online: <https://www.mediapiac.com/marketing/Nepszeru-a-mozireklam/14850> Elérve: 2019.01.15

MédiaPiac.com (2018) Mozis teremszponzorációban utazik számos nagy márka. Online: <http://www.mediapiac.com/marketing/Mozis-teremszponzoracioban-utazik-szamos-nagy-marka/26078/> Elérve: 2019.03.15

NMHH (2011): A televíziós reklámpiac alakulása az ezredforduló után. Online: http://nmhh.hu/dokumentum/1781/1322213621a_televizios_reklampiac_alakulasa_az_ezredfordulo_utan.pdf Elérve: 2019.01.18

Nyirő, N. – Urbán, Á. (2010): Vége a hagyományos tévzésnek? Budapest, Médiakutató, 2010 ősz, pp. 1-8.

Papp-Váry, Á. (2009): JPÉ-Marketing – Elmélet és gyakorlat józan paraszti ésszel. Budapest, Századvég Kiadó, p. 272.

PwC (2019): Global Consumer Insights Survey 2019. Online: <https://www.pwc.com/hu/hu/kiadvanyok/assets/pdf/Global%20Consumer%20Insights%20Survey%202019.pdf> Elérve: 2019.04.03

Schweidel, D. A. – Foutz, N. Z. – Tanner, R. J. (2014) Synergy of Interference – The Effect of Product Placement on Commercial Break Audience Decline. *Marketing Science*, 33 év. 6. sz., pp. 763-780.

Sharp, A. M. (2010): Exploring the Lower Third – The Use, Innovations, and Future of Snipes in the U.S. Television Industry. Disszertáció Online: <http://dc.etsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=3055&context=etd> Elérve: 2019.03.15

Sloane, G. (2018) Youtube is now showing ad-supported hollywood movies. Online: <https://adage.com/article/digital/youtube-starts-showing-free-hollywood-movies-ad-breaks/315631> Elérve: 2019.01.18

Werliin, R. (2019): New study: Netflix continues to dominate the streaming market. AudienceProject. Online: <https://www.audienceproject.com/blog/key-insights/new-study-netflix-dominates-streaming-market/> Elérve: 2019.03.15

Wong, S. (2018): Shark Week 2018 Counts Record Number Of Partnerships; Is Marketing Boon For Discovery. Online: <https://www.alistdaily.com/entertainment/shark-week-2018-counts-record-number-of-partnerships-is-marketing-boon-for-discovery/> Elérve: 2019.01.18

Játékosítási lehetőségek vizsgálata a turizmusban

Iványi Tamás¹

Összefoglaló


Az elmúlt években a játékosítási megoldások számos tudományterületen megjelentek és egyre nagyobb hangsúlyt fektetnek vállalatok és vállalkozások ezen megoldások alkalmazására. Bár számos folyóiratcikk, tudományos mű született már a gamificationnek nevezett jelenség témakörében, csupán néhány szerző foglalkozik ezen eszközök turisztikai értékével és jelentőségével, annak ellenére, hogy számos város, turisztikai esemény próbálkozik játékosítási megoldások bevezetésével.

A tanulmány a játékosítás turisztikai, a fesztiválokhoz köthető megvalósításaival foglalkozik. A tanulmányban, mint irodalmi áttekintésben egy későbbi kvantitatív és kvalitatív kutatást előkészítése történik meg. A később elvégzendő primer kutatás főbb szempontjai közé sorolhatjuk, hogy milyen megoldásokkal lehet egy intenzív turisztikai élményt tovább növelni játékosítási elemekkel, melyek lehetnek a sikeres eszközök és melyek azok, amelyek hatékonysága elenyésző a költségeihez viszonyítva.

A különböző források vizsgálata rámutat arra, hogy számos modell, csoportosítás, motivációs faktor, személyiség típus és technológiai elem alapján lehet csoportosítani és elemezni az egyes játékosítási megoldásokat. Az irodalmi áttekintés eredményeképpen, a kategorizálásokat és az elemeket felhasználva, a tanulmány végül primer kutatási módszerek alkalmazására tesz javaslatot, amellyel a játékosítás hatékonysága és működőképessége vizsgálható.

Kulcsszavak: élményevidencia, játékosítás, marketing, turizmus, vevői elégedettség

JEL kód: M31, L83

Köszönetnyilvánítás:  „Az Emberi Erőforrások Minisztériuma ÚNKP-18-3-I. kódszámú Új Nemzeti Kiválóság Programjának támogatásával készült.”

1. Bevezetés

Az utóbbi években az úgynevezett játékosítás megoldások több tudományterületen, többek között a turizmusban is számos marketingkommunikációs megoldás részeként megjelent. Lőrincz és Sulyok (2017) szerint a turizmusmarketing számos változással nézett szembe az

¹ PhD hallgató, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem, Gazdálkodás- és Szervezéstudományi Doktori Iskola, ivanyi@mvt.bme.hu

utóbbi időszakban: a fogyasztói preferenciák változása mellett a marketing eszközök is átalakulnak. Az eszközök fejlődésébe sorolhatjuk a játékosítás megjelenését is, a fogyasztókhöz pedig a játékosítás által nyújtott élmény átélésének vágyát, felértékelődését köthetjük.

Bár számos folyóiratcikk, tudományos mű született már az angolul gamificationnek nevezett jelenség témakörében (lásd például Deterding et al., 2011, Werbach, Hunter, 2012, Zichermann, Linder, 2013, Chou, 2015, Frommann, 2017, Fekete, 2018, Pusztai, 2018), csupán néhány szerző foglalkozik ezen eszközök turisztikai értékével és megjelenésével (Xu et al., 2016, Xu et al., 2017, Garcia et al., 2017, Garcia et al., 2019).

2013-ban, amikor a játékosítás még csak igen kezdetleges állapotban volt, már 44 európai desztinációból 7 helyszínen üzemeltettek ilyen megoldást és azóta feltételezhetően csak nőtt a számuk (Buhalis, Wagner, 2013), tehát a gyakorlati alkalmazása jelentős lehet. A szerző által 2014-ben készített hazai mélyinterjújából az derült ki, hogy a játékosítási kezdeményezések sikeressége nehezen mutatható ki, nem egyszerű értelmezni például a költségeket vagy a desztináció számára nyújtott előnyöket (Iványi, 2016). Királová (2015) ugyancsak ezt a tapasztalatot fogalmazza meg cseh interjúkra alapozva: az eredmények mérhetősége problémákba ütközik, bekerülési költsége nehezen azonosítható, így a megtérülés bemutatása sem egyszerű a turisztikai desztináció menedzser (TDM) szervezetek számára.

A kutatás jelenleg feltáró fázisában áll. A tanulmány a turizmushoz köthető játékosítási lehetőségekkel foglalkozik, amelyet a kutatás későbbi fázisában az eseményturizmusra, illetve fesztiválturizmusra szeretnénk szűkíteni. Így jelen tanulmány célja az irodalmi áttekintés, a probléma pontosabb azonosítása és primer kutatási módszertanra való javaslattevés.

Jelen kutatás kettő fő kérdésből indul ki:

1. Lehetséges-e játékosítással észlelhető mértékben értéket növelni egy alapvetően inger- és élményekben gazdag turisztikai esemény esetén?
2. Milyen játékosítási megoldások működhetnek hatékonyan a turizmusbán?

2. Irodalmi áttekintés

A játékosítás meghatározására számos definíció létezik, nem egyszerű egységes álláspontot kialakítani. Pusztai (2018) szerint a játékosítás, vagy angolul gamification egy stratégia, amelyben játéktervezési elemeket használnak nem játékos környezetben, a felhasználók viselkedésének pozitív irányba történő változtatása érdekében. Ezen definíció fogalmazza meg talán legáltalánosabban a játékosítás lényegét, ellentétben például a régebbi Deterding (2011) vagy Zichermann és Linder (2013) által megalkotott értelmezésektől, amelyek nem stratégiai szinten, kifejezetten a játékelemek használatára helyezték a hangsúlyt. A legelső ilyen modellezés a PBL rövidítést kapta, amely a pontok (points), kitűzők (badges) és ranglista

(leaderboard) rövidítéséből született. Werbach és Hunter (2012) az úgynevezett MDA felépítéssel jellemzi a játékosításokat, amely a mechanizmusok mint alapvető játékelemek, szabályrendszer, a dinamikák mint a játék összetettebb viselkedési elemei és az esztétika mint a játék által nyújtott élmények összességéből és rövidítéséből áll.

Chou (2015) nyolc mélymotivációt mutat be (Értelem és magasztos cél, Fejlődés és teljesítmény, Az alkotás és visszajelzés hatalma, Tulajdon, Közösségi befolyás, Hiány és türelmetlenség, Kiszámíthatatlanság és Elkerülés – Pusztai, 2018 fordításában), amelyek a fogyasztót a játékosítás választása mellett tudják elkötelezni. A turizmusban motiváló tényező lehet

- az elkerülés: ha véget ér az esemény, az utazás, akkor már nem fogjuk tudni átélni a másik desztináció élményeit;
- a kiszámíthatatlanság: azáltal, hogy ismeretlen területet fedeznek fel;
- a hiány és türelmetlenség; illetve
- a fejlődés és teljesítmény: azáltal, hogy új, bennfentes, máshol nem megismerhető információkhoz szeretnék jutni.

Fekete (2018) a korábbi kutatásokat összefoglalva a játékosításban résztvevők között négy fő típust különböztet meg:

- Teljesítők: akik a gyűjtögetésért, a fejlődésért játszanak. Számukra a turizmusban a játék az új információk megismerése és a minél több helyre való eljutást jelentheti.
- Felfedezők: akiknek az ismeretlen helyszínek, új eszközök megismerése a cél. A turizmusban is az újdonságokat, az eldugott kincseket keresik a játékosításban.
- Gyilkosok: akik a győzelmet és a versenyzést hajszoják. Nekik a turizmusban is a másokhoz képest megszerzett extra tudás, teljesített extra feladatok, a hagyományos látnivalók megismerésén túlmutató lépésekkel szerzett előny a fontos.
- Társaságiak: akik az interakciók miatt játszanak. Ők a turizmusban például a helybéliek megismerése vagy a közösségi feladatok megoldása miatt vesznek részt egy játékosításban.

A gamification végeredménye, vagyis a fogyasztó pozitív viselkedése többféle módon értelmezhető. Az elégedettség következménye lehet egy pozitív attitűd, ajánlás, szájreklám, hűség, újravásárlás is.

Mindezen lépések a turizmus szempontjából is rendkívül fontos elemek, hiszen a város, a helyszín iránti pozitív hozzáállás, az esetleges visszatérés szándéka, számos stakeholdernek kedvezhetnek és nagyobb értékű költést jelenthetnek (Lőrincz-Sulyok, 2017). A város márkázása számos helyi szervezet, vállalat, vállalkozás érdeke (Merilles et al., 2012), amely során egymás erősségeit kihasználva közösen tudják erősíteni a város pozitív megítélését. Egy játékosított mobil applikáció fejlesztése a city branding stratégiának ugyancsak részévé tud

válni, amelyre hazánkban is található példa. Ilyen Szentendre „Írány Szentendre!” applikációja, amely számos funkció mellett játékosítással is próbálja növelni a hozzáadott értéket és az élményt. Xu és társai (2017) számos példát mutatnak arra, hogy a játékosítást nem csak a TDM szervezetek kezdeményezhetik, hanem például légitársaságok, a vendéglátásban részt vevő vállalkozások (szálláshelyek), látványosságok is, sőt klasszikusan a 2000-es évek elején nagy népszerűségnek örvendő geo-catching is ide sorolható, amelyet a túrázó közösség saját maga kezdeményezett és hozott létre.

A játékosítás elterjedését, különösen a turizmusban az okoseszközök, okostelefonok megjelenése, illetve azok technológiai megoldásai is segítették (Garcia, 2019). Ez a fejlődés nem csak a GPS jelek használatát teszi lehetővé, hanem például a kiterjesztett valóság (AR – Augmented Reality) és a virtuális valóság (VR – virtual reality) használatát, amelyek számos esetben a játékosítás szerves részei.

Kaplan (2012) két modellt is mutat az okoseszközökre készült (turizmus)marketing megoldások csoportosítására. Az egyik modell szerint a marketing eszközöket az üzenet személyessége és a kapcsolatfelvétel iránya alapján csoportosíthatjuk. A játékosítási megoldások esetében azt mondhatjuk, hogy a „játékidő” hosszától függően lehet push és pull kommunikációról is beszélni. Jellemzően a játék elkezdése pull jellegű, a fogyasztó kezdeményezi, azonban a befejezéshez, folytatáshoz vagy a játékba való visszatéréshez push – az üzenet küldője által kezdeményezett – megoldások is szükségesek. Annak ellenére, hogy a történet és a játék azonos mindenki számára, a beépíthető elágazások és a fogyasztó által meghatározható ritmus, ugrások, döntések alapján személyesebb élményt tud nyújtani.

Kaplan (2012) a mobil marketing applikációkat általánosan értelmezve két dimenzió mentén négy csoportba sorolja az alapján, hogy az információ, amit nyújtanak mennyire helyhez, illetve időhöz kötött (location-sensitivity és time-sensitivity). A játékosítási megoldások a turizmusban utazás közben helyhez kötöttek és általában kevésbé idő-függőek. Xu és társai csoportosításához kötve az utazást megelőző és utazást követő játékosítások nem hely-függőek, azonban adott esetben a kommunikáció és a folyamatos kapcsolatfelvétel miatt időfüggőek lehetnek.

Xu és társai (2017) a turisztikai játékosításokat az utazáshoz viszonyított időbeli helyzetük alapján csoportosítja három kategóriába:

- Utazást megelőzően, melynek fő céljai: Márka ismertség, inspirálódás, érdeklődés felkeltése, információ nyújtása a vásárlási döntés meghozatalában
- Utazás során, melynek fő céljai: Élmény növelése, interakció, elköteleződés, szórakoztatás és
- Utazást követően, melynek fő céljai: Élmények visszaidézése, élmények megosztása, hűség kialakulása, visszatérés fontolgatása, szájreklám beindítása.

További funkcióként megjelenik még mindegyik esetben, hogy a szolgáltató felé adatokat tud szolgáltatni, segíti a munkatársak oktatását, továbbképzését és elköteleződését is. Garcia (2019) rámutat arra, hogy okostelefonos játékosított eszközzel valóban lehet értékes adatokat gyűjteni és ez alapján turisztikai döntéseket hozni, illetve a fogyasztók viselkedését pozitívan befolyásolni. Garcia és társai egy prototípus applikáció elkészítésével mértek offline és online adatokat egyszerre: összekötötték az applikáció használatából származó információkat a különböző helyszínek adataival és a fogyasztók visszajelzéseivel. Az ő prototípusukhoz hasonló szoftvert fejlesztenek hazánkban is többen turisztika játékosítási céllal (például az UrbanGo, Miratia, Mistory).

Celtek már 2010-ben bemutatott több – utólagosan játékosításnak tekinthető – úgynevezett adverggame-et, vagyis „hirdetési célú játékot” a turizmusban. Weber (2015), Buhalis (2013) illetve Garcia (2019) számos megoldást mutat be arra, hogy az elmúlt években milyen online és digitális játékosítási lehetőségek jelentek meg (mint például hazánkban a Miratia). Ezek tehát könnyen mérhetők és számos értékes adatot tudnak szolgáltatni a TDM szervezetek felé. Ezekkel szemben az offline megoldások egyszerűbben és gyorsan kivitelezhetők, azonban nem feltétlenül adnak hozzá jelentős mértékben a – sok esetben amúgy is intenzív – élményhez és rendkívül nehéz mérni a sikerességüket is.

3. Primer kutatási javaslatok

A primer kutatás az előzetes tervek szerint a jövőben kifejezetten a Z generáció igényeire fókuszál, amely generációt például Hack-Handa és Pintér (2015) kutatásaira építve definiálhatjuk. Z generációba soroljuk ezek alapján az 1995 és 2010 között születetteket, amelyek esetében Hack-Handa és Pintér kiemeli, hogy az innovatív megoldások felé sokkal inkább nyitottak. A Z generáció számára kiemelten fontos például a tartalmak és élmények befogadása mellett azok aktív létrehozása, az úgynevezett co-creation-be való szerepvállalás. Nyitottak a közösségi programokra, a városok felfedezésére, és a fesztiválokra is. Ez a generáció a hazai turizmusfejlesztési terv egyik kiemelt célcsoportja is (lásd még például Pál, 2013, Lőrincz-Sulyok, 2017 és Nagy-Fazekas, 2016).

A Z generáció számára a nyári turisztikai programok egy igen kiemelt részét képezik a különböző események, fesztiválok, különösen a zenei fesztiválok. Ezen programokon sok fiatal koncentráltan, intenzíven éli át az utazási élményeket. A fesztiválok, mint események a turisztikai értékteremtés és a hozzáadott érték növelésnek a részei, amelyek – zenei fesztiválok esetében különösen – meghatározó tényezők desztináció meglátogatása mellett (Jászberényi et al., 2016). Számos fiatal, mint elsődleges vonzerő választja a fesztiválokat, tehát az utazási és desztináció-választási döntés egyik legfontosabb elemévé váltak a zenei fesztiválok. Ezen programok összetettségüknél fogva „összekapcsolják a különböző szintű kultúrákat, műfajokat, amiből mind a közönség, mind a kulturális-művészeti élet nyerhet” (Hunyadi et al., 2006, p. 25.). A fiatal látogató így olyan „csomaghoz jut”, amely jóval többet nyújt számára,

mint amit önmaga össze tudott volna állítani egyedi programokból, amely segíti így tehát azt, hogy kis energiabefektetéssel az utazással töltött szabadidő igen intenzív élmény-csomagot nyújtson.

A felderítő kutatási fázisban ezért a primer kvantitatív lekérdezést a zenei fesztiválokra szűkítve érdemes kialakítani. A kérdőíves megkérdezésre négy, fiktív játékosítási megoldás került összeállításra, amelyek az 1. táblázatban olvashatóak. Az irodalmi áttekintésből látható, hogy a digitális megoldások kényelmes mérési lehetőségeket biztosítanak, azonban az eddigi fesztiválokon tapasztalható játékosítások a korábban bemutatott technológiákat (okostelefon, AR, VR) nem alkalmazták. A kérdőívhez javasolt megoldások megfogalmazásánál így a már létező játékosításokhoz való hasonlóság fontosabb szerepet játszott. A leírásokban nem került külön kiemelésre, hogy digitális eszközök milyen mértékben vannak jelen a programtervben. Mindegyik itt felsorolt és tervezett megoldás Xu és társai (2017) besorolása szerint az utazás közbeni kategória. Tehát ezek legfontosabb célja az élmény, interakció növelése, elköteleződés, szórakoztatás.

Az elmúlt években a Volt fesztiválon (2015-ben) szerveztek a *Napi kihíváshoz* hasonló megoldást. Ezen programokon a tapasztalatok szerint néhány tucat vendég vett csak részt annak ellenére, hogy fotókat egyébként a fesztiválról naponta tízezres nagyságrendben töltöttek fel a látogatók az Instagramra.

A *Járd be a fesztivált!* megoldás a Sziget fesztiválon érhető el minden évben, míg az *Ismerd meg a helyszínt!* programhoz hasonló eseményt pár éve ugyancsak a Szigeten próbálta megvalósítani egy külső vállalkozó, budapesti sétát és kincskeresést ígérve.

A nyomozás jellegű, történettel egybekötött séták (*Nyomozás a gyilkos után*) városzerte ismertek és számos vállalkozás épül rá Budapesten is, például a Krimiestek, az UrbanGo, a Mistory és Miratia applikációk és a Budapest Barangoló.

1. táblázat. Az elképzelt fesztiválos játékosítások

1. Járd be a fesztivált!	A játék során a fesztivál ideje alatt a különböző sátrakat és események helyszíneit kell meglátogatnod, ahol egy útlevelebe pecsétet kapsz. A végén az útleveledet el tudod rakni emlékébe!
2. Napi kihívás	A játék során a fesztivál minden napján egy-egy kihívást kapsz, amelyeket egy-egy hashtaggel ellátott fotó feltöltésével tudsz teljesíteni. A szerencsés nyertesek, akiket kisorsolnak értékes nyereményeket kapnak, de a fotós emlékek mindenki számára megmaradnak!
3. Nyomozás a gyilkos után	A játék során egy gyilkosság történetén keresztül, a fesztivál különböző helyszínein feladatokat kell megoldani. A rejtvények újabb és újabb nyomokat adnak. Az összes helyszín bejárásával ki tudjuk találni, hogy ki a gyilkos és egyben megismerjük a fesztivál programjait, helyszíneit is.
4. Ismerd meg a helyszínt!	A játék során a fesztivál környezetében a város nevezetességeit lehet felfedezni, a helyszíneken rejtvényeket kell megoldani, hogy megismerjük, merre kell tovább haladni. Az utolsó állomások kis ajándék várja azokat, akik kitartóan végig járták az útvonalat!

Forrás: Saját szerkesztés, 2019

A Fekete (2018) által meghatározott játékos típusok a *Napi kihívás* a *Gyilkosok* és a *Társaságiak* számára készült. A többi három megoldás a *Felfedezőket* célozza meg. A *Járd be a fesztivált!* a *Gyűjtögetők* csoportjának is igen szimpatikus lehet.

Kaplan (2012) besorolása szerint a *Járd be a fesztivált!*, *A Nyomozás a gyilkos után és az Ismerd meg a helyszínt! kifejezetten helyfüggő*, míg a *Napi kihívás időfüggő* tevékenységnek tekinthető.

Az itt felsorolt városnéző programokhoz kapcsolódva pedig fókuszcsoporthoz tartozó kutatást érdemes választani, amelyet párhuzamosan lehet végezni a felderítő kvantitatív lekérdezéssel. A fókuszcsoporthoz tartozó beszélgetés során projektív technikákkal, a különböző már elérhető városjáró játékosításokat felhasználva megismerhető a használatuk mögött meghúzódó motivációk, kényelmességük és a várható élmény kapcsolata. A fókuszcsoporthoz tartozó interjúk során a már elérhető applikációkat érdemes vizsgálni, akár fogyasztói teszteléssel és megfigyeléssel egybekötve is (user experience teszt).

4. Következtetések, összefoglalás

A turisztikai játékosítás kutatás feltáró fázisában a szakirodalmi áttekintés mellett javaslat készült primer kvantitatív kutatásra, amelyben az eddig megismert lehetőségek közül több fiktív változatot készítve vizsgálható azok innovatív volta, szerepe egy fesztivál életében, fontossága, kényelmessége, a várható élmény intenzitása.

Emellett szükséges a primer kvalitatív kutatás is, amelyben a fogyasztók motivációi és érzelmei is meghatározhatók.

A primer kutatáshoz javasolt fiktív játékosítások a résztvevők számával, a meglátogatott helyszínekkel, helyi regisztrációval vagy okoseszközös applikációval is mérhetők, ahogyan ezt például az irodalmi áttekintésben említett GARCIA (2019) is bemutatja. A játékosítások mérhetőségének fejlesztéséhez mindenképpen az okoseszközökre való áttérés szükséges, amely több adatot képes gyűjteni és ezen mérőszámok feldolgozása is egyszerűbb, kényelmesebb.

A későbbiekben a feltáró kutatás eredményeire alapozva conjoint megoldásokkal lehetséges vizsgálni például az egyes játékosítási elemek (motiváló) hatását, fontosságát és teljesítményét. További fontos jövőbeli kutatási kérdés lehet az is, hogy az egyes megoldásokat ingyenesen vagy fizetős módon tudja-e nyújtani a szolgáltató. Amennyiben megszűnik az ingyenesség ártesztekkel lehetséges például a fogyasztók árérzékenységét megállapítani ezen területre vonatkoztatva.

Hivatkozott források

Ashworth, G. (2009): The instruments of place branding: How is it done. *European Spatial Research and Policy*, 16(1), 9–22.

Buhalis, D. – Yovcheva, Z. (2013): *Augmented Reality in Tourism: 10 Unique Applications Explained*. Digital Tourism Think Tank Reports and Best Practice

Buhalis, D. – Wagner, R. (2013): E-destinations: global best practice in tourism technologies and applications. In: *Information and Communication Technologies in Tourism 2013* (szerk: Cantoni, L., Xiang, Z.), Springer, Berlin, Heidelberg, pp. 119-130.

Çeltek, E. (2010): Mobile advergames in tourism marketing. *Journal of Vacation Marketing*, 16(4), pp. 267-281.

Chou, Y. K. (2015): *Actionable Gamification - Beyond Points, Badges, and Leaderboards*. Octalysis Media

Deterding, S. – Dixon, D. – Khaled, R. – Nacke, L. (2011): From game design elements to gamefulness: defining gamification. In: *Proceedings of the 15th international academic MindTrek conference: Envisioning future media environments*, pp. 9-15., ACM.

Fekete Zs. (2018): Szendvics és rétes – avagy hogyan játékosítsunk a lényeg elfedése helyett a lényegkiemelésével? *Információs Társadalom*, XVIII(1), pp. 26–48.

Fromann R. (2017): *Játékoslét – A gamifikáció világa*. TypoTex Kiadó, Budapest

Garcia, A. – Linaza, M. T. – Gutierrez, A. – Garcia, E. – Ornes, I. (2016): Generation of gamified mobile experiences by DMOs. In: *Information and Communication Technologies in Tourism 2016*, pp. 45-57., Springer International Publishing.

Garcia A. – Linaza, M. T. – Gutierrez, A. – Garcia, E. (2019): Gamified mobile experiences: smart technologies for tourism destinations. *Tourism Review* 74(1), pp. 30-49.,

Hack-Handa J. – Pintér R. (2015): Generációs különbségek a magyar médiafogyasztásban. *Információs társadalom* 15. évf. 2. sz. 2015.

Hunyadi Zs. – Inkei P. – Szabó J. Z. (2006): *Fesztivál-Világ*. Kelet-Közép-Európai Kulturális Observatórium Alapítvány, Budapest

Husz A. (2012): Turizmus, fesztiválok és helyi vonzerő. In: *A kultúra turizmusa a turizmus kultúrája* (szerk.: Aubert A. – Gyuricza L. – Huszti Zs.). Publikon Kiadó, Pécs

Iványi T. (2016): Korszerű mobiltechnológiák alkalmazása a városmarketingben. In: Keresztes G. (szerk.): Tavasz Szél 2016 = Spring Wind 2016: Tanulmánykötet. II. kötet: Hittudomány, irodalomtudomány, kémia- és környezettudomány, kommunikáció-tudomány, közgazdaságtudomány. Budapest, Doktoranduszok Országos Szövetsége, pp. 301-317.

Jászberényi M. – Zátori A. – Ásványi K. (2016): Fesztiválturizmus. Akadémiai Kiadó, Budapest

Kaplan, A.M. (2012): If you love something, let it go mobile: Mobile marketing and mobile social media 4x4. Business horizons, Vol. 55, No. 2, pp. 129-139.

Királová, A. (2015): The place of gamification in tourism destinations' marketing. Idimt-2015: Information Technology and Society Interaction and Interdependence, Vol. 44 No. 2014, pp. 201-206.

Kundi V. (2011): Rendezvények, fesztiválok hatása a városok fejlődésére. In: A turizmus dimenziói: humán, ökonómikum, politikum (szerk.: Michalkó G. – Rác T.), Kodolányi János Főiskola, Székesfehérvár

Lőrincz K. – Sulyok J. (2017): Turizmusmarketing. Akadémiai Kiadó, Budapest

Merrilees, B. – Miller, D. – Herington, C. (2012): Multiple stakeholders and multiple city brand meanings. European Journal of Marketing, 46(7/8), 1032–1047.

Nagy Á. – Fazekas A. (2016): Offline helyett online szabadidő? Médiakutató, XVI(2), pp. 41-57.

Pál E. (2013): a Z generációról... irodalmi áttekintés. Pécsi Tudományegyetem, Pécs

Pusztai Á. (2018): Gyakorlati játékosítás. Kollektíva, Budapest

Rajnai R. (2017): A gamification és a kiterjesztett valóság alapú mobilalkalmazások használatának hatása egy turisztikai desztináció látogatási szándékára az Y generáció körében. Diplomamunka, Corvinus Egyetem

Sigala, M. (2015). The application and impact of gamification funware on trip planning and experiences: The case of TripAdvisor's funware. Electronic Markets, 25(3), pp. 189-209.

Weber, J. (2015): Gaming and gamification in tourism: 10 ways to make tourism more playful. Digital Tourism Think Tank Reports and Best Practice

Werbach, K. – Hunter, D. (2012): For the Win: How Game Thinking can Revolutionize your Business. Wharton Digital Press

Xu, F. – Tian, F. – Buhalis, D. – Weber, J. – Zhang, H. (2016): Tourists as mobile gamers: gamification for tourism marketing. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 33(8), pp. 1124-1142.

Xu, F. – Buhalis, D. – Weber, J. (2017): Serious games and the gamification of tourism. *Tourism Management*, 60(June), pp. 244-256.

Yovcheva, Z. – Buhalis, D. – Gatzidis, C. (2013): Engineering augmented tourism experiences. In: *Information and communication technologies in tourism 2013*, pp. 24-35, Springer Berlin Heidelberg.

A Magyar Államkincstár és az Önkormányzatok kapcsolatrendszere

Jakab Tekla¹

Összefoglalás

A Magyar Államkincstár és az Önkormányzatok kapcsolatrendszere c. tanulmány arra a kérdésre keresi a választ, hogy megéri-e a megyei önkormányzatoknak a Magyar Államkincstárnál vezetni számláikat, illetve a 2012. január 1-jével hatályba lépett törvényi kötelezettség az önkormányzatokra milyen hatást gyakorol. Figyelembe véve, hogy a megyei önkormányzatok már megtapasztalták, hogy milyen előnyökkel és hátrányokkal jár, ha számláikat kereskedelmi banknál vezetik, elsőkézből tudnak véleményt alkotni a Kincstári számlavezetés tekintetében. A tanulmány bepillantást enged emellett az önkormányzatok bankválasztási szokásaiba, illetve a Kincstárral való elégedettség felmérésére is koncentrálni.

A már említett kérdéskörök megértéséhez a kérdőíves vizsgálat során kapott válaszok a mérvadók, amelyek diagramok segítségével, valamint statisztikai módszerek illetve az SPSS program alkalmazásával kerülnek bemutatásra. A különböző eshetőségek magyarázatakor a kérdőívben található kifejtendő válaszok szolgálnak alapul.

Összességében tehát feltártja, számszerűsíti valamint elemezi azon körülményeket, amelyek alapján az Önkormányzat döntést hozhat arra vonatkozóan, hogy banknál vagy a Magyar Államkincstárnál vegye igénybe a számlavezetési szolgáltatásokat.

Kulcsszavak: önkormányzat, megyei önkormányzat, Magyar Államkincstár, MÁK, számlavezetés, banki kapcsolat, pénzügy, kapcsolatrendszer

JEL kód: H79, H87, G20, G21, R51

1. Bevezetés

A kutatásom középpontjában a Magyar Államkincstár, valamint a megyei önkormányzatok kapcsolata áll. Ezen belül is a bankválasztási szokásokra, illetve a Kincstárral való elégedettség felmérésére koncentrálok. A Kincstárral való kapcsolatrendszer vonatkozásában kérdőíves vizsgálatot készítek a megyei önkormányzatokkal.

Dolgozatom megírásának célja, azon két hipotézis megválaszolása, amelyet a kutatásom megírásának kezdetén állítottam fel:

¹egyetemi hallgató, Szent István Egyetem, Gazdasági és Társadalomtudományi Kar; vivalatekla@gmail.com

H1: A megyei önkormányzatok számára előnyösebb, és kifizetődőbb választás a Kincstári számlavezetés a véleményük alapján.

H2: A megyei önkormányzatok összességében pozitívan értékelik a Kincstár számlavezetési tevékenységét.

A cél elérése érdekében kérdőíves vizsgálatot készítetek, amely alapján a kapott válaszokat diagramok segítségével, valamint statisztikai módszerek illetve az SPSS program alkalmazásával elemzem. A különböző eshetőségek magyarázatok a kérdőívben található kifejtendő válaszokra támaszkodom. Végül következtetéseket vonok le és javaslatokat fogalmazok meg (mind az önkormányzatok mind pedig a MÁK számára) a dolgozatom elején megfogalmazott két hipotézisem kapcsán.

2. Irodalmi áttekintés

Az önkormányzás fogalma a gyakorlatban azt jelenti, hogy a szóban forgó helyi közösség saját ügyeiben önálló döntési jogosultsággal rendelkezik és függetlenül működik. A helyi önkormányzatok esetében a kormány csak ellenőrzési jogkört gyakorolhat felettük. Helyi közügyet csak kivételesen és csak törvény utalhat más szervezet feladat és határákörébe. *(Helyi Önkormányzatok Európai Chartája alapján)*

„Az önkormányzati törvény rendelkezései szerint a helyi önkormányzat képviselő-testülete szabadon választja meg számlavezető pénzügyintézetét.” (Kohariné, 2002)

Sivák és Zsugyel (2015) elemezte és összehasonlító elemzés keretében vizsgálta meg a fiskális föderalizmus helyzetét OECD tagországokban. Cernenko et al. (2015) a fiskális föderalizmust a Szlovák Köztársaság példáján keresztül mutatta be.

Fellegi (2015) vizsgálta az önkormányzatok 2013 után hatályba lépő finanszírozási rendszerét, különös tekintettel a helyi adókra. A tanulmány kulcskérdése, hogy miként befolyásolta a finanszírozás fenntarthatóságát az önkormányzatok új szabályozása.

Gárdos (2015) vizsgált a Magyar Államkincstár rendszerváltozást követő történetét, szervezetének evolúcióját, ezen kívül főbb feladatait, illetve meghatározó funkcióit a költségvetési szférában.

Sági (2015) vizsgált az önkormányzati hitelfelvétel szerepét a pénzügyi kapacitásra, illetve a kiskincstári rendszerek likviditást javító hatásait.

Lentner (2013) áttekintette a Kincstár szerepét az államháztartás operatív pénzügyi menedzsmentjében.

2012. január 1-től életbe lépett az Áht. 84. § (1) bekezdése alapján a helyi önkormányzat fizetési számláját választása alapján egy belföldi hitelintézet vagy a Kincstár vezetheti. (Áht, 2012) Ehhez kapcsolódóan az államháztartásról szóló törvény végrehajtásáról szóló 368/2011. (XII. 31.) Korm. rendelet (a továbbiakban: Ávr.) szabályozza, hogy a helyi önkormányzat és az irányításuk alá tartozó költségvetési intézmények fizetési számlát, illetve az önkormányzat a fizetési számlához kapcsolódó alszámlát csak egy pénzügyintézetnél nyithat, és csak egy fő fizetési számlával rendelkezhet. Az önkormányzat és az irányításuk alá tartozó intézmények a költségvetési gazdálkodásukkal és a pénzellátással kapcsolatos minden pénzforgalmukat e számlákon kötelesek lebonyolítani. (Ávr., 2011)

3. Anyag és módszer

Kutatásom során primer adatgyűjtési módszerekre támaszkodom, amely olyan adatgyűjtési mód, amely első kézből származó információkat nyújt számunkra. Ez lehet kvalitatív (amely nem számszerű eredményeket tartalmaz) illetve kvantitatív (mely csak számszerű adatokat gyűjt) kutatás is. Primer módszer a kísérlet, az interjú, a kérdőíves vizsgálat és a terepkutatás.

Tanulmányom során strukturálatlan kérdőívet alkalmazok, amelynél a számszerű adatokból később diagramokat készítek, a kifejtendő kérdésekből pedig következtetéseket vonok le. Az adatfelvételezés online felületen keresztül történt. A kérdőív online felületen elérhető volt 2018. augusztus 15-től 2018. szeptember 17-ig.

Az összehasonlítás szemléletesebbé tétele, valamint az egyszerűbb áttekinthetőség érdekében az adott kérdéskört táblázat és grafikon segítségével ábrázolom, amelyeknek a zömét Microsoft Office programok (Word és Excel) segítségével készítem el, de használom továbbá az SPSS statisztikai elemző programot is.

4. Eredmények

Ahogy már említettem, a tanulmány elkészítéséhez kérdőíves vizsgálatot alkalmaztam, amelynek struktúrája az alábbi volt: először személyes, a kitöltőre vonatkozó kérdéseket tettem fel, melyeknek kitöltése nem volt kötelező az anonimitás miatt, majd pedig a megyei önkormányzat bankolási szokásaira vonatkozó, illetve a Kincstárról kialakult képet tükröző kérdések következtek. A kérdőívre 13 válasz érkezett, 13 különböző megyei önkormányzattól. A kitöltők pozíciója két területet fed le, 55,6%-uk kormánytisztviselő/köztisztviselő, míg 44,4%-uk vezetői pozícióban dolgozik a megyei önkormányzatnál. A válaszadók 77,8%-a nő volt, illetve a kitöltők átlagkorosztálya 43 év.

A megyei önkormányzatoknak 2012. január 1-jétől törvény írja elő a kötelező Kincstári számlavezetést. A látókör szélesítése érdekében megkérdeztem az önkormányzatokat, hogy ezen időpont előtt, melyik pénzügyintézetnél vezették a számlájukat.

1. táblázat. Megyei önkormányzatok számlavezető pénzügyintézetének megoszlása 2012. előtt

	Megoszlás	%	Kumulált %
Cib Bank Zrt.	1	7,7	7,7
K&H Bank	1	7,7	15,4
OTP Bank	5	38,5	53,8
Raiffeisen Bank	6	46,2	100,0
Total	13	100,0	

Forrás: Kérdőíves vizsgálat alapján saját szerkesztés SPSS programmal, 2019

A 1. táblázaton látható, hogy a megyei önkormányzatok körében a legnépszerűbb pénzügyintézet meglepő módon a Raiffeisen Bank volt, ezzel maga mögé szorítva az OTP Bankot. A többi pénzügyintézet csak elenyésző részt képvisel a diagramon, a Magyar Államkincstár pedig meg sem jelenik. Kimondhatjuk tehát, hogy a törvényi szabályozás előtt egyik megyei önkormányzat sem vezette a számláját a Kincstárnál, tehát úgy gondolom, hogy megvan az a viszonyítási alapjuk saját véleményük formázásához, és ezzel a következő kérdések megválaszolásához.

A kérdőívet kitöltő önkormányzatok 38,5%-a több, mint 60 darab számlát vezet jelenleg a MÁK-nál, valamint szintén 38,5%-a csak 11-30 darab számlával rendelkezik ott, míg csupán 23,1%-a vallotta, hogy kevesebb, mint 10 számlát tart nyilván a Kincstár a nevük alatt. Ezen számok ilyen fokú eltérését valószínűleg az Európai Unió Projekt számlák száma okozza.

Haladva a sorban, a következőkben állításokat fogalmaztam meg, amelyeknél - mivel minden megyei önkormányzat megtapasztalta a Kincstári szolgáltatások minőségét - nem adtam lehetőséget „semleges” válasz megjelölésére, így a válaszokat 1-től 6-ig lehetett megjelölniük.

2. táblázat. Az egyes állításokra adott válaszok átlagai

	A Kincstári szolgáltatások színvonala legalább olyan jó, mint bármely más pénzügyintézeté	A Kincstári rendszerek modern rendszereknek nevezhetők.	A Kincstár díjak kedvezőbbek, mint más pénzügyintézetek díjai.	A Kincstár stabilabb háttérrel rendelkezik, mint más pénzügyintézetek	A Kincstár ügyfélszolgálatát megfelelően és gördülékenyen működtetik.	A Kincstári számlavezetés kevesebb kockázattal jár.	Ha nem lenne törvényileg előírva, akkor is a Kincstárnál vezetnénk a számláinkat.
Érvényes	13	13	13	13	13	13	13
Hiányzó	0	0	0	0	0	0	0
Átlag	2,38	2,15	2,62	3,69	3,31	4,00	2,15
Módusz	2	2	3	5	3	5	1
Szórás	,506	,689	1,325	1,437	1,032	1,000	1,144

Forrás: Kérdőíves vizsgálat alapján saját szerkesztés SPSS programmal, 2019

A táblázat (2. táblázat) nagyon jól visszaadja, hogy az első állításnál szembetűnően magas arányban nem értettek egyet az önkormányzatok az általam megfogalmazott állítással, amely szerint a Kincstári szolgáltatások színvonala legalább olyan jó, mint más pénzügyintézeté. Egy állítás esetében sem jelölték az önkormányzatok a „kifejezetten egyetért” lehetőséget, illetve

„nagyon egyetért” válaszok is csak a d) és az f) állítások esetén érkeztek. A g) feltételezésre, miszerint, ha nem lenne kötelező, akkor is a Kincstárnál vezetnék számláikat érdekes válaszokat kaptam. Volt olyan megyei önkormányzat, aki a sok negatívum ellenére maradna a MÁK-os számlánál. Ez azzal magyarázható, hogy amennyiben Kincstári számlát ad meg az önkormányzat Európai Unió projekt esetén, akkor a támogatási előleg 100%-át lehívhatja, és önerő nélkül elkezdődhet a beruházás. Kifejtették azonban, hogy ha ez a 100%-os előleg nem lenne Kincstári számlához kötve, akkor valószínűleg egy számlát sem szeretne megtartani a jelenlegiekből.

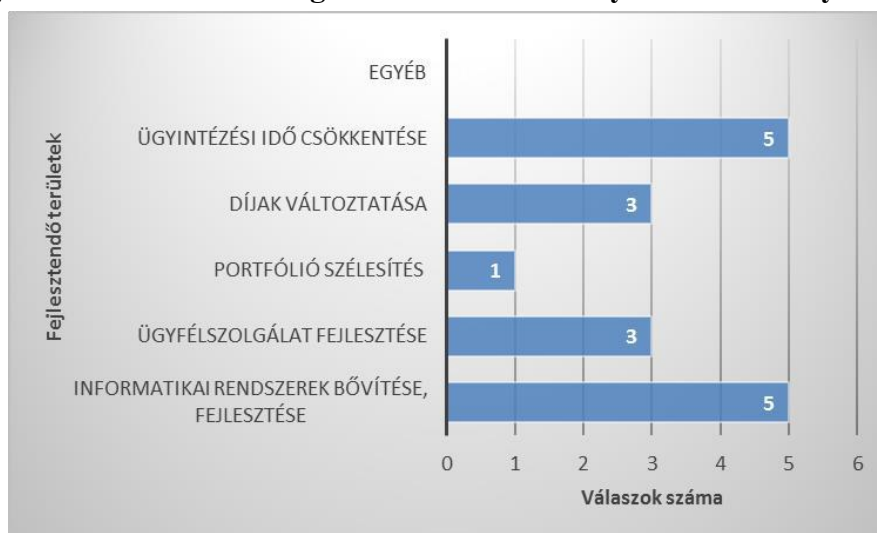
Szerettem volna Chi-négyzet tesztet készíteni ezen állításokkal kapcsolatban. Először az előző pénzügyintézet szerinti megoszlást vizsgáltam, de egyik állítás esetében sem volt tapasztalható az összefüggés a válaszok, valamint az előző számlavezető pénzügyintézet között, statisztikai összefüggéseket feltárnom.

A következő próbálkozás a Kincstárnál vezetett számlák száma, valamint az állításokra adott válaszok közötti összefüggést kereste. Ebben az esetben sem volt felfedezhető az kapcsolat.

Végül a válaszadó pozíciója és a válaszok közötti összefüggést keresve sem jártam sikerrel a Chi-négyzet teszt esetében a megyei önkormányzatoknál.

Azonban kikértem a megyei önkormányzatok véleményét is, hogy szerintük melyek azok a területek, amelyek fejlesztésre szorulnak a Kincstárnál:

1. ábra. Fejlesztendő területek megoszlása az önkormányzatok véleménye alapján



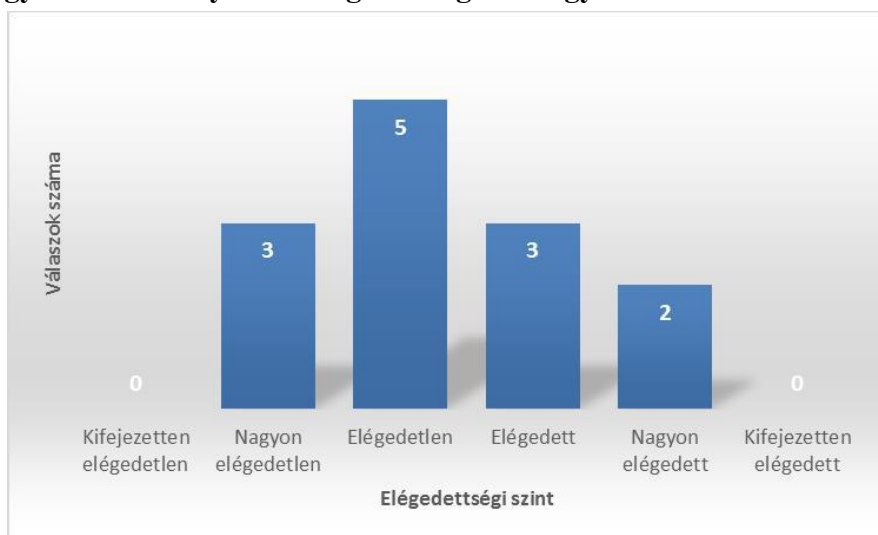
Forrás: Kérdőíves vizsgálat alapján saját szerkesztés, 2019

Fej- fej mellett végzett az informatikai rendszer bővítésére és az ügyintézési idő csökkentésére vonatkozó állítások, a korábban már megfogalmazok indoklások mellett, úgy gondolom érhető, hogy miért. Második helyen landolt a díjak változtatása és az ügyfélszolgálat fejlesztése. A díjak változtatására irányuló módosításokkal nem értek egyet, hiszen a piacon a Magyar

Államkincstár díjai a legalacsonyabbak és minimális profitot hoznak ezzel a MÁK számára, így ennél alacsonyabb árakon nem érné meg a Kincstár számára sem a számlavezetés.

Kérdőívem lezárásaként megkérdeztem az önkormányzatokat, hogy összességében mennyire elégedettek a Magyar Államkincstárral, amelyre szintén nem engedélyeztem a semleges választást.

2. ábra. Megyei önkormányzatok elégedettsége a Magyar Államkincstárral



Forrás: Kérdőíves vizsgálat alapján saját szerkesztés, 2019

A diagramon (2. ábra) látszódik, hogy igen megosztó válaszok születtek, hiszen volt olyan önkormányzat is aki „nagyon elégedett” a kapott szolgáltatásokkal, de akadt olyan is aki „nagyon elégedetlen”. Ha összességében nézzük a diagramot, akkor kirajzolódik, hogy átlagban inkább elégedetlenek az önkormányzatok, mint elégedettek, és ezt nem csak ez, de a már korábban bemutatott diagramok is alátámasztják.

5. Következtetések, javaslatok

Első hipotézisemet megbukottnak jelöltem a fenti táblázatban, hiszen az önkormányzatok véleménye alapján egyértelműen leszűrhető, hogy úgy gondolják, nem éri meg a Kincstári számlavezetés, hiszen sem kamatot, sem pedig megfelelő rendszereket nem biztosítanak számukra.

Második hipotézisem szintén megbukott, hiszen a megyei önkormányzatok összesen két érvel rendelkeznek a Kincstári számlavezetés mellett: a törvényi szabályozás valamint a 100%-os projekt előlegek.

Ezeket felül fontosnak tartom megjegyezni, hogy a megyei önkormányzatok nagyobb része nem szereti a Kincstárnál vezetni a számlájukat. Ennek több kiváltó oka is van, amelyek összefoglalva a következők:

- régi, elavult, DOS alapú rendszerek,
- rendszerekhez való hozzáértés, valamint tréningek hiánya,
- lassú ügyintézés,
- készpénzfelvételi lehetőségek akadályai,
- hitelfelvételi lehetőségek, kamatfizetés hiánya.

Ezek alapján javaslom a fent említettek fejlesztését a Magyar Államkincstár számára, hogy ügyfeleik elégedettebbek lehessenek szolgáltatásaikkal, valamint, hogy megnyíljanak a lehetőségek az új ügyfelek saját akaratú belépéséhez.

Hivatkozott források

ÁHT (2012): az államháztartásról szóló 2011. évi CXCV. törvény [Kihirdetve: 2011. december 30.]

ÁVR (2011): az államháztartásról szóló törvény végrehajtásáról szóló 368/2011. (XII. 31.) Korm. rendelet [Hatályos: 2018. január 1.]

Cernenko, T. - Ferciková, V. - Zárska, E. - Novotná, S.(2015): Slovakia - A country study. Prosperitas 2(1) 162-179 pp.

Charta (1997): 1997. évi XV. törvény a Helyi Önkormányzatok Európai Chartájáról szóló, 1985. október 15-én, Strasbourgban kelt egyezmény kihirdetéséről [Kihirdetve: 1997. március 28.]

Fellegi M. (2015): Új finanszírozási és helyi adórendszer: Élet az adóssághozkonzolidáció után. Prosperitas 2(1) 111-122 pp.

Gárdos Cs. (2015): A kincstári rendszer létrejötte, fejlődése, bővítési stratégiák, lépések a szubszidiaritás irányába. Prosperitas 2(1) 81-97 pp

Kohariné dr. Papp E. (2002): Államháztartási ismeretek (Budapest Perfekt, Budapest)

Sági J. (2015): A bankszféra szerepe és érdekeltsége a helyi önkormányzati kincstári rendszerek kialakításában és működtetésében. Prosperitas 2(1) 98-110 pp.

Sivák J. - Zsugyel J. (2015): Közpénzügyi feladat- és forrásmegosztási gyakorlat értékelése az OECD ajánlásainak és néhány kelet-közép-európai ország tapasztalatainak tükrében. Prosperitas 2(1) 43-61 pp.

Bevásárló közösségének evolúciójának jellemzői Magyarországon

Kápolnai Zsombor¹

Összefoglalás

A magyarországi bevásárló közösségek a rövid ellátási lánc dinamikusan fejlődő elemei közé tartoznak napjainkban is. A bevásárló közösségek számára fontos kommunikációs felülete a közösségi média. Jelen tanulmány a magyarországi bevásárló közösségek fejlődését és annak fogalmi meghatározásait, valamint a közösségi médiában való megjelenésüket kívánja bemutatni. A bevásárló közösségek fogalmi definíciójának szintéziséhez a szakirodalmi források mellett a szervezetek honlapjain és egyéb online felületein elérhető megfogalmazásokat is felhasználtam.

1. Bevezetés

A bevásárló közösség a Magyarországon is egyre népszerűbb rövid ellátási lánc egyik, ha nem is a legismertebb de kétségtelenül fontos eleme. A Nyugat-Európában már közel 30 éves múltra visszatekintő mozgalom, hazánkban a 2000-es évek második felében „indult be”. A kezdeti lendületet segítette a 2010. évben meghozott kistermelői rendelet, mely a helyi gazdaságban érdekelt szereplők körét jelentős mértékben kiszélesítette. A törvény „liberalizmusa” rendezte a korábban a gyakorlatban végzett, ám a hatályos előírásoknak nem megfelelő tevékenységek körét. Így például a helyi termékek előállítására és kereskedelmére is szabályozásra került.

Maga a bevásárló közösség egy összetett jelenséget takar, mely ötvözi magában az egészséges életmódot, a környezettudatos gondolkodást és lokálpatriotizmust is.

A bevásárló közösségek a fővárosban alakultak meg, majd a vidéki nagyvárosokban jelentek meg (a teljesesség igénye nélkül néhány: Miskolc, Debrecen, Kecskemét, Nyíregyháza, Tatabánya. Látható, hogy a budapesti Agglomerációban is jelen vannak például Csömörön, Fóton, Veresegyházon is.

A bevásárló közösségek pontos számát nem ismerjük, ennek hivatalos statisztikai számbavétele nem történt még meg. Szakmai szervezetek által közétett listák érhetőek el, ezek közül legismertebb a Tudatos Vásárlók Egyesülete által közétett adatbázis.

¹ PhD hallgató, Szent István Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar, Enyedi György Regionális Tudományok Doktori Iskola, Gödöllő, kapolnaisombor@gmail.com

2. Anyag és módszer

A tanulmány elkészítéséhez a Tudatos Vásárlók Egyesülete által közölt magyarországi bevásárló közösségeket tartalmazó adatbázis használtam. A bevásárló közösségek fogalmi definíciójának szintéziséhez a szakirodalmi források mellett a szervezetek honlapjain és egyéb online felületein elérhető megfogalmazásokat is felhasználtam. A szervezetek közösségi média felületeinek tartalomelemzését is elvégeztem, az elemzést több részletben szeretném közzétenni, fontosabb megállapításait tartalmazza jelen tanulmány.

3. A bevásárló közösség fogalmi megközelítése és fejlődéstörténete Magyarországon

A bevásárló közösség fogalmi meghatározása a rövid ellátási lánc más elemeihez hasonlóan vö helyi termék, nem egyszerű feladat. Számos megfogalmazás igyekezett az utóbbi években leírni a jelenséget. (G.Fekete 2009, Czene-Ricz 2010, Handlerné et al 2012, Kápolnai 2017, Ritter –Nagy-Tóth 2012, Helyi Termék Kézikönyv 2015) Annyi bizonyos, hogy a bevásárló-közösségek szorosan kapcsolódnak a rövid ellátási lánc működéséhez.

Elsőként érdemes tisztázni a fogalmi alapokat. Az összetett szó két részét külön vizsgálva „bevásárló” vagy vásárló döntést hozó személy, aki valamilyen szükségletet elégíti ki. Az Új Magyar Lexikon így ír a közösségről 1962-ben: „társadalmi csoport, amelyet az alkalmi v. csupán korlátolt célokra alakult társulásokkal szemben a közös érdekek alapján nagyfokú állandóság, az élet számos területére kiterjedő összetartozási tudat és együttműködés, többnyire közös eszmék birtoka is jellemez”(Új Magyar Lexikon). A „közösség” egyike a teret alakító és legalapvetőbb társadalmi funkcióknak (Berényi 1992). A közösségek gazdasági szerepére világít rá G. Fekete Éva és Siposné Nándori Eszter (2013):

„A közösségek, a természetes és szervezett társadalmi csoportok, hálózatok a jólléthez szükséges „társas lét”-en kívül a gazdaság szempontjából is fontos társadalmi tőke elsődleges forrásait is jelentik.”¹

Induljunk ki abból, hogy a bevásárló közösség fogalmának beazonosításához legpraktikusabb, ha a működő bevásárló közösségek által használt meghatározásokat vesszük alapul.

A bevásárló közösség, mint a rövid ellátási lánc eleme, a kétezres évektől jelenik meg Magyarországon civil kezdeményezés eredményeként. A bevásárló közösségek hazai listáját is összeállító Tudatos Vásárlók Egyesülete foglalkozik a fogalmi megközelítésekkel, amennyiben a közösségi gazdaság, a dobozrendszer és a bevásárló közösség definícióját is megadja, bár ezek egymáshoz való viszonyára ugyanakkor nem mutat rá.

¹ G. Fekete Éva és Siposné Nándori Eszter (2013) Társadalom térszerkezete

Most vizsgáljuk meg, hogy a legismertebb magyarországi bevásárló közösség, a Szatyorboltot is működtető Szatyor Egyesület miként értelmezi a bevásárló közösség fogalmát! Fontos megjegyezni, hogy az Egyesület előzményét a Tudatos Vásárlók Egyesülete néhány tagjának köszönheti, akik már 2005-ben kezdték a bevásárló közösség megszervezését, amely nem vezetett eredményre (Kajner-Lányi-Takács). A Szatyor Egyesület a bevásárló közösséget laza csoportként definiálja, melynek tagjai a számukra szükséges mennyiségű élelmiszert fogyasztják el, valamint az élelmiszer termelés teljes folyamatába betekintést engednek a vásárlóknak. A bevásárló közösséget hosszú távon vásárlási formaként képzelel el.¹

A Szatyor Egyesület egyik alapítója Kármán Erika egy interjúban a Szatyor bevásárló közösséget a „bolt” előzményeként értelmezte- utalva arra, hogy a bevásárló közösség egyik eleme a tudatos vásárlásnak., amelynél a bolt magasabb szervezetségi szintet képvisel²

A Szatyor bevásárló közösség mintájára több vidéki nagyvárosban (Kecskemét, Debrecen) szatyor név alatt jöttek létre bevásárló közösségek. Ezen szervezetek a fővárosban működő modellt vették át a helyi igényekre alakítva. Vannak nagyon minimalista besárló közösség-megfogalmazások is: a Debreceni és Kecskeméti Szatyor például önmagát egyszerűen „kapcsolatként” definiálja, nem végez sem kereskedelmi sem szolgáltató tevékenységet.³ Kétségtelen tény, hogy a bevásárló közösségek egyik legfontosabb jellemzője a „kapcsolat” a vevő és az eladó között, bár az is tapasztalat, hogy a bevásárló közösség honlapja maga is egy szolgáltatás.

A továbbiakban érdemes körüljárni, hogy a bevásárló közösség valóban felfogható-e egy a boltrendszerrel megelőző kezdetleges kereskedelmi közvetítő formának? A tapasztalatok azt mutatják, hogy elméletileg megvan arra a lehetőség, hogy egy bevásárló közösség fejlődéstörténete elvezessen valamilyen bolt(hálózat) kialakulásához. De nem szükségszerűen. Ráadásul fontos megjegyezni azt is, hogy olyan is van, amikor egy bolti kereskedelemmel fejlődött bevásárló-közösség visszaalakul a hagyományos bolt nélküli bevásárló-közösségi szintre. Ez a tudatos „visszafejlesztés” jelent meg például a budapesti Szatyorbolt esetében is 2019 januárjától. Az utóbbi években a Szatyorbolt vásárlói átvételekor már nem találkoztak személyesen a termelőkkel, így a vevők és termelők közötti közvetlen kapcsolat nem valósult meg. Persze az is igaz, hogy 2019-től ismételten erősíteni kívánja a Szatyorbolt a vevők és termelők közötti közvetlen kapcsolatot. A bevásárló közösségek tevékenységének sarkalatos pontja ugyanis a közvetlen kapcsolat fenntartása. A Szatyorbolt tehát 2019-től úgy működik, hogy lesz közvetlen találkozás vevők és termelők közt: a „dobozok” melyeket a vevők a Szatyorboltban vesznek át heti rendszerességgel- ismételten a Szatyorboltban kerülnek majd összeállításra a termelőkkel közösen. Így a vásárlók nem pusztán az összeállított „dobozokat” kapják meg, hanem a termelőkkel is személyesen találkozhatnak. Ugyancsak a termelői kínálat

¹ <http://szatyorbolt.hu/bevasarlo-kozosseg>

² <https://tudatosvasarlo.hu/cikk/szatyor-bolt-bevasarlo-kozosseg-ok-bolt-es-zold-catering-egyben>

³ http://www.szatyordebrecen.hu/site/index.php?option=com_content&view=article&id=3&Itemid=113

és a vevő találkozását segíti, hogy a Szatyorboltban 2019-től ismételten fog működni az ún. Mini-Piac, melynek keretében hétről-hétre más termelő kínálja személyesen is a termékeit.¹

A Szatyorbolt fentiekben bemutatott példája azt mutatja, hogy a bevásárló-közösség egy sajátos kereskedelmi közvetítő forma. Ezzel cseng össze az egyik legfiatalabb magyarországi bevásárló közösség megfogalmazása is, mely 2018 őszén indult Tatai Portéka néven. Igaz, hogy vásárlási formaként nevezi meg a tevékenységet, de lényegében ugyanarról beszél, mint a Szatyorbolt. „A bevásárló közösség olyan vásárlási forma, amely biztosítja a vevők és a termelők közvetlen kapcsolatát, ezen keresztül a kereslet és a kínálat még hatékonyabb találkozását. A vásárlás előre leadott rendeléseken keresztül történik, szem előtt tartva a közösség és a környezet érdekeit is.”²

Az Esztergomi Kiskosár Közösség kicsit máshová teszi a meghatározásban a hangsúlyt: a bevásárló közösséget a helyi termékekhez való hozzájárás egy újszerű módjának, a rövid élelmiszer ellátási lánc egyik formájaként definiálja.³ Ez a megfogalmazás köszön vissza az Egyél helyit címmel kiadott bevásárló közösségek indítását segítő kiadványban is, melyben több hazai bevásárló közösség is bemutatásra kerül. (Egyél helyit 2017). A Nyíregyházi Kosár Bevásárló Közösség szintén a helyi termékek népszerűsítését, valamint a helyi gazdaság fejlesztését tartja a legfontosabbnak.⁴ Az Érden alakult Natúrkosár Bevásárló Közösség a célkitűzései lényegként azt fogalmazta meg, hogy a cél az, hogy a célcsoportokhoz közvetlenül a környék termelőitől eljussanak a friss, organikus gazdálkodásból származó élelmiszerei⁵ A Borsodi Kosár Kör- mely az előbb említett Natúrkosárhoz hasonlóan már nem működik, azonban működésük során az élelmiszer előállítók mellett kézművesek csatlakozását is várta –a csere és vásárlókörhöz. A csere- fogalma a vizsgált bevásárló-közösségek között kizárólag itt jelent meg.⁶

Rendkívül fontos tapasztalati tény, hogy a bevásárló közösség fogalmi meghatározása ugyanannak a közösségnek az életében is változik. Ennek fő oka, hogy szükségszerűen átalakulások jellemzik a bevásárló közösségek formálódását a fejlődésük során. A 2011-ben indult Csömöri Éléskamra Bevásárló Közösség például a megnövekedett vásárlói érdeklődés miatt már nem tudta az előrendelést és a termékek-átadását koordinálni, így a tagok úgy döntöttek, hogy termelői piacként működnek tovább (Uzászi 2013). A csömöri bevásárló

¹ <http://szatyoregyesulet.hu/hu/valtozasok-a-bevasarlo-kozossegen/>

² http://www.tata.hu/18193/helyi_bevasarlo_kozossege_szervezodik_tatan

³ <https://kiskosarbolt.hu/bevasarlo-kozossege>

⁴ <http://www.nyiregyhazikosar.hu/>

⁵ <http://kornyeztudatoselet.hu/minden-ami-bio/bevasarlo-kozossegek/natur-kosar-bevasarlo-kozossege>

⁶ <https://www.facebook.com/magyararuk/posts/kedves-mindny%C3%A1ljanszervez%C3%BCnk-egy-termel%C3%B5i-v%C3%A1s%C3%A1rl%C3%B3i-koz%C3%A1r-%C3%A9s-cserek%C3%B3rt-borsod-megy/589250614452504/>

közösség termelői piaca 2013 szeptembere óta működik. A termelői piacon egyes árusoknál továbbra is lehet előzetesen rendelni, azonban a közösségnek ez már nem elsődleges funkciója.

A témához szorosan kapcsolódó termelői piacok életciklusáról részletesen ír Szabó Dorottya (Szabó 2016). A bevásárló-közösségek példáit vizsgálva is igazolódik, hogy a bevásárló közösségek működésében is tapasztalható egyfajta életciklus.

A gyakorlatban működő bevásárló közösségek a helyi termelők támogatását, a vásárlók teljesskörű információkkal történő ellátását tartják a bevásárló közösségek jellemzőinek¹

A bevásárló közösség gyűjtőfogalomként jelenik meg Magyarországon, mely számos tevékenységet magába foglal, amelyeket a szakirodalom a bevásárló közösségekkel együtt a rövid ellátási lánc elemeiként jelenít meg (Nemzeti Vidékstratégia 2014).

4. Közösségi média

A rövid ellátási láncok újszerű eszközeinek sikeres működésében az internet kínálta lehetőségek kihasználása fontos szempont.²

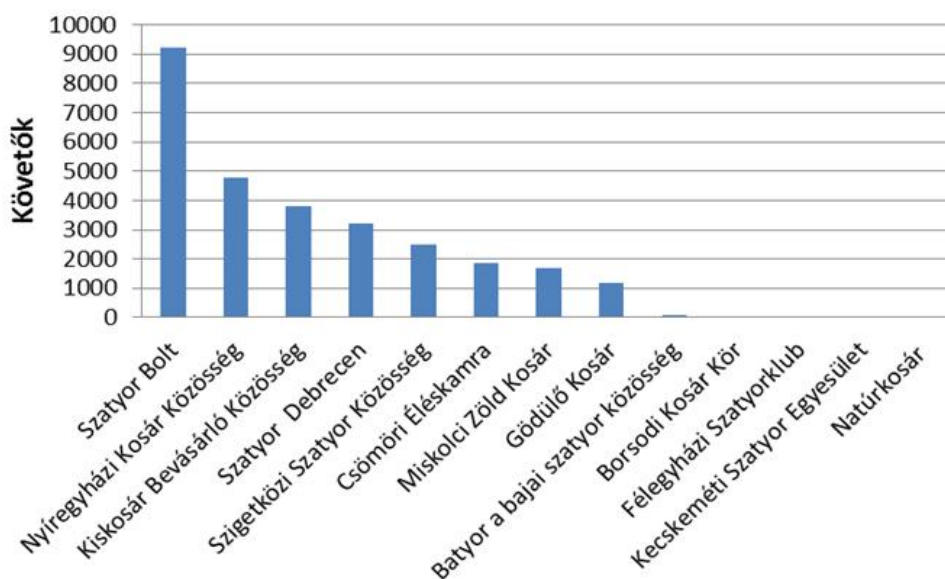
A termelők oldaláról az egyik legjellemzőbb hiányosság a marketing ismeretek nem megfelelő szintje (Szabó 2016). E hiányosság csökkentésében segíthet a modern marketingeszközöket alkalmazó bevásárló közösség. A gyakorlatban azonban a bevásárló közösségek marketing tevékenysége a közösségi médiában (sem) valósul meg, oly mértékben ahogyan azt az internetes rendelést alaptevékenységként hirdető csoportosulások esetében szükséges lenne.

A vizsgált kosárközösségek közül 8 facebook oldalának van 1000-nél több követője, legtöbb követővel a hazai bevásárló közösségek zászlóshajója a Szatyor Bolt rendelkezik (1.ábra). A vásárlókkal történő folyamatos kommunikáció hiánya a bevásárló közösségek megszűnését jelentheti, ez a Kecskeméti Szatyor Egyesület esetében fenyeget.

¹ <http://www.enkosaram.hu/page/homepage>

² Rövid élelmiszerláncok kialakítása lehetőségeinek vizsgálata Somogy és Zala megyében
http://agrishort.eu/sites/default/files/file/agrishort_tanulmany_bifu.pdf

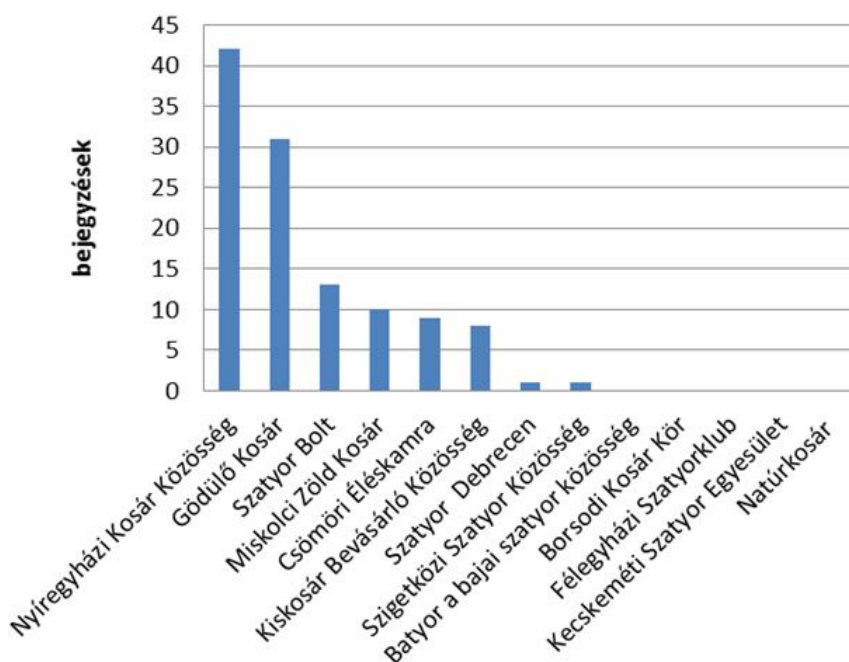
1. ábra. A vizsgált bevásárló közösségek követőinek száma a Facebookon 2018 november



Forrás: Bevásárló Közösségek Facebook oldalai alapján saját szerkesztés, 2019

A bevásárló közösségek közül a Nyíregyházi Kosár Közösség volt a vizsgált időszakban (2018 október hónap) a legaktívabb közösségi médiában. A Facebook követők miatt a napi gyakorisággal közét tett bejegyzésekre van szükség, mivel csak így biztosított az oldal folyamatos megjelenése a követők hírfolyamában. A naponta történő bejegyzés közétévés csupán két bevásárló közösség Nyíregyház Kosár Közösség és a Tatabányai Gördülő Kosár Közösség esetében valósul meg. (2. ábra).

2. ábra. A vizsgált bevásárló közösségek facebook bejegyzéseinek száma 2018 október (db)



Forrás :Bevásárló Közösségek Facebook oldalai alapján saját szerkesztés, 2019

5. Következtetések

A bevásárló közösség gyűjtőfogalomként jelenik meg Magyarországon, mely számos tevékenységet magába foglal, amelyeket a szakirodalom a bevásárló közösségekkel együtt a rövid ellátási lánc elemeiként jelenít meg (Nemzeti Vidékstratégia 2014).

A gyakorlatban működő bevásárló közösségek a helyi termelők támogatását, a vásárlók teljeskörű információkkal történő ellátását tartják a bevásárló közösségek jellemzőinek¹. A bevásárló közösséget a helyi termék értékesítésének egy formájaként is értelmezhetjük.

A bevásárló közösségek közösségi médiában történő megjelenése a gyakorlatban nem támasztja alá a közösségek innovatív jellemzőit. A bejegyzések száma és a közösségi oldalak követőinek száma is jelentős különbségeket mutat. A közösségi médiában folytatott tevékenységnek a modern tartalommarketing elemeinek használatával kell, hogy megvalósuljon a jövőben is a bevásárló közösségek még hatékonyabb működésé érdekében.

Hivatkozott források

Benedek Zsófia (2014): A rövid ellátási láncok hatásai. Összefoglaló a nemzetközi szakirodalom és a hazai tapasztalatok alapján. MTA Közgazdaság- és Regionális Tudományi Kutatóközpont Közgazdaság-tudományi Intézet, Budapest

Berényi István (1992): Szociálgeográfia. Elte-Eötvös Kiadó. Budapest p. 150

Czene Zsolt-Horkay Nándor-Ricz Judit (2010): Helyi gazdaságfejlesztés Ötletadó megoldások, jó gyakorlatok. Területfejlesztési Füzetek 2. Budapest VÁTI Nonprofit Kft. Területi Tervezési és Értékelési Igazgatóság Stratégiai Tervezési és Vidékfejlesztési Iroda 2010

Egyél velünk helyit (2017): Lőrinczi Zsuzsanna (szerk.) Esztergomi Környezetkultúra Egyesület Esztergom p. 58.

G.Fekete Éva-Siposné Nándori Eszter (2013): A társadalom térszerkezete. Miskolc p. 159

G. Fekete Éva (2014): Helyi termékek, szolgáltatások elismertségének erősítése a Borsod-Torna-Gömör Akciócsoport területén. Reg—Lex Bt. p.150.

Handlerné Makkos Dalma- Ónodi Zsolt- Schwertner János (2012) Kincs ami nincs- Esettanulmány mint módszer a helyi gazdaság-fejlesztési kezdeményezések értékelésében és tervezésében in: Falu Város Régió 2012/1-2. pp. 25-32

¹ <http://www.enkosaram.hu/page/homepage>

Kápolnai Zsombor (2017): A kiskereskedelem és a szolgáltatások térbeli jellemzői Pest és Nógrád megye aprófalvaiban. pp. 59-68 In. A Falu. 32/1.

Kérdő Andrea (2008): A tartalomelemzés elmélete és gyakorlati alkalmazása, Budapesti Gazdasági Főiskola, szakdolgozat p.57.

Rapkay Bence– Illés Sándor–Stárics Roland (2013): A helyi gazdaságfejlesztés egyes gondolati előzményei és következményei In.: Földrajzi Közlemények 137. 1. pp. 28–39.

Réthy K. – Dezsény Zoltán. (2013): Közösség által támogatott mezőgazdaság, ÖMKI, Budapest, 27.o.

Ritter Krisztián – Nagy Henrietta – Tóth Tamás (2012): Hátrányos helyzetű vidéki térségek és helyi fejlesztési lehetőségeik egy észak-magyarországi példán keresztül. in.: Lukovics Miklós – Savanya Péter (szerk.) 2013:Új hangsúlyok a területi fejlődésben. JATEPress, Szeged, 224-242. o.

Szabó Dorottya (2014): A rövid ellátási láncban rejlő lehetőségek és veszélyek. Magyarországon Acta Carolus Robertus 4. év. 2. szám

Új Magyar Lexikon K-Me 4. kötet Akadémiai Kiadó, Budapest. p. 627.

Ujszászi Erika (2013): Termelői piac nyílik Csömörön. In.: Csömöri Hírmondó XXI./8. pp. 12-13.

Vidékfejlesztési Program Kézikönyv (2015) Reszkető Tímea (szerk.) Nemzeti Agrárgazdasági Kamara Budapest p. 92.

Internetes források

Bajai Szatyor Bevásárlóközösség

<https://www.facebook.com/bajaiszatyor/>

Borsodi Kosár Kör

<https://www.facebook.com/magyararuk/posts/kedves-mindny%C3%A1janszervez%C3%BCnk-egy-termel%C3%B5iv%C3%A1s%C3%A1rl%C3%B3i-kos%C3%A1r-%C3%A9s-cserek%C3%B6rt-borsod-megy/589250614452504/>

Rövid élelmiszerláncok kialakítása lehetőségeinek vizsgálata Somogy és Zala megyében

http://agrishort.eu/sites/default/files/file/agrishort_tanulmany_bifu.pdf

Helyi bevásárló közösség szerveződik Tatán

http://www.tata.hu/18193/helyi_bevasarlo_kozosseg_szervezodik_tatan

Szatyor bolt: bevásárló közösség, öko bolt és zöld catering egyben

<https://tudatosvasarlo.hu/cikk/szatyor-bolt-bevasarlo-kozosseg-oko-bolt-es-zold-catering-egyben>

Horváth Attila (2017): Amit az online fizetési megoldásokról tudni kell

<https://kosarertek.hu/uzemeltetes/amit-az-online-fizetesi-megoldasokrol-tudni-kell/>

Kujáni Katalin (2015): Hogyan működik a rövid ellátási lánc Magyarországon előadás

Kistermelői élelmiszerek útja a fogyasztókhöz. Hogyan működik a rövid ellátási lánc?

Országos nyári szakmai konferencia 2015. július 27. Környezettudatosság a mindennapokban

<http://kornyeztudatoselet.hu/minden-ami-bio/bevasarlo-kozossegek/natur-kosar-bevasarlo-kozosseg>

Működő közösségi gazdaságok, dobozrendszerek és bevásárlóközösségek

<https://tudatosvasarlo.hu/cikk/mukodo-kozossegi-gazdasagok-dobozrendszerek-es-bevasarlokozossegek>.

Helyi termelői piac kereső, Nemzeti Agrárgazdasági Kamara

<http://www.nak.hu/termeloi piac-kereso?view=items>

Szatyorbolt Rólunk

<http://szatyorbolt.hu/bevasarlo-kozosseg>

Változások a bevásárlóközösségben egy fenntarthatóbb Szatyorért

<http://szatyoregyesulet.hu/hu/valtozasok-a-bevasarlo-kozossegben/>

Szabó Dorottya előadása

www.mrtt.hu/vandorgyulesek/2013/01/szabo_dorottya.pptx

Versenyben a munkavállalókért - Az employer branding hatása a munkavállalók munkahely-választási preferenciáira

Kovács Kata¹

Összefoglalás

A kutatásom témája a hazai szervezetek munkaadói márkájának helyzete és megítélése a munkavállalók szemszögéből, ezen belül pedig a munkahelyi egészségmegőrzés-, és fejlesztés lehetőségei, helyzete és a hozzá kapcsolódó munkavállalói attitűdök, illetve a munkaadói márkára gyakorolt hatása. Kutatásomban a munkavállalók attitűdjeit, illetve a munkáltatóknál megfigyelhető egészségmegőrzésre-, és fejlesztésre, valamint annak kommunikációjára vonatkozó folyamatokat vizsgálom. Tanulmányomban a munkáltatói szinttel foglalkozom, sorra veszem azokat a megoldásokat, amelyek egy felelős, a munkavállalók egészségét versenyelőnynek tekintő, az egészségmegőrzés-, és fejlesztés kérdéskörét stratégiai kérdésként kezelő vállalat számára felmerülhetnek az egészségtervük kialakításakor. Kutatásom részeként egy legalább 100 fős munkavállalói minta segítségével megvizsgálom azt, hogy milyen attitűdjei vannak a munkavállalóknak az egészségmegőrzéshez és -fejlesztéshez kapcsolódóan, valamint, hogy milyen elvárásaik vannak a munkáltatókkal szemben, milyen igényeik vannak, milyen eszközöket, módszereket preferálnak.

Kulcsszavak: munkahelyi egészségmegőrzés, egészségfejlesztési lehetőségek, employer branding, munkavállalói igények

JEL kód: M51

1. Bevezetés

A munkahelyi egészségfejlesztés, vagyis az alkalmazottak és a munkavállalók egészsége és jólléte, alapvető érdeke minden egyes gazdaságilag sikeres, profitorientált vállalatnak. Nem csak költségcsökkentő hatásai vannak, hanem számos további előnyt rejt magában, amelyek közvetett módon javíthatják a cég eredményességét is. (CG & Partners Kutató és Tanácsadó Kft) Javítja a munkavállalók egészségi állapotát, szellemi és fizikai állóképességét, személyes készségeit, egészségtudatosságát és vonzóbbá teszi a munkahelyről kialakult képet. (Európai Munkahelyi Biztonsági és Egészségvédelmi Ügynökség, 2012) Csökken a stressz, így csökkennek a munkahelyi megbetegedésekből származó költségek is, nő a termelékenység és az innováció. A betegállományi statisztika hosszútávú javulásából a munkavállalók is profitálhatnak, mivel csökken az egy főre jutó megterhelés, kialakul egy pozitív munkahelyi

¹ egyetemi hallgató, Szent István Egyetem, Gazdaság és Társadalomtudományi Kar, Gödöllő; kovacs-kata1995@gmail.com

klíma, amely növeli a munkahelyi jóllétet és a munka iránti elkötelezettséget, az egymás és a cég iránti bizalmat is. Ezek a hatások a munkavállalók családjában, baráti körében is érződni fognak, ezzel pedig eljutottunk a társadalmi haszon területére, a szociális ellátórendszerben jelentkező előnyökhöz is, hiszen ezáltal csökkennek az egészségügyi és rehabilitációs költségek és nő a munkában eltöltött évek száma. (CG & Partners Kutató és Tanácsadó Kft)

A téma nem újszerű, mégis úgy tűnik, hogy a hazai munkáltatók nem érzékelik a helyzet súlyosságát, a munkahelyi egészségfejlesztés fontosságát és létjogosultságát. Tanulmányomban éppen ezért a munkavállalói attitűdöket és elvárásokat vizsgálom, valamint azt, hogy mit tudnának tenni a munkáltatók annak érdekében, hogy egészségesebb munkahelyként tudjanak működni.

2. Irodalmi áttekintés

2.1. Fogalomtisztázás

Munkahelyi egészségfejlesztés definíciója az ENWHP Luxemburgi Deklarációja szerint a következő: „A munkahelyi egészségfejlesztés a munkaadók, a munkavállalók és a társadalom valamennyi olyan együttes tevékenységét jelenti, amely a munkahelyi egészség és jól-lét javítására irányul. A cél eléréséhez szükséges lépések és eszközök: a munkaszervezet javítása, a dolgozói részvétel biztosítása és a személyi kompetencia fejlesztése.” (ENWHP Luxemburgi Deklarációja, 1997)

Kapás megfogalmazása az embert helyezi a középpontba, az ő megfogalmazása nem specifikáltan a munkahelyi egészségfejlesztésre fókuszál, hanem általában az **egészségfejlesztésre**. Szerinte „az egészség-fejlesztés egy olyan folyamat, amelynek célja az, hogy minden emberben fokozott mértékben működjön az egészségtudat, és ezáltal képessé váljon egészségének megerősítésére”. (Kapás, 2007)

2.2. A munkáltatók cselekvési lehetőségei

Ergonómia

A munkahelyi egészségvédelem – ezáltal pedig az egészségfejlesztésé is - egyik alapvető feltétele a megfelelő ergonómia. A munkakörnyezet meghatározó jelentőséggel bír az ember testi és szellemi állapotára, ezért a munkakörnyezetet olyanná kell formálni, hogy az a legkevésbé legyen ártalmas. A fokozott megterheléssel járó tevékenységeket például kiválthatjuk robotika alkalmazásával, a vegyi anyagok gőzei ellen elszívó berendezéseket, a zajártalmak ellen hangszigetelést és hallásvédőket alkalmazhatunk. (CG & Partners Kutató és Tanácsadó Kft) Az irodai munkavégzést igénylő munkakörök esetében is van lehetőség a munkaköri ártalmak csökkentésére, ez esetben a korszerű monitorok, az ülőlabdák vagy a megfelelően kialakított székek enyhíthetik az ülőmunkából adódó gerincbántalmakat.

A munkavédelem egy hierarchikus folyamat, amely az alábbi módon épül fel: (Kapás, 2007)

- 1) megszüntetés: az ártalmakat a keletkezés helyén meg kell szüntetni
- 2) helyettesítés: ha az ártalom forrása nem szüntethető meg, akkor egy kevésbé károsító megoldásra kell törekedni
- 3) műszaki kontroll: rendszeres karbantartás, ellenőrzés, javítás a megelőzés érdekében
- 4) adminisztratív kontroll: új munkautasítások kialakítása a balesetek megelőzése érdekében, képzés, szervezési intézkedések
- 5) egyéni védőeszköz biztosítása: megfelelő műszaki kialakítású, jó állapotú, előírt védelmi képességgel rendelkező munkaeszköz biztosítása, amelyet a munkavállaló az előírt módon használ.

Munkahelyi sportolási lehetőségek, rendszeres mozgást támogató kezdeményezések

A testmozgás a relaxáció egyik olcsó és hatékony eszköze. (Juhász, 2002) Ezért munkahelyi egészségfejlesztés egyik legelterjedtebb módja a munkahelyi sportolási lehetőségek biztosítása, a rendszeres mozgást támogató kezdeményezések. Jó példa lehet erre egy “közös könnyebb munkahelyi életmódváltó csapatverseny”, melynek középpontjában az egészségesebb táplálkozás és a rendszeres testedzés áll, melynek elsődleges célja a tudatformálás. A személyes előnyök mellett a munkahelyek számára is nyereséges egy jobban teljesítő csapat, a kevesebb hiányzás, a kedvező légkör, a tökéletesebb belső kommunikáció, az erősödő munkahelyi kapcsolatok révén. (CG & Partners Kutató és Tanácsadó Kft) Szintén a csapatkohéziót erősíthetik a közös szabadidős tevékenységek, a gyalogtúrák, kerékpártúrák vagy vízi túrák, de akár a vállalati horgászversenyek is. (Kerek, 2015) Vezethetünk be munkahelyi tornát, gyógytornát, vagy más tartást javító sportot, alakíthatunk ki konditermet a munkahelyen, vagy vásárolhatunk sporteszközöket. Létrehozhatunk egy fitness klubot, melynek tagjai szakember segítségével sajátíthatja el az egyes mozgásformákat és a kondigépek használatát. Ezek a munkahelyi mozgásformák, amennyiben van rá lehetőség, kiegészíthetők például masszőri szolgáltatásokkal a mozgásszervi panaszok enyhítése érdekében. (Prima-Soft Kft, 2011) Ezen túlmenően szervezhetünk bringázz a munkába kampányt is, ami nem csak egészségügyi okokból lehet előnyös a cég számára, hanem a cég pozitív arculatának kialakítását is elősegíti, hiszen környezettudatosságra vall. Ennek feltétele, hogy a munkahelyen legyen kerékpártároló öltözővel és zuhanyzóval, hiszen enélkül a részvételi hajlandóság drasztikusan csökkenhet. (CG & Partners Kutató és Tanácsadó Kft)

Amennyiben a munkahelyen nincs lehetőségünk például csoportos edzéseket tartani. adhatunk munkavállalóinknak uszoda, fitness vagy sportpálya bérletet, vagy akár All You Can Move sportpasst is, ami egy munkáltatói juttatásként igényelhető sportbérlet, mellyel országosan több száz különböző sportlétesítmény korlátlanul látogatható. (Humánpolitika, 2013) Ezenkívül rendezhetnek családi, sport és egészségnapokat, melynek keretében sportvetélkedőket, csapatjátékokat, bajnokságokat szervezhetnek, egészséges ételeket és italokat fogyaszthatnak

és mutathatnak be a résztvevőknek, valamint egészséges életmóddal kapcsolatos előadásokkal, kvízzel is felkelthetik a hallgatóság érdeklődését. (Prima-Soft Kft, 2011).

Munkahelyi étkezés átalakítása

Munkahelyi étkezéshez kapcsolódóan megoldás lehet a munkahelyi étkezde kialakítása, vagy a meglévő kínálat egészségesebbé tétele például zöldségekkel, gyümölcsökkel, joghurttal, tejtermékekkel, teljes kiőrlésű készítményekkel, salátákkal, valamint a magas cukortartalmú készítmények kínálatból történő eltávolításával. (Prima-Soft Kft, 2011)

Munkahelyi stresszkezelés

A munkahelyi hatékonyság csökkenésének egyik oka a nem megfelelő munkakörülmények, a másik leginkább veszélyeztető tényező a munkahelyi stressz és az ezzel összefüggő megbetegedések, ami miatt növekszik a betegállományban töltött napok száma. (Juhász, 2002) A stressz a szervezetre ható külső tényezők és az ezek hatására a szervezetben lezajló belső változások. Az a nem specifikus válasz, amit a szervezet ad a megterhelésre. A szervezetre ható külső erők a stresszorok. „Stressz alatt a stresszorok hatására a szervezetben létrejövő testi és lelki változások összességét értjük. [...] Pszichológiai stressz akkor jön létre, ha a szervezet olyan helyzettel találkozik, amely az egyén saját megítélése szerint meghaladja a rendelkezésére álló erőforrásokat.” (Juhász, 2002, 2.o.). Munkahelyi stresszorok lehetnek a feladattal, a munkakörrel, a szervezetben betöltött szereppel kapcsolatosak, lehetnek szervezeten kívüli stresszorok, valamint speciális rétegeket érintő stresszorok.

A stressz mérésére számos lehetősége van a szervezetnek:

- Önbeszámoló, kérdőív: munkahelyi stresszorok, azokra adott lelki válaszok és viselkedésváltozások mérése, testi tünetek és megbetegedések vizsgálata.
- Megfigyelés, műszeres méréssel kiegészítve: akadályok megfigyelése, amelyek megnehezítik a cselekvést (pl. információhiány) vagy a művelet folytonosságát szakítják meg (pl. telefonhívások). Az monoton munkafeltételeket, az időnyomást, a nem specifikus akadályokat is meg kell figyelni a stressz mérésekor.
- Nem beavatkozó eljárások: az alany kevésbé van tudatában a mérésnek. Pl.: hiányázási adatok elemzése, megfigyelés, fizikai nyomok elemzése
- Fiziológiai mutatók mérése: orvosi adatok elemzése, tünetek keresése.

A munkahelyi stresszkezelés kapcsán szervezhetünk különböző stresszoldó, stresszcsökkentő, stresszkezelő tréningeket, boldogságtréninget, autogéntréninget, pszicho-terror megelőző tréningprogramokat (Kerek, 2015) vagy akár konfliktuskezelő és időgazdálkodás tréninget is. (CG & Partners Kutató és Tanácsadó Kft) Kialakíthatunk munkatárs támogató programokat, rendszerek is, amelyek azonnal, 0-24 óráig rendelkezésre állnak, névtelenül igénybe vehetők és a problémák széles körére ajánlanak segítséget, legyen az egészségügyi, magánéleti, anyagi,

lelki, vagy akár jogi probléma. (Európai Munkahelyi Biztonsági és Egészségvédelmi Ügynökség, 2012)

Szervezetfejlesztés segítségével megvalósítható HR rendszerekre fókuszáló programok

Ennek része lehet a teljesítményértékelő rendszer kialakítása, felülvizsgálata, mentori rendszer kialakítása, a munkavállalók képzése vagy a bizalmi légkör kialakítása is. (Európai Munkahelyi Biztonsági és Egészségvédelmi Ügynökség, 2012) Szintén ide tartozik az öregedésre irányuló humán stratégia kialakítása, a vezetőfejlesztés, az alkalmazottak személyes fejlődésének támogatása (Garaj, 2015), vagy a munkakörök oly módon történő átalakítása, hogy azok értelmes egészset alkossanak, lehetőséget adjanak társas kapcsolatok építésére, személyes és szakmai fejlődésre, önállóságra, felelősségvállalásra is. (Juhász, 2002)

Munka-magánélet egyensúlyára törekvő programok (Kerek)

A work-life balance megteremtésének elősegítéséhez jó kezdeményezés lehet a munkáltató részéről, ha családbarát munkahellyé válik, vagy ha vállalati bölcsődét, óvodát üzemeltet, esetleg nyári gyermekfelügyeletet biztosít a kisgyermekes szülők gyermekei számára.

Szintén ide tartozik például a munkába-járás megszervezése, támogatása. További lehetőség a munka-magánélet egyensúlyának kialakítására, ha a munkahely fogyatékoságbarát munkahellyé válik és támogatja a megváltozott munkaképességű munkavállalók rehabilitációját (Kerek, 2011), vagy rugalmas munkaidőt, távmunkát vezet be. (Urbán, 2015)

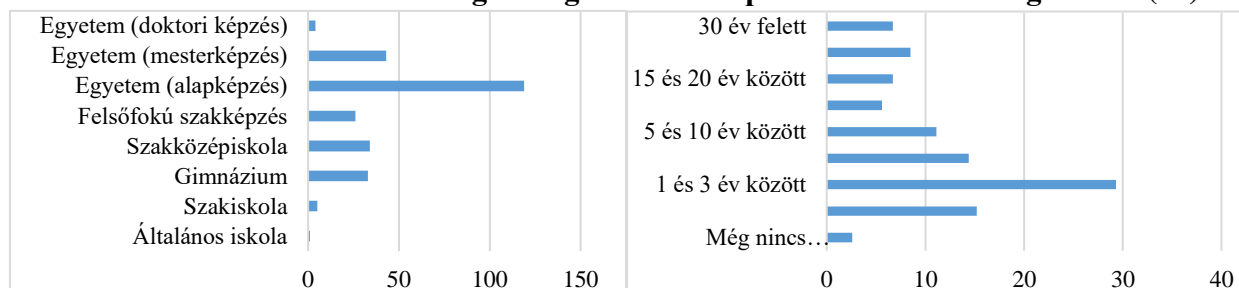
3. Anyag és módszer

A kutatásomhoz struktúrált kérdőíves lekérdezést alkalmaztam, mely 2019. januárjában volt elérhető a válaszadók számára. A lekérdezés hólabda módszerrel készült, a kérdőív online megosztható, terjeszthető volt. A kérdések között a demográfiai adatokra, valamint arra kérdeztem rá, hogy a válaszadóknak milyen elvárásaik vannak egy egészséges munkahely kapcsán, illetve, hogy a jelenlegi munkahelyükön milyen egészségmegőrzési vagy egészségfejlesztési program figyelhető meg. A kérdéseket nem tettem kötelezővé, mert a kérdések nagy száma miatt így is viszonylag alacsony volt a kitöltési hajlandóság. Az adatok elemzéséhez leíró statisztikai módszereket, kereszttáblákat alkalmaztam, mert számszerű adatok megjelenésére és elemzésére volt szükség.

A kutatásomban 270 fő vett részt, közülük legalább 200 nő és 67 férfi. A válaszadók 28,89%-a Z generációhoz tartozik, 50%-uk az Y generációhoz, 15,93%-uk az X generációhoz, 4,81%-uk a Baby Boom generációhoz, valamint 0,37% a Veterán generációt erősíti. Minden válaszadóm rendelkezik legalább szakiskolai végzettséggel, legmagasabb számban az egyetemi alap és mesterképzést végzettek képviselték magukat a mintában. (1. ábra) A munkatapasztalat szempontjából elmondható, hogy a munkatapasztalattal nem rendelkezőktől kezdve a 30 év munkatapasztalattal rendelkezőkig minden szegmens szerepel a mintában.

Legtöbben 1 és 3 év közötti tapasztalattal rendelkeznek, őket követik az 1 évnél kevesebb, valamint a 3 és 5 év közötti munkatapasztalattal rendelkezők. (2. ábra)

1. és 2. ábra. A válaszadók végzettség és munkatapasztalat szerinti megoszlása (%)

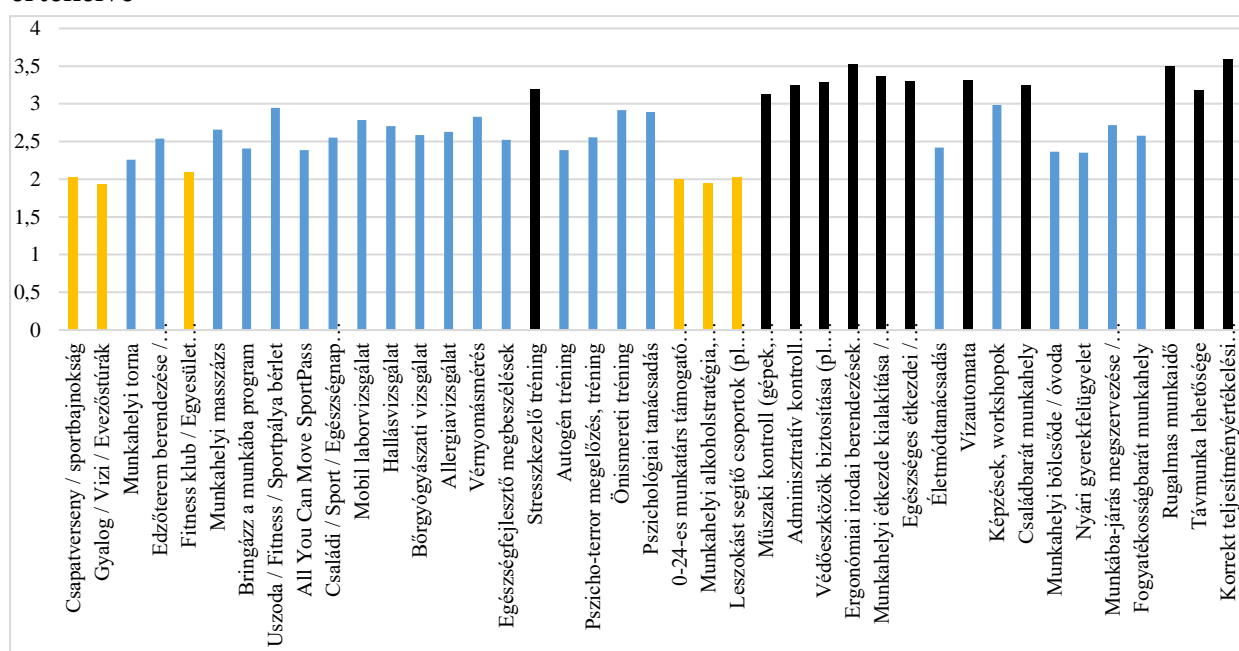


Forrás: Saját kutatási eredmények, 2019

4. Eredmények

Kutatásom során három problémát vettem fel, a terjedelmi korlátokat figyelembe véve kettő fogok bemutatni. Az első problémafelvetés vizsgálatához arra kérdeztem rá, hogy az egyes tényezők mennyire fontosak a válaszadóknak, majd összevettem azzal, hogy az egyes tényezők hány munkáltatónál figyelhetőek meg.

3. ábra. Az egyes tényezők fontossága a munkavállalók szerint, ötfokú Likert skálán értékelve

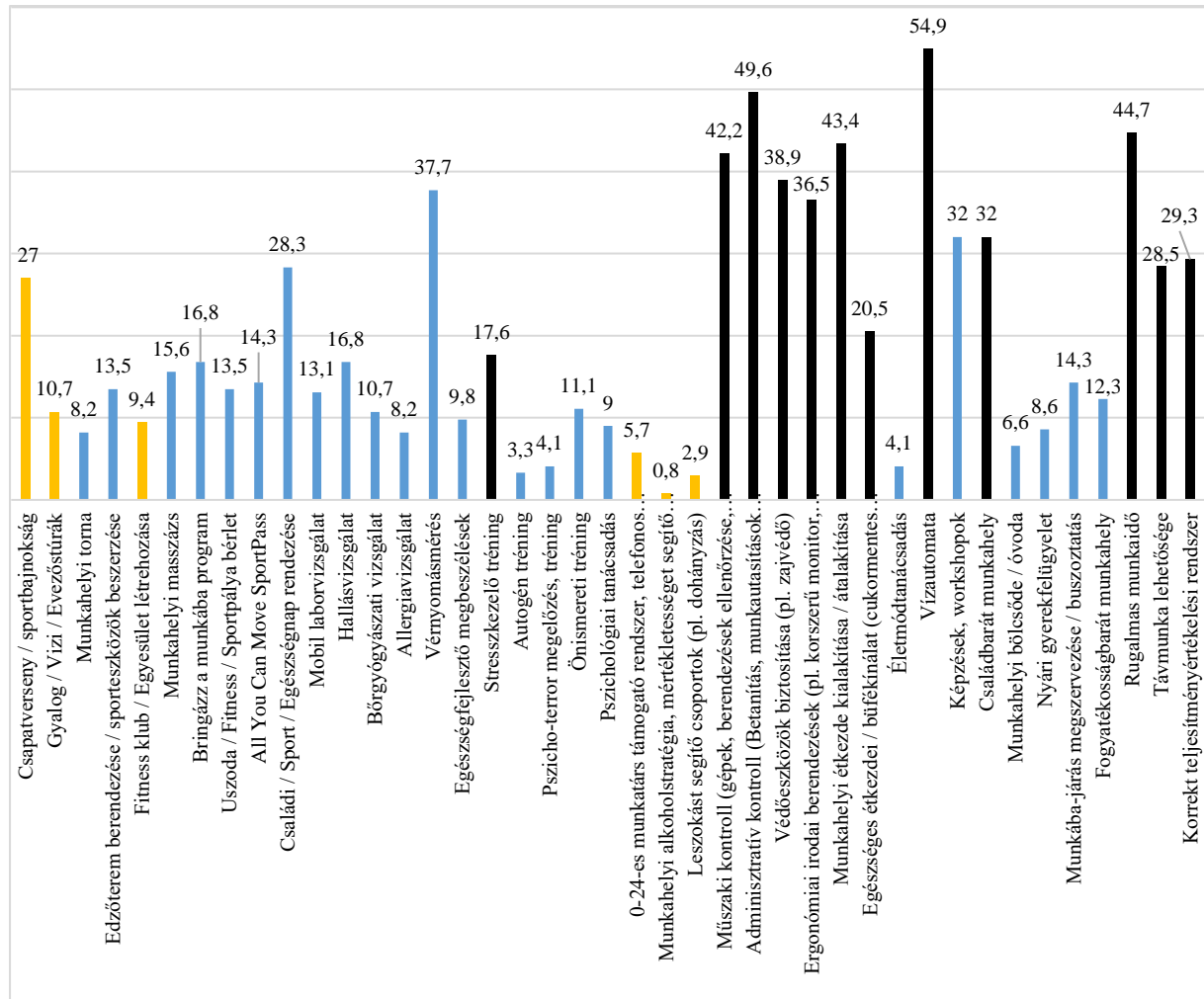


Forrás: Saját kutatási eredmények, 2019

A 3. ábra alapján egyértelműen elmondható, hogy a munkavállalóknak a legfontosabb a korrekt teljesítményértékelési rendszer, a megfelelő irodai ergonómia, a rugalmas munkaidő lehetősége, a munkahelyi étkezde kialakítása, és az egészséges étkezdei kínálat. Szintén fontos még a vízautomata, a védőeszközök biztosítása, az adminisztratív kontroll, a távmunkalehetősége, a műszaki kontroll, valamint a stresszkezelő tréningek és az, hogy a

munkahely családbarát legyen. A legkevésbé fontos a munkahelyi alkoholstratégia, a leszokást segítő programok, a 0-24-es munkatárs támogató rendszerek, a céges túrák szervezése, a csapatversenyek, sportbajnokságok rendezése, valamint a munkahelyi sportegyesület.

4. ábra. Az egyes tényezők gyakorisága (%)



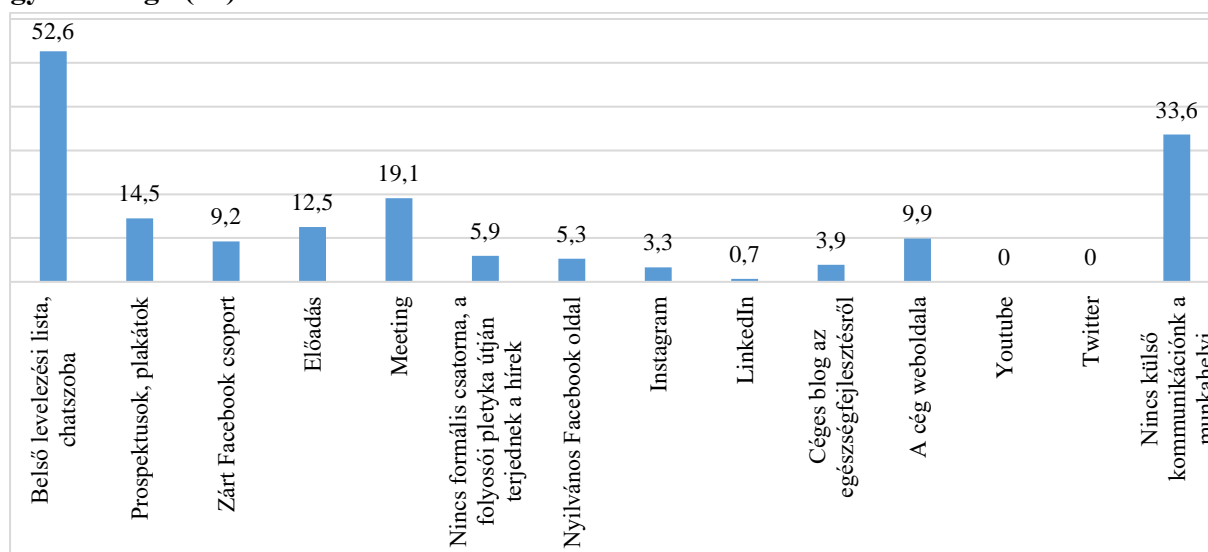
Forrás: Saját kutatási eredmények alapján, 2019

A munkavállalói igényekkel azonban nincs teljesen összhangban az, amit az egyes munkáltatók nyújtanak munkavállalóiknak. A leggyakoribb egészségmegőrző és egészségfejlesztő törekvések a vízautomata, az adminisztratív kontroll (betanítás), a rugalmas munkaidő, a munkahelyi étkezde kialakítása, valamint a műszaki kontroll (karbantartás), azonban ezek gyakorisága is csak 40 – 50 % között mozog. Ezt követi a vérnyomásmérés, a védőeszközök biztosítása, az ergonómikus irodai berendezés, a képzések, valamint a családbarát munkahely, de ezek is csak a szervezetek egyharmadánál figyelhetőek meg. A válaszadó szervezetek valamivel több, mint egynegyedénél van korrekt teljesítményértékelés, távmunka, de ugyanilyen gyakran fordulnak elő a munkavállalók által egyáltalán nem fontosnak ítélt sportversenyek és egészségnapok is. A válaszadók közel 10%-ánál vannak közös túrák, valamint sportegyesületek, amelyek a munkavállalók számára a legkevésbé fontosak, ezzel szemben a fontosnak ítélt stresszkezelő tréningek gyakorisága csupán 17%. (4. ábra)

Összességében elmondható, hogy habár vannak munkáltatói törekvések a munkahelyi egészségfejlesztésre vonatkozóan, ezek gyakorisága kifejezetten alacsony annak ellenére, hogy a munkahelyi egészségfejlesztés a munkaerő megtartásának egyik alapvető eszköze lehetne, ha tudatosan építenének rá a munkáltatók.

A második problémafelvételém szerint a munkáltatók sem a belső sem a külső kommunikációs lehetőségeket nem használják ki megfelelően a munkahelyi egészségfejlesztési programjuk kommunikálására. Ehhez arra kérdeztem rá, hogy milyen platformokon kommunikálnak a cégek az egészségmegőrzési törekvéseiről.

5. ábra. A munkahelyi egészségprogram során használt kommunikációs csatornák gyakorisága (%)



Forrás: Saját kutatás alapján, 2019

Ahogy a diagramon is látszik, a leggyakoribb belső kommunikációs eszköz a levelezési lista vagy chatszoba, de ezt is csak a válaszadók fele jelölte meg. Ezt követi még a meeting 19,1%-kal, valamint a prospektusok, plakátok használata 14,5%-kal. A válaszadók 5,9%-ánál egyáltalán nincs semmilyen formális belső kommunikációs csatorna. A külső kommunikáció esetében a helyzet még rosszabb, a szervezetek egyharmada ugyanis egyáltalán nem kommunikál kifelé az esetleges munkahelyi egészségmegőrzési programjáról. A leggyakoribb csatorna egyébként a céges weboldal, de ennek gyakorisága sem éri el a 10%-ot. A Facebookon a cégek 5,3%-a kommunikál a témáról. (5. ábra)

Összességében tehát elmondható, hogy ha van is munkahelyi egészségfejlesztési törekvés a válaszadó szervezeteknél, azok kommunikációja nem intenzív, a több platformot egyáltalán nem is használnak a válaszadók, de a használt platformok gyakorisága is nagyon alacsony.

5. Következtetések és javaslatok

Következtetésképp elmondható, hogy a munkavállalói igények felmérése és a munkavállalók bevonása még mindig nem magától értetődő a munkáltatók számára, holott az elkötelezettség

növelésének alapvető eszköze lehetne. A kutatásom fontos tanulsága, hogy a munkáltatók kommunikációja nem megfelelő, nem használják ki az egészségfejlesztés employer brandingra gyakorolt hatását, nem építenek arra, hogy a munkahelyi egészségmegőrzés és -fejlesztés mellett, hogy a munkáltató költségeit jelentősen csökkentheti, növeli a munkavállalók elkötelezettségét és vonzóbbá teszi a szervezetet a potenciális munkavállalók számára. A munkahelyi egészségfejlesztés társadalmi szinten az életszínvonal javulását, az élettartam növekedését és az állami egészségügyi költségek csökkenését jelenhetné, ehhez azonban az államnak támogatnia kell a munkáltatói törekvéseket, ami jelenleg nem gyakori hazánkban.

Hivatkozott források

CG Partners Kutató és Tanácsadó Kft: Munkahelyi egészségfejlesztés a CSR tükrében, Széchenyi István Egyetem, 35 o.

Európai Munkahelyi Biztonsági és Egészségvédelmi Ügynökség (2012): Egészségfejlesztés a fiatal munkavállalók körében, Helyes gyakorlatok összefoglalója, Facts

Garaj Erika (2015): Versenyképesség és egészségnyereség. A munkahelyi egészségfejlesztés értéknövelő alternatív megoldásai, Hadtudomány, 25. pp. 41-47.

Humánpolitika.com (2013): A munkahelyi sport- és egészségfejlesztés szervezeti tapasztalatai, Humánpolitika.com, 21 o.

Juhász Ágnes (2002): Munkahelyi stressz, munkahelyi egészségfejlesztés, Budapest, 102 o.

Kapás Zsolt (2007): Munkahelyi egészségfejlesztés, mint megtérülő beruházás, Országos Egészségfejlesztési Intézet, 119 o.

Kerek Judit (2017.11.17.): A dolgozói lelki egészségfejlesztés legjobb gyakorlatai, Egészségesebb munkahelyekért egyesület, Gárdonyi
(<https://www.youtube.com/watch?v=q3mFiVQzBow>)

Prima-Soft Kft (2011): Munkahelyi egészségfejlesztési terv, Miskolc (Letöltve: 2018.12.30.
<https://docplayer.hu/2368152-Prima-soft-kft-miskolc-tamop-6-1-2-a-09-1-2010-si-terv-egeszsegfejleszte-munkahelyi.html>)

Urbán Anna (2015): A diverzitás és a munkahelyi egészségfejlesztés szerepe az integrációban (Letöltve: 2019.01.21. https://matarka.hu/koz/ISSN_2062-204X/6_evf_1-2_sz_2015/ISSN_2062-204X_6_evf_1-2_sz_2015_201-208.pdf)

Hol a határ – Magyarország és szomszédos országok fővárosainak közúti elérhetősége¹

Kovács Áron²

Összefoglalás

A közlekedés (kiemelten a közút) az egyik olyan ágazat, amely minden gazdasági folyamattal kapcsolatba hozható, közvetetten és közvetlenül is befolyásolja egy régió és az ország gazdaságát, illetve társadalmi folyamatait. A közlekedés fejlődésének térformáló hatásai a történelemből már ismertek; egyes régiók kiemelkedtek, majd a közlekedési irányok megváltozása következtében visszafejlődtek. Mindezek arra készítettek, hogy „Hol a határ” címmel kutassam Magyarország és a szomszédos országok fővárosainak közúti elérhetőségét. Arra vagyok kíváncsi, hogy Budapest vonzáskörzetei mennyire terjednek országhatárainkon túlra, és a szomszédos államok fővárosai mennyire nyúlnak be Magyarország területére. Ezek a hatások hogyan befolyásolják az adott ország gazdasági és társadalmi tényezőit. Melyek azok a területek, ahonnan a szomszédos államból még Budapest elérhetősége kedvezőbb, mint a szomszédos ország fővárosáé. A határontúl élő magyar kisebbség megmaradását a közlekedési hálózatok illetve Budapest elérhetősége hogyan szolgálják. A kutatást sajtószervezésű térképekkel illusztráltam, melyek segítenék megérteni a közlekedési-, gazdasági- és társadalmi-tényezők közötti összefüggéseket. A kutatásom közúti elérhetőségi adatait a Google útvonaltervező program segítségével gyűjtöttem össze. Úgy vélem a kutatásom nem csak Magyarországot, de a szomszédos országok számára is hasznos eredményekkel kecsegtet, melyek széleskörűen felhasználhatók.

Kulcsszavak: közlekedés, elérhetőség, Budapest, gazdaság, főváros

JEL kód: O18, O29, O57, P25, R41.

1. Bevezetés

A közlekedés területi, geopolitikai elemzését mindenképp a multidiszciplináris tudományok területéhez sorolják, mert ötvözi a történelmi, a földrajzi, valamint a műszaki és a gazdaságtudomány forrásait és kutatási módszertanait. *„A jó színvonalú, hatékony közlekedés olyan összetett rész- és alrendszerek összehangolt működését jelenti, amelyekben az emberek életminőségének biztosítása és a környezet védelme mellett folyamatosan érvényesül a*

¹ A kutatást a Magyar Tudományos Akadémia Domus magyarországi ösztöndíjjal támogatta.

² PhD, adjunktus, Milton Friedman Egyetem Budapest, email:aronkovac@gmail.com

társadalmi-gazdasági fejlődés és növekedés, valamint megvalósul a harmonikus területfejlesztés” (Tánczos, 2000: 73).

2. Irodalmi áttekintés

A közlekedést a „gazdaság érrendszerének” tekintik, így a telepítési elméletek, a regionális gazdaságtan egyik legfontosabb eleme, valamint a távolság legyőzése a gazdaság működésének alapfeltétele (Tiner, 2008), ezt jól példázza a Thünen-féle (1826) telephelyelmélet is, ahol a földjáradék a megművelt föld minőségétől és a piactól való távolságtól függ. A földjáradék annál nagyobb, minél kedvezőbb a föld piachoz viszonyított helyzete (távolsága). A termelőnek kisebb a haszna, ha távolabbról szállít, tehát alacsonyabb az ő földjének a járadéka. Míg Thünnennél a mezőgazdasági termelés és a közúti elérhetőség összefüggései jelennek meg, addig Webernél (1909) a telephelyválasztáskor az ipari termelés és a vasút szerepének (nagy tömegű áru gyors mozgatására képes) kölcsönhatása kerül értelmezésre. Ő úgy vélte, hogy telephelynek azt a területet kell választani (Launhardt-Weber féle háromszög¹), ahol a szállítási költségek a legalacsonyabbak.² A 18. században az ipar számára³ a gyengén kiépített úthálózat miatt a hajózható folyók és a csatornák voltak a fő közlekedési útvonalak. Jelentősen javult a helyzet a vasút megjelenésével, a közlekedési hálózat és az ipari létesítmények között szoros kapcsolat alakult ki.

A 20. században a helyzet merőben megváltozott, mivel az úthálózatok sűrűbbé váltak, a közúti szállítóeszközök egyre nagyobb mennyiséget tudtak elszállítani, a motorizáció lehetővé tette a távolabbi helyek elérhetőségét, a szállítmányozó vállalatok között kialakult a verseny és így a szállítási költségek, végső soron az árak így elkezdtek csökkenni. Wallerstein centrum-periféria (Wallerstein, 1983) világszemlélet modelljében is megjelenik a közlekedési fejlettség kérdése, mint ellentét a fejlett, könnyen elérhető (kiemelkedő) és a fejletlen, nehezen elérhető (leszakadó) régiók között. Földrajzi értelemben „*a centrum⁴ az a pont, amely az adott halmaz (tér) többi pontjához összességében a legközelebb van (legjobban elérhető), míg a perifériák a legtávolabbi pontok helyei*” (Nemes Nagy, 2009: 211.). A versenyképesség modellekben is jelentős szerepet kapott a közlekedés, mint adottság. Bár Porter (1994) szerint egy terület közlekedési adottságai nagyon fontos versenyképességi tényezők, de mégsem ez az elsődleges (fő)komponens, mivel a versenyképes közlekedési hálózattal rendelkező országok gazdasága még nem feltétlenül versenyképes. A közlekedésre és kiemelten az autópályákra a termelékenység növekedése befolyásoló tényezőként hat. Azt is meg kell állapítani, hogy a

¹ A termelést 3 fő komponens a nyersanyaglelőhely, az energiabázis és a fogyasztópiac által bezárt térbeli háromszög súlypontjába kell elhelyezni.

² Ezzel a feltevéssel August Lösch „Maximális jövedelem modelljében” nem értett egyet, mivel a telephelyválasztáskor a megoldást nem a szállítási költség minimalizálása, hanem a profit maximalizálása jelenti.

³ Az ipari termelés szállítási igénye általában folyamatos, míg a mezőgazdaságé szezonalitást mutat (Szabó 2008).

⁴ "Hazánkban ma a főváros és agglomerációja képezi a központi magterületet, a dinamikus perem példája az osztrák határmenti, a külső perifériát a keleti határmenti régiók példázzák, belső perifériának tekinthető térségek mind a Dunántúl, mind az Alföld belső térségeiben megtalálhatók" (Nemes Nagy 2009: 13.).

gazdasági konjunktúra növeli a közlekedés iránti keresletet, míg a gazdasági recesszió csökkenti (Ruppert 2000), valamint az autópályák csak felszálló ágban lévő gazdaságokban tudják területfejlesztő hatásukat érvényre juttatni (Erdősi 2000). Gyakran a gyorsforgalmi úthálózat fejlesztését tartják a területi egyenlőtlenség mérséklése fő eszközének (Erdősi 2000; Nemes-nagy, Németh 2005; Németh 2005, 2006; Tóth 2004; Vörös, Polányiné 2001).

3. Anyag és módszer

A kutatás földrajzi lehatárolása kiterjedt Magyarország és annak szomszédos országaira, úgy mint Ausztria, Szlovákia, Ukrajna¹, Románia, Szerbia, Horvátország és Szlovénia.

A vizsgálatok szintje az ingyen letölthető vektor térképek² legalacsonyabb területi beosztása voltak. Ezek a NUTS3³ (kistérségek, županiják, oblastik) és LAU1⁴ (commune, körzet, község) területi egységek.

A vizsgálatok fókuszában a fővárosok közötti elérhetősége szerepelt, mert minden országnak esetében a fővárosa egy kitüntetett pontja. Általában a fővárosokban található az ország legfelső döntési szervei, a legfontosabb intézményei, oktatási-, kulturális központjai. A külföldi beruházások kiindulópontja is a fővárosokhoz köthető, hisz a nemzetközi kapcsolatok legmagasabb szintjei is itt jelennek meg, ahogy a multinacionális cégek képviselete is. A fővárosok általában az ország legfejlettebb pontjai, ezért az adott ország lakosságának az elérhetősége nagyon fontos. Ma már a személy- és az áruforgalom többsége a közúton valósul meg, így a kutatás is a közúti elérhetőséget elemezi.

A kutatás arra kereste a választ, hogy vajon egy ország, amelynek a természeti adottságai hátrányosak (sok folyóval, hegységgel, szigettel rendelkezik), képes-e kialakítani jól működő, kiterjedt közlekedési hálózatot? Továbbá milyen a vizsgált országok fővárosainak közötti elérhetősége? Vannak-e közös vonásai az országoknak? Mennyiben és miben térnek el az adott országok egymástól? A vizsgált fővárosok vonzáskörzetei mekkora területre és népességre terjednek ki? Vajon Magyarország ebben az adottságban hol szerepel? Magyarországnak milyen szerepe lehet a szomszédos államokból jövő (áru- és személy-) forgalom irányításában? A határon túli magyar kisebbségre milyen hatást gyakorolnak ezek az elérhetőségi adatok?

A felmerülő kutatási kérdések megválaszolására elsősorban elérhetőségi vizsgálattal kerestem a választ. A fővárosok országon belüli elérhetőségét (több mint 12 ezer adatot) a Google

¹ A kutatás kiterjedt Ukrajna területére, de a főváros elérhetőségének adatainak legyűjtés során nagyon sok pontatlan adattal szembesültem, így a vizsgálatok fókuszából Ukrajna és ebből kifolyólag Kárpátalja kikerült.

² Vektoralapú közigazgatási térképek, elérhető: www.gadm.org/ (Global Administrative Areas).

³ NUTS - Nomenclature of Territorial Units for Statistics (Statisztikai Célú Területi Egységek Nomenklatúrája) a 3. szintű felosztása legalacsonyabb.

⁴ LAU Local Administrative Units (Helyi Közigazgatási Egység).

útvonaltervező¹ felhasználásával gyűjtöttem össze. A Google útvonaltervező², az adatai pontosak és tükrözik a közlekedési adottságokat, mert figyelembe veszi az adott szakaszon engedélyezett legmagasabb közlekedési sebességet és ez alapján számolja ki az elérhetőséget, valamint mérlegeli a legjobb idő/távolság összefüggését. Az elérhetőség adatai az autópályák és díjfizető utak használatával lettek kiszámolva.

Az eredmények térképi megjelenítéséhez a QGIS³ szabadon felhasználható térképszerkesztő program nyújtott segítséget.

4. Eredmények

A közlekedésben az elérhetőség egy kulcsfontosságú tényező. Az elérhetőség fogalma magában foglalja azon lehetőségeket, melyek az egyik térségben elhelyezkedő egyén vagy vállalkozás számára megszerezhetők, amennyiben egy olyan másik térségbe utazik, ahol a számára fontos tevékenységet végezheti (Tóth, Kincses, 2007). Banister és Berechman (2001) tanulmánya szerint az országok és régiók szintjén az elérhetőség kérdése az egyik legfontosabb szempont. Az elérhetőség a közlekedéshálózatba való befektetés eredménye és befolyásolja az országok és régiók közötti munkaerő-eloszlást.

Miután a munkahelyek többsége a fővárosban és agglomerációikban összpontosul, ezért az autópályáknak a főváros és a nagyobb városok elérhetőségét is kellene erősíteniük kellene. Mobilitás szempontjából nézve kívánatos lenne, ha a főváros két órán belül (gépjárművel vagy tömegközlekedés igénybevételeivel) elérhetővé válna. A vizsgálat az országon belül azokat a térségeket tartja perifériának⁴, amelyek ezt a feltételt nem képesek teljesíteni. Ezek a hátrányos helyzetű területek leszakadnak a társaiktól, a működő külföldi tőke elkerüli őket, és csak fokozódik a különbség a centrum és periféria között.

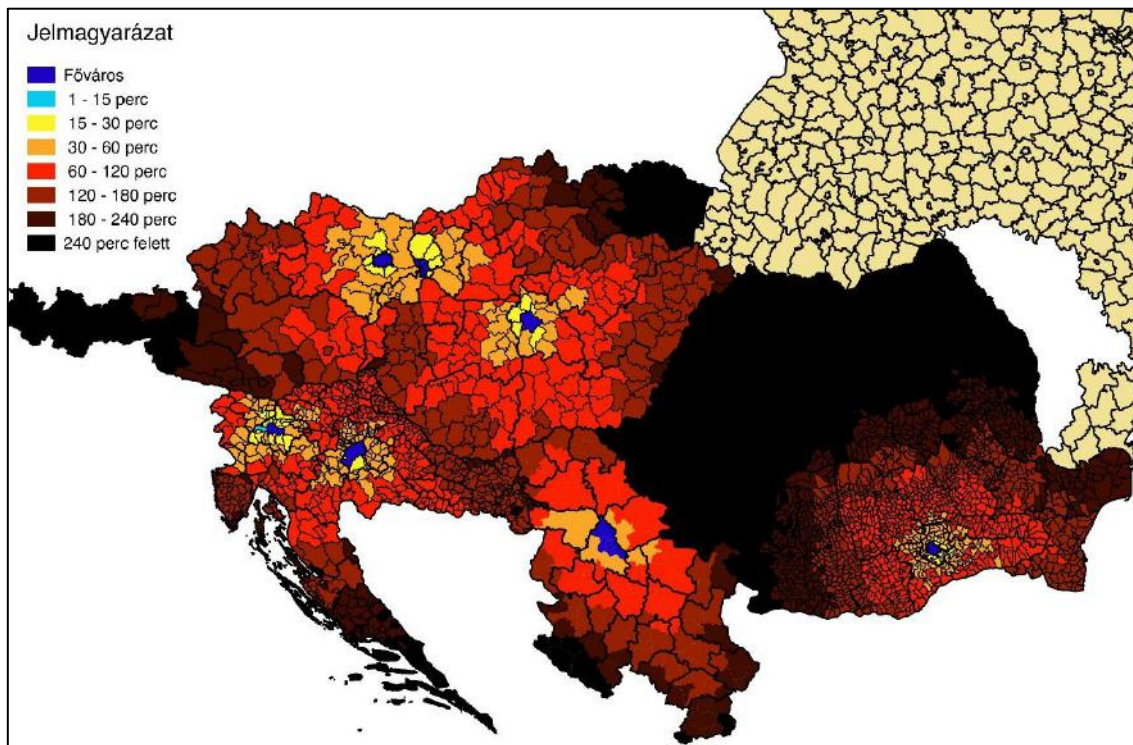
¹ Google útvonaltervező elérhető: www.google.hu/maps

² A Google útvonaltervező adatok leggyűjtése 2017-től csak ellenében lehet hozzáférni, mely megnehezítette a kutatás menetét.

³ QGIS térképszerkesztő program elérhető: <http://www.qgis.org/hu/site>

⁴ Periféria olyan hátrányos terület, amely függ a fejlett centrum területektől, míg a centrum területek abban érdekeltek, hogy minél jobban kihasználják előnyüket és a perifériáról többet elvonjanak.

1. ábra. Magyarország és szomszédos országainak fővárosának közúti elérhetősége (Ukrajna kivételével) (percekben)

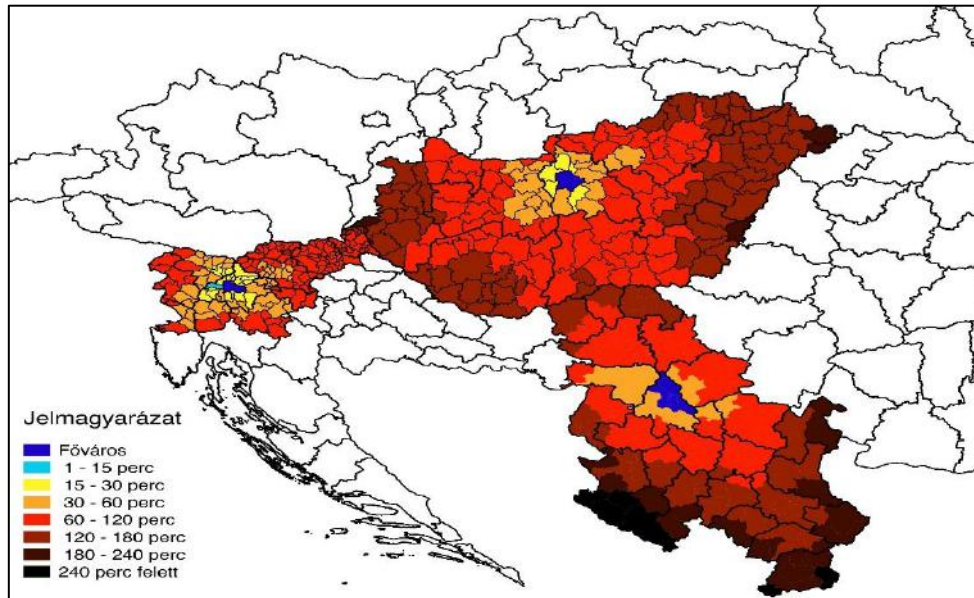


Forrás: saját szerkesztés, adatok a Google utvonaltervező adatainak alapján

A centrikus fővárosok közlekedésszervezése a legideálisabb körülményekkel rendelkezik. Ezek közül is Magyarország és Szerbia emelkedik ki. Magyarországot öt páneurópai¹ közlekedési folyosó szeli keresztül, és ezek biztosítják Budapest főváros centrikus helyzetét. A 2. ábráról is jól látszik, hogy Magyarország a vizsgált országok között kiemelkedően jó elérhetőségi adatokkal rendelkezik (ha eltekintünk a kis területű államoktól), mivel itt alacsony a két órán túli elérhetőséggel (sötét színnel jelölt) rendelkező területek száma. Magyarország fővároscentrikus közlekedésének köszönhetően az ország majdnem minden pontjából (kivételesen Sarkad, Csenger és Bodrogi kistérség) három órán belül elérhető. Szerbia valamivel rosszabb közúti szervezettel rendelkezik, mint Magyarország, még annak ellenére is, hogy az országon keresztül halad a 10-es közúti folyosó, amely kapcsolatot teremt a fejlett nyugat és Távol-Kelet között. Szlovénia méreteiből fakadóan kiválóan oldotta meg a közlekedésszervezését köszönheti annak is, hogy 623,1km hosszú atópályával rendelkezik, csak néhány területe nem képes két órán belül a fővárosát elérni (2. ábra).

¹ A páneurópai közlekedési folyosókat (más néven: Helsinki-folyosókat) az 1994-es és 1997-es európai közlekedési miniszeri konferenciákon jelölték ki. A tíz kijelölt folyosó a transzeurópai közlekedési hálózat (TEN-T) kiterjesztése Kelet-Európa (az akkori Európai Unió szomszédos államai) irányába. A folyosók kijelölésének célja jó közlekedési kapcsolatok kiépítése volt az EU és szomszédjai között.

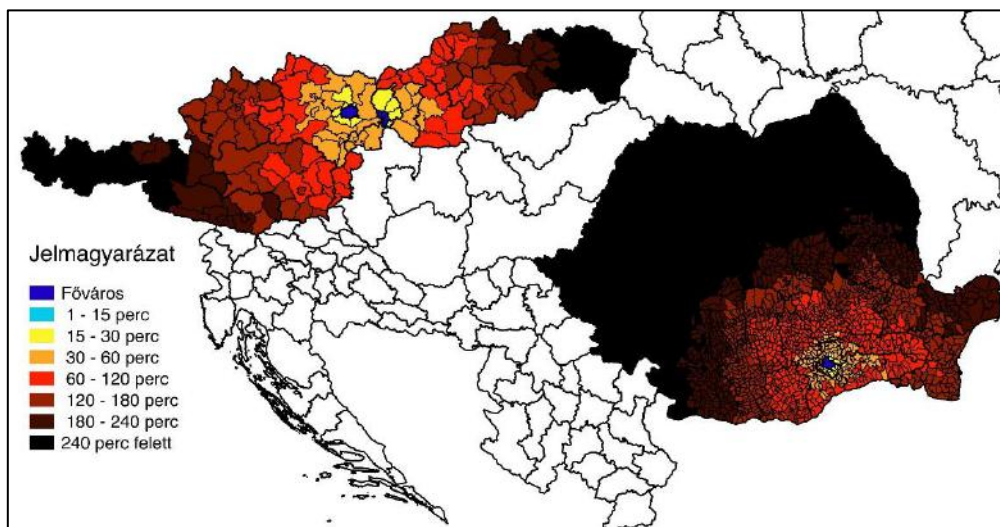
2. ábra. Centrikus főváros elhelyezkedésű országok fővárosainak elérhetősége (percekben)



Forrás: saját szerkesztés, adatok a Google utvonaltervező adatainak alapján

A centrikus elérhetőség ellenpéldája a periférikus elérhetőség, amikor a főváros csak az ország egyik részének nyújt kedvező elérhetőséget, míg a másik része periférikus helyzetbe kerül. Gyakran a hátrányos helyzetet természetföldrajzi adottságok is befolyásolják, mint Románia esetében a Kárpátok hegyvonulata. Pont ezek a területek azok, amelyekről kiindulva csak négy órán túl lehetséges elérni a fővárost. A távolabbi települések egy közelebbi nagyváros (Kolozsvár vagy Temesvár) közötti elérhetőségében érdekeltek, így a főváros lehetőségei kevésbé hatnak ki rájuk (3. ábra). Ez a helyzet merül fel Ausztria és Szlovákia esetében is, mert Ausztriának nyugati része míg Szlovákiának a keleti területe több órányi utazás révén tudják a fővárost megközelíteni.

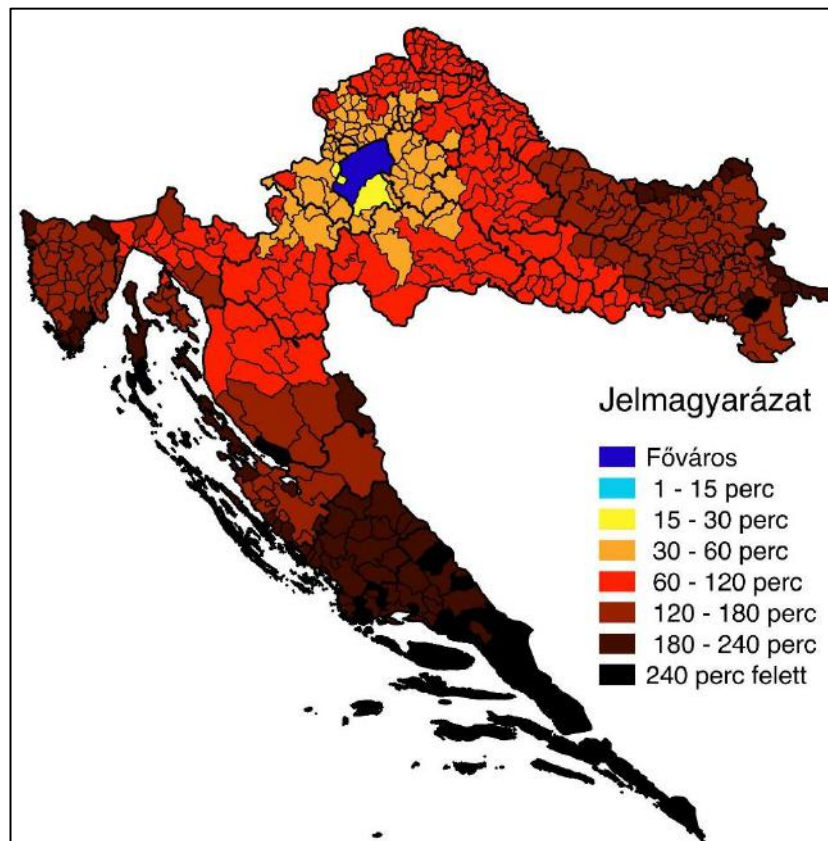
3. ábra: Periférikus főváros elhelyezkedésű országok fővárosainak elérhetősége (percekben)



Forrás: saját szerkesztés, adatok a Google utvonaltervező adatainak alapján

A sajátos területtel rendelkező országok fővárosainak elérhetősége hátrányos (hátrányos vagy periférikus területeknek a két órán túli elérhetőséggel rendelkező régiókat tekintem) és sokszor egyes területek nem is a saját ország fővárosával állnak szorosabb kapcsolatban, hanem a szomszédos államéval. Erre kiváló példát nyújtanak Horvátország esetében a dalmát területek (kiemelten Dubrovnik), amellyel Montenegró (Herceg Novi) és Bosznia és Hercegovina déli vidékei (Mostar), amelyek szoros közúti kapcsolatban állnak egymással (4. ábra).

4. ábra: Sajátos területű ország fővárosának elérhetősége (percekben)



Forrás: saját szerkesztés, adatok a Google utvonaltervező adatainak alapján

5. Következtetések és javaslatok

Megállapítható, hogy ha a természeti és a társadalmi adottságok előnyösek, akkor képes kialakítani jól működő közlekedési alágazatot egy ország. Budapest ebből a szempontból az élen jár a térség fővárosainak elérhetőségi adataihoz viszonyítva. A kisméretű országoktól eltekintve a sajátos területű országok fővárosainak és a periférikusan elhelyezkedő fővárosoknak az elérhetősége jóval rosszabb, mint a centrikus és kisméretű országok fővárosaié.

Hátrányos természeti adottság származhat hegyek (például a Dinári-hegység, Kárpátok vonulatából), folyók (Duna) vagy nagyobb tavak fekvéséből. A társadalmi adottságok akkor hátrányosak, ha a fővárost és környékét alacsony gazdasági aktivitás, csekély külföldi beruházások, gyenge infrastrukturális ellátottság jellemzik. A feltétel az, hogy mindkét

(természeti és társadalmi) adottság előnyös legyen, mert ha nem teljesül, akkor a főváros, mint az ország legfejlettebb pontja, kevésbé lesz jól megközelíthető, kevesebb népességet vonz maga köré.

A vizsgálataim eredményei alátámasztották, hogy a magyar főváros közúti elérhetősége a legjobb a szomszédos országok közül. Budapest rendelkezik a legnagyobb kiterjedésű vonzaskörzettel, a legtöbb lakost tudja kiszolgálni, így Magyarországot a közlekedési adottságai kiemelik a környezetéből. Ezzel az adottsággal érdemes élni, ezért Magyarország, azon belül Budapest és környéke kiválóan alkalmas a szomszédos országokból valamint a távolabbi térségekből (távol-keletről) jövő áru fogadására és továbbítására a nyugati országok felé. Ezt a pozíciót erősítené a Budapest-Belgrád vasútvonal fejlesztése, bár nem közúti közlekedés terén nyújtana javulást, de akkor is meg kell említeni ezt a horderejű infrastruktúrális beruházást, mert általam vizsgált országok közül a két jelentős kiterjedésű közúti vonzaskörzettel rendelkező főváros tovább tudná kamatoztatni térbeli pozícióját az ország határon belül és nemzetközi kapcsolati rendszerében egyaránt.

A vizsgált elérhetőség adatok alapján Budapest képes a határontúli magyar közösségeket magához vonzani, mivel Szlovákia, Szlovénia, Horvátország, Románia és részben Szerbia fővárosainak is a magyar határ közelében lévő területekkel gyenge kapcsolattal rendelkezik.

Hivatkozott források

Banister, David; Berechman, Joseph (2001) Transport investment and the promotion of economic growth. In: *Journal of Transport Geography* No. 9. pp. 209-218.

Erdősi Ferenc (2000) *A kommunikáció szerepe a terület- és településfejlődésben*. Budapest, VÁTI.

Nemes Nagy József (2009) *Terek, helyek, régiók*. Akadémiai Kiadó, Budapest, pp. 206-214.

Nemes Nagy József, Németh Nándor (2005) Az átmenet és az új térszerkezet tagoló tényezői. In.: *A hely és a fej. Munkapiac és regionalitás Magyarországon* (Szerk.: Fazekas K.). MTA Közgazdaságtudományi Intézet. Budapest. pp. 175-137.

Németh Nándor (2005) *Az autópálya-hálózat térszerkezet alakító hatásai – Magyarország esete. A hely és a fej*. Budapest, Munkapiac és regionalitás Magyarországon. Szerk.: Fazekas K. MTA Közgazdaságtudományi Intézet, pp. 139-179.

Németh Nándor (2006) Az M3-as autópálya hatása a térség társadalmi-gazdasági folyamataira. III. Magyar Földrajzi Konferencia. MTA FKI. Budapest

Porter, Michael Eugene (1994) The Role of Location in Competition. *Journal of Economics of Business*. 1. 35-39.

Ruppert László (2000) Az átalakuló kelet-közép-európai közlekedés és a magyar közlekedés várható fejlődése. In: Magyarország az ezredfordulón – Közlekedési rendszerek és infrastruktúrák. (Szerk: Glatz F). Magyar Tudományos Akadémia. Budapest. pp. 33-54.

Szabó Szabolcs (2008) A közlekedés földrajza, A közúti közlekedés, A vízi közlekedés, A légi közlekedés, A nagyvárosi közlekedés. In.: Fejezetek az ipar- és közlekedésföldrajzból (szerk.: Vidéki I.). ELTE Eötvös Kiadó. Budapest.

Tánczos Lászlóné (1995) A közlekedési externáliák költségeinek internalizálása. *Közlekedéstudományi Szemle*, 1994. november. pp. 281-289.

Thünen, Johann Heinrich (1826) *Der Isolierte Staat in Beziehung auf Landwirtschaft und Nationalökonomie*, Hamburg, Perthes. English translation by C.M. Wartenberg: *The Isolated State*, Oxford, Pergammon Press (1966).

Tiner Tibor (2008) Egy gazdasági kulcságazat, az infrastruktúra területi fejlesztésének fő sajátosságai. In: *Területfejlesztés, településfejlesztés*. Selye János Egyetem Gazdaságtudományi Kar, Komárno, Egyetemi jegyzet. pp. 141-171.

Tóth Géza, Kincses Áron (2007) Közúti elérhetőségi vizsgálatok Európában. *Statisztikai Szemle*, 85. évf. 5. sz. pp. 432-463.

Tóth László (2004) Fenntartható fejlődés – fenntartható mobilitás. *Közlekedéstudományi Szemle*. (54.évf.), 12. sz. pp. 442-448.

Vörös Attila, Polányiné Csányi Ágnes (2001) Az M8 autópálya várható terület- és gazdaságfejlesztő hatásai. *Közlekedéstudományi Szemle*. 12. pp. 449-464.

Wallerstein, Immanuel (1983) „*A modern világgazdasági rendszer kialakulása*”, Gondolat Könyvkiadó, Budapest.

Weber, Alfred (1909) *Ueber den Standort der Industrien*, Tübingen J. C. B. Mohr. English translation: *The Theory of the Location of Industries*, Chicago, Chicago University Press, 1929.

Magáncsőd vagy elsétálás?

Kovács-Szamosi Rita¹

Összefoglalás

A 2017-es év során Szlovákiában bevezetett magáncsőd módosítása következtében közel annyian igényelték az eljárást, mint az azt megelőző 10 évben összesen. A módosítás a hazánkban elsétálásként emlegetett jogi intézmény bevezetését takarta. Tanulmányomban arra keresem a választ, hogy hazánkban is lehetne-e radikális változást elérni azáltal, ha a jelenlegi szigorú magáncsőd törvénybe beiktatnák az elsétálásként emlegetett jogintézményt?

Ehhez egyrészt egy rövid nemzetközi összehasonlítást adok, különös tekintettel azokra az angolszász országokra – USA, Egyesült Királyság – ahol az elsétálás tradicionálisan a jogrendszer része. Az Egyesült Királyságban működő Insolvency Service adatbázisát felhasználva átfogó képet adok az angolszász jogrendben észlelhető trendekről. Majd a World Bank Global Financial Development adatbázisának adatai alapján, statisztikai módszerekkel (mint a korreláció elemzés, ANOVA vagy klaszter elemzés) összevetem az Európai Unió országainak bankrendszereit a nemteljesítő adósok aránya, a bankok jövedelmezősége és a magáncsőd, illetve az elsétálás megléte alapján.

A statisztikai elemzést követően az elemzés eredményeire támaszkodva javaslatokat adok a magyar jogrend átalakításával kapcsolatosan.

Kulcsszavak: magáncsőd, elsétálás, nemteljesítő adósok, banki jövedelmezőség

JEL kód: K35, G21

1. Bevezetés

A magáncsőd – mint a lakossági adósok végső megoldása – a 2008-as válság utáni időszakban egyre több európai országban került bevezetésre. Ezek között volt hazánk is, ahol 2015-ben nyílt meg ez az adósságrendezési lehetőség az állampolgárok előtt. A magáncsőd sikertelenségét figyelembe véve többször felmerült az a kérdés, hogy érdemes lenne ennek az eljárásnak a gyorsabb és drasztikusabb formáját, az elsétálást is bevezetni az országban, különös tekintettel a „devizahiteles” – vagyis a korábban deviza alapú kölcsönt felvett – lakosság problémájának rendezésére. Főként, hogy a szomszédos Szlovákiában a magáncsőd törvénymódosításának következtében bevezetésre kerülő elsétálási eljárásra 2017-ben annyi jelentkező akadt, mint az azt megelőző tíz évben a magáncsődre összesen (Kovács-Szamosi &

¹ Hallgató, Budapesti Corvinus Egyetem Közgazdaságtudományi kar, közgazdasági elemző mesterképzés, Budapest, kovacs.szamosi.rita@gmail.com

Varga, 2018). Jelen tanulmányunknak nem célja a magáncsőd népszerűtlenségének hazai okaira rávilágítani – habár a szerzőnek készültek már ebben a témában írásai – ehelyett a tanulmányban arra fogunk koncentrálni, hogy hazánkban is képes lenne-e megsokszorozni a lakosság érdeklődését, ha bevezetnék az elsétálás lehetőségét?

Ehhez elsősorban az Egyesült Királyságban működő Insolvency Service adatbázisát fogom felhasználni, amivel rávilágítok az angolszász jogrendben észlelhető trendekre, illetve arra, hogy milyen hatékonysággal tud működni egy olyan rendszer, ami több eljárásrendet foglal egy törvénybe. Majd a World Bank Global Financial Development adatbázisának adatai alapján, statisztikai módszerekkel összevetem az Európai Unió országainak bankrendszerait a nemteljesítő adósok aránya, a bankok jövedelmezősége és a magáncsőd, illetve az elsétálás megléte alapján.

Előzetes feltevéseim szerint azokban az országokban, ahol többféle eljárásrend körül választhatnak az adósok, többen is élnek ezzel a lehetőséggel. Mivel így mindenki a számára legjobban tetszetős és anyagi körülményeinek leginkább megfelelő eljárásban tud részt venni, ami jelentősen kiszélesíti a potenciális igénylők létszámát is, így sokkal több állampolgárnak tud segítséget nyújtani. Illetve azokban az országokban, ahol a magáncsőd mellett az elsétálás lehetősége is adott alacsonyabb lesz a nemteljesítő adósok aránya, valamint ennek következtében alacsonyabbak lesznek a banki veszteségek is.

2. Szakirodalmi áttekintés

A különböző magánszemélyes adósságrendezési eljárások története a huszadik század második felére datálódik, pontosabban az Egyesült Államok volt az első olyan ország, ahol ilyen eljárás bevezetésre került 1978-ban. Az eljárás rövid lényege, hogy a tartozásaikat rendezni nem tudó magánszemélyek számára olyan lehetőséget biztosítson, amely segítségével egy behatárolt időn belül az adósság egy részének rendezésével és a fennmaradó adósság elengedésével, tiszta lappal tudjanak kezdeni (Fossen & König, 2015). Vagyis lényegében ugyan az a rekreációs folyamat az eljárás lényege, mint a vállalati csőd eljárások esetén.

Az amerikai eljárás mód, alapvetően kétféle eljárási módot foglal magában: a magáncsődöt és az elsétálást. Ezek közül a magáncsőd egy 3-5 évig tartó törlesztési terv szigorú betartását jelenti, ami meglehetősen hasonlít a magyar eljárásra. Ezzel szemben az elsétálás egy sokkal rövidebb eljárást jelent, melyben az adós minden vagyonáról lemond, azt a csődgondnok felszámolásként eladja és a befolyt összeget törlesztésre fordítja, majd a fennmaradó tartozása az adósnak elengedésre kerül (Báger, 2015).

Szintén angolszász eljárás módba tartozik és 1990 óta működő eljárás az Egyesült Királyság magáncsőd eljárása. Ebben az országban négyféle eljárás mód létezik, melyből a legegyszerűbb a Country Court Administration Orders (CCAO) névre hallgató eljárás, ami az 5000 fontot meg nem haladó tartozások rendezésére szolgál. Az eljárásban az adós törlesztési tervet terjeszt be

a bíróság elé, amelyet a hitelezők elfogadása után kötelező betartania. Ennek egyel bonyolultabb eljárása az Individual Voluntary Arrangement (IVA), ami szintén egy törlesztési terv benyújtását takarja, amelyet a hitelezők 75%-ának el kell fogadnia annak életbe lépéséhez, ha ez nem történik meg az adós átkerül a magáncsőd (bankruptcy) eljárásba. A harmadik eljárási típus a Debt Management Arrangement (DMA), ami olyan adósoknak nyújt segítséget, akik alkalmi vagy rendszeres többletjövedelemmel rendelkeznek, melyből képesek adósságukat törleszteni. Ebben az esetben az adósság lényegében csupán átütemezésre kerül. A klasszikus magáncsőd (vagyis a bankruptcy) csak akkor kezdeményezhető, ha az IVA eljárás nem vezetett sikerre. Az eljárás időtartama alapvetően egy év, melyet további két évre hosszabbíthatni lehet. Abban az esetben, ha bebizonyosodik, hogy az adós maga okozta a fizetési képtelenségét 2-15 év időtartam korlátozásra kerülhet hitelfelvételei szempontból, mely adatot egy nyilvános adatbázisból bármely potenciális hitelező lekérhet. Mindegyik eljárás jellegzetessége, hogy belépési minimum korlátokat nem szab sem az adósság mértékére, sem pedig az adós anyagi helyzetével kapcsolatban (Bonum Commune Kft, é.n.).

Emellett a hazánkkal szomszédos Szlovákia 2017-ben vezette be az ottani magáncsőd módosításaként az elsétálás lehetőségét, amelynek következtében az eljárás korábban sohasem látott népszerűsége telt szert. A módosítások következtében egyrészt eltörlésre került, hogy csak a minimum 1650 eurónyi vagyonnal rendelkező adósok kérhetnek adósságrendezési eljárást. A bevezetett elsétálás jellegű csődeljárást azok az adósok igényelhetik, akik ellen már végrehajtást rendeltek el a hitelezőik. A körülbelül kéthetes procedúra eredményeként az adós minden vagyonát egy vagyonkezelőnek adja át, aki azt értékesíti és abból kifizeti a hitelezőket. Ez azonban nem jelenti azt, hogy az adós nincstelenné válik, hiszen, ha ingatlana nem éri el a 10 ezer eurós értéket akkor alapjában nem kerül az eljárás körébe, ha drágább ingatlana van akkor az értékesítésre kerül és 10.000 eurót kap belőle, hogy ingatlant vásároljon magának. A fennmaradó adósság elengedésre kerül. (Szentgáli, 2017)

Hazánkban a magáncsőd eljárását a 2015. évi CV. Törvény hívta életre, 2015 szeptemberétől. Annak ellenére, hogy a kormány mellett a jegybank is nagy reményekkel nézett az új eljárás elébe, végül – hároméves távlatból visszatekintve – azt mondhatjuk az eljárás bevezetése sokkal inkább kudarc volt, mintsem megoldás. Emiatt is érdemes elgondolkodni azon, hogy megoldást jelentene-e egy olyan eljárás bevezetése, amely sokkal egyszerűbb elérést biztosít, mint a jelenlegi, melyben jelentős belépési korlátok – mint az adós rendszeres jövedelemmel rendelkezése, az adósság 2-60 millió forint közti léte, vagy a csődbiztossal való rendszeres együttműködésre való hajlandóság – jelennek meg.

3. Anyag és módszer

Az elemzéshez két adatbázist használtam fel: Egyrészt elemeztem az Egyesült Királyságban működő Insolvency Service adatbázisát, melyet felhasználva átfogó képet adok az angolszász

jogrendben észlelhető trendekről. Ez alapján látni fogjuk, hogy mely eljárásokra van a legtöbb jelentkező, illetve kik kezdeményezik zömében az eljárásokat.

Másrészt a World Bank Global Financial Development adatbázisának adatai alapján, statisztikai módszerekkel (mint a korreláció elemzés, ANOVA és k-közép klaszter elemzés) összevetem az Európai Unió országainak bankrendszeit. Az elemzés időhorizontja a 2003-2016 közötti időszakot foglalja magában. Az elemzésbe bevont tizenkét ország: Ausztria, Csehország, Szlovákia, Szlovénia, Magyarország, Franciaország, Németország, Görögország, Olaszország, Lengyelország, Görögország, Nagy Britannia. A felhasznált indikátorok pedig: a tőkeáttétel, a hitel-betét arány, a nettó kamat marzs, a nemteljesítő adósok összes hitelhez mért aránya, a nem kamatjellegű bevételek aránya, az adózás előtti eredményből számított ROA, illetve ROE értékei (Baka et al. 2012, Ligeti et al. 2019), a bankkoncentráció, a külföldi bankok aránya, a hitel és GDP arány, valamint egy saját készítésű elsétálás dummy, amely azt mutatja meg, hogy az adott országban és adott évben elérhető volt-e ez az eljárás mód vagy sem.

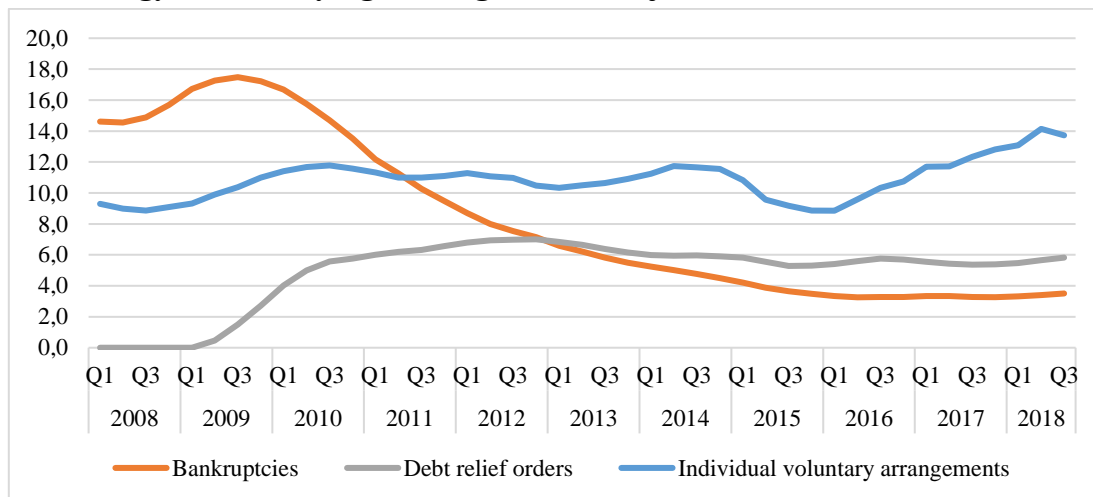
4. Eredmények

Az eredmények bemutatását két részre bontom a kétféle felhasznált adatbázis, illetve a külön adatbázishoz tartozó két hipotézis miatt. Először az Egyesült Királyságra vonatkozó Insolvency Service adatbázis alapján ismertetem az első hipotézisem eredményeit, mely szerint: Többféle eljárási mód nagyobb jelentkezőszámot is jelent. Ezt követően a World Bank adatbázis felhasználásával mutatom be a második hipotézis eredményeit, mely szerint: Azokban az országokban, ahol a magáncső mellett az elsétálás is működik alacsonyabb a nem-teljesítő adós arány és kevesebb a banki veszteségek mértéke.

4.1. Adósságrendezési eljárások trendjei az Egyesült Királyságban

Az egyesült Királyság négyféle eljárásából az Insolvency Service adatai csak három – az IVA, DMA és bankruptcy – számáról nyújtanak információt. Ezeleket az eljárásokat érdemes arányaiban megvizsgálunk, ahogy azt az 1. ábra mutatja.

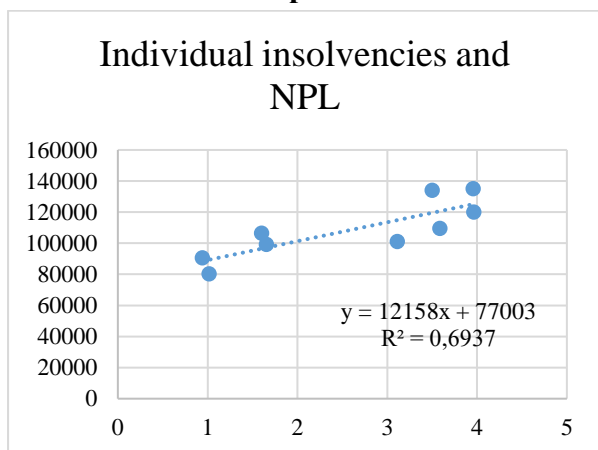
1. ábra: Az Egyesült Királyság adósságrendezési eljárásai 2008-2018 között



Forrás: UK Insolvency Service adatai alapján saját szerkesztés, 2019

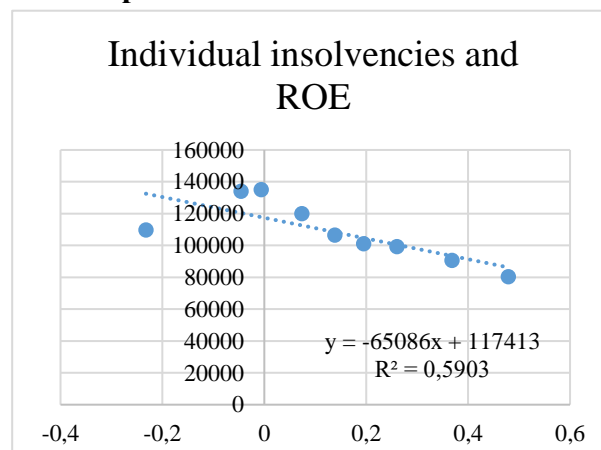
Már az ábráról is szembejövő, hogy a magáncsőd csak a válságos időszakban került előtérbe, míg a sokkal békésebb eljárásmodok általában célravezetőbbek és gyakoribbak is. Külön érdekesség, hogy az UK-ban az eljárások többségét (évente 75-86%-át) az adósok kezdeményezik. Ezt követően érdemes megvizsgálni az eljárások száma, illetve az NPL (nemteljesítő adós) arány és a jövedelmezőség közti kapcsolatokat, ahogy azt a 2. és a 3. ábra mutatja.

2. ábra: Az adósságrendezési eljárások és az NPL ráta kapcsolata



Forrás: UK Insolvency Service adatai alapján saját szerkesztés, 2019

3. ábra: A ROE és az eljárások száma közötti kapcsolat



Forrás: UK Insolvency Service adatai alapján saját szerkesztés, 2019

Láthatjuk, hogy a készített regressziók magyarázóereje mindkét esetben elfogadható, illetve mindkét esetben a logikusan, előre várható eredményt adják. Vagyis, hogy a magasabb NPL magasabb jelentkezőszámot és alacsonyabb ROE-t (vagyis sajáttőke-arányos nyereséget) jelent.

Ebből az adatbázisból azt egyértelműen láthatjuk, hogy a válságos időszakokat leszámítva az emberek jellemzően inkább jelentkeznek az egyszerűbb és gyorsabb lefolyású eljárásokra, minthogy megvárják a hosszabb és bonyolultabbak lefolytatását.

4.2. Segít-e az elsétálás az alacsonyabb NPL és a kevesebb veszteség eléréében?

A World Bank adatbázisa alapján először korreláció elemzést végeztem a változók között, melynek főbb következtetései, hogy:

- A nemteljesítő adósok aránya (NPL ráta) negatív közepes mértékű korrelációban áll a jövedelmezőséggel (ROA esetén -0,504; ROE -0,548)
- A nettó kamatmarzs pozitív közepes mértékű korrelációt mutat a tőkeáttétellel (0,599), míg negatív kapcsolatban áll a GDP arányos kibocsátott magánszektorbeli hitelekkel (-0,630)

Ezt követően megvizsgáltam, hogy a vizsgálatba bevont országok között van-e szignifikáns különbség. Ehhez ANOVA tesztet használtam melynek eredménye alapján kijelenthetem, hogy minden változó esetén teljesen szignifikánsan (p-érték 0,000 és 0,001 között) különböznek a vizsgálatba bevont országok. Vagyis van értelme azokat klaszterekbe sorolni. Így következő lépésként k-közép klaszterezéssel két klasztercsoportot alakítottam ki a vizsgált országokból, melynek eredménye az 1. táblázatban látható.

1. táblázat: Kialakított klaszterek főbb jellemzői

Változó	Elsétálós	Elsétálás nélküli
ROE (%)	15.045	10.92
Tőkeáttétel (ST/MFÖ)	10.977	5.704
Bankkoncentráció (%)	74.658	57.67
Hitel-betét arány (%)	104.007	120.468
Nettó kamatmarzs (%)	2.806	0.652
Működési költség (%)	2.132	0.904
Magánszektor hitelei/GDP (%)	56.999	97.617
Nem-teljesítő adósok aránya (%)	4.444	3.91
Van-e elsétálás? (dummy)	1	0

(n=12ország*14 változó*13 év)

Forrás: Saját szerkesztés, 2019

Az eredményből láthatjuk, hogy egyértelműen két csoportba oszthatók az elsétálással rendelkező és nem rendelkező országok. Azt is láthatjuk, hogy – ahogy azt a kisebb

céltartalékképzés és a magasabb visszafizetések miatt vártuk – a ROE értéke az elsétálással rendelkező országokban magasabb. Azonban ezt tovább árnyalja, ha megnézzük, hogy ugyanezekben az országokban nem csak a ROE magasabb, de a nettó kamatmarzs, a működési költségek és a bankkoncentráció is. Vagyis nem jelenthetjük ki egyértelműen, hogy a magasabb jövedelmezőség nem országbeli adottság, esetleg a magasabb alapkamat vagy infláció, esetleg a magasabb működési költség ellentételezésének eredménye. Emellett ezekben az országokban nemhogy magasabb lenne a hitelezés, mivel az adósok biztosabban merik vállalni a hitel kockázatát, de lényegesen – átlagosan 41%-kal – alacsonyabb a GDP-hez viszonyított magánszektorbeli hitelek aránya. Aminek lehetséges oka az is, hogy a bankok ahelyett, hogy beleáraznák ezt a kockázatot a hitelekbe egyszerűen a kockázatosabbnak vélt ügyfeleknek nem adnak hitelt. Végül a legmegdöbbentőbb, hogy annak ellenére, hogy az NPL ráta alacsonyabb volna lenne logikusan várható azokban az országokban, ahol van elsétálási lehetőség. Ennek ellenére a klaszterelemzés eredménye szerint az elsétálással rendelkező országokban átlagosan 0,5 százalékponttal magasabb – vagyis mondhatjuk azt, hogy közel ugyanannyi – a nemteljesítő adósok aránya, mint az ezzel az eljárással nem rendelkezőkben.

Vagyis azt mondhatjuk, hogy ez az elemzés alapján nem jelenthetjük ki egyértelműen, hogy az elsétálás lehetősége pozitív hatással lenne a jövedelmezőségre és csökkentené az NPL rátát.

5. Következtetések és javaslatok

Összefoglalva a tanulmány lényegi felvetéseit azt mondhatjuk, hogy ugyan a szomszédban az elsétálás bevezetése sikert aratott, de ez nem feltétlen jelenti azt, hogy nálunk is hasonló eredményre vezetne. Ahogy azt sem láthattuk egyik elemzett mintán sem egyértelműen, hogy maga a jogszabályi keret és nem valamely más, nehezebben mérhető társadalmi attitűd vezet az eljárás népszerűségéhez. Azt ugyan sejthetjük, hogy az Egyesült Királyság esetén az a jellemző, hogy nincsenek belépési korlátok és többféle eljárás van nagyban megkönnyíti azok alkalmazhatóságát, azonban ehhez is társadalmi hajlandóságra van szükség, ami hazánkban meglehetősen kétes, hogy meglenne. Ennek kiderítésére érdemes lenne valamilyen nagyobb mintán (minimum ezer válaszadó) elemezni a magáncsőd változtatása és az elsétálás bevezetése iránti társadalmi igényt. Főként, hogy az NPL ráta lassan minden banknál a válság előtti szintre kúszik vissza, ami miatt a bankok nem érdekeltek további lépéseket tenni ezügyben.

A World Bank adatbázisán végzett elemzés pedig azt mutatja, hogy az elsétálásmegléte nem feltétlen jelent nagyobb stabilitást. Hiszen ez az eredmény alapján a bankok nem számítanak az elsétálásra a kockázatosabb adósoknál és egyszerűen beárazzák a kockázatot a hitelbe, hanem ismerve a kockázatot inkább nem is adnak hitelt azoknak a személyeknek, akiknél az elsétálás valószínűsége nagy mértékben felmerülhet. Emellett láthattuk, hogy az NPL rátát nem csökkenti, sőt növeli ennek az eljárásnak a megléte. Vagyis az eljárás nem segítséget nyújt, hanem a moral hazard jelenségének mértékét növeli.

Így összességében azt a következtetést vonhatjuk le, hogy ugyan elképzelhető, hogy népszerűvé tenné a magyar magáncsőd eljárását is, ha az elsétálást is bevezetnék, de hosszú távon nem csak hogy nem csökkentené, de egyenesen növelné a pénzügyi rendszerkockázatokat.

Hivatkozott források

Baka Istvánné, Dancsó József, Ligeti Sándor, Vági Ferenc, Szarvas Ferenc, Varga József, Kürthy Gábor. Baka Istvánné, Kürthy Gábor (szerk.) (2012): Bankismeretek: Egyetemi tankönyv. Budapest: Tanszék Kft., 2012. 105 p. (ISBN:978-963-88777-4-1)

Báger , G., 2015. A természetes személyek adósságrendezési eljárásának hazai bevezetése. *Pénzügyi Szemle*, 2015/4. kötet, pp. 503-519.

Bonum Commune Kft, é.n.. *Nemzetközi közigazgatási tapasztalatok szintetizálása*. TÁMOP-5.4.1-12 projekt: ismeretlen szerző

Fossen, F. & König, J., 2015. Personal Bankruptcy Law and Entrepreneurship. *CESifo DICE Report*, pp. 28-34.

Kovács-Szamosi, R. & Varga, J., 2018. Javaslat a magyar magáncsőd intézményének átalakítására egyes nemzetközi példák alapján. *Jura*, 2018/2. kötet, pp. 458-467.

Ligeti Sándor; Pesuth Tamás; Varga, József (2019): Kereskedelmi bankok. In: Kürthy, Gábor (szerk.) Pénzügytan. BUDAPEST: Budapesti Corvinus Egyetem, (2019) pp. 30-53., 24 p.

Szentgáli, A., 2017. Magáncsőd, avagy menekülés az adócsapdából. *Új Szó online*, 11 05, p. nincs.

Mindennek (mindenkinek?) megvan a maga ideje?¹

Kökény László² – Kiss Kornélia³

Összefoglalás

Vannak, akiknek társadalmi vagy fiziológiai kötelezettségei viszik el idejük nagyobb részét, és vannak, akik kötelezettségeik mellett vagy helyett más tevékenységekre is tudnak vagy akarnak időt szakítani. Ezen attitűdbeli és/vagy akaratbeli tényezők különbözőek lehetnek, amelyeket más-más, egyszerűbb vagy akár mélyebbről jövő tényezők is befolyásolhatnak. Elsődleges kutatásunkat, amelynek célja annak feltárása volt, hogy milyen tényezők befolyásolják a szabadidős tevékenységek végzését, egy több mint 800 főből álló minta segítségével valósítottuk meg. A tanulmány összeállításához elvégzett kvantitatív kutatásunk kérdőívét a Központi Statisztikai Hivatal időmérélegéből kiindulva, de azt több ponton módosítva állítottuk össze. Kutatásunk során a főbb szocio-demográfiai és pszichológiai tényezőket, ezen belül is kiemelten a tevékenységek végzőit jellemző személyiségjegyeket elemeztük, utóbbihoz a Big Five Faktor tesztet használtuk. Elemzésünk során az alap leíró statisztikák mellett klaszteranalízist és Kruskal-Wallis tesztet alkalmaztunk. Összességében elmondható, hogy a generációk között lelhető fel leginkább különbség a szabadidős tevékenységek végzése tekintetében, és az adott generáció(k) alul- vagy felül reprezentálása egy-egy adott személyiségjegyen jelentheti a különbségeket. A kutatás személyiségjellemzőkkel kapcsolatos eredményei azt is megmutatják, hogy van összefüggés az egyén személyiségjegyei és szabadidős aktivitásai között.

Kulcsszavak: szabadidős tevékenységek, személyiségtípusok, Big Five Faktor, regionális különbségek, urbanizáció

JEL kód: R110

1. Bevezetés

Kutatásunk alapját a Központi Statisztikai Hivatal nagyjából tíz évenként készülő Időmérélege (2010) és a „Kulturálódási szokásaink”-ról készített (2013) tanulmányai adják. Az ezen tanulmányokban található, a főbb demográfiai tényezőkre reprezentatív adatfelvételekből származó adatok alapján láthatók eltérések a demográfiai tényezők mentén, például a kor, a nem, a lakóhely, az iskolai végzettség és a foglalkozás tekintetében a különböző tevékenységek

¹ A kutatás az Emberi Erőforrások Minisztériuma ÚNKP- 18-3-I. Kódszámú Új Nemzeti Kiválóság Programjának Támogatásával készült!



² PhD-hallgató, Budapesti Corvinus Egyetem, Turizmus Tanszék, laszlo.kokeny2@uni-corvinus.hu

³ Egyetemi docens, Budapesti Corvinus Egyetem, Turizmus Tanszék, kornelia.kiss@uni-corvinus.hu

vonatkozásában. A „Kulturálódási szokása ink”-ról szóló kiadványban elsősorban a kulturális fogyasztáshoz kapcsolódó szabadidős tevékenységekre mint a televízió nézésre, a rádióhallgatásra, az internetezésre, a videózásra, a könyv- és az újságolvasásra vonatkozó adatok kerülnek bemutatásra. E tevékenységek kiemelését az indokolja, hogy a 15-74 éves népesség napi átlagos időráfordítása ezeken a területeken a legmagasabb.

Saját elsődleges kutatásunkban a társadalmilag kötött tevékenységeket és a szabadon végzett tevékenységeket egyaránt mértük, összesen 41 különböző vizsgálati egységgel. Jelen elemzésünkben célunk az, hogy ezen vizsgálati egységeket – valamilyen szempontok szerint – szegmentumokba rendezzük. Ezt követően pedig a válaszadók között pszichológiai jellemzők mentén kerestünk különbségeket annak érdekében, hogy megtudjuk, ki milyen tevékenységet végez. Ezáltal lehetőség nyílt a válaszadók csoportosítására és általánosabb jellemzésükre szabadidős tevékenységeik mentén.

2. Irodalmi áttekintés

Az irodalmi felvezetőben bemutatjuk a KSH Időmérleg és Kulturálódási szokásainkról szóló kiadványainak releváns részeit, ezt követően pedig ismertetjük a szabadidős tevékenységek tekintetében a szocio-demográfiai és pszichológiai különbségek vonatkozásában korábban feltárt kutatási eredményeket.

2.1. A Központi Statisztikai Hivatal által készített időmérleg

„Az időmérleg az életmódnak mint hierarchikus rendszerbe szervezett tevékenységstruktúrának, illetve a konkrét tevékenységek vizsgálatára kialakított társadalomstatisztikai adatfelvételi és elemző eljárásoknak az összessége, valamint ezek felhasználásával a társadalom időfelhasználásáról nyert adatok, társadalmi jelzőszámok rendszere” (Központi Statisztikai Hivatal, 2010, p. 2). Az időmérleg vizsgálatok lényege, hogy valamilyen idő szakaszon belül a napokat, illetve a nap 24 óráján belül végzett tevékenységek rendszerességét, sorrendjét és időtartamát megmérje. Feladatai közé tartozik, hogy a népesség életkörülményeiről, életviteléről, időfelhasználásáról a korábbi nemzeti és az országok közötti vizsgálatokkal összehasonlítható, az alapvető társadalmi-demográfiai rétegek szerint differenciált képet nyújtson. Magyarországon 1960 óta vesznek fel időgazdálkodással kapcsolatos időmérleget, rendszerint tízéves periódusonként. A legutóbbi elemzés során a 10-84 év közöttieket vizsgálták, előtte a 15 év volt az alsó korhatár. Az időmérleg mintavételi egysége a „szociodemográfiai státuszjellemzői és saját háztartása által is meghatározott személy” (Központi Statisztikai Hivatal, 2010, p. 4).

Az időmérlegben található tevékenységeket három szinten lehet hierarchizálni. Az első szinten található a fiziológiai szükségletek, amelyek a létfenntartásból adódó tevékenységek (alvás, higiénia, étkezés stb.). Mi ezzel a szinttel nem foglalkoztunk kutatásunk során. A második

szinten jelennek meg a társadalmi létből levezetett tevékenységek, amelyek többnyire ugyancsak kötelezettségek (munka, tanulás, közlekedés, stb.). A harmadik szinten találjuk a szabadon felhasználható időt kitöltő tevékenységeket, ezek szerepet játszanak a fizikai, szellemi és lelki rekreációban, illetve a személyiség fejlesztésében. A különböző kódolási technikákkal és csoportosításokkal jelen kutatásban nem foglalkozunk. Kutatásunk másik alapját a „Kulturálódási szokásaink” című kiadványban vizsgált további tényezők adták.

2.2. A Központi Statisztikai Hivatal időmérleg alapján készített Kulturálódási szokásaink kiadványa

Ebben a kiadványban a jól eltöltött idő kerül a fókuszba, azaz a jóllétet (well-being) befolyásoló, elsősorban szabadidőhöz köthető, a harmadik szinthez sorolt tevékenységek. A hosszú távú eredmények vizsgálatából kiderül, hogy míg az 1970-es évek végén a társadalmilag kötött tevékenységek a napi idő 39%-át tették ki (több mint 9,5 óra), addig ez a szombati szabadnap bevezetésével, illetve a modern munkahelyi lehetőségeket támogató telekommunikációs eszközök elterjedésével megváltozó munkahelyi mobilitásnak köszönhetően napi 32%-ra (8,0 óra) csökkent 2009/2010-re a 15-74 éves népesség körében. Ezzel párhuzamosan a szabadon felhasználható idő növekedni kezdett. Az időmérleg alapján készített elemzés megmutatja (2013), hogy a demográfiai jellemzők közül a kor lehet a leginkább meghatározó szegmentációs ismérv, ha kategóriákat szeretnénk képezni a válaszadók között a szabadidős tevékenységeik mentén. A kiadvány nem tér ki a szignifikáns különbségekre, csak százalékpontokban mutatja be az egyes szegmensek között mutatkozó különbségeket.

Jelen tanulmánnyal nem célunk a KSH kiadványaival való összevetés, hiszen a nagy, de nem-reprezentatív mintánk erre nem is ad lehetőséget. Helyette a felfedezett eltérések vizsgálata és potenciális összefüggések azonosítása lesz a fő vizsgálati célkitűzésünk. A társadalmilag kötött és a szabadidős tevékenységekkel fogunk foglalkozni, mert ezeken a szinteken lehetnek belső okokból adódó számottevő eltérések.

2.3. Szocio-demográfiai különbségek a végzett tevékenységek terén

A három különböző szintű – fiziológiai, társadalmilag kötött, szabadon végzett – tevékenységcsoport három, egymással folyamatosan „versengő” kategória, az idő függvényében egyik tevékenységcsoport sem kerülhet előtérbe anélkül, hogy egy másik háttérbe ne szoruljon. A három szinten belül, leginkább a szabadidős tevékenységek esetén merülhet fel az időnek a szabad elhatározáson alapuló fogyasztása vagy beosztása a tevékenységek tekintetében. Minderre a környezeti adottságok mellett hatással vannak az egyén demográfiai jellemzői és személyiségjegyei, de akár szocializációja is. Csíkszentmihályi (1997) témánk szempontjából fontos megállapítása az, hogy nagy erőfeszítéseket, korábbi felkészülést igénylő feladatokat, cselekedeteket fiatal korban sokkal szívesebben végzünk, mint később.

A fizikai aktivitás mennyiségét is a demográfiai jellemzők – kor, végzettség, foglalkozás, jövedelem, családi állapot – határozzák meg leginkább (Borodulin et al., 2016). Ezen elemek mentén különbség van a motiváció, az időhiány magyarázata és a költségek megítélése terén. A PA (Physical Activity) és LTPA-val (Leisure time PA) foglalkozó portugáliai tanulmány (Marques et al., 2015) az ajánlott szintnek való megfelelés terén vizsgálta a különbségeket szocio-demográfiai területeken. A jobb anyagi körülmények között élő, magasabb végzettségű férfiak, illetve a közepes gazdasági helyzetben lévő, közepes végzettségű nők esetén van szignifikáns eltérés a tekintetben, hogy ki éri el az ajánlott szintet és ki nem a fizikai aktivitás terén. Egy, a portugálhoz az aktív és mérsékelt fizikai tevékenységek végzése és gyakoriságának mennyisége szerint nagyon hasonló jellemzőkkel leírható (European Union, 2017), észt mintán végzett elemzés szerint a szocio-demográfiai jellemzők mentén a fiatalabb korcsoportokat (Z, Y generáció), a magasabb végzettségűeket, a fővárosiakat és az egyedülállókat jellemzi inkább az aktív és mérsékelt fizikai tevékenységek végzése (Lusmági et al., 2016). Az európai felnőttek – European Social Survey – körében végzett reprezentatív elemzés (Marques et al., 2016) a kort, az iskolai végzettséget, a foglalkozást, a lakhelyet, a jövedelmet és a háztartásban élők számát vélte olyan faktoroknak, amelyek között szignifikáns különbségek vannak a fizikai aktivitás terén. A kutatásban a nemek között is találtak különbségeket, ráadásul a nőket találták aktívabbnak, ami „szembe megy” több más, a férfiak aktívabb voltát igazoló kutatással (Tucker et al., 2011; Hallal et al., 2012; Murtagh et al., 2015). A nemek között más kutatók abban is felfedeztek különbségeket, hogy a férfiak több házon kívüli tevékenységet végeznek, mint a nők (Kemperman – Timmermans, 2008). Továbbá más kutatásokkal szintén ellentétesen azt állapították meg (Marques et al., 2016), hogy a legalább 30 perces fizikai aktivitás aránya magasabb az idősebb embereknél, vélhetően azért, mert számukra egészségügyi okokból előírják az orvosok az ilyen időtartamú mozgást (Bull et al., 1997; Suija et al., 2010). Összességében, ha csak egy-egy szocio-demográfiai változót emelünk ki, akkor sok esetben ott van mögötte több másik is, amely vagy ezen a változón keresztül vagy moderálva azt, fejti ki hatását, ami megnehezíti az egyes tényezők befolyásoló hatásának azonosítását. Egyszer az egyik elem befolyása a meghatározóbb, másszor a másiké. Veal (2018) turizmus és szabadidő fókuszú kutatásokkal foglalkozó módszertani jellegű művében kiemeli, hogy a szocio-demográfiai és pszichológiai jellemzőkön alapuló piac szegmentáció ezekben az iparágakban, amelyekben nagyon meghatározó az egyén jelleme és adottságai, teljesen releváns lehet. Motivációs téren vannak különbségek az egyes generációk között (Hayes et al., 2018; Shirish et al., 2016; Soyer et al., 1999; Wong et al., 2008).

2.4. A személyiségtípusok hatása a végzett tevékenységekre

Felmerül a kérdés, hogy a korábban tárgyalt szocio-demográfiai jellemzőkön túl milyen belső mozgóerő van az első körben megjelenő vágyak mögött, amikor valaki végig gondolja, hogy milyen tevékenységet végezzen a szabadidejében. A személyes ízlés, a preferencia különböző köszönhetően az attitűdbéli, értékbeli és motivációbeli jellemzőknek. Ezek mind befolyásolják az elsődleges gondolatot a szabadidő eltöltésének milyenségéről. Ezen jellemzőket pedig a

gyermekkorai szocializációnk, látott mintáink, velünk született jellemzőink és habitusunk befolyásolják. E jellemzők is összefüggnek a szocio-demográfiai elemekkel és fordítva, valamint egy szocio-demográfiai jellemző mögött ott van a többi közvetlen vagy közvetett változó hatása is. Lehet, hogy azért nem jut egy gyári munkás eszébe az, hogy operába menjen este, mert nem is jutna eszébe, és nem valamely szocio-demográfiai jellemzője miatt (Bull et al., 2003; Haywood et al., 1995).

Kuo és Tang (2014) tanulmányában a magas extravertiós és nyitottság, valamint az alacsony barátságosság értékkel jellemzett válaszadók több időt töltenek a Facebookon és több ismerősük, illetve fotójuk található az oldalon. Emellett kiderül az is, hogy az ilyen típusú válaszadók nemcsak a Facebookon keresztül szeretnek „barátkozni”, hanem a valós életben is, illetve kedvelik a csapatsportokat és a kikapcsolódást nyújtó tevékenységeket. Naude et al. (2016) a szabadidő eltöltését és a személyiség típusok közötti kapcsolatokat egy kaszinó alkalmazottai körében vizsgálta. Ebben kimutatták, hogy az extrovertált és nyitott személyiség típusú válaszadók aktívabbak a szabadidős tevékenységeket tekintve, illetve szignifikánsabban boldogabbak, mint a más személyiségjeggyel jellemzett válaszadók. Lu és Hu (2005) azt találták, hogy az extravertió szignifikánsan pozitív összefüggésben van a szabadidős elégedettséggel, míg a neuroticitás negatív összefüggésben van. A szabadidőben megjelenő unatkozás tényezőjét vizsgálta Barnett és Klitzing (2006), amelyben azt találták, hogy az extrovertáltabb emberek hamarabb kezdenek unatkozni, a többiekre ugyanakkor ez nem igazán mutatható ki. Lepp et al. (2015) klasztereket készített az öt faktor alapján, hogy megnézzék, hogyan függ össze a mobilhasználat, a szabadidő fogyasztás és a mintában szereplő egyetemisták személyisége. Egy, az internetfogyasztással kapcsolatban, 2014-ben 6.900 fős mintán készített tanulmány kimutatta, hogy az extravertió korrelál a legkülönbözőbb internetes tevékenységekkel pozitív irányba, azaz akire ez a jegy jellemző, azok különbözőképpen szörföznek a neten és szignifikánsabban magasabb az aktivitásuk a különböző internetes tevékenységek üzése során. Az elmondható még a kutatásuk alapján, hogy az extravertióval, neuroticitással, tudatossággal jellemzett válaszadók általánosan többet használják az internetet (Mark - Ganzach, 2014). Costa és McCrae (1988) longitudinális és keresztmetszeti adatok segítségével kimutatta, hogy a 21 és 96 évesek között némi visszaesés tapasztalható az aktivitás, a nyitottság, a kezdeményezőkézség és a pozitív érzések terén. Emellett azt is igazolták, hogy a válaszadók személyisége 30 éves kor felett stabilizálódik.

E kutatások alapján összességében elmondható, hogy a személyiség típusok és a szabadidő kapcsolatának eddigi vizsgálata jelentős részben az internethasználattal kapcsolatos elemzésekben merül ki, a korábbiakban készített kutatásokban az „offline” szabadidős tevékenységek relatíve mérsékelten jelennek meg.

3. Anyag és módszer

Kutatásunk során kvantitatív elemzést alkalmaztunk. A kapcsolódások és összefüggések vizsgálatához, illetve az ok-okozati viszonyok feltárásához javallott ezt a fajta módszertant használni az adatok eléréséhez és azok elemzéséhez. A kutatás 2017 novembere és 2018 márciusa között zajlott. Online és offline kitölthető kérdőívet használtunk, amely három részből állt. Az első felében voltak a szabadidővel kapcsolatos, a KSH kiadványok alapján szerkesztett tevékenységek, elsősorban a második és harmadik szintből, azaz a társadalmilag kötött és a szabadon végzett tevékenységekből. Összesen 41 különböző tevékenységet mértünk. A válaszadóknak jelölniük kellett, hogy az elmúlt egy évben milyen rendszerességgel végezték az adott tevékenységet.

A kérdőív második felében egy 30 melléknévből álló NEO-PI-R alapján szerkesztett személyiségtesztet kellett kitölteniük, a Big Five személyiség típus elemzés keretrendszerén belül. A Big Five Faktor teszt maga egyszerű, rövid állításokból áll. Bár általában az egyszerű állítások pszichometrikailag alsóbbrendűbbek a komplexebb állításokhoz képest, mégis több előnye van. A teszt felépítése az egyszerű 10 állításos módszertől egészen a több 100 állításosig terjedhet. A legismertebb a 240 állításos sor, amelyet Costa és McCrae fejlesztett ki 1992-ben (Costa - McCrae, 1992). Kitöltése körülbelül 45 percet vesz igénybe. Ennek van egy csökkentett, 60 kérdéses verziója, de Goldberg (1992) 100 állításos tesztje is a legismertebbek között van. Ezeknek a komplex redukciójából alakultak ki a 44, 30, 25, 10 és 5 állításos sorok, elsősorban az interneten futtatható megkérdezéseknek köszönhetően. A 30 melléknévből, a kézikönyv alapján készítettük el az öt személyiség típus faktort. Az általunk megvalósított lekérdezés nem a „hivatalos”, online verzióban történt, így kézzel, mintha személyesen töltöttük volna ki a kérdőíveket, kellett a különböző algoritmusok alapján kialakítanunk az öt fő faktort.

A kérdőív harmadik részében a demográfiai kérdések kaptak helyett. Itt kérdeztük rá a korra, a nemre, az iskolai végzettségre, a foglalkozásra, a lakóhely típusára, az irányítószámra, a háztartáson belül a 18 év alatti gyermekek számára, a heti dolgozott órák számára, illetve a havi kiadások fedezésének milyenségére. E kérdésblokkban metrikus és nem-metrikus skálákat is használtunk.

A lekérdezett skálák alapján nem-parametrikus elemzési módszert tudunk alkalmazni. Célunk a végzett tevékenységek szegmentumokba rendezése volt valamilyen szempont vagy statisztikai mutatószámok alapján, majd a létrejött szegmensek között feltártuk a szignifikáns különbségeket a pszichológiai tényezők mentén. A tevékenységekből megpróbáltunk faktort képezni, de túl sok és logikailag értelmezhetetlen faktor keletkezett az Eigenvalue használata mellett (minimum 60%-os magyarázott összvariancia hányad esetén). Így a klaszterelemzés mellett döntöttünk. A hierarchikus klaszterelemzést Ward módszerrel és dendrogram vizsgálat alapján végeztük el, majd a K-közép klasztereljárást folytattuk le a kutatói döntés alapján

megállapított klaszterszámra. Ezek után a normál eloszlás hiányában a metrikus és nem-metrikus változók közötti elemzéshez a nem parametrikus eljárások esetén használt Kruskal-Wallis tesztet alkalmaztuk. A kapcsolaterőségek esetén a Kruskal-Wallis H-teszt statisztikai értékéből számoltunk eta négyzeteket (Tomczak - Tomczak, 2014).

3.1. Hipotézisek

A szakirodalmi felvezető alapján úgy tűnik, hogy a szabadidőeltöltés tekintetében azonosíthatók szegmensek. Mindez arra enged következtetni, hogy lehetnek olyan tevékenységek, amelyek valamilyen változó mentén közös dimenziót alkotnak egymással. Úgy gondoljuk, hogy klaszterekbe rendezhetők a végzett tevékenységek, nem csak az alapján, hogy milyen rendszerességgel űzik őket a válaszadóink. Ez a klaszterképző ismérv lehet a kor, a végzettség, a havi jövedelem, a lakhely, az aktivitási szint, a személyiség vagy valamely más, fel nem sorolt szocio-demográfiai tényező. Kutatásunk során egy hipotézist fogalmaztunk meg a személyiségtípusokra vonatkozóan. Egy későbbi, demográfiai jellegű kutatás alapja lehet ez a kutatás.

H₁: A személyiségtípusok – extravertió (a), nyitottság (b), neuroticitás (c), tudatosság (d), barátságosság (e) – és a tevékenységek szegmensei között szignifikáns különbség van.

4. Eredmények

A klaszterelemzésbe a 984 fős mintánkból 817-en kerültek be (azon válaszadók, akik valamely, a személyiségteszt során feltett kérdésre nem válaszoltak, nem kerültek be a vizsgálatba). A klaszterelemzés alapja a szabadidős tevékenységek voltak. Ehhez szükséges volt ezen változókat standardizálni. A kérdéseket egy 1-6-os intervallum skálán mértük.

A 817 válaszadó 35,4%-a férfi, 63,0%-a nő. Az átlagéletkor 42,46 év, 45 év mediánnal, 20 év módusszal (119 fő), és 21,48-as szórással. A válaszadók 37,8%-a tanuló, 29,6%-a alkalmazott, 20,2%-a öregségi nyugdíjas. Budapesten él a válaszadók 29,7%-a, megyeszékhelyen 17,0%-uk, egyéb városban 31,3%-uk és községben 21,9%-uk.

4.1. A klaszterelemzés és eredményei

A klaszterek elkészítéséhez standardizálni kell a változóinkat. Ahogy azt korábban kifejtettük, nem a főkomponens elemzés eredményeit szeretnénk figyelembe venni a klaszterelemzés során, hanem a változókat önmagukban szeretnénk klaszterekbe csoportosítani. A négyzetes euklideszi távolságot választottunk mértéknek a hierarchikus klaszterelemzéshez, azon belül is a Ward-féle eljáráshoz (Malhotra - Simon, 2009). Ekkor a 41 szabadidővel kapcsolatos tevékenység standardizált elemét vizsgáltuk. Az outputok alapján először az összevonási séma koefficienseit vizsgáltuk. Ekkor azt láttuk, hogy a koefficiensek még nem duplázódnak meg, csak az utolsó két lépésben, azaz két vagy három klaszter esetén nő meg picit jobban a

koefficiens az előzőekhez képest (az utolsó koefficiens fele valahol az 50 klaszteres megoldásnál lenne, ami nem értelmezhető). Ha a változókat vizsgáljuk, akkor a 13 klaszter vagy csoport lenne az optimális. Ezután áttértünk a dendrogram vizsgálatára. Itt azt vizsgáltuk, hogy hol van nagy ugrás. Általában, amolyan ökölszabályként (Szüle, 2018) a 8-as (10-es, Kovács E. 2011) értékhez szokták behúzni az elválasztó vonalat a párok szétbontásához. A módszer lényegét és a klaszterek meghatározásának alapját jellemzően annak vizsgálata adja, hogy hol nagy az ugrás a párosítások során. Nagy ugrás és 8-as érték szerint is három klaszter lehetne létrehozni, ugrások szerint még az öt klaszter is jó megoldás (3-as értékhez húzva az elválasztó vonalat). Annak tudatában, hogy akár 50 klaszterünk is lehetne, elemzésünkhöz az öt klaszteres megoldást választottuk.

Az első klaszterbe 181 fő, a másodikba 87 fő, a harmadikba 190 fő, a negyedikbe 205 fő és az ötödikbe 154 fő került. Van egy klaszter (1.), amelyikben nagyon aktív válaszadók találhatók és van két klaszter (3., 5.), amelyikben a válaszadók nagyon passzívak. A 4. klaszter olyan válaszadók csoportja, ahol sok a családi kötelezettség, vélhetően gyermekes szülők. A 2. csoportba pedig az ugyancsak aktívabb, de főleg ház körüli tevékenységeket végző válaszadók kerültek. Ezen eredmények a szakirodalom nagy részével egybecsengenek, és azt sejtetik, hogy érdemes lehet a demográfiai jellemzőket megvizsgálni. Szinte minden demográfiai jellemző esetén szignifikáns különbségeket találtunk. A hipotézis igazolásához vagy elvetéséhez normalitás hiányában Kruskal-Wallis tesztet használtunk. A hatások erősségét eta négyzet mutatóval mértük. A neuroticitáson kívül mindegyik elem 1%-os szinten is szignifikáns. Az eredmények alapján a következő 1%-on szignifikáns eta² értékeket kaptuk (Extraverzió 0,071, Barátságosság 0,066, Tudatosság 0,055, Nyitottság 0,032, Kor 0,750)

A személyiség típusok esetén a kapott T-értékek a különböző fő faktoroknál a következőképpen interpretálhatók: 56 vagy a felett magas értékű, 45 és 55 között átlagos értékű, 44 vagy az alatt alacsony értékű. Nagy általánosságban a szerzők (Costa - McCrae, 1992) a válaszadók 38%-át kapták átlagos értékűnek, és 31-31%-át az alacsony és magas tartományban. A személyiség típusok kialakítását Costa és McCrae (1992) kézikönyve alapján készítettük el, amelyek az elméleti középértékeknek megfelelnek, de részben korrelálnak egymással. Mivel ez esetben se beszélhettünk normál eloszlásról (az egész elemzés során csupán a neuroticitás és az extraverzió személyiség faktorok eloszlása volt normál), így végig a Kruskal-Wallis H-tesztet alkalmaztuk.

5. Összegzés és javaslatok

A szabadidős tevékenységek egy (nagyobb) részét tömegek űzik. Az, hogy éppen melyik tevékenység hangsúlyosabb vagy szorul háttérbe, számos tényezőtől függ. Ezen tényezők többek között lehetnek demográfiai, szociográfiai, pszichológiai, attitűdbeli, humánológiai vagy anyagi okok. Mi ezen elemek közül a pszichológiai jellemzők hatását vizsgáltuk a végzett tevékenységek esetében. Kutatásunkat egyetemi hallgatók és az ő ismerőseik körében végeztük

el, így biztosítva a minél szélesebb mintavételt. Emellett hozzá kell tennünk, hogy a mintánk nem reprezentatív, de bizonyos tendenciák, motívumok és összefüggések megállapíthatók. A kutatás a különbségek feltárására összpontosított tekintetben, hogy fellelhető-e bármiféle differencia a végzett tevékenységek nagyobb csoportjai között a szocio-demográfiai és a személyiségtípusok tekintetében. Leginkább a kor befolyásolja azt, hogy milyen tevékenységeket űznek jellemzőbben a válaszadóink.

Az eredményeket tekintve azt is láttuk, hogy viszonylag alacsony eta négyzet értékeket kaptunk a személyiségtípusok esetén és a neuroticitás esetében nem kaptunk szignifikáns különbségre utaló eredményt, de hipotézisünket ennek ellenére el tudtuk fogadni. Mindez arra enged következtetni, hogy a személyiség valószínűleg egy közvetett elem a modellben, azaz elsősorban más tényező szerint lehet a szabadidős tevékenységeket csoportokba rendezni. Az már sokkal valószínűbb, hogy a személyiségtípusok között a tekintetben van különbség, hogy milyen demográfiai jellemzővel bír az adott válaszadó, erre a szekunder kutatásunkban is találtunk utalásokat. Valószínűleg a korról és/vagy generációval függhet leginkább össze a személyiségtípus, mert a különböző személyiségtípusok más klasztereknél csúcsosodnak vagy hanyatlanak.

Összességében megállapítható, hogy mint a legtöbb elemzés bizonyos téren a mi kutatásunk is szubjektív és így torzít, hiszen a tevékenységek rendszerezésénél és azoknak a gyakorisági megállapításainál, illetve a személyiségtípust jellemző állítások értékelésénél különböző egységek jellemzik a válaszadókat. A jövőben érdemes lenne vizsgálni a demográfiai jellemzők közötti összefüggéseket, illetve a személyiségtípus alakulását és különbözőségeit a demográfiai változók függvényében. Az azonban kutatásunkból is jól látható, hogy a kor a leginkább befolyásoló tényező (három klaszteres megoldás esetén még inkább), és valószínűleg ennek hatása gyűrűzik be a többi demográfiai és pszichológiai változó esetén. Emellett bizonyos esetekben a személyiségtípusok is elválnak a kortól, annak ellenére, hogy a tudatosak és a barátságosak szignifikánsan inkább az idősekre, míg az extravertió a fiatalokra, a nyitottság pedig a felnőtt szülőkre a legjellemzőbb. Az extravertió esetén még az látszik, hogy a korcsoporton belül is akár 10 százalékpont különbség is lehet az eltérés az aktívabb fiatalok javára.

Hivatkozott források

Barnett, L.A. - Klitzing, S.W. (2006): Boredom in Free Time: Relationships with Personality, Affect, and Motivation for Different Gender, Racial and Ethnic Student Groups. *Leisure Sciences*, 28 (3): 223–244. doi:10.1080/01490400600598053.

Borodulin, K. - Sipilä, N. - Rahkonen, O., et al. (2016): Socio-demographic and behavioral variation in barriers to leisure-time physical activity. *Scandinavian Journal of Public Health*, 44 (1): 62–69. doi:10.1177/1403494815604080.

Bull, C. - Hoose, J. - Weed, M. (2003): *An Introduction to Leisure Studies*. 1st ed. Essex CM20 2JE, United Kingdom: Pearson Education Limited.

Bull, F.C.L. - Schipper, E.C.C. - Jamrozik, K., et al. (1997): How Can and Do Australian Doctors Promote Physical Activity? *Preventive Medicine*, 26 (6): 866–873. doi:10.1006/pmed.1997.0226.

Costa, P.T. - McCrae, R.R. (1992): *NEO PI-R professional manual - Revised NEO Personality Inventory (NEO PI-R) and NEO Five-Factor Inventory (NEO-FFI)*. Odessa, FL, U.S.A.: Psychological Assessment Resources, Inc.

Costa, P.T. - McCrae, R.R. (1988): Personality in adulthood: A six-year longitudinal study of self-reports and spouse ratings on the NEO Personality Inventory. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54 (5): 853–863. doi:10.1037//0022-3514.54.5.853.

Csikszentmihályi, M. (1997): *Finding Flow. The Psychology of Engagement with Everyday Life*. BasicBooks - A Division of HarperCollins Publishers, Inc., New York, NY, U.S.A.

European Union (2017): Special Eurobarometer 472 - December 2017 “Sport and physical activity” (No. NC-01-18-170-EN-N).

Goldberg, L.R. (1992): The development of markers for the Big-five factor structure. *Psychological Assessment* 4, 26-42.

Hallal, P.C. - Andersen, L.B. - Bull, F.C., et al. (2012): Global physical activity levels: surveillance progress, pitfalls, and prospects. *The Lancet*, 380 (9838): 247–257. doi:10.1016/S0140-6736(12)60646-1.

Hayes, J.B. - Parks, C. - McNeilly, S., et al. (2018): Boomers to Millennials: Generational Stereotypes at Work in Academic Librarianship. *The Journal of Academic Librarianship*, 44 (6): 845–853. doi:10.1016/j.acalib.2018.09.011.

Haywood, L. - Kew, F. - Bramham, P., et al. (1995): *Understanding Leisure*. Cheltenham: Stanley Thornes Publishers Ltd.

Kemperman, A.D.A.M. - Timmermans, H.J.P. (2008): Influence of Socio-Demographics and Residential Environment on Leisure Activity Participation. *Leisure Sciences*, 30 (4): 306–324. doi:10.1080/01490400802165099.

Központi Statisztikai Hivatal (2013): Kulturálódási szokásaink. A lakosság televíziózási, olvasási jellemzőinek vizsgálata az időmérleg-felvételek segítségével. Internetes kiadvány 40.

Központi Statisztikai Hivatal (2010): Időmérleg-módszertan. Internetes kiadvány 116.

- Kuo, T. - Tang, H.-L. (2014): Relationships among personality traits, Facebook usages, and leisure activities – A case of Taiwanese college students. *Computers in Human Behavior*, 31: 13–19. doi:10.1016/j.chb.2013.10.019.
- Lepp, A. - Li, J. - Barkley, J.E., et al. (2015): Exploring the relationships between college students' cell phone use, personality and leisure. *Computers in Human Behavior*, 43: 210–219. doi:10.1016/j.chb.2014.11.006.
- Lu, L. - Hu, C.-H. (2005): Personality, Leisure Experiences and Happiness. *Journal of Happiness Studies*, 6 (3): 325–342. doi:10.1007/s10902-005-8628-3.
- Lusmägi, P. - Einasto, M. - Roosmaa, E.-L. (2016): Leisure-time Physical Activity Among Different Social Groups of Estonia: Results of the National Physical Activity Survey. *Physical Culture and Sport. Studies and Research*, 69 (1): 43–52. doi:10.1515/pcssr-2016-0004.
- Malhotra, N.K. - Simon, J. (2009): *Marketingkutató*. Budapest: Akadémia Kiadó.
- Mark, G. - Ganzach, Y. (2014): Personality and Internet usage: A large-scale representative study of young adults. *Computers in Human Behavior*, 36: 274–281. doi:10.1016/j.chb.2014.03.060.
- Marques, A. - Martins, J. - Peralta, M., et al. (2016): European adults' physical activity socio-demographic correlates: a cross-sectional study from the European Social Survey. *PeerJ*, 4: e2066. doi:10.7717/peerj.2066.
- Marques, A. - Martins, J. - Sarmiento, H., et al. (2015): Socio-demographic correlates of leisure time physical activity among Portuguese adults. *Cadernos de Saúde Pública*, 31 (5): 1061–1070. doi:10.1590/0102-311X00101614.
- Murtagh, E.M. - Murphy, M.H. - Murphy, N.M., et al. (2015): Prevalence and Correlates of Physical Inactivity in Community-Dwelling Older Adults in Ireland Allen, P. (ed.). *PLOS ONE*, 10 (2): e0118293. doi:10.1371/journal.pone.0118293.
- Naude, R. - Kruger, S. - De Beer, L.T., et al. (2016): The relationship between personality types and leisure time activities amongst Casino employees' workplace expectations. *SA Journal of Human Resource Management*, 15. doi:10.4102/sajhrm.v14i1.761.
- Shirish, A. - Boughzala, I. - Srivastava, S.C. (2016): Adaptive use of social networking applications in contemporary organizations: Examining the motivations of Gen Y cohorts. *International Journal of Information Management*, 36 (6): 1111–1123. doi:10.1016/j.ijinfomgt.2016.04.002.
- Soyer, R.B. - Rovenpor, J.L. - Kopelman, R.E. (1999): *Narcissism and Achievement Motivation as Related to Three Facets of the Sales Role: Attraction, Satisfaction and Performance.*, p. 20.

Suija, K. - Pechter, Ü. - Maaros, J., et al. (2010): *Physical activity of Estonian family doctors and their counselling for a healthy lifestyle: a cross-sectional study.*, p. 6.

Szüle, B. (2018) *Quantitative methods*. Előadás

Tomczak, M. - Tomczak, E. (2014): *The need to report effect size estimates revisited. An overview of some recommended measures of effect size.*, 1: 7.

Tucker, J.M. - Welk, G.J. - Beyler, N.K. (2011): Physical Activity in U.S. Adults. *American Journal of Preventive Medicine*, 40 (4): 454–461. doi:10.1016/j.amepre.2010.12.016.

Veal, A.J., 2018. *Research methods for leisure and tourism*, Fifth edition. ed. Pearson, Harlow, United Kingdom.

Wong, M. - Gardiner, E. - Lang, W., et al. (2008): Generational differences in personality and motivation: Do they exist and what are the implications for the workplace? Macky, K. (ed.). *Journal of Managerial Psychology*, 23 (8): 878–890. doi:10.1108/02683940810904376.

Egy céltársaság tulajdonosi értékelemzése irányításszerző felvásárlás előtt és után

Kucséber László Zoltán¹

Összefoglalás

A kutatásaim célja a vállalati felvásárlások és fúziók tulajdonosi értékteremtésben játszott szerepének a vizsgálata. Az eddigi munkáimban a Gazdasági Versenyhivatal által engedélyezett 784 tranzakció ágazati és regionális jellemzői mellett vizsgáltam azt is, hogy hogyan befolyásolják a felvásárlások a 2007 és 2010 között cégfelvásárlást megvalósító, magyarországi székhellyel rendelkező felvásárló vállalatok tulajdonosi értékét. A cégfelvásárlások mellett az 1997 és 2018 közötti időszakban számos irányításszerző tranzakció és eszközfelvásárlás is történt. Az irányításszerző ügyletek jelentős arányának háttérében az állhat, hogy az irányításszerző tranzakcióval nincs szükség a céltársaság integrációjára, hiszen a felvásárolt cég működése befolyásolható a menedzsment leváltásával. Munkámban a Waberer's International által felvásárolt céltársaság tulajdonosi értékének kalkulációjára teszek kísérletet. Kalkulálom a céltársaság felvásárlást megelőző és az azt követő tulajdonosi értékét, valamint az értékgenerátorokat, mérleg, eredménykimutatás és cash-flow adatok alapján.

Kulcsszavak: fúziók, felvásárlások, céltársaság, tulajdonosi érték, értékgenerátor

JEL kód: G34, G38

1. Bevezetés

A fúziók és felvásárlások (Mergers and acquisitions, rövidítés: M&A) a vállalati átszervezések egyik legfontosabb típusa, amelyet a következő adatok is bizonyítanak: 2006 és 2018 között minden évben legalább 14 ezer M&A ügylet jött létre Európában (Imaa, 2019). Ezeknek a dinamikus trendeknek a háttérében az M&A ügyleteknek az előnyei szerepet játszhatnak: méret- és választékgazdaságosság elérése, az iparágból történő kivonulás, az irányítási hatékonyság és a növekvő piaci erő (Wish, 2010). Copeland – Weston (1992) a fúziót, mint az egyik legfontosabb szerepet játszó tényezőt említi a vállalatok növekedésében. Katits (2002) a felvásárlásokat és az összeolvadásokat a vállalati kríziskezelés egyik típusaként, a vállalati válságból kivezető lehetséges kiutak közé is sorolja.

¹ PhD, Adjunktus, Budapesti Gazdasági Egyetem, Közgazdasági és Üzleti Tudományok Tanszék, Budapest, kucseber.laszlo@uni-bge.hu

2. Irodalmi áttekintés

Ray (2010) szerint az M&A tranzakciók érintettjei a vállalat tulajdonosai, a cég menedzsmentje, a munkavállalók, a fogyasztók, az állami intézmények, a média és az ágazati elemzők. Az érintettek közül a tulajdonosoknak kiemelkedő szerepük van az M&A tranzakció megvalósítására vonatkozó döntéshozatalban, míg a menedzserek az M&A stratégiai tervezésében és a végrehajtásában játszanak szerepet. Ezt támasztja alá Damodaran (2006: 898) is, aki azt állítja, hogy „A tulajdonosok és a menedzserek azok, akik változtathatnak a vállalat működtetésének módján, így az értékén is”.

Az 1980-as évek 2. felében zajló fúziós hullám arra ösztönözte a vállalatvezetőket, hogy a tulajdonosi értékteremtésre koncentráljanak (Rappaport, 2002). A tulajdonosok elvárják a menedzserektől a tulajdonosi érték (Shareholder Value: SV) szemlélet szerint történő stratégiaalkotást. A tulajdonosi értékmaximalizálás nem ellentétes a vállalat többi érintettjeinek hosszú távú céljaival (Becker et al. 2005). Tehát amikor az SV növekszik, a társadalmi jólét is emelkedik (Jensen, 2000). A tulajdonosi értéket befolyásoló 7 értékteremtő tényező a következő: az értékesítési árbevétel növekedési rátája, a működési profithányad, a társasági adókulcs, a forgótőke lekötés, a befektetett eszköz lekötés, a tőkeköltség és az értéknövekedés időtartama (Rappaport, 2002). Mindezek miatt a PhD-értekezésemben a felvásárló társaságokat tulajdonosi szempontból vizsgáltam. A következő eredményeket kaptam: A Magyarországon, 2007 és 2010 között, a cégfelvásárlást megvalósító társaságok a Rappaport-féle értékgenerátorokkal és a Számviteli törvény szerint készített cash flow kimutatással kalkulált FCF jelenértékei – a felvásárlást követően – visszaestek, amelyet a vizsgált társaságok negatív SV értékei igazoltak (Kucséber, 2018).

A felvásárló vállalat megvásárolhatja a céltársaság egészét vagy csupán a többségi részesedését, de a céltársaság egyes eszközeit és üzemét egyaránt. A részleges felvásárlás lehetőséget nyújt a céltársaság hosszú távú teljesítményének javítására, amely nem lehetséges akkor, ha az egész céltársaságot felvásárolják, mivel a céltársaság beolvad a felvásárló vállalatba és a részvényekkel többé nem kereskednek. A részleges felvásárlást követően a céltársaság teljesítménye pozitív irányba változhat a megnövekedett ellenőrzés miatt (Akhigbe, 2004). Az irányításszerző tranzakciók népszerűségét a következő hivatkozással támasztom alá: Brakman és szerzőtársai 27 541 M&A ügyletet vizsgáltak 1986 és 2005 között. Megállapították azt, hogy a vállalati részvények nagy hányadát – átlagosan 75,5 százalékát – vásárolják meg a tranzakciók során, amely a felvásárolt vállalatban többségi (átlagosan 80,1 százalékos) részesedéshez vezet (Brakman et al. 2006: 5).

3. Anyag és módszer

Először a felvásárló társaságot, a Waberer's International Nyrt. (2016 előtt Zrt.) (a továbbiakban Waberer's) választottam ki, amely vezető szállítmányozási cég Közép-Kelet Európában és az 53. legnagyobb árbevételt elért vállalkozás Magyarországon (HVG, 2018). A

Waberer's társasággal számos menedzsment és pénzügyi cikk, esettanulmány foglalkozott, például Rékasi–Sági (2016) tanulmányukban az optimális kibocsátási részvényárfolyamot határozták meg. Munkámban annak a céltársaságnak, nevezetesen a Transport Hungária Kft-nek az értékgenerátorait és tulajdonosi értékét kalkulálom, amelyet a Waberer's 2012-ben felvásárolt. A céltársaságot 2009-ben alapították, az M&A ügylet előtt a Waberer's franchise partnere volt. A Waberer's a céltársaság üzletrészeinek 51%-át vásárolta fel, amely így leányvállalatként folytatja a működését (GVH, Vj/063-004/2012).

A munkámban az elemzést extern módon, vagyis külső elemző szemszögéből és pénzügyi eszköztár alkalmazásával szeretném végezni, ezért a vizsgálatokhoz a nyilvánosan elérhető GVH versenyhatározatokból és az e-beszámolóról gyűjthető számviteli adatokat használtam. Az értékgenerátorok és a tulajdonosi érték számítását a felvásárló vállalatok mérleg és eredménykimutatásaiból, valamint cash-flow kimutatásaiból létrehozott adatbázis alapján végzem. Az 1. táblázat azt mutatja, hogy az SV számítás 6 üzleti év pénzügyi adataival készül, a startegiai időhorizontot követő szakasz értékét örökjáradékkal határozom meg.

1. táblázat. Az SV számítás szakaszai

A kalkulált SV	SV (2010)			
Szakasz	Stratégiai időhorizont			Stratégiai időhorizonton túl (Örökjáradék)
Év	t ₀	t ₁	t ₂	t ₃ →∞
	2010	2011	2012	2013→∞
A kalkulált SV	SV (2013)			
Szakasz	Stratégiai időhorizont			Stratégiai időhorizonton túl (Örökjáradék)
Év	t ₀	t ₁	t ₂	t ₃ →∞
	2013	2014	2015	2015→∞

Forrás: Saját szerkesztés, 2019

Az SV számítása a következő képlettel történik, amit Rappaport (1986 és 2002) munkájában megadott leírás szerint szerkesztettem. Az SV képletében az 1. tag az FCFF (Free Cash Flow to the Firm) jelenértékeinek összege, a 2. tag a stratégiai időtartam utáni időszakra feltételezett örökjáradék jelenértéke, a 3. tag pedig az idegen tőke piaci értéke:

$$SV_0 = \left[\sum_{t=1}^n \frac{FCFF_t}{(1+r)^t} + \sum_{t=n}^{\infty} \frac{NOPLAT_t \times \frac{1+i}{r-1}}{(1+r)^{t+1}} \right] - D_0$$

ahol,

$$FCFF = NOPLAT - \Delta INV - \Delta WC$$

NOPLAT (Net Operating Profit Less Adjusted Taxes), ΔINV (Investments), ΔWC (Working Capital),

$$NOPLAT = S \times ROS \times (1 - T_C)$$

S (Sales), ROS (Return on Sales) T_C (Corporate Tax).

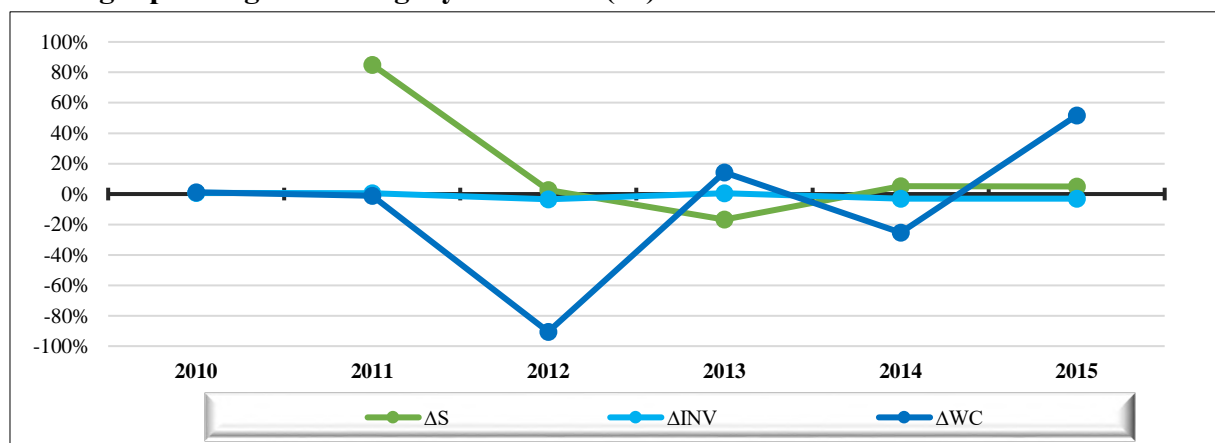
4. Eredmények

Az első vizsgált értékgenerátor az értékesítési árbevétel növekedési rátája. Ahogyan azt az 1. ábrán megfigyelhetjük, az értékesítés nem növekedett a vizsgált időszakban, 2013-ban pedig egy jelentős visszaesés is történt. A működési eredményhányad is rendkívül kedvezőtlenül alakult: A ROS maximum értéke 3,3% volt 2015-ben, a többi vizsgált évben ennél kedvezőtlenebb értékek is előfordultak. Az eredmények alapján azt valószínűsíthetjük, hogy az SV kedvezőtlenül változott.

A befektetett eszköz és a működőtőke pótlólagos növekményét elemezzük az értékesítési árbevétel tükrében, ezért az 1. ábra tartalmazza a cégfelvásárló társaság értékesítési nettó árbevétel növekedési rátáját, valamint az újrabefektetési rátákat is. A befektetett eszközök újrabefektetési rátája csekély változásokat mutatott a vizsgált években, szemben a forgótőke újrabefektetési rátájával, amely rendkívül hektikusan alakult, nem követve az értékesítési árbevétel tendenciáját. Kedvezőnek tekinthetjük, hogy ha az értékesítési árbevétel növekszik, a forgótőke csökkenés ellenére is. A vizsgált céltársaság esetén ez az összefüggés egyedül 2014-ben figyelhető meg. Kedvezőtlennek tekintem azt, ha az újrabefektetési ráták pozitív értékűek és növekednek, miközben az értékesítési nettó árbevétel csökken, mivel ekkor úgy történt pótlólagos befektetés, hogy ezalatt a forgalom visszaesett, mint 2013-ban és 2015-ben. Ez azt jelezheti, hogy a felvásárlást követően a céltársaság működési hatékonysága nem javult.

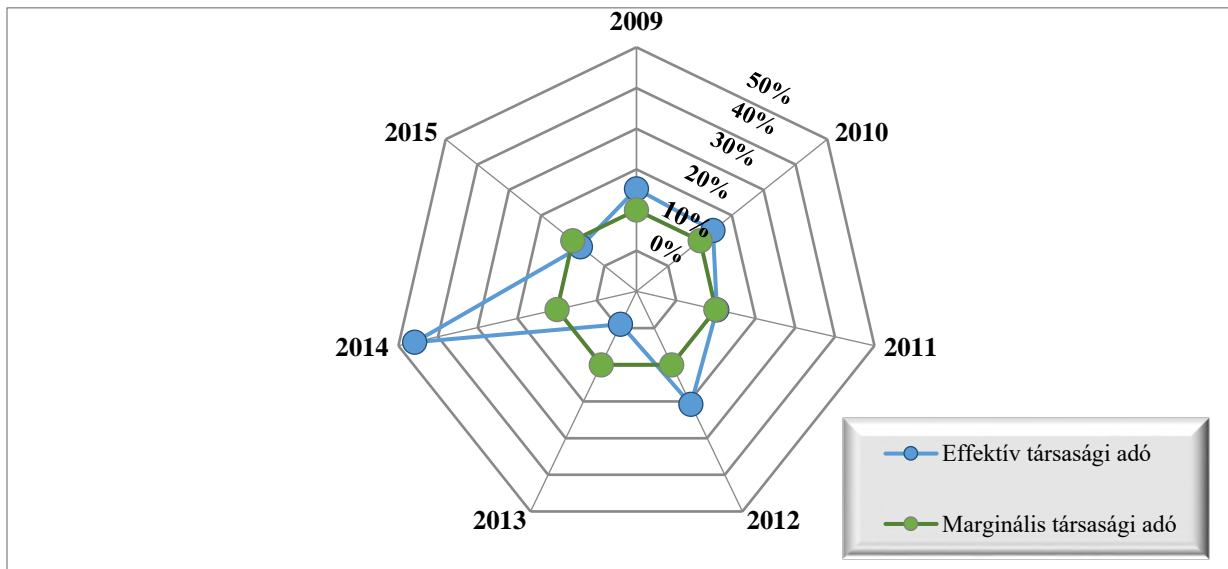
A céltársaságot az adózás előtti eredmény nagysága szerint 10 százalékos (marginális) adómérték terhelte a vizsgálat minden évében. A 2. ábrával ellenőrizhetjük azt, hogy a cégfelvásárló társaságok több vagy kevesebb társasági adót fizettek, mint amennyit a marginális adómérték szerint kellett volna. Az effektív társasági adó 2009 és 2015 kivételével magasabb, mint a marginális társasági adó. Az M&A ügylet szinergiái nem érvényesültek ennél az értékgenerátornál.

1. ábra. Az értékesítési nettó árbevétel növekedési ráta és a növekményes árbevételhez szükséges pótlólagos eszközigeny alakulása (%)



Forrás: Saját számítás és szerkesztés az e-beszámoló adatai alapján, 2019

2. ábra. A céltársaság effektív társasági adórátáinak alakulása (%)



Forrás: Saját számítás és szerkesztés az e-beszámoló adatai alapján, 2019

A tőkeköltséget, hasonlóan a többi értékgenerátorhoz számviteli adatokkal kalkuláltam, azzal a feltételezéssel, hogy a publikált adatok tükrözik a tulajdonosok és a hitelezők hozamelvárásait. A saját tőke és az idegen tőke súlyát a mérleg szerinti összes forráson belüli arány jelenti. Mivel a vizsgált cégek nem nyilvánosan működő részvénytársaságok, ezért a saját tőke költségének számításához az adózott eredmény és a saját tőke hányadosát, vagyis a saját tőke arányos megtérülési ráta (ROE) nagyságát használom (Itt azt feltételezem, hogy a tulajdonosok minimálisan elvárt megtérülését kifejezi a ROE értéke.). Az idegen tőke költség képletének számlálójában a fizetendő kamatok és kamatjellegű ráfordítások, míg nevezőjében a hosszú lejáratú kötelezettségek és a rövid lejáratú kölcsönök és hitelek szerepelnek (Takács, 2015). A vizsgált időszakban nem történt tőkebevonás és az adósság nagysága sem növekedett jelentős mértékben, ennek ellenére a tőkeköltség rendkívül hektikusan változott, amelyet az adózott eredmény változása okozott. Egyedül a 2015-ös FCFF szignifikánsan alacsonyabb jelenértéke okolható a tőkeköltség hatásával. Az elemzést az értékegenerátorok után a tulajdonosi érték számításával folytatom.

Az M&A ügyletet követően az SV 31 százalékkal csökkent. A 2. táblázat alapján láthatjuk, hogy nem az adósság, és a reziduális érték nagyságának a változása okozta az SV csökkenését. Az FCFF összege 2010-ben és 2011-ben 414 372 euró, amely 204 666 euróra (a 2014 és 2015. évi FCFF összege) csökkent. A ROS csökkenése megjelent az FCFF visszaesésében, amely tehát közvetetten felelős az SV csökkenéséért, a 2015-ös FCFF jelenértékének csökkenése mellett.

2. táblázat. A céltársaság tulajdonosi értéke 2010-ben és 2013-ban (EUR)

Év	2010	2011	2012	2013→∞
FCFF		163 145	251 227	
Diszkontfaktor		0,3169	0,2920	
Jelenérték		51 695	73 368	
Maradványérték				76 586
Maradványérték jelenértéke	12 087			
Vállalat értéke	137 150			
Adósság	34 876			
SV	102 274			
Év	2013	2014	2015	2016→∞
FCFF		156 970	47 696	
Diszkontfaktor		0,4998	0,0199	
Jelenérték		78 449	947	
Maradványérték				34 871
Maradványérték jelenértéke	98			
Vállalat értéke	79 494			
Adósság	8 852			
SV	70 642			

Forrás: Saját számítás és szerkesztés az e-beszámoló adatai alapján, 2019

5. Következtetések és javaslatok

A PhD értekezésemben a magyarországi cégfelvásárló társaságok SV értékeit számítottam Rappaport tulajdonosi érték modelljének alkalmazásával, figyelembe véve a magyarországi jogi sajátosságokat (Kucséber, 2018). Ebben a munkában a kutatás folytatásaként az M&A ügylet másik fontos szereplőjét, a céltársaságot vizsgáltam. Egy olyan céltársaságot választottam, amely nem olvadt be a felvásárló társaságba, ezért megkíséreltem kalkulálni a tulajdonosi értékét..

Az SV visszaesését az értékesítési árbevétel növekedési ráta és a ROS értékgenerátorok csökkenése okozta Vajon milyen okokra vezethetjük vissza az említett kettő értékgenerátor kedvezőtlen tendenciáit? Magyarországon 2013 és 2015 között nem volt recesszió, ezért a negatív eredmények nem magyarázhatók makroökonómiai tényezőkkel. Mivel az elemzést extern módon végeztem, ezért csak kettő okot említék. A vizsgált profitabilitási ráták romló tendenciáinak egyik oka az értékesítés nettó árbevételének a visszaesése, amelyet okozhatott a piacvesztés és a versenytársak megerősödése egyaránt. A másik ok a működési ráfordítások emelkedése.

Végső következtetésként azt tudom megállapítani, hogy a céltársaság pénzügyi és gazdasági helyzete a felvásárlást követően nem javult, miközben a felvásárló társaság kedvező pénzügyi eredményeket produkált.

Hivatkozott források

Akhigbe, A. – Madura, J. – Spencer, C. (2004) Partial Acquisitions, Corporate Control and Performance. Applied Financial Economics, 14. évf. 12. szám. pp. 847-857.

Becker, P. – Turner, A. – Varsányi, J. – Virág, M. (2005) Értékalapú stratégiák. A pénzügyi teljesítmény értékvezérelt menedzsmentje. Budapest, Akadémiai Kiadó, p. 232.

Brakman, S. – Garretsen, H. – Marrewijk, C. (2006) Cross-border Mergers and Acquisitions: The Fact as a Guide For International Economics. München, Cesifo Working Paper, p. 37.

Copeland, T. E. – Weston, J. F. (1992) Financial Theory and Corporate Policy. Hoboken, Addison-Wesley Publishing Company, p. 946.

Damodaran, A. (2006) A befektetések értékelése. Budapest, Panem Kiadó, p. 1066.

Gazdasági Versenyhivatal Vj/063-004/2012 jelű határozata

Institute of Mergers, Acquisitions and Alliances (2019) <http://imaa-institute.org/resources/statistics-mergers-acquisitions/#Mergers-Acquisitions-Europe>
Elérve:2019.01.20.

Jensen, M. C. (2000) Értékmaximalizálás, érintettelmélet és a vállalati célfüggvény. In: Rajk László Szakkollégium (2008) Tulajdonosok és menedzserek. A vállalatirányítás természete. Budapest, Alinea Kiadó, p.372.

Katits, E. (2002) Pénzügyi döntések a vállalat életciklusaiban. Budapest, KJK Kerszöv. Jogi és Üzleti Kiadó Kft., p. 456.

Kucséber, L. Z. (2018) A cégfelvásárlások a tulajdonosi érték generálói vagy rombolói? A magyarországi ügyletek pénzügyi vizsgálata. Doktori értekezés. Győr, Széchenyi István Egyetem. p. 187.

Rappaport, A. (1986) Creating Shareholder Value. The New Standard for Business Performance. New York, The Free Press, p. 270.

Rappaport, A. (2002) A tulajdonos érték. Budapest, Alinea Kiadó, p. 225.

Ray, K. G. (2010) Mergers and Acquisitions: Strategy, Valuation and Integration. New Delhi, PHI Learning Pvt. Ltd., p. 796.

Rékasi, R. – Sági, J. (2016) Részvényértékelés egy tőzsdei bevezetés előtt álló vállalat példáján keresztül. In: Alkalmazott tudományok III. fóruma. Budapest, BGE, pp. 647-673.

Takács, A. (2015) Vállalatértékelés magyar számviteli környezetben. Budapest, Perfekt Gazdasági Tanácsadó Oktató és Kiadó Zrt.,p. 220.

HVG (2018) Az 500 legnagyobb árbevételű magyarországi cég. pp. 54-61.

Wish, R. (2010) Versenyjog. Budapest, Hvg-Orac Lap- és Könyvkiadó, p. 742.

Személyes kompetenciák hatása a teljesítményre és a társadalmi innovációra a közszférában

Kucsma Daniella¹

Összefoglalás

Minden szervezet életében meghatározó az, hogy eredményesen működjön, így sok esetben ez a szervezet által megfogalmazott legfőbb cél. Az eredményesség nagyon sokszínű fogalom, így számos területen mérhető egy szervezet működési folyamataiban. Érdeemes megemlíteni, hogy a szervezet képességei és a szervezetben dolgozó munkatársak kompetenciái is hozzájárulnak a megfogalmazott célok elérésében. Manapság számos publikáció foglalkozik a társadalmi innováció fogalmával, így ezzel is számolnia kell egy szervezetnek és erre is hatással van többek között a személyes kompetencia. Célom bemutatni és egy olyan összefoglalást adni, ami leírja, hogy miért érdemes egy szervezetben az egyén személyes kompetenciájára időt fordítani és milyen motivációs tényezők azok, amik egy szervezet fejlődését meghatározzák. Kiemelt figyelmet kap a teljesítmény menedzsment és a társadalmi innováció kapcsolata egyéni és szervezeti szinten is.

Kulcsszavak: Teljesítményértékelés, közszféra, társadalmi innováció, kompetencia, szervezeti célok

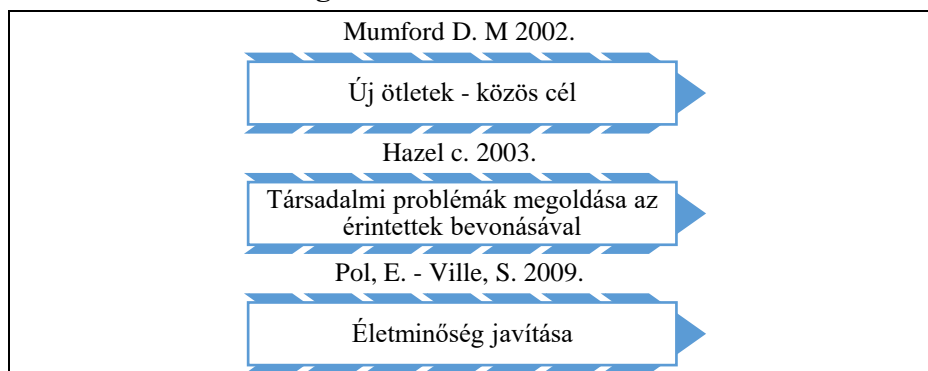
JEL kód: M54

1. Bevezetés

Az elmúlt két évtizedben előtérbe kerültek a közszférában zajló innovációk. Számos országban kezdtek el ezzel a területtel foglalkozni és összefoglaló munkák is születtek, érdemes megemlíteni egy 2009 kiadott ausztrál szakirodalom elemzést miszerint érdekességként megemlíti, hogy 2006 és 2008 között csaknem 90 darab publikáció jelent meg ebben a témakörben, ez a szám majdnem megegyezik az előtte vizsgált 30 év publikációinak számával. (Matthew, 2009). Mint azt már a korábbi munkáim során említettem az Európa Bizottság kiemelt ügye a társadalmi innováció, hiszen ha egy definíciós háttérrel vizsgálunk, minden olyan tevékenységet, ami újszerű és a közjó érdekében történő szolgáltatás, együttműködés azt társadalmi innovációnak nevezzük a következő átfogó ábra is három olyan szerző fogalmának elemeit mutatja be számunkra, ami egyértelműsíti ennek a definíciónak a lényegét.

¹ tanársegéd, Miskolci Egyetem, Gazdaságtudományi Kar; kucsma.daniella@uni-miskolc.hu

1. ábra. Társadalmi innováció fogalmának elemei



Forrás: Saját szerkesztés Mumford (2002)- Hazel (2003)- Pol (2009)- URBACT (2015)-Anthony (2008) alapján, 2019

Az Európai Bizottság mellett az OECD is nagy szerepe van, amit a 2010 létrejött nyilatkozatában fogalmazott meg, amiben az olvasható, hogy a közszféra eredményességének javításában meghatározó szerepe van a társadalmi innovációnak. (OECD, 2010) Ebben az évben feladatai között jelenítette meg, hogy egy olyan mutatószám rendszert dolgozzon ki, ami segít ezeknek a tevékenységeknek az értékelésében. Itt mindenképpen érdemes megemlíteni, hogy a közszféra specifikumokkal bír, hiszen a folyamatok nem azonos módon zajlanak, mint az üzleti szférában. A közszférában zajló innovációs vizsgálatok során sok esetben felmerül a New Public Management fogalma és ezen a területen is előkellő helyet kaptak a következő elemek: eredményesség, minőség, gazdaságosság és a versenyképesség is. (Halász, 2016) Ezeket az elemeket meghatározva mondhatnánk azt, hogy könnyű dolgunk van, hiszen ezek alapján egyszerű a mérhetőséget is generálni. Azonban, ha összehasonlítjuk egy versenyszférában lévő vállalattal egy közszolgáltató szervezetet elmondható, hogy a dolgunk még sem ennyire triviális. Ha egy elsődleges összehasonlítást végzünk kijelenthető, hogy a közszférában zajló innovációs tevékenységek nagyrésze a szervezeti folyamatokban felelhető, így nehezebben megfoghatóak, mint a üzleti szektorban, hiszen ott inkább technológia újítások vannak, így a mérhetősége is könnyebb. (Gallouj- Savona, 2010).

Egy 2010 –ben végzett Eurobarometer felmérés szerint a közszolgáltató szektorban lévő vezetők kétharmada számolt be arról, hogy az intézményeikben vannak innovációs tevékenységek. A következő táblázatban kiemeltem négy ágazatot és bemutatja számunkra milyen arányban számoltak be innovációs tevékenységről a vezetők.

1. táblázat. Innovációs tevékenységek előfordulása

Ágazat	Az innováció előfordulásáról beszámoló vezetők aránya (%)
Általános, pénzügyi közigazgatás	65, 2
Oktatás	63, 5
Egészségügy	63, 5
Szociális szolgáltatások	66

Forrás: European Commison 2010

A közszférában azonban számos kérdés felmerül a társadalmi innováció témakörében és egyértelmű az is, hogy nem annyira egyszerű ezeknek a tevékenységeknek a mérése és a mutatókban való kifejezése, mint az üzleti szektorban. Elsődleges kérdésként megfogalmazható, hogy ezen tevékenységek mennyire alkotnak egységes rendszert vagy szükséges alcsoportokra bontani a jobb mérhetőség érdekében. Az gondolom, hogy Djellal és Gallouj 2008 munkája erre a kérdésünkre egyértelmű választ ad. Már fentebb ez tisztázásra került, hogy a közszféra specifikáció miatt az ágazat és ágazat között is jelentős különbségek vannak.

2. Társadalmi innováció lehetséges ösztönző elemei

A társadalmi innováció mérése nehéz, hiszen minden szervezet más és más tevékenységében jelenik meg ez a folyamat. A mutatók vizsgálata előtt érdemes megnézni, hogy milyen elemek azok, amik első sorban egy szervezetet ösztönöznek az innovációs tevékenységre, itt természetesen a társadalmi innovációs tevékenység is megjelenik. Segítségünkre van a Publin nevű kutatás. Érdemes megemlíteni ez a kutatás a magán és közszféra közötti tevékenységek vizsgálatával foglalkozott, amit nem csak szervezeti, hanem egyéni szinten is vizsgáltak. A következő táblázatban csak a szervezeti és közszolgáltató szektorban lévő ösztönző tevékenységeket fogom bemutatni, ennek azért van jelentősége, hiszen ez közvetetten kapcsolódik a mutatószámok meghatározásához is.

2. táblázat. Innovációs tevékenységek ösztönző elemei a közszférában

Innovációs tevékenységek ösztönző elemei a közszférában	
Problémamegoldás a célok elérése érdekében	Minden vállalat estében ez elsődleges, így a közszférában is.
Magasabb költségvetés	Nem tudunk profitról beszélni, hiszen a gazdaságos működés a cél
Gondolatok racionalitása	Folyamatok és tevékenysége előtérbe helyezése
Személyzet létszámának bővítése	Mindig az egyik legfontosabb tevékenység (verseny a magasabb bérekért)
PR (kedvezőbb kritika, új szolgáltatás)	Fennmaradás a cél és a problémamentes működés
+ Vevői igények magasabbszintű kielégítése	Minden esetben ez segíti a hatékonyságot és az eredményességet és ez a fő ösztönző elem

Forrás: Saját szerkesztés Halvosen (2005) alapján, 2019

Azt gondolom ebben a táblázatban is tisztán látszik, hogy olyan elemek kerülnek fókuszba melyeknek kialakítása egy szolgáltatási színvonal érdekében történik. Sok esetben a problémamegoldásra és a színvonal növekedésre van kiélezve ezen motivációs tényezők halmaza. A 2. számú táblázat szervezeti szinten vizsgáltam meg az ösztönző elemeket, azonban érdemes megemlíteni, hogy jelentősége van az egyéni ösztönzésnek is. Minden esetben ha egy szervezet innovációs vagy társadalmi innovációs tevékenységét vizsgáljuk, megállapítható azt is, hogy kell egy kapcsolatnak lennie az egyén és a szervezet között, így érdemesnek tartom erről a szintről is részletesen beszélni.

3. Személyes kompetenciák hatása a teljesítményre

A személyes kompetenciák elemzése egy- egy vállalati szektorban széleskörű, így erre szeretnék kitérni a következő részben. Azt gondolom ebben az esetben is érdemes az ösztönző elemek vizsgálatára kitérni, hiszen a szervezetnek a hosszú távú stratégiájának szerves része a munkavállalók elkötelezettsége, így ezeket a tényezőket is figyelembe kell venni.

3. táblázat. Motivációs elemek egyéni szinten

Közférera	Versenyszféra
Presztízs	Presztízs
Önkiteljesedés	Önkiteljesedés
Szakmai elismerés	Idealizmus
Saját vállalkozás megteremtésének lehetősége	Versenyképesség
Karrier	Munkahely biztonsága
<i>Pénz (magasabb fizetés)</i>	<i>Pénz (bónuszok, bár profit)</i>

Forrás: Saját szerkesztés Halvosen (2005) alapján, 2019

A 4. táblázat bemutatja számunkra, hogy a szervezeteknek első sorban mire érdemes pénzt, időt és energiát fordítani, mint motiváló tényező, de hogyan kapcsolható ehhez a kompetencia, és ezt hogyan tudják mérni a szervezetek? A bemutatott táblázat egy olyan összefoglalást nyújt olyan tényezőkről, ami általánosságban az embereket motiválja, azonban, beszélnünk kell arról, hogy a pénz szerepe mind a kettő szervezet típus esetén megjelenik. A pénz sok esetben a teljesítményhez kapcsolható, a teljesítményünkre pedig sok esetben a személyes kompetencia hatással van. Elsődlegesen érdemes meghatározni, hogy melyek azok a kompetenciák, amik a munkahely megszerzéséhez és megtartásához a legjelentősebb módon hozzájárulnak. A következő táblázatban ezeket az elemeket részletezem.

4. táblázat. Fő kompetenciák a munkaterületén

Főbb kompetencia egy munkahely megszerzésében, megtartásában	
Ismeretek	Ez a már megszerzett tudás, amivel a személy rendelkezik.
Készség	Ez olyan jártasságot feltételez, ami a munka során hasznosul.
Önértékelés	Értékrend a magánéletben, illetve a szakmai életben.
Motiváció	Egy olyan erő, ami segít a kívánt cél eléréséhez hozzájárulni és hozzájárul ezen célok a lehető legjobban való eléréshez.
Személyiségvonások	Az egyén pszichikai és fizikai jellemvonásai, bizonyos helyzetekre való reakció

Forrás: Saját szerkesztés (https://piacesprofit.hu/kkv_cegblog/a-szemelyise-es-kompetencia-szerepe-a-munkaero-felvetelben/) alapján, 2019

Öt olyan tényezőt, emel ki a hivatkozott forrás, ami a legjelentősebb módon hozzájárul a munkahely sikeres megszerzéséhez és annak a megtartásához. Azonban érdemes arról beszélni, hogy több tényezőt is figyelembe kell vennünk egy vizsgálat során, hiszen szervesen kapcsolódik az is, hogy az egyén a személyes kompetenciákhoz illeszkedő munkakörben dolgozik vagy sem. Számos cég a munkaerőfelvétel során kompetenciaméréseket végez el, annak érdekében, hogy olyan munkaerőt vegyen fel, aki az adott pozíció betöltésére a lehető legmagasabb szinten alkalmas. Azonban, érdekesebb annak a vizsgálata, hogy egy szervezet ezt hogyan tudja mérni, illetve a hiányosságokat hogyan tudja kezelni. Mint már a bevezető részben említettem a társadalmi innováció is adaptálható a teljesítményértékelésbe, illetve előkellő helyet kell adni számára, hiszen olyan munkaerő foglalkoztatása a cél, aki a vevői elégedettséget növeli és nyitott az új rendszerekre, folyamatokra. Minden szervezet használ teljesítménymenedzsmentet, így érdemes olyan modellt választani, ami a személyes kompetenciákra is fókuszál a következőkben ezeket a modelleket mutatom be.

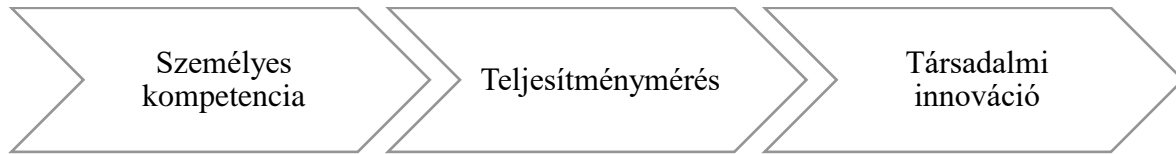
5. táblázat Teljesítményértékelés a személyes kompetenciák fókuszában

<i>Modellek</i>	<i>Személyes kompetenciák mérése</i>
Balance Scorecard (BSC)	Négy pillér közül a tanulás és fejlesztés fókuszál a legjobban a személyes kompetenciákra. Hiszen az összefüggések vizsgálata során a teljesítményt okozó mutatószámok között megtalálható az alkalmazottak képességei. (Szívós 2007). Ehhez kapcsolhatóak az alkalmazottak kulcsmutatói is, ahol olyan mutatókat mérnek, ami elsősorban azt emeli ki, hogy mennyire elégedettek a vezetettek a munkájukkal.
Teljesítmény Prizma	Egyik eleme a képességek mérése, azt gondolom ez a tényező nagy mértékben segít a szervezeteknek a személyes kompetenciák értékeit bemutatására, személyre szabottan. Az érintettek hozzájárulása is szorosan kapcsolódik a személyes kompetenciák oldalhoz, hiszen fontos, hogy a munkavállaló milyen lendülettel hajtja végre a munkát.
Teljesítmény értékelő rendszer (TÉR)	Első sorban a közsférában alkalmazott módszer, de nagyhangsúlyt fektet annak a mérésére, hogy milyen személyes kompetenciák szükségesek a munkakörhöz. Olyan teljesítménymutatókat határoz meg, ami kiértékelése során, fejlődési és illeszkedési lehetőséget határoz meg a munkavállaló számára.

Forrás: Saját szerkesztés (Nelly 2001, 2004, Kaplan 1998, www.ter.gov.hu) alapján, 2019

A teljesítménymenedzsment területen számos modell kap helyet, azonban én azért ezt a hármat emeltem ki, mert az gondolom, hogy a kutatásaimhoz a legjobban illeszkedik, illetve mind három modellnek van olyan oldala, ami nem csak a szervezet koncentráln, hanem a személyes kompetenciákra is. Fontos és jelentősége van egy szervezetben ezeknek a tényezőknek is, hiszen már oly sok publikáció leírta a legnagyobb befektetett költség a munkaerőben van és a nem jól kiválasztott alkalmazott a szervezet számára kockázatot jelenthet. A következő kapcsolati ábra megmutatja számunkra, hogy a fent említett három terület milyen logikai összefüggésben kapcsolható össze.

2. ábra Kapcsolódás a három vizsgált területen



Forrás: Saját szerkesztés, 2019

4. Következtetések és javaslatok

Érdeemes megállapítani a fent feltüntetett ábra kapcsán, hogy három terület között van kapcsolat és egy szervezetnek érdemes mindhárom területtel foglalkozni. Hiszen a személyes kompetenciák minősége hatással van a teljesítményre. Egy szervezet számára hasznos, ha tudja mely alkalmazottnak milyen gyengeségei vannak és ezen területek fejlesztésére erőforrást fordít, így nem csak az egyén teljesítménye növekedhet, hanem a szervezet mutatói is sokkal jobb szinteket fognak hozni. Ha egy szervezet nyitott a változásokra és felismerik az innováció adta lehetőségeket, versenyképesebb lehet a piacon lévő versenytársak mellett. Egy szervezet hosszútávú stratégiája és cél hierarchiájának a legfelső szintjén a piacnak való megfelelés kell, hogy álljon, hiszen így tud a szervezet előre haladni, életben maradni. A fent bemutatott teljesítménymenedzsment modelleknek pedig a fejlesztés és a fejlődés területén van relevanciája, hiszen ezen mutatók segítenek mind az egyénnek, mind a szervezetnek egy lehetséges irány meghatározásában. A világ nagyon gyorsan fejlődik a szolgáltatások terén. Érdekes annak a vizsgálata is, hogy a közszféra hogyan tud ehhez alkalmazkodni, illetve kell e számára alkalmazkodni. Erre a válasz azt gondolom mindenki számára egyértelmű, hisz a fejlődés és az alkalmazkodás minden területen elsődlegesnek kell, hogy legyen, így egy olyan speciális szektorban, ahol a vevőkör nagyobb, mint a versenytársainknál. Későbbi kutatásaimban szeretnék egy olyan vizsgálattal is foglalkozni a közszolgáltató specifikus, ahol egy olyan mérhető számrendszert lehet alkalmazni, ami egy valós képet ad a szervezet számára.

Köszönetnyilvánítás

A kutatást az EFOP-3.6.2-16-2017-00007 azonosító számú, *Az intelligens, fenntartható és inkluzív társadalom fejlesztésének aspektusai: társadalmi, technológiai, innovációs hálózatok a foglalkoztatásban és a digitális gazdaságban* című projekt támogatta. A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap és Magyarország költségvetése társfinanszírozásában valósul meg.

Hivatkozott források

Gallouj, Faïz -Savona, Maria (2010): *Towards a theory of innovation in services: a state of the art.* in: Gallouj, Faïz -Djellal, Faridah (eds): *The Handbook of Innovation and Services. A Multi-disciplinary Perspective.* Edward Elgar. pp. 27-48

Djellal, Faridah –Gallouj, Faïz (2008): *Innovation dynamics in hospitals: applied case studies in French hospitals*. in: Windrum, Paul–Koch, Per (eds.): *Innovation in Public Sector Services. Entrepreneurship, Creativity and Management*. Edward Elgar. pp. 132-161

Halász Gábor (2016a): *Oktatási innovációk keletkezése és terjedése. Az iskolai innovációs és fejlesztő folyamatok kritikai elemzése* Kézirat
(online:http://halaszg.ofi.hu/download/Innovációs_tanulmány.pdf)

Halász Gábor (2016b): *School-university partnership for effective teacher learning. Issues Paper for the seminar co-hosted by ELTE Doctoral School of Education and Miskolc-Hejőkeresztúr KIP Regional Methodological Centre*. May13, 2016. Manuscript

Halvorsen, Thomas–Hauknes, Johan–Miles, Rannveig, Røste(2005): *On the differences between public and private sector innovation. Innovation in the Public Sector*. Publin Report

Kaplan, S. Robert – Norton, P. David [1998]: *Balanced Scorecard – Kiegyensúlyozott stratégiai mutatószám-rendszer*, KJK

Kelly, Anthony E. –Lesh, Richard A. –Baek, John Y. (2008): *Handbook of Design Research Methods in Education. Innovations in Science, Technology, Engineering, and Mathematics Learning and Teaching*. Routledge

Matthews, Mark –Lewis, Chris Cook, Grahame (2009): *Public Sector Innovation: A Review of the Literature. Report on a project carried out to support the preparation of an ANAO Better Practice Guide on public sector innovation*

Neely, Andy – Adams, Chris – Kennerley, Mike (2004): *Teljesítményprizma*, Alinea Kiadó. (Ere-deti kiadás: *The Performance Prism – The Scorecard for Measuring Business Success*. PearsonEducation.)

Neely, Andy – Adams, Chris (2001): *Perspectives on Performance: The Performance Prism*, *Journal of Cost Management*.

OECD (2010) *The OECD Innovation Strategy. Getting a Head Start on Tomorrow*. Paris OECD Publishing

Pol, E. & Ville, S. (2009). *Social innovation: buzz word or enduring term?*. *The Journal of Socio-Economics*, 38 (6), 878-885.

Szívós László (2007): *Áttekintés a Balanced Scorecard módszerről a mértékadó szakirodalom feldolgozásával* (edoc.) BME-GTK

URBACT II Capitalisation (2015): *Social innovation in cities*, 2015. április <https://ter.gov.hu/>-letöltés ideje – 2019. 03.22

A könyvvizsgálat történeti áttekintése és hazai fejlődésének főbb szakaszai

Lukács László István¹ – Török Martina Zsófia²

Összefoglalás

A könyvvizsgálati tevékenység, mint ellenőrzés jelentős szerepet tölt be a piacgazdaságban, kialakulását a piaci érdekei tették szükségessé. Az audit, mint ellenőrzés valamely rendszer, szervezet céljainak és feladatainak hatékony megvalósítása érdekében végzett tevékenység, amely tényeket tár fel és azokat a meghatározott követelményekhez viszonyítva javaslatok megfogalmazásával támogatja a vezetést. A könyvvizsgálói tevékenység az elmúlt években előtérbe került, amely több okra vezethető vissza. Egyrészt a megváltozott jogszabályi környezet miatt felmerülhet a kérdés, hogy a túlszabályozott piacon hogyan valósulhat meg a hatékony könyvvizsgálat. Másrészt az elmúlt évek audit botrányai is előtérbe hozták a könyvvizsgálat fontosságát. A könyvvizsgálat jelenlegi helyzete és szabályozása egy állandóan fejlődő folyamat eredménye. Tanulmányunkban a könyvvizsgálati tevékenység történetét tekintjük át, annak kialakulásától napjainkig. A kutatásunk jelenlegi fázisában szisztematikus szakirodalom kutatás végzünk, amely során kérdésként kezeljük, hogy a könyvvizsgálat kialakulása során melyek voltak azok a kulcs tényezők, melyek fontos szerepet játszottak a könyvvizsgálat jelenlegi szabályozásában. Dolgozatunkban arra keressük a választ, hogy mennyire van hatással a könyvvizsgálat története, kialakulása annak jelenlegi helyzetére, minőségére, szabályozására.

Kulcsszavak: könyvvizsgálat, számvitel, ellenőrzés, minőségmérés, történelem

JEL kód: M42. N43, N44

1. Bevezetés

Amióta megjelentek az első társadalmak, és kialakult az uralkodó réteg, fontos szerep jutott az adók és a vagyonszámbavételnek, kialakult a számvitel. A számbavétel mellett megjelent az igény a nyilvántartások ellenőrzésére, azért, hogy bizonyításra kerüljön, hogy azok valós adatokat tartalmaznak. Az évszázadok során a könyvvitel folyamatosan fejlődött, és ez magával vonta a könyvvezetés ellenőrzésének fejlődését is, kialakult a könyvvizsgálat. Dolgozatunkban elsősorban a magyar könyvvizsgálat történetével foglalkozunk, annak kialakulásával és jogi szabályozásának fontosabb mérföldköveivel, ahol szükséges érintve a nemzetközi történelmet.

¹ segéd kutató, Budapesti Gazdasági Egyetem Pénzügyi és Számviteli Kar, Számvitel Tanszék, Budapest; lukacs.laszlo87@gmail.com

² egyetemi tanársegéd, Budapesti Gazdasági Egyetem Pénzügyi és Számviteli Kar, Számvitel Tanszék, Budapest; torok.martinazsofia@uni-bge.hu

A folyamatban lévő kutatásunkkal az a célunk, hogy megismerjük a hazai könyvvizsgálat történelmét, a szabályozás, oktatás és az alkalmazott módszertan fejlődését. A kitűzött céljaink kijelölik a kutatás részterületeit, szakaszait. Jelenlegi tanulmányunk kiemelten a szabályozás témakörével foglalkozik. Véleményünk szerint a könyvvizsgálat múltját szükséges ahhoz megismerni, hogy a szakma tovább fejlődhessen.

2. Anyag és módszer

Tanulmányunkban bemutatjuk a könyvvizsgálat történeti áttekintését és ezzel összefüggésben a szabályozás hátterét is. Nélkülözhetetlen vizsgálni a könyvvizsgálat fejlődésének főbb szakaszait, hiszen a jelenlegi szabályozásra, könyvvizsgálattal kapcsolatos kérdésekre is hatással vannak. Magyarországon még nem született olyan kutatás, amely a könyvvizsgálat történetével, illetve arra ható főbb összefüggések vizsgálatával foglalkozott volna.

A könyvvizsgálat történeti áttekintését nem kizárólag szakmai oldalról, hanem tudományos oldalról is megközelítettük. A kutatásunk első lépése egy mély szakirodalomkutatás. Ehhez fel kellett kutatnunk a témában megjelent mérvadó tanulmányokat, majd ezeket megfelelő módszerekkel szintetizálni. A kutatásunk jelenlegi szakaszában a célunk a témában megjelent cikket felkutatása és az alapján a további fázisok kialakítása. A témakör szempontjából lényeges folyóiratokat, cikkeket tekintettük át a számvitel, könyvvizsgálat és elemzés, ellenőrzés témákban. A téma feldolgozása során a korabeli jogszabályok, szakkönyvek is feldolgozásra kerültek. A fő adatbázisokban számos cikk és feljegyzés található a számvitel, illetve a könyvvizsgálat témában, amely a történeti áttekintésünkkel foglalkozik. A téma fontosságát mutatja, hogy az elmúlt években megtöbbszöröződött a tanulmányok száma. A témában megjelent cikkeket nem csak a történeti áttekintés szempontjából vizsgáltuk, hanem aszerint is, hogy a hazai fejlődésre milyen hatással lehetnek.

3. A könyvvizsgálat kialakulása és szabályozása

A könyvvizsgálói tevékenység, mint ellenőrzés jelentős szerepet tölt be a piacgazdaságban, kialakulását a piaci érdekei tették szükségessé. Az ellenőrzés valamely rendszer, szervezet céljainak és feladatainak hatékony megvalósítása érdekében végzett tevékenység, amely tényeket tár fel és azokat a meghatározott követelményekhez viszonyítva javaslatok megfogalmazásával támogatja a vezetést. Az ellenőrzés célját az általa képviselt érdekek határozzák meg, ennek alapján tulajdonosi és hatósági érdeket különböztethetünk meg. Az ellenőrzés egyfajta megfigyelő, összehasonlító és értékelő tevékenység, amely három, egymással összefüggő részből áll. Megállapítja a tényeket, azokat viszonyítja a megfogalmazott elvárásokhoz, szabályokhoz, végül értékeli a viszonyítás eredményeit. Az ellenőrzés fő feladata a vizsgált jelenség, tevékenység, folyamat vagy szervezet eredményességének elősegítése.

Az ellenőrzés gyakorisága szerint lehet:

- folyamatos ellenőrzés (pl: bizonylatok ellenőrzése),
- ismétlődő, időszakos ellenőrzés (pl: hatósági ellenőrzés, éves beszámoló könyvvizsgálata),
- esetenkénti ellenőrzés (pl: leltárhiany vizsgálata)

A vállalkozások ellenőrzési rendszerében a könyvvizsgálati tevékenységnek van jelentős szerepe, hiszen a cél annak megállapítása, hogy a szervezet számviteli beszámolója a jogszabályi előírások szerint készült-e, illetve, hogy valós képet ad a vállalkozás vagyoni, pénzügyi és jövedelmi helyzetéről. (Kresalek, 2014)

4. A könyvvizsgálat történeti áttekintése

A könyvvizsgálat jelenlegi helyzete és szabályozása egy állandóan fejlődő folyamat eredménye. Az audit kialakulása, történelmi fejlődése, illetve annak kezdeti szakasza nem jól dokumentált, viszont az ókori Egyiptom, Kína és Görögország területein talált feljegyzések arra engednek következtetni, hogy időszámításunk előtt 350-ben a könyvvizsgálat az akkori kornak megfelelő formában már működött. (MKVK) Arab kulturális területen a VII-VIII. században a Korán iránymutatásai alapján – amely megköveteli a gazdasági ügyletek írásba foglalását is – kialakult egy könyvviteli rendszer. Ebben a rendszerben megkövetelték a minden részletre kiterjedő könyvvezetést, és a könyvvizsgálat is már kötelező volt. (Zaid, 2004)

A jelenlegi könyvvizsgálati tevékenységgel leginkább összefüggő, máig fennmaradt feljegyzés 1314-ből, Angliából származik, amely az államkincstár ellenőret (Auditor of the Exchequer) említi. Ezekben az időkben a kincstár ellenőrzését speciálisan kinevezett könyvvizsgálók, illetve az államtitkár könyvvizsgálója végezhette. I. Erzsébet királynő 1559-ben megalapította a költségvetés ellenőrei szerveztet (auditors of imprest), amely az angol korona tisztviselőinek számláit ellenőrizte, illetve azt, hogy a hadi tengerészet tisztségviselőknak kiadott jelentős pénzüsségeket ténylegesen a kiadott célokra használják fel. A rendszer működőképes volt, habár a könyvvizsgálók nem ellenőrizték a hadsereg és a haditengerészet igazgatásával foglalkozó szervezeti egységek tényleges kiadásait. Nem volt semmi mechanizmus annak biztosítására sem, hogy a számlákat bemutassák és haladéktalanul átadják. A szervezet 1785-ig működött. Később, a pénzügyminiszter kancellárjaként William Ewart Gladstone nagymértékű reformokat kezdeményezett az államháztartás és a parlamenti elszámoltathatóság érdekében. 1866-os Vagyonkezelő és Ellenőrzési Osztályok Törvénye (Exchequer and Audit Departments Act) először kötelezte az összes szervezeti egységet éves beszámolók készítésére. A törvény megállapította továbbá a közigazgatás és a könyvvizsgáló osztály pozícióját a közszolgálaton belüli támogató személyzet biztosításához. A két fő feladatuk volt: engedélyezni a banknak az államháztartás kiadását a Bank of England-ból, ezen túl ellenőriznie

kellett valamennyi kormányzati szerv számláit, melyek alapján jelentést tett a parlamentnek. (Sainty, 1983)

Angliában a XIX. század elején felismerték a gazdasági élet szereplőit, hogy a társasági szervezetek ellenőrzése nem megbízható, így független, autonóm ellenőrzés bevezetését hangsúlyozták. Ennek eredményeként a törvényhozás elrendelte az ellenőrzést először egyfajta választható kötelezettségként, majd később egyre szélesebb körben kötelezően előírta azt. Az első egyesület, amely revizori tevékenységet látott el 1853-ban, Skóciában alakult meg, majd 1870-ben létrejött a világ legtekintélyesebb számviteli egyesülete, az Institute of Chartered Accountants in England and Wales. Ezt követően 1885-ben további revizori egyesület alakult „The Society of Accountants and Auditors” néven, melynek tagjai szigorú szakvizsgát tettek és erkölcsi megbízhatóságot követeltek tőlük. (Borbás, 2007) Ezt követően, az angol mintát követve, Európa több államában létrejött az állami felügyeleti ellenőrzés helyett a független ellenőrzés. Az 1870-ben elfogadott német szabályozás az angoltól eltérően nemcsak a számvitel helyességére, de az ügyvezetés gazdasági célszerűségére is felügyelt. Szintén Németországban a nagy gazdasági világválság hatására 1931-ben bevezették a könyvvizsgálat intézményét rendeleti úton. (Securs, 2014.)

Franciaország az angol szabályozást mintául véve az 1867. évi törvényben meghatározta a könyvvizsgálatra vonatkozó legalapvetőbb szabályokat. 1870-ben, három évvel később Németországban az állami felügyeleti ellenőrzés helyébe a független ellenőrzés, vagyis a könyvvizsgálat lépett. (Borbás, 2007) A XIX. század végé és a XX. század elején világszerte születtek számviteli jogszabályok, melyekben a könyvvezetés mellett a könyvvizsgálat is szabályozásra került, sorra alakultak a nemzeti szakmai szervezetek. Európán kívül jelentős szakmai fejlődés történt a téren az Oszmán Birodalomban, Japánban, Kínában. (Lukács, 2012)

5. A számvitel és könyvvizsgálat történeti áttekintése Magyarországon

5.1. A számvitel szabályozás és könyvvizsgálat előzményei Magyarországon

Magyarországon a könyvvezetés és a pénzügyi ellenőrzés kezdetei a királyi bevételek beszedéséhez köthetők. A XV. században Hunyadi Mátyás uralkodása idején már a kincstartó vezetésével pénzügyi főhivatal jött létre, de a számadások ellenőrzésére még nem született gyakorlat. (Kenyeres, 2012a) A Habsburgok magyarországi uralkodása kezdetén, I. Ferdinánd (1526-1564) és I. Miksa (1564-1576) uralkodása alatt a birodalomban az akkori korhoz viszonyítva, modernnek számító pénzügy-igazgatási reformok születtek. Lényeges változások születtek a kamarai rendszerben, megjelentek a könyvvizsgálói-ellenőri kamarai szervek. Egyre több képzett, akár egyetemet is végzett szakember jelent meg a pénzügyigazgatásban. A Magyar Kamara a Császári Kamara alárendelt szerveként működött. (Kenyeres, 2012b)

A kereskedelmi könyvek vezetésére vonatkozó első jogszabály Magyarországon III. Károly király 1723-ban kiadott kereskedelmi dekrétumának az LIII. cikkében található. A jogszabály

szerint minden kereskedőnek kötelessége volt rendszeresen és szabályosan a könyveit vezetni, és abban a hitelezéseiről pontos nyilvántartást kellett vezetni. (Kardos, 2011; Sztanó, 2015) A Kereskedelmi dekrétum továbbá kitért arra is, hogy a számlákat és szerződéseket hiteles személynek is alá kellett írnia, hogy biztosítsa annak valóságtartalmát, ezzel vált hitelessé a dokumentum. (Kereskedelmi dekrétum; Borbás, 2007) Ha az adós nem fizetett, akkor három évig volt lehetőség peres úton behajtani a követelést, azt követően behajthatatlanná vált. A per megindításához szükség volt az eredeti dokumentumok és főkönyvek bemutatására, ebből az következik, hogy ajánlott volt legalább három évig megőrizni a kereskedelmi könyveket. (Kereskedelmi dekrétum) Jogi szabályozás szempontjából a magyar számvitel történelmében még meghatározó szerep jut az 1840. évi törvényeknek. A jogszabálynak a XV. törvénycikk a Váltó - törvénykönyv és a XVI. törvénycikk A kereskedőkről (Kereskedői törvénycikk) részei tartalmazzak utasításokat az üzleti könyvek vezetésére, az elszámolási szabályok betartására és a feljegyzések bizonyító erejére vonatkozólag. A törvény előírta a napló és a főkönyv vezetésének kötelezettségét. (Sztanó, 2015) Mind kettő jogszabály előírta a kereskedelmi könyvek hitelesítését és bejegyzését hatóságoknál, és a könyvelőknek esküt kellett tenniük arra vonatkozólag, hogy az általuk vezetett könyvek valós adatokat tartalmaznak. A kereskedelmi könyveket alapesetben másfél évig kellett megőrizni, addig lehetett a hitelességét megtámadni, és kötelező volt mérleget készíteni. (Kereskedői törvénycikk) A pénzügyintézetek esetében már az 1860-as években felmerült a kötelező könyvvizsgálat gondolata a gyakori csődhelyezetek megelőzése érdekében. Az ez irányú törekvések nem valósultak meg. (Kuntner, 1939)¹

A magyarországi számvitelnek a következő jelentős állomása az 1875. évi XXXVII. törvény, azaz a Kereskedelmi törvény (Kt.). A könyvviteli kötelezettséget elsőként ez a magasabb rendű jogszabály írta elő Magyarországon. A kereskedelmi törvénykönyv megalkotását a kereskedelem dinamikus fejlődése követelte meg. Ezen törvény elkészítésénél külföldi kereskedelmi törvényeket vettek alapul, ilyen volt például a német kereskedelmi törvény. Azokat a szabályozásokat ültették át a magyar gazdasági viszonyokra. A törvény jelentősége még abban áll, hogy akkor még nem volt polgári törvénykönyv, és a bíróságok a kereskedelmi jogszabályokat alkalmazták a magánjogban is. (Sztanó, 2015) A kereskedelmi törvény szabályozta a gazdasági társaságokat: a közkereseti társaságot, betéti társaságot és a részvénytársaságot. Továbbá szabályozásra került a felügyelő bizottsággal és a felszámolással kapcsolatos kérdéskör is. (Kt.)

5.2. A könyvvizsgálat Magyarországon 1950-ig

A Magyar Könyvviteli folyóirat legelső száma 1908. januárjában jelent meg, ami Magyarországon az első számviteli és kereskedelmi témája tudományos szaklap. A számvitel mellett külön könyvszakértői rovattal is rendelkezett, ami rendszeres tájékoztatást nyújtott a fejlett országok könyvvizsgálati gyakorlatáról. (Borbás, 2007) 1911. március 7-én megalakult

¹ Az előadás jegyzet kiadása évszám nélküli, de a hozott mintapéldák, és a legfrissebben hivatkozott jogszabályok alapján 1939-es évre tehető a kiadása.

a Magyar Revizori Szövetség. Az 1916. évi XIV. törvénycikkkel létrehozták a Pénzügyintézeti Központot, amit az 1920. évi XXXXVII. törvénycikkkel újra szabályoztak. (Kuntner, 1939; Borbás, 2007) A Pénzügyintézeti Központ a kisebb pénzügyintézetek ellenőrzését tette kötelezővé (Borbás, 2007), az ellenőrzési utasításában a belső ügykezelés, üzletvezetés, főkönyv, mérleg, eredménykimutatás és a leltár felülvizsgálatát írta elő. (Vál – Jaszenovics, 1926) A Magyar Revizori Szövetség 1919-ben átalakult Magyar Revizorok Szövetségévé, ami a Tanácsköztársaság bukásával együtt megszűnt. 1925-ben a Kereskedelmi és Iparkamara a könyvszakértőket kinevezte hites kamarai revizorokká. 1926. június 18-án megalakult a Kamarai Hites Revizorok Egyesülete. (Kuntner, 1939; Borbás, 2007)

Lényeges szabályozás a hazai számvitel szempontjából az 1930. évi V. törvény a Korlátolt Felelősségű Társaságokról (Kft. törvény), amely a Kereskedelmi törvény mellett további előírásokat tartalmazott a könyvvitelre vonatkozóan. Ez a törvény rendelkezik a hites könyvvizsgálói tevékenységről, lehetőséget biztosít arra a Kft.-nek, hogy könyvvizsgálót válasszon. A hites könyvvizsgáló a társaság könyveit bármikor megtekinthette, az iratokat, pénztárt az értékpapír és árukészlet állományát és berendezéseit bármikor megvizsgálhatta, a vállalat vezetésétől bármikor információkat kérhetett. A könyvvizsgálónak kötelessége volt a könyveket és a beszámolókat megvizsgálni, és erről írásos jelentést kellett készítenie a taggyűlés részére. A taggyűléseket személyesen részt vehetett és összehívási joggal is rendelkezett. A könyvvizsgáló ugyanakkora felelősséggel rendelkezett, mint a felügyelő bizottság, a jogszabály által előírt esetekben kártérítési kötelezettségük volt. Ilyen esetnek számított az, ha a jelentésükben valótlan adatokat közöltek vagy elmulasztották a szakértők alkalmazását az olyan ügyekben, melyek megkövetelték azt. A jogszabály utalást tesz más jogszabályokra a könyvvizsgálói képesítés megszerzésére vonatkozóan. Akkor az oktatást az igazságügyi miniszter, a kereskedelemügyi miniszter és a pénzügyminiszter rendeletei szabályozták. (Kft. törvény) A kormány a könyvvizsgálatra vonatkozó részletes előírásokat a 45.000/1931. I. M. számú a Kft. törvény végrehajtásáról rendeletben szabályozta. (Kuntner – Szél, 1932; Kuntner, 1939) A Kft. törvény hiányosságai közé sorolható, hogy a könyvvizsgálatot nem tette kötelezővé, csak döntési lehetőséget adott a felügyelőbizottság mellett, vagy helyett történő igénybevételére. Ennek következtében a vállalkozások költséghatékonyság miatt nem vették igénybe a könyvvizsgálók szolgáltatásait. A Kft. törvény nem terjedt ki a részvénytársaságokra, így ennél a társasági formánál nem volt előírás a könyvvizsgálat. Ez a részvénytársaságok érdekérvényesítő képességének eredménye. (Borbás, 2007)

1932-ben a magyar könyvvizsgálók szakmai szervezetbe tömörültek, megalakult a Magyar Hites Könyvvizsgálók Egyesülete. (Borbás, 2007) Kuntner Róbert és Szél Jenő szerkesztette Magyar Könyvviteli Folyóirat egy egész lapszámot szentelt a könyvvizsgálatnak, a szabályozás és az oklevél megszerzés feltételei ismertetésének. (Kuntner – Szél; 1932) Steiner Vilmos egy 1941-ben tartott előadásában mutatott rá arra, hogy a magyar vállalatok bizalmatlanok a könyvvizsgálattal szemben, mert minden évben más végezte a feladatot, ami az ellenőrzés

hatékonyágát is csökkentette, mivel a könyvvizsgáló nem tudott támaszkodni az előző években a vállalatról megszerzett ismereteire. Német mintát követve szorgalmazták, hogy a könyvvizsgálat bizalmi szolgáltatás legyen, létre lehessen hozni könyvvizsgáló társaságokat, és az ellenőrzést végezhesse több éven át ugyanaz a személy. Ezzel együtt a kötelező könyvvizsgálatot szerették volna a részvénytársaságokra is kiterjeszteni úgy, mint a németeknél. (Steiner, 1941) A II. Világháborút követően, a pengő nagymértékű inflációja következtében 1946-ban bevezetésre került a forint. Kiadásra került az 1.790/1947. M.E. számú rendeletet a Forintmérleg készítéséről. A nyitómérleget az új fizető eszközben 1947. január 1. dátummal kellett elkészíteni, és hites könyvvizsgálónak kellett hitelesítenie, záradékolnia. (Zwierina, 1949; Borbás, 2007) A 230/1950. (IX.7.) MT számú rendelet kimondta, hogy a hites könyvvizsgálat intézménye megszűnik. A Hites Könyvvizsgálók Országos Szövetségének közgyűlésén 1950. szeptember 15-én kimondták a szövetség feloszlását. (Borbás, 2007)

5.3. A magyar könyvvizsgálat 1950-től napjainkig

Az 1950-ben a hites könyvvizsgálat intézménye megszűnt, a könyvvizsgálók a „hites” helyett az „okleveles” jelzõt kapták. Az okleveleket a Pénzügyminisztérium Számviteli Képesítõ Bizottsága adta ki. A könyvvizsgálók igazságügyi könyvszakértõként tevékenykedtek, vagy állami vállaltok belsõ ellenõrzésében vettek részt, vagy az adóhivatal ellenõrzéseit folytatták le. A könyvvizsgálók képzése ettõl függetlenül folyamatos volt. (Borbás, 2007; Lukács, 2014) 1956-ban a Pénzügyminisztériumnál kezdeményezés indult az Okleveles Könyvvizsgálók és Mérlegképes Könyvelõk Szövetségének létrehozására, a forradalom leverése miatt nem valósult meg. (Borbás, 2007) 1965-ben megalakult az Igazságügyi Könyvszakértõi Bizottság, 1967-ben a Magyar Könyvszakértõk Társasága. (Lukács, 2014) Az 1980-as évek második felében hatalmas átalakuláson ment keresztül a magyar gazdasági rendszer, amely következtében 1987. október 1-jén megalakult a Magyar Könyvvizsgálók Egyesülete. (Borbás, 2007; Lukács, 2014)

A könyvvizsgálat intézményét a gazdasági társaságokról szóló 1988. évi VI. törvény élesztette újjá, kötelezõen elõírta a könyvvizsgálatot. A számvitelrõl szóló 1991. évi XVIII. törvény konkrét elõírásokat határozott meg könyvvizsgálói jelentésrõl, meghatározta a könyvvizsgálatra kötelezettek körét, és a záradék normaszövegét. A számviteli törvény felhatalmazása alapján a 46/1992. (III. 13.) Korm.rendelet szabályozta részletesen a könyvvizsgálat rendjét. Az egyesület 1991-ben Magyar Könyvvizsgáló Kamarára (MKVK) változtatta a nevét, és 1992-ben a Könyvvizsgálók Világszövetsége (IFAC) a tagjai sorába vette. Ebben az évben a kamara területi szervezeteinek kialakítása is megkezdõdött. A könyvvizsgálat rendjét szabályozó kormányrendeletet a Magyar Könyvvizsgálói Kamaráról és a könyvvizsgálói tevékenységrõl szóló 1997. évi LV. törvény váltotta fel. (Borbás, 2007; Lukács, 2014) A Kamara elnöksége 1997-ben döntött a IFAC standardjain alapuló nemzeti könyvvizsgálati standardok kialakításáról és 1998-ban döntés született azok oktatásáról és fokozatos bevezetésérõl. A Kamara 2002-ben lett teljes jogú tagja az Európai Könyvvizsgálók

Szervezetének (FEE). Az Európai Unió jogharmonizáció következtében újra kellett kodifikálni a könyvvizsgálatra vonatkozó törvényt, ekkor jött létre a Magyar Könyvvizsgálói Kamaráról, a könyvvizsgálói tevékenységről, valamint a könyvvizsgálói közfelügyeletről szóló 2007. évi LXXV. törvény. (Borbás, 2007)

6. Következtetések

Tanulmányukból kiderül, hogy Magyarországon már a középkor végén is fontos szerep jutott az uralkodói bevételekről készített nyilvántartások pénzügyi ellenőrzésének, amely később kiterjedt a kereskedelmi tevékenységre is. A számvitel és ellenőrzés fejlődése Habsburg uralkodóinknak köszönhetően jól követte a fejlettebb nyugat-európai országokét. A magyar számvitel és könyvvizsgálat a XIX. század végén és a XX. század első felében dinamikus fejlődést mutat, ami nagyrészt köszönhető az erőteljes osztrák, későbbiekben német befolyásnak, másrészt a Magyar Könyvviteli Folyóirat szerkesztőségének és a szakma iránti elkötelezettségüknek. Habár a II. Világháborút követően a könyvvizsgálók képzése nem szűnt meg, maga a szakma a rendszerváltásig mondhatni feledésbe merült, mély ponton volt, mert a könyvvizsgálók csak a tervgazdaság igényeit elégítették ki vállalati ellenőri tevékenységükkel. A magyar könyvvizsgálat a rendszerváltást követően újra éledt. Negyven évnyi hátrányból indult a nyugati országokhoz képest, de hazánk hamar behozta a lemaradását, csatlakozott a nemzetközi szakmai szervezetekhez, és adaptálta normáikat, alkalmazza a módszereiket.

Hivatkozott források

Borbás M. (2007): A könyvvizsgálat története Magyarországon, Magyar Könyvvizsgáló Kamara

Kardos, B. (2011): A számvitel története; SzámAdó 2011/3. szám, pp. 3-9.

Kenyeres, I. (2012a): A Magyar Királyság jövedelmei és kiadásai Hunyadi Mátyás és a Jagellók korában; RUBICON Történelmi magazin XXIII. évfolyam 232. szám, pp. 42-45.

Kenyeres, I. (2012b): Pecunia nervus belli – A háború alapja a pénz: A Magyar Királyság, illetve a Habsburg Monarchia bevételei és kiadásai, valamint a hadiköltségek Moháctól a tizenöt éves háború végéig; RUBICON Történelmi magazin XXIII. évfolyam 232. szám, pp. 46-49.

Kresalek, P. (2014): A vállalati ellenőrzés alapjai, oktatási segédanyag, Budapest

Kuntner, R. – Szél, J. (1932): Magyar könyvviteli folyóirat XXIII. évfolyam 5-6. szám; Hites könyvvizsgálói szám; Athenaeum Irodalmi és Nyomdai Rt.

Kuntner, R. (1939): Mérlegelemzés és revízió – kézirat; Magyar Élet Könyvesbolt, Budapest,

Lukács, J. (2014): A könyvvizsgálat alapjai; Budapesti Corvinus Egyetem

Lukács, L. I. (2012): A számvitel évszázadai; Mozaikok a számbavétel történelméből és fejlődéséből; TDK dolgozat; Budapesti Gazdasági Főiskola

Magyar Könyvvizsgáló Kamara (MKVK) Internetes forrás. On-line: <https://www.mkvk.hu/>
Elérve: 2019. március 10.

Sainty, J. C. (1983): Officers of the Exchequer, List and Index Society, Special Series 18, pp. 135–39.

Securs, C. (2014): A könyvvizsgáló szakma helyzete Németországban – Számvitel, Adó, Könyvvizsgálat Vol. 56., No 10, pp. 468-470.

Steiner, V. (1941): Az üzemszervezés és a könyvvizsgálat az új magyar gazdasági életben; Madách-nyomda

Sztanó, I. (2015): A számvitel alapjai, Perfekt

Vál, O. – Jaszenovics, G. (1926): Vezérfonál az adóügyi hatóságok és bíróságok által elrendelt könyvvizsgálat és üzletvitel-bírálat eszközléséhez; Jaszenovics, Fábíán és Társa, Budapest

Zaid, O. A. (2004): Accounting Systems And Recording Procedures In The Early Islamic State, Internetes forrás. On-line: https://www.researchgate.net/publication/291048383_Accounting_Systems_and_Recording_Procedures_in_the_Early_Islamic_State
Elérve: 2019. március 10.

Zwierina, J. (1949): Mérlegtan és mérlegbírálat; Pantheon Irodalmi Intézet

1723. évi LIII. törvénycikk: A könyvkivonati per rendjéről s miként kelljen az eddigelé keletkezett adósságok iránt a kereskedőknek eljárni? (Kereskedelmi dekrétum) Internetes forrás. On-line: <https://net.jogtar.hu/ezer-ev-torvenyei?pagenum=27>
Elérve: 2019. március 10.

1840. évi XVI. törvénycikk a kereskedőkről (Kereskedői törvénycikk) Internetes forrás. On-line: <https://net.jogtar.hu/ezer-ev-torvenyei?pagenum=27>
Elérve: 2019. március 10.

1875. évi XXXVII. törvénycikk kereskedelmi törvény (Kt.) Internetes forrás. On-line: <http://jogiportal.hu/index.php?id=a5d45cba58c925e8f&state=19960810&menu=view>
Elérve: 2019. március 10.

1930. évi V. törvénycikk a korlátolt felelősségű társaságról és a csendes társaságokról (Kft. törvény) Internetes forrás. On-line: <https://net.jogtar.hu/ezer-ev-torvenyei?pagenum=27>
Elérve: 2019. március 10.

Pest megye településeinek társadalmi, gazdasági és infrastrukturális vizsgálata a NUTS II-es szétválás után

Mészáros Gellért¹

Összefoglalás

Mint ahogyan nincs két egyforma területi, gazdasági sajátosságokkal rendelkező térség, úgy Magyarország településhálózata is rendkívül differenciált. Mérséklése nem csak hazai, de európai szinten is rendkívüli problémát jelent, mely csökkentése az elmúlt évtizedek tapasztalatai alapján, nem sikerült. Ennek oka, hogy a támogatási forrásokat sok esetben a centrumtérségekre fordítják, melynek azonban gyakran nincs továbbterjedő hatása a periféria számára, ezáltal egyre nagyobb területi különbségek alakulnak ki.

Ebből kifolyólag kiemelten foglalkoztam Pest megye településeinek társadalmi, gazdasági és infrastrukturális mutatóival, annak érdekében, hogy megvizsgáljam, hogyan is befolyásolhatja az egyes települések jövőjét a 2018. január 1.-ével bekövetkezett regionális szintű változás, amely következtében a Budapestet és az azt körülvevő Pest megyét magába foglaló Közép-Magyarországi régiót két különálló egységgé választották szét.

Kutatásomat települési (LAU 2-es) szinten végeztem el, annak érdekében, hogy a lehető legeredményesebben mutathassam be a vizsgált egységek között meghúzódó fejlettségbeli különbségeket, hiszen minél magasabb területi szintet vizsgálunk annál pontatlanabb képet kapunk az adatok aggregátsága miatt.

Ebből kifolyólag vizsgálatomba vontam Pest megye mind a 187 települését, hogy azok válogatott mutatóin keresztül megvizsgálhassam az egyes települések gazdasági, társadalmi és infrastrukturális helyzetét, amely adatokat alapul véve az SPSS program segítségével klaszterekbe rendeztem őket, továbbá a könnyebb szemléltetés érdekében QGIS programmal térképen is megjelenítettem a vizsgálatok eredményeit.

Ezeknek az adatoknak a felhasználásával többek között képes voltam eredményesen bemutatni a munkanélküliség megoszlását a megyén belül, valamint azt is felmértem vele, hogy milyen szoros kapcsolat mutatható ki az egyes munkanélküliség sújtotta területek és az autópályák elhelyezkedése között.

Kulcsszavak: Pest megye, szétválás, NUTS 2, SPSS, települések

¹ egyetemi hallgató, Szent István Egyetem, Regionális Gazdaságtani és Vidékfejlesztési Intézet; meszaros.gellert1996@gmail.com

1. Bevezetés

Vizsgálataim leginkább a szétválás eseményei köré épülve elemzik annak hatásait társadalmi, gazdasági és infrastrukturális szempontból, hiszen az ilyen regionális szintű átalakulás nem szokványos, ezért akár nagy kihatással is lehet Pest régió jövőjére.

Ebben az esetben igen fontos Pest megye megfelelő ismerete, hiszen azáltal, hogy átmeneti régióvá vált többletforrásokra lesz jogosult, amelyeket úgy kell felhasználni, hogy közben erősítse annak potenciáljait és javítsa a gyengeségeit. Kutatásaim kirajzolják az erősségeket és egy általános képet rajzol fel Pest megye helyzetéről.

2. Irodalmi áttekintés

Eredményeim feltárása előtt kiemelten szeretnék foglalkozni a szétválás tényének ismertetésével, melynek legfőbb oka, hogy Pest megye fejlődése gazdasági és társadalmi szinten értelmezve egyaránt megszakadt. Hátterében a fejlesztési források alacsony mértéke áll, mivel a megye jóval kevesebb fejlesztési forráshoz jut hozzá, mint amennyi annak fejlettsége okán megilletné.

Mindemellett Pest megye jóval többet is vesztett, mint csupán azt a tényt, hogy nem jutott elegendő forráshoz, hiszen az előirányzott források nagyobbik részét is Budapest kapta meg. Ennek pedig leglényegesebb vonzata, hogy növekedett a gazdasági lemaradás, amely egyúttal társadalmi lemaradást is eredményezett számára. Pest megye egyes járásai és települései a gazdasági és társadalmi fejlettségüket tekintve azonos vagy közel azonos képet mutatnak, mint a nagyszabású felzárkóztatási vagy kohéziós támogatásokhoz jutó régiók települései és járásai.

Pest megyének jó stratégiával és megfelelő forrásrendszer kialakításával minden lehetősége adott lenne arra, hogy Budapesttel és a környező megyékkel együttműködve gyors fejlődésnek induljon. (Csath, 2015)

Pest megye konvergencia régióvá válása hozzáférést enged számára a Strukturális Alapokból származó forrásokhoz, amelyek azonban csak a következő, 2020-as programozási ciklustól lesznek elérhetőek a számára. (Molnár – M. Barna, 2018) Továbbá nem szabad elmennünk a szétválás esetleges negatív hatásai mellett sem, hiszen a szétválást követően több fejletlennek számító régió fog ugyanazon forrásból részesülni, így Pest megye a sokkal inkább rászoruló régiók elől fog forráshoz jutni. A beruházások területi allokációjában is előnyt fog élvezni, ugyanis a Pest megye területén lévő nagyvállalatok eddig legfeljebb 35%-os támogatást kaphattak. A szétválással, azonban hasonlóan a többi fejletlen régióhoz, a támogatás mértéke már akár az 50%-ot is elérheti. Ez ösztönzően hathat akár a Budapest területén lévő nagyvállalatokra is, hiszen a kedvezmények elérése érdekében nem kell messzire költöztetniük

vállalkozásukat, csupán a főváros határa mellé, ezzel pedig tovább torzulhat a gazdasági térszerkezet. Az agglomerációs gyűrű egyre fejlettebb lesz, a déli és a keleti térség pedig egyre inkább elmaradottabbá válik, ezzel tovább növelve a differenciálódás mértékét. (Tosics, 2016)

3. Anyag és módszer

Kutatásaim során a 2016-os adatokat felhasználva vizsgálatomba vontam Pest megye mind a 187 települését, annak érdekében, hogy ez által a lehető legeredményesebben mutathassam be a vizsgált egységek között meghúzódó fejlettségbeli különbségeket, hiszen minél nagyobb területi szintet vizsgálunk, annál elmosódottabb képet kaphatunk az adatok aggregátsága miatt.

A kutatások kizárólag szekunder jellegű adatokat tartalmaznak, melyeket az Országos Területfejlesztési és Területrendezési Információs Rendszer (TeIR) online adatbázisából gyűjtöttem ki. Ennek során mintegy 59 darab mutatót kérdeztem le, amelyekből 35 darab származtatott mutatót számítottam ki, annak érdekében, hogy az egyes települések a méretüktől függetlenül alkalmasak legyenek az összehasonlító vizsgálatokhoz.

A statisztikai eljárások elvégzése során a kiugró adatokat kizártam, így végül 17 változót használhattam fel a vizsgálatomhoz. Ezeket a mutatókat az 1. táblázat foglalja magába.

1. táblázat. A vizsgálat során felhasznált mutatók

Csoportosítás	Mutatók
Demográfiai mutatók	0 – 14 éves lakosság aránya (%)
	60 – X éves lakosság aránya (%)
	Élve születések aránya (%)
	Vándorlási index (%)
	Öregségi index (%)
	Gyermek eltartottsági index (%)
Munkanélküliségi adatok	Munkanélküliségi ráta (%)
	Közfoglalkoztatásban résztvevők aránya az aktív népességből (%)
	180 napon túli álláskereső aránya az aktív népességből (%)
Infrastrukturális adatok	Nyilvántartott pályakezdő álláskereső aránya az álláskeresőkből (%)
	Kábel-televízió hálózatba bekapcsolt lakások aránya (%)
	Internet-előfizetések (%)
	Szennyvízhálózatba bekapcsolt lakások aránya (%)
	Háztartási villamos energia-fogyasztók aránya a lakásállományon belül (%)
	Első alkalommal forgalomba helyezett személygépjárművek (%)
	Új építésű lakások aránya a lakás állományon belül (%)
Háztartásoknak szolgáltatott víz mennyisége a lakónépesség arányában (%)	

Forrás: Saját szerkesztés, 2019

A kutatás során elkészített származtatott mutatókat klaszteranalízisbe vontam, így a társadalmi, gazdasági és infrastrukturális adatokból egyenként 5 darab klasztert alakítottam ki.

A klaszterelemzés egy olyan dimenziócsökkentő eljárás, aminek elvégzése során az eredeti dimenziókat, vagyis a megfigyelt egységhez tartozó változókat csoportosítjuk, oly módon, hogy az egyes klaszterekbe tartozó elemek, a lehető legtávolabb legyenek a többi klasztertől. (Székelyi - Barna, 2004)

Ennek az eljárásnak két fajtája ismert, a hierarchikus, illetve a nem hierarchikus klaszteranalízis. Ezek közül a nem hierarchikus klaszterelemzést választottam, hiszen ez az eljárás a magasabb elemszámú minták esetén lényegesen átláthatóbb képet alkot, ezáltal megkönnyíti az adatok feldolgozhatóságát. Hátránya azonban, hogy a kiugró adatokat nem képes kezelni.

A nem hierarchikus klaszterelemzés nem páronként hasonlítja össze az egyes változókat, ezáltal a klaszterbe sorolás is a mutatók és az ideiglenes klaszterközepek közötti távolság függvénye. Miután megtörtént a vizsgált elemek klaszterbe sorolása, az egyes csoportok középpontjait újraszámoljuk, majd ezt felhasználva ismét elvégezzük a csoportképzést. Ezt a folyamatot addig ismételjük, amíg nem találunk egy olyan stabil középpontot, mely után már nincs szükség egyetlen elem átsorolására sem. (Sajtos – Mitev, 2007)

Az így kapott eredményeket végül a Quantum GIS 2.18 'Las Palmas' program használatával térképesen is megjelenítettem.

4. Eredmények

Ebben a fejezetben szeretném ismertetni mindazon eredményeket, amelyeket a kutatásaim során az adatok elemzésével sikerült feltárnom.

4.1. Pest megye demográfiai vizsgálata

Elsőként Pest megye településeinek demográfiai klaszteranalízisét szeretném ismertetni. A 2. táblázat foglalja magába a demográfiai alrendszerhez tartozó klaszterközéppontokat, melyen jól látható, hogy az SPSS program milyen változók mentén osztotta csoportokra a vizsgált sokaságot. Annak érdekében, hogy áttekinthetőbb legyen a táblázat, kék színnel jelöltem mely sorban vette fel a legmagasabb értéket, míg piros színnel azt jelöltem, hogy melyik sorban vette fel a legalacsonyabb értéket.

Ez alapján jól látható, hogy az 1-es, vagyis a centrum klaszter esetében legmagasabb az időskorú lakosság aránya, legkedvezőbb a vándorlási index, valamint legalacsonyabb a születések aránya. A sok negatív értékű mutató mellett kedvező helyét mégis a kiugróan magas vándorlási indexe miatt foglalhatta el, mely duplája a második legnagyobbaknak. Ezzel szemben a 4-es klaszterek esetében legmagasabb a fiatalok száma, illetve a legalacsonyabb az idősek aránya, mely kedvező képet mutat, és aminek értékei igen közel vannak a 3-as klaszter értékeihez.

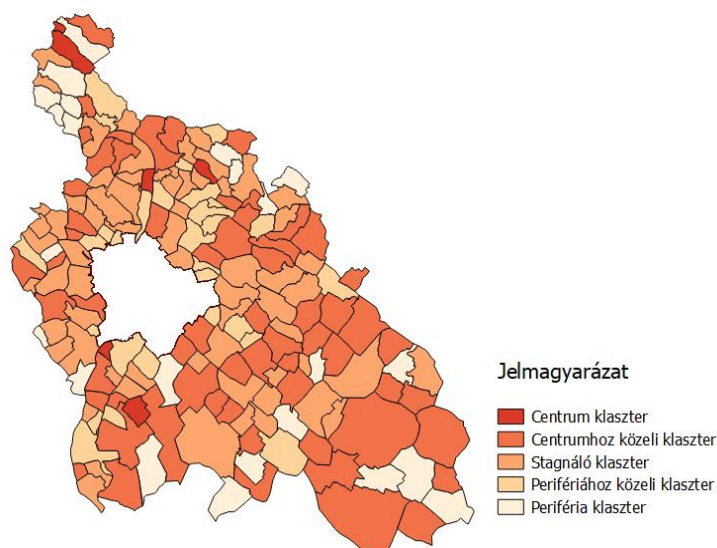
2. táblázat. Demográfiai klaszterközpontok

Mutatók	1	2	3	4	5
60 - X lakosság aránya	0,27955	0,241292	0,232944	0,232414	0,235894
0-14 lakosság aránya	0,15606	0,152655	0,161780	0,175209	0,164275
Élve születések aránya	0,00782	0,009399	0,009340	0,009363	0,010102
Vándorlási index	51,10115	3,083364	11,963178	21,611305	-8,394137
Lakásokra jutó lakók	0,46131	0,404656	0,380314	0,378656	0,421808
Öregségi	1,66515	1,137299	1,038760	0,952941	1,044026
Gyermek eltartottság	0,22074	0,217744	0,233910	0,254995	0,231369

Forrás: Saját szerkesztés, 2019

Ezeknek a térképes megjelenítését mutatja be az 1. ábra, ahol is az 1-es klaszterbe tartozó települések igen elszórtan helyezkednek el a megyén belül és inkább a megye határához közelebb találhatóak. Ezzel szemben a 3-as és 4-es klaszterbe tartozó települések a főváros köré koncentrálódva helyezkednek el. Úgy vélem, hogy a 3-as és a 4-es klaszterbe tartozó települések esetében nagy arányban költöznek be fiatal, aktív korú lakosok, de a centrum klaszter településeibe is jelentős a bevándorló népesség aránya, azonban ez a szám mégsem képes ellensúlyozni az idősök magas arányát.

1. ábra. Pest megye demográfiai klasztere



Forrás: Saját szerkesztés, 2019

4.2. Pest megye munkanélküliségi vizsgálata

Következő klaszter, melyet kutatásom során elkészítettem, a munkanélküliségi klaszter. Ennek klaszterközpontjait a 3. táblázat foglalja magába.

A centrum klaszter esetében látható, hogy a közfoglalkoztatottságban részt vettek számán kívül minden más érték a legalacsonyabb munkanélküliségi adatokat vette fel, aminek köszönhetően helyzete a legkedvezőbb a vizsgált klaszterek közül. Ezzel szemben a 3-as, vagyis a stagnáló klaszter tartalmazza a legkedvezőtlenebb mutatókat, hiszen ez az a klaszter, aminek esetében a munkanélküliséggel összefüggő mutatók a legmagasabb értéket veszik fel.

3. táblázat. Munkanélküliségi klaszterközpontok

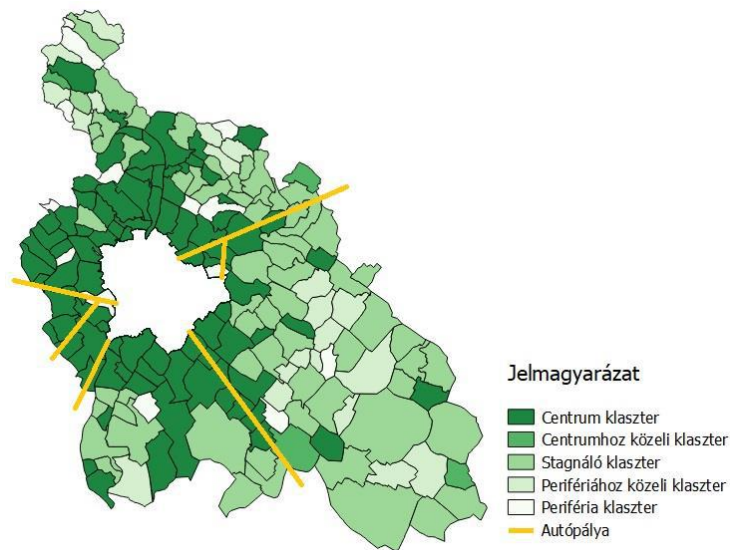
Mutatók	1	2	3	4	5
Munkanélküliségi	0,02379	0,03263	0,03738	0,03576	0,02553
Közfog. részt vettek	0,00511	0,01559	0,01254	0,01338	0,00489
Nyilvánt. pályakezdő állask.	0,00144	0,00259	0,00322	0,00306	0,00147
180 napon túli álláskeresők	0,01255	0,01559	0,02124	0,02005	0,01327

Forrás: Saját szerkesztés, 2019

Ezek elhelyezkedését megvizsgálva a 2. ábrán látható, hogy a centrum klaszter elemei a főváros közelében, centrikusan helyezkednek el, míg a stagnáló klaszter elemei leginkább a megye keleti részén helyezkednek el.

Sárga színnel berajzoltam az egyes autópályák irányvonalait is. Ezek alapján jól megfigyelhető, hogy azok a települések, amik az autópálya mellett helyezkednek el, alacsonyabb munkanélküliségi mutatókkal rendelkeznek. Úgy hiszem, hogy az ábrán kirajzolódó elhelyezkedés oka kettős, mivel egyfelől az autópályák közelsége miatt a távoli munkahelyek is könnyen elérhetővé válnak az aktív korú népesség számára, másfelől megnyilvánul a budapesti agglomerációban elhelyezkedő fővárosi magterületek jelentősége is, mint például Gödöllő vagy Veresegyház.

2. ábra. Pest megye munkanélküliségi klasztere



Forrás: Saját szerkesztés, 2019

4.3. Pest megye infrastrukturális vizsgálata

Az infrastrukturális klaszterközpontokat bemutató 4. táblázaton jól látható, hogy az infrastrukturális adatokat igen széles skálán vizsgáltam. Ebben a vizsgálatban a centrum klaszter vette fel a legkedvezőbb értékeket, szemben a 4-es klaszterrel, mely ebben az esetben a legkedvezőtlenebb képet mutatja a vizsgált klaszterek közül.

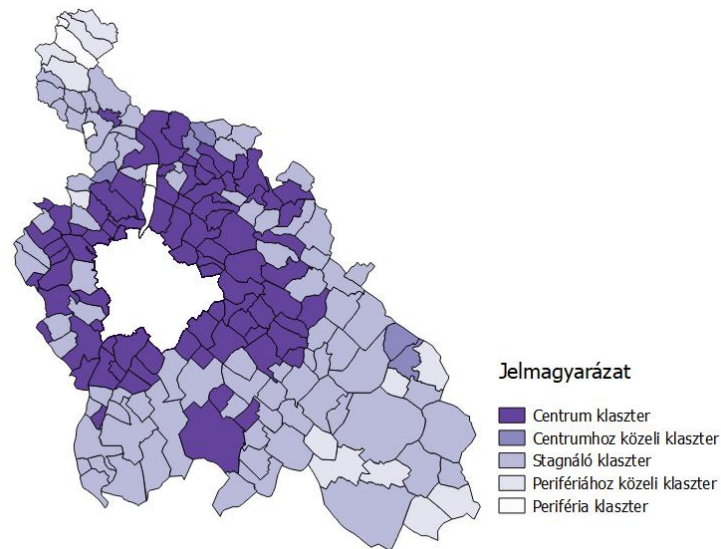
4. táblázat. Infrastrukturális klaszterközpontok

Mutatók	1	2	3	4	5
Kábel-tv a lakásáll.	0,70367	0,64695	0,46275	0,21990	0,44140
Internet előfizetések	0,75540	0,64913	0,57888	0,41959	0,65664
Szennyvíz hálózat	0,83863	0,08537	0,74686	0,10332	0,23651
Villamos energia	0,41534	0,45978	0,47884	0,54907	1,17214
Első alkalmas gépj.	0,08711	0,06855	0,07704	0,06405	0,10724
Újépítésű lakások	0,00361	0,00203	0,00125	0,00030	0,00023
Víz mennyisége	0,03666	0,03311	0,03062	0,02371	0,04547

Forrás: Saját szerkesztés, 2019

Ennek térképes megoszlását figyelembe véve a 3. ábrán látható, ahogyan a centrum klaszter települései Budapest gyűrűjében helyezkednek el, míg a 4-es azaz, a perifériához közeli klaszter elemei inkább Pest megye északi és déli részén találhatóak.

3. ábra. Pest megye infrastrukturális klasztere



Forrás: Saját szerkesztés, 2019

5. Következtetések és javaslatok

Úgy vélem, hogy a változás csak is akkor valósulhat meg eredményesen, ha valamilyen szabályozások árán a következő programozási ciklusig megoldást találnak arra, hogyan használják ki Pest megye potenciáljait és tegyenek lehetővé azonos körülményeket minden település számára. Esetleg a jelentősen elmaradott települések számára további kedvezményeket lehetne biztosítani, annak érdekében, hogy elérhetővé váljon a kedvezőbb gazdasági környezet. Ugyancsak pozitív irányba mutatna, ha a természeti adottságok figyelembe vétele mellett övezetesen telepítenének vállalkozásokat az egyes térségekbe. Akár újabb magterületek kialakítása is hozzájárulhatna a kedvező folyamatok beindításához.

Amennyiben a jelen Európai Uniós támogatási rendszer nem változik meg drasztikus mértékben és egyfajta pozitív szabályozás is kialakul, akkor úgy hiszem, hogy jó irányba is változhat a megye jövője.

Hivatkozott források

Csath, M. (2015): Merre tovább Pest megye? On-line: www.pestmegye.hu/hirek-altalanos/merre-tovabb-pest-megye Elérve: 2017. október 28.

Molnár, T. – M. Barna, K. (2018): A területi különbségek vizsgálata a magyar NUTS 3 szintű területi egységekben, 2000 és 2015 között. Comitatus: önkormányzati szemle, 28 évf. 2 sz. 3 - 20 o.

Sajtos, L. – Mitev, A. (2007): SPSS kutatási és adatelemzési kézikönyv. Budapest, Alinea kiadó 404 o.

Székelyi, M. – Barna, I. (2002): Túlélőkészlet az SPSS-hez. Budapest Typotex kiadó, 453 o.

Tosics, I. (2016): A Közép-Magyarországi régió szétválasztása. Budapest és környékének sikertelen erőfeszítései az együttműködésre. Tér és társadalom, 30 évf. 2 sz. 98 – 105 o.

Sporttermékekkel szembeni elvárások, innovációs adaptálása a vízalatti sportágak vizsgálata kapcsán

Mórik Kornélia Veronika¹

Összefoglalás

Az innováció kiemelten fontos szerepet tölt be egy vállalkozás, illetve egy termék életében, mely a gazdasági növekedés motorját adja.

Tanulmányomban egy Magyarországon előállított víz alatti sportágakhoz uszonyokat gyártó cég NAJADE márka nevű sporttermékének innovációját vizsgálom a sportolók igényei alapján.

A három nyelvű (magyar, angol, orosz) kérdőívet (N=200), uszonyt használó víz alatti sportolók körében töltöttem ki nemzetközi Világversenyeken. A mélyinterjút Senánszky Petra uszonyos úszó világbajnokkal és Grigory Shumkovval, az orosz uszonyosúszás bölcsőjének számtó Tomszk nemzetközi hírű mesteredzőjével készítettem. Kiderült, hogy a különböző víz alatti sportágak uszonyhasználatára eltérő a nemek preferenciája is eltér, míg a nők a szint, addig a férfiak a kényelmi szempontokat tartották fontosabbnak a vásárlási döntés meghozatalakor, mely eredmény szignifikánsan eltérően alakult a nemek tekintetében. A versenyzők, edzők időről-időre igénylik az újdonságokat és sportágtól függően: a méretek változtatását, árelőny típusú termékeket, az anyagösszetétel változtatását vagy a design-fejlesztést fogalmazták meg.

Igazolta a kutatás, hogy a termék megérett a fejlesztésre melynek során hamarosan új modell és bővebb méretek, színkálák kerül piacra. Egyre több alacsonyabb diszkrecionális jövedelemmel és alacsonyabb GDP-vel rendelkező új ország kapcsolódik be a vízalatti sportok verseny rendszerébe, feltehetően szükség van ár differenciálásra, valamint az erősödő versenyhelyezethez igazodva új versenyorientált ár bevezetésére.

Kulcsszavak: innováció, víz alatti sportok, uszony, termékfejlesztés, fogyasztói preferencia

JEL kód: A 13, L67, L83, O39

1. Bevezetés

A sporttermékek világpiacán a magyar vállalkozások nincsenek könnyű helyzetben. Ezen piac jó részét is a Távol-Keleten gyártott termékek uralják, de az Amerikai Egyesült Államoknak is jelentős szerep jut. Ahhoz, hogy egy magyar termék a már megszerzett piaci pozícióját meg

¹ egyetemi hallgató, Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar, Vidékfejlesztés, Turizmus- és Sportmenedzsment Intézet, Sportgazdasági- és Menedzsment Tanszék; nellymorik@gmail.com

tudja tartani, további vevőket szerezzen és tudjon terjeszkedni is, az adott piac és a piaci résztvevők folyamatos monitorozására, elemzésére és az adott termék folyamatos fejlesztésére van szükség. Az innováció, az innovatív gondolkodás megvalósítása versenyelőnyt biztosít annak a cégnek, aki ezt folyamatosan alkalmazza a termékek vagy szolgáltatások előállításának során.

Kutatásomban célom volt, hogy feltérképezem a víz alatti sportágakban használt különböző típusú NAJADE uszonyok kedveltségét, a versenyzőknek ezzel a sporteszközzel szemben támasztott elvárásait, valamint, hogy megtudjam melyek az általuk leginkább használt uszonytípusok. Célom volt továbbá, hogy megvizsgáljam az uszonyválasztást és vásárlást befolyásoló leggyakoribb tényezőket, mint a szín, a méret, az anyagösszetétel, a kényelem, a minőség, a sportágspecifitás, az uszonnal elért jó sporteredmény.

Feladatul tűztem ki, hogy feltárjam az innováció szükségességének okait, lehetséges irányait.

2. Irodalmi áttekintés

Az innováció szerepének fontosságát és annak sportbeli versenyelőnyét már számos kutatás bizonyította (Luthje 2004, Di-lei 2007, Könyves–Müller 2007, Drucker 2003, Pakucs–Papanek 2006, Boutroy et. al. 2015, Abdourazakou 2016).

A sport és rekreáció területén igen fontos a trendek folyamatos figyelése, mert ez a kkv-k versenyképességét befolyásolhatja. Ezek a trendek a sport területén lévő aktuális fogyasztói szokásokat mutatják, melyeket a termékfejlesztés során fontos érvényesíteni. A sport és fitnesz területén ilyen trend az egyediség és a stílus vagy a kényelem és a minőség iránti igény, mely befolyásolja a vásárlókat a sporttermékek és szolgáltatások vásárlási döntésében (Müller 2009, Müller et. al. 2013, Borbély–Müller 2017, Müller et. al. 2017).

Trend, hogy az urbanizáció és a civilizációval a gyerekek és a fiatal felnőttek akcelerációja figyelhető meg (Bodzsár–Zsákai 2002), így a változó antropometriai tényezők (már a fiatalabb sportolók is nagyobb láb méretű uszonyt igényelnek és mivel magasabbak, fejlettebbek, más uszonyerősség van szükségük) miatt a sportolók elvárása változik a termékkel szemben.

3. Anyag és módszerek

A termékforgalmazás matematikai-statisztikai elemzése során követve az eladott mennyiség változását, arra a kérdésre kerestem a választ, hogy az újítások eladása vajon a korábbi termékeink eladásának kárára mennek-e vagy sem tehát beváltak-e az innovációk és hogy növekedett-e az eladási görbénk vagy sem.

Áttekintettem a témával kapcsolatos legfontosabb hazai és nemzetközi szakirodalmat, melyeket a dolgozatba beépítettem. Primer és secunder kutatást egyaránt alkalmaztam. A primer kutatást kérdőívvel végeztem. A kérdőívet úgy állítottam össze, hogy választ kapjak a piackutatás során

a termékválasztást befolyásoló tényezőkről a különböző víz alatti sportágakban. A kérdőívben nyílt és zárt kérdéseket is alkalmazok. A vásárlást befolyásoló és a termék változtatásával kapcsolatos javaslatok összegyűjtésére öt pontos Likert skálát dolgoztam ki, melyben az 1 a legkevésbé, az 5 a leginkább jellemző állítás a válaszadókra. Mélyinterjút folytattam Senánszky Petra többszörös világbajnok, világsúcstartó uszonyos úszóval és Grigory Shumkov orosz uszonyos úszó mesteredzővel.

A kutatás során az alábbi kérdésekre kerestem a választ:

–Hogyan alakulnak a különböző víz alatti sportágak igényei az uszonnal szemben? Az uszonyok hogyan tudnak specializáltan megfelelni a különböző víz alatti sportágak által megfogalmazódott szükségleteknek?

–A termékfejlesztésben milyen innovációs lehetősége van a NAJADE uszonyokat gyártó cégnek az élsportolók által megfogalmazott elvárások alapján?

–Milyen innovációs lehetősége van a cégnek a versenyképesség növelése és a piaci részesedés növelése kapcsán?

Az adatokat SPSS statisztikai adatelemző program segítségével dolgoztam fel, melyben a leíró statisztikai elemzések dominálnak (átlag, szórás, medián, módusz). Az összefüggések megállapítására Chi négyzet - keresztábra próbát használtam.

A felmérésemet az alábbi világbajnokságok, világbajnokságok, valamint Európa Bajnokságok során töltöttem ki, válogatott, többek között Európa- és világbajnok, uszonyosúszás, vízalatti hoki és vízalatti rögbi sportokat űző versenyzőkkel 2017-ben és 2018-ban. Uszonyosúszó versenyek: Világbajnokság: Eger, Coral Springs/USA; Junior Világbajnokság Tomszk/Oroszország; Felnőtt Európa-bajnokság Wroclaw/Lengyelország. Felnőtt Világbajnokság Belgrád/Szerbia; Junior Európa-bajnokság Isztambul/Törökország. Vízalatti Hoki és Vízalatti Rögbi versenyek: U19ésU23 Világbajnokság Hobart/Tasmánia/Ausztrália; Felnőtt Európa-bajnokság Eger; Bajnok csapatok Európa kupája Castellon/Spanyolország; Felnőtt Világbajnokság Québec city/Kanada; Világkupa Berlin, Németország

4. Eredmények

Az adattisztítás után elmondható, hogy kérdőívemre 200 db értékelhető kitöltés érkezett. A szociodemográfiai kérdéskör elemzése után a következő helyzetképet kaptam a kitöltőkről.

A válaszadók 55,5%-a (111 fő) nő, 44,5%-a azaz 89 fő pedig férfi, átlagéletkoruk 23,76 (szórás 7,234). Mivel magyar termékről van szó, nem meglepő, hogy fogyasztói köröm legnagyobb százalékát (13%) magyar vásárlók adják. A második helyen kanadai és kolumbiai vásárlók képviselik magukat 9 – 9 %-al, de szép számmal jelennek meg az olasz (7%), argentin (4%)

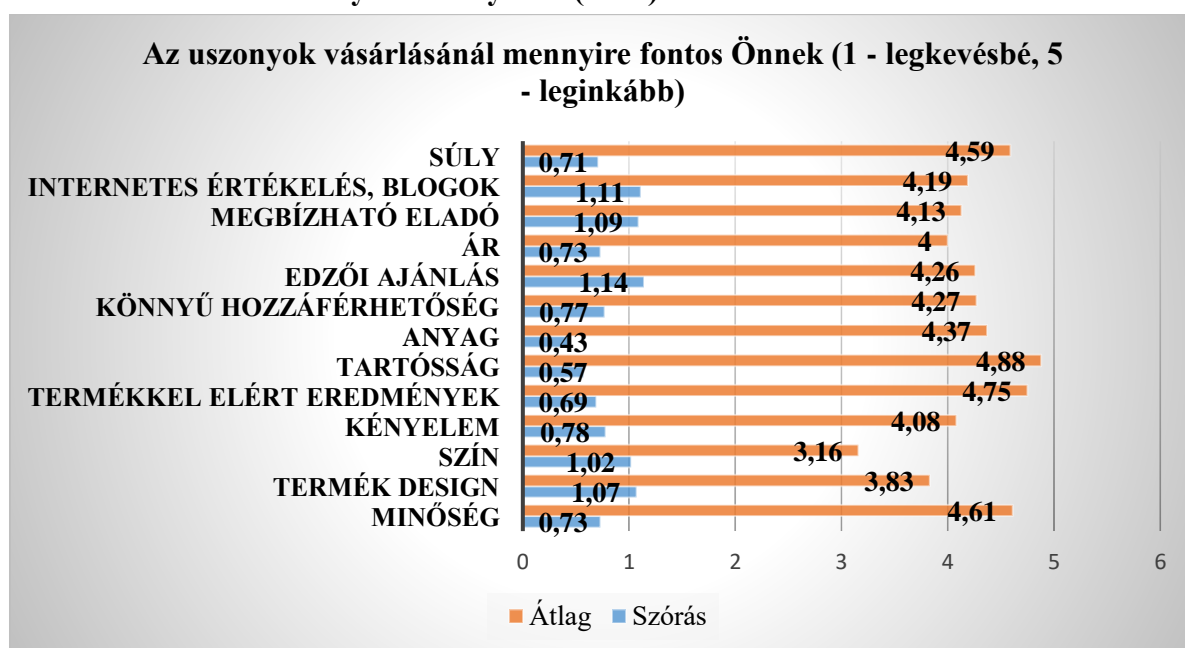
és amerikai (4%) vásárlók. A minta 48,5%-át (97 fő) uszonyos úszók, 29,5%-át (59 fő) vízalatti hokisok és 22%-át (44 fő) vízalatti rögbis sportolók adták.

Az eredmények, egy már régen meglévő trendet támasztanak alá, miszerint a 3 említett sportág közül, az uszonyos úszás a legolcsóbb. A sportág üzése (eszközigénye miatt is) kevesebb anyagi vonzattal jár, ezzel lehetővé téve a szélesebb tömegek és kevésbé tehetősebb rétegek bekapcsolódását. Emellett fontos megemlítenünk azt a tényt is, hogy a vízalatti sportok között az első az új országokban, ugyanis alapja az úszás, látványosabb, könnyebben közvetíthető és több versenyzési lehetőséggel jár, mint akár a vízalatti hoki, vagy a vízalatti rögbi sportok.

Ugyancsak egyfajta karakterizációként jelenik meg a három sportág és az azokat űző atléták életkora közti összefüggés.

Kutatásom és ezzel együtt kérdőívem sarokpontját a NAJADE termékei adják. A víz alatti sportágak főbb szakágainak felhasználása, és eladási statisztikáink alapján a következő 4 termék kategóriát vizsgáltam: SPEED, SPRINT, IRON és UW. A SPEED és SPRINT uszonyok felhasználása, kialakítása és anyaga miatt inkább az uszonyosúszáshoz (ahol a gyorsaság a legfontosabb tényező) használt termékfajta. Az IRON uszonyok ezzel szemben már keményebb és merevebb anyagból készült termékek. Az UW pedig kifejezetten víz alatti rögbi és víz alatti hoki sportághoz kialakított uszonyfajta. A válaszadók többsége a SPEED és a SPRINT termékeket preferálja (24% - 38%), mely eredmény magyarázható azzal, hogy ezeket uszonyos úszóink használják, akik a sportág választásnál is magasabb számában mutatkoztak meg. Az IRON és UW termékeket közel azonos (18,5% és 19,5%) számú válaszadó jelölte.

1. ábra. A vásárlást befolyásoló tényezők (2019)



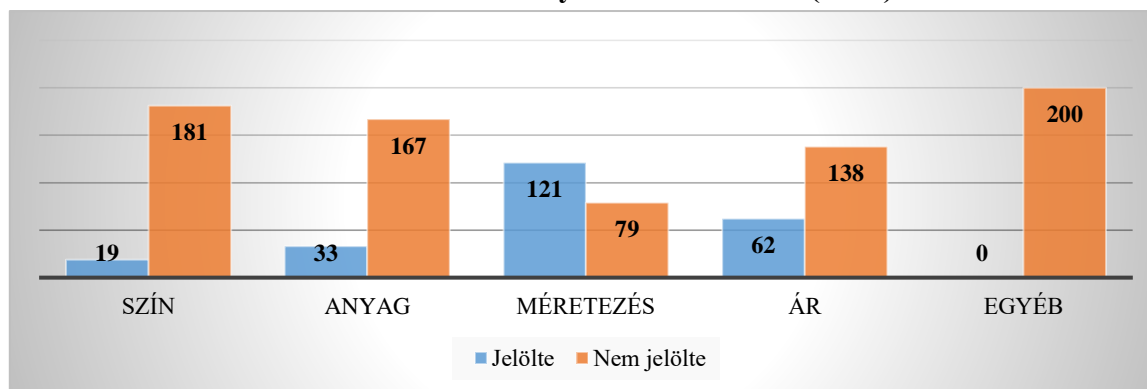
Forrás: Saját szerkesztés saját kutatás alapján, 2019

A vásárlást befolyásoló tényezők vizsgálatának érdekében 5 pontos Likert-skálát dolgoztam ki, melyben az 1 a legkevésbé, az 5 a leginkább befolyásoló tényezőnek számít. A kérdéskör eredményeit a 1. sz. ábra foglalja össze.

Az adatokból jól kivehető, (nem meglepő módon), hogy az első 3 legmagasabb átlagértéket kapó állítás a durability (4,88) azaz tartósság, a termék által eddig elért eredmények (4,75) és a minőség (4,61). Mivel sporteszközökről beszélünk, amelyeket sporteredmények elérése érdekében használunk, másodlagos szerepet kap, jól látható módon háttérbe szorul a termékek kinézete (color: 3,16; design: 3,83) és a sporteszköz ára is (4), hiszen aki minőségi, tartós és funkcionálisan kiváló terméket használ az hajlandó egy esetleg drágább, jobb eszközt is megfizetni.

Az innováció és a termékfejlesztés érdekében rákérdeztem továbbá arra is, hogy a NAJADE termékeinél mi az, amin változtatnának fogyasztóink.

2. ábra. Min változtatna a NAJADE uszonyok tekintetében? (2019)



Forrás: Saját szerkesztés saját kutatás alapján, 2019

A nemzedéki változás testméretekben bizonyítható pozitív következményei napjainkban hazánkban is tapasztalható. A szekuláris trenden azonban nemcsak a generációnkénti morfológiai különbségeket értjük, e fogalom tartalmi elemei szélesebbek, mely magában foglalja a fiziológiai funkciók és a mérhető fizikai teljesítmények különbözőségeit is (Frenkl–Mészáros 2002). 1975 és 2000 között pre-pubertás fiúk motorikus teljesítményét vizsgálták, megállapították, hogy a testmagasság és a testsúly 1975-ös mért adatokhoz képest 2000-ben növekedett a 14-18 éves lányok és fiúk esetében is. Az életkörülményeknek köszönhetően a testalkati arányok az utóbbi időben megváltoztak. Az emberek akceleráltabbak, biológiai életkorukhoz képest fejlettebbek (Bodzsár–Zsákai 2002, Bodzsár et. al. 2015, 2016). A testalkati arányok megváltozásához a sport termékek gyártóinak is igazodni kell, hiszen a növekvő testmagasság és lábfej miatt a sportruházat és sporteszközök előállításánál erre tekintettel kell lenni a termékkínálat méretskála kialakításakor. Az életkörülményeknek köszönhetően a testalkati arányok az utóbbi időben megváltoztak. Az emberek akceleráltabbak, biológiai életkorukhoz képest fejlettebbek.

Jellemző továbbá az is, hogy két méret közötti „feles” méretű uszonyokat is kell gyártani (pl.43,5-ös, 44,5-ös stb.). Hiszen az eredmény elérésének szempontjából egy fél láb méret is akár több tizedmásodperces időeredménybeli eltérést jelenthet. Az egyedi, sportolói igényekre szabott lábbelik előtérbe kerülnek, ez a trend a kitöltőink válaszaiban is megmutatkozik.

A 2. sz. ábrán jól látható, hogy a NAJADE termékeinken legtöbben a méreteken változtatnának. (200-ból 121 ember jelölte, hogy változtatna, ez a válaszadók 60,5%-a).

Összefüggésvizsgálat tapasztalataiból: A víz alatti rögbi és víz alatti hokit űző sportolók inkább nagyobb arányban választják az IRON és UW uszonyokat, az uszonyosúszókhoz képest, míg az uszonyos úszók pedig szignifikánsan nagyobb arányban választják a SPRINT és SPEED uszonyokat ($\chi^2= 84,3$, $df=6$, $p=0,000$). Így azt mondhatjuk, hogy az uszonyválasztást a sportág jelentősen befolyásolja.

Az uszonyválasztás a nemek esetében is eltérő preferenciarendszerrel van jelen, míg a nőket az uszony színe jobban befolyásolja, mint a férfiakat a vásárlási döntés meghozatalában, addig a férfiak számára a komfortos és kényelmes uszony fontosabb, mint a nők esetében. Mind a szín mind a kényelmi szempont esetében szignifikáns különbséget tudunk kimutatni a nemek tekintetében ($p<0,05$).

A mélyinterjúk a következő képet tárták elem. Míg a versenyző, világbajnok Senánszky semmit sem változtatna az uszonyon, ugyanis szerinte a vele elérhető eredmény fontosabb, mint a termék designja, valamint véleménye szerint az ilyen magas minőséget el lehet adni drágán is, addig Shumkov edzőnek a méret- és a szín változtatásra vannak javaslatai, valamint az a meglátása, hogy a piac alacsonyabb árfekvésű uszonyokat is igényel.

5. Következtetések és javaslatok

A lefőlöző ár stratégia feltehetően jó választásnak bizonyult, hiszen a profi sportolók vásárlási döntését nem befolyásolja, ám az ár differenciálásra feltehetően szükség van, illetve az alacsonyabb ár kategóriás termékek fejlesztésére is. Ez utóbbiakat leginkább az utánpótlás – illetve a sportágot újonnan elkezdő országok – illetve az alacsonyabb diszkrecionális jövedelemmel és alacsonyabb GDP-vel (például Egyiptom, India) rendelkező országok sportolói igénylik. Paár (2013) megállapítja, hogy a háztartások jövedelmének csökkenése esetében a sporttermékek árának mérséklésével kompenzálható a keresletcsökkenésének negatív tendenciája, bár önmagában ez nem elég egy gyors keresletbővüléshez, hanem ennek egy sportpolitikának kell lenni, melyet a NAJAD cég egy árdifferenciálással valósíthat meg a különböző diszkrecionális jövedelemmel rendelkező vagy csökkenő fogyasztói jövedelmű országok vásárlói esetében. Kezdetben, amíg a NAJADE uszonymonopóliuma volt a piacon a lefőlöző ár stratégia jónak bizonyult, de a versenytársak megjelenése, valamint az, hogy a vásárlók egyre jobban ár érzékenyek, valamint az, hogy a vízalatti sportokba egyre több

alacsony GDP-vel rendelkező afrikai és ázsiai ország kapcsolódik be, arra készíti a forgalmazót, hogy átgondolja az árral kapcsolatos stratégiát.

A termék megvásárlása során a megkérdezettek 93%-a fontosnak tartja a termék minőségét és 80% vásárláskor figyelembe veszi az uszonnal már elért korábbi eredményeket, ami a termék kiválóan jó minőségének köszönhető.

A vásárlói igények kielégítése a termékeknél fontos, hiszen a minőség az, amit a vásárló annak ismer el. A minőség, amennyiben egy termék ki tudja elégíteni a fogyasztói igényeket (Parasurman et. al. 1985, Giubilato et. al.2013).

A különböző víz alatti sportágakban és a nemek tekintetében a vásárlást befolyásoló preferencia szignifikánsan eltér, melyet a termék marketing kommunikációja során is érvényesíteni kell a közvetített elemekben.

A kutatásom eredményére alapozva, a következő javaslatok fogalmazódtak meg bennem: Az uszony anyagának összetételén is kell változtatni, mely szintén az innováció egy lehetséges formája. Az uszonnak a különböző részein más-más gumierősséget lehet kialakítani, továbbá ezek kombinálása lehetővé teszi, hogy különböző vízalatti sportágak sportágspecifikus igényeit elégítsék ki.

A kutatás is bizonyította, hogy igény van a különböző méretű uszonyokra, azaz a méretválaszték bővítésére, hiszen előforduló akadály, mint a cipőknél, hogy valakinek az egyik méret már kicsi, de a következő már nagy, ezért a köztes méretek bevezetésének szükségessége merült fel, így például a 2,5 - 3,5 bevezetése. A sportolók között nem ritka a 46-48-as lábméret így a fejlesztésben el kell indítani az 5-s méretet.

Megfigyelhető, hogy egyre több eddig víz alatti sportot nem űző ország kezdi el a víz alatti sportágak fejlesztését és ebben való versenyeztetést, mint India, Irán a közép afrikai országok, valamint Brazília, Ecuador, Peru, mely lehetőséget teremt az új piacra történő nyitáshoz. Ezen országok sportolói még nagyon ár érzékenyek ezért nekik célszerű kifejleszteni egy újabb a NAJADE ernyőmárka alá tartozó termékcsaládot, ami olcsóbb technológiai előállítást eredményez. A piackutatás tapasztalatai azt mutatják, hogy a design, a szín elengedhetetlen a fiatalabb korosztály és az utánpótlás körében, ezen fejlesztéssel nagyobb sikert lehet elérni, ha ez az új termékcsalád élénk színekben, megújult design elemekkel kerülne piacra. A fenti tervezett termékfejlesztések piacbevezetése a következő években lesz várható” (Mórik–Müller, 2018).

Hivatkozott források

Abdourazakou, Y. (2016). Managing Innovation in the Sports Equipment Industry: Upstream Process Management. Management Studies, 4(1), 1-8.

Bodzsar et.al. (2016): Secular Growth And Maturation Changes In Hungary In Relation To Socioeconomic And Demographic Changes. *Journal Of Biosocial Science* 48:(2) Pp. 158-173.

Bodzsár et.al. (The Biological Status Of Children Living In Disadvantaged Regions Of Hungary. *Journal Of Biosocial Science* 10 p.

Bodzsar, E. B.–Zsakai, A. (2002). Some aspects of secular changes in Hungary over the twentieth century. *Collegium antropologicum*, 26(2), pp. 477-484.

Borbély A.–Müller A. (2015): *Sport és Turizmus*. Campus Kiadó, Debrecen 110.p ISBN 978-963-9822-36-8.

Boutroy, E.–Vignal, B. & Soule, B. (2015). Innovation theories applied to the outdoor sports sector: Panorama and perspectives. *Society and Leisure*, 38:3, 383-398.

Di-lei, S. O. N. G. (2007). Demonstration Research on the Development of the Innovation Ability of Sporting Goods Industry in Zhejiang [J]. *Journal of Beijing Sport University*, 8, 008.

Drucker, P. F. (2003): Az innováció lehetőségei. *Harvard Business Manager*, 5, 28-34.p

Frenkl R.–Mészáros J. (2002): A motorikus szekuláris trend; pre pubertás-korú fiúk fizikai teljesítménye. *Sportegészségügy*. 2002.IV/5. 294-297.p.

Giubilato et. al. (2013) A method for the quantitative Correlation between Quality Requirements and Product Characteristics of Sport Equipment.6th Asia Congress on Sports Technology

Könyves E.–Müller A.(2007): Innovációs együttműködések a szabadidős sport területén. *ACTA ACADEMIAE PAEDAGOGICAE AGRIENSIS NOVA SERIES: SECTIO SPORT* 34 pp. 71-81. , 11 p.

Luthje, C. (2004). Characteristics of innovating users in a consumer goods field. An empirical study of sport-related product consumers. *Technovation*, 24: 683-695.

Müller A. (2009): A legújabb trendek a sportmarketing és menedzsment területén. In: Magyar Sporttudományi Társaság Sportinnovációs Szakbizottság Évkönyve. 59-63.p.

Müller A. et. al. (2013): Fitnessz trendek a rekreációban. In: *Acta Academiae Agriensis*. XL. 25-35.p.

Müller A. et. al. (2017): A 2016-os fitnessz trendek helye és szerepe a rekreációban. *Acta Academiae Paedagogicae Agriensis Nova Series: Sectio Sport* 44: pp. 91-102.

K. Móri–A. Müller (2018a): Role and importance of the innovation of sport products development concerning NAJADE type rubber fins. In: Jaromír, Šimonek; Beáta, Dobay

(szerk.) Sport science in motion : proceedings from the scientific conference. Športová veda v pohybe: recenzovaný zborník vedeckých a odborných prác z konferencie. Mozgásban a sporttudomány: válogatott tanulmányok a konferenciáról. Komárno, Szlovákia : Univerzita J. Selyeho, pp. 299-308., 10 p.

Mórik K.–Müller A. (2018b):Innováció nélkül nincs sikeres sportvállalkozás, avagy a Najade uszonyok innovációja és a gyártó cég sikeres fejlődése közötti összefüggés. In: Balogh, László (szerk.) Fókuszban az egészség. Debrecen, Magyarország : Debreceni Egyetem Sporttudományi Koordinációs Intézet, (2018) pp. 106-115. , 10 p.

Paár, D. (2013). A magyar háztartások sportfogyasztásának gazdasági szempontú vizsgálata (Doctoral dissertation, nyme).

Pakucs J.– Papanek G.(2006) Innovációs menedzsment kézikönyv, Magyar Innovációs Szövetség Budapest 233.p.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. Journal of marketing, 49(4), 41-50.

Az éghajlati tényezők és az energiahatékonyság hatása a lakossági villamosenergia-fogyasztásra az Európai Unió országokban

Naár Antal Tamás¹ – Naárné Tóth Zsuzsanna² – Vinogradov Szergej³ – Csegődi Tibor László⁴

Összefoglalás

Jelen tanulmányban a lakossági szektor energia-megtakarítása (egy lakosra jutó villamosenergia-fogyasztás, kWh/fő), valamint a hűtési és fűtési foknapokban (CCD, HDD) mért éghajlati tényezők hatását vizsgáltuk a lakossági villamosenergia-fogyasztásra az Európai Unió országaiban. Az éves HDD és CDD adatok, illetve a lakossági villamosenergia-fogyasztásra és a lakossági energiamegtakarításra vonatkozó adatok az országok szintjén az 1990-től 2017-ig terjedő időszakra vonatkozólag az Eurostat adatgyűjtéseiből származnak. Többszörös lineáris regressziós elemzést végeztünk a magyarázó változók lépcsőzetes kiválasztásával (stepwise eljárással) a lakossági villamosenergia-fogyasztás célváltozóra, az éghajlati tényezők (CDD, HDD) és a kWh villamosenergia-megtakarítás magyarázó változók bevonásával.

Kulcsszavak: energiaforrások, lakossági villamosenergia-fogyasztás, energiahatékonyság, éghajlati tényezők, klímaváltozás

JEL kód: O13, Q43, Q54

1. Bevezetés

Az elmúlt évtizedekben az éghajlatváltozás tanúi voltunk, amely a legtöbb tudós szerint (Padányi – Halász, 2012; Bartholy et al. 2011; Gelencsér et al. é.n.) antropogén eredetű. A fosszilis tüzelőanyagok fogyasztása jelentősen megnövelte az üvegházhatású gázok koncentrációját, amelyek a globális átlaghőmérséklet növekedésének fő okai. Villamosenergia-termelésünk nagy része nem megújuló energiaforrásokból (Naárné et al. 2018), földgázból, szénből és nukleáris energiából származik. Nyilvánvaló, hogy az időjárás különböző tényezői is befolyásolják az energiafogyasztást. Ez különösen igaz a lakossági szektorra. Bár az éghajlati felmelegedés a lakosság fűtési költségeinek csökkenését okozza, ugyanakkor a hűtés és a

¹ PhD hallgató, Szent István Egyetem, Közgazdaságtudományi Jogi és Módszertani Intézet, Gödöllő; naaratamas@gmail.com

² PhD, egyetemi docens, Szent István Egyetem, Közgazdaságtudományi Jogi és Módszertani Intézet, Gödöllő; Toth.Zsuzsanna@gtk.szie.hu

³ PhD, egyetemi docens, Szent István Egyetem, Közgazdaságtudományi Jogi és Módszertani Intézet, Gödöllő; Vinogradov.Szergej@gtk.szie.hu

⁴ tanársegéd, Szent István Egyetem, Közgazdaságtudományi Jogi és Módszertani Intézet, Gödöllő; Csegodi.Tibor.Laszlo@gtk.szie.hu

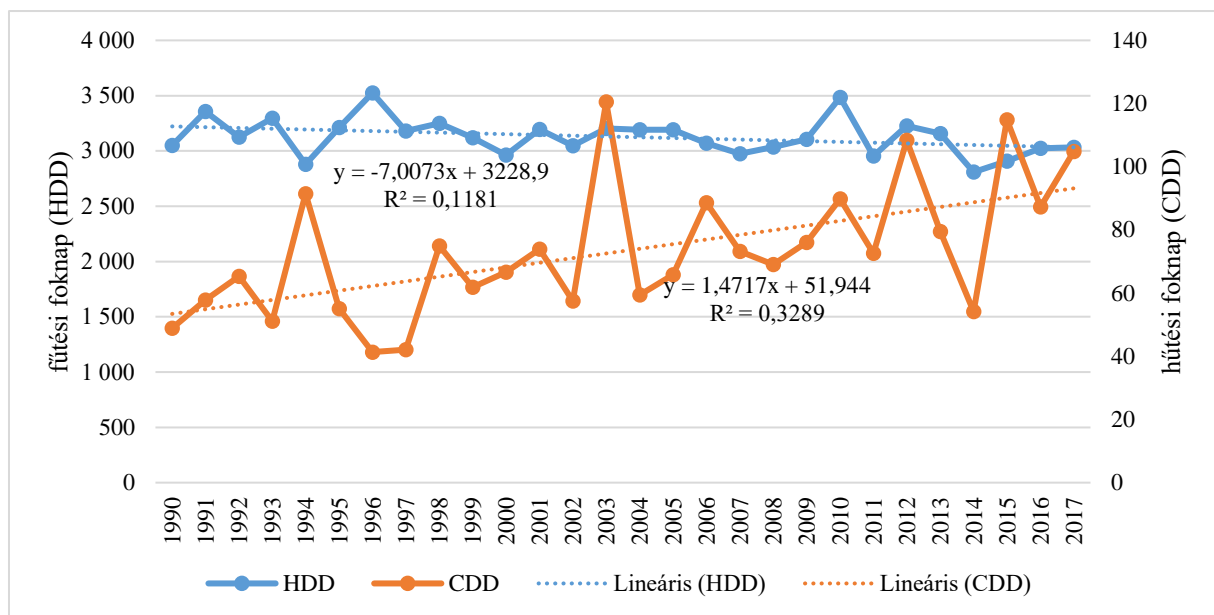
villamos energia iránti kereslet növekedését eredményezte (Jovanovic et al. 2015). A villamosenergia-terhelés érzékenysége a napi levegőhőmérsékletre idővel nőtt, nagyobb mértékben nyáron, mint a télen, bár a téli érzékenység mindig nagyobb, mint a nyári (Valor et al. 2001). Az 1850-es évektől kezdve az energiatermelő szervezetek a szén-dioxid (CO₂) kibocsátás többségét bocsátották ki, mindössze 90 szervezet világszerte kibocsátotta a CO₂ több mint 60% -át (Craig et al. 2017). Meg kell törnünk az ördögi kört, túl sok fosszilis és nem megújuló energiaforrást használunk az energia előállításához, ezért felelősek vagyunk az éghajlatváltozásért, ami kiszámíthatatlan időjárást okoz, miért van szükségünk több energiára otthonunk és épületünk fűtéséhez és hűtéséhez. Az egyetlen természetes módja az energiahatékonyság megteremtése, ezután tudunk szembenézni a probléma megoldásával. Tanulmányunk először az éghajlatváltozás Kárpát-medencében gyakorolt hatásával foglalkozik, majd az épületek állományának általános állapotával Magyarországon és Visegrádi államokban, továbbá az Európai Unió jogi és egyéb erőfeszítéseivel az épületek energiahatékonysága terén. Ez a tanulmány megpróbálja igazolni, megerősíteni a hűtési és fűtési napok közötti kapcsolatot, valamint az épületek energiafelhasználását statisztikailag.

2. Irodalmi áttekintés

2.1. Az éghajlatváltozás hatása és mértéke Magyarországon és az EU-ban

Az éghajlatváltozást a régióban magasabb átlaghőmérséklet, alacsonyabb csapadékképződés, hosszabb hóhullámok és aszály, végül pedig szélsőséges időjárási viszonyok, mint például viharok és szelek képviselik (Robl, 2018). Magyarországon az elmúlt tíz évben a 2005-ös év kivételével az évek melegebbek voltak, mint az 1971 és 2000 közötti időszakban tapasztalt átlagos 10 °C. A tavaszi átlaghőmérsékletek 1901 és 2009 között 1,08 °C-kal nőttek. Ha csak az elmúlt 30 évre tekintünk vissza, akkor a tavaszi átlaghőmérséklet jelentősen 1,75 °C-kal emelkedett. A felmelegedés tendenciáját leginkább a nyár hőmérséklete tükrözi, a múlt század elejétől a mai napig a növekedés 1,17 °C (Bartholy et al. 2011). A nyár átlaghőmérséklete 1971 és 2000 között 19,7 °C. Kevés nyár volt hűvös az elmúlt évtizedben, de az alacsony nyári értékek inkább a 20. század első felét jellemezték. Az elmúlt harminc évben a nyár átlaghőmérséklete közel 2 °C-kal emelkedett. Az őszi átlaghőmérséklet 9,9 °C. Az elmúlt 30 évben jelentős a mért hőmérsékletértékek változása, de a tudósok még nem tudnak egyértelmű következtetéseket levonni. A téli átlaghőmérséklet 0,0 °C az 1971-2000 közötti időszakban. A telek átlagos hőmérséklete 0,65 °C-kal nőtt, de az utóbbi évek telei nem mutatnak egyértelmű változást a pozitív trend ellenére. Magyarország éves átlaghőmérséklete 1971 és 2000 között 10 °C volt. Az éves átlagos hőmérséklet 1980 és 2009 között 1,5 °C-kal emelkedett (Bartholy et al. 2011). Az üvegházhatást okozó gázok kibocsátása befolyásolja a hosszú távú éghajlati változékonyságot és a szélsőséges időjárási eseményeket, és ez várhatóan fokozódni fog. Következésképpen az éghajlati változékonyság és a szélsőséges időjárási események növelhetik a villamos energia iránti keresletet (Craig et al. 2017). Az épületállomány problémái is a háttérben vannak.

1. ábra. A fűtési és hűtési foknapok alakulása az EU-28 átlagában 1990 – 2017 között



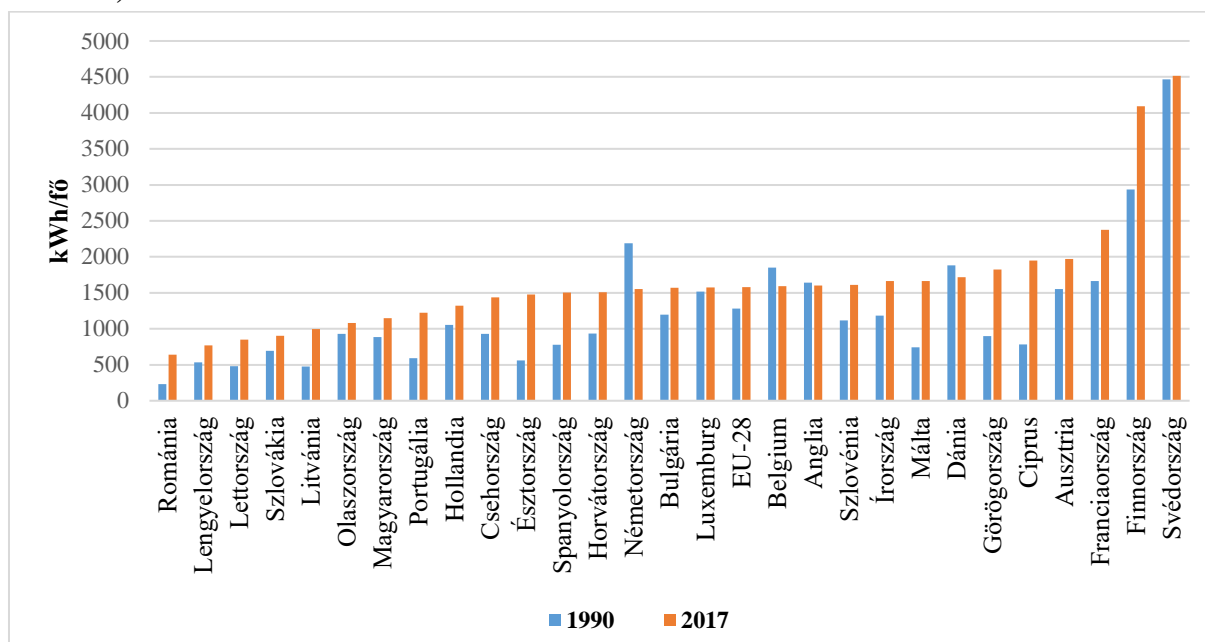
Forrás: Az Eurostat adatai alapján saját számítás és szerkesztés, 2019

A lineáris trend illesztése alapján (1. ábra) a fűtési foknapok száma évente átlagosan 7-tel csökkent 1990-2017 között az EU-28 átlagában vizsgálva. Ugyanezen időszak alatt a hűtési foknapok száma évente átlagosan 1,5-del növekedett.

2.2. Trendek a háztartások villamosenergia-fogyasztásában

Az EU 2011-es energiahatékonysági terve (COM (2011) 109 végleges) szerint a legnagyobb energia-megtakarítás az épületekben érhető el, mivel a végső energiafogyasztás közel 40% -át (és az üvegházhatást okozó gázok kibocsátásának 36% -át) otthonok, irodaházak, üzletek és egyéb épületek teszik ki. A V4-es országokban a lakossági szektor nagyon hasonló. A lakossági villamosenergia-fogyasztás az EU 28 tagországa esetében átlagosan 23,28%-kal, azaz egy főre vetítve 298 kWh-val növekedett 1990-ről 2017-re. (2. ábra) Az abszolút értékben véve a legnagyobb növekedés Finnországban (+1156 kWh/fő) és Ciprusban (+1163 kWh/fő) mérhető, a legnagyobb mértékű csökkenés azonban Németországban (-633 kWh/fő) tapasztalható 1990-ről 2017-re. A relatív változás nagyságát vizsgálva a legnagyobb ütemben, 178,00%-kal Romániában növekedett, Németországban pedig 28,95%-kal csökkent az egy főre jutó lakossági villamosenergia-fogyasztás. A visegrádi országokban a vizsgált időszak alatt növekedett a lakossági villamosenergia-fogyasztás: a legnagyobb mértékben, 54,83%-kal, illetve 509 kWh-val Csehországban, a legkisebb mértékben, 29,63%-kal, azaz 262 kWh-val pedig Magyarországon.

2. ábra. Egy főre jutó lakossági villamosenergia-fogyasztás mennyiségének alakulása az EU-ban, 1990-ben és 2017-ben



Forrás: az Eurostat adatai alapján saját számítás és szerkesztés, 2019

A háztartási szektor villamosenergia-felhasználása 2016-ban adta az EU áramigényének 29%-át, így annak változása komoly hatással van a villamosenergia-rendszer szereplőire. Az elmúlt évtizedben jelentősen megváltozott a háztartások fogyasztási szerkezete, és ez a trend várhatóan tovább folytatódik. Az izzólámpákat kiváltották az energiatakarékos fénycsövek, a LED-es világítási megoldások megjelenése tovább csökkentette a világítás energiaigényét. Széles körben teret nyert a számítástechnika, ma már egy átlagos háztartásban több számítógép is üzemelhet. Jelentős mértékben csökkent a háztartási gépek villamosenergia-fogyasztása, ugyanakkor modemek, routerek és tápegységek sokszor napi 24 órában történő használata növeli a háztartások villamosenergia-fogyasztását. Az éghajlati modellek előrejelzik a hőmérséklet ingadozásának erősödését, a hűtési foknapok növekedése növeli, a hűtési foknapok csökkenése pedig csökkenti a lakossági szektor villamosenergia-felhasználását (McFarland et al. 2015).

Az energiafogyasztás 40 százaléka kapcsolódik ehhez az épületállományhoz, amelynek 2/3-a írható a fűtési és hűtési számlán. Az épületek a legnagyobb szén-dioxid-kibocsátók, az ipar és a közlekedés előtt. A visegrádi országok (köztük Magyarország) épületei szorosan kapcsolódnak a légszennyezéshez és az egészségre és a termelékenységére gyakorolt negatív hatásaihoz (Robl, 2018). A Visegrád országok népességének mintegy 20% -a (15 millió ember) alacsony jövedelműnek minősíthető (alacsony jövedelműek közé sorolható). A visegrádi országokban becslések szerint 7,2 millió ember él energiaszegénységben - nem tudják melegen tartani (fűteni) otthonukat vagy fizetni a számlájukat (Robl, 2018). Valójában a visegrádi országok hat uniós ország közül a legmagasabb arányban a lakásokhoz kapcsolódó energiaszámlákra fordították a legnagyobb összeget jövedelmek arányában. Az

energiahatékonyság növelése (lakossági szektorban) 10% -kal, évente 40 000 új munkahelyet teremtené Magyarországon, 4% -kal alacsonyabb földgázimportot és 70 milliárd forintos többletet jelentene (InfoNote 2014/17). Az új középületek mellett az EU követelményei szerint 2020-ig minden más új építésű épületnek közel nulla kibocsátásúnak kell lennie a visegrádi országokban is.

2.3. A vonatkozó uniós jogi követelmények és a magyar valóság

2016. november 30-án az Európai Bizottság nyolc javaslatot tett közzé a „tisztá energia gazdaságra” való áttérés megkönnyítésére, valamint az Európai Unió villamosenergia-piacának tervezésére és működésére irányuló reformjának megkönnyítésére (COM (2016) 860 végleges). Az EU célja egy fenntartható, versenyképes, biztonságos és dekarbonizált energiarendszer kifejlesztése 2050-ig. E cél elérése érdekében a tagállamoknak és a befektetőknek olyan intézkedéseket kell hozniuk, amelyek célja az üvegházhatást okozó gázok hosszú távú kibocsátásának elérése és 2050-ig az Unióban az összes CO₂-kibocsátás mintegy 36% -áért felelős épületállomány karbonizálása (2018 irányelv)/844). Az Unió végső energiafogyasztásának közel 50% -át fűtésre és hűtésre használják, ebből 80% -ot használnak az épületekben, az Unió energia- és éghajlati célkitűzéseinek elérése az Unió épületállomány felújítására irányuló erőfeszítéseivel kapcsolódik, az energiahatékonyság elsősorban, az „energiahatékonyság első” elvének felhasználásával, valamint a megújuló energiaforrások bevezetésével (2018/844 irányelv).

3. Anyag és módszer

A statisztikai elemzésekhez az IBM SPSS Statistics programcsomag 25. verzióját használtuk. Az első táblázat tartalmazza a vizsgálatba bevont változókra vonatkozó főbb leíró statisztikai mutatókat.

A fűtési foknap (HDD), illetve a hűtési foknap (CDD) olyan időjárás-alapú technikai indexek, amelyek az épületek fűtési, illetve hűtési energiaigényét mérik. A HDD értékének kiszámítására az Eurostat által meghatározott alábbi módszert kell alkalmazni: A HDD egyenlő $(18\text{ °C} - T_m)$, amennyiben a T_m legfeljebb 15 °C (fűtési küszöb), és 0 akkor, amikor a T_m magasabb 15 °C -nál; ahol a T_m a kültéri hőmérséklet középértéke $(T_{\min} + T_{\max})/2$. A számításokat naponta el kell végezni és azok éves szintű összege kiadja a fűtési foknapot. A CDD kiszámítása az alaphőmérsékletre támaszkodik, amely a beltéri hűtést nem igénylő legmagasabb napi átlaghőmérsékletnek felel meg. Az alaphőmérséklet értéke alapvetően az épülethez és a környezethez kapcsolódó számos tényezőtől függ. Általános klimatológiai megközelítés alkalmazásával az alaphőmérséklet a CDD számításakor 24 °C értékre van beállítva. A CDD egyenlő $(T_m - 21\text{ °C})$, amennyiben a $T_m \geq 24\text{ °C}$, és 0 akkor, ha a T_m alacsonyabb, mint 24 °C .

1. táblázat. A lakossági villamosenergia-fogyasztás, energiahatékonyság és a fűtési, illetve hűtési foknapok átlagos értékei és szórásai az EU 28 tagországában 1990-2017 időszakra vonatkozólag

Ország	Energiahatékonyság (kWh/fő)		Egy főre jutó évi villamosenergia-fogyasztás (kWh)		HDD		CDD	
	Átlag	Szórás	Átlag	Szórás	Átlag	Szórás	Átlag	Szórás
AT	-0,3	4,2	1919,1	184,7	3609,4	218,1	19,4	16,0
BE	3,6	1,9	2069,8	291,6	2709,4	218,1	14,7	11,9
BG	2,2	2,0	1298,1	132,7	2610,0	190,5	141,3	58,3
CY	-2,8	4,4	1601,9	428,5	777,4	127,8	629,0	130,5
CZ	0,9	2,1	1351,1	157,8	3410,0	244,7	18,1	20,1
DE	3,7	1,0	1651,1	124,6	3102,0	240,8	17,0	15,4
DK	0,8	1,3	1896,9	75,2	3313,7	272,3	0,7	2,0
EE	1,6	5,1	1127,9	289,7	4277,1	275,2	4,6	8,4
EL	-0,5	2,5	1406,9	277,6	1655,5	139,9	288,3	67,6
ES	-0,4	3,6	1260,3	300,2	1799,5	146,6	207,0	48,8
FI	-5,5	3,9	3677,5	360,1	5630,2	346,1	1,1	3,0
FR	3,7	1,2	2168,8	225,1	2407,9	175,8	41,6	26,7
HR	-1,6	1,9	1297,1	233,7	2420,6	225,1	116,1	60,1
HU	3,2	1,1	1039,6	79,9	2795,6	210,0	84,8	47,2
IE	-3,9	6,2	1630,0	218,0	2760,6	142,5	0,0	0,0
IT	-0,5	1,8	1083,4	73,6	1959,5	140,6	196,2	69,9
LT	2,7	4,6	658,3	195,7	3933,7	246,6	9,6	11,9
LU	-10,3	12,7	1695,2	116,9	2952,5	228,2	23,1	21,9
LV	-2,2	3,4	658,7	204,0	4105,3	244,6	6,5	9,5
MT	-1,1	2,1	1326,6	284,5	517,9	114,1	578,8	113,1
NL	-0,5	1,8	1275,5	105,6	2738,2	247,6	10,7	8,0
PL	-3,1	1,2	625,5	109,0	3466,7	245,5	16,5	15,2
PT	-1,2	2,6	1049,9	239,4	1213,3	130,1	179,4	58,2
RO	-2,8	2,6	435,6	124,3	3068,8	206,5	89,4	44,0
SE	4,0	2,0	4627,4	186,8	5197,4	394,4	0,3	0,6
SI	-3,3	2,8	1420,3	146,6	2927,8	242,4	38,3	30,5
SK	4,9	2,2	890,1	96,9	3308,8	204,0	34,4	25,3
UK	2,8	1,5	1840,8	142,7	3022,8	170,0	0,6	1,1

Forrás: Eurostat (2019) adatok alapján saját számítás, 2019

Az energiahatékonyság (energiamegtakarítás) nagyságát az adott évi valós energiafelhasználás és az Európa 2020 stratégiában kitűzött 2020. évi célérték közötti különbözeteként határoztuk

meg egy főre vetítve. Pozitív értéke arra utal, hogy a 2020. évi értékhez képest az adott évben több az energiafelhasználás.

Az éves HDD és CDD adatok, illetve a lakossági villamosenergia-fogyasztásra és a lakossági energiamegtakarításra vonatkozó adatok az országok szintjén az 1990-től 2017-ig terjedő időszakra vonatkozólag az Eurostat adatgyűjtéseiből származnak. Többszörös lineáris regressziós elemzést végeztünk a magyarázó változók lépcsőzetes kiválasztásával (stepwise eljárással) a lakossági villamosenergia-fogyasztás célváltozóra, az éghajlati tényezők (CDD, HDD) és a kWh villamosenergia-megtakarítás magyarázó változók bevonásával.

4. Eredmények, következtetések és javaslatok

A többszörös lineáris regressziós elemzés eredményei azt mutatják, hogy három modelltypusról lehet beszélni a lakossági villamosenergia-fogyasztás célváltozó esetében: az egylépcsős energiahatékonysági modellekről, az egylépcsős éghajlati modellekről és többlépcsős (kétlépcsős) vegyes modellekről. Négy tagállam (Németország, Lettország, Litvánia és Lengyelország) esetében egyetlen magyarázó változó hatása sem bizonyult jelentősnek. Nyolc tagállam esetén a modellek magyarázó ereje meghaladta a 70%-ot.

Az egylépcsős hatékonysági modellek nagyobb része (tíz a 13-ból) pozitív irányú kapcsolatot jelez az energiahatékonyság (energiamegtakarítás) és a lakossági villamosenergia-fogyasztás között. Három tagállam (Észtország, Románia, Szlovákia) esetében az energiahatékonyság és a lakossági villamosenergia-felhasználás közötti összefüggés ellentétes irányú.

Az egylépcsős éghajlati modellekből kettőben a hűtési foknap (Bulgária, Görögország), egyben (Dánia) pedig a fűtési foknap szerepel jelentős magyarázó változóként. A hűtési, illetve fűtési foknapok és a lakossági villamosenergia-felhasználás közötti összefüggés pozitív irányú.

Nyolc tagállam esetében a modellek mind a klimatikus tényezőket, mind az energiahatékonyságot tartalmazzák. Öt modellben az energiamegtakarítás mellett a hűtési foknap, háromban pedig a fűtési foknap jelenik meg.

Hét modellben a 24-ből (két egylépcsősben és öt kétlépcsősben) megjelent a hűtési foknap mint jelentős magyarázó tényező. Ami arra utalhat, hogy a fűtési foknapok növekedése várhatóan növelni fogja a háztartási szektor villamosenergia-fogyasztását az EU tagországaiban. Ennek figyelembe vételét javasoljuk a döntéshozók számára.

Hivatkozott források

Bartholy, J. – Bozó, L. – Haszpra, L. (szerk.) (2011) Klímaváltozás 2011. Klímaszcenáriók a Kárpát-medence térségére. Budapest, MTA-ELTE, p. 287.
<http://nimbus.elte.hu/~klimakonyv/Klimavaltozas-2011.pdf> Elérve: 2019. február 3.

Craig, C. – Feng, S. (2017) Exploring utility organization electricity generation, residential electricity consumption and energy efficiency: A climatic approach. *Applied Energy* 185, pp. 779-790.

Directive (EU) 2018/844 of the European Parliament and of the Council of 30 May 2018 amending Directive 2010/31/EU on the energy performance of buildings and Directive 2012/27/EU on energy efficiency

European Commission (COM (2011) 109 final): Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions – Energy Efficiency Plan 2011, Brussels, p. 16.

European Commission (COM (2016) 860): Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee, the Committee of the Regions and the European Investment Bank – Clean Energy for all Europeans, Brussels, p. 13.

Gelencsér, A. – Molnár, Á. – Imre, K. (éd.) Az éghajlatváltozás okai és következményei. <http://mkweb.uni-pannon.hu/tudastar/ff/02-eghajlat/Eghajlat.xhtml> Elérve: 2019. január 25.

Hungarian Parliament Information Service (2014) Energy Efficiency, InfoNote 2014/17. p. 4.

Jovanovic, S. – Savic, S. – Bojic, M. – Djordjevic, Z. – Nikolic, D. (2015) The impact of the mean daily air temperature change on electricity consumption. *Energy* 88, pp. 604-609.

McFarland, J. – Zhou, Y. – Clarke, L. – Sullivan, P. – Colman, J. – Jaglom, WS. – Creason, J. (2015) Impacts of rising air temperatures and emissions mitigation on electricity demand and supply in the United States: a multi-model comparison. *Clim Change* 131: 111–25.

Naárné T., Zs. – Naár, A. T. – Sőreg, Á. P. – Vinogradov, Sz. (2018) A fenntartható földhasználat új lehetőségei és kihívásai. *ECONOMICA (SZOLNOK)* 9:1, pp. 31-37.

Padányi, J. – Halász, L. (2012) A klímaváltozás hatásai. Budapest, Nemzeti Közszolgálati Egyetem, p. 255 https://www.uni-nke.hu/document/uni-nke-hu/padanyi_klimavaltoz_tanulm.pdf Elérve: 2019. február 15.

Robl, P. (ed.) (2018) Buildings for the Visegrád Future: Comparative study. International Visegrad Fund, p. 17.

Valor, E. – Meneu, V. – Caselles, V. (2001) Daily air temperature and electricity load in Spain. *Journal of Applied Meteorology* 40, pp. 1413-1421.

A jóllét és a költözési szándék vizsgálata Szegeden

Nagy Ilona¹

Összefoglalás

A jóllét objektív és szubjektív tényezőinek vizsgálata gyakran kutatott téma. A well-being vizsgálatokat viszont számos társadalmi-gazdasági folyamattal összefüggésben is érdemes elvégezni, melyek aktualitása vitathatatlan. Ilyen a regionális és nemzetközi migrációval való kapcsolódási területe, hiszen a költözési szándék jólléti tényezőit a lakosság, főként a fiatalok megtartása érdekében szükséges azonosítani.

A jelen tanulmányban egy Szegeden végzett survey kutatás során a lakosokat kérdeztük meg a saját életükkel, a városi közszolgáltatási és társadalmi környezetükkel, valamint a költözésre vonatkozó elképzeléseikkel kapcsolatban.

A felmérésből kapott adatokat megfelelő statisztikai elemzési módszerekkel vizsgáltuk, melyek alapján megismerhettük, hogy a jóllét különböző tényezői mentén milyen szocioökonómiai háttérváltozók alapján mutathatók ki differenciák, valamint láthatóvá váltak, hogy a költözési szándékot mely tényezők befolyásolják leginkább a szegedi felmérés alapján. Az eredmények tapasztalatként szolgálhatnak a további kutatásokhoz és az aktuális városi közszolgáltatások tervezéséhez is.

Kulcsszavak: well-being, migráció, survey, közszolgáltatás, szocioökonómia

JEL kód: I31

1. Bevezetés

A migráció kutatása során nem elég az elvándorlás volumenét és tendenciáját vizsgálni, fontos kérdés, hogy melyek azok a motivációs tényezők, amelyek leginkább befolyásolhatják a költözést, hiszen ha azokban a faktorokban javulás történik, a migráció mértéke is csökkenhet, ami pedig a lakosok, főként a fiatalok megtartása szempontjából fontos.

Ha egyéni vagy családi szinten történik a migrációról való döntéshozás, mint minden döntéskor a racionalitás nem érvényesül maradéktalanul, viszont azok a tényezők fognak dominálni a migráció döntésben, amelyek fajsúlyosak a lakosok életében. Az emberek életminőségét meghatározó well-being faktorok objektív és szubjektív elemekre bonthatók, és ezek különböző mértékben befolyásolhatják a migrációs szándékot, részben azért, mert a jólléti tényezők mentén is differenciák vannak a szocioökonómiai háttérváltozók szerint, részben pedig azért,

¹ PhD hallgató, Szegedi Tudományegyetem, Közgazdaságtani Doktori Iskola, Szeged; nagyilona4918@gmail.com

mert a well-being faktorok már önmagukban is különböző mértékben hathatnak a migrációs döntésre.

A szubjektív élet és élettér értékelések mint jólléti faktorok kapcsán fontos kérdés, hogy a well-beinget a helyi városfejlesztés befolyásolja-e, illetve ezzel együtt a lakosság megtartása érdekében a helyi közszolgáltatások fejlesztésével az elvándorlási ütem fékezhető lehet-e.

2. Irodalmi áttekintés

A migráció kutatásának számos aspektusával találkozhatunk a nemzetközi szakirodalomban, éppen azért, mert a téma rendkívül sok kapcsolódó tudományterületet érint. Ugyanakkor a migráció mint térbeli folyamat, regionális eltéréseket is magában rejt, ezért gyakran csak egy-egy régió, egy ország kutatási tapasztalataival vethetjük össze a saját eredményeinket.

Az elmúlt évekből ismert kutatások közül a nemzetközi migráció és a well-being kapcsolatával többen is foglalkoztak, kitérve well-being tényezők objektív és szubjektív csoportjaira (Arango 2017; Mazzucato et al. 2015; Stillman et al. 2015). Megjegyzendő, hogy a szakirodalom a jólléti tényezőket mint a migrációs döntések okait és mint a költözés által befolyásolt faktorokat is vizsgálja a különböző tanulmányokban. Számos publikáció jelent meg a well-being tényezők és az országon belüli migráció témában, melyek a nemzetközi összehasonlítást is lehetővé teszik (Hongwei 2015; Switek 2016). Ezek főként az egy országon belüli centrum-periféria közötti elvándorlást és tényezőit tárgyalják. Valamint született a témában kimondottan a bevándorlók jóllétére vonatkozóan is publikáció (Bobowik 2015), ahol a well-being tényezők célországbeli változására fókuszálnak.

A helyi fejlesztésekre a témában található irodalmak nem fektetnek kellő hangsúlyt, viszont ezt a területet is érintve már van megvalósult nemzetközi projekt, melynek hazai tapasztalatait is felhasználtuk az adataink kiértékelése során. A YOUMIG projekt keretében Szegeden is sor került adatgyűjtésre arra vonatkozóan, hogy a fiatalok vándorlásának háttérében milyen fő tényezők húzódnak (Youmig, 2018).

3. Anyag és módszer

Tanulmányunkban a Szegeden évente lefolytatott társadalomtudományi Szeged Studies survey kutatás adatait használtuk fel. A felmérés véletlen mintavételi eljárást alkalmazott, melynek célja a szegedi felnőtt lakosságból 1000 fő megkérdezése, a választókörzetek között arányosan lebontva. A felvételezés kérdezőbiztosok segítségével történt, a személyes megkérdezés előnyeit kihasználva.

A felmérés évenként ismétlődő kérdésblokkjai között szerepelnek a well-being tényezőkre vonatkozó kérdések, illetve visszatérő elemekként megtalálhatók bennük a költözési szándék felől érdeklődő kérdések. Az elmúlt években pedig egyre inkább előtérbe kerültek a társadalmi-

intézményi környezettel kapcsolatos szubjektív lakossági értékelések mellett a városi környezetre, közszolgáltatásokra vonatkozó értékelések is.

A kérdésekre adott válaszokat megfelelő statisztikai módszerekkel, kereszttábla-elemzéssel, Mann-Withney, Kruskal-Wallis teszttel és főkomponens-elemzés segítségével értékeltük ki.

4. Eredmények

A felmérésből kapott adatokat a költözési motivációra és annak tervezésére fókuszálva elemeztük az objektív és szubjektív tényezők, ezen belül a helyi közszolgáltatások értékelése kapcsán.

4.1. Külföldre költözés motivációja és tervezése

Abban a kérdésben, hogy szívesen elköltözne-e valaki külföldre (4 fokú ordinális skála) szignifikáns eltérést nem találtunk nemenként ($Z = -1,203$, $p = 0,229$), a férfiak nem számottevően, de szívesebben költöznének ki. Azonban abban a kérdésben, hogy tervezi-e valaki, hogy a jövőben nem nyaralási, kirándulási céllal, rövidebb-hosszabb időre külföldre megy, szignifikáns különbség mutatkozik a nemek szerint ($Z = -3,498$, $p < 0,001$). A külföldre költözés tervezése, illetve időtartama és a nemek között az összefüggés ($\chi^2 = 14,281$, $p = 0,003$) abban áll, hogy a nők magasabb hányada (84,1%) nem tervezi, hogy külföldre költözik, a férfiaknak viszont csak 74,9%-a válaszolta ugyanezt. A férfiak 14,3%-a kevesebb, mint 12 hónapra tervezi a kiköltözést, 9,6%-uk hosszabb időre is. Ezzel szemben a nők 9,6%-a menne egy évnél rövidebb időre és 5,2%-uk hosszabb időre is külföldre.

A korcsoportok és a külföldre költözés válaszai között ismét találtunk szignifikáns összefüggést. A 35 évesek és fiatalabbak legnagyobb hányada, 31,7%-a szívesen, a 36 és 48 év közöttiek 17%-a szintén szívesen elköltözne. A legfiatalabbakkal ellentétben, a 35 évesnél idősebb korcsoportok már legnagyobb hányadban nem szívesen költöznének el ($\chi^2 = 210,17$, $p < 0,001$). Minden korcsoport esetében elmondható, hogy legnagyobb arányban a válaszadók között azok szerepeltek, akik nem tervezik a jövőben a kiköltözést. Azonban a szignifikáns összefüggés a tervezés és az életkorok között ismét láthatóvá vált ($\chi^2 = 153,428$, $p < 0,001$). A 35 évesek és fiatalabbak 15,4%-a egy évnél rövidebb időre, 22,7%-uk egy évnél hosszabb időre is tervezi a jövőben a kiköltözést. Az idősebbek már jóval alacsonyabb arányban tervezik az elvándorlást.

Iskolai végzettségek és a külföldre költözés válaszai között ismét szignifikáns összefüggéseket kaptunk. Az érettségizettek 18,6%-a szívesen, 11,8%-a nagyon szívesen elköltözne. A diplomával rendelkezők hasonló arányban képviseltetik magukat, 18,3%-uk szívesen, 8,1%-uk nagyon szívesen külföldre költözne. Velük szemben az alacsonyabb iskolai végzettségűek csak kis százalékban gondolkoznak pozitívan a kiköltözésről ($\chi^2 = 30,257$, $p < 0,001$). A költözés tervezése és az iskolai végzettségek között szintén találtunk jelentős mértékű összefüggést

($\chi^2=21,21$, $p=0,012$). Az érettségizetteknek és a diplomával rendelkezőknek egyaránt 13-13%-a egy évnél rövidebb időre, az érettségizettek 11,4%-a, a diplomások 5,5%-a egy évnél hosszabb időre is tervezi a kiköltözést. Az alacsonyabb végzettségűek kisebb arányban szerepelnek az időbeli terveknel, de az alacsony elemszámuk miatt rájuk nem vonunk le következtetést ebben a kérdésben.

Az egy főre eső jövedelem kategóriák és a külföldre költözés válaszai között szignifikáns összefüggés nem mutatható ki a két fenti kérdés esetén ($\chi^2=9,579$, $p=0,386$; $\chi^2=10,553$, $p=0,308$), ez tehát a lehetőségekhez mérten nem befolyásolja kimondottan a költözést.

4.2. Szubjektív tényezőkkel való elégedettség

Annál a kérdésnél, hogy mennyire elégedettek a megkérdezettek az anyagi helyzetükkel, szignifikáns különbséget találtunk aszerint, hogy mennyire szívesen költöznének külföldre a válaszadók ($\chi^2=18,851$, $p<0,001$), akik nagyon szívesen kiköltöznének, azok a legkevésbé elégedettek anyagi helyzetükkel. A jelenlegi munkával való elégedettség esetén szintén szignifikáns különbség jelentkezett a fenti kategóriaváltozó szerint ($\chi^2=21,289$, $p<0,001$). Ismét azt az eredményt kaptuk, hogy akik nagyon szívesen elköltöznének, azok a legkevésbé elégedettek. A munkával kapcsolatban rákérdeztünk arra is, hogy mennyire elégedettek a válaszadók a munkába járás körülményeivel. Eszerint a változó mentén is különbségek mutatkoztak aszerint, hogy mennyire szeretne valaki külföldre költözni ($\chi^2=14,118$, $p=0,003$), a fenti megállapítás itt is érvényes.

Arra a kérdésre is differenciált válaszok érkeztek, hogy mennyire elégedett valaki azzal az idővel, amit az általa kedvelt dolgokkal tölthet ($\chi^2=19,48$, $p<0,001$). Nagyon szívesen ismét a legelégedetlenebbek költöznének. Szintén különböző válaszok érkeztek arra a kérdésre, hogy a válaszadók mennyire elégedettek az egészségükkel ($\chi^2=16,436$, $p=0,001$). A legszívesebben itt is a legkevésbé elégedettek költöznének ki. A saját étellel, lakással, a személyes kapcsolatokkal, lakókörnyezettel kapcsolatban nem mutatható ki szignifikáns különbség aszerint, hogy mennyire szívesen költöznének külföldre.

A saját étellel való elégedettségben különbség mutatkozik aszerint, hogy valaki mennyi időre tervezi a kiköltözést ($\chi^2=16,126$, $p=0,001$). Az anyagi helyzettel való elégedettség mentén szintén tapasztaltunk eltérést ($\chi^2=17,655$, $p=0,001$). Szignifikáns különbség mutatható ki továbbá a lakással való elégedettség mentén is ($\chi^2=9,183$, $p=0,027$). A kedvelt dolgokra fordított idő mennyiségével való elégedettség különbséget mutat aszerint, hogy valaki mennyi időre tervezi a költözést ($\chi^2=9,148$, $p=0,027$). De saját egészséggel való elégedettség kapcsán is jelentkezik az eltérés ($\chi^2=33,21$, $p<0,001$). Általánosan elmondható a fenti kérdések válaszairól, hogy a legkevésbé elégedettek hosszabb időre vagy akár végleg is kiköltöznének, azonban sokan vannak, akik nem a legelégedettebbek, de mégsem tervezik a költözést, és azoknak is számottevő az aránya, akik kifejezetten elégedettek, mégis tervezik a külföldre költözést rövidebb, hosszabb időre.

Arra a kérdésre, hogy összességében mennyire érzi tartalmaznak azokat a dolgokat, amiket csinál, differenciált válaszok érkeztek aszerint, hogy valaki milyen időtávra tervezi a költözést ($\chi^2=14,984$, $p=0,002$). Akik legkevésbé érzik tartalmaznak a dolgait, amikkel foglalkoznak, azok nem tervezik a költözést, viszont az inkább elégedetlenek már a végleg kiköltözést is tervezik, de rövidebb időre a legelégedettebbek is konkrét elképzeléssel rendelkeznek ezzel kapcsolatban.

Abban a kérdésben, hogy valaki mennyire tartja magát a társadalom hasznos tagjának szintén van különbség a költözés tervezése szerint ($\chi^2=9,071$, $p=0,028$). Azok, akik legkevésbé tartják magukat fontosnak, nem tervezik a költözést, viszont akik a leginkább hasznosnak tartják magukat, azok végleg is tervezik a kiköltözést.

Különbséget mutatnak a válaszok a pszichológiai jellegű kérdések közül arra, hogy az elmúlt hónapban milyen gyakran volt ideges aszerint, hogy mennyire szívesen költözne külföldre ($\chi^2=12,03$, $p=0,007$). Akik a legtöbbször idegesek voltak, azok nagyon szívesen költöznének ki.

Abban a kérdésben, hogy valaki hogyan ítéli meg, milyen irányba haladnak az ország dolgai eltérés mutatható ki aszerint, hogy valaki mennyire szívesen költözne ki ($\chi^2=12,317$, $p=0,006$), ugyanez igaz abban a kérdésben is, hogy valaki hogyan ítéli meg, milyen irányba haladnak a világ dolgai ($\chi^2=12,39$, $p=0,006$). Előbbi esetben a kevésbé elégedettek inkább szívesen, illetve nagyon szívesen költöznének. Utóbbi esetben, akik a világ dolgainak folyását a legjobbra értékelték, azok nagyon szívesen ki is költöznének, akik pedig a legrosszabbnak tartják, azok nem szívesen mennének el.

Arra a kérdésre, hogy milyen irányban halad valakinek a személyes élete szintén differenciált válaszokat kaptunk aszerint, hogy valaki mennyi időre tervezi a költözést ($\chi^2=19,784$, $p<0,001$). Arra a kérdésre is ez volt igaz, hogy valaki hogyan ítéli meg, milyen irányba mennek a világ dolgai ($\chi^2=13,983$, $p=0,003$). Mindkét kérdésnél a fenti megállapítások érvényesek itt is.

A különböző társadalmi intézményekben, rendszerekben való bizalom kérdések közül a politikai rendszer ($\chi^2=33,712$, $p<0,001$), jogrendszer ($\chi^2=10,43$, $p=0,015$), rendőrség ($\chi^2=15,294$, $p=0,002$), ügyészség ($\chi^2=8,809$, $p=0,032$), bíróság ($\chi^2=13,847$, $p=0,003$), kormány ($\chi^2=19,087$, $p<0,001$) és az országgyűlés esetén ($\chi^2=22,394$, $p<0,001$) mutatható ki különbség a válaszokban aszerint, hogy valaki mennyire szeretne külföldre költözni. A legkevésbé bizalmi fokot mutatók mennének külföldre főként, de akik nem tervezik a költözést, azok között is jelentős azoknak az aránya, akik nem bíznak ezekben az intézményekben.

4.3. Helyi közszolgáltatások értékelése

Megvizsgáltuk, hogy feltárható-e differenciák azon kérdések mentén, hogy a lakosok szerint mennyit kellene közszolgáltatásokra költeni Szegeden aszerint, hogy valaki mennyire szívesen költözne külföldre. Ehhez a közszolgáltatások jelenlegi színvonalának társadalmi értékelésére

vonatkozó kérdésekből főkomponenseket számítottunk. Az előzetes átlagvizsgálat szerint minden közszolgáltatással kapcsolatban az a lakosok véleménye általában, hogy a jelenlegi szintnél többet kellene fordítani ezekre. Véleményük szerint átlagosan a legkevesebbet a tömegközlekedésre kellene költeni, legtöbbet pedig az egészségügyi ellátásra és munkahelyteremtésre. A számítás során öt főkomponens alakult ki. Az első főkomponens az egészségügyi, oktatási, munkahelyteremtési és lakótelepek rehabilitálására vonatkozó kérdéseket tömöríti, a második tartalmazza a közlekedési feltételek és köztisztatás témájába tartozókat, a harmadik a sport, kultúra és idegenforgalomra vonatkozó kérdéseket, a negyedik a tömegközlekedésre vonatkozó válaszokat, az ötödik főkomponens a közvilágítás, közbiztonság, csatornázottság témájába eső válaszokat.

Aszerint, hogy valaki mennyire szívesen költözne külföldre, különbség mutatkozik az első főkomponens pontszámaiban ($\chi^2=10,43$, $p=0,015$). Minél inkább szeretnének a megkérdezettek kiköltözni, annál inkább úgy gondolják, hogy többet kellene költeni a jelenleginél az oktatási, egészségügyi, munkahelyteremtési és lakótelepi rehabilitációval kapcsolatos közszolgáltatásokra.

Aszerint, hogy valaki mennyi időre tervezi a kiköltözést, szignifikáns eltérés jelenik meg a harmadik főkomponens mentén ($\chi^2=8,977$, $p=0,03$). Eszerint, akik nem tervezik a kiköltözést, azok jellemezhetők a legalacsonyabb pontszámokkal, a legmagasabbal pedig azok, akik egy évnél rövidebb időre tervezik a költözést. Megállapítható, hogy minél hosszabb távra tervezi valaki a jövőben a kiköltözést, annál kevesebb pontszám társítható hozzá általában.

5. Következtetések és javaslatok

A kutatási eredményeink azt mutatják, hogy a külföldre költözés motivációja és konkrét jövőbeni tervezése nem mindig esik egybe. A szegedi megkérdezettek többsége inkább nem szívesen költözne ki, viszont jelentős arányban mégis tervezik azt egy évnél rövidebb, vagy azt meghaladó időtartamra is. Az is láthatóvá vált, hogy sokan, bár szeretnének elköltözni, mégsem tervezik a közeljövőben ezt, melynek oka lehet az, hogy erre jelenleg nincs lehetőségük. Viszont érdemes figyelembe venni az ő válaszaikat is, hiszen ha mégis meg tudják oldani az elvándorlást, valószínű, ezt meg is fogják valósítani.

A háttérváltozók szerint a férfiak tervezik a költözést nagyobb arányban, jelentős hányadban szeretne kiköltözni a 35 éven aluli és a 36-48 éves korcsoport, és ami fontos, hogy számottevő azoknak is az aránya, akik ezt közülük tervezik is a jövőben. Emellett legnagyobb hányadban a legalább érettségivel rendelkezők tervezik a kiköltözést. Viszont az egy főre eső jövedelem alapján nincs kimutatható különbség a költözés motivációjában vagy tervezésében.

A szubjektív elégedettségi válaszok alapján általánosan az mutatkozott, hogy akik a legelégedetlenebbek bármelyik tényezővel is, inkább szívesen elköltöznének és rövidebb-hosszabb távra tervezik is azt. Általánosan elmondható, hogy sokan vannak, akik nem a

legelégedettebbek, de mégsem tervezik a költözést, és azoknak is számottevő az aránya, akik kifejezetten elégedettek, mégis tervezik a külföldre költözést rövidebb, hosszabb időre. Az is érdekes eredmény, hogy azok, akik legkevésbé tartják magukat fontosnak, nem tervezik a költözést, viszont akik a leginkább hasznosnak tartják magukat, azok akár végleg is tervezik a kiköltözést. Ugyanakkor a társadalmi intézményekben, rendszerekben való bizodalom is egyértelműen alacsonyabb azoknál, akik a költözést szívesen választják vagy tervezik is azt, emellett akik a hosszú időtávra történő elvándorlás mellett döntenek, azok a világ dolgainak haladását pozitívabban látják, mint az országát.

A közszolgáltatások lakossági értékelésével kapcsolatban megállapítható, hogy akik szívesen kiköltöznének, azok elégedetlenebbek az egészségügyi ellátással, oktatással, munkalehetőségekkel, illetve a lakókörnyezettel. Azonban akik tervezik a jövőben a költözést, azok érzik leginkább hiányosságait a sportolási és kulturális lehetőségeknek. Mindkét csoport esetében a legalább középfokú iskolai végzettséggel rendelkező fiatal korosztályok jelentik azokat, akik elégedetlenebbek ezekkel a szolgáltatásokkal.

Ezek alapján látható, hogy az objektív jóléti tényezők mellett a szubjektív tényezők legalább akkora szerepet játszanak a migrációs motivációban és annak tervezésében. Ezen belül pedig a mindennapi életet befolyásoló közszolgáltatások megítélései is megjelennek, bár nem azonos mértékben. A helyi városfejlesztésnek is tehát felelőssége van abban, hogy lakosait, különösen a fiatal korcsoportokat helyben tartsa, esetleg kifejezetten az igényeikhez igazodva próbálja meg a jövőbeni fejlesztési elképzeléseit megvalósítani.

Hivatkozott források

Arango, J. (2017) Theories of international migration. In: Danièle, J. (szerk.) International Migration in the New Millennium, Routledge, London, pp. 13-24.

Bobowik, M. - Basabe, N. – Páez, D. (2015) The bright side of migration: Hedonic, psychological, and social well-being in immigrants in Spain. *Social Science Research*, 51. évf., 4. szám, pp. 189-204.

Hongwei, X. – Yu, X. (2015) The Causal Effects of Rural-to-Urban Migration on Children's Well-being in China. *European Sociological Review*, 31. évf., 4. szám, pp. 502–519.

Mazzucato, V. - Cebotari, V. - Veale, A. - White, A. - Grassi, M. – Vivet, J. (2015) International parental migration and the psychological well-being of children in Ghana, Nigeria, and Angola. *Social Science & Medicine*, 132. évf., 5. szám, pp. 215-224.

Stillman, S. - Gibson, J. - McKenzie, D. - Rohorua, H. (2015) Miserable Migrants? Natural Experiment Evidence on International Migration and Objective and Subjective Well-Being. *World Development*, 65. évf., 1. szám, pp. 79-93.

Switek, M. (2016) Internal migration and life satisfaction: Well-being paths of young adult migrants. *Social Indicators Research*, 125 évf., 1. szám, pp. 191–241.

Youmig (2018) YOUMIG project. On-line: www.interreg-danube.eu/youmig. Elérve: 2019. március 30.

Egy magyarországi logisztikai szolgáltató adattovábbítási kihívásai

Nagy Vivien Ágnes¹ – Kozma Tímea²

Összefoglalás

A rohamosan fejlődő világban egyre nagyobb jelentőséget kapnak a logisztikai szolgáltatók által nyújtott részleges (alapfolyamatok, RST – raktározás, szállítás, tárolás), valamint a mindent magába foglaló, teljes körű szolgáltatások (pl. vámügyintézés). A szolgáltatók, már a termék/szolgáltatás megalkotása idején megjelenhetnek a szervezetek stratégiai programjában, ezzel megkönnyítve azok logisztikai nehézségeit, mellyel a szolgáltató vállalat képes egy nagyobb szegmenst lefedni, vagy jelenlegi helyzetét erősíteni az ellátási láncok piacán. Jelen tanulmány témája egy globális logisztikai szolgáltató vállalat adattovábbítási kihívásainak feltárása. Annak érdekében, hogy egy vállalat naprakész információkkal rendelkezzen az általa nyújtott szolgáltatásokról és azok minőségéről, elengedhetetlen a megfelelő kommunikáció és az adattovábbítási eszközök rendeltetésszerű használata a mindennapi munkavégzés során. A vevőkiszolgálási színvonal magas szinten való tartása érdekében a működési folyamatok minőségére nagy hangsúlyt kell fordítani, amely marketing és logisztikai szempontból is kiemelten fontos tényező. Jelen tanulmány gyakorlati oldalról igyekszik felvázolni, hogy milyen elmaradások léphetnek fel akkor, ha két rendszer nem megfelelően kommunikál egymással, kitér többek közt azokra a mulasztásokra, melyeket az irodai, valamint a raktári munkavégzés során vétenek az alkalmazottak.

Kulcsszavak: logisztikai szolgáltató, adattovábbítás, minőség, hozzáadott érték, kommunikáció

JEL kód: M11, L21, P42

1. Bevezetés

A felgyorsult világban már elképzelhetetlen a folyamatos kommunikáció nélküli létezés, hiszen már a mindennapjaink szerves részét képezi. Nemcsak a megrendelők és az eladók között, hanem a folyamatokat összekötő rendszereken belül is. A hét minden napján és minden órájában elérhető szervíz által nyújtott szolgáltatás pedig lehetővé teszi azt, hogy bármikor információt kérjünk és kapjunk a szállítványozótól, vagy a logisztikai szolgáltatótól. Utóbbiak számára a kommunikációban adódó apró hiba óriási veszteséget (anyagi és fizikai kárt is) képes okozni a vállalat számára. Ha pedig már ez megtörtént, az ügyfél szempontjából már nem az lesz a lényeges tényező, hogy ez a cég mennyire jó hírű, mennyire erős a márkája, hanem az

¹ végzett logisztikai menedzsment mesterszakos hallgató, Szent István Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar, Gödöllő; nagyvivienagnes@gmail.com

² PhD, egyetemi docens, Szent István Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar Regionális Gazdaságtani és Vidékfejlesztési Intézet Tevékenység-menedzsment és Logisztika Tanszék, Gödöllő; kozma.timea@gtk.szie.hu

által igénybe vett szolgáltatás minősége. Ezáltal elindulhat egy rossz szájreklám, ami a szolgáltató számára akár komoly hátrányt jelenthet a piacon. Viszont, ha egy kis szolgáltató az ügyfél által elvárt szinten vagy afelett teljesít az idő folyamán komoly növekedésre számíthat az ellátási láncok piacán, egyre több ügyfele lehet, nagyobb szegmenst lesz képes lefedni. A téma aktualitását tovább fokozza a mindennapokban elvárt igények kielégítése, melyet sokszor már nem csak az ügyfél felé kell teljesítenie egy vállalatnak, hanem önmaga felé is.

Jelen vizsgálat a kommunikáció fontosságát hangsúlyozza ki a logisztikai rendszerek között. A primer kutatás egy hazánkban is megtalálható transznacionális cégre irányul, mely az ország több pontján is rendelkezik telephellyel és számos ágazatban megállja a helyét. A tanulmány arra fókuszál, hogy egy nagyvállalatnál is felmerülő információcsere (és az abból adódó) problémákat hogyan lehetne célszerűen és egyszerűen javítani, hatékonyságát növelni az ügyfél igényeinek állandó kiszolgálása mellett. A vizsgálat során részletes felmérés készül a kommunikáció hiányossága okozta idő- és adatvesztésről, melynek eredménye kerül szemléltetésre.

2. A vállalati értékteremtés fontossága

Annak érdekében, hogy egy vállalat a vevő számára hajlandó és képes legyen megfelelő szolgáltatást nyújtani, tisztáznia kell bizonyos alapvető fogalmakat, mint pl. az érték, az észlelt érték és az értékteremtés. Az érték a vevő által észlelt megfogható és megfoghatatlan előnyöket és költségeket foglalja össze, melybe beletartozik ún. „mesterhármás”, a minőség, az ár és a kiszolgálás. (Kotler-Keller, 2006) Rekettye (2018) könyvében az észlelt értéket pedig úgy határozza meg, hogy a vevő számára nyújtott termék vagy szolgáltatás hasznossága, melyért az ügyfél ellenértéket (anyagi vagy nem anyagi értékben tekintendő) szolgáltat.

Az értékteremtés egy olyan folyamat, melynek három fő szakasza van: 1. Érték kiválasztása, 2. Érték nyújtása, 3. Érték kommunikálása. Míg az első a stratégiai marketing tervet igényel, a második és a harmadik szakasz már a taktikai marketing feladatainak alappillérei. (Lanning – Edwards, 1988) Egy logisztikai szolgáltató akkor biztosíthatja a legnagyobb értékteremtést, ha sikerül a tudást, a készségeket és a képességeket összehangolni egy közös cél érdekében olyan mechanizmusok révén, amelyek a hatékonyságot és eredményességet szolgálják, mindezt természetesen stratégiai szinten (Mester et.al, 2017). Gyenge-Kozma (2018) szerint az eltérő értéklánc szemléletek, illetve értékteremtő folyamatok elemzése hasznos segítség a vállalkozásoknak, hogy pontosabban vagy jobban tudják érzékelni és kielégíteni a potenciális vevők igényeit, ezáltal is nagyobb értéket teremtve számukra. Az értékteremtő folyamat elemei a folyamat olyan építő egységeinek tekinthetőek, melyek hozzá tudnak járulni a kívánt cél eléréséhez. (Gyenge-Kozma, 2018) Ezek azok a tényezők, melyek befolyásolják mennyire tud egy vállalat sikeres lenni a piacon, meghatározza, milyen minőségben képes kiszolgálni és megtartani az ügyfelét. A sikeres értékteremtési folyamathoz elengedhetetlen a vállalatok számára legalapvetőbb tényező: a stratégia. A stratégia a vállalatok számára, olyan, mint a

levegő az embereknek. Enélkül nincs fejlődés. Sőt, maga a vállalat sem tud csak úgy megalakulni, hiszen ahhoz, hogy egy terméket vagy egy szolgáltatást eladjunk, vagy eladhatóvá tegyünk, szükség van konkrét tervekre, célokra, vállalati stratégiára, mely a céget minden irányból körülveszi. A piacon lévő pozíciójának meghatározásához, megőrzéséhez vagy javításához is nélkülözhetetlen. Dönt arról a szükséglet és a választék, valamint a versenylenyelő forradalom világában, hogyan próbáljon összhangban lenni, a piacon való terjeszkedésről, illetve a pozicionálásról és hatalmas szerepe van a funkcionális területek összehangolásában is.

A 21. században már tudatos vállalatokról beszélünk, melyek tudatos stratégiát alkalmaznak annak érdekében, hogy nagyobb piaci szegmens igényeit tudják kielégíteni, mely által bevételeiket is növelni képesek. Napjaink turbulensen változó gazdasági környezetében különösen fontos a tudatos stratégia kialakítása. A folyamatosan változó vevői igényeknek való megfelelés és a technológiai újítások követésének elmulasztása akár nagy anyagi károkat is okozhat.

Csath (2004) szerint a vállalati szintű terv tartalmazza az egész vállalati jövőképet, annak legfontosabb céljait, és az egyes üzleti területeken és piacokon várható legjelentősebb változásokat, illetve a funkcionális stratégiák fő céljait. Az üzletági stratégia az adott üzletágra szóló mindenre kiterjedő terv. A funkcionális stratégiák pedig a különböző funkcionális területek, a kutatás-fejlesztés, a marketing, a pénzügyek és a humán terület részletes, a stratégiában meghatározott idő alatt elérendő céljait és az eléréshez szükséges cselekvéseket, azok megvalósítási módjait és feltételeit foglalják össze.

Thompson (1997) úgy vélekedik erről, hogy a stratégia egy olyan folyamat, melyet meg kell érteni, nem egy olyan tudományág, melyet meg lehet tanulni. Ebben a körforgásban a vállalat egészét kell látni, gyakran változó környezetben, ezáltal kell meghatározni a szervezet céljait és azok kívánt teljesítési fokát, szándékait, az akcióit és az időterveket (Erdei et al., 2018, Oláh et al., 2018), majd mindezeket ki kell értékelni, ahol szükséges ott át kell alakítani az egyes koncepciókat. (Thompson, 1997) Ebben a folyamatban a legfontosabb szerepe a tervezés megvalósításának, tökéletesítésének van (a szintek és az egyes fázisok között lévő kapcsolati pontok definiálása). Ennek eredményeképpen alakult ki a stratégiai menedzsment, mely a vállalatokon belül saját szegmenst alkot. A stratégiai menedzsmentben részt vevő vezetők azok, akik a vállalat felsővezetésében foglalnak helyet, ezek lehetnek akár a tulajdonosok, az elnökök, de hasonló joggal élnek/élhetnek a részvényesek is. Pimor – Fender (2008) francia szerzőpáros úgy gondolja, hogy a vállalkozás stratégia nemcsak gazdasági racionalitás kérdése. A logisztikához hasonlóan, a vállalkozás nem önhivatkozó (önmagáról referenciát alkotó). Több esetben cselekszik ugyanannyira a hitei, szokásai és személyes indíttatásai miatt, mint szigorú racionális megfontolásokból az olyan alkalmakkor, amikor explicit vagy implicit formában meg kell fogalmaznia stratégiáját. (Pimor – Fender, 2008) A vállalati tervezés lényege Hax és Majluf (1984) szerint egy olyan tudományosan megalapozott eljárási mód, amellyel a vállalat olyan

elengedhetetlen tevékenységeit szervezi meg, melyek egyrészt a jelenlegi hatékonyságát biztosítják, másrészt utat mutatnak egy új, jobb jövőbe.

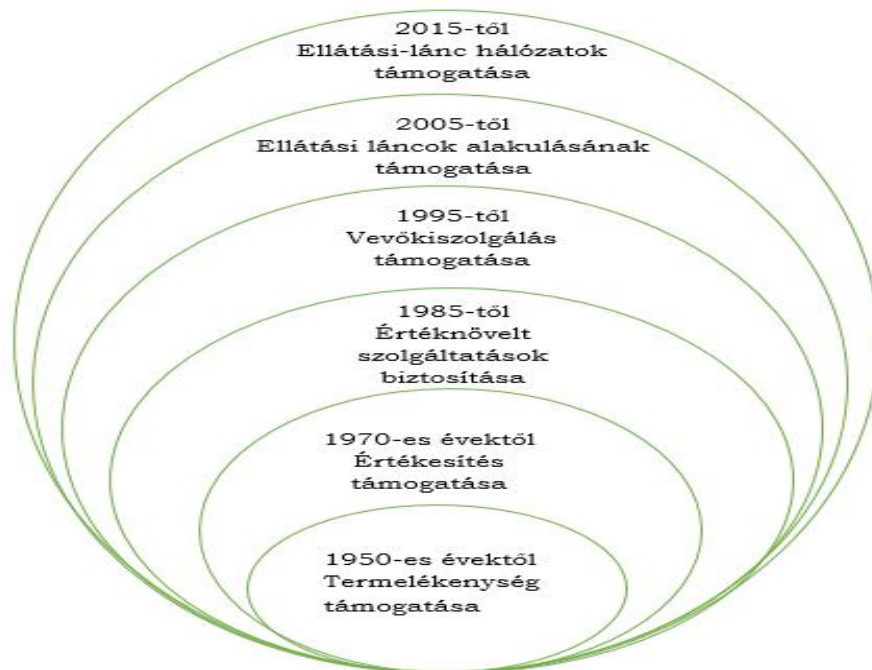
A tervezésnek kell megadni a választ a tágabban értelmezett környezet fenyegetéseire és kínálkozó lehetőségeire. A válasz a vállalat belső erőforrásainak kreatív felhasználásával születik meg. (Barakonyi, 1999) Értelmezésének leggyakoribb módja a pazarlások csökkentése, a teljesítmény és a hatékonyság növelése. A produktivitás meghatározásának egyik legnagyobb mérőeszköze a Lean gondolkodásmód elsajátítása. Eszerint kevesebb erőforrással, kevesebb idő alatt és kevesebb helyet felhasználva nyújt a vevőnek több értéket, azáltal, hogy kiküszöböli a veszteségeket. A Lean több, mint az eszközök összessége, mert azok megfelelő alkalmazásához az újra, a hatékonyabb működésre való, a pazarlás mentes szemléletmódnak körül kell vennie az egész vállalatot, és ezek a metódusok sem tartoznak kizárólag egy alapelvhez vagy bevezetési lépcsőhöz. Egy-egy eszköz akár az egész rendszerre is hatással lehet. (Gyenge et al., 2015) Egy szervezet akkor cselekszik helyesen, ha az értékteremtő tevékenységeinek nyújtása során a felhasznált erőforrásainak optimalizálására törekszik. A Lean sikere abból áll, hogy számos nagyvállalat rendkívül pazarló módon állítja elő termékeit és szolgáltatásait (Losonci, 2010). Bár a tervezéstől elvárható, hogy az egyes területek konzisztensek legyenek egymással, kutatások azt mutatják, hogy az egyes személyes döntések könnyen ellentmondásosak lehetnek korábban meghozottakkal, különösen, ha a kockázatok értékelését vesszük figyelembe. Ez akkor is fennál, ha egyébként az adott területen jártas, vagy elvárhatóan jártas személyek a döntéshozók (Nagy, 2017).

A tanulmány későbbi részében látható lesz, hogy a kommunikációs folyamat javításában milyen erős szerepet játszhat eme filozófia elsajátítása és alkalmazása. Egy vállalatnak gondolnia kell arra a jövője érdekében a kompetenciáira is. Ezek folyamatos fejlesztése, építése rettentően fontos a profit realizálása érdekében. A cég konkrét és absztrakt erőforrásai egyaránt képezhetik versenyelőnye alapját. A versenyelőnyökre építve, a piaci versenyben a versenytársaknál sikeresebb pozíciója lehet. Azok a versenyelőnyök, amelyek fizikai képességekhez – például gépekhez, vagy pénzhez – kötődnek, könnyen lemásolhatóak. A vállalat tartós előnyeinek kiépítését a sajátos képességek alapozzák meg. A kompetenciáknak általában két csoportja ismert: kulskompetenciák (melyek a cég sajátos képességei, amikkel piaci előnyt képes szerezni), és megkülönböztető kompetenciák (ezek azok a kompetenciák, amik az igazi versenyelőnyt biztosítják, ezzel képes megkülönböztetni magát a versenytársaktól a vállalat). Ehhez a csoporthoz tartozik még a vállalati kultúra is, amely egy nagyon nehezen mérhető absztrakt erőforrás. Viselkedésformák, magatartás kultúrák és az értékrendek is beletartoznak, az egész alapja pedig a munkavállaló és azok csoportjai, akik mindennapi viselkedésükkel külső és belső behatások mellett döntéseket hoznak. A vállalati kultúra tulajdonképpen egy minőségi versenytényező az absztrakt elemek miatt. Manapság, mindenképpen a legfontosabbak közé kell kiemelnünk, ugyanis azon kívül, hogy versenyelőnyt nyújt, komoly hátrányokat is lehet vele elérni. Miután a vállalat az adott stratégiai szinten készített egy tervet a profit kialakítása céljából, a szinteken lévő marketinges egység elkészít

egy marketingtervet, amely tulajdonképpen a marketinges akciók irányítására és ellenőrzésére szolgál és az értékteremtési folyamat mind stratégiai, mind taktikai szinten érinti. A stratégiai marketingterv segít abban, hogy megtaláljuk a célpiacot, és pozícionáljuk a termékünket. A taktikai marketingterv a promóciót, az árképzést, termékfejlesztést és a vásárlás ösztönzést foglalja magába. A marketingen kívül a másik (a tanulmányhoz mindenképp elengedhetetlen) rendkívül fontos területet, a logisztika és a minőség, mely szintén a vállalati stratégia része. Napjainkra a minőség szerepe teljesen átértékelődött, az emberek inkább többet fizetnek azért, hogy jó minőségű terméket, vagy szolgáltatást tudjanak kapni az általuk választott gyártótól, értékesítőtől, szolgáltatótól. A logisztika és a minőség azért függ össze, mert egy ügyfél számára sem mindegy az, milyen vállalatra bízta rá a logisztikai folyamatait, beszéljünk akár raktározásról, akár szállítmányozásról. Az, hogy egy logisztikai cég az ellátási láncon képes legyen szembe szállni a versenytársakkal, jobb, minőségibb szolgáltatást kell tudnia nyújtani. Szegedi-Prezenszki (2010) a logisztika céljainak változását az idő függvényében a következőkben állapította meg: az 1950-től a termelés támogatása (költségcsökkentés hatékonysága), az 1970-től az értékesítés támogatása, 1985-től értéknövelt szolgáltatások biztosítása, 1995-től a vevőkiszolgálás támogatása (a vevői igényekhez való jobb alkalmazkodás), melyet az 1. ábra szemléltet. Napjainkban az egyedi igényekre és az ellátási láncokra, ellátási hálózatokra fókuszál.

A logisztika az erőforrás áramoltatásának integrált tudománya (Komáromi, 2006). Frazelle (2001) szerint a logisztika, valamint „unokaöccse” az ellátási lánc menedzsment nagyon népszerű, de eléggé félreértett témák, amelyek sokféle, hasonló érdeklődésű embereket hoztak össze különböző diszciplínákból. Éppen ezért nem is lehet csodálkozni azon, hogy a logisztikai projektek többsége zavaros és soha nem ér célba, vagy katasztrofális kudarccal végződik. A szerző szerint a logisztika az anyagok, információk, valamint a pénz áramlása a fogyasztók és a szállítmányozók között, mely az ellátási láncon belül történik. Magát az ellátási láncot egy hálózatnak tekinti, melybe beletartoznak a különböző létesítmények (pl. gyárak, otthonok), a járművek (pl. autók, repülő) és a logisztikai információs rendszerek, amely által a vállalat szállítóinak szállítói és az ügyfelek ügyfelei is kapcsolatban lehetnek egymással. Reicher (2014) a CRM informatikai rendszerek működtetési problémáinak vizsgálata során megállapította, hogy a szervezet hatékony működésének egyik fontos alapköve lehet az IT rendszerek adatbázisának (készlet, ügyfél stb.) állandó karbantartása, segítve ezzel a naprakész információk belső áramlását és a vezetői információk előkészítését.

1. ábra. A logisztika céljainak változása az idő függvényében



Forrás: Szegedi-Prezenszki, 2010 alapján saját kiegészítés, 2019

Kozma-Pónusz (2016) szerint az ellátási lánc értékteremtő folyamatok vállalatokon átívelő sorozata, mely vevői igények kielégítésére alkalmas termékeket, illetve szolgáltatásokat képes létrehozni, melynek sajátosságai között megtalálható az együttműködés, a stratégiai szemlélet és a vevőközpontúság is. Ahhoz, hogy a logisztikai projektek ne végződjenek kudarccal, érdemes egy ún. logisztikai mester-tervet készíteni, melynek az alapja a vizsgálat, az innováció, valamint az implementáció, melyre ráépül a tervezési folyamat. Minden folyamat alapja a termék/szolgáltatás minőségi ellenőrzése.

Kaoru Ishikawa a minőség fogalmát szélesebb megközelítésben magyarázza, mégpedig az elvégzett munka, a nyújtott szolgáltatás, a rendelkezésre álló információ, a folyamatok, a munkaerő (termelők, technikusok, mérnökök, vezetők, igazgatók), a vezetési rendszer, a vállalat és a társadalmi célok minősége által. A minőség manapság a versenyképesség egyik legfontosabb meghatározó tényezője és a vállalati vezetőség kulcsponjtja. A modern felfogás szerint a tökéletesítésnek nincs határa. Bízni kell abban, hogy a tevékenységeket minél rövidebb idő alatt, kevesebb anyag- és energiafelhasználással, a vevők növekvő igényeinek megfelelően egyre inkább csökkenő ráfordítással tudjuk kivitelezni. (Nénon et al., 2011)

3. Anyag és módszer

Az aktuális kutatás első lépéseként a témához szorosan kapcsolódó hazai és nemzetközi szakirodalom került feldolgozásra. A primer kutatást egy nagyvállalatnál végeztük, melyet esettanulmányszerűen dolgoztunk fel. A vizsgálat a következő területekre terjedt ki: a vállalat

helye az ellátási láncban, partner kapcsolatai, iparági szerepe, funkcionális területei és azok egymással való kapcsolatai, melyek jelen publikációban kerülnek bemutatásra.

A kvantitatív kutatási módszer a mindennapok során vétett hibákat fogja feltárni, melyeket két módon választottunk szét: kontrollálható és nem kontrollálható. Az előbbieket nagyobb odafigyeléssel ki lehet kerülni (főképp raktári-irodai dolgozók, illetve egyes esetben a szállítmányozó alvállalkozójának mulasztásai), míg sajnos utóbbiak azok a hibák, amelyek véletlenszerűen fordulnak elő. A kvalitatív kutatás részét a levelekben, telefonbeszélgetésekben elhangzott információ átadások voltak, melyeket a dolgozók bonyolítottak le a szállítmányozókkal és a raktárak dolgozóival. A vizsgálat ezen része igényelt a legtöbb időt, hiszen egy nap akár két-hármezer levélváltás történik, és rendeléstől függően akár több száz telefonbeszélgetés is lebonyolításra kerül.

A fenti módszerek alkalmazása volt a legegységesebb, mert azon a helyen, ahol már ilyen egyszerű tényezőkkel is látványos a veszteség és a hibafaktor, mindenképpen tenni kell valamit ennek elkerülése vagy minimalizálása érdekében. Sajnos manapság még mindig számos vállalatnál nem az a kérdés, hogy milyen minőségű legyen a szolgáltatás, amit kiadnak a kezükből, hanem hogy mennyi az az összeg, amennyiért ők nyújtanak egy olyat, ami még éppen csak megfelelhet a vevő elvárásainak, de nem múlja felül azt. Pénz és minőség. Két olyan faktor, melyeket akár együtt is kezelni lehetne, mind a kettőt maximalizálva. A kutatás eredményei erre fogják megadni a választ.

4. Eredmények

A vállalat az 1960-as évek végén alakult az Amerikai Egyesült Államokban. Fő tevékenységi köre a raktározás, valamint a belföldi és nemzetközi szállítmányozás. A cégnek számottevő, a világpiacra ismert ügyfele és versenytársa található meg a logisztikai szolgáltatások piacán, s ebben a nagy versenyben mégis képes mindig megújulni, olyan szolgáltatásokat kínálni, amikkel új ügyfelekre tehetnek szert. A kezdetekben a cég célkitűzése az volt, hogy redukálják a vámkezelési problémákat: az export okmányokat szinte azonnal tudják kézbesíteni. Ez pedig olyannyira sikeres lett, hogy egyre jobban tudott terjeszkedni a vállalat szerte a világban. Mára pedig már elmondható, hogy a világ egyik legnagyobb transznacionális vállalata.

A vállalatnál egy korábban végzett kutatás eredményei alapján fény derült arra, hogy a napi munkát megnehezítő problémák vannak jelen a budapesti szervízközpont életében, melyeket a pazarlások (idő, plusz tevékenységek) megszüntetése miatt lenne szükséges kiküszöbölni. (Nagy, 2018) Az aktuális kutatási tevékenység (az adatok naprakészsége miatt) a 2019 januárjában és februárjában zajlott a vállalatnál. Tekintettel arra, hogy 24/7-es szolgáltatást nyújt a cég az ügyfélnek, ezért elegendő adat állt rendelkezésre ahhoz, hogy alapos megfigyelést lehessen végezni, milyen hibák fordulnak elő, hol található a kommunikációs folyamat érzékeny pontja.

Az alábbiakban látható a rendelésszámok heti alakulása, valamint az ebből készített adatgyűjtő lap eredménye (1. táblázat). Ezen adatok megjelenítését a későbbi hibák ismertetése miatt éreztük fontosnak, azért, hogy ezeknek a – viszonylag kis számú – rendeléseknek mekkora hányadát érinti az adatok továbbításának mindennapos kihívása.

A vizsgálat pontosságához hozzátartozik, hogy a megfigyelt csapatban 10 fő dolgozik összesen, melyből 3 irodai munkarendben, a további 7 pedig váltott műszakban az igények kiszolgálásának teljeskörű megfelelése miatt. A megfigyelés során reggel átlagosan 4 fő, délután 3 fő, éjszaka pedig 1 ember dolgozott (a váltás miatt a pihenő idők sokszor esnek hétköznapra, így általában egy vagy két ember sosincs bent az irodában). Egy nap átlagosan 60-70 rendelés érkezik, melyeket a raktárakkal és szállítványozókkal kooperálva dolgoznak fel (rendelésfüggő).

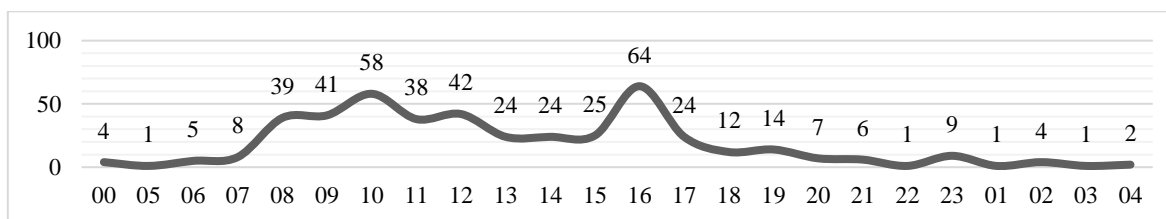
1. táblázat. Rendelésszámok heti bontásban

Hét	Január				Február			
	1	2	3	4	5	6	7	8
Heti rendelésszámok összesen	336	462	407	406	454			
Átlagos rendelésszámok összesen	413	413	413	413	413			

Forrás: Saját adatgyűjtés és szerkesztés, 2019

A 2. ábra szemlélteti, hogy a vizsgált héten mikor, mennyi rendelés érkezett. A hibák mennyisége miatt tartjuk fontosnak láttatni ezt az ábrát. Jól látható, hogy a legtöbb rendelés napközben érkezik, 8 – 16 óra között. A 17 – 7 óra közötti időszakban a rendelések száma csökken, illetve minimálisnak mondható.

2. ábra. Az 5. heti rendelések alakulása órára lebontva



Forrás: Saját adatgyűjtés és szerkesztés, 2019

Hiába alacsonyak a rendelésszámok, a hibák előfordulása mégis gyakori, melyet a 2. táblázat szemléltet a vizsgált 5 hétre vonatkozóan. Ezek pedig részben abból adódnak, hogy nem fordít elég figyelmet az operáció a rendelés kezelésére (kontrollálható). Ezalatt érthető:

- emberi hibák: rossz kiszállítási időpont feltöltése (ETA, UTA, POD), helytelen információ / vagy nincs információ a szállítmány késésével/ elvesztésével kapcsolatban, raktári/ szállítványozó általi kezelés során adódó mulasztások,
- nem emberi, de javítható hibák: rendszerek közötti kommunikáció összehangolása (raktár – iroda, szállítványozó – iroda).

Azokat a késéseket, melyeket nem lehet előre látni (időjárás, forgalmi dugók, vámolási problémák) nem is lehet nagyon elkerülni (pl. reptéri vizsgálat során az anyag sűrűsége meghaladja azt az értéket, melyet a röntgen még képes átvilágítani, ezért a szállítmány késni fog, mert ebben az esetben meg kell bontani a csomagolást).

2. táblázat. Késések alakulása

	Január				Február			
Hét	1	2	3	4	5	6	7	8
Kontrollálható	8	5	9	16	15			
Nem kontrollálható	23	38	23	26	33			
Időben történt kiszállítás	305	419	375	364	406			
Átlagos késés	31	31	31	31	31			
Összes késés	31	43	32	42	48			

Forrás: Saját adatgyűjtés és szerkesztés, 2019

Az ötödik hét vizsgálata 89.42 %-os sikeres teljesítést mutat, melyet a 2. táblázatban jelölt 406 időben történt kiszállítás jelöl, de a kontrollálható hibák száma az év eleji számokhoz képest nagyon megnövekedett. A nem kontrollálható késések száma hullámzó, ezeket az utóbbi időben nagyban befolyásolta a hó, és a világban zajló történések (pl. tüntetés).

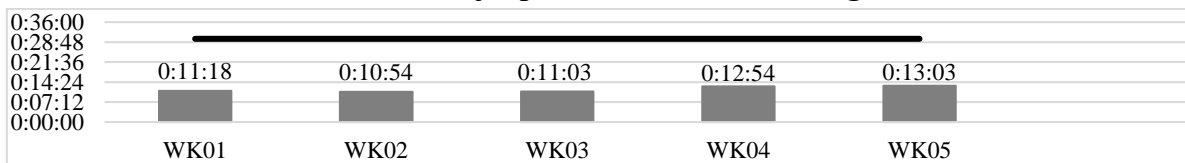
Az emberi mulasztásból adódó kommunikációs problémákat effektíven az EDI kapcsolattal lehetne orvosolni. Ez a fajta adattovábbítási folyamat már elérhető és beállításra került a vállalat egyes alvállalkozóival, valamint egyes raktárakkal is, ám mivel ezek száma csekély a problémák összessége nem tud számottevően redukálódni. Az EDI kapcsolat alkalmazása az összes partnernél lehetővé tenné az információ áramlásának meggyorsítását, illetve csökkenne az emberi oda nem figyelés miatt történő téves információ átadása is. Ezen hibákat nem csak az elektronikus adattovábbítással szükséges orvosolni. A jelenleg használt nyomkövetési rendszert kellene naprakésszé tenni, a pazarló tevékenységek minimalizálása vonatkozóan, akár az alábbi módok egyikével:

- automatikus cím ellenőrzés a Google alapján,
- a már elmentett és beállított címek alapján a távolság automatikus kiszámítása, vagy
- ún. jelzőrendszer kialakítása a rendszeren belül az adatok naprakészebb állapota érdekében (alerting).

A 3. ábra az e-mailben és telefonon keresztül zajló problémák megoldásának kezelését mutatja átlagosan, heti bontásban. Az ilyen csatornákon keresztül érkező bajok megoldására általában azonnal megoldást kell találni, de legfeljebb 30 perc alatt. Amennyiben a komplikációra történő megoldás több időt igényel, mint 30 perc, az ügyfél már a menedzserhez fordul(hat) a lassú információ áramlás miatt. Bár a kimutatás jó eredményeket mutat, sokszor mégis sokkal több időbe telik az, hogy a lehető legpontosabb információval tudjon szolgálni a csapat egy-egy

rendelés állapotáról, helyzetéről, többek között a rendszerek közötti kapcsolatok nemléte miatt, mely megnehezíti a teljesítmény 98%-on való tartását.

3. ábra. Az e-mailen és telefonon zajló problémák kezelése átlagosan, heti bontásban



Forrás: Saját adatgyűjtés és szerkesztés, 2019

5. Következtetések és javaslatok

A kutatáshoz felhasznált szakirodalmi könyvek alapján megállapítható, hogy a kutatási téma alapos vizsgálatához elengedhetetlen a vállalati stratégiák és célok feltérképezése. Mivel alapvető szükségletként lehet rá tekinteni, ezért a Maslow-piramis legalsó szintjére helyeznénk el, mint létfenntartó tényező. Enélkül nem tud működni egy vállalat, vagy ha meg is próbál, sokáig nem tud fennmaradni. A szekunder kutatás által nyert információk segítettek abban, hogy jelen kutatási témában nagyobb elmélyülésre tehesünk szert, valamint a szakmai tudást és tiszteletet szeretnénk volna elismerni a dolgozatban megjelent szerzők előtt, akik publikációikkal segítettek feldolgozni a választott témát. A tanulmányban röviden szó esik a marketingről, a logisztikáról valamint a minőségről, melyek a mindennapi élet nélkülözhetetlen részei. A marketing az, amely segít eladni a vállalat termékét vagy szolgáltatását, a logisztika azokat a szolgáltatásokat nyújtja, melyek lehetővé teszik azt, hogy a termék eljusson a gyárból/eladótól a vevőig/végső felhasználóig. A minőség pedig hasonlóan olyan fontos tényező, mint az első kettő, mert ez befolyásolja az eladhatóságot, a piac lefedettségének sikerét és az ügyfelek megszerzésének sikerét vagy elvesztését is.

A primer kutatást kétféleképpen mértük annak érdekében, hogy minél pontosabb képet kapjunk a vállalatnál fellelhető hibákról és javaslatot tudjunk tenni a vállalat vezetőinek a fejlesztésre vonatkozóan. A vizsgált módszerben megemlített kvantitatív és kvalitatív módszerek segítettek abban, hogy fényt derítsük a problémák milyenségére és lehetséges okaira. Egyes hibákat és a rájuk fordított idő és tevékenység pazarlást ki lehetne küszöbölni azzal, hogy a rendszerek között EDI kapcsolatot építenek ki vagy néhány másik, hasonlóan rendszerben történő fejlesztési módszerrel, mellyel szintén csökkenne a pazarlásra fordított idő valamint, a telefonon történő panaszkezelés/státusz információ kérésének megoldása is gyorsabb lenne.

Összességében elmondható, hogy egy nagyvállalatnál is előfordulnak pazarlások, bármennyire is törekszik azok megszüntetésére. Amennyiben a jövőben nem vezetnek be új rendszert, vagy nem fejlesztik a jelenleg használatban lévő, a problémák száma nem fog csökkenni és az idő- és tevékenység által okozott veszteségek továbbra is megmaradnak. Amennyiben a jövőben is ennél a vállalatnál végeznénk a kutatásunkat, jobban elmélyülnénk a raktározási folyamatban, valamint a technológiai újításokban melyeket terveznek és vezetnek be a világ számos pontjain.

Hivatkozott források

- Barakonyi K. (1999): Stratégia tervezés - stratégia alkotás. Budapest, Nemzedékek Tudása Tankönyvkiadó Zrt.
- Csath M. (2004): Stratégiai tervezés és vezetés a 21. században. Budapest, Nemzeti Tankönyvkiadó
- Erdei E. and Popp J. and Oláh J. (2018): Comparison of time-oriented methods to check manufacturing activities and an examination of their efficiency. LogForum, 14(3), 371-386.p., <http://dx.doi.org/10.17270/J.LOG.2018.290>, <http://www.logforum.net/volume14/issue3>
- Frazelle, H.E. (2001): Supply Chain Strategy. McGraw-Hill, USA
- Gyenge B. - Szilágyi, H. - Kozma, T. (2015): Lean menedzsment alkalmazása szolgáltatóvállalat esetében. Budapest, Vezetéstudomány, 4. sz. p.46
- Gyenge B. – Kozma T. (2018): Szolgáltatásérték növelése értékdimenziók mentén, Logisztika napja
- Hax, A. C. - Majluf, N. (1984): Strategic Management: An Integrative Perspective. Prentice Hall, USA,
- Komáromi N. (2006): Marketinglogisztika. Budapest, Akadémiai Kiadó
- Kotler, P. - Keller K. L. (2006): Marketing-menedzsment. Budapest, Akadémiai Kiadó, p. 76-78
- Kozma T. - Pónusz M. (2016) : Ellátásilánc-menedzsment elmélete és gyakorlata -alapok. Gödöllő, Károly Róbert Kutató-Oktató Nonprofit Kft., p. 24
- Lanning – Edwards, 1988)
- Losonci D. (2010): Bevezetés a Lean menedzsmentbe - a lean stratégiai alapjai. 119.sz. Műhelytanulmány. Budapest, Budapesti Corvinus Egyetem Vállalatgazdaságtan Intézet, p.20
- Mester É. – Tóth R. – Túróczi I. (2017) Ellátási lánc eredményessége, valamint a felmerülő kockázati tényezők a controlling rendszer tükrében. CONTROLLER INFO 5 : 1 pp. 2-7. , 6 p. (2017)
- Nagy V. (2018): A marketing és logisztikai alrendszer összevetése egy logisztikai vállalatnál, Szent István Egyetem, TDK

Nagy V. (2017): Inconsistent Choices in Human Decisions. In: Tomas, Klietik (szerk.) Globalization and its socio-economic consequences : 17th International Scientific Conference Zsolna, University of Zilina, pp. 1670-1677. , 8 p.

Némon Z. – Sebestyén L. – Vörösmarty Gy. (2011) – Logisztika II. Budapest, Kereskedelmi és Idegenforgalmi Továbbképző Kft.

Oláh J. - Popp J. - Antal G. (2018): Time-based competition in the supply-chain: The role of the logistics service providers. SEA: Practical Application of Science. Volume VI., Issue 16 (1/2018), 37-46. p. http://seaopenresearch.eu/Journals/articles/SPAS_16_4.pdf

Pimor, Y. – Fender, M. (2008): Logistique: Production, Distribution, Soutien. Dunod, Paris, p. 607

Reicher, Regina (2014) CRM INFORMATIKAI RENDSZER BEVEZETÉSÉNEK ÉS MŰKÖDTETÉSÉNEK VÁLLALATI PROBLÉMÁI A MAGYAR KKV-K KÖRÉBEN 153 p. Szent István Egyetem, PhD értekezés

Rekettye G. (2018): Értékteremtés 4.0. Budapest, Akadémiai Kiadó

Szegedi Z. - Prezenszki J. (2010): Logisztika menedzsment. Budapest, Kossuth Kiadó, p. 30-32

Thompson, J. L. (2011): Strategic Management. Thompson Learning, USA, p. 6.

Budapest gazdasági átalakulása a rendszerváltást követő két évtizedben

Nemecz Gábor¹

Összefoglalás

Budapesten – a hazai tendenciákhoz hasonlóan – a rendszerváltást követően a termelésben, az életszínvonalban átmeneti visszaesést láthattunk, a munkanélküliség addigi legmagasabb szintre jutott. Azonban a privatizációs folyamatok előrehaladásával, a külföldi tőke egyre magasabb arányának megjelenésével egy töretlen fejlődés indult, amelynek a főváros – köszönhetően a képzett munkaerőnek, a központi elhelyezkedésnek, a modern ágazatokra való átállásnak – egyértelmű nyertese lett. A gazdaságban az iparról a tercier szektorok felé tolódott a hangsúly, majd a XXI. századtól kezdődően a kutatás-fejlesztés egyre dinamikusabban fejlődő gazdasági ágként jelent meg. A tanulmány a témát feldolgozó szakértők legfontosabb megállapításainak és konkrét adatoknak az összefoglalását tartalmazza, a konklúziók levonásával együtt. A vizsgált időintervallum a rendszerváltástól a gazdasági válság előttig, de már a privatizációs folyamatok lezárásáig terjed. Természetesen a főváros gazdasági fellendülését a környező agglomerációs településekkel együtt vizsgáltam, hiszen ezen települések gazdasága Budapest gazdaságával szimbiózisban fejlődhetett akkor és ma egyaránt.

Kulcsszavak: Budapest, rendszerváltás, gazdaság, privatizáció, ipar

JEL kód: O10

1. Bevezetés

A volt szocialista országokban a rendszerváltás követően a területi differenciálódások még nagyobb mértéket öltöttek. Az átalakulás nyertesei a fővárosok lettek, majd megkezdődött az agglomeráció gazdasági fellendülése is. Budapest nemcsak a legfontosabb irányító- és döntéshozó központ lett (vagy maradt?), de a legintenzívebben fejlődő tercier ágazatoknak is helyet adott. A fővárosban lejátszódó dezindusztrializáció ellenére, az agglomerációba betelepülő zöldmezős beruházásoknak köszönhetően a fővárosi agglomeráció továbbra is az egyik legjelentősebb ipari régió maradt, mind a termelés értékét, mind a foglalkoztatottak számát tekintve. A rendszerváltás utáni folyamatokat nem jellemezhetjük egy tendenciával, azok egyszerre, egymással párhuzamosan zajlottak.

A rendszerváltás utáni időszakról számos kiváló tanulmány született. Többnyire egy-egy konkrét ágazatban történt változásokat, vagy a külföldi működőtőke-befektetések alakulását,

¹ PhD hallgató, Szent István Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar, Enyedi György Doktori Iskola; Gödöllő; gabor.nemecz@gmail.com

esetleg a megfigyelt trendeket írták le a szakemberek, vagy komplexen szemlélve az egész gazdaságot. Tanulmányom megírása során elsősorban Barta Györgyi, Beluszky Pál, Kiss Éva, Kukely György, Sági Zsolt tanulmányait használtam. Az ő kutatási témáikból merítve megpróbáltam összefoglalni a vizsgált időszakra vonatkozó legfontosabb átalakulásokat.

2. A hazai privatizáció rövid történeti áttekintése

A privatizáció Magyarországon már 1990 előtt spontán módon megkezdődött. 1989-ben a társasági törvény által adott lehetőségek felhasználásával megindult a decentralizált privatizáció. Az állami ellenőrzés és irányítás intézményei csak 1990 elején alakultak ki, ugyanezen év őszén az átalakulási és vagyonvédelmi törvények jelentős módosításával elindult az állami vezérlésű privatizáció. A 1990. évi VII. tv. létrehozta az Állami Vagyonügynökséget, melynek feladata a hozzá rendelt vagyon kezelése és hasznosítása volt. 1992-ben következett a privatizációs törvények második hulláma, melynek célja az állami privatizáció megszilárdítása és egységes szabályozása, a kormány mozgásterének növelése, és a stratégiai iparágak állami kézben tartása. A tartós állami tulajdon számára létrehozták az Állami Vagyonkezelő Részvénytársaságot, az Állami Vagyonügynökség pedig továbbra is a privatizálandó vagyon felett rendelkezett. Emellett elrendelték az állami vállalatok kényszerátalakulását gazdasági társasággá.

1995. évi XXXIX. az állam tulajdonában lévő vállalkozói vagyon értékesítéséről törvény célja a privatizációs folyamat felgyorsítása és az értékesítési problémák csökkentése volt. E törvény rendelkezett az Állami Privatizációs és Vagyonkezelő Részvénytársaság felállításáról is. (Báger - Kovács, 2004).

„A privatizáció a politikai intézményrendszer megváltoztatásának, a profitorientált gazdálkodás kialakulásának termelési, gazdasági feltételét adta, és az egész társadalom működési logikáját átalakította.” (Báger - Kovács, 2004:17).

3. A rendszerváltást (és a privatizációt) követő változások

A magyar gazdaság számára meghatározó volt a KGST-piac összeomlása, hiszen ez a korábbi export piacok felbomlását és egyéb piacok beszűkülését jelentette, amelynek eredményeképpen az ország külkereskedelme igen jelentősen visszaesett. A termelő vállalatok számára ez egyet jelentett a korábbi kényelmes és biztos háttér megszűnésével.

Ugyanakkor a rendszerváltást követően hazánkban kiépült a piacgazdaság intézményrendszere, és kialakult a magántulajdonra épülő gazdaság. A privatizációnak és a tőkebeáramlásnak köszönhetően duális gazdaságszerkezet alakult ki, amelyben az egyik szektor hazai tulajdonban maradt, a másik szektor exportorientált, külföldi tulajdonú lett.

A rendszerváltás pozitívumai között említhetjük továbbá a hiánygazdaság megszűnését, a magántulajdon és a vállalkozás méretkorlátozás nélküli jogát, a technikai és kulturális újdonságok beáramlását, illetve a külfölddel fenntartott gazdasági kapcsolatok akadálytalanná válását. (Karsai, 1999)

A 90-es évek elején hazánk gazdasági teljesítménye jelentősen csökkent, a termelés és a fogyasztás visszaesett, ez a tendencia csak az évtized közepétől kezdett megfordulni. A hirtelen megugrott munkanélküliségi ráta mögött egyrészt a foglalkoztatottak számának drasztikus csökkenése, másrészt a gazdasági szerkezet átalakulásából adódó tömeges munkanélkülivé válás egyaránt állt. Országos szinten 1989 és 1995 között a foglalkoztatottak száma 5,5 millióról 4 millióra csökkent, a munkanélküliség 3-4 év alatt 13%-ra nőtt.

Az ipari termelésben az 1989 és 1992 között lezajlott visszaesést követően 1993-tól növekedés kezdődött. A visszaesés első periódusában a textil- és ruházati ipar termelése, valamint a kohászat és fémfeldolgozás esett vissza a legnagyobb mértékben, de számottevő volt a bányászat, a vegyipar és az építőanyagok termelésének mérséklődése is. 1992 után erőteljes fejlődésnek indult a gépipar, amelynek köszönhetően 1997-ben már túlszárnyalta a korábbi időszak legmagasabb termelési szintjét. A rendszerváltás egyik nagy vesztese a mezőgazdasági termelés volt, ugyanis a működő tőke ebbe a szektorba szinte egyáltalán nem áramlott be.

A termelés szerkezete és az iparágak, ágazatok azonban jelentősen megváltoztak. A 90-es évek elején még a kisvállalkozások voltak a gazdaság motorjai, azonban kevesebb, mint egy évtizeddel később már a 300 fő feletti nagyvállalatok vették át ezt a szerepet. A gazdasági szerkezet átalakulásában és a mélypont leküzdésében meghatározó szerepe volt a működő tőke-beáramlásának. A 20. század végétől egyre meghatározóbb lett a sok információt igénylő modern informatikai hálózatra épülő, kifinomult technikát alkalmazó ipari termelés.

Pár év alatt új, exportorientált iparágak és szakmakultúrák alakultak ki, nagyon gyorsan fejlődött a személygépkocsi- és alkatrészgyártás, az elektronika és az informatika. (Sági, 2000)

A nagy strukturális átalakulás kedvező folyamatai a 90-es évek első felében Budapest, továbbá a Dunántúl középső és nyugati felének erejét növelte, a negatív folyamatok pedig leginkább Észak-Magyarországot és az Észak-Alföldet sújtották.

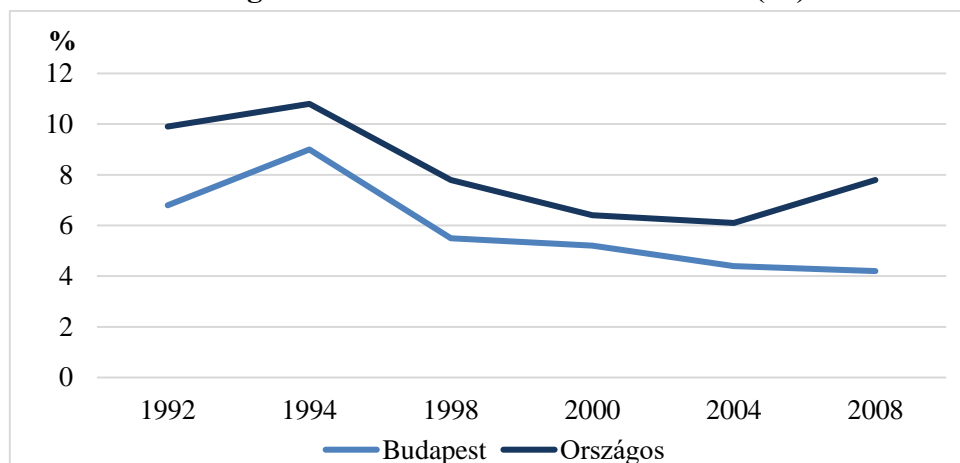
4. Budapest a rendszerváltást követően

A rendszerváltást követően Budapestnek is szembe kellett néznie a modernizáció kihívásaival. A társadalomfejlődés posztindusztriális szakasza kezdődött meg, a hagyományos nehézipar a perifériákra szorult, a tömegmunkaerő iránti igény lecsökkent. A tudomány és a technika fejlődésével azonban új lehetőségek nyíltak. (Beluszky, 1992)

A 90-es években a fővárost az országosnál kisebb mértékben sújtotta a munkanélküliség. A szerkezeti átalakulást követő ipari visszaesés hatásai itt is megmutatkoznak, azonban nem okoztak olyan mértékű visszaesést, mint az ország egyéb területein. (1. ábra)

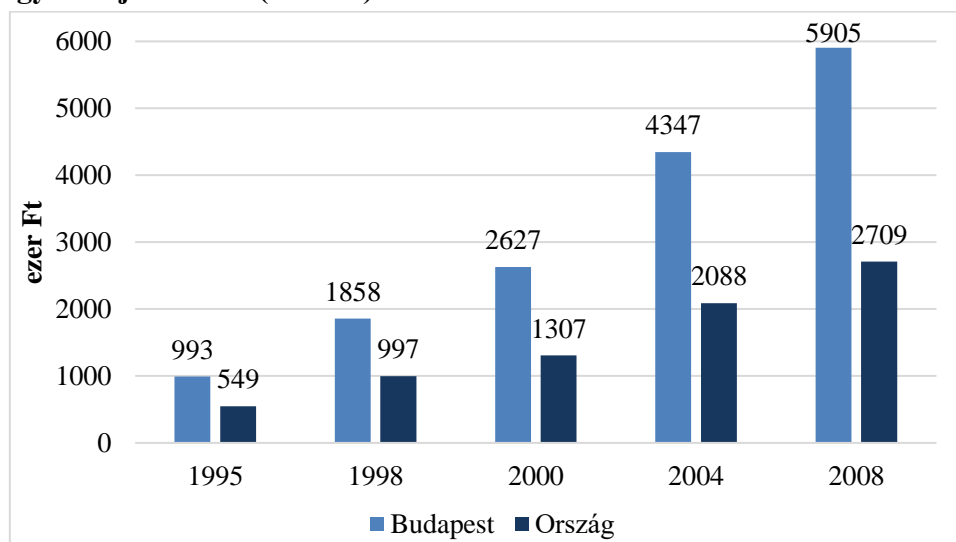
Az 1 főre jutó GDP továbbra is az országos átlag mintegy kétszerese volt, majd a 2000-es évek első évtizedének végére kis mértékben növekedve, de még nagyobb lett a különbség az országos átlag és Budapest adatai között. (2. ábra)

1. ábra. A munkanélküliségi ráta alakulása 1992 és 2008 között (%)



Forrás: KSH adatok alapján saját szerkesztés, 2019

2. ábra. Egy főre jutó GDP (ezer Ft) alakulása 1995 és 2008 között



Forrás: KSH Statisztikai Évkönyvek alapján saját szerkesztés, 2019

Ebben az időszakban a főváros az ország GDP-jének 30-35%-át termelte. Az 1. táblázat a GDP egyes ágazatok közötti megoszlását mutatja 1995-ben és 2008-ban. Budapesten már a 90-es évek közepén a szolgáltatási szektor termelte a GDP a kétharmadát. Aránya a 2000-es évek vége felé csak nőtt, bár az országos – két időszak közötti 8,1%-os – növekedéstől (kissé elmaradt (5,8%). Az ipar aránya az országos átlaghoz képes mintegy 10%-kal tér el a 2008. évi adatokban.

1. táblázat. A GDP megoszlása gazdasági ágak szerint (%) 1995-ben és 2008-ban

Gazdasági ág	Budapest		Országos	
	1995	2008	1995	2008
Mezőgazdaság, vad-erdő-, halgazdálkodás	0,5	0,2	8,4	3,9
Ipar	18,3	15,2	25,5	25,1
Építőipar	4,2	3,1	5	4,9
Szolgáltatások	77	81,5	61,1	66,1
Összesen	100	100	100	100

Forrás: Budapest statisztikai évkönyvei, 2019

4.1. Az ipar alakulása Budapesten

Kiss Éva Budapest ipari területei az utóbbi évtizedben című cikkében a nagyvárosi ipar szerkezetváltásának néhány sajátosságát az alábbiak szerint foglalja össze:

2. táblázat. A nagyvárosi ipar szerkezetváltásának néhány sajátossága

Megnevezés	Fejlett nyugati nagyvárosok	Posztszocialista országok
Eltérő okok	Szerkezeti eltolódás a világgazdaságban; technológiai korszakváltás az 1970-es évektől.	Politikai rendszerváltás az 1980-as évek végétől.
Hasonló okok	Válság a tradicionális ipari ágazatokban (bányászat, kohászat); a terciarizáció felerősödése; helyhiány a városközpontokban; nagyobb hangsúly a környezetvédelemben; erősödő globalizáció az 1980-as évektől; a piaci erők érvényesülése az ingatlanpiacon.	
Különböző következmények	Változások bizonyos ágazatokban és/vagy bizonyos cégeknél.	Változások az egész iparban és minden cégnél; új szervezeti formák megjelenése; privatizáció; külföldi tőkebefektetés; eltolódás a méretstruktúrában; a térkapcsolatok újjászerveződése.
Hasonló következmények	Az ipar jelentősége csökken; strukturális átalakulás, tudásalapú ágazatok előtérbe kerülése; modernizáció, technikai fejlődés; csökkenő ipari foglalkoztatás; zsugorodó ipari területek, funkcióváltás a korábbi területeken; városzerkezeti és funkcionális átalakulás; városkép és városimázs változás; társadalmi khatások	

Forrás: Kiss Éva: Budapest ipari területei az utóbbi évtizedben (Tér és Társadalom; 2009/2.sz. 70.o.)

A továbbiakban a következmények közül elsősorban a strukturális átalakulást, az ipar jelentőségének csökkenését, ezzel párhuzamosan a terciarizációt, vizsgálom meg részletesen.

A posztoszocialista fővárosok közül Budapest örökölte a legnagyobb ipari területeket. A rendszerváltással strukturális átrendeződés kezdődött. Egyszerre több folyamat szemtanúi lehettünk a fővárosban: dezindustrializáció kezdődött, amellyel párhuzamosan a terciér szektor túlsúlyba került. Ugyanakkor a gazdasági szuburbanizáció révén az agglomerációban jelentősen megszaporodtak a zöld mezős beruházások is. Ezen beruházások kihasználták az agglomeráció nyújtotta előnyöket, nevezetesen az olcsóbb ingatlanárakat, a fővárosi piac közelségét, illetve a többnyire helyben rendelkezésre álló munkaerőt.

Míg 1986-ban az ipari területek nagysága a főváros területének 8,6%-át tették ki, a 90-es évekre a terület nagysága kb. felére, 4-4,5 %-ra esett vissza. Az összefüggő ipari területek helyett kisebb, foltszerűen elhelyezkedő ipari övezetek jöttek létre. A 90-es években általánosan jellemző, hogy egyszerre zajlott az ipar arányának visszaszorulása, illetve a régi területek megújulása. Jó példa erre a főváros északi része, ahol a lakófunkciójú építkezések kezdődtek, illetve szolgáltató - elsősorban raktározási, logisztikai, kereskedelmi funkcióval rendelkezők, továbbá irodaházak - cégek jelentek meg. Az ipar fellendülésének időszakában - 90-es évek 2. fele - az iroda- és lakásépítési piac is megélénkült. A 2000-es években a fővárosban az ipari területek nagysága tovább zsugorodott - helyet adva ezzel az egyre nagyobb terciér szektornak - ugyanakkor az ipar szerkezetének átalakulását is megfigyelhetjük, amelyben a nagyobb hozzáadott értéket termelő ágazatok (pl. járműipar, az elektronika és a gyógyszeripar) kiszorítják a kisebb értéket termelőket.

4.2. Külföldi működőtőke-beruházások

A gazdasági növekedésben meghatározó szerepet játszottak a külföldi működőtőke-befektetések. Ezek kezdetben -a privatizációnak köszönhetően - igen jelentős arányban az iparba áramlottak, azonban fokozatosan nőtt a terciér szektor aránya, amelyek közül kiemelkedő a pénzügyi szolgáltatások, a szállítás, raktározás, távközlés ágazatok aránya Budapesten. A 90-es évek elején az első jelentős beruházások a távközlési szektorban voltak, amely megalapozta és egyben feltétele is volt a multinacionális vállalatok elszaporodásának, ugyanakkor a bevásárlóközpontok és az irodapiac felélénkülésében is jelentős szerepet játszott. A nemzetközi befektetéseket elsősorban az infrastrukturális körülmények, a piac vagy az anyavállalat közelsége és a munkaerő határozta meg. Ezen tőkebefektetéseknek 50- 60%-a kezdettől fogva a budapesti agglomerációba irányult. Itt mutatkozik meg a legjelentősebb különbség a főváros és az agglomeráció között: az előbbibe érkező tőke döntő része a terciér szektorba irányul, míg az utóbbi esetén az iparba, elsősorban a feldolgozóiparba. Míg a 90-es évek fellendülési időszakától kezdve több cég tette K+F tevékenységének egy részét Budapestre (pl. General Electric, az IBM, a Cisco, a SAP, a Siemens, a Knorr-Bremse), addig a 2000-es évek derekán elsősorban szolgáltató- és fejlesztőközpontok jöttek Budapestre. (pl. ExxonMobil, EDS, IBM, Cisco, Morgan Stanley, SAP, Diageo).

4.3. A budapesti agglomeráció

A főváros agglomerációs övezete a rendszerváltás utáni gazdasági fejlődés nyertesének mondható, elsősorban az ide települő zöldmezős beruházásoknak köszönhetően. Ugyanakkor a vállalkozások döntő többsége (külföldi tulajdonú) kis- és középvállalkozás, amelyek jó része a rendszerváltás után alakult.

A mai értelemben vett fővárosi agglomeráció területi lehatárolását (Budapest +80 település) ugyan csak a 2005. évi LXIV. évi törvény szabályozta le, de kialakulása már évtizedekkel korábban megkezdődött. A 90-es években jelentkező szuburbanizációs folyamat megteremtette a helybeli munkaerőt az ide települő vállalatok számára. A fővárosi agglomeráció 6 szektorát (északi, keleti, délkeleti, déli, nyugati, északnyugati) különböztethetjük meg, amelyek gazdaságilag nem homogének. Hasonlóan az országhoz kelet-nyugati differenciálódást láthatunk, a gazdasági folyamatokat befolyásolja továbbá a fővárostól való távolság is. Leginkább az M1-es és M7-es autópályák bevezető szakasza mellett elhelyezkedő települések váltak a vonzókká a befektetők számára, ugyanakkor keleten a 3-as főút közelsége volt a meghatározó. Az M0-ás autópálya mentén pedig elsősorban logisztikai, raktározási tevékenységgel rendelkező cégek települtek.

Az alábbi 4 növekedési pólus jött létre: Budaörs-Törökbálint, Szigetszentmiklós-Dunaharaszti, Dunakeszi-Fót, és Gödöllő térsége. Ugyanakkor a peremterületeken megjelenő nagy gyógyszergyárak, illetve nemzetközi vállalatok pl. a General Electric is jelentős húzóerőt jelentettek a térségnek. (Kovács et al. 2001)

Az agglomerációban előállított termékek jelentős része a fővárosban került értékesítésre, emiatt is fontos a Budapest közelsége és könnyű elérhetősége. Számos cég az iparban (pl. Gödöllő térsége), illetve logisztikai területen működése miatt a nemzetközi forgalomba kapcsolódik. A szolgáltató jelleg a Budaörs-Törökbálint, illetve a vegyes funkciójú vállalkozások Szigetszentmiklós környékén összpontosulnak.

A vizsgált időszak végére már az agglomerációban regisztrált cégek közel 79%-a a szolgáltató ágazatban működött, ami nagyjából hasonló a fővárosi arányokhoz.

A rendszerváltást követően a fővárosi agglomerációba irányuló külföldi tőke-befektetések elsősorban Németországból, az USA-ból, Nagy-Britanniából, illetve Ausztriából érkeztek. A zöldmezős beruházások szintén ezen országokból származtak, és ebben a tekintetben elsősorban a keleti, a nyugati és a déli szektor emelkedett ki. (Pl. Veresegyház, Szada, Gödöllő, Budaörs, Törökbálint, Dunaharaszti)

5. Következtetések és javaslatok

A rendszerváltást követően Budapest gazdasági ereje még tovább nőtt. A gazdaság strukturális átalakulása a terciér szektornak kedvezett a fővárosban, ugyanakkor ipari fejlődést

eredményezett az agglomerációban. Az átalakulást az általam vizsgált időszakban nem kísérte Budapest közlekedésének – a változásokkal lépést tartó - ilyen mértékű fejlesztése. A város fejlődésével párhuzamosan kialakuló hálózati hiányosságok, a hiányzó közlekedési kapcsolatok, több más tényező – pl. magas ingatlanárak, korábbi ipari területek környezeti kártalanításának hatalmas költségei – is hozzájárultak a máig kihasználatlan ipari területek fennmaradásához. Az agglomeráció fejlődése azonban megkövetelte az intermodális csomópontok kialakítását, a (városon belüli, és a városba irányuló) kötőtpályás kapcsolatok kiépítését, amelyekre azonban csak jelentősen megkésve, 15-20 évvel a rendszerváltást követően került sor, köszönhetően az átfogó közlekedésfejlesztési stratégiák kidolgozásának.

Hivatkozott források

Barta, G. – Beluszky, P. (szerk) (1999) Társadalmi-gazdasági átalakulás a budapesti agglomerációban 1. Budapest 1999 Regionális Kutatási Alapítvány

Barta, G. – Czirfusz, M. – Kukely, Gy. (2008) Újraiparosodás a nagyvilágban és Magyarországon. Tér és Társadalom, 22(4), p. 1-20. doi: 10.17649/TET.22.4.1196.

Barta, G (2002): Budapest és az agglomeráció gazdasági szerepkörének átalakulása In. Holló, Sz.- Sipos A. (szerk) Tanulmányok Budapest múltjából XXX. (2002) –Az ötven éves Nagy-Budapest – előzmények és megvalósulás, Budapesti Történeti Múzeum- Budapest Főváros Levéltára, 2002
https://library.hungaricana.hu/hu/view/ORSZ_BPTM_TBM_30/?pg=5&layout=s Elérve: 2019.02.20.

Budapest Statisztikai Évkönyve, 2008 (2009) Budapest, 2009 Központi Statisztikai Hivatal

Beluszky, P. (1992) Budapest és a modernizáció kihívásai. Tér és Társadalom, 6(3-4), p. 15-54. doi: 10.17649/TET.6.3-4.251.

Dr. Báger, G. – Dr. habil Kovács, Á. (2004) Privatizáció Magyarországon. Állami Számvevőszék Fejlesztési és Módszertani Intézet összefoglaló tanulmány

Karsai, G. (1999) A magyar gazdaság folyamatai 1990-1998.. Budapest 1999 Helyzetkép a TEP makro-forgatókönyveihez <http://www.nih.gov.hu/letolt/kutat/tep/karsai.pdf> Elérve: 2019.02.20.

Kiss, É. (1999) Térszerkezeti és funkcionális változások Budapest ipari területein 1989 után. Tér és Társadalom, 13(4), p. 119-134. doi: 10.17649/TET.13.4.546.

Kiss É. (2009) Budapest ipari területei az utóbbi évtizedben. Tér és Társadalom, 23(2), p. 69-85. doi: 10.17649/TET.23.2.1235.

Kovács, Z. – Sági, Zs. - Dövényi Z. (2001) A gazdasági átalakulás földrajzi jellemzői a budapesti agglomerációban. Földrajzi értesítő 2001. L. évf. 1-4. füzet pp. 191-217

Kukely, G. (2006) A nagyvárosok felértékelődése a külföldi működőtőke-beruházások telephelyválasztásában. Tér és Társadalom, 20(4), p. 111-125. doi: 10.17649/TET.20.4.1081.

Kukely, G., – Barta, G., Beluszky, P. és Győri, R. (2006) Barnamezős területek rehabilitációja Budapesten. Tér és Társadalom, 20(1), p. 57-71. doi: 10.17649/TET.20.1.1039.

Lóránt, K. (2018): Mi volt az alternatíva? A privatizációhoz vezető közgazdasági gondolkodás és annak hatása a tényleges eredményekre. Rendszerváltó Archívum 2018/3 p.4-22.

Sági, Z. (2000) A külföldi tőke szerepe a budapesti agglomerációs övezet feldolgozó-ipari térszerkezetének kialakításában. Tér és Társadalom, 14(2-3), p. 73-87. doi: 10.17649/TET.14.2-3.575.

Önbizalom: érzés, vagy az eredményesség mérhető kulcstényezője?

Nyéki Emőke¹

Összefoglalás

A bizalom eredményességre gyakorolt hatását kutatta az az online felmérés, mely részben a Budapest Műszaki Egyetem Gazdálkodás- és Szervezéstudományi Doktori Iskolában történt. Az online felmérés másik fókuszában a magyarországi gazdasági szektor állt. A vizsgált cégek nagy számban alkalmaznak mérnököket, akiknek az önbizalma és másokba vetett bizalma kiemelkedő jelentőségű személyes eredményességük és a szervezet eredményessége szempontjából.

A mérnökhallgatók önbizalmára vonatkozó felmérés eredményei összehasonlításra kerültek a szervezetek vezetőivel végzett online felmérés eredményeivel, rámutatva különbözőségekre, hasonlóságokra, azonos tendenciákra és azokból kerültek megfogalmazásra következtetések.

Kulcsszavak: bizalom, önbizalom, önbecsülés, egyéni eredményesség, szervezeti eredményesség

JEL kód: M59

1. Bevezetés

A kutatásnak három fő fókusza van. Először is megpróbálja megtalálni a mérnökhallgatók önbecsülésének fokozásának lehetőségét. Másrésztől információt ad a munkáltatóknak arról, hogy milyen intellektuális jellemvonásukat és tulajdonságaikat kell erősíteniük gyakorlataik vagy újonnan felvett mérnökeik vonatkozásában. Harmadsorban a nemzetközi trendek figyelembevételével keresi a választ arra a kérdésre, hogy az egyetemek várhatóan hogyan kell, hogy megújítsák az élethosszig tanulásra vonatkozó stratégiájukat ebben a tekintetben.

2. Irodalmi áttekintés

A bizalom a társadalmi tőke alapvető eleme – kulcsfontosságú szerepet tölt be fenntartható jólét eredményeinek elérésében, beleértve a gazdasági fejlődést, ahol tulajdonképpen minden kereskedelmi tranzakciónak önmagában van egy bizalmi eleme, nagy valószínűséggel az adott időszakban végzett tranzakció. (Ortiz-Ospina és Max Roser (2016) Arrow (1972))

¹ PhD hallgató, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem Gazdálkodás- és Szervezéstudományi Doktori Iskola, Budapest; emokenyeki@t-online.hu

Mivel a bizalom önmagában nem mérhető, viselkedésgyakoriság mérésével vagy egyéni meggyőződésre, attitűdre vonatkozó kérdésekre adott válaszok elemzésével válik összehasonlíthatóvá a megléte. A bizalom mérésére ezért leggyakoribb adatforrásként az attitűd felmérésére szolgáló kérdések szolgálnak. Azonban a tudományos tanulmányok eredményei azt mutatják, hogy ezek a mérési eredmények általában kevésbé jelzik előre a tényleges bizalmat erősítő viselkedést. Érdekes módon azonban a bizalomhoz való hozzáállással kapcsolatos kérdések mégis megjósolják a megbízhatóságot. Más szóval, az emberek, akik azt mondják, hogy más emberekben bíznak, általában maguk is megbízhatóak. (Jones E. 2013)

Az OECD, a Gazdasági Együttműködési és Fejlesztési Szervezet, a Svájci Szövetségi Statisztikai Hivatal és az Egyesült Államok Oktatási Minisztériuma, illetve az USA Oktatásstatisztikai Központja közreműködésével 1997-ben kezdett a Kompetenciák meghatározása és kiválasztása: elméleti és fogalmi alapok című projekt kidolgozásába. A munkában nemzetközi szakértők vettek részt, elemzéseiket kötetbe rendezték, és az összeállítást egyidejűleg megjelentették Kanadában, Németországban, Svájcban és az Amerikai Egyesült Államokban.

A kötet többféle szempontból és megközelítésből vizsgálja a kompetenciákat. A kompetenciafogalom elméleti megközelítése beszél általános megismerő kompetenciákról, mint intellektuális képességekről; speciális kognitív kompetenciákról, melyek megléte egyedi tevékenység végzésére ad lehetőséget, mint például autóvezetés. Ugyanakkor a többféle szempont és elmélet szerinti megközelítés közül az egyik a cselekvési kompetenciák szerinti besorolás, melyek egyben a sikeres teljesítmény pszichológiai feltételei is. A cselekvési kompetenciák alkotóelemei az általános problémamegoldó képesség, a kritikai gondolkodás képessége, az adott helyzetre jellemző általános és specifikus ismeretek birtoklása, reális és pozitív önbizalom és a szociális kompetenciák, melyek gyakran az iskolai oktatás kimenetei, azonban nem csak a formális oktatásban érvényesülnek, de a mindennapi életben is jelentőséggel bírnak. A tanulmány tárgya szempontjából fontos látni, hogy az elméleti megközelítés az önbizalmat a cselekvési kompetenciák alkotóelemei közé sorolja, mely a munkavégzés és a magánélet különböző területein is meghatározzák és befolyásolják cselekedeteinket. Ez az elméleti megközelítés is bizonyítja, hogy a bizalom nem pusztán egy érzés, sokkal inkább egy mérhető, viselkedésgyakorisággal kimutatható kompetencia, mely alapvetően befolyásolja az eredményességet a munka és a magánélet különböző területein.

A CERI (Centre of Educational Research and Innovation) kutatásainak középpontjában az oktatás áll. A jövő iskoláihoz és egyetemeihez fűződő közvetett és közvetlen kérdésekre keresi a választ akár több éven át tartó, átfogó vizsgálataival.

A „Tanulástudományok és agy kutatás” című OECD és CERI együttműködésével született projekt célja az volt, hogy ösztönözze egyrészt a tanulástudományok és az agy kutatás, másrészt pedig a kutatók és az oktatáspolitikai közötti együttműködést.

Több kutatóintézettel való megállapodást követően három konferencia került megrendezésre, melyek témája a „korai tanulás”, a „fiatalkori tanulás” és a „felnőttkori tanulás” volt. A három konferencia tudásanyagából érdemes kiemelni és értelmezni a jelen tanulmány témájához illeszkedő megállapításokat.

Az OECD 2002-ben megjelent kiadványa (Towards a New Learning Science OECD 2002) megállapítja, hogy „a sikeres tanulás akkor valószínű, ha a tanuló (a) nagyfokú önbizalommal és megfelelő önbecsüléssel rendelkezik, (b) erősen motivált a tanulásra és (c) tanulási környezetét „nagyfokú kihívás” és „alacsony fenyegetettség” jellemzi.

A tanulás kudarcot vall, amikor a mindössze négy akadályból egy (vagy több) meggátolja a siker elérését. A négy tanulási akadály (I) az önbizalom és az önbecsülés hiánya (a jóérzés tényező); (II) gyenge motiváció (nem „igazán akar” tanulni); (III) valós (vagy vélt) hiányos képesség („Túl nehéz” vagy „Nem vagyok képes rá”); (IV) a tanulási lehetőségek hiánya.

A kiadvány az oktatók széles táborának meglátására hivatkozva megállapítja, hogy a tanulók számára jelentkező elsődleges problémát az önbizalom és a motiváció képezi. Az önbizalom és az önbecsülés szükséges, de nem elégséges feltétele a motivációnak (az igazán tanulni akarásnak) – szögezi le a publikáció.

Mindezzel egyidőben az OECD 2002-ben kezdte vizsgálni nyolc ország jó példáit (Anglia, Ausztrália, Dánia, Finnország, Kanada, Olaszország, Skócia és Új-Zéland) a középfokú oktatásban eredményesnek bizonyuló tanulófejlesztő módszerek vonatkozásában. A vizsgálat eredményét a különböző nyelveken született szakirodalmakkal és szakpolitikai környezettel összekapcsolva készített egy tanulmányt, mely 2005-ben került kiadásra több nyelven. A Janet Looney (Dylian Wiliam, King’s College, London) által írt fejezetben használja a „metakogníció” kifejezést, mely szerint a tanuló tisztában van azzal, hogyan gondol végig és hogyan sajátít el tananyagot. A tanuló, aki rendelkezik ezzel a képességgel, jobban tud célokat kijelölni, saját tanulási stratégiáját tudatosabban képes kialakítani. Ezt támasztják alá a PISA 2000-ben készített felmérési eredményei is, melynek egyik legfontosabb konklúziója az volt, hogy motiváció és önbizalom hiányában a tanulók valószínűleg nem képesek ilyen szabályozó stratégiák kialakítására.

Az OECD által kiadott 2005-ös Formative Assessment Improving Learning in Secondary Classrooms című tanulmányában több iskola tanárai beszámoltak arról, hogy a kooperatív tanulás, a kis csoportokban való egymástól tanulás, önértékelés és egymásnak adott visszajelzés nem csak a tanulás hatékonyságát növeli, de elősegíti az önbizalom fejlődését is.

Az önbizalom megléte, mely reális és egészséges énképből táplálkozik, alapvető feltétele az eredményességnek és a további fejlődésnek. Ha valaki fejlődni szeretne, változtatni szeretne bizonyos mértékben önmagán, pontosan tisztában kell lennie azzal, hogy milyen értékei vannak, mi az, amit meg szeretne tartani önmagából. (Kálmán A. 2009) A tanulásnak és

fejlődésnek ez a folyamata nem pusztán fiatal felnőttkorban megy végbe, vezetői pozícióban lévő felnőtteknél és elismert szakembereknél éppúgy megfigyelhető, ahogyan a Professional Fellows Programot – Szakmai Ösztöndíj Programot, amely a Weatherhead School of Management egy vezető oktatási programja - elvégző négy osztályt vizsgáló tanulmány is vizsgálta. Éppen ezért releváns és fontos a felsőoktatási tanulmányokat végző hallgatók és a felnőtt munkavállalók körében egyaránt vizsgálni az önbizalom meglétét, mint a tanulás, a fejlődés és az eredményesség kulcstényezőjét.

3. Anyag és módszer

A vizsgálat aktualitását a PIAAC (Programme for the International Assessment of Adult Competencies), - felnőttekre is kiterjesztett OECD kompetencia felmérés (OECD 2013) - eredménye generálta, miszerint minél magasabban képzett és minél inkább értékes munkaerő-piaci kompetenciákkal rendelkezik egy felnőtt, annál nagyobb arányban talál elvárásainak megfelelő állást. Ugyanakkor kimutatható, hogy a magasabb készség szint nem pusztán a munkaerő-piaci esélyeket növeli, de kedvezően hat az egészségi állapotra és az önbizalomra, illetve a mások iránti bizalom mértékére is. Ez az önbizalom elengedhetetlenül szükséges a XXI. századi tudásalapú társadalom elvárásainak megfelelő, és naprakész tudás megszerzéséhez, az élethosszig tartó tanulás (LLL) gyakorlatához és gyakorlásához. Csak az képes tudását tudatosan élethosszig bővíteni, kompetenciáit fejleszteni, aki egészséges énképből eredő önértékeléssel és önbecsüléssel rendelkezik. A saját belső szükségletből eredő új ismeretek beazonosításához, majd elsajátításához az önbizalom ad erőt, hitet és szorgalmat életkortól függetlenül, majd az így bővített tudás tovább erősíti az önbizalmat –, ahogyan azt a korábban hivatkozott PIAAC felnőttek körében végzett kompetencia felmérési eredmény is igazolja.

Az oktatásnak a munkaerőpiac elvárásainak megfelelő felkészültséggel és kompetenciákkal rendelkező hallgatókat kell tudnia képezni a tanulmányi idő alatt.

A munkaerőpiac a XXI. században komoly kihívások elé állítja a felsőoktatást éppúgy, mint a friss diplomás hallgatókat. Számptalan elvárt kompetenciát határoznak meg a munkaadók elvárásaként, melyek közül a kreativitás, az innováció és a vállalkozókészség kulcskompetencia a legtöbb szakmai területen. Különösképpen igaz ez a mérnök szakmára a XXI. századi felgyorsult technikai és technológiai fejlődés velejárójaként, ami a mérnökképzés számára jelent megoldandó feladatot.

A korrelációs kutatás célja, hogy bemutassa egy pilot felmérés alapján a mérnökhallgatók saját készségeinek és eredményeinek önértékelését, mint önbizalmuk kulcstényezőit, összevetve ezeket a mérési eredményeket az üzleti szektor felsővezetőinek eredményeivel. A felmérés fókuszában a munkaerőpiac által elvárt kulcskompetenciák egyik alapvető feltétele, az önbizalom megléte áll.

A kutatás hipotézise, hogy a munkaerőpiacra készülő mérnökhallgatók nincsenek tisztában saját képességeikkel, önbizalmuk fejlesztésre szorul. A téma jelentőségét az adja, hogy a magasabb önbizalommal rendelkezők eredményesebbek és tudatosabban képesek megtervezni szakmai céljaikat, illetve karrierjüket. A tanulmányok, szabadon választható tantárgyak és fejlesztendő kompetenciáik tudatos megtervezéséhez a hosszú távú célok megléte fontos. Ehhez reális énképpel és önértékeléssel, eredményként pedig egészséges önbizalommal kell rendelkezniük a hallgatóknak.

A kutatás az önbizalmat mérhetővé téve kvantitatív kutatási módszerrel, egy nemzetközi kutatás primer vizsgálataként, standardizált kérdőívvel gyűjtött adatokat a kitöltőktől, a hallgatók körében anonim módon. A kitöltők BME Gazdálkodás- és Társadalomtudományi Karának mérnökhallgatói, akik különböző szakokról jelentkeztek Tanulás és életpálya c. választható tantárgyra. A kiválasztáskor a különböző mérnöki szakok elérése volt a cél és abból a feltételezésből indult ki, hogy a tantárgyat felvevő hallgatók érdeklődnek a tanulás, mint tevékenység és az életpálya alakulása közötti kölcsönhatásra.

A kérdőíves adatgyűjtés két egymást követő félévben történt.

Az önbizalomra vonatkozó kérdéseken kívül a hallgatók saját kompetenciáik fejlesztésére vonatkozó igényeiket és az oktatás módszertanával kapcsolatos elvárásaikat felmérő kérdésekre is válaszoltak. A kompetenciafejlesztésre vonatkozóan alternatív zárt kérdések szerepeltek az online kérdőívben, választható priorizálható válaszokkal, illetve nyitott kérdésekre kellett válaszolniuk a kitöltőknek.

A kiválasztott felnőtt válaszadók mindannyian Magyarországon, a versenyszférában működő, jellemzően nemzetközi cégek első számú vezetői. Az online felmérési adataikból a saját képességeikre és az eredményeikre vonatkozó véleményük kerültek összehasonlításra a felsőoktatási hallgatók adataival. A vizsgálat abból a feltételezésből indult ki, hogy a vizsgált személyek az általuk vezetett szervezet hierarchiájának csúcsán vannak, pozíciójuk alapján akár őket tekinthetnénk a legeredményesebbnek, énképük, önértékelésük és önbizalmuk nekik a legmagasabb.

A felmérési eredményeket és az összehasonlító elemzést egyrészt az érintett hallgatók ismerték meg az üzleti életből származó összehasonlító adatokkal együtt és közösen értékelték azokat az oktatóval tantárgyi óra keretén belül. Másrészt az üzleti élet szereplőivel, mint a munkáltatók vezetőivel kerülnek megosztásra előadások formájában és vezetőképzés részeként annak érdekében, hogy a friss diplomások integrációjáért felelős vezetők lássák saját feladatukat és felelősségüket az elvárásaiknak megfelelő fiatal munkaerő fejlesztése során. Nem utolsósorban a felsőoktatás számára kíván kulcsüzeneteket megfogalmazni a tanulmány.

4. Eredmények – Mérnökhallgatók önértékelése és önbizalma

A tanulmány témájához kapcsolódó kérdőíves felmérés során a felhasznált kérdőív kérdései megegyeztek a New York-i tőzsdén bejegyzett globális felnőttképzési intézmény, a FranklinCovey saját online felmérésének kérdéseivel annak érdekében, hogy a hallgatók adatai a munkaerőpiac aktív szereplőinek adataival összehasonlíthatók legyenek.

A mérnökhallgatók válaszaik alapján mért önbizalom értékek két egymást követő félévben felvett adatok alapján 68,67% és 68,33%. A kérdésekre 1-5-ig tartó skálán adott válaszok szórása is minimálisan tér el, 0,62 a legalacsonyabb szórásérték, míg 1,16 a legmagasabb a 12 kérdés vonatkozásában. Az összehasonlító adatként szolgáló, önbizalomra vonatkozó felsővezetői válaszok átlagértéke 90,90%.

A kapott eredmények érthetőek, ha figyelembe vesszük, hogy a felsővezetők elért eredményei, megélt tapasztalatai erősítik önbizalmukat, míg a munkaerőpiaci tapasztalatokkal még nem – vagy alig – rendelkező hallgatók önbizalma alacsonyabb az első számú vezetők értékeinél.

Ugyanakkor a kérdésekre adott válaszok tendenciáit vizsgálva azonos tendencia látható a felsővezetők és a hallgatók válaszaiban a képességeik és eredményeik megítélésében. A felsővezetők a saját képességeiket átlagosan 89,6%-ra értékelték szemben az eredményeik megítélésével, amely 95,4%. A hallgatók esetében hasonló tendencia figyelhető meg: képességeiket 62,7%-ra illetve 62,4%-ra értékelték, míg eredményeiket 75,0%-ra és 71,4%-ra. A kapott adatok tükrében és a személyes interjúk során elhangzott információk alapján a felnőtt munkavállalók és a hallgatók is a számokkal mért eredményeiket (pl. tervszámok, elért célok, illetve érdemjegyek) könnyen és reálisan tudják értelmezni. Képességeik megítélése azonban szubjektív, sem a felsővezetők, sem a hallgatók nem kapnak – vagy csak nagyon ritkán – visszajelzést képességeikre.

Az eredmények megosztásakor az érintettek arra a kérdésre, hogy alacsonyabb szintű képességekkel vajon hogyan lehetnek eredményesek, nem tudtak válaszolni. Az eredmények és a tendenciák meglepőek voltak számukra és elgondolkodtatták őket meglévő készségeik megítéléséről.

5. Következtetések és javaslatok

Az OECD vizsgálatok és a pedagógia szakma különböző vizsgálatai kiemelik az önbizalom jelentőségét a tanulás eredményességének vonatkozásában. A felsőoktatás már 12 éve tanuló hallgatókkal tud elkezdni dolgozni, akiknek már van tanulási tapasztalatuk, többé vagy kevésbé jó énképük és önbecsülésük, illetve a saját jövőjükre vonatkozóan vagy van elképzelésük, vagy az egyetemi évektől várják annak megszületését.

A mérnökképzés ezekkel a kihívásokkal szembe nézve és a munkaerőpiaci elvárásoknak legteljesebb mértékben eleget téve próbálja a legjobb képzési tartalmat és módszertant összeállítani. Jelen tanulmány ehhez kíván hozzájárulni a témához kapcsolódó kutatások összefoglalásával - a teljesség igénye nélkül -, illetve a konkrét felmérési eredmények bemutatásával.

Megállapítható, hogy az egyetemi képzés során az elméleti oktatás mellett egyre nagyobb szerepet kell, hogy kapjanak a kiscsoportos munkák, projectfeladatok, közös kutatómunkák. Ezeknek a közös munkáknak részeként a hallgatók a lehető legtöbb visszajelzést kell, hogy kapjanak oktatóiktól és egymástól, nem csak az eredményeikre és fejlődési lehetőségeikre, de meglévő képességeikre is, különös hangsúllyal. Ez nem csak önértékelésüket fejleszti, nem csak meglévő erősségeik és fejlesztendő kompetenciáik tudatosítását segíti, de a visszajelzés adás és fogadás képességét is erősíti, amely a munka világában az egyik legértékesebb képességüké fog válni.

Hivatkozott források

Arrow, K. J. (1972). Gifts and exchanges. *Philosophy & Public Affairs*, 343-362.

Centre of Educational Research and Innovation Internetes forrás Online: <http://www.oecd.org/education/ceri/brochure.pdf> Elérve: 2019. február 17.

Defining and Selecting Key Competencies. Edited by Dominique Simone Rychen, Laura Hersch Salganik, 2001. Hogrefe and Huber Publishers (Seattle, Toronto, Bern, Göttingen).

Esteban Ortiz-Ospina and Max Roser (2016) Internetes forrás Online: <https://ourworldindata.org/trust> Elérve: 2019. február 17.

OECD (2005) *Formative Assessment Improving Learning in Secondary Classrooms* ISBN: 9789264007413 (PDF)

Jones, Elspeth (2013). Internationalization and employability: The role of intercultural experiences in the development of transferable skills. *Public Money and Management*, Vol 33, No 2, pp 95-104

Kálmán Anikó: *Az oktatástól az önálló tanuláshoz* 2009

OECD (2002) *Understanding the Brain: Towards a New Learning Science* ISBN: 9789264174986

OECD (2013) *Skilled for life? Key Findings from the Survey of Adult Skills* Online: http://www.oecd.org/skills/piaac/SkillsOutlook_2013_ebook.pdf Elérve: 2019. február 17.

Térségi kapcsolatok változásai – helyi válaszok

Nyíró András¹

Összefoglalás

Szubjektív tapasztalatom, hogy a dorogi medencében, a bányász hagyományok nem csak az idősek, a nyugdíjas bányászok körében élnek, hanem áttételesen, attitűd szinten a gyerekeikben, unokáikban is. Az erős közösségi élet, a települések iránti elkötelezettség, az önkéntes munkák, adakozások, szolidaritás olyan értékek, amik a korábbi bányász világban születtek meg.

A megyei identitás programok kidolgozásánál éppen ezért nem egyszerűen a bányatörténeti emlékekre kell helyeznünk a hangsúlyt, hanem ezeknek az általánosabb értékeknek a felmutatására, erősítésére. A bányászok gyerekei, unokái számára ma kézzelfogható és identitást erősítő érték az, amit a szüleiktől, nagyszüleiktől örököltek.

Ezek az értékek azért is maradhattak erősek, mert a bánya bezárása nem járt együtt olyan méretű megrázkódtatással, mint például Salgótarjánban, vagy Kelet-Szlovákiában. Sok példát ismerünk arra, hogy az egykori bányaterületek a termelés beszüntetése után társadalmi katasztrófához vezettek.

Kulcsszavak: Térségi kapcsolatok, úthálózat, településfejlesztés, településtörténet, vidékfejlesztés

JEL kód: 015

1. Bevezetés

Dorogon és térségében is hagyott nyomot a bánya bezárása, de a gazdasági szerkezetváltozás hosszan elnyúló, tervezett folyamat volt az 1970-es évektől egészen az utolsó akna bezárásáig, 2002-ig. Az alábbiakban ennek a folyamatnak a társadalmi-gazdasági környezetét mutatom be.

Külön vizsgálom Keszthely helyzetét, mert jól mutatja, hogy nem csak a városban, hanem az agglomerációban is voltak olyan technikák, folyamatok, amik csillapították a bányászat bezárásából következő stresszt, és ezáltal lehetővé tették, hogy a bányászat ma is a helyi identitás meghatározó pillére legyen.

¹ PhD hallgató, Szent István Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar, Enyedi György Regionális Tudományok Doktori Iskola, Gödöllő; andras.nyiro@gmail.com

2. Irodalmi áttekintés

Esztergom környékének térségi kapcsolatairól a mai napig az egyik legalaposabb átfogó történeti elemzése a közel hatvan évvel ezelőtt publikált tanulmány: Esztergom, a dorogi iparvidék városa (Lettrich, Esztergom, a dorogi iparvidék városa, 1964). A szerző bemutatja a város központi szerepét, a királyi székhelyből és a kereskedővárosi funkcióból fakadó országos súlyát. A tatárjárás után azonban a királyi udvar elköltözött Esztergomból, és így a város fokozatosan elvesztette országos közigazgatási és később nemzetközi kereskedelmi központ jellegét is. A török hódítás után Esztergom fejlődését az határozta meg, hogy a katolikus egyház központja volt. Az egyház akadályozta a polgári fejlődést, az esztergomi kereskedelem, ipar és közlekedés fejlesztését. Ennek eredménye volt, hogy 1850-ben nem Esztergomon, hanem Párkányon keresztül vezették a Pest-Pozsony vasút vonalát, és 1895-ben, a Budapest-Dorog vasútvonal kiépítésekor is csak egy szárnyvonal vezetett Esztergomhoz.

Ezt a gondolatmenetet viszi tovább napjainkban a beszédes című „Esztergom- egy sikertelen kisváros?” című tanulmány. (Pirisi & Lovász, 2017) A szerzők azt mutatják be, hogy bár a város és környéke a rendszerváltás után az ország legdinamikusabban fejlődő térségei közé tartozik, a település lakói sikertelennek, elmaradottnak ítélik meg a települést.

A közösségi öntudat jelentőségét emelte ki a Keszölcön rendezett Magyar Falvak konferencián¹ Tóth Tamás: „Erős és öntudatos közösségekre van szükség. A közös értékek mentén kovácsolódó közösségek nélkül nincs egészséges, jól fejlődő település.” (Tóth, 2018.11.15)

3. Anyag és módszer

A dolgozathoz a történeti szakirodalmat dolgoztam fel, elsődleges forrásokkal együtt. Ebben segítségemre volt, hogy konzultálhattam a térség iparfejlesztésének résztvevőivel is. A dorogi szénbányászat rendszerváltás környéki történetét még nem dolgozták fel részletesen, csak az egykori bányavezetők emlékiratai, visszaemlékezései, szakmai indíttatású összefoglalói állnak rendelkezésre. Ezekből a termelési adatok elérhetőek, és mutatják a bánya problémáit a rendszerváltás környékén.

A korabeli megyei és országos sajtó cikkeit is áttanulmányoztam a Hungaricana adatbázisának segítségével, valamint a YouTube-on található interjúkat, archív filmeket is elemeztem. Arra is lehetőségem volt, hogy a hetvenes-nyolcvanas években meghatározó térségi erővé váló Jószerencsét tsz két egykori vezetőjével interjúkat készítsek. A településeket összekötő utak történetéhez tanulmányoztam az érintett önkormányzatok képviselő-testületi jegyzőkönyveit is. Végül sok segítséget adtak a korszakban készült térképek, légi felvételek.

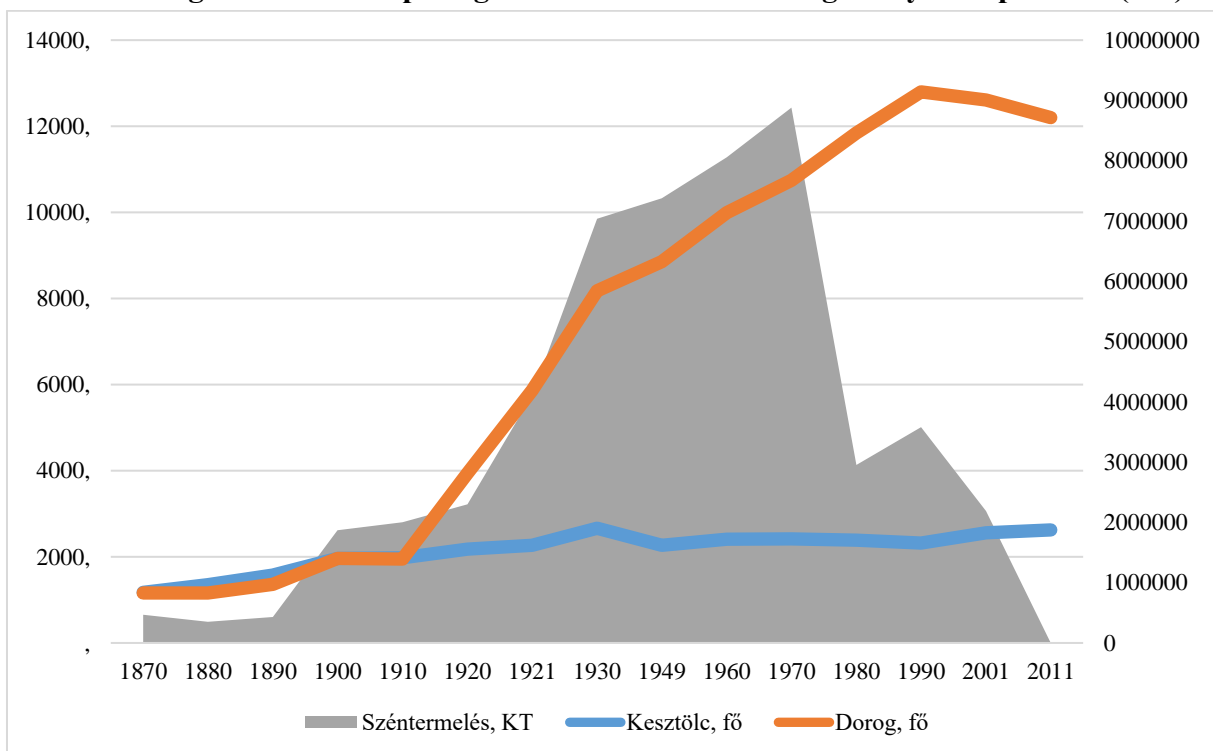
¹ A konferencián egyetemi oktatók, döntéshozók és informatikai cégek képviselői, valamint az EU Smart Village program előkészítői mutatták be a szociális innováció új lehetőségeit. (Tóth, 2018.11.15)

3.1. A szén

Dorog gazdaságának alapja a XIX. század közepétől a szénbányászat volt. A bánya volt a falu legnagyobb munkáltatója. A vasutat 1895-ben építették ki, ezután a szénmedence a gyorsan iparosodó Budapest energiaigényét elégítette ki. A szén volt az egyetlen és legfontosabb motorja a fejlődésnek. (Lettrich , Esztergom, a dorogi iparvidék városa, 1964)

A dorogi széntermelés adatainak trendjét (1. ábra) vizsgálva láthatjuk, hogy a bányászat fellendülése az 1890-es években kezdődött, és az 1930-as évekig tíz évente megduplázták a termelést. A háború után már visszafogottabb ütemben, de tovább növelték a kibányászott szén mennyiségét. (Martényi, Vadász, & Sziklai, 137. évfolyam, 1. szám)

1. ábra. Dorog és Kesztlőc népességének alakulása és a dorogi bányák kapacitása (KT)



Forrás: (KSH, 2011), (Martényi, Vadász, & Sziklai, 137. évfolyam, 1. szám)

A bányászok az 1960-as évek végén már tisztában voltak azzal, hogy a szénkészlet kimerülőben van, ezért nyitották meg 1972-ben Kesztlőcön a Lencsehegyi bányát. (Radovics, 2018) Ennek a termelése még kisebb növekedéshez vezetett a rendszerváltás idején, de 2003-ban be kellett zárni az utolsó aknát is. A dorogi szénmedence készletei kimerültek.

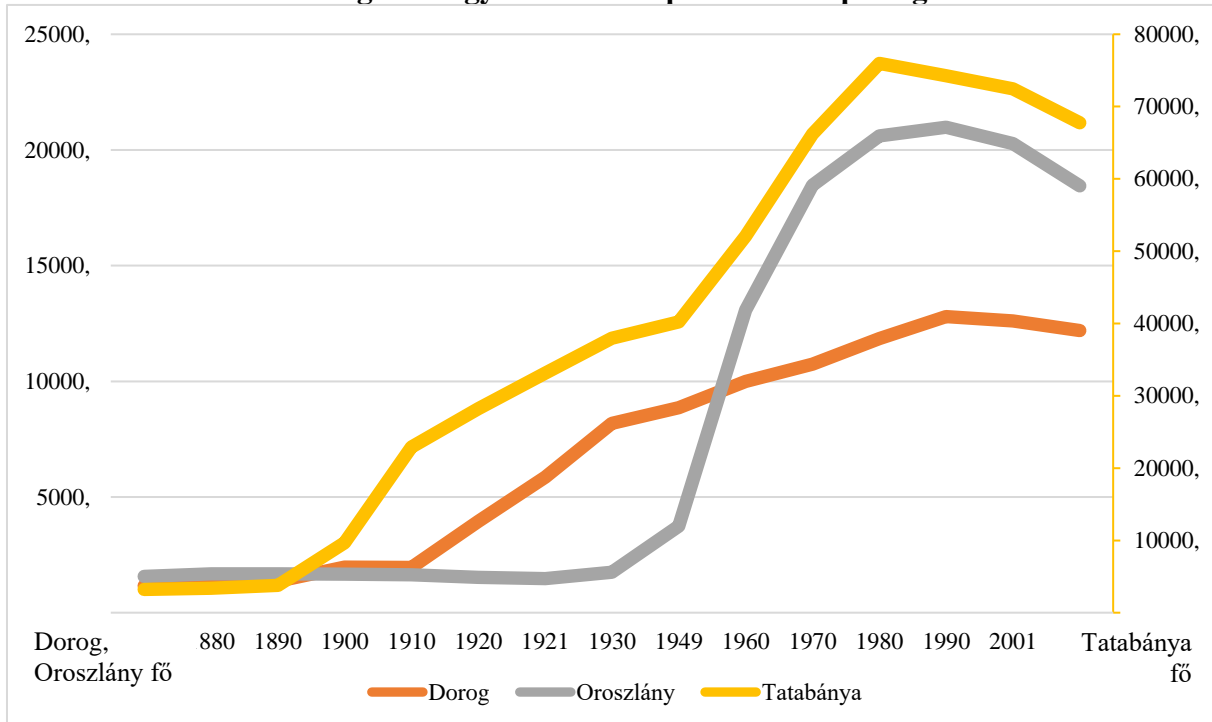
3.2. Dorog

Schmidt Sándor, a dorogi bánya főmérnöke, a város és a térség koncepciózus fejlesztője (Kovács, 2003) az 1910-es évek elejétől tudatosan készült a bánya munkaerőigényének kielégítésére. A kor színvonalához képest korszerű lakhatást, szociális és egészségügyi szolgáltatásokat kínált az ideköltözőknek. A lakosság számának növekedése meghaladta a

kitermelt szén mennyiségének növekedési ütemét. 1930-ban már négyszer annyian laktak Dorogon, mint 1910-ben.

Dorogon az 1970-es évekre nyilvánvaló lett, hogy a szénkészletek kifogyóban vannak. Dorogot ugyan 1983-ban várossá nyilvánították, de kimaradt abból az erőltetett városfejlesztési kampányból, aminek a részeként a meghatározó bányászvárosainkat, Salgótarját, Várpalotát és Oroszlányt felduzzasztották. (2. grafikon)

2. ábra. Komárom-Esztergom megye három településének népessége



Forrás: (KSH, 2011)

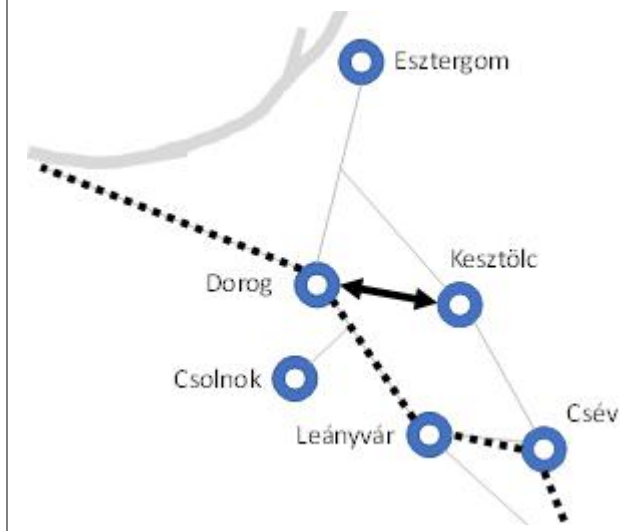
A hetvenes évektől Dorogon megkezdődött a helyi gazdaság diverzifikálása, a szénbányászat mellett komoly ipar épült ki. 1967-ben a Kőbányai Gyógyszergyár gyártóegységét, 1968-ban a budapesti Fémmunkás Vállalat gyártásának egy részét, 1974-ben a Hungaroton Hanglemezgyárat telepítették Dorogra. 1984-ben hozták létre a Dorogi Hulladékégetőt Dorogon. 1999 és 2014 között a városban működött a Sanyo napelemgyára. A bányát 2003-ban zárták be, de a több lábón állásnak köszönhetően a város elkerülhette a súlyosabb depressziót. (Solymár & Kovács, 2008) Tatabánya és Oroszlány példáján látjuk, hogy az elkésett szerkezetváltás komoly következményekkel jár a két település népességmegtartó erejére is.

3.3. Kesztlőc

Dorog és Kesztlőc hasonló méretű kis falu volt a XIX. század elején. Dorogot svábok, Kesztlőcöt szlovákok telepítették be. A legnagyobb különbség az volt, hogy Dorog a Pestet Béccsel összekötő út mellett feküdt, és a postakocsi forgalom kiépülésekor saját postaállomása volt. Kesztlőcnek nem volt közvetlen kapcsolata a bécsi úttal. Az azzal párhuzamos Esztergom-Kesztlőc-Piliscsév-Leányvár út mellett feküdt. A XIX. század végén a rendszeres

postaszolgálat kialakulásával a postás egy kis ösvényen gyalog jutott el Dorogról Kesztlőre. (Nyíró, 2019)

3. ábra. Szaggatott vonallal jelöltem a vasútvonalat, vastag nyíllal a Kesztlő-Dorog gyalogutat, halvány vonallal a kocsíutakat.

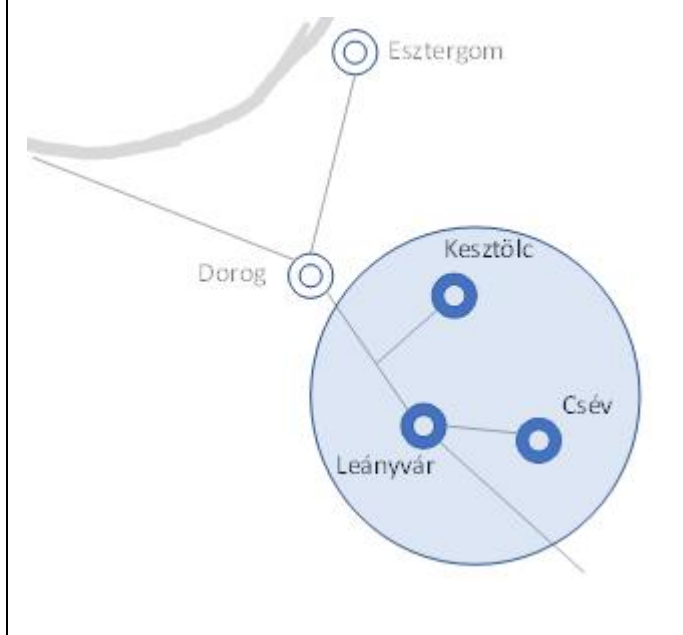


Kesztlő a XIX. század végén az esztergomi érsekség politikáját követve igyekezett kimaradni a vasúti fejlesztésekből és a bányászatból is. A kesztölci gazdák nem adták el földjeiket a vasúttársaságnak, így Kesztlőn a mai napig nincs vasútállomás. A bányakutatásokat 1895-ben erővel akadályozták meg. Ugyanebben az időben a filoxéra kipusztította a kesztölciek fő megélhetési forrását, a szőlőt. Ezért a kesztölci férfiak a XX. század elejétől a dorogi bányában kerestek munkát. Az 1930-as években már naponta 550 kesztölci tette meg a Dorogra vezető kis gyalogúton az 5 km-es távolságot a munkába, és vissza. (Radovics, 2018)

Kesztlőccel ellentétben Csolnoknak jobb közlekedési összeköttetése volt Doroghoz. Csolnok az 1900-as évek elején hasonló méretű volt, mint Kesztlő. Csolnoknak volt közvetlen kapcsolata a bécsi úttal, és a két világháború között kiépült a személyszállításra is alkalmas homokvasút. (Molnár, 2015) Csolnok lakossága megduplázódott 1910 és 1960 között, Kesztlő elzártsága miatt nem lett Dorog agglomerációs települése.

A második világháború után Kesztlő Esztergomtól Dorog vonzáskörzetébe került. Kesztlő és a 10-es út között 1943-ban a Darányi-terv hadiberuházási hullámában építettek bekötőutat, és 1948-tól megindultak a rendszeres buszjáratok Kesztlő és Dorog között, nem kellett többé napi két órát gyalogolni a bányába és vissza. 1956 után Esztergom-Táborban szovjet laktanyát alakítottak ki, és ezért lezárták az Esztergom-Kesztlő utat. A dorogi széntermelés azonban az 1960-as évek második felében már kifulladásban volt, és Kesztlő bizonyos mértékben függetlenedett a dorogi bányától.

4. ábra Kesztlőc, Leányvár és Csév országúti összeköttetései az 1960-as években



A gazdasági liberalizációval lehetővé vált, hogy a rossz körülmények között gazdálkodó tsz-ek melléküzemágakat hozzanak létre. Kesztlőc, Leányvár és Piliscsév egyesített termelészövetkezete bőséges olcsó munkaerőt biztosított az ipari segédmunkákhoz. A tsz fiatal, ambiciózus vezetői bedolgozói összeszerelői munkákat hoztak Budapestről a térségbe. Ebből nőtt ki az 1980-as években országos hírnévre jutott kesztölci tapéta. A dorogi iparvidéken a nehézipar mellett nem alakult ki jelentősebb könnyűipar, így a nőknek kevés munkalehetőséget tudtak biztosítani. A tsz lekötötte ezeket az erőket, és stabil bevételhez

juttatta a családokat. (Nyíró, 2019)

A rendszerváltás idején bezárt a dorogi bánya és feloszlott a kesztölci tsz is. A térségre jellemző több lábón állás miatt azonban Dorog és Kesztlőc társadalma is rugalmasan reagált a változásokra.

4. Következtetések és javaslatok

A szénvagyon kimerülésével a szakemberek időben számoltak, felkészültek a gazdaság szerkezetváltásának végrehajtására. A Dorogra telepített vegyipar, a környékbeli könnyűipari bedolgozói ipar, valamint az esztergomi iparvidék megerősödése a rendszerváltás után felszívta a munkaerőtartalékot. Így a bányászat ma már nem társul erős negatív konnotációkkal, és alkalmas arra, hogy a helyi identitás egyik pillére legyen.

Ugyanakkor a fiatalok számára a bányász örökség tárgyi emlékei mellett elsősorban arra érdemes építeni a helyi identitás fogalmát, hogy a bányászoktól megtanultuk, hogy kell összefogni.

Hivatkozott források

Kovács, L. (2003. 6). A művészetpártoló Schmidt Sándor. *Új Forrás*.

KSH. (2011). *Népszámlálási adatok 2011-es településszerkezetben járással*. Forrás: TEIR.hu: <https://www.teir.hu/>

- Lettrich, E. (1964). *Esztergom, a dorogi iparvidék városa*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Lettrich, E. (1964). *Esztergom, a dorogi iparvidék városa*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Martényi, Á., Vadász, E., & Sziklai, E. (137. évfolyam, 1. szám). Volt egyszer egy Dorogi Szénbányák. *Bányászati és Kohászati Lapok*, 13-17.
- Molnár, M. (2015. 5 31). *Az utolsó felsővezeték kisvasút*. Forrás: Iho.hu: <http://iho.hu/hir/az-utolso-felsovezetekes-kisvasut-150531>
- Nyíró, A. (2019). *Helyi reakciók a térségi kapcsolatok változásaira: Keszölc a XX. század második felében*. Keszölc: Kézirat.
- Nyíró, A. (2019). *Helyi reakciók a térségi kapcsolatok változásaira: Keszölc az Árpád-kortól a II. világháborúig*. Keszölc: Kézirat.
- Pirisi, G., & Lovász, V. (2017). Esztergom - egy sikertelen kisváros? *Területfejlesztés és Innováció*, 17-28.
- Radovics, I. (2018). *Keszölc története*. (A. Nyíró, Szerk.) Keszölc: Virágzó Keszölc Egyesület. Letöltés dátuma: 2017. 11 13, forrás: http://www.sulinet.hu/oroksegtar/data/magyarorszagi_nemzetisegek/szlovakok/kesztolc/kesztolc_tortenete/pages/001_kesztolc_tortenete.htm
- Solymár, J., & Kovács, L. (2008). *Dorogi lexikon*. Dorog: Dorog Város Önkormányzata, Dorog Város Barátainak Egyesülete.
- Tóth, T. (2018.11.15). *A vidékbiztonság dimenziói*. Keszölc.

Az etikátlan értékesítési módszerek és az általuk leromlott vállalati image jelenségének vizsgálata a szlovákiai Facebook felhasználók körében

Parádiová Mária¹ –Józsa László²

Összefoglalás

A 21. században napjainkban mindennapos az internet használat, a technika fejlődésének köszönhetően megjelentek a különböző közösségi oldalak és applikációk, amelynek köszönhetően egy termék népszerűsítése már csupán egy két gombnyomásból áll és több száz vagy több ezer vagy pedig akár több százezer ember számára lesz elérhető a poszt. Az elérhetőséget az úgy nevezett hashtagek használatával is lehet növelni. Ezen hashtagek segítségével azon emberek is rá tudnak követni az adott képre vagy pedig bejegyzésre, akik amúgy a posztolót nem is követik, viszont az érdeklődési körük kiterjed az adott termékre, szolgáltatásra.

A tanulmány célja egy olyan átfogó útmutató összeállítása a vállalatok számára, legyenek a B2B vagy a B2C szektorban, amelyet a későbbiek folyamán akár különféle vállalatok számára egy bizonyos útmutatóként szolgálna az általuk kínált szolgáltatások, ügyfelekkel és az üzleti partnerekkel szembeni elköteleződés minőségének javítása céljából. A tanulmány esetében az alkalmazott módszertan kérdőíves kutatás, mindez a szlovákiai Facebook felhasználók körében kerül megkérdezésre. A kutatás keretén belül a 18-65 év közötti, tehát a jövedelemmel rendelkező fogyasztók válaszait vesszük alapul.

Kulcsszavak: értékesítés, közösségi média, etikátlan értékesítés, Facebook, vállalati image

JEL kód: M14, M37

1. Bevezetés

Napjainkban a technika felgyorsulásának köszönhetően gyorsabban szerezhethetünk információkat magáról a közösségi oldalakról, minthogy találkoznánk valamilyen ismerősünkkel, aki megoszthatná velünk a tapasztalatait, véleményét legyen szó egy konkrét termékről, márkáról vagy egy konkrét cégről. A köznyelv úgy tartja, hogy a negatív reklám is reklám, ami viszont nem mindig jelent jót. Az értékesítés területén ennek köszönhetően fontos, hogy az értékesítők a legmegfelelőbb kommunikációval végezzék a munkájukat. Az etikátlan értékesítés nyomai megtalálhatóak a különféle közösségi média felületeken, ilyen akár a Facebook, Instagram, Twitter, mindezt különféle bejegyzések, posztok által, véleményezések

¹ PhD hallgató, Selye János Egyetem, 115412@student.ujs.sk

² egyetemi tanár, Selye János Egyetem, jozsal@ujs.sk

által. Ezeket a negatív véleményeket a fogyasztók irányíthatják úgy magára a vállalatra, magára a termékre, valamint magára az alkalmazottra is. Az etikátlan értékesítés internetre kikerült következményei a vállalat image-re negatív hatással jelentkeznek. A tanulmány célja egy olyan átfogó útmutató összeállítása a vállalatok számára, legyenek a B2B vagy a B2C szektorban, amelyet a későbbiek folyamán akár különféle vállalatok számára egy bizonyos útmutatóként szolgálna az általuk kínált szolgáltatások, ügyfelekkel és az üzleti partnerekkel szembeni elköteleződés minőségének javítása céljából. A tanulmány esetében az alkalmazott módszertan kérdőíves kutatás, mindez a szlovákiai Facebook felhasználók körében kerül megkérdezésre. A kutatás keretén belül a 18-65 év közötti, tehát a jövedelemmel rendelkező fogyasztók válaszait vesszük alapul.

2. Irodalmi áttekintés

Annak ellenére, hogy a közösségi média teljesen új jelenség, sem azt, sem pedig a web 2.0 fogalmát nem kell senkinek bemutatni. Amikor megjelent az első web 2.0 alkalmazás, már mindenki számára nyilvánvalóvá vált, hogy nem egy új jellegű technológiai újítványról van szó, hanem a már meglévő, elérhető rendszerek, eszközök teljesen új megközelítési szempontból történő átgondolása, valamint a felhasználási módjának ebből fakadó változása. Magának a vállalati megközelítésnek a web 2.0 olyan alkalmazásoknak, valamint különféle technológiai újítványoknak az összessége, amelyek lehetővé teszik azt, hogy a fogyasztó magába a szervezeti értékláncba beadaptálódhassanak, maguk között pedig hálózatokba tömörüljenek. Maga a web 2.0 technológia alkalmas arra, hogy új üzleti lehetőségeket megkeresésére. (Hubert, 2016)

Az értékesítők sok időt töltenek el az ügyfelek társaságában, pontosan ezért abban a helyzetben vannak, hogy azonnal értesülnek a nagyon is aktuális és értékes piac információkról, vevői igényekről. Maga az ügyfélorientált értékesítő könnyebben, gyorsabban meg tudja határozni az ügyfelei egyéni igényeit, de ehhez nélkülözhetetlen a megfelelő képzés és a strukturált termékfejlesztési folyamat. Az értékesítők egyre inkább résztvevői lesznek a stratégiai döntéshozatalnak, valamint üzleti szempontból is nagyon fontos az ügyfélkapcsolataik minősége. Maguk a már említett változások a stratégiai gondolkodásban teljesen új készségeket, továbbá kompetenciákat kívánnak meg az értékesítési területen dolgozó munkatársaktól. Egyik fontos feladatukká válik az értékteremtés, amelyben ők egy fajta vásárlói ügynökként kapnak szerepet. (Keszey – Katona, 2016)

Maga az értékesítési folyamat több tevékenységi szakaszból áll. Első lépése maga az ügyfélkeresés, aminek következtében megtörténik a kapcsolatfelvétel, amely lehet kétoldalú, keresheti az eladó a vevőt, viszont gyakran /néha gyakrabban/ veszi fel a vevők a kapcsolatot a vállalattal. Abban az esetben ha nem egy konkrét, pontos promócióról van szó, akkor ritka az ajánlatkérés. Magát a tárgyalást, az egyszerű ajánlattételt elő kell készíteni (Bauer et al., 2018)

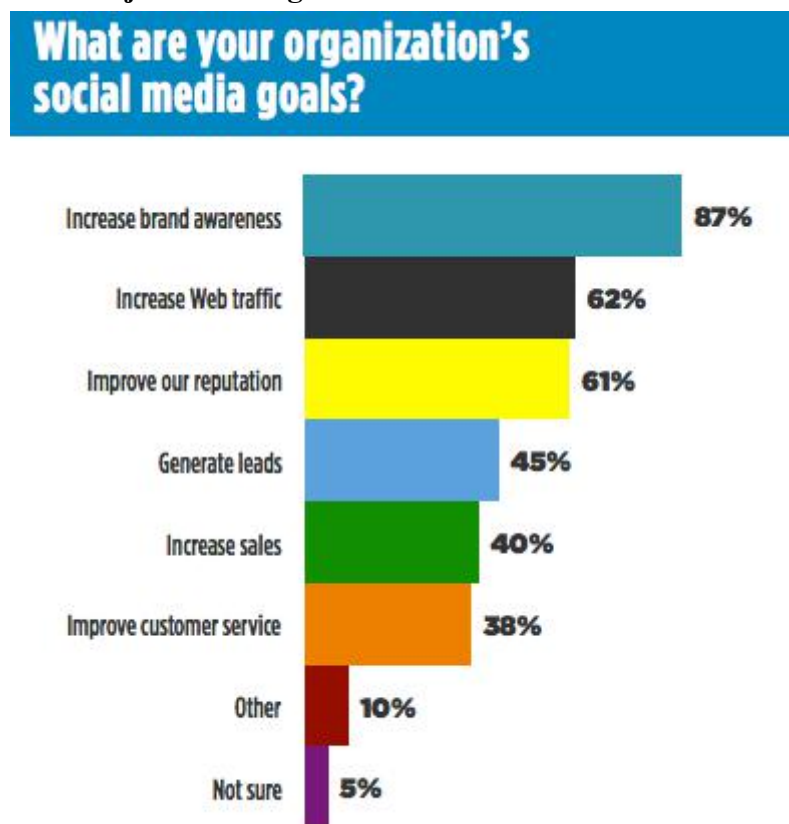
A piaci útmutatásban az értékesítésért felelős alkalmazottak szerepe nagyon fontos. Jelenleg elmondható, hogy a nagyvállalati marketingvezetők az értékesítés területén dolgozó kollégáktól kapott híreket tartják a lehető legfontosabb csatornának. Ez így megkapott információkat hasznosabbnak tartják, mint a különféle piackutatásokat és informatikai rendszereket. Maguk az értékesítésért felelős munkatársak napi szintű kapcsolatban vannak az ügyfelekkel, tehát az általuk szerzett információk minden alkalommal naprakészek, valamint anyagai ráfordítás nélkül. Egyszerűen fogalmazva elmondható, hogy a sales alkalmazottak fejében egy kész aranybánya van. Annak vizsgálata, hogy a marketingmenedzserek hogyan támaszkodnak az értékesítési munkatársaiktól kapott információkra azért érdekes, ugyanis már harminc éve megfogalmazódott ennek vizsgálata a marketing területén. Érdekesnek és érdekesnek tartották vizsgálni azt, hogy az értékesítési munkatársak milyen szerepet játszanak a piac pásztázásában. Ez pedig a market scanning. Nagyon sok kutatás jutott arra a következtetésre, hogy a marketing és az értékesítés együttműködése, valamint a vállalatok teljesítménye között egy pozitív kapcsolat van. Maguknak a vizsgálatoknak a fókuszpontja a két részleg kapcsolatának minőségére fókuszál leginkább. Minden egyes részleg, legyen szó a marketing vagy az értékesítési részlegről, a saját érdekeiket tartják szem előtt. Továbbá mind a két részlegen általában üzleti előképzettséggel rendelkező szakemberek dolgoznak. A legideálisabb esetben a marketingszakemberek a sikeres márkáépítésen keresztül közvetlenül is segíthetik az értékesítés munkatársait, amíg az értékesítő munkatársaknak megkérdőjelezhetetlen szerepük van a marketingstratégia megvalósításában. Mindezek ellenére, a marketing és az értékesítés kapcsolata egyáltalán nem harmonikus. Ezen részlegek együttműködését a konfliktusok, a bizalom, összetartás hiánya, az eltérő célok, fizikai távolság, egymásról alkotott kölcsönösen is nehezíti. Ezekon kívül az is okozhat problémát, hogy az eladásért felelős munkatársak saját stratégiai erőforrásuknak tartják a vevőkkel kapcsolatos információkat, ezért gyakorlatilag ellenállnak minden olyan részleg oldaláról érkező kezdeményezésnek, amelyek a vevőt célozzák meg. (Keszey, 2014)

Napjainkban a vállalkozások gazdasági tevékenységének etikussága megkérdőjelezhető, valamint sok esetben elfogadhatatlan. Ha csupán azért szeretné valaki növelni a gazdasági tevékenységének etikusságát, hogy annak segítségével nagyobb hatékonyságot érjünk el, nem fognak sikerrel járni. Csupán abban az esetben van lehetőség a gazdasági tevékenység átlagos színvonalát növelni, ha maga az indíttatás etikai – tehát mindenki magáért az etikus magatartásért küzd. Maga az üzleti etika fő feladata, hogy kifejezze a gazdasági gondolkozásmódot, ez pedig a gazdasági cselekvést kiváltó indíték bírálata. (Csath, 2013)

Maga az üzleti etika foglalkozik a munkavállalók, a természet és a környezetükben élő emberek, közösségeket érintő magatartásával, értékrendjével, a tevékenységük következményeiért vállalt felelősséggel, a cégek vezetőinek és/vagy munkatársainak megvesztegethetőségével, továbbá azzal, hogy a cég él-e a megvesztegetés, korrupció eszközével. Nagyon indokolt az etikai viselkedés vizsgálata a globális cégeknél. (Csath, 2013)

Elmondható, hogyha egy viselkedés az elfogadható üzleti és társadalmi normákkal ellentétes, akkor az etikátlan és szociálisan felelőtlen. A kereskedőknek figyelni kell a viselkedésükre. Nagyon fontos, hogy megfelelő prioritással kezeljék a helyzetet, ha az ügyfelek az ilyen magatartás ellen panaszkodnak, ha a vállalat nem elégedett a viselkedéssel, amennyiben növeli az ügyfelek és a társadalom ellenállását, amennyiben a fogyasztók a vállalat ellen tüntetést vagy bojkottot indítanak. Egy elégedetlen ügyfél sosem felejt el az elégedetlenséget. Maga az ügyfélmegtartás kritikusabb, mint a vásárlói vonzerő. Az etikátlan viselkedés következményei lehetnek az alábbiak: elégedetlen vásárlók/fogyasztók, elégedetlen társadalom/kormány, üzleti veszteség, piaci részesedés elvesztése, a vállalati image sérülése, goodwill elvesztése, jogi lépések, különféle szankciók, lehetséges üzleti kudarc. (Sylvanus et al., 2017)

1. ábra. A vállalatok célja a közösségi médiában



Forrás: www.clasesdeperiodismo.com

A mai üzleti életben az értékesítőknek helyes, elfogadható magatartást kell mutatniuk az ügyfelekkel szemben. Az örökkévaló versenyképes ügyfelek növekvő igényei megnehezítik a célok elérését, ugyanis a piacon mindig versenyképesnek kell lenni a többi vállalattal szemben. Az etikai viselkedésnek fontos szerepe van a kapcsolatok fenntartásában. Az etikátlan viselkedés az ügyfelek elégedetlenségéhez vezet és csökkenti a nyereséget. Ez által negatív kapcsolat van az eladók és a vásárlók etikátlan viselkedése között. (Kaynak, 2011)

A különféle vizsgálatok úgy találják, hogy az etikus értékesítésnek, viselkedésnek pozitív hatása van az ügyfél bizalmára, elégedettségére, elkötelezettségére az eladóval. Nemcsak az

elkötelezettségére van jó hatással, hanem a cég iránti lojalitással kapcsolatban is pozitív megerősítés figyelhető meg. Az etikus eladói magatartás, akkor bizonyul tisztességesnek és megalapozottnak, amennyiben az őszinte cselekedetek lehetővé teszik a hosszú távú kapcsolatok kialakulását, amelynek alapja a vevői elégedettség és a bizalom. Magát a bizalmat meg tudja rendíteni az, hogyha az eladó hazudik a rendelkezésre álló termékekről, termékek számáról, hazudik magáról a piaci versenyről, ha olyan válaszokat ad, amelyek nem tükrözik a valóságot, manipulatív és nagy nyomású értékesítési taktikát próbálnak alkalmazni. (Fatima, 2017)

Az üzleti világban az üzleti etika olyan erkölcsi elveket tartalmaz, amelyek egyfajta irányelveket határoznak meg. Függetlenül attól, hogy az adott viselkedés helyes vagy helytelen, az etikusságot vagy pedig az etikátlanságot gyakran a nyilvánosság határozza meg, például a média, az érdekcsoportok, üzleti szervezetek, magánszemélyek. Ezek alapján az üzleti etika közvetlenül kapcsolódik a társadalmi értékekhez. (Ehtesham, 2016)

3. Kutatás célja

Ezen tanulmány egy rövidebb összefoglaló az etikátlan értékesítéssel foglalkozó problémákkal, valamint összefoglaló azokról a tényezőkről, amelyek következtében romlik a vállalati image. A tanulmány olyan kérdéseket vet fel, amelyeket egy gyakorlati kutatás keretében belül érdemesnek találtunk vizsgálni. Fontosnak gondoljuk vizsgálni azt is, hogy milyen megoldásokat találtak a felmerülő kérdésekre, negatív visszajelzésekre, valamint az is, hogy azokat milyen módszerrel kellett volna vizsgálni. Ezen kutatás azért is lehet fontos, mivel a mai világban egy negatív facebook bejegyzés vagy Google vélemény alapján is előfordulhat, hogy nem lesz éppen az adott vállalkozás sikeres, de az is lehet, hogy éppen ezen vélemények miatt kell bezárnia. Ezeknek a véleményeknek akkor is nagy jelentőségük van, hogyha az adott vállalat nem megfelelően reagálja le vagy pedig egyáltalán nem reagál, figyelmen kívül hagyja, mivel az egyet jelent azzal, hogy nem is érdekli igazán, hogy a vendégeik/fogyasztóik/ügyfeleik milyen véleménnyel vannak róluk. A tanulmány megírása során az alábbi hipotéziseink fogalmazódtak meg, majd pedig ezekre kerestük a választ a kutatás során:

1. A kutatásban vizsgált 18-65 év közötti korosztály közül a 30-45 év közötti korosztály az, aki legjobban elhatárolódik az újbóli kapcsolatfelvételtől olyan vállalat esetében, amelyekkel kapcsolatban korábban szerzett negatív tapasztalatot.
2. Azt feltételezzük, hogy a 18-65 év közötti férfiak legalább 50% - a teljesen közömbös a negatív tapasztalatokra.
3. Azt feltételezzük, hogy a túlzott mértékű posztolás a közösségi oldalakon, túlságosan erőteljes értékesítés teljesen ellentétes hatással van az értékesítésre és a vállalat ügyfelekkel való kapcsolatára, mint ahogy a cég azt reméli.

4. Azt feltételezzük, hogy maga a kutatásban megkérdezett negatív tapasztalattal rendelkező szlovákiai felhasználók 5%-a maradt hűséges a vállalathoz.
5. Azt feltételezzük, hogy a kutatásban megkérdezett szlovákiai felhasználók 100%-a vásárlás, szolgáltatás igénybevétele előtt utánanéz a vállalatnak.
6. Azt feltételezzük, hogy a kutatásban megkérdezett lakosság 100%-a egy Facebook posztban közzétette a negatív tapasztalatát a saját üzenőfalán.

4. Eredmények

A kutatás során kérdőíves kutatást végeztünk a szlovákiai Facebook felhasználók körében. A vizsgálat során a kérdőívünket 150 fő töltötte ki. Maguk a résztvevők korosztálya vegyes elosztású, az egész országból kitöltötték a kérdéseket. Fontos figyelni arra, hogy a vizsgálat során olyan információkat kapjunk az adott témáról, valamint jelenségről, amelyek közelebb visznek bennünket magához a kutatás témájához, tárgyához. A vizsgálat során a résztvevőket az egyik közösségi oldalon való felhívással tettük közzé, kérdőívünket különféle Facebook csoportokban osztottuk meg. A vizsgálatához feltételnek vettük a kitöltő már legalább egy negatív tapasztalattal rendelkezzen egy korábbi vásárlásából kifolyólag. Valamint feltételnek tekintettük azt is, hogy rendelkezzen saját Facebook profillal és legyen nagykorú. Valamint továbbá feltételnek tekintettük, hogy rendelkezzen saját keresettel is. Azon okból kifolyólag gondoltuk azt, hogy jó ötlet a Facebook-os kérdőíves kutatás, mivel könnyen nagy mintaszámú vizsgálatot tudunk készíteni. A kutatásunkban, mivel magyar és szlovák nyelven tettük közzé, a magyar nyelvet beszélők mellett olyanok is kitöltötték a kérdőívet, akik a szlovákot beszélik. Országos szinten töltötték ki a kérdőívünket, de a legtöbben, a felhasználók 68 %-a a magyarok lakta területről került ki. A nemek elosztását tekintve 88 nő és 62 férfi töltötte ki. A korosztályt tekintve a kitöltők nagy része a 20-as korosztályból került ki, míg utánuk következett a 40+-os korosztály. A kutatásban főleg az előzőleg meghatározott hipotéziseinkre kerestük a választ.

Első hipotézis: a kutatásban vizsgált 18-65 év közötti korosztály közül a 30-45 év közötti korosztály az, aki legjobban elhatárolódik az újbóli kapcsolatfelvételtől olyan vállalat esetében, amelyekkel kapcsolatban korábban szerzett negatív tapasztalatot. A kutatás során képet kaptunk arról, hogy milyen az egyes cégekkel való viszont az után, miután negatív tapasztalat érte őket. Itt a fiatalabb, 25 év alatti korosztályról mondható el, hogy egy negatív tapasztalat után még újra bepróbálkozik azzal a vállalkozással, szolgáltatással, viszont a második negatív élmény már náluk is végleges elszakadást jelent. Az idősebb korosztály az, aki egy negatív tapasztalat után már nem is próbálkozik az adott vállalkozásnál újra, a negatív tapasztalatát szívesen meg is osztja a közösségi oldalán. Ez főleg a 35 év körüli korosztályra jellemző, így ezt a hipotézist elfogadjuk.

Második hipotézis: azt feltételezzük, hogy a 18-65 év közötti férfiak legalább 50% - a teljesen közömbös a negatív tapasztalatokra. A kutatásunk során a férfiakat is kérdeztük, kíváncsiak voltunk az ő negatív tapasztalatukra. A kutatás során kiderült, hogy a férfiak annyira nem

nehezményezik a negatív tapasztalatokat, az ő véleményük szerint még egy kérés vagy épp egy nem megfelelően ízetes ebéd nem a világvége, a többség azon a véleményen van, hogy csak az nem hibázik, aki nem dolgozik, a 90 %-uk csupán többszöri negatív élmény után hagy megjegyzést a közösségi oldalon – a saját, valamint a szolgáltató/vállalat oldalán. Ez alapján az eredmény alapján a hipotézist szintén el tudjuk fogadni.

Harmadik hipotézis: azt feltételezzük, hogy a túlzott mértékű posztolás a közösségi oldalakon, túlságosan erőteljes értékesítés teljesen ellentétes hatással van az értékesítésre és a vállalat ügyfelekkel való kapcsolatára, mint ahogy a cég azt reméli. A megkérdezettek véleménye szerint fontos, hogy posztoljanak, mivel így tudnak értesülni arról, hogy még mindig a piacon vannak, milyen újdonságaik vannak, milyen akciókat vehetnek igénybe, valamint, hogy milyen referenciákkal rendelkeznek. Egyáltalán nem gondolják zavarónak a túlzott posztolást, amennyiben valami túl sok számukra, egyszerűen leállítják az adott oldal posztjainak megjelenítését, ha szeretnének valamit, akkor ők keresik fel az adott Facebook oldalt. Ezt a hipotézist ez alapján elvetjük.

Negyedik hipotézis: azt feltételezzük, hogy maga a kutatásban megkérdezett negatív tapasztalattal rendelkező szlovákiai felhasználók 5%-a maradt hűséges a vállalathoz. Ezt a hipotézist elfogadjuk, mivel ahogy már korábban kifejtettük, a fiatalabb korosztály annak ellenére sem fordult el a vállalattól, hogy egy alkalommal szereztek egy negatív tapasztalatot.

Ötödik hipotézis: azt feltételezzük, hogy a kutatásban megkérdezett szlovákiai felhasználók 100%-a vásárlás, szolgáltatás igénybevétele előtt utána néz a vállalatnak. A kutatásban kitértünk arra is, hogy mennyire néznek utána a fogyasztók a vállalatnak, szolgáltatóknak. 18-29 éves korosztály az, a baráti ajánlásokban hisz, de nem mindig rendelkeznek információval a szolgáltatóról, vállalkozásról. A 30-40 közötti korosztály 60%-ban a vásárlások előtt utána olvas a vállalatnak, főképp abban az esetben, ha már az adott terméket, szolgáltatást kifizette bankkártyával, utalással. A 40 feletti korosztály már óvatosabb, minden esetben először utána olvas, utána néz, az után, ha meg van elégedve a véleményekkel jut el a vásárlásig. Ez alapján ezt a hipotézist nem fogadjuk el.

Hatodik hipotézis: azt feltételezzük, hogy a kutatásban megkérdezett lakosság 100%-a egy Facebook posztban közzétette a negatív tapasztalatát a saját üzenőfalán. Az alábbi hipotézist a kutatás alapján elvetjük, ugyanis a kutatás során arra az eredményre jutottunk, hogy a kérdőívünket kitöltők 80%-a nem osztja meg rögtön a negatív tapasztalatot, mivel úgy gondolják, hogy egy-egy hiba még nem végzetes hiba, mindenkivel előfordul, nem szeretnének rossz fényben feltüntetni a vállalatot.

Összességében tekintve a kérdőívet kitöltők nagy része nem szeretne rögtön élni azzal a lehetőséggel, hogy nyilvánosan osztja meg a negatív élményét, azt vallják, hogy mindenki hibázhat, először inkább próbálják privát üzenetben vagy mailben megbeszélni a problémát, majd utána fordulnak csak a nyilvánosságához. Ahogy azt a kutatás elején gondoltuk, a fiatalabb

korosztály az, aki könnyebben befolyásolható, könnyebben rávezethető egy termék megvásárlására, teszik ezt annak ellenére is, hogyha előtte az adott márkával/szolgáltatással nincsenek jó tapasztalataik, csupán azért, hogy ne maradjanak le a kortársaikkal szemben. Főleg a 20 év alatti korosztályra jellemző, hogy az influencerek, youtuberek és bloggerek bármit tudnak nekik reklámozni, minden érdeklő őköt, amit az épp aktuális kedvenc kiposztol és reklámoz. Az ő befolyásolhatóságuk továbbá abból ered, hogy kisebb élettapasztalattal rendelkeznek, mint mondjuk egy idősebb fogyasztó. A kutatásból kiderül az is, hogy nagyrészt a nők azok, akiket egy-egy negatív tapasztalatot képesek az nélkül kiposztolni, hogy azt az adott üzletnek, szolgáltatónak jeleznék és kérnék, hogy orvosolják a problémáját, a férfiak számára nem ilyen fontos az, hogy rögtön megosztják a világgal az élményt, viszont ez magyarázható azzal is, hogy jobbra nők használják a közösségi oldalakat. A legtöbb vállalat, szolgáltató számára fontos, hogy a vevőik, fogyasztóik visszajelzést adjanak számukra. Azok, akik a negatív tapasztalatok, véleményeket is megfelelően fel tudják dolgozni, képesek lesznek arra, hogy a piacon fennmaradjanak. Továbbá fontos számukra, hogy a bejegyzéseik a lehető legtöbb emberhez eljussanak, így gyakran megtalálhatóak az interneten különféle nyereményjátékok, amelyek arra készítetik a felhasználókat, hogy like-janak, megosztják a posztot az ismerősökkel és kommentárt írjanak. A fogyasztók szeretnek mások személyes tapasztalataik alapján vásárolni, szolgáltatást igénybe venni, viszont itt is felmerülhet az a tény, hogy ami az egyiknek bevált nem biztos, hogy a másoknak is be fog válni.

Hivatkozott források

Bauer et al. (2018) Digitális és közösségimédia-eszközök hatásai az értékesítési folyamatra, EMOK 2018 Nemzetközi tudományos kötete Selye János Egyetem: Komárom. ISBN: 978-80-8122-2

Csath M. (2013) Üzleti etika és versenyképesség., Budapest. Szent István Egyetem

Fatima Z. (2017) Salesforce ethical behaviour: A control system perspective. Journal of Marketing Vistas. ISSN 2249-9067 Volume 7, No' 1, January-June 2017, pp 68-75

Hubert J. (2016) Közösségi hálózatok szerepe az értékesítésben. EMOK 2016 Hitelesség és értékorientáció a marketingben ISBN: 978-963-472-850-4. DEBRECEN

Kaynak, R. (2011). The impact of Service Supplier's Unethical Behavior to Buyer's Satisfaction: An Empirical Study. Springer Science + Business Media B.v. 2012

Keszey T. (2014) Az értékesítés és a marketing kapcsolatának piaci tájékozódásban betöltött szerepe és meghatározó tényezői. Vezetéstudomány XIV. évf. 2014 3.szám. ISSN 0133-0179

Keszey – Katona (2016). Értékesítés és marketing részlegek együttműködésének hatása a termékfejlesztésre EMOK 2016 Hitelesség és értékorientáció a marketingben ISBN: 978-963-472-850-4. DEBRECEN

Sylvanus et al. (2017) Unethical and Socially Irresponsible Behaviour in the Marketing of Good and Services in Nigeria. *International Journal of Managerial Studies and Research (IJMSR)* Volume 5, Issue 7, July 2017, pp 33-41. ISSN 239-0349

Az automata kormányzás beszerzését megelőző ökonómiai értékelés

Pintér Levente Elemér¹ – Kovács Attila² – Lencsés Enikő³

Összefoglalás

Mára a digitalizáció és a technológiai fejlődés hatásai elérték az agráriumot is. Ennek köszönhetően a mezőgazdasági termelésben egyre meghatározóbb szerepet töltenek be a precíziós növénytermesztés nyújtotta eljárások (pl. automata kormányzás, differenciált tápanyagkijuttatás, hozamtérképezés stb.). Ezen eljárások alkalmazása hozzájárulhat a környezeti fenntarthatóság elősegítéséhez, ugyanakkor a mezőgazdaságban jelentkező munkaerőhiányra is megoldásul szolgálhat. Az Agrárminisztérium is egyre tudatosabban igyekszik támogatni a technológia terjesztését, hogy a magyar gazdaságok továbbra is növelni tudják versenyképességüket. Bár jelenleg hazánkban még alacsony a precíziós technológiai elemeket alkalmazók száma, de ennek ellenére egy pozitív, növekvő tendencia figyelhető meg az elmúlt években. A rendszer szélesebb körű elterjedéséhez azonban elengedhetetlen, hogy ne csak a precíziós eljárások által elérhető előnyökről beszéljünk, hanem a bevezetéshez szükséges ökonómiai, vállalatirányítási kérdésekről is.

Kutatásaink során, egy 350 hektáron konvencionális növénytermesztéssel foglalkozó gazdaságot vizsgáltunk. Arra kerestük a választ, hogy az automata kormányzás bevezetése megtérülő beruházás lenne-e az adott gazdaság esetében. Ehhez először rendszereztük a gazdaság egyes teljesítményi mutatóit és összehasonlítottuk azokat többéves viszonylatban. Ezt követően költség-haszon szemléletű és klasszikus beruházás gazdaságossági vizsgálatokat végeztünk a vitatott kérdésre vonatkozólag. A vizsgálatok eredményeként kijelenthető, hogy az automata kormányzás önmagában is rövid idő alatt megtérülő beruházás lenne a vizsgált gazdaság esetében.

Kulcsszavak: precíziós növénytermesztés, automatakormányzás, ökonómiai kérdések, beruházás, megtérülés

JEL kód: O33

¹ egyetemi hallgató, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar, Szent István Egyetem, Gödöllő; pinter.levente2@gmail.com

² egyetemi adjunktus, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar, Szent István Egyetem, Gödöllő; kovacs.attila@gtk.szie.hu,

³ egyetemi adjunktus, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar, Szent István Egyetem, Gödöllő; lencses.eniko@gtk.szie.hu

1. Bevezetés

A XXI. század elején a globalizálódó világ számos olyan kihívása hárul a modern mezőgazdaságra, mint például a népességnövekedés, a klímaváltozás és a talajok állapotának romlása, melyek termésingadozást és élelmezési problémákat okoznak (Lencsés – Takács-György, 2013). A digitális technológiák korát éljük, ahol az informatika egyre nagyobb teret hódít a különböző szakterületeken, így az is csak idő kérdése volt, hogy mikor szivárog be és kerül tömeges alkalmazásra az agráriumban. A precíziós gazdálkodás megjelenésével megkezdődött a mezőgazdaság digitalizációja, mely azóta is töretlenül zajlik. Az utóbbi pár évben számos alkalmazás, szoftver látott napvilágot, melyek képesek rögzíteni, feldolgozni és rendszerbe foglalni a gazdálkodás során keletkező hatalmas mennyiségű adatot. Ezek a döntéstámogató rendszerek hozzájárulnak ahhoz, hogy a gazdálkodók optimális döntéseket tudjanak hozni az objektív információk birtokában. A GPS rendszereknek köszönhetően ma már centiméter pontossággal meg tudjuk határozni az adott gépek helyzetét és azok munkavégzése precízebbé és nyomon követhetővé vált. A rendszer ezáltal a fenntarthatóságot is elősegíti, hiszen hozzájárul a környezetterhelés minimalizálásához a különféle kemikáliák racionális felhasználása révén.

Egy új technológia bevezetése minden esetben a szemléletváltáson alapul, hiszen szükség van egy innovatív gazdálkodói hozzáállásra. A piacon számos precíziós technikai elem fellelhető már, viszont azok beszerzési költségei még viszonylag magasak a gazdák szerint. Egy ilyen komoly beruházás előtt mindenképp meg kell vizsgálni az adott gazdaság eddig elért eredményeit és számításokat kell végezni arra vonatkozólag, hogy az újítások milyen ütemű megvalósítása mellett lehetséges a megtérülés. Egy rosszul előkészített és megvalósított beruházás akár a gazdaság teljes stabilitását megingathatja, rosszabb esetben a versenyképességének színvonala is visszaeshet. Ez a gondolkodásmód hosszútávú szemléletet igényel, hiszen egy ilyen volumenű beruházás környezeti és gazdasági előnyei sem 1-2 év alatt fognak jelentkezni.

Kutatásunk célja, hogy bemutassuk milyen lépéseken keresztül valósítható meg az automata kormányzásra történő komplex átállás, milyen logika mentén kell elindulni a megvalósítás irányába, illetve mely ökonómiai számításokat (költség-haszon vizsgálat) szükséges elvégezni a beruházás előtt.

2. Irodalmi áttekintés

A precíziós mezőgazdaság, más szóval precíziós gazdálkodás kifejezés az angol 'Precision Agriculture' és 'Precision Farming' szavakból ered. A kezdeti szakaszban csak a szántóföldi növénytermesztést jelentette, de a technológia rohamos fejlődésének köszönhetően már a precíziós állattenyésztést (P. Livestock Farming) és kertészetet (P. Horticulture) is magába foglalja (Kemény et al., 2017). A technológia erdőgazdálkodásban való alkalmazhatóságáról szintén folynak már kutatások, kísérletek.

Searcy (2011) meghatározása szerint: A precíziós gazdálkodás egy olyan stratégiai menedzsment, amely az inputanyagok pontos mennyiségének meghatározásához részletes, helyspecifikus információkat használ fel. Ehhez meg kell ismerni a talaj és az adott növénykultúra sajátos jellemvonásait a tábla minden pontján, hogy optimalizálni tudjuk az inputok felhasználását a táblán belüli egységeken a lehető leggazdaságosabb termelés érdekében.

Egyszerűen összefoglalva megállapítható, hogy a technológia célja a megbízható (szermaradványoktól mentes) növényi termékek előállítása, az inputok racionális felhasználása és a gazdasági hatékonyság növelése, a termőföldek és a környezet védelme mellett. A nemzetközi meghatározások többségében megjelenik a rendszer szintű gondolkodás szükségessége, ami a mezőgazdaságban tevékenykedő szakemberektől viszonylag új, hosszútávú szemléletet (stratégiai menedzsmentet) kíván. A korábban már ismertetett ágazati kihívásokra azok a gazdák képesek megfelelően reagálni, akik alkalmazkodni tudnak a megváltozott termelési körülményekhez.

A szakirodalmak álláspontja megoszlik abban a tekintetben, hogy az automata kormányzás már precíziós gazdálkodásnak nevezhető-e (Lencsés – Takács-György, 2013). Abban viszont teljes az egyetértés, hogy a további elemek (pl. precíziós vetőgép, permetező stb.) alkalmazásához elengedhetetlenül szükséges, mondhatni alapfeltétel.

A mezőgazdasági gyakorlatban az automata kormányzásnak és navigációs rendszereknek köszönhetően az egymás melletti sorok nagy pontossággal követhetők. Az elektronikus navigációs rendszerek (pl. GNSS) segítségével az információkat közvetlenül a vezérlőegységekbe továbbítják és a gépet a kívánt irányba térítik a sofőr beavatkozása nélkül. Azok az eszközök, amelyek a gép megfelelő irányba térítését biztosítják, lehetnek elektromos motorok, melyek a vezérlő egységből kapott elektromos jelek segítségével térítik a kormányt a megfelelő irányba (kormány automatikák) (Rataj, 2014). Ezáltal csökkenthető a kihagyások és átfedések száma főként a talajelőkészítés során, emellett jelentős lehet az idő és üzemanyag megtakarítás is.

Az automata kormányzásnak köszönhetően a munkagépek terület-teljesítménye akár 30%-kal is megnövekedhet a fogások 2 cm pontosságú illeszkedésének köszönhetően (Kelemen, 2013).

A költség-haszon szemléletmódnak az alkalmazása meglehetősen nehéz, hiszen a beruházást nem, mint tevékenységet, hanem mint folyamatot kell vizsgálnunk.

A költség-haszon elemzés legkritikusabb része a döntéssel kapcsolatos előnyök (haszon) és hátrányok (költség) társadalmi szinten való minél pontosabb értelmezése és számbavétele. Ennek az elemzésnek a segítségével könnyen meghatározható a termelési szint, illetve jól használható a beruházás alternatívái közötti választásra is. A haszon az az előny, ami a beruházás megvalósításával elérhetővé válik, míg a költség ebben az esetben azt az értéket

jelöli, amely elvész azáltal, hogy a beruházás megvalósítása elvonja az erőforrásokat más alternatív tevékenységektől (Mishan, 1982). Mivel az árbevétel nem lehet minden esetben meghatározni, ezért a haszon a költségmegtakarítás lehetőségeiből is ered.

Az automata kormányzás beszerzési döntése során a következő többletjövedelem jelenlegi értékének kalkulációs sémája került alkalmazásra Székely et al. (2000) nyomán:

$$TJ_{jé} = - (BK - KE) + (TÁ \pm TK \pm KH) * \frac{q^n - 1}{q^n * (q - 1)}$$

ahol: $TJ_{jé}$ = a többletjövedelem jelenlegi értéke

BK = a beszerzendő berendezések többlet beruházási költsége (euró)

KE = esetleges támogatások, kedvezmények (euró)

TÁ = az automata kormányzás alkalmazásából eredő megtakarítás (euró/év)

TK = az automata kormányzás működtetésének többletköltségeinek és megtakarításainak az egyenlege (euró/év)

KH = az automata kormányzás közvetett gazdasági hatásai (euró/év)

q = kamattényező (1+p/100)

p = kalkulatív kamatláb

n = az évek száma (hasznos élettartam)

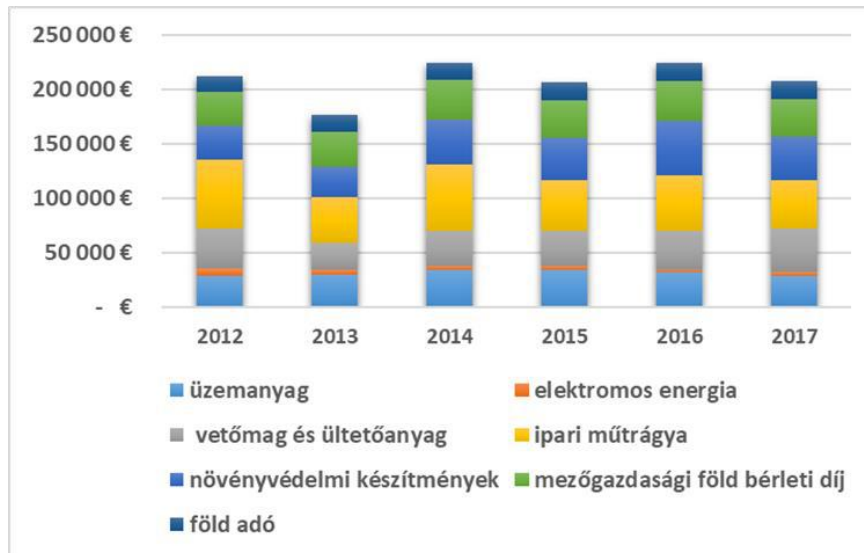
A jelenlegi kalkulációban csak azok a tételek kerültek figyelembevételre, amelyeknél az automata kormányzás alkalmazása által a haszon számszerűsíthető. Ez főként a talajelőkészítés munkálatainál volt lehetséges.

3. Anyag és módszer

Az automata kormányzás bevezetésére szolgáló vizsgálatainkat egy Felvidéken található gazdaságban végeztük. A Corn s.r.o. vállalat székhelye és működési területe a szlovákiai Egyházgelle (szlovákul: Holice) községben található. Fő tevékenységi köre a szántóföldi növénytermesztés, ezen belül a gabonafélék (pl. búza, árpa, kukorica) és olajos növények (pl. repce, napraforgó) termesztése. A növénytermesztés a cég alakulásakor elsősorban bér munka igénybevételével zajlott. Jelenleg 350 hektáron folyik a gazdálkodás, melyből 40 hektár a saját tulajdonban lévő földterület, míg a fennmaradó rész haszonbérleti szerződések alapján 5-10 évre van bérbe véve. A legnagyobb területen az őszi búza és kukorica termesztése zajlik (átlagosan 250 hektáron), ugyanakkor meghatározó a napraforgó és repce vetésterülete is olyan 80 hektárral. Az évek során kitermelt nyereségből és különféle banki hitelekkel megvalósulhatott a saját erőgépek és munkaeszközök beszerzése, melynek köszönhetően a vállalkozás függetleníteni tudta magát a szolgáltatóktól. A cég telephelye 1500 tonna raktárkapacitást biztosít gabona tisztítóval és egy újonnan vásárolt MC 675-ös típusú szárítóval. A két raktár épület, a tisztító –és szárítóberendezések lehetővé teszik, hogy a Corn s.r.o. szolgáltatásokat nyújtson a környékbeli egyéni gazdálkodóknak.

Az ökonómiai kalkuláció elvégzése előtt megvizsgáltuk a vállalat előző időszakára vonatkozó eredményeit és teljesítménymutatóit. Az értekezés rövideje miatt, csak a vizsgálat szempontjából fontosabb ábrák kerülnek bemutatásra. Az első ábrán a művelés költségeinek összetételét láthatjuk. A szakirodalmakkal megegyező arányokat mutat a diagram, hiszen a ráfordítások közül a három legjelentősebb a vetőmag, műtrágya és növényvédőszer költsége.

1. ábra. A Corn s.r.o. vállalat termelésből származó költségeinek összetétele



Forrás: Saját szerkesztés a gazdaság adatai alapján, 2019

A költség-haszon szemléletű kalkulációk elvégzéséhez a fentiekben már bemutatott többletjövedelem jelenlegi értékére vonatkozó képletet alkalmaztuk, ugyanakkor a modell felállításához a Corn s.r.o. vállalat esetében a következő mutatószámok meghatározására volt szükség: üzemnagyság, kalkulatív kamatláb, beruházási költség, átlagos üzemanyagfelhasználás 1 hektárra vetítve, átlagos üzemanyagár, illetve a tervezett beruházás hasznos élettartama. A továbbiakban ismertetem az egyes értékeket és a számítás eredményeit.

A vállalat jelenleg 346,04 hektár területen gazdálkodik, amit a modell számításaink során kiindulási üzemnagyságnak tekintettünk.

A kalkulatív kamatláb megállapításához az adózás utáni gazdasági eredmény (nettó nyereség) és összes költség hányadosát határoztuk meg minden évre külön (a 2012 és 2017 közötti időszakban), majd pedig ebből számoltunk egy átlagértéket, ami 3,915 % lett.

A beruházási költség 15800 euró, ami a navigációs eszközök beszerzését jelentené (AutoTrack, GPS vevő, 2630-as monitor és aktivációs kód).

Szükség volt továbbá a vállalat technológiai terveinek elkészítésére növényágazatonként, melyben meghatározásra kerültek a munkaműveletek, az erőgép-munkagép kapcsolatok, az üzemanyagfelhasználás, a terület teljesítmény, illetve a költségek 1 ha-ra vetítve. Erre azért volt

szükség, hogy a Corn s.r.o. esetében komplex módon átlássuk a műveletek sorát és ki tudjuk választani azokat a műveleteket, amelyek költségeire hatással lesznek a navigációs eszközök.

Az automata kormányzás alkalmazásával a jól megfogható haszon a talajelőkészítés munkálatai közül azon műveletek során lenne realizálható, ahol a gázolaj felhasználás csökkenése révén az átfedések és kihagyások nagyobb mértékben jelentkezhetnek a tevékenység során. Ezért azokat a műveleteket az adatfeldolgozást követően egy másik adatbázisba rendszereztük és azokkal dolgoztunk tovább. Kiszámítottuk az üzemanyag felhasználás 1 hektárra eső átlagértékét üzemi szinten (az ugaron végzett műveletekkel együtt), majd ezt a számot terület arányosan újra osztottuk aszerint, hogy melyik növényből hány hektár volt vetve az adott években. Így kaptuk meg a 31,469 liter/hektár-os értéket, amely azt jelenti, hogy 1 hektárra ennyi gázolajat használ fel a cég.

A számításokhoz szükség volt még az üzemanyag árváltozás meghatározására is ahhoz, hogy szintén egy átlag értékkel tudjunk tovább számolni. Ehhez a szlovákiai Statisztikai Hivatal (szlovákul: Štatistický Úrad SR) adatait használtuk fel és azok segítségével egy grafikont készítettünk az üzemanyag árváltozásról a 2005-2018 közötti időszakra. Az átlagos üzemanyagár 1,238 euró/liter értékre jött ki.

A beruházás hasznos élettartamát 8 évben határoztuk meg, ami természetesen csak egy elméleti feltételezésen alapul, hiszen a technika folyamatos fejlődésével új és új szoftverek jelennek meg, illetve azt sem lehet előre garantálni, hogy az eszközök nem hibásodnak-e meg, vagy avulnak el idő előtt. Az előzőekben kiszámított értékeket az 1. táblázat mutatja be összefoglalva:

1.táblázat. A költség-haszon elemzéshez szükséges értékek a Corn s.r.o. esetében

Összes művelési terület	346,04	hektár
Kalkulatív kamatláb (KKL)	3,915	%
Beruházási költség (B0)	15800	euró
Gázolaj felhasználás	31,469	liter/hektár
Gázolaj alapár	1,238	euró
Hasznos élettartam	8	év

Forrás: Saját szerkesztés, 2019

4. Eredmények

A kialakított modell a költség-haszon szemléletű elemzési módszerek segítségével megmutatja, hogy az átfedések kiküszöböléséből eredő gázolaj költségmegtakarítás és az üzemanyag árváltozása, hogyan hatnak egymásra a különböző értékeknél. (2. táblázat) Ebben az esetben a bevétel oldallal nem foglalkoztunk, hiszen a kalkulálható haszon abból ered, hogy kevesebb üzemanyagot használunk fel.

2. táblázat. Az NPV alakulása a gázolaj ár és mennyiség változás függvényében

		Átfedések kiküszöböléséből eredő gázolaj megtakarítás						
NPV		0,0%	2,5%	5,0%	7,5%	10,0%	12,5%	15,0%
Gázolaj árváltozás	-30%	- 15 800,00	- 13 632,72	- 11 465,43	- 9 298,15	- 7 130,87	- 4 963,59	- 2 796,30
	-15%	- 15 800,00	- 13 168,30	- 10 536,60	- 7 904,90	- 5 273,20	- 2 641,50	- 9,80
	-10%	- 15 800,00	- 13 013,49	- 10 226,99	- 7 440,48	- 4 653,98	- 1 867,47	919,04
	-5%	- 15 800,00	- 12 858,69	- 9 917,38	- 6 976,06	- 4 034,75	- 1 093,44	1 847,87
	0%	- 15 800,00	- 12 703,88	- 9 607,76	- 6 511,65	- 3 415,53	- 319,41	2 776,71
	5%	- 15 800,00	- 12 549,08	- 9 298,15	- 6 047,23	- 2 796,30	454,62	3 705,54
	10%	- 15 800,00	- 12 394,27	- 8 988,54	- 5 582,81	- 2 177,08	1 228,65	4 634,38
	15%	- 15 800,00	- 12 239,46	- 8 678,93	- 5 118,39	- 1 557,86	2 002,68	5 563,21
	30%	- 15 800,00	- 11 775,05	- 7 750,09	- 3 725,14	299,81	4 324,77	8 349,72

Forrás: Saját szerkesztés, 2019

A 2. táblázat soraiban a gázolaj árának változása miatti költségváltozások láthatók százalékban, ahol a 0 a kiindulási értéket jelenti. Az oszlopokban az egyre nagyobb mértékű átfedések kiküszöböléséből eredő gázolaj költségmegtakarítása látható, ahol a 0 szintén a kiindulási állapotot jelöli.

A kalkulációt tekintve látható, hogy a negatív előjelű értékek túlsúlyban vannak, de ez nem feltétlenül jelent rosszat, hiszen ez csak a rendszer gázolaj felhasználási oldalát vizsgálja. A 2. táblázatban a színek a pirostól a zöld felé haladva az egyre kedvezőbb eseteket mutatják. Ha üzemi szinten vizsgálnánk a kérdéskört, akkor elmondható, hogy nyereséggel kalkulálhatunk a különböző input megtakarítások révén.

Ha növekszik a gázolaj ára, akkor az előnyös a rendszer szempontjából, hiszen növekedik a megtakarítás mértéke is. Abban az esetben viszont, ha kevesebb gázolajat használunk fel és az üzemanyagár növekszik, akkor jelentősebb mértékű lesz a negatív megugrás. Ez azt jelenti, hogy az árra sokkal érzékenyebb a rendszer, mint a felhasznált üzemanyag mennyiségének változására, hiszen kisebb % változásra is jobban megugrik.

Az első pozitív érték a + 30 %-os üzemanyagár változásnál figyelhető meg, ugyanakkor annak valós esélye igazán csekély, hogy hirtelen ilyen mértékű gázolajár változás jelentkezne, ezért az első reális, pozitív érték a + 5 %-os gázolaj áremelkedés és a + 12,5 %-os átfedés megtakarításánál jelenik meg (454,62). Ez azt jelenti, hogy a rendszer már önmagában is fenntartható, hiszen visszahozza a beruházásának összegét.

Abban az esetben, ha növeljük a hasznos élettartamot 8-ról 10 évre, akkor már 10 %-os átfedés megtakarítás esetén is pozitív érték mutatkozik. Attól fogva viszont, ha rövidebb a hasznos élettartam, akkor a hatékonyság is nagymértékben romlik. Minél rövidebb az automata kormány hasznos élettartama, annál kevesebb ideje van arra, hogy kitermelje a saját árát.

Megnéztük továbbá, hogyan reagál a rendszer arra a változásra, ha csökkentjük az összes művelt terület nagyságát. Ebből a változtatásból kirajzolódott, hogyha csökken a művelt terület, akkor a hatékonyság is fokozottan csökkenő tendenciát fog mutatni, hiszen a pozitív értékek száma rohamosan leredukálódik a modellben. A 8 éves hasznos élettartam mellett 227 hektár az a méretnagyság, ahol a pozitív értékek először megjelennek. Ez azt jelenti, hogy minimálisan

legalább 227 hektár területre van szükség ahhoz, hogy ilyen feltételek mellett a rendszer önmagában is kifizetődő legyen. Itt viszont az első pozitív érték a + 30 %-os gázolaj árváltozás és a + 15 %-os átfedés megtakarítás esetén jelentkezne (ami az első pozitív érték megjelenéséhez hasonlóan kevésbé reális).

5. Következtetések és javaslatok

Kutatásunk során a Corn s.r.o. vállalat 2012-2017 közötti időszak adatait vettük alapul. A gazdaság nagysága, vetésszerkezete, illetve gazdasági eredményei alapján az automata kormányzás bevezetésére az alábbi következtetéseket fogalmaztuk meg.

Ökonómiai kalkulációval egyértelműen igazoltuk, hogy az automata kormányzás alkalmazása előnyös lenne a vállalat szempontjából, ezért a navigációs eszközök beszerzése mindenképpen indokolt beruházás a Corn s.r.o. számára.

Mivel a gazdálkodás főként bérelt földterületeken zajlik, ezért fel kell készülni arra a kockázati tényezőre, hogy a jövőben kevesebb terület áll majd a cég rendelkezésére az egyre magasabb bérleti díjak és a változó tulajdonviszonyok miatt. Ezért érdemes megfontolni, hogy a vállalat a meglévő géppark felszabaduló kapacitásait bémunkában, szolgáltatásként értékesítse. Az elvégzett kalkulációkból kiderült, hogy körülbelül 230 hektár terület megművelése szükséges ahhoz, hogy a rendszer a vizsgált feltételek mellett önmagában is fenntartható legyen. Tehát törekedni kell a területek megtartására, esetleges növelésére.

A modell alátámasztotta a feltételezést, hogyha csökken a művelt terület nagysága és rövidebb a beruházás hasznos élettartama, akkor annál rosszabbak lesznek az egyes beruházási mutatók. Ezért a gazdálkodónak mindenképpen arra kellene törekednie, hogy minél nagyobb területen, minél hosszabb ideig tudja az adott gépet és eszközt használni.

Az automata kormányzás és sorvezető alkalmazása önmagában még nem tekinthető teljes mértékig precíziós eszköznek, ezért érdemes elgondolkodni további precíziós elemek beszerzésén, mint például: precíziós vetőgép, hozammérő stb. Az viszont a vizsgálatokból jól látható, hogy amennyiben a gazdálkodó még bizonytalan a technológiát illetően, ezen beruházás elvégzésével 2-3 év alatt olyan tapasztalatra tehet szert, amely segíti a későbbi ténylegesen precíziós technológia komolyabb szintű vállalati alkalmazását. Nyilván ennek személyi feltétele is van, hiszen egy ilyen technológia sikere a vezető és az alkalmazott magasabb szintű tudásigényét és képességét követeli meg. Nem elegendő a technológiai eljárás ismerete, hanem ennek tudatos alkalmazása, tanulási hajlandósága is szükséges.

Ha a tábla adottságai viszonylag egységesnek mondhatók a talajszerkezetet és a típust illetően, ezen technológia bevezetése akkor is versenyképes tud lenni az átfedések csökkenése miatt. Ugyanakkor oda kell arra is figyelni a vizsgálatok során, hogy mely műveletre alkalmazható az

ökonómiai kalkuláció, hiszen az átfedés megtakarítás nem minden esetben értelmezhető (pl. szántás).

Hivatkozott források

Kelemen Zs. (2013): Tavaszi munkák GPS-vezérléssel. Agrárium, 23. évfolyam, Vetőmag melléklet, 34-36 p.

Kemény G.- Lámfalusi I. & Molnár A. (szerk.) (2017): A precíziós szántóföldi növénytermesztés összehasonlító vizsgálata. Agrárgazdasági Kutató Intézet, Budapest, 170 p.; ISBN 978-963-491-601-7

Lencsés E. – Takács-György K. (2013): Precision farming technology like the tool of the sustainable agriculture in the Hungarian practice. In: Proceedings of the 3rd World Sustainability Forum 2013

Mishan, E. J. (1982): Költség-haszon elemzés (Cost-benefit Analysis). Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest

Rataj, V. a kolektív (2014): Presné pol'nohospodárstvo. Profi Press, Nitra, 157 p.; ISBN 978-808-672-664-9

Searcy, S. W. (2011): Precision Farming: A new approach to crop management. Texas Agricultural Extension Service, The Texas A&M University System; Online: http://lubbock.tamu.edu/files/2011/10/precisionfarm_1.pdf (Elérve: 2017.12.03.)

Székely Cs. - Kovács A. & Györök B. (2000): The practice of precision farming from an economic point of view. Gazdálkodás, English Special Edition, 13. évf. 1. különszám, 56-65 p.

A fiskális mozgástér relevanciája a konvergencia folyamatokban

Plósz Dániel János¹

Összefoglalás

A dolgozat célja a fiskális mozgástér és a reálgazdasági konvergencia folyamatok közötti kapcsolat bemutatása, különös tekintettel Magyarországra vonatkozóan, nemzetközi, európai szintű összehasonlításban. A vizsgálat részét képezi a hazai és az Európai Unió tagállami költségvetések kormányzati funkciók szerinti elemzése, valamint az EU-28 tagállamok növekedésének, annak összetételének vizsgálata. A tanulmány a kapott eredmények, illetve más szerzők kutatásai alapján elemzi és értékeli a költségvetési lehetőségek és felzárkózási folyamatok közötti összefüggéseket. Rövid távon a költségvetési lehetőségek szélesítése nagyobb gazdasági növekedéssel járhat együtt, hosszú távon azonban a magas államháztartási hiány növekvő államadósság-pályához, a kockázatok növekedéséhez, s ez által bizalomvesztéshez vezethet, melyet fiskális kiigazítás és más egyéb intézkedések követhetnek – röviden ez történt Magyarország esetében az új ezredforduló első évtizedében. A hosszú távú költségvetési lehetőségeket, s ez által a hosszú távú növekedési potenciált javíthatják a különböző, fiskális szigor irányába tett lépések; adósságfék szabályok. Az Európai Unió források eredményes felhasználása is pozitívan járulhat hozzá az egyes államok költségvetési mozgásteréhez, amely növelheti az egyes gazdaságok jövedelemtermelő képességét, reálgazdasági teljesítményét, felzárkózását. A hatékonyság növelése érdekében egyszerű, letisztult államszervezet kialakítása ideális, sikeres nemzetközi tapasztalatok, jó gyakorlatok alapján.

Kulcsszavak: költségvetés, gazdasági konvergencia, Magyarország, Európai Unió, nemzetközi összehasonlítás.

JEL: E62, H60, O40.

1. Bevezetés

A gazdasági növekedés és a felzárkózás szempontjából az államok, mint meghatározó gazdasági szereplők nem hagyhatók figyelmen kívül. A központi és helyi kormányzat, illetve azokhoz kapcsolódó államigazgatási szervek, valamint a különböző állami és/vagy önkormányzati tulajdonban lévő vállalatok – a továbbiakban általános kormányzat – fogyasztásaik és beruházásaik révén a gazdaság releváns szereplői.

¹ PhD hallgató, Pécsi Tudományegyetem, Földtudományok Doktori Iskola, Pécs; ploszd@gmail.com.

Az általános kormányzat vásárlásainak választási döntési pontjait költségvetési lehetőségeinek halmaza határozza meg, határa jelenti a szektor költségvetési korlátját. Ez a fiskális határvonal jellemzően puha limit a közszektor számára, ugyanis az állam számos formában tudja finanszírozási potenciálját kiaknázni. A fiskális mozgástér szempontjából releváns a szektor bevételnövelési lehetősége, amely történhet a közterhek mértékének emelésével, az általános kormányzat által nyújtott termékek és/vagy szolgáltatások díjának megváltoztatásával, továbbá hitelfelvétellel. Természetesen a kiadási oldal is több alternatívát nyújthat, elsősorban a kiadások racionalizálása, ésszerű csökkentése révén.

De az állam nem csak közvetlenül, gazdasági szereplőként van jelen a piacon. Közvetett módon, a különböző jogszabályokon keresztül is befolyásolja, befolyásolhatja a piac működését, hatást gyakorolva a rövid és hosszú távú gazdasági növekedésre, valamint ezen keresztül a konvergenciára is.

2. Irodalmi áttekintés

2.1. Növekedés és felzárkózás

A konvergencia és a gazdasági növekedés egymástól el nem választható fogalom. Növekedés nélkül nincs felzárkózás, konvergencia és az ahhoz szükséges tényezők nélkül a nemzetgazdaságok alulmaradhatnak a világgazdasági versenyben.

Számos konvergenciaelmélet létezik, de jelen kutatás szempontjából, pusztán annak lényegi elemeire rámutatva kettőt emelnék ki. A makroökonómiai elmélet egyik legalapvetőbb növekedési modellje a **Solow-modell**. A Solow-modell szerint a gazdasági növekedést a technológiai fejlődés, a tőkeállomány bővülése és a népesség (munkaerő) növekedése határozza meg. Ha a fejlett világ XXI. századi demográfiai nehézségeit vesszük figyelembe, növekedés leginkább az innováció és a befektetések ösztönzésével valósulhat meg, amelyhez az általános kormányzat a szabályozó- és intézményrendszerrel közvetetten, pénzügyi és nem-pénzügyi támogatással, valamint különböző adó- és járulékkedvezményekkel, –mentességgel pedig közvetlenül is hozzájárulhat.

A másik elmélet a **β -konvergencia** – amely a Solow-moddellel ellentétben nem a növekedés tényezőire, hanem – a kiindulási szint és a felzárkózás mértékének fontosságára hívja fel a figyelmet. Vagyis a szegényebb országok egy főre jutó jövedelme gyorsabban növekszik, mint a fejlett országoké, ennek eredményeképpen a szegényebb országok (idővel) felzárkóznak a gazdagabb országokhoz.

Eltérések azonban nem csak nemzetgazdaságok, hanem országokon belül, az egyes régiók között is megfigyelhetők. Elekes (2017) részletesen bemutatta, hogy nyitott és zárt gazdaságok esetén is észlelhetők prociklikus eltérések, nyitott gazdaság esetén országos átlag feletti a növekedés és a visszaesés is egyes régiókban.

Az országok közötti és az országokon belül, egyes régiók közötti területi eltérések alakulását, a **σ -konvergencia** mutatja meg, mérése a relatív szórással történik (coefficient of variation). Minél magasabb a relatív szórás értéke, annál magasabb regionális különbségek figyelhetők meg és fordítva. Szigma-konvergencia akkor következik be, amikor a megvizsgált régió vagy ország egy főre jutó GDP-jének relatív szórása időben csökken (Benedek – Kocziszky, 2017). Azaz a gazdaságpolitika feladata nem csak az anticiklikus, hanem a területi különbségeket csökkentő fiskális politikára való törekvés is.

2.2. Fiskális mozgástér és konvergencia

Jarmila et al. (2017) határozzák meg legpontosabban a fiskális mozgástér definícióját. A szerzők egybehangzón elképzelhetőnek tartják rövid távon magasabb költségvetési hiányt, ha más fiskális problémát nem okoz, kizszorító hatással sem jár. Jamie et al. (2017) kutatásában rámutatott, hogy a fiskális mozgástér növelése csak egy határig képes a potenciális növekedést emelni, egy pont után már csökkenti azt a jövőben növekvő adósságtól való félelem miatt. Úgy véli, a két tényező közötti kapcsolatot négyzetes, visszahajló görbe írja le. Jamie et al. (2017) tulajdonképpen a fiskális pozíció fenntarthatóságára is utal, amelyre vonatkozóan Jarmila et al. (2017) határozza meg részletesen annak feltételeit. A fiskális fenntarthatóság belső és külső egyensúlyi pozíció mellett megköveteli a hosszú távú gazdasági növekedést.

Norman – Richard (2003) tanulmányukban a költségvetési kiadások és bevételek gazdasági növekedésre gyakorolt hatását vizsgálták. A fontosabb megállapításokat az 1. táblázat tartalmazza, amely szerint kizárólag nem torzító hatású adók és produktív közkiadások esetén tud az állam pozitívan hozzájárulni a gazdasági növekedéshez, s ez által a felzárkózáshoz.

1. táblázat. Költségvetési bevételek és kiadások növekedésre gyakorolt hatása

Finanszírozási forrás	Költségvetési kiadás		Költségvetési hiány
	Produktív közkiadások	Nem-produktív közkiadások	
Torzító hatású adóbevételek	Pozitív: alacsony, negatív: magas szint mellett	Negatív	Bizonytalan
Nem torzító hatású adóbevételek	Pozitív	0	Negatív
Költségvetési hiány	Bizonytalan	Negatív	-

Forrás: Norman – Richard (2003) alapján, saját készítés, 2019

A következő, 2. táblázatban az állami bevételek és kiadások szintén Norman, G. – Richard, K. (2003) szerinti csoportosítását mutatom be. A táblázat alapján látható, hogy az oktatásra, egészségügyre, igazságszolgáltatásra, általános közszolgáltatásokra, ingatlanberuházásokra, közlekedésre és kommunikációra fordított kiadások járulnak hozzá leginkább a növekedéshez, abban az esetben, ha ezek forrását a belföldi termékeket és szolgáltatásokat sújtó adókból teremtik meg a kormányok.

2. táblázat. Költségvetési kiadások és adóbevételek osztályozása

Produktív kiadás	Nem produktív kiadás	Egyéb kiadás
Oktatás, Egészségügy, Igazságszolgáltatás, Általános közszolgáltatások, Ingatlanberuházások, Közlekedés és kommunikáció	Szociális ellátó és jóléti rendszerek, Rekreáció, Gazdasági szolgáltatások	Egyéb kiadások
Torzító hatású adó	Nem torzító hatású adó	Egyéb bevételek
Jövedelem- és nyereségadók, Társadalombiztosítási adók, Munkaerőpiaci adók és járulékok	Belföldi termékeket és szolgáltatásokat sújtó adók	Nemzetközi kereskedelmet sújtó adók, Egyéb adóbevételek, Nem adó jellegű bevételek

Forrás: Norman – Richard (2003) alapján, saját készítés, 2019

3. Anyag és módszer

3.1. Adatok

Az előző részben feltüntetett költségvetési kiadásokat és adóbevételeket, valamint az államháztartási hiány, államadósság és az egy főre jutó, vásárlóerő-paritáson számolt GDP adatokat az Európai Unió 11, 2004 után csatlakozott tagországára (KKE-11)¹ vonatkozóan gyűjtöttem össze. A kiadások COFOG², a bevételek a 2. táblázat alapján kerültek elemzésre.

3.2. Módszertan

Első körben egyszerű, összehasonlító statisztikai elemzést végeztem a költségvetési kiadások és bevételek GDP-arányos összetételére vonatkozóan. A vizsgálathoz olyan 4 országot

¹ KKE-11: Bulgária, Csehország, Észtország, Horvátország, Lengyelország, Lettország, Litvánia, Magyarország, Románia, Szlovákia, Szlovénia.

² COFOG: Classification of Functions of Government – kormányzati kiadások funkciók szerinti osztályozása.

választottam ki, amely úgy gondolom, hogy jól reprezentálhat egy-egy országcsoportot¹. Az összehasonlító elemzést követően panelökonometriai vizsgálatokat végeztem, hogy meghatározhassam, az Európai Unió tagországai esetében milyen adóbevételi és költségvetési kiadási struktúra az, amely leginkább támogathatja a gazdasági növekedést, s ez által a felzárkózást, az egyes tagországok közötti különbségek csökkenését.

4. Eredmények

4.1. Összehasonlító elemzések

A kormányzati kiadások funkciók szerinti osztályozásának főcsoportjai szerinti GDP arányos kiadási szintet a 3. táblázat tartalmazza, sikeres felzárkózási, növekedési időszakokat felmutató országok esetében. Az elmélet szerint hazánk esetében a többi országhoz képest az általános közszolgáltatásokra, gazdasági ügyekre, ingatlanberuházásokra és településfejlesztésre fordított magasabb GDP-arányos kiadási arány – a többi vizsgált országhoz képest – ceteris paribus magasabb növekedéssel, tehát gyorsabb felzárkózással kellene, hogy társuljon. Ugyanakkor az egészségügyi kiadások alacsonyabb szintje mérsékelheti ezt.

3. táblázat. A kormányzati kiadások funkciók szerinti osztályozásának főcsoportjai, a GDP százalékában (2016)

Kiadási főcsoportok	Országok			
	Németország	Spanyolország	Magyarország	Svédország
Általános közszolgáltatások	5,8	6,1	7,9	6,6
Védelem	1,0	1,0	0,7	1,2
Közrend és közbiztonság	1,6	1,9	2,3	1,3
Gazdasági ügyek	3,1	3,9	7,1	4,2
Környezetvédelem	0,6	0,8	0,5	0,3
Lakásügyek és településfejlesztési ügyek	0,4	0,4	0,8	0,7
Egészségügy	7,2	6,1	4,8	6,9
Szabadidő, kulturális és vallásügyek	1,0	1,1	3,3	1,1
Oktatás	4,2	4,0	4,9	6,7
Szociális védelem	19,3	16,9	14,3	20,7
Összesen	44,2	42,2	46,7	49,7

Forrás: Eurostat (2019a) adatok alapján, saját készítés, 2019

¹ Országcsoportok: Németország a magországokat, Spanyolország a mediterrán, Magyarország a volt szocialista, Svédország pedig a skandináv országok csoportját képviselheti.

A bevételeket tekintve a belföldi termékeket és szolgáltatásokat sújtó adók azok, amelyek nem rendelkeznek torzító hatással. A 4. táblázatban, az előbbi típusból származó adóbevételek a termékekre és importra kivetett adók típusban találhatók meg, a belföldi termékeket sújtó adók képezik a fő részét ennek a csoportnak. A magyarországi GDP arányos termékadóbevételek mértékét a svéd haladja meg egyedül, ami azt jelenti, hogy a magyar adórendszer növekedésbarát.

4. táblázat. A kormányzati adó-és járulékbévételek főbb típusai, a GDP százalékában (2016)

Adó- és járuléktípusok	Országok			
	Németország	Spanyolország	Magyarország	Svédország
Termékekre és importra kivetett adók	10,6	11,6	18,1	22,5
Jövedelmi és vagyoni típusú adók	12,6	9,9	7,4	18,8
Tőkejövédelmet terhelő adók	0,2	0,6	0,0	0,0
Szociális hozzájárulás (nettó módon)	16,6	12,2	13,6	3,3
Adó- és járulékbévételek összesen	40,0	33,9	39,2	44,6

Forrás: Eurostat (2019b) adatok alapján, saját készítés, 2019

4.2. Panelökonometriai vizsgálatok

Első körben a költségvetés kiadások szerkezete, valamint annak GDP-arányos mértéke és az egy főre jutó, vásárlóerő-paritáson számolt GDP közötti kapcsolatot vizsgáltam (1. ábra), Backward modellszelekción eljárásal, a változók relevanciáját az általános, 5 százalékos szignifikancia szinten választottam meg.

A modell szerint a KKE-11 országok esetében az EU-15 országokhoz¹ történő felzárkózás szempontjából az általános közszolgáltatások, védelem, közrend és közbiztonság, valamint a lakás- és területfejlesztésre fordított kiadások negatív, a környezetvédelem, egészségügy, szabadidő, kulturális és vallási tevékenység, valamint a szociális védelem pozitív hatással rendelkeznek. A modell korrigált többszörös determinációs együtthatójának értéke 74,8 százalék, ami azt jelenti, hogy a modellben feltüntetett tényezők együttesen 74,8 százalékban magyarázzák az egy főre jutó vásárlóerő-paritáson számolt GDP EU-15 országokhoz viszonyított varianciájának alakulását. Annyit azonban hozzá kell tenni, hogy a modellben a

¹ EU-15: Ausztria, Belgium, Dánia, Egyesült Királyság, Finnország, Franciaország, Görögország, Hollandia, Írország, Luxemburg, Németország, Olaszország, Portugália, Spanyolország, Svédország

konstans tag értéke relatíve magas, ami arra utal, hogy más tényezők is relevánsak lehetnek a konvergencia szempontjából.

Amennyiben a kiadási szint és az egy főre jutó, vásárlóerő-paritáson számolt, EU-15-höz viszonyított GDP-értéket vizsgáljuk kizárólag, a korrigált R^2 értéke 14,6 százalék, tehát gyenge magyarázó erővel rendelkező modellt kapunk.

1. ábra. A felzárkózást befolyásoló költségvetési kiadások, KKE-11 országok (2001-2016)

Source	SS	df	MS	Number of obs = 176		
Model	25396.3531	8	3174.54414	F(8, 167) =	65.93	
Residual	8040.64123	167	48.1475523	Prob > F =	0.0000	
Total	33436.9943	175	191.068539	R-squared =	0.7595	
				Adj R-squared =	0.7480	
				Root MSE =	6.9388	

GDP_PPP_C~15	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
GENPUBSERV	-1.627073	.3592142	-4.53	0.000	-2.33626	-.9178872
DEF	-5.529169	1.396968	-3.96	0.000	-8.287163	-2.771176
PUBLORD	-13.91541	1.986967	-7.00	0.000	-17.83822	-9.992595
ENVIPROT	6.482373	2.168499	2.99	0.003	2.201169	10.76358
HOUSING	-3.358267	1.346265	-2.49	0.014	-6.016159	-.7003756
HEALTH	4.551997	.5217053	8.73	0.000	3.522009	5.581985
RECR	7.716183	1.213994	6.36	0.000	5.31943	10.11294
SOCPROT	1.119829	.2697757	4.15	0.000	.5872189	1.65244
_cons	49.72017	6.337454	7.85	0.000	37.20832	62.23202

Forrás: Eurostat (2019a, 2019c) adatok alapján, saját elemzés, 2019

A bevételeket tekintve szintén Backward szelekciós eljárást alkalmaztam. 5 százalékos szignifikancia szinten két változó maradt releváns: a szociális hozzájárulás (nettó módon), valamint a tőkejövedelmet terhelő adó (2. ábra). Ez utóbbi előjele logikus, hiszen, ha valamit adóztatnak, akkor az lassíthatja a felzárkózási folyamatot. A korrigált R^2 értéke 42,6 százalék, míg az adóbevételek szintje és az egy főre jutó, PPP-alapú reál GDP között 16,3 százalék.

2. ábra. A felzárkózást befolyásoló adóbevételek, KKE-11 országok (2001-2016)

Source	SS	df	MS	Number of obs = 176		
Model	14457.8792	2	7228.93959	F(2, 173) =	65.89	
Residual	18979.1151	173	109.705868	Prob > F =	0.0000	
Total	33436.9943	175	191.068539	R-squared =	0.4324	
				Adj R-squared =	0.4258	
				Root MSE =	10.474	

GDP_PPP_CA~15	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
NET_SOC_CONTR	3.395993	.3502932	9.69	0.000	2.704594	4.087392
CAP_TAX	-21.68542	9.969613	-2.18	0.031	-41.36315	-2.007681
_cons	16.67974	4.254921	3.92	0.000	8.281497	25.07798

Forrás: Eurostat (2019b, 2019c) adatok alapján, saját elemzés, 2019

További vizsgálatok részét képezte a költségvetés egyenlege és a felzárkózás, valamint az időszak elején fennálló államadósság szint és a konvergencia közötti kapcsolat vizsgálata. (Eurostat, 2019c és 2019d) Előbbi nem bizonyult szignifikánsnak a szokásos szignifikancia szinteken¹, utóbbi viszont 5 és 10 százalékos érték mellett annak bizonyult, igaz rendkívül alacsony (3,1 százalékos) magyarázó erő mellett, nagyon gyenge pozitív irányú kapcsolatot mutatva.

5. Következtetések és javaslatok

A gazdasági növekedés, illetve a felzárkózás és a fiskális mozgástér, a költségvetési lehetőségek közötti kapcsolat vizsgálata az utóbbi pár évben ismét számos kutatás központi témájává vált.

Különböző közgazdasági modellek lefuttatása nélkül is vannak elképzeléseink arról, hogy az állam miként képes befolyásolni közvetetten és közvetlenül a gazdaság működését. Azonban ezek a feltételezések, várakozások nem mindig igazodnak a kutatási eredményekhez. A szakirodalom szerint kizárólag nem torzító hatású adók és produktív közkiadások esetén tud az állam pozitívan hozzájárulni a gazdasági növekedéshez, s ez által a felzárkózáshoz. Ez a gyakorlatban azt jelentené, hogy az oktatásra, egészségügyre, igazságszolgáltatásra, általános közszolgáltatásokra, ingatlanberuházásokra, közlekedésre és kommunikációra fordított kiadások növelésével, valamint a belföldi termékeket és szolgáltatásokat sújtó adók emelésével lehet leginkább a fiskális egyensúlyt megőrizve magasabb gazdasági növekedést, s ez által gyorsabb felzárkózást elérni.

Az elméleten alapuló statisztikai összehasonlító elemzés szerint Magyarországnak a többi országhoz képest az általános közszolgáltatásokra, gazdasági ügyekre, ingatlanberuházásokra és településfejlesztésre fordított magasabb GDP-arányos kiadási aránya ceteris paribus magasabb növekedéssel, tehát gyorsabb felzárkózással kellene, hogy társuljon. A panelökonometriai modell azonban azt mutatja, hogy a környezetvédelemre, egészségügyre, szabadidő, kulturális és vallási tevékenységre, valamint a szociális védelemre fordított kiadások relevánsak a konvergencia szempontjából. Ezen tevékenységek közül a rekreációs kiadások azok, amelyek számottevően meghaladják a német, a spanyol és a svéd GDP-arányos kiadási szintet.

A bevételekre vonatkozóan is ellentmondásban áll az elmélet és az empiria. A modell szerint a belföldi termékeket és szolgáltatásokat terhelő adók – statisztikai értelemben – nem voltak relevánsak, míg a szociális hozzájárulás (nettó módon), valamint a tőkejövedelmet terhelő adók GDP-arányos szintje igen. A hazai adórendszerrel elmondható, hogy növekedésbarát; hiszen a tőkejövedelmeket terelő adók szintje rendkívül alacsony ma Magyarországon.

¹ Szokásos szignifikancia-szintek: 1, 5, 10 százalék.

A fiskális mozgástér és a konvergencia szempontjából regionális (NUTS-2) és/vagy megyei (NUTS-3) szintű adatok vizsgálatára lenne szükség, annak érdekében, hogy az országon belüli, területi különbségek csökkentése érdekében is meg lehessen fogalmazni javaslatokat, s ezen eredményeket az országok közötti konvergenciára vonatkozó modellbe be lehessen csatornázni. Az országok konvergenciáját pedig komplexebb, a fiskális tényezők mellett más indikátorokat is tartalmazó panelökonometriai modellel célszerű vizsgálni, a magyarázó erő növelése és a konstans tag értékének csökkentése érdekében.

Hivatkozott források

Benedek, J. – Kocziszky, Gy. (2017) Területi polarizáció és konvergencia a visegrádi országokban. Magyar Tudomány, 178. évf. 3. sz., pp. 261-272.

Elekes, A. (2011) Kohézió és/vagy növekedés? Pénzügyi Szemle 2011/1., pp. 107-123.

Eurostat (2019a) Internetes forrás. On-line:

http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=gov_10a_exp&lang=en. Elérve: 2019. február 18.

Eurostat (2019b) Internetes forrás. On-line:

http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=gov_10a_taxag&lang=en. Elérve: 2019. február 18.

Eurostat (2019c) Internetes forrás. On-line:

http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=prc_ppp_ind&lang=en. Elérve: 2019. február 19.

Eurostat (2010d) Internetes forrás. On-line:

http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=gov_10dd_edpt1&lang=en. Elérve: 2019. február 19.

Jamie, C. (2017) Debt Sustainability, Fiscal Space, and Growth. Department of Economics, University of Otago, New Zealand.

Jarmila, B. – Jean-Marc, F. – Annabelle, M. (2017) A Re-assessment of Fiscal Space in OECD countries. Economics Department Working Papers No. 1352., ECO/WKP(2016)76.

Norman, G. – Richard, K. (2003) Fiscal Policy, Growth and Convergence in Europe. New-Zealand Treasury Working Paper, 14. évf. 3. szám.

A vállalati tőkeállomány és tőkemozgás metodikája, avagy honnan hová vándorol a pénz a vállalkozásokon belül?

Pócsik Orsolya¹

Összefoglalás

A tanulmány a tőkeállomány és tőkemozgás Európai Unió belüli főbb típusait elemzi, kitérve a főbb típusokra, amelyek első megközelítés szerint visszafizetési kötelezettség szempontjából vizsgálódik, vagyis a hitel jellegű nemzetközi tőkeáramlásokat, amelyek származhatnak hivatalos és nem hivatalos forrásokból, nemzetközi segélyekből, illetve a másik aspektusát tekintve: a nem hitel jellegű nemzetközi tőkeáramlásokat, amelyek származhatnak adományból, portfólió beruházásokból, közvetlen külföldi beruházásokból. A szerző az elemzést kiterjeszti a külföldi tőke elméleteinek vizsgálatára, figyelembe véve Hymer, Penrose, Chandler, Vernon, Aliber munkásságát és azt követő irányzatokat. Továbbá a szerző magyarázatot keres a XXI. század vállalkozásainak versenyelőnyére, amely korrelációs kapcsolatban van a vállalati tőkeállomány nagyságával. A vállalati versenyelőnyt a menedzseri tudás, technológia, innováció, termékek piaci adaptációjaként, tőkebefektetés a piaci részesedés növelésére, adaptív környezeti feltételek megteremtését értelmezi. A tanulmányban a szerző megfogalmazza azokat az okokat, amiért a nemzetközi valuta és tőkepiacok működni tudnak az adott régió belül, továbbá a Porter-féle versenyelőnyöket is rámutat, amely a vállalati stratégiai döntések alapjai. Továbbá tőkeexportőröket nevez meg a vizsgálati célpiacon. A tanulmány zárófejezetében a szerző, arra keresi a választ, hogy milyen tendenciái vannak a tőkeállománynak, tőkemozgásnak figyelembe véve a következőket: a technológia, innováció és a tőkeáramlás felgyorsulása, a régiós piac vállalat stratégiai változásai, fejlődő és fejlett országok tőkebefektetései az EU-s vállalkozásokba.

Kulcsszavak: tőkeállomány, tőkemozgás, Európai Unió, működő tőke elméletei

Jel kód: R51, G3

1. Bevezetés

A vállalati versenyelőny fogalma értelmezésben: a menedzseri tudás, technológia, innováció, termékek piaci adaptációjaként, tőkebefektetés a piaci részesedés növelésére, adaptív környezeti feltételek megteremtését értelmezi (Szakály Dezső definíciója alapján)

¹ PhD hallgató, Enyedi György Regionális Tudományok Doktori Iskola, SZIE GTK RGVI; Pocsik.Orsolya@phd.uni-szie.hu

A következőkben Szanyi Miklós: Elmélet és Gyakorlat a nemzetközi gyakorlat működő tőke-áramlás vizsgálatában című munkáját vettem alapul.

Első elmélet: Hymer nevéhez fűződik, aki elsőként kísérelte meg a külföldi működő tőkebefektetésre vállalkozó cégek motívumait vizsgálni. Hymer, Baumol és Penrose vállalatelméleti alapfeltevésein indult el. Ezek szerint a vállalatot nem a neoklasszikus vizsgálat központjában álló termelési függvénnyel jellemzi, hanem mint gazdálkodó szervezetet, amely különböző értékekkel rendelkezik. Ezek egy része tárgyi formában megtestesülő, másik része tárgyakhoz nem kötődődik (tudás, tapasztalat, ismeretek). (Szanyi, 1997)

A hatvanas években a vállalatvezetési irányzat már nem a termelés, kapacitás, produktivitás jellemzi, hanem a materiális és immateriális javak.

Második elmélet: Chandler feltételezi, hogy a nemzetközi működő tőke-áramlásokban az ötvenes és hatvanas években kiemelkedő szerepet játszó amerikai befektetők versenylőnye a fölényes menedzseri tudásból származott. (Szanyi, 1997)

A menedzsment szerepe ebben az időben felértékelődött, ahogy a humán tőke is a vállalatvezetés középpontjába került.

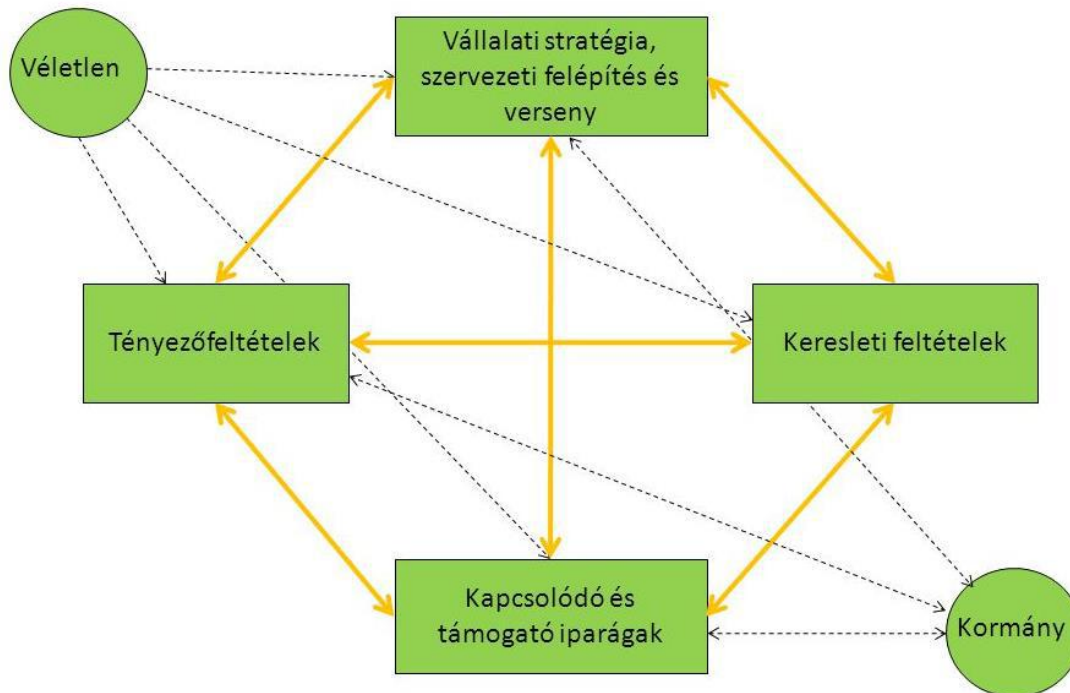
Harmadik elmélet: A külföldi működő tőke harmadik elmélete Robert Aliber (1970) nevéhez fűződik. Elmélete szerint a tőkeáramlások háttérében a nemzetközi tőke- és valutapiacok jellemzőit, opcióit fedezte fel. A valuta konvertibilitás nemzetközi meghonosodása az ötvenes és hatvanas években nagyszámú nemzetközi pénzügyi műveletek előtt nyitott lehetőséget. A termeléshez szükséges külföldi teljesítmény létrehozásával, felvásárlásával a befektető ország tőkésai a befektető valutát akarják kizsákmányolni. (Szanyi, 1997)

Így hát mód és lehetőség nyílt a külföldi működő tőke szabad áramlására.

A negyedik elmélet: Szintén pénzügyi orientációjú, a kérdés volt, hogy milyen mennyiségben vállalkozik egy cég külföldi tőkebefektetésre, ha célja portfólió befektetések sokszínűsítése vagy az árfolyamkockázatok mérséklése. Így ez a nemzetközi portfólió beruházási elméletet eredményezi. (Szanyi, 1997)

A tanulmány további részében a tőke elméleten túl a vállalatvezetéssel és stratégiai szövetségesekkel valamint a működő tőke Magyarországra érkezésével foglalkozom.

1. ábra. Porter-féle gyémánt modell



Forrás: Porter (1990)

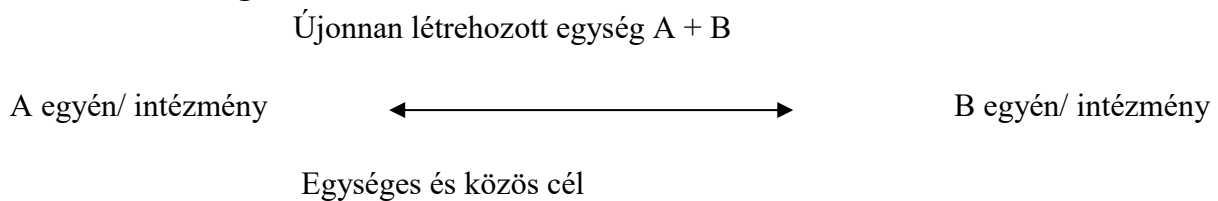
Csath (2018) szerint nagyon fontos a versenyképesség külső, elsősorban puha tényezőinek figyelembe vétele. Dunnig erről munkájában vall, hogy a multinacionális vállalatok csak külső faktorként vegyék figyelembe a gyémánt modellt. A multinacionális vállalatok sikeres működéséhez együttműködő partnerekre van szükség. Igaz ez a működő tőke - áramlásra is, mert ez a stratégiai szövetség vállalati szinten és a működő tőkeáramlás egymással parallel. A stratégiai szövetségeknek számtalan fajtáját ismerjük, már az ókortól kezdődően (statégosz). A mai gyorsan változó világunkban még inkább létjogosultsága van az egyének és az intézetek szövetségének. A következő okokkal magyaráznom:

- Gyors ütemben változik a technológiai környezetünk, beleértve az internet adta lehetőségeket is.
- Maga az humán erőforrás, az ember és a világról alkotott kép is napról napra változik. Ezzel együtt a szellemi tőke pedig felértékelődött a változó világunkban.
- A globalizáció hatása az emberi kapcsolatokra és a szövetségekre.
- Hatalmi helyzetek a világ átalakuló politikai hatásra megváltoztak.

A stratégiai szövetség felfogásáról több vélekedés is ismeretes, de elgondolásom szerint ez a fajta összefogás a legmagasabb rendű érdek és hasznon és jólét és akár boldogság szövetsége. A stratégiai szövetséges megőriz magából valami fél önállóságot, anélkül hogy a szövetség kereteit felrúgná.

Alkalmazható egy jól ismert közgazdasági modell, bár mely személy vagy intézményi szövetség modellezésére.

2. ábra. Szövetség modellezése



Forrás: Saját szerkesztés Vállalati sematikus összeolvadás (Dussauge és Garrette 1999 3.p.) ábrája alapján

Tőkeegyesítő megközelítéssel különböző intézmények között különböző pályázatok (K+ F) keretében valósulnak meg. Humán tőke szempontjából még érdekesebb megvizsgálni a stratégiai szövetségek bizalom alapú megközelítést:

Az előző elmélet 2 fontos mozzanattal nem számol:

- (1) az következő történések bizonytalan kimenetével,
- (2) az érintettek válasza a bizonytalanságra. (Szintay I., 2001)

A fent vázolt ábra a szövetségek fejlődési fázisát és a bizalom fejlesztését mutatja meg, amely

Hálózatok szövetsége: Hálózatokat kapcsolati tőke szintjén értelmezhetjük, amely ismeretségek halmazát jelenti. Ebben az egyének a közös cél elérése érdekében egymást segítik, így a humán tőke kapcsolati hálózatukat illetve esetenként egymásait használják.

A legmagasabb rendű szövetségnek tartom a stratégiai szövetségeket, amelyek hosszú távon adott célért, a tagok/ érdekeltek megosztják tudásukat, kiállnak egymás nézeteiért, segítő kezet nyújtanak egymásnak. Vállalati szinten is értelmeznünk kell a stratégiai szövetségeket, amelyek regionális szinten egy speciális vállalat típusba tartoznak, amely nem más, mint a vállalatok szövetsége, a klaszterek.

A külföldi befektetések a területi gazdasági növekedésre kedvező hatást gyakorolnak, hatásukra fogyatkozik a munkanélküliség, új technológiákat hoz létre, beindítják a termelési erőforrásokat, a helyi és a nemzetgazdaság számára jövedelmet termelnek. Fontos szempont, hogy a meglévő adottságokat miként lehet kapcsolni a külföldi befektetésekhez. A regionális stratégia alapvető célja, hogy ösztönözze, működési feltételeit biztosítsa a képzésben, az infrastruktúrában, a különféle települési rendszerek alakítását. (Káposzta- Tóth, 2013)

2. Irodalmi áttekintés

Szakály D. definíciója alapján értelmezem a versenyképességet. Szanyi. (1997) alapján értelmezem a tőke elméleteket, a klaszterek kialakulását. Dussauge és Garrette, (1999) alapján

Vállalati sematikus összeolvadás, ami stratégiai szövetségként is értelmezhető. Szintay, (2001)) tanulmánya alapján a szövetség fejlődési fázisait és a bizalom fejlesztését, valamint a tőkeegyesítő szövetségeket elemzem. Káposzta- Tóth, (2013) egyetemi jegyzetükben a külföldi befektetésekről írnak. Tóth T. (2005) írásában felhívja a figyelmet, a tőke térbeli terjedésében a globalizáció okaként meghatározó szerepet játszik a külföldi befektetések hatása a regionális fejlődésre. A helyi gazdaság beruházásainak hatása is széles aspektusú értékelésre ad lehetőséget, a belső fejlesztések átgyűrűző (multiplikatív) hatásaitól kiindult. Neszmélyi Gy.-Lampertné Akócsi I.- Bruder E., (2016) közös tanulmányukban a v4-es országokat hasonlította össze, rámutatva területi különbségekre és arra, hogy konvergencia tekintetében tendenciózus növekedést mutatnak az országok, az EU-s átlag tekintetében.

3. Anyag és módszer

A tanulmányban a közvetlen működő tőke- befektetések (2007-2017) közötti összefüggéseit elemzem. A versenyképességre ható tényezők közül a bruttó hazai termék (GDP) értékeit veszem alapul KSH kimutatások alapján. Végezetül a működő tőkeáramlás nagyságát mutatom be OECD összehasonlításban.

4. Eredmények

1. táblázat. Közvetlen külföldi működő tőke- befektetések (2007-2017) (millió USD)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
CZ	10444	6451	2927	6141	2318	7984	3639	5492	465	9815	7412
PL	19836	12283	10039	12796	1592	1242	2734	1426	1527	1392	6434
					5	4		9	1	8	
HUN	3951	6327	1995	2193	6300	1440	3402	7807	-	-5855	2492
						9			1475		
									1		
SK	4017	4868	-6	1770	3491	2982	-604	-512	106	-295	2277
EU28	823661	305478	391169	362685	4347	4920	3446	2599	5158	5240	3035
					56	07	75	33	66	10	80

Forrás: KSH, 2019

Érdemes figyelembe venni az elmúlt 10 év közvetlen működő tőke befektetéseit a régió V4-es országában. Számos tanulmány foglalkozik a 2008-as világgazdasági válsággal és annak hatásaival, amelynek eredménye megmutatkozik 2008-2010-es időszakban. Szlovákia és Magyarország utóbbi években nagyon rosszul teljesít közvetlen külföldi működő tőke-befektetések tekintetében.

A gazdasági válság évei alatt Szlovákia területi különbségei nem hasonlíthatók a többi V4 országhoz, hiszen a 2008–2012 közötti időszakban Szlovákia az egyetlen olyan V4 ország, amelyen belül a területi különbségek tovább növekedtek. Szlovákia területi különbségeinek éves növekedési üteme jóval a V4 és a vizsgált Európai Unió országok átlagértéke felett volt

a válság idején. A legfrissebb adat mind a négy visegrádi országban csökkenésnek indultak a területi különbségek. Ez a jelenség a vizsgált európai országokban együttvéve is igaz volt, azonban Csehország, Magyarország és Lengyelország konvergenciájának üteme meghaladta az EU-s átlagot. (Neszmélyi Gy. I. – Lampertné Akócsi I. – Bruder E., 2016)

2. táblázat. A bruttó hazai termék (GDP) értéke forintban, euróban, dollárban, vásárlóerő- paritáson (2007- 2017)

Év	A bruttó hazai termék értéke:				
	devizaárfolyamon			Vásárlóerő- paritáson	
	millió HUF	millió EUR	millió USD	millió EUR	millió USD
2007	25680214	102185,4	139695,4	157736,0	191329,7
2008	27193630	108233,4	158286,6	164042,4	207576,5
2009	26424604	94178,5	130646,7	157432,7	206948,2
2010	27224599	98851,2	130793,2	164802,8	215559,1
2011	28304938	101375,1	140862,6	171835,6	227766,3
2012	28781064	99443,9	127705,8	173149,4	229105,5
2013	30248235	101873,3	135217,9	177796,9	242025,7
2014	32 583 424	105564,1	140131,7	185589,7	251774,8
2015	34 378 594	110 934,5	123 017,9	194 926,5	257 779,5
2016	35 474 186	113 896,4	126 045,3	191 718,2	262 440,3
2017	38 355 115	124 042,3	139 844,4	199 028,2	276 164,0

Forrás: KSH, 2019

Szűkítve a kört a vizsgálódást csak Magyarország tekintetében folytatom. Ahol az ország helyzetét a bruttó hazai termékben kifejezett adatok szerint értelmezem.

A bruttó hazai termék értéke devizaárfolyamon és vásárlóerő- paritáson is növekedést mutat az elmúlt 10 év tekintetében. Vagyis Magyarország versenyképesség a kemény tényezők szerint növekedésben van. Ez oda-vissza hatással van a működő tőkeáramlásra, hiszen minél magasabb a GDP, annál biztosabb, hogy több működő tőke érkezik az országba.

A GDP növekedés mértékében beálló magyar ütemcsökkenés mögött mélyen szántó, szerkezeti okok találhatók. Ilyen a demográfiai folyamatok menete, a korábban olcsó munkaerő folyamatos drágulása és így egy bizonyos versenyképességi előny erodálása, átvitt értelemben a tőkevonzó képesség gyengülése. Nem magyar jellegzetességről van szó: minden közepesen fejlett ország ki van téve olyan kockázatoknak, amelyek eredője lefele mutat a gazdasági növekedés értelemben. Ez az úgynevezett közepes jövedelmi szint csapdája (middle income trap), amely Magyarországot és az európai periféria legtöbb gazdaságát érinti (Bod, 2014).

3. ábra. Működőtőke áramlás OECD összehasonlítása



Forrás: OECD, 2018

Működő tőke összehasonlítását értelmezzük a fenti ábrán (3. ábra), az Európai Unió, OECD országok (37 országot jelent), és a világ összes országát (260 ország) jelenti.

A fenti ábra az 2007-2017 időszakot mutatja, három dimenzióban. A három adat egymással csak a növekedési vagy csökkenési aspektusban értelmezhető, mivel az irányok ugyanazok a fenti ábrán a működő tőke globális, regionális összefüggéseit olvashatjuk le.

5. Következtetések

A tőke térbeli terjedésében a globalizáció következtében meghatározó szerepet játszik a külföldi befektetések hatása a regionális fejlődésre. Állandó kérdés annak vizsgálata, hogy a külföldi befektetések milyen elemekre épülnek a területi gazdaságban és azok milyen fejlődési folyamatokat indítanak el. A helyi gazdaság beruházásainak hatása is széles spektrumú értékelésre ad esélyt, a belső fejlesztések átglyűrűző (multiplikatív) hatásaitól kiindulva, azok együttműködésén át, egészen a lokális és regionális piac formálásáig, mivel sok tényezővel hozzájárulnak a regionális növekedéshez. (Tóth, 2005)

A működő tőke elméletei és gyakorlatait vázoltam tanulmányomban. Egyúttal okfejtést adtam arra, hogy miért érkezik be a külföldi tőkére ennek milyen elméleti keretei vannak, valamint regionális szinten milyen hatással van az adott vállalatokra.

Hivatkozott források

Aliber, R. Z.: A Theory of Direct Foreign Investment. In:-C. P. Kindleberger (szerk.), The International Corporation: A Symposium, Chapter 1. MIT Press, Cambridge MA, 1970

Bod P. Á.: Átmeneti ütemvesztés vagy a „közepes jövedelem csapdája” – kommentár a magyar gazdaságfejlesztési teendőkhez. *Gazdaság és Pénzügy*. 2015, II, 1, 2–17. • <http://tinyurl.com/hxjz6e9>

Chandler, A.: *Scale and Scope. The Dynamics of Industrial Capitalism*. Harvard University, Cambridge, MA, 1990

Child, J.- Faulkner, D. *Strategies of Cooperation- Managing Alliances- Networks, and Joint Ventures*, Oxford University Press, 1998

Csath M. : Tudás- és innováció alapú versenyképesség. *Pénzügyi Szemle*, 2018./1

Frenken et al.: In Szintay, I. Buzádi Z: *Stratégiai Szövetségek Szervezetelméleti Vezetéstudomány XXXI. évf.* 2000. 07-09. 119 p

Hymer, S. H. : *The International Operations of National Firms: A Study of Direct Investment*, Ph.D. Thesis, MIT: Published by MIT Press (1976)

Káposzta J.- Tóth T.: *Regionális és vidékfejlesztési ismeretek (Elméleti jegyzet)*, Debreceni Egyetem Gazdálkodástudományok Centruma, 2013

Krugman et al.: *Geography and Trade*. Cambridge, MIT Press, 2003

Lengyel B.- Szanyi M.: Agglomerációs előnyök és regionális növekedés felzárkózó régiókban – a magyar átmenet esete *Közgazdasági Szemle*, LVIII. évf., 2011. október (858–876. o.)

Neszmélyi Gy. I. – Lampertné Akócsi I. – Bruder E.: A Williamson-hipotézis teljesülésének vizsgálata az Európai Unióban és a Visegrádi országokban, *Gazdaság és Társadalom*, 2016/4

Porter M.: The competitive advantage of nations; *Harvard Business Review*; March- April, 1990

Szanyi M.: Elmélet és gyakorlat a nemzetközi működő tőke- áramlás vizsgálatában. *Közgazdasági Szemle*, XLIV. évf., 1997. június (488-508. o.)

Szintay, I. *Stratégiai menedzsment*, Bíbor Kiadó, Miskolc, 2001.

Tóth T.: *A területi tervezés és programozás főbb módszerei és fejlesztési lehetőségei*, Gödöllő, Szent István Egyetem, 2005

Folyami turizmus, mint turisztikai termék pozícionálása a Duna példáján

Pókó Nikolett¹

Összefoglalás

A hajózással foglalkozó szaklapokban található részletes leírást arról, hogy az európai és amerikai vagy távol keleti küldő országok esetében pontosan mennyivel több utas vett részt a hajós programokon és mennyivel nőtt a hajós társaságok és tour operatorok bevétele a válság idején, például a MINTEL 2010-es jelentése alapján, 2020-ig, több mint 60 új hajót helyeznek forgalomba a hajós társaságok, amely több ezer fős kapacitásbővítést jelent. A szállodahajós turizmus folyamatosan bővíti termékkínálatát, töretlenül nő a kereslet iránta. Egy nagyon sikeres és népszerű turisztikai termékről van szó. A környezetére tett gazdasági hatásai egyértelműek és láthatóak, de nehezen mérhetőek, főleg atipikus jellege miatt (pl. bevételek, kikötői díjak, adók, pénzváltók és szuvenir boltok).

A szállodahajós turizmus, mint turisztikai termék atipikus. Részeinek egymásra épülése is specifikus, nem követi a hagyományos terminológiát, attól teljesen eltér. Olyan turisztikai termék, amely nem csak egy vonzerő, hanem számos vonzerő összessége is. A többi turisztikai termék általános térbeli és időbeli elhelyezhetőségétől is eltér. Atipikus, mert nagy számú látnivalót tesz elérhetővé, de rövid idő alatt a hajóval, mint közlekedési eszközzel ez is megvalósítható. Eltér az utazó közönségének meghatározása a turizmus terminológiában használtaktól. Infrastruktúrája adott a hajó adta lehetőségeknek köszönhetően, de atipikus, mert kombináltan jelenik meg a közlekedési eszköz és luxus szálloda infrastruktúrája egyben. A hajón ugyanúgy működik fodrászat, mini golfpálya, mintha a szárazföldön venné igénybe a vendég, jól elkülöníthető másodlagos szuprastruktúra részeként. A fakultatív programok kialakításában a hajó funkcionalitása teszi teljessé az élményt, például egy esti vacsorával egybekötött hajós városnézés keretében. A vendég nem dönthet úgy, hogy tovább marad a hajózáson, mint a szárazföldön tenné, ha pár nappal meghosszabbítaná a tartózkodását, hagyományos módon. De dönthet úgy, hogy befizet egy másik tematikájú, másik folyami hajózásra, dönthet hajós és szárazföldi programokon való részvételről.

A tanulmány célja, hogy feltárja és igazolja, hogy a folyami szállodahajó turizmus egy nagyon speciális turisztikai termék. Egy atipikus termék, amely egyben klasszikus üdülési forma, mint egy tengerparti üdülés. A tanulmány a klasszikus turisztikai elméleti alapokat és terminológiákat figyelembe véve próbálja meghatározni és megfogalmazni a folyami szállodahajó turizmus atipikus mivoltát.

¹ PhD hallgató, PTE KTK Regionális Politika és Gazdaságtan Doktori Iskola, pokoniki@gmail.com

Kulcsszavak: Duna, folyami turizmus, folyami hajózás, szállodahajó turizmus, turisztikai termék

JEL kód: Z32

1. Bevezetés

A folyami szállodahajózás az óceáni hajózás mintájára (Charlier – McCalla, 2006) folyamatosan növeli az utasok számát és a bevételeket. A termék vonzereje mindkét esetben maga a hajózás, a hajón elérhető szolgáltatások. Az óceáni és Karib-tengeri buli hajókhoz és szórakoztató központokhoz képest, amikor a hajón színház, csúszda park, kaszinó is a vendégek rendelkezésére áll, a folyami szállodahajókon inkább a tömegturizmus és kulturális turizmus jegyei ismerhetőek fel (Drowling, 2006). Ezeken a hajókon a luxus szolgáltatásokat, a kényelmet helyezik előtérbe, kifejezetten a dunai, de más folyami hajókon sok program kapcsolódik a klasszikus zenéhez és a népzenehez, tradíciókhoz. A Dunán és az európai folyókon zajló szállodahajó turizmus alig vizsgált terület (Dragin et al. 2010).

Miért választja sok, elsősorban tengeren túli turista, a szállodahajós utakat? Főleg azért, mert az ilyen utazás magas színvonalon tudja nyújtani az utazás biztonságát, amely talán a luxus szolgáltatásokat is megelőző döntési tényező. A turizmus nagyon érzékenyen reagál a váratlan eseményekre, balesetekre, környezetvédelmi katasztrófákra, gazdasági változásokra. De ebben a tekintetben is a folyami szállodahajó turizmus a többi turisztikai termékhez képest például könnyebben és gyorsabban vészelt át a 2008-as gazdasági válságot, sőt turistaszám növekedést és bevétel növekedést generált (MINTEL, 2010). 2016-ban még 26,7 millióan utaztak szállodahajón világszerte, ez a szám 2019-ben a várakozások szerint, eléri a 30 milliós utas számot (CLIA, 2018).

A tanulmány célja, hogy feltárja és igazolja, hogy a folyami szállodahajó turizmus egy nagyon speciális turisztikai termék. Egy atipikus termék, amely egyben klasszikus üdülési forma, mint egy tengerparti üdülés, tömegturisztikai kínálat, amely iránt évről évre nő a kereslet. A tanulmány a klasszikus turisztikai elméleti alapokat és terminológiákat figyelembe véve próbálja meghatározni és megfogalmazni a folyami szállodahajó turizmus atipikus mivoltát.

2. A folyami szállodahajós turizmus, mint turisztikai termék

A Duna példáján keresztül vizsgálva a folyami szállodahajós turizmust, mint speciális turisztikai terméket, alapvető jellemvonásait, két szakirodalmat vettem alapul, Lengyel Márton és Michalkó Gábor turisztikai termékről írt meghatározásai (Lengyel, M. 2004; Michalkó, G. 2012).

A turisztikai termék, azaz turisztikai kínálat olyan szolgáltatások halmaza, amelyet a turisták igénybe vesznek. A vonzerőn alapszik, amelyért a turisták a térségbe látogatnak. Minden olyan alapfeltételen kívüli szolgáltatást (pl.: közlekedést, szállást, gasztronómiát stb.) jelent, ami

fokozza a turisztikai vonzerőt, bővíti a fogadóképességet és serkenti a költés nagyságát (Aubert - Szabó, 2007). Ez a termék-meghatározás a folyami szállodahajózás esetében már a vizsgálat kezdetekor is problémákba ütközik, hiszen a vonzerő esetünkben maga a hajózás, amely egyben szálláshelyként, közlekedési eszközként funkcionál, programok, gasztronómia helyszíne is egyben. Az 5A vizsgálatát tekintve a turisztikai attrakciók (attraction), az attrakcióhoz köthető tevékenységek (activities) és mindezek megközelíthetősége (access), a szálláslehetőség (accommodation), a termék sajátosságából eredően az attitude, teljesen egybeolvad, külön-külön és egyben is erősítik a termék atipikus jellegét (Jászberényi, 2014). A komplexitás teljes mértékben érvényesül a turisztikai infrastruktúra és szuprastruktúra elemeit tartalmazva, a terméket alkotó szolgáltatások egyben jelennek meg, ráadásul nem lokális, hanem nemzetközi szinten. Lengyel Márton szerint az ilyen termék mindenképpen sikerre számíthat a turizmusban. Élményteremtő interpretáció is ez a termék, sajátosan öleli fel a kulturális örökségben szereplő termékeket, hogy azt megismertesse a látogatókkal. Erősödik a tájékoztatásban a szórakoztatás jellege, hogy az élménykínálat még vonzóbbá tegye a terméket (Puczko –Rátz, 2011; Michalkó, 2012).

Ez a turisztikai termék speciális, mert nem vonatkoztatható el sem a tértől, sem az időtől, ellentétben egy „egyszerű” fogyasztási cikkel, amely, mint termék, könnyen értelmezhető, fogyasztásában, használatában a helynek és időnek nincsen kiemelkedő jelentősége. A szállodahajózás esetében térnek és időnek is sajátos a viszonya a termékkel. Egy hetes kirándulás során 5-8 ország megismerését kínálják a szervezők a szállodahajós programokban. Ilyenkor a legtipikusabb tömegturisztikai programok szerepelnek a kínálatban, összezsúfolva Bécstől Budapesten át például Belgrádig. Ilyenkor az utasok és a tér viszonya is atipikus, mert a hajón is számos program megvalósul, maga a hajó adja a teret, a keretet a programokhoz például a Budapest by night esetén. A turisztikai termékekre is jellemzőek azok a vonások, amelyet Kotler általában a szolgáltatásokra megfogalmazott: megfoghatatlanság, ingadozás, veszendőség. Ezt a terméket is a keletkezés pillanatában „fogyasztják el” a turisták, absztrakt, a turista részvételével lesz élmény, így lesz teljes értékű termék (Gonda, T. 2016).

Hétköznapi megközelítésben, az áruk és szolgáltatások fogyasztása a célterületen valósul meg. De a folyami szállodahajózás által érintett térségben megvalósuló turisták fogyasztása ennél többet is jelent. A kikötések alkalmával, a hajós úttal kapcsolatos, de nem a hajón megvalósuló fogyasztás is megvalósul (buszbérlés, idegenvezetés, múzeumi belépők, repülőtéri transzfer, amivel a repülőtérrel eljut a hajóhoz stb.). A folyami hajózás olyan turisztikai termék, amely nem csak egy vonzerő, hanem számos vonzerő összessége is. attrakció a hajós utazás, a hajóval megközelíthető desztinációk, egyedi élmények, kapcsolt programcsomagok (pl. egy azon út során ellátogatni Bécsbe, Budapestre és környékükre). Kreatív kulturális termék, mert folyamatosan megújuló termék (Jászberényi, M. 2014). A marketing bemutatók is kreatívak, mivel több élményelemet próbálnak összekapcsolni és kreatívan népszerűsíteni a jövőbeli utasok számára a programokat. A termék egyértelműen jól körülírható, a folyóhoz kapcsolható, mint térhez, a hajózáshoz, mint tevékenységhez. Csoportspecifikus, mert kapcsolódhat több

piaci szegmenshez is pl. senior turizmus, kulturális turizmus, örökségturizmus stb. A termék aktív és passzív turizmus része is egyben, mert a számos programon való részvétel mindenképpen aktivitást vár el a turistáktól. A hajó az út során szinte folyamatosan mozgásban van, de a passzív turizmus is jelen van, hiszen maga a hajózás egy pihenés. A természeti környezet közelsége, a luxus szolgáltatások az utazó szállodákon rekreációt biztosítanak. A turista dönthet úgy, hogy egész nap a hajó teraszán nyugágyban hátradőlve pihen, nézelődik és ez lesz maga a termék, anélkül, hogy részt venne szervezett fakultatív programon.

3. A folyami hajós turizmus, mint vonzerő, a turisztikai kínálat központi eleme

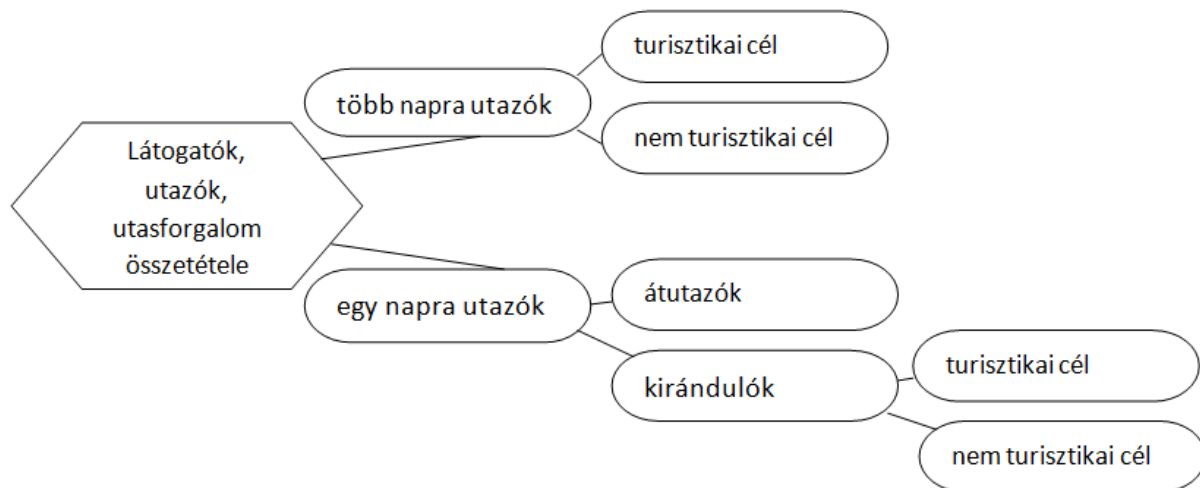
A turisztikai termékbe elsődlegesen azok az elemek tartoznak, amelyek a kínálat különleges egyediségét hordozzák, arra ösztönzik a turistát, hogy az adott helyre ellátogasson. (Michalkó, G. 2012). A turisztikai termék legfőbb célja a vonzerő és az élmény biztosítása. A folyami hajózás esetében a vonzerő egyben konkrét és absztrakt is. Tartalmaz mesterségesen létrehozott vonzerő elemeket, de megismerhetőek rajta keresztül a kulturális és természeti örökségek is. Számottevő mennyiségű turista érkezését váltja ki. A folyami hajózás tartalmazza a helyiek által vonzerőnek tartott szellemi és épített örökséget, valamint az ember alkotta és természeti vonzerőket, amelyek minden hajós program részét képezik. A vonzerő térhez kötöttségének vizsgálatakor meg kell említenünk, hogy a Duna az egyetlen európai folyó, amely keletre tart, így megismerhetőek az általa érintett közép-és kelet-európai országok. 4 fővárost érintenek a folyami hajós utak. Ezek a fővárosok (Bécs, Pozsony, Budapest, Belgrád) önmagukban is vonzerők. De ide sorolható Prága, mint ötödik főváros, hiszen a nem Európából érkező folyami szállodahajós turisták legtöbbször a prágai repülőtérre érkeznek, vagy innen indulnak haza.

A folyami hajózás az ember alkotta vonzerők mindhárom kategóriájába beletartozik, funkcióváltáson átesett utazási eszköz, mesterséges létesítményeket tartalmaz, úszó szálloda, szabadidő-orientált, azaz a hajón és a hajós utazás során egyaránt változatos szolgáltatásokat nyújt.

4. A turizmus tárgyi feltételei, infrastruktúra és szuprastruktúra

A következő 1. ábra a Központi Statisztikai Hivatal belföldi és külföldi látogatókkal, utasforgalommal kapcsolatos fogalmait tartalmazza, és megmutatja, hogy milyen komplex és atipikus a szállodahajós „turista” szakmai megfogalmazása.

1. ábra. Utasforgalom összetétele



Forrás: Saját szerkesztés a KSH Magyarország Turizmus Szatellit Számlái alapján, 2019

A hagyományos szakmai terminológiát (Michalkó, G. 2012) nem tudjuk alkalmazni a szállodahajós vendégek esetén, mivel a látogatók, átutazók és kirándulók is egyben, akik igénybe vesznek turisztikai és nem turisztikai szolgáltatásokat is. A vendégéjszakát a hajón töltik, így nem kerülnek be a hivatalos statisztikába, mivel vendégéjszakát kereskedelmi szálláshelyen nem töltenek el, vagy csak kis részük, így ők turisták is, látogatók is, átutazók is és egyik sem igazán.

A turizmus alap-infrastruktúrája az adott turisztikai termék műszaki kiépítettségét, technikai ellátottságát jelenti, amely a turisztikai kereslet kiváltására alkalmas vonzerő piacképesessé tételét biztosítja (Michalkó, 2012). Modellben való ábrázolásnál (2. ábra) a középpontban a vonzerő van, amely elképzelhetetlen az alap-infrastruktúra elemeinek megteremtése nélkül. Ehhez kapcsolódik a turisztikai infrastruktúra és szuprastruktúra, amely nem minden esetben válik el egymástól. A turisztikai infra- és szuprastruktúra bemutatására a nem folyami szállodahajós turizmus témaköréből egy ismert magyar gyógyturisztikai desztináció, Harkány példáját hozom fel, majd a tanulmány tárgyául szolgáló hajós turizmust elemzem ugyanebből a szempontból.

A harkányi gyógyturizmus esetében az alap-infrastruktúra maga a település, amelybe beletartoznak az alapellátást biztosító szolgáltatások és azokat kiszolgáló szervezetek, például posta, közterület felügyelet, rendőrség, egészségügyi ellátó rendszer. A termálforrás, mint vonzerő esetében a turisztikai infrastruktúrát a fürdő jelenti. Az elsődleges szuprastruktúrát a település szálláshelyei jelentik, a másodlagos szuprastruktúrát pedig az egyéb szolgáltatások. A turisták részére szálláshely és vendéglátó-ipari egységek nélkül a tartózkodás nem valósulhatna meg. Tartózkodásuk alatt sok szolgáltatást igénybe tudnak venni, kulturális programokat, kirándulást, vásárolhatnak helyben a helyi piacon vagy üzletekben, vagy a környéken, növelve a helyi bevételeket. A vendégek gyakran felkeresik a helyi cukrászdákat, éttermeket, piacokat. Másodlagos szuprastruktúra ként a turisták felkereshetik a helyi fodrászatot, pénzváltót, olyan helyszínt, amelyet eredeti terveik szerint nem látogattak volna

meg. Olyan dolgokra is hajlandóak költeni, amit nem terveztek előre, aminek okán esetleg meghosszabbítják tartózkodásukat.

Ezzel szemben, a folyami szállodahajó turizmus esetében nem elkülöníthetőek a kategóriák, semmiképpen sem olyan egyértelműen, ahogyan a harkányi példán. Itt maga a hajó a vonzerő és a turisztikai infrastruktúra a látogatók tartózkodásának konkrét helyszíne. A folyami szállodahajózás esetében a kikötők megközelíthetősége, kiépítettsége, felszereltsége, a víz állása, a megfelelő vízmélység, a közmű, a szemétszállítás, a szennyvízkezelés, a telefon, az internet összeköttetés, a térerő, a hajó navigációs rendszere és technikai felszereltsége az alap infrastruktúra. A vonzerő itt maga a turisztikai infrastruktúra is, maga a hajó, az utazó szálloda és szolgáltatásai, a teraszos kabinoktól a bárzongoristáig, a fedélzeti sakktablától a hajó saját tulajdonában álló kerékpárokig. A folyami szállodahajó speciális közlekedési eszköz, a dinamikus turisztikai infrastruktúra része, amely adott célterületen belüli mobilitást végez. Ezért is atipikus, mert maga a mobilitás is a vonzerő része. A hajózás élménye, nem feltétlenül az eljutás A-ból B-be. Mivel a hajó szálláshelyként és vendéglátóhelyként, kulturális programok helyszíneként is funkcionál, ezért magában foglalja a turisztikai szuprastruktúrát. Másodlagos szuprastruktúra is alig jelenik meg ennél a termékénél, hiszen a hajó programja kötött, néhány szabad óra van egy-egy kikötésnél, ahol a vendégek 99%-a a fakultatív programokon vesz részt és csupán 1%-a sétál kötetlenül, nem szervezett programként a folyóparton, vagy annak közvetlen közelében. Pénzváltásra is van lehetőség a hajón (bár drágább, mint a szárazföldi pénzváltóknál), mivel a hajón tényleg mindent megkap a turista (ajándékbolt, képeslap, posta, programok, kirándulás, sportolási lehetőség, könyvtár). Egyedül a helyi fakultatív programok során van lehetőség kézműves tárgyak vásárlására, vagy, városnézés során a szabadidőben benézhet könyvesboltba, ruhaboltba, esetleg gyógyszertárba, de ez nem nevezhető másodlagos szuprastruktúrának. Sok német turista kéri a hajós személyzet közreműködését magyar tarhonya, gyufatészta, vagy nagyobb kiserelésű házi készítésű őrölt paprika beszerzésére, de ez a mennyiség sem számottevő a termék egészének vizsgálatakor, bár kétségtelenül színesíti azt.

Michalkó leírja, hogy például az ökoturizmusban a táj vonzerejének megőrzése miatt nem találkozhatunk számottevő szuprastruktúrával, de ahol van szuprastruktúra, lehetséges, hogy nincsen különösebb vonzerő és arra épülő turisztikai infrastruktúra.

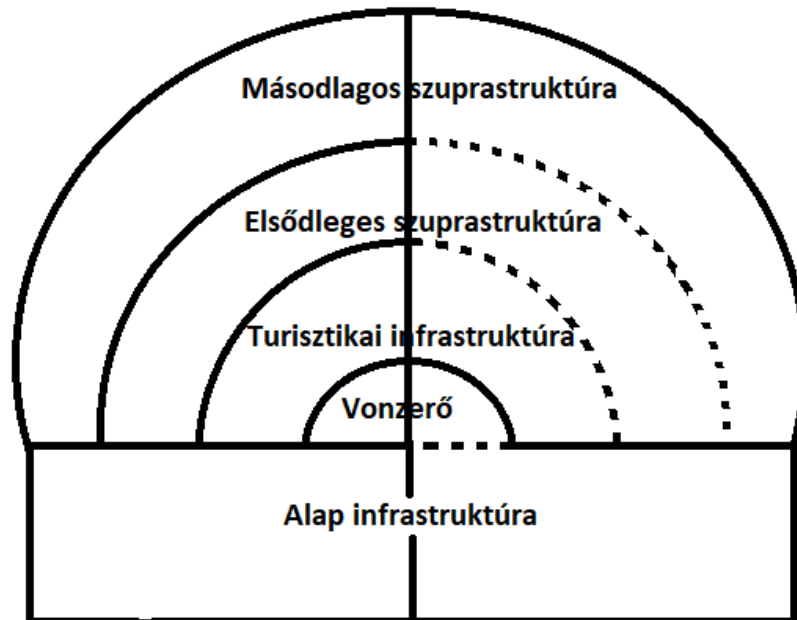
Egyik eset sem vonatkozik a folyami szállodahajó turizmusra, mert a vonzerő maga a turisztikai infrastruktúra és a hajó a szuprastruktúra helyszíne is, ezért atipikus, nagyon különbözik a többi turizmus ágazattól. Ez teszi teljessé a folyami szállodahajózást, mint turisztikai termék vonzerejét egyszerűvé és megismételhetetlenné, atipikus, speciális és komplex vonzerővé.

A 2. ábra a harkányi gyógyfürdőt, a turizmus tárgyi feltételeinek egymásra épülésének klasszikus példáját mutatja be, összehasonlíthatóan a folyami szállodahajós turizmus tárgyi feltételeinek kapcsolatával, Michalkó modellje alapján (Michalkó, G. 2012).

2. ábra. A turizmus tárgyi feltételeinek egymásra épülése, egy klasszikus turisztikai termék és a folyami szállodahajózás, mint turisztikai termék összehasonlítása

harkányi gyógyvíz

folyami szállodahajó



Forrás: Michalkó, G. 2012, saját szerkesztés, 2019

Hivatkozott források

Aubert, A. – Szabó G. (2007) Desztináció kutatás és földrajzi szemlélet. In: Aubert A. (szerk.): A térségi turizmuskutatás és tervezés módszerei és eredményei. PTE-TTK FI, Pécs. pp. 56-73.

Charlier, J. - McCalla, R. (2006) A geographical overview of the world cruise market and its seasonal complementarities in Dowling, R.K. (Ed.). Cruise ship tourism. Wallingford: CABI, 18-30.

Dragin, A. - Jovičić D. - Bošković D. (2010) Economic Impact of Cruise Tourism along the Paneuropean Corridor VII, University of Novi Sad, University of Belgrade

Dowling R. (2006) Cruise Ship Tourism Cowan University, Joondalup Australia

Gonda, T. (2016) A turisztikai termékfejlesztés elméleti alapjai, PTE KPVK

Jászberényi, M. (szerk.) (2014) A kulturális turizmus sokszínűsége, Nemzeti Közszolgálati és Tankönyv Kiadó, Budapest

Lengyel, M. (2004) A turizmus általános elmélete, Kereskedelmi és Idegenforgalmi Továbbképző Kft., Heller Farkas Gazdasági és Turisztikai Szolgáltatások Főiskolája, Budapest

Michalkó, G. (2012): Turizmológia, Akadémiai Kiadó, Budapest

Puczkó, L. –Rátz, T. (2011): Az attrakciótól az élményig – a látogatómenedzsment módszerei, Akadémiai Kiadó, Budapest

Egyéb irodalom

CLIA, Cruise Travel Report, 2018. <https://cruising.org/news-and-research>

Letöltve: 2019. február 12.

MINTEL 2010-es jelentés <https://store.mintel.com/european-river-cruising-august-2010>

Letöltve: 2019. február 12.

A területi tőke és a családi vállalkozások kölcsönhatása

Polster Csilla¹

Összefoglalás

A tanulmány célja annak vizsgálata, hogy milyen kölcsönhatás figyelhető meg egy régió területi tőkéje és az ott működő családi vállalkozások között. Bár a családi vállalkozások régóta jelen vannak Magyarországon, többségüket a rendszerváltás körül alapították, a családi vállalkozásokkal kapcsolatos kutatások az elmúlt években kezdődtek el intenzíven. Ahhoz, hogy a családi vállalkozások és a területi tőke bizonyos elemei közötti kölcsönhatásról átfogó képet kapjunk, a tanulmány egyrészt a kutatási területek tudományos irodalmára, a korábbi kutatásokra épül. Másrészt két üzleti tanulmány kerül bemutatásra, amelyeknek alapját a családi vállalkozások tulajdonosaival készített mélyinterjúk adják. A kutatás eredményeképpen a tanulmány példát ad a területi tőke társadalmi és kulturális hatásaira a családi vállalkozásokra, valamint a családi vállalkozások növekvő erejére a területi tőkére vonatkozásban. A vállalati regionális szerepvállalás és a beágyazottság, valamint a területi tőke között erős kölcsönhatás mutatkozik.

Kulcsszavak: területi tőke, családi vállalkozások, beágyazottság, kölcsönhatás, győri régió

JEL kód: M21

Jelen publikáció megjelenését a „Nemzetköziesítés, oktatói, kutatói és hallgatói utánpótlás megteremtése, a tudás és technológiai transzfer fejlesztés”, az EFOP-3.6.1-16-2016-00017 projekt támogatta.

1. Bevezetés

A tanulmányban bemutatásra kerülnek a családi vállalkozás különböző megközelítései. Említésre kerül a generációváltás témaköre. Ismertetem a területi tőkét, más-más nézőpontok alapján. Taglalom a társadalmi tőkét, eltérő szemléletmódok tekintetében. Áttekintést adok a társadalmi tőke elméleti alapjairól és dimenzióiról. Említésre kerülnek a társadalmi és kulturális tőke elemei.

Ennek a kutatásnak a keretein belül arra törekedtem, hogy feltárjam a társadalmi és a kulturális tőke hatásait a családi vállalkozásokra. Továbbá az is kiderült, hogyan befolyásolja a két vállalkozás a régió társadalmi és kulturális tőkéjét.

¹ PhD hallgató, Széchenyi István Egyetem, Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar, Vezetéstudományi és Szervezeti Kommunikáció Tanszék
polster.csilla@sze.hu

Lehetőségem volt képet kapni egy fémiparban dolgozó és egy autóipari családi vállalkozásról. Az interjút 2018. április 18.-án a Borsodi Műhely Kft. és 2018. április 22.-én a Blaskovics Autószervíz tulajdonosainak fiatalabb generációjával készítettem.

A megkérdezett két családi vállalkozás már sikeresen megbirkózott a generációváltással. Az interjúkban őszintén szóltak a régió társadalmi és a kulturális tőkéjére vonatkozóan. A régió társadalmi tőkéjéhez kapcsolódóan megismerhettem a vállalkozás helyi szintű hálózatait, kapcsolatait és tevékenységét, az önkormányzattal fenntartott kapcsolatát, társadalmi szervezetekhez való viszonyulását, a régióba való beágyazottságát, illetve regionális kötődését. A régió kulturális tőkéjére vonatkozóan feltérképezhettem a vállalkozás kapcsolatát oktatási és kulturális intézményekkel, oktatási és kulturális életre való hatását, közösségépítését, illetve innovációs életre ható impulzusát.

2. Kutatási kérdések

A családi vállalkozások alapítóra jellemző erős regionális kötődés kimutatható-e a további generációk esetében is?

Hogyan járulnak hozzá a családi vállalkozások a területi tőke gyarapodásához?

Kimutatható-e összefüggés a vállalati regionális szerepvállalás és beágyazottság, valamint a területi tőke között?

3. Családi vállalkozás

Bár a családi vállalkozások régóta jelen vannak Magyarországon, többségüket a rendszerváltás körül alapították, a családi vállalkozásokkal kapcsolatos kutatások az elmúlt években kezdődtek el intenzíven.

A családi vállalkozás fogalma

Az Európai Bizottság (Csákné, 2012, in: Európai Bizottság, 2009) által közzétett definíció a családi vállalkozásokra vonatkozóan az alábbi: egy vállalkozás családi vállalkozások közé sorolható a méretétől függetlenül, ha¹

- a döntési jogok többsége az alapító, az ő szülei, gyermekei vagy rokonai kezében van

¹ Az alábbi meghatározások megjelentek korábban: Polster Csilla, Konczosné Szombathelyi Márta (2017): Generation change among three Hungarian family businesses, In: János Tibor Karlovitz (szerk.), lektor: Judit Kárpáti-Daróczi és Dr András Keszthelyi: Essays in Economics and Business Studies, International Research Institute S.R.O., Bratislava; pp. 73.-82. ISBN 978-80-89691-42-5 <http://www.irisro.org/economics2017january/index.html>

- legalább egy családtag vagy egy tag a rokonságból formálisan is beleszól a működésbe
- tőzsdén jegyzett cégek akkor, ha a részvények több, mint 25%-a a vállalkozás alapítója vagy megvásárlója, illetve az említett két típusú személy családja vagy leszármazottai kezében van

Anderson és munkatársai (2005) komplex és rugalmas definíciót adnak a családi vállalkozások tipológiájára (1. ábra). A legkülső körben helyezkednek el a "Family Out" típusú vállalkozások, amelyek nem rendelkeznek semmilyen családi részvétellel. A következő kategória a "Family Jugglers", ahol a család részvétele csak informális. A "Family In" vállalkozásoknak három kategóriáját különböztetjük meg. A családtagok bevonása alapján a legkülső kör olyan vállalkozásokat jelöl, amelyekben a családi részvétel csak stratégiai kérdéseket foglal magában. Vannak olyan vállalkozások, ahol tervezik a következő nemzedék számára a vállalkozás átadását, és végül vannak azok a vállalkozások, ahol több generáció dolgozik együtt (Anderson et al., 2005, Csákné, 2012: 9). Ez a modell jól ismert és sok szakértő felhasználta, például Pieper és Klein (2012), Konczosné (2015).

4. Területi tőke

Dombi (2016) úgy véli, hogy a területi tőkét a gazdasági értékteremtéshez hozzájáruló megfogható vagy immateriális; köz-, vegyes- vagy magántulajdonban lévő, variációkat és jellegzetes struktúrákat konstruáló belső tényezők alkotják. A területi tőke több tényezőt tartalmaz, tehát különféle dimenziókat foglal magában, amik tényezőkre oszthatók. Dombi (2016) megmutatja, hogy a földrajzi csoportosításnak megfelelően megkülönböztethetünk természeti, gazdasági és társadalmi tényezőket. Ezt az általánosítást nem alkalmazzák a területi tőkével kapcsolatos kutatások során.

- Dombi (2016) a tőkefajták meghatározásánál a következő irodalmakat vette alapul:
- Kitson és társai *Regional Competitve* (2004)
- Emery és Flora *Spiraling-up: Mapping Community Transformation with Community Capital Framework* (2006)
- Stimson és társai *Regional economic development: Analysis and planning strategy* (2006)
- McCann *Modern Urban and Regional Economics* (2011)
- Carayannis és társai *The quintuple helix innovation model: global warming as challenge and driver for innovation* (2012)
- Lengyel *Regionális növekedés, fejlődés, területi tőke és versenyképesség* (2012)
- Kengyel *Kohéziós politika és felzárkózás az Európai Unióban* (2015)

Dombi (2016) szerint tehát a tőkefajták: gazdasági, előállított/termelt, állami/önkormányzati/vállalkozói, szervezeti, épített/infrastrukturális, intellektuális/szellemi, kreativitás, pszichikai, társadalmi, strukturális, kapcsolati, intézményi, politikai, kulturális, szimbolikus, ökológiai/természeti tőke, nominális/pénztőke, humántőke és tudástőke.

5. Társadalmi tőke

A társadalmi tőke fogalma

Field (2008) meglátása szerint a társadalmi tőke fogalma egyre inkább elterjedt, mind a társadalomtudományban, mind a politikában, mind a tömegtájékoztatásban.

Staveren és Van (2003) megállapította, hogy a társadalmi tőke a közgazdászok vitatott fogalma volt, mivel az 1990-es évek közepén a gazdasági irodalomban jelent meg. Ez nem elmélet, mint a humán tőkeelmélet, és nem is világosan megkülönböztethető kutatási terület, hanem egy koncepció, amelyet a gazdasági elemzés hiányzó kapcsolataként vett fel.

„A társadalmi tőke azon aktuális és potenciális erőforrások összessége, amelyek a kölcsönös ismeretségek vagy elismerés többé-kevésbé intézményesült viszonyai tartós hálózatának birtoklásához kapcsolódnak; vagy másként kifejezve, olyan erőforrásokról van szó, amelyek az egy csoporthoz való tartozáson alapulnak” (Bourdieu, 2004, in: Rehnitzer, 2016: 19).

A társadalmi tőke elméleti alapjai

Nagy (2016) rávilágít, hogy a társadalmi tőke elmélet az egyik leginkább kedvelt és alkalmazott gyűjtőelmélet a kortárs társadalomtudományokban. Úgy véli, hogy a megléte pozitív a társadalomra nézve, és hatalmas előnyök kovácsolhatók belőle, míg a hiánya negatív tendenciák meglétére utal.

6. Kulturális tőke

A kulturális tőkéről szóló áttekintésben bemutatásra kerül a Bourdieu által használt kifejezés, amely a szimbólumokra, eszmékre, ízekre és preferenciákra utal, amelyeket stratégiai módon erőforrásokként használhatnak a társadalmi cselekvésben. Bourdieu ezt a kulturális tőkét "habitusnak" tekinti, megtestesült szocializált hajlandóság vagy hajlam arra, hogy valamilyen módon cselekedjen, gondoljon vagy érezze magát. (oxfordreference.com)

Sullivan (2001) kikövetkezteti, hogy Bourdieu kulturális reprodukciójának elmélete szerint a középosztálybeli családokból származó gyermekek előnyhöz jutnak a kulturális tőke birtoklásából eredő oktatási jogosultságok megszerzésében. Ennek értelmében Sullivan (2001) megállapítja, hogy a kulturális tőke átkerül az otthonra, és jelentős hatást gyakorol a gyerek vizsga teljesítményére. Ugyanakkor a kulturális tőke ellenőrzése során a társadalmi osztály nagy, közvetlen hatása a megvalósításra marad. Ezért a "kulturális reprodukció" csak részben

magyarázza a társadalmi osztálybeli különbségeket az iskolai végzettségben (journals.sagepub.com)

7. Interjúk elemzése

Blaskovics Autószervíz

A beszállítókkal nagyon jó a kapcsolatuk. Barbara szerint a vállalkozás beszállítói nem szeretnek versenyezni a másikkal, mindegyik nagyon törekszik az egyedüliségre. A vállalkozás sem szeret ezer helyről rendelni, sokkal jobb, kényelmesebb és biztonságosabb egy helyről rendelni. Támogatják a győrújbaráthegyi vakvezető kutyákat minden évben, illetve a szájjal-lábbal festőket. A Blaskovics Autószervíz a Győr-Moson-Sopron Megyei Kereskedelmi Iparkamara tagja. Időszakonként anyagi támogatást kapnak a gyereket nevelő munkatársak. Még nem küldtek el senkit a vállalkozástól. Családi rendezvényeket szerveznek, megünnepelik a névnapokat és a születésnapokat. A munkatársakat folyamatosan képezik tanfolyamok és szakmai oktatások keretein belül. Azoknak a tanulóknak, akik náluk tanultak, munkahelyet tudtak biztosítani. Kötődnek a városhoz, hiszen minden családtag innen származik. A Blaskovics Autószervíz célja az ügyfelek elégedettségének megteremtése azzal, hogy a feladatokat minden autó esetében nagyon precízen végzik. Ezen kívül az üzleti tevékenységük hírnevét a korrekt vizsgáztatások is fokozzák.

Borsodi Műhely Kft.

A vállalkozás már 37 éve működik. Régi stabil kapcsolatokkal rendelkezik Győrben, Szombathelyen és Kisújszálláson is. Horváthné Borsodi Mónika, ifjabb Borsodi László és szüleik számára is fontos az, hogy megismerjék őket. Idősebb Borsodi László törekedett arra, hogy az önkormányzattal, a helyi vezetéssel, az Ipari Parkban lévő vállalkozások vezetőivel, a képzőintézményekkel, a helyi egyetemmel és egyéb egyetemekkel jó kapcsolatot alakítson ki. Horváthné Borsodi Mónika és ifjabb Borsodi László arra törekednek, hogy ezeket a nagyon régóta fennálló kapcsolatokat fenntartsák. Állandó kapcsolatban állnak a Miskolci Egyetemmel és a BME-vel is. Az egyetemek is felkeresik rendszeresen őket és fordítva is. Továbbá kölcsönös kapcsolat áll fenn a Győr-Moson-Sopron Megyei Kereskedelmi Iparkamarával is. Kisújszálláson támogatták a város tevékenységét, jelentős munkáltatóként vannak jelen a településen, tanulók gyakorlati képzése zajlik, példamutatók a városban. A vállalkozás figyelembe veszi a város polgárainak elképzeléseit az oktatás terén. Nagyon figyelnek arra, hogy mik a helyi sajátosságok, hosszú távon gondolkodnak, ezért rendelkeznek komoly kapcsolatokkal az oktatási intézményekkel. Mindig megkérdezik, hogy a másiknak mire van szüksége. 2008-ban Kisújszálláson kezdtek el tanulókkal foglalkozni, ott nem volt gépipari képzés, jelezték az iskolának és a Munkaügyi Központnak, hogy több fiatalra lenne szükség. Összehívtak egy konferenciát, meghívták a környék hasonló területű vállalkozásait, és a képzőintézményekkel együtt elindult egy osztály. Azóta állandóan van ilyen képzés, utána gyakorlat és munkalehetőséget nyújt a vállalkozás. Támogatják mindhárom várost anyagilag is.

Ha az önkormányzatnál fejlesztés kezdődik vagy képzés van, akkor jönnek hozzájuk, és fordítva is működik. A polgármester minden évben partnertalálkozót szervez, a helyi fő adózókat meghívja, többek között a Borsodi Műhely Kft.-t is. Konzultációkat tart a helyi vállalkozásokkal, bevonják őket a közvéleménykutatásba. Amikor vendégeket hoznak Győrbe, akkor megmutatják neki a Borsodi Műhely Kft.-t is. A vállalkozás a Munkaügyi Központtal is állandó kapcsolatban áll. A vállalkozás a pályaaorientáció konzorciumban alapító tagnak számít. A társadalmi felelősségvállalásra egyre nagyobb hangsúlyt fektet a vállalkozás. Mindez jelentősen függ a cég lehetőségeitől. Sokkal kisebb lehetőséggel rendelkezik egy városi rendezvény támogatására, mint a nagy cégek. Nincs saját rendezvényük, ilyenben nem gondolkodnak. Viszont például az Arrabona futóversenyt támogatják. Az önkormányzatokat is támogatja, általában a győri nyárra, illetve a nyárzáró koncertre használják fel mindhárom városban. Olyan rendezvényeket is támogat a vállalkozás, amiben jó érzés számukra, hogy a többi polgárnak is jót tettek. A Széchenyi István Egyetemen az Egyetemi Diákkupát és a Mobilis kísérletbazárt is rendszeresen szponzorálja a vállalkozás. Ezen kívül a pályaválasztási kiállításokon állandó résztvevők. Kultúrához, egészségmegőrzéshez, gyerekekhez, pedagógiához kapcsolódó alapítványokat is támogat a vállalkozás. Nem egyet támogat fixen, hanem megkeresések alapján. Mónika szerint a környezet számít rájuk, ezért felelősséggel kell bánni, példát kell mutatni. Részt vesznek tanulóképzésben is, nem elég csupán beszélni róla, hanem tenni is kell érte. Kiemelten foglalkoznak a fiatalok pályaaorientációjával. Tavasszal és ősszel is szerveznek üzemlátogatást. Mónika szokta vinni a gyerekeket és a hallgatókat egy másik munkatársával együtt már 10 éve. Erős regionális kötődés jellemzi a vállalkozást, az egy érték, hogy családi cégük van. Igaz, hogy a létszám nő, de nagy hangsúlyt fektetnek arra, hogy ez egy családi cég, nem költöznének el sehova Győrből, Szombathelyről és Kisújszállásról sem. Mindenki a családjukban innen származik, ezért erős a regionális kötődés. Továbbá a kollégákhoz is ragaszkodnak. Horváthné Borsodi Mónika és ifjabb Borsodi László a kultúra nagy tisztelői. Például a tapsdíj megalakulásában alapítók, idősebb Borsodi László találta ki, és azóta is ők készítik a díjat. A kultúra támogatói, ifjú alkotókat támogató árverésen például nemrég részt vettek. Kamarai tevékenységekben, illetve szervezetekben, továbbá a város innovációs életében aktívan részt vesz a vállalkozás. Továbbá véleményt formál abban, hogy mi és milyen módon legyen az Ipari Parkban. Horváthné Borsodi Mónika és ifjabb Borsodi László sokat gondolkodnak rajta, hogy mi lesz a jövőben. Már ötödik éve vezetik a vállalatot, aktív tulajdonosok, és hosszú távú terveik vannak: fejlesztés és bővítés. Így mondták, „Ha nagyon nem rontanak el valamit, akkor a cég stabil marad”. Nagy előny, hogy sok lábon állnak. Például hőkezelés, célgéptervezés és gyártás, stb., amik önállóan is megállják a helyüket és nagyon jól lehet fejleszteni. A növekedésnek nagyon sok összetevője van, nem akarnak még nagyobbak és még nagyobbak lenni, nagyvállalat nem akarnak lenni. Nem drasztikus, hanem óvatos növekedést szeretnének. Azt szeretnék, hogy a vállalkozás stabilan működjön, hiszen számukra a stabilitás nagyon fontos. Így majd a gyerekeik is szép örökséget kapnának. Szombathelyen 2016-ban építettek egy teljesen új üzemet, ami nyilván a jövőépítés miatt volt. Mindhárom városban van igény a vállalkozás munkájára. Az a lényeg, hogy ugyanolyan

precízen kell dolgozni a vállalkozásban mindenkinek, mint eddig, és akkor megmaradnak a vevők. Mónika így fogalmazta meg egy mondatban a gondolatait az interjú végén: „Szép ajándék, szép ajándék, de néha nagyon nehéz a hátizsák.”

8. Összegzés

Összegzésként a vizsgált vállalkozások hatását fogalmazom meg a régió kulturális és társadalmi tőkéjére – és fordítva.

A két vállalkozás alapítója egy kis helységben kezdte meg tevékenységét otthon, majd ezekből a kis helyekből kinőtte magát a tevékenységük, és manapság a régióban jól ismertté váltak.

Mindkét vállalkozás stabil kapcsolatokat ápol a régióban, szoros kapcsolata alakult ki a partnereivel. A Győr-Moson-Sopron Megyei Kereskedelmi és Iparkamarával is kapcsolatban állnak.

Mindkét vállalkozás munkahelyet biztosít azoknak a diákoknak, akik az iskolában eltöltött idő alatt dolgoztak gyakornokként a családi vállalkozásukban.

A szociális felelősség tekintetében mindkét vállalkozás támogatja az alapítványokat, illetve diákoktatásban is részt vesznek.

Mindkét vállalkozás kötődik a városhoz, mivel a vállalkozások minden családtagja Győrből származik.

Mindkét vállalkozás különböző típusú elismerésekkel rendelkezik, amelyekre ők és az egész régió is nagyon büszke lehet.

9. Következtetések, javaslatok

A családi vállalkozások alapítóira jellemző erős regionális kötődés kimutatható a további generációk esetében is.

A családi vállalkozások mind a társadalmi, mind a kulturális területi tőke gyarapodásához hozzájárulnak.

A vizsgált vállalatok regionális szerepvállalása növekedő beágyazottságot, valamint a területi tőkéhez való növekvő hozzájárulást eredményez.

Ugyanakkor meg kell jegyezni a kutatás korlátaként és egyben jövőbeni irányként is, hogy a minta kis száma miatt az eredmények csupán iránymutatóként és egy további kutatás alapjaként értelmezhetők.

Hivatkozott források

Anderson, A. R., Jack, S. L. and Dodd, S. D. (2005), The role of family members in entrepreneurial networks: Beyond the boundaries of the family firm, *Family Business Review*, XVIII./2., pp. 135-154.

Csákné Filep J. (2012), Family businesses–focusing on succession http://phd.lib.uni-corvinus.hu/660/2/Csakne_Filep_Judit_den.pdf Letöltés dátuma: 2015. április 15.

Dombi G., et al (2016), A területi tőke és magyarországi dimenziói, *Nyicita Alapítvány, Balatonfüzfő*, ISBN: 978-963-12-8048-7, 39-40. oldal

Field, J., *Social Capital*, 2nd edition, Routledge Publisher, London, 2008 <https://www.questia.com/read/126462572/social-capital> Letöltés dátuma: 2018. április 15.

Konczosné Szombathelyi, M. (2015), Családi vállalkozások generációváltásának kockázata (Risk of generational changing among family businesses). In: Tompos A. – Ablonczyné L. (eds.): "A tudomány és a gyakorlat találkozása" (Meeting of science and practice. Electronic volume): <http://kgk.sze.hu/a-tudomany-es-a-gyakorlat-talalkozasa>. 21st paper, ISBN 978-615-5391-33-0

Nagy G. D. (2016), Társadalmi tőke és területi kötődés Magyarországon, *Belvedere Meridionale*, Szeged, 24-29. oldal, 38-40. oldal

Pieper, T. M. and Klein, S. B. (2012), *The Bull-eye: A Systems Approach to Modelling Family Firms* http://c.ymcdn.com/sites/www.ffi.org/resource/resmgr/Update/2012_update_pieper.pdf Letöltés dátuma: 2015. április 15.

Polster Cs., Konczosné Szombathelyi M. (2017), Generation change among three Hungarian family businesses, In: János Tibor Karlovitz (szerk.), *Essays in Economics and Business Studies*, International Research Institute S.R.O., Bratislava; pp. 73.-82. ISBN 978-80-89691-42-5 <http://www.irisro.org/economics2017january/index.html>

OVERVIEW: cultural capital
<http://www.oxfordreference.com/view/10.1093/oi/authority.20110803095652799> Letöltés dátuma: 2018. április 15.

Rechnitzer J. (2016), A területi tőke a városfejlődésben - A Győr-kód, *Dialóg Campus*, Győr, 19-23. oldal

Sullivan, A., *Cultural Capital and Educational Attainment*, Volume: 35 issue: 4, page(s): 893-912, November 1, 2001, Nuffield College Oxford

<http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0038038501035004006> Letöltés dátuma: 2018. április 15.

Staveren, I. Van: Beyond Social Capital in Poverty Research, Journal of Economic Issues, Volume: 37. Issue: 2, June 2003 <https://www.questia.com/article/1G1-103416623/beyond-social-capital-in-poverty-research> Letöltés dátuma: 2018. április 15.

Innovatív beruházások menedzsmentje

Ponác György Márk¹

Összefoglalás

A kutatás-fejlesztés és az innováció hozzájárul a vállalatok piaci versenyképességének megőrzéséhez, nemzeti szinten pedig az életminőség színvonalának emeléséhez, valamint új munkahelyeket és szolgáltatásokat teremt. Az innovációk piaci illetve társadalmi hasznosulása általában beruházásokon keresztül történik meg, ezért fontos a beruházásokhoz kapcsolódó döntések elemzése, értékelése. A beruházási folyamat vizsgálata szintén fontos, hiszen a beruházások megvalósítása során is alkalmazásra kerülhetnek innovatív eszközök. A nemzetgazdaság különböző területein különféle beruházás menedzsment eszközöket lehet használni, melyek meghatározóak lehetnek a beruházás sikeressége szempontjából. A közszolgáltatók, a kis-és középvállalkozások, a start-up vállalkozások és a multinacionális nagyvállalatok beruházási döntéseiben és a beruházások lebonyolításában egyaránt helye van az innovatív megközelítésnek, de azok karaktere eltérő, sajátosságaik pedig kimutathatók, melynek révén a hatékonyság növelésére vonatkozó javaslatokat is megfogalmazhatunk. A tudással való gazdálkodás, annak célzott megosztása és a felhasználása, például a kollaboratív tudáshálózatok működése szintén hatással van a beruházásokra, ezért indokolt ennek a szempontnak a vizsgálata is. Jelen tanulmány számba veszi az innovációt szolgáló beruházásokra vonatkozó döntéstámogató eszközöket és azok gyakorlati felhasználási lehetőségeit, valamint bemutatja a beruházások menedzsmentjében alkalmazható innovatív eszközöket.

Kulcsszavak: innováció, start-up vállalkozások, beruházás menedzsment, döntéstámogató eszközök, tudáshálózatok

JEL kód: D25, E22, G11, G24, O32

1. Az innovatív beruházásokhoz kapcsolódó szakirodalom történeti áttekintése

Magyarországon, a számvitelről szóló 2000. évi C. törvényben foglaltak szerint, a beruházás fogalma a következő: a tárgyi eszköz beszerzése, létesítése, saját vállalkozásban történő előállítás, a beszerzett tárgyi eszköz üzembe helyezése, rendeltetésszerű használatbavétele érdekében az üzembe helyezésig, a rendeltetésszerű használatbavételig végzett tevékenység - szállítás, vámkezelés, közvetítés, alapozás, üzembe helyezés, továbbá mindaz a tevékenység, amely a tárgyi eszköz beszerzéséhez hozzákapcsolható, ideértve a tervezést, az előkészítést, a lebonyolítást, a hiteligénybevételt, a biztosítást is-; beruházás a meglévő tárgyi eszköz

¹ vezető tanácsadó, Ekron Consulting Üzleti és Technológiai Kft; mark@ekron.hu

bővítését, rendeltetésének megváltoztatását, átalakítását, élettartamának, teljesítőképességének közvetlen növelését eredményező tevékenység is, az előbbieken felsorolt, e tevékenységhez hozzákapcsolható egyéb tevékenységekkel együtt. A beruházás közgazdasági értelemben a további javak termelését lehetővé tevő javak előállítását vagy megvásárlását jelenti, mely az adott időszakban a tőkeállományt növeli.

Az innovációt Joseph A. Schumpeter először 1911-ben kiadott, a gazdasági fejlődés elméleti oldalát elemző könyve a vállalkozói profittal hozta összefüggésbe, miszerint a vállalkozóknak érdekükben áll megjeleníteni új, nagyobb gazdasági értéket képviselő termékekkel, illetve azokat hatékonyabb módon előállítani vagy piacra vinni. Ez alapján az innováció négy alaptípusát különböztetjük meg: az új termékek bevezetését, az új előállítási módok bevezetését, az új piacok létesítését, és az új piaci struktúrák -például klaszterek- létrehozását.

A beruházások és az innováció összefüggése egyidős az emberiséggel (Stearns, 2011.) A paleolitikumban a csiszolatlan, pattintott kőeszközök készítése és használata, a tűz, a kommunikáció, valamint az embercsoportok belső kohéziója, munkamegosztása, és más csoportokkal való kooperációjának szintje volt a fejlődés hajtóereje. A neolitikumban, az idősámításunk előtti 12-10 ezer és 5-3 ezer év közötti időszakban a növénytermesztés, az állandó lakóhelyek létesítése, az állatok domesztikációja, a halászat, az öntözéstechnika és a kézművesség határozta meg a fejlődést. Az ókorban a fémművesség, a fegyverkészítés, a hajózás, a kereskedelem, az írás, a matematika, a gyógyászat, általánosságban a termelékenység növekedése, valamint a városállamok és a társadalmi szintű irányítási rendszerek szerveződése határozta meg a civilizációk fejlődését. Ezen időszak során nagyobb földrajzi régiók kerültek összeköttetésbe, kereskedelmi, kulturális, vallási és politikai kapcsolatok létesültek. Megállapítható, hogy az emberiség korai történelmében meghatározó jelentőségűek voltak a termék előállításához, a szolgáltatások nyújtásához, a piaci működéshez és a társadalom szervezéséhez kapcsolódó innovációk, továbbá ezek minden esetben együtt jártak a fizikai tőke -városfalak, csatornák, hajók, raktárak, templomok, műhelyek- növekedésével, és a szellemi tőke -technológiai tudás, írásos dokumentumok- fejlődésével.

Adam Smiths 1776-ben kiadott, a nemzetek gazdagságát elemző könyvében rámutatott a munkamegosztás és a tőkefelhalmozás fontosságára. A tőke esetében négy használati módot emelt ki: egyrészt az éves társadalmi szintű fogyasztáshoz szükséges nyersanyagok előállítását, másrészt a feledolgozott javak előállítását, harmadrészt mindezen javak szállítását, negyedrészt pedig a javak elosztását, időszakos fogyasztási egységekre való felosztását. Az első módhoz sorolta a mezőgazdasághoz, a halászathoz és a bányászathoz kapcsolódó tőkét, a másodikhoz az ipari tőkét, a harmadikhoz a nagykereskedelmi tőkét, a negyedikhez pedig a kiskereskedelmi tőkét. A tőkejavak esetében kiemelte a tőke értéke és az elérhető bérleti díj, kamat illetve profit összefüggését, valamint a társadalmi szintű szolgáltatások és védelem szükségességét, melyet az állam elsősorban a beszedett adókból képes finanszírozni.

Nikolay D. Kondratyev (1926) kimutatta, hogy az európai kapitalista gazdaság közepes, 7-11 éves, és hosszú, 48-60 éves hosszúságú ciklusokban fejlődik. A hosszú ciklus kezdetét általában kulcsinnovációk jelentik, melyekre alapozva további, hozzájuk kapcsolódó újítások jelennek meg a terjednek el, új szintre emelve az érintett gazdaságok termelési és fogyasztási szintjét. A ciklus végén pedig hanyatlás következik be. A kulcsinnovációk olyan technológiai felfedezésekkel indulnak el, melyek gazdaságilag jól hasznosíthatók. A fejlődési szakaszt elősegítik társadalmi változások, akár forradalmak is, valamint jelentősége van a földrajzi terjedésnek is, például új piacok bevonása által.

Robert M. Solow 1956-os és 1957-es munkáiban kimutatta a termelés, a tőke és a technológiai fejlődés közötti szoros összefüggést. Az USA 1909 és 1949 közötti adatainak elemzésével megállapította, hogy a technológiai fejlődés semleges volt a tőke és a munkaerő arányát tekintve, továbbá kisebb eltérésekkel a periódus első felében évente 1% volt a gazdasági növekedés, a periódus második felében pedig évente 2%. Az időszak során megduplázódott az egyes munkaidő egységre jutó kibocsátás, melynek 87,5%-a a technológiai fejlődésre, 12,5%-a tőke hatékonyabb felhasználására volt visszavezethető.

Magyarországon Jánossy Ferenc (1966) mutatta ki empirikus adatok alapján a gazdasági fejlődés trendvonalait, melyet a tőke, különösen a szellemi tőke folyamatos fejlődése alapoz meg, és amennyiben háború következik be, úgy azt követően a fejlődés az eredeti, háború előtti trendvonalnak megfelelően helyreáll. Megkülönböztette az újdonságok, vívmányok feltalálását, első használatát és a találmány székes körben való elterjedését, mely a technológiai fejlődés alapvető mechanizmusa.

Az ezredfordulót megelőző húsz évben a gazdasági növekedés mellett annak környezeti dimenziói illetve a társadalmi fenntarthatóság kérdése is fontos szemponttá vált. Az ENSZ 1992-ben kiadott Agenda 21 programja már megfogalmazta a fenntartható fejlődés fogalmát: a fenntartható fejlődés olyan fejlődés, mely nem rombolja le, illetve nem ássa alá azt az ökológiai, gazdasági, társadalmi alapot, amelytől folyamatos fejlődése függ. A kiadvány értékelt a termelés és a fogyasztás összefüggéseit, a gazdasági növekedést és fejlődést, valamint a demográfiai faktorok szerepét. A beruházások vonatkozásában megállapította, hogy a fejlődésben elmaradott országok esetében alacsony a beruházások szintje, ideértve a szellemi tőkébe történő beruházásokat is, mely a további fejlődés gátját jelenti. Példaként hozta fel a dokumentum, hogy az UNDP által a technológiai kooperáció keretében a települések fejlesztésébe történő 1 USD beruházás átlagosan további 122 USD beruházást eredményezett.

Roy Rothwell 1994-ben írt cikkében szélesítette ki az innováció fogalmát, és öt, egymást követő generációt határozott meg. Az innovációs folyamatok első generációja az 1950-es évektől az 1960-as éves közepéig tartott, és a gyors technológiai fejlődésnek köszönhetően a fogyasztás növekedését hozta magával, a társadalom széles köre számára. Az állam alapvetően az innovációt meghatározó egyes tényezők kínálati oldalán avatkozott be, az egyetemi kutatások, az állami kutatóintézetek és a munkaerő magas színvonalú képzésének támogatásával. A piacra

jutást ekkoriban a kutatás-fejlesztéstől a gyártás technológiai fejlesztésén át egyenes vonalúnak feltételezték, és kevés figyelmet kapott maga az innovációs folyamat. A második generáció az 1960-as évek közepétől az 1970-es évek elejéig tartott, melynek során a figyelem a keresleti oldalra tevődött át. Magas hatékonyságú vállalatok versengtek a piaci részesedésért. A kutatás-fejlesztésben a termékfejlesztés piaci igényekhez való igazítása hangsúlyossá vált, és folyamatosan rövidült az új termékek esetében a kutatóhelyről a piacra való kijutás ideje. A harmadik generáció az 1970-es évek közepétől az 1980-as évek közepéig tartott, és a kutatás-fejlesztés és a marketing szoros összekapcsolódását hozta magával, mely mögött elsősorban költséghatékonysági és költségcsökkentési megfontolások álltak. Az időszakra jellemzőek voltak az iparban a racionalizációs törekvések, és az, hogy az innovációs folyamatok jól strukturálttá váltak. A negyedik generációs innovációs folyamatok az 1980-as évek közepétől az 1990-es évek közepéig voltak jellemzőek. Ez volt az integrált üzleti folyamatok kora, a javak előállítása során pedig folyamatosan csökkent az átfutási idő, a vállalatok erős kapcsolatokat alakítottak ki a beszállítóikkal. Az ötödik generáció az 1990-es évek közepén indult, és jellemző rá a rendszerek integrálása, a hálózatosodás, a rugalmasság növekedése, és a fejlődés gyorsuló tempóra. Az időszak általános tapasztalata az erőforrások korlátosságának felismerése. Jellemzővé vált a vállalatok esetében az erőforrások alapos tervezése, és a termelési információk rendszerek létesítése. A kutatás-fejlesztésben stratégiai partnerségek hálózata alakult ki, valamint tovább erősödött a kapcsolat a marketinggel. Az innovációk és a tudás egyre szélesebb kör számára váltak elérhetővé. Az ár meghatározó szerepe mellett dominánssá váltak más, minőségi szempontok a fogyasztásban és a termelési folyamatokban, úgymint fenntarthatóság, biztonság, innovációs miliő, politikai rendszerek által adott keretfeltételek.

2. Innovatív beruházások döntéstámogató eszközei és azok felhasználása

Jelen tanulmány szekunder kutatási módszert alkalmaz, irodalomkutatás alapján gyűjti össze az innovatív beruházások egyes döntéstámogató eszközeit, és ad javaslatot azok gyakorlati felhasználására, a leggyakrabban javasolt eszközök kombinálásával.

A beruházások általános jellemzője, hogy éven túli, jellemzően hosszú távú forráslekötéssel járnak. A beruházások reálbefektetések, azaz a befektetés célja tárgyi eszközök, forgóeszközök, vagy immateriális javak létrehozása, megvásárlása. A beruházásokat indukáló legfontosabb tényező általában az innováció. A beruházási döntések legtöbbször alapvető stratégiai kérdések megválaszolását követően hozható meg. (Innováció Menedzsment Kézikönyv, 2006.)

A beruházási döntések támogatására pénzügyi szempontból a cash flow elemzés alkalmazható. A cash flow negatív elemekkel indul, melybe a beruházás megvalósítása és a termelés, hozzáadott érték képzés beindításához kapcsolódó kiadások tartoznak bele. Ezt követően, a termelés, hozzáadott érték képzés tényleges megvalósulása jellemzően hosszú távon pozitív cash flowt eredményez. Végül a beruházás likvidálása, a használt eszközök vagy más beruházási elemek értékesítése szintén eredményezhet pozitív cash flow elemeket, a vizsgált

beruházási ciklus zárásakor. A cash flow elemzése során figyelembe kell venni a pénz időértékét, a megvalósítási kockázatokat, és lehetőség szerint a beruházás alternatíváit is. Meglévő, működő termelési vagy szolgáltatási folyamat esetében általában különbözeti cash flow számításra van szükség, amely a beruházás elmaradásával vagy más beruházási alternatíva választásával való összehasonlítást tesz lehetővé. A cash flow elemzés számításokat a nettó jelenérték (NPV) kiszámításában összegezzük, mely a kimenő és bejövő pénzáramokat összegezi, a figyelembe vett kamatlábbal diszkontálva. A kockázatok pénzügyi értékelését pedig általában a fedezeti pont kiszámításával segítjük. A fedezeti pont, különböző értékesítési mennyiségekkel, árakkal számol, és ezekből kerül meghatározásra az a mennyiségi-vagy árszint, ami mellett a nettó pénzáram nulla.

Az innovatív beruházások általában jelentősen javítják a termelékenységet, vagy az egységnyi tőke hozadékát, vagy az egységnyi munka hozadékát, vagy mindkettőt. Az innovatív beruházások előzménye, tárgya vagy következménye kutatás-fejlesztési tevékenység, mely időbeli sorrendjét tekintve alapkutatás, alkalmazott kutatás vagy kísérleti fejlesztés lehet. Jellemző ezen tevékenységekre, hogy újdonságértékkel bírnak, kreativitást testesítenek meg, bizonytalansággal járnak, tervezetten, szisztematikusan végzendők, és reprodukálhatók. (Frascati Manual, 2015.: 45) A rutinszerű termékfejlesztési tevékenység ugyanakkor nem tekinthető kutatás-fejlesztési tevékenységnek, de kapcsolódhat hozzá innovatív beruházás. Az innováció egy dinamikával rendelkező folyamat, melynek mérése módszertani nehézségekbe ütközik, ugyanakkor többszemponútú megközelítéssel viszonylag jól leírható, megragadható. (Oslo Manual, 2005.: 15). A következő táblázat különféle szereplők beruházási döntései és a beruházások menedzsmentje kapcsán mutat be eszközöket és szempontokat a hatékonyság javítására.

1. táblázat. Különböző szereplők innovációs tevékenységének döntéstámogató és menedzsment eszközei

szereplő	szempontrendszer	jellemző döntéstámogató és menedzsment eszközök
állam	regionális és nemzeti versenyképesség, nemzetközi kiválóság biztosítása	adópolitika, gazdaságpolitika, innovációs ökoszisztéma fejlesztése, támogatáspolitikai, iparjogvédelem fejlesztése, biztonságpolitika, statisztikai rendszerek működtetése, K+F+I scoreboard adatok gyűjtése
egyetem	szakember utánpótlás, tudományos kiválóság, technológia transzfer, inkubáció biztosítása	alapkutatási és alkalmazott kutatási programok indításáról és továbbviteléről való döntések, oktatási és tudományos profil alakítása, tudástranszfert és inkubációt lehetővé tevő szolgáltatási portfólió alakítása, tudásmenedzsment eszközök alkalmazása, vállalati kapcsolatrendszer alakítása, spin-off vállalkozások ösztönzése
KKV	vállalati versenyképesség fenntartása és javítása, tőkehozam hosszú távú maximalizálása, stabil tulajdonosi jövedelem (profit) elérése	beruházási alternatívák vizsgálata, cash-flow elemzés, költség-haszon elemzés, kockázatelemzés, benchmarking elemzés, tudásmenedzsment eszközök, marketing eszközök, vállalati innovációs stratégia megalkotása és érvényesítése, állami támogatások felhasználása, egyetemi és ágazati technológiatranszfer, K+F+I szolgáltatások vásárlása illetve saját szervezetben belüli megvalósítása, iparjogvédelmi intézkedések, innovációt támogató HR eszközök, klaszteresedés
start-up	ugyanaz mint a KKV-k esetében, továbbá a gyors, lehetőség szerint nemzetközi szintű piacépítés, valamint technológiai elsőség fenntartása, viszont nem elsődleges cél a rövid távú profittermelés	ugyanaz mint a KKV-k esetében, továbbá agilis piaci stratégia megalkotása és érvényesítése, valamint új technológiákhoz kapcsolódó marketing, jellemzően gyors ütemű kísérleti fejlesztésre alapozva
nagyvállalat	ugyanaz mint a KKV-k esetében, továbbá jelentős piaci részesedés fenntartása és kulcsfontosságú technológiák illetve infrastruktúra elemek birtoklása, tartósan magas saját tőke arányos adózott eredmény (ROE) elérése	ugyanaz mint a KKV-k esetében, továbbá markáns jelenlét a tőkepiacokon, növekedési lehetőségek feltárása felvásárlás és összeolvadás útján, monopóliumok és oligopóliumok speciális megtérülési számításainak alkalmazása, politikai lobbizás tevékenység

Forrás: Frascati Manual, 2015. és Oslo Manual, 2005. felhasználásával saját szerkesztés, 2019

Az innovációs politika a tudományos és technológiai politika és az iparpolitika sajátos kombinációja. A rendszerszintű megközelítések az intézmények, szervezetek és az interaktív folyamatok egymásra hatását figyelembe véve vizsgálják a tudás megteremtését, diffúzióját és alkalmazási módozatait. Ezen vizsgálatok szintje a nemzeti innovációs rendszer, melyet komplex statisztikai mutatószám rendszerrel lehet jellemezni. (Oslo Manual, 2005.: 15.)

A vállalatok esetében az innovációs tevékenység szintén összetett jelenség, és a vállalkozói működés alapvető eleme. (Drucker, 1985.) Motivációja lehet a termékfejlesztés, a piacfejlesztés, a hatékonyság, a minőség, a szervezeti tanulás, a változások kezelésére való képesség igénye, vagy ezek kombinációja. Az innovációs tevékenység erősen összefügg a tudással való gazdálkodással, így a tudásmenedzsment eszközrendszere alkalmas az innovációs tevékenységek hatékonyságának javítására. Ennek mechanizmusa általában a tudáselemek gyűjtésétől indul, ezt követően, a szervezeti tanulás folyamataiba épülve, megtörténik a tudás átadásra, megosztásra, végül pedig a tényleges felhasználása, ami valamilyen innovatív termékben vagy folyamatban testesül meg (White-Bruton, 2013.: 339.) A szervezeti tanulás során bevonhatók tudáselemek vásárlással, szakértőkön keresztül vagy hálózatos együttműködésekkel, például kollaboratív tudáshálózatokban való részvétel során. Lényeges, hogy szervezet tegye lehetővé, szánjon rá időt és erőforrást, hogy megvalósulhasson a szervezeten belül a tudással való célirányos gazdálkodás, és a tudás megosztása, valamint a külső partnerekkel, egyetemekkel, kutatóintézetekkel, technológiatranszfer intézményekkel illetve iparági partnerekkel történő tudáscsere. Vállalatok esetében az iparági klaszterek is színteret adhatnak a tudáscserének (Schilling, 2013.: 33.)

Az innovatív beruházások sikeres tervezéséhez és megvalósításához kapcsolódva, összefoglalásképp leírható, hogy egyszerre kell odafigyelni a vevői igénynek való megfelelésre, a piacra vitel időtartamának a minimalizálására, és a fejlesztések költségeinek korlátok közt tartására. Ezáltal nagyobb eséllyel biztosítható a beruházás pozitív nettó jelenértéke. A szervezeti adottságok közül kiemelhető a támogató vezetői attitűd, az innovációs és tudásmenedzsment folyamatokkal, technológia transzferrel kapcsolatos tudatos tervezés, a szervezeten belüli, iparági és további külső kommunikáció, tudáscsere fontossága. Versenyelőny építhető a kollaboratív tudáshálózatokban szakértői illetve szervezeti részvétel eredményei által is. Mivel az innovatív beruházások közül relatíve sok zárul eredménytelenül, ezért kiemelhető a sok faktort megvizsgáló, scoreboard típusú előzetes becslések, valamint a pénzügyi és a marketing szempontú, projekt megállító vagy továbbléptető időközi döntések szerepe. Hosszú távon sikeres innovatív fejlesztés nem létezhet társadalmi és környezeti felelősségvállalás nélkül.

Hivatkozott források

A számvitelről szóló 2000. évi C. törvény. 2019. február 22-én hatályos állapot.

Schumpeter, J.A. (1911) *The Theory of Economic Development*. Harvard University Press, Cambridge.

Peter N. Stearns (szerk.) *The Encyclopedia of World History*, Sixth edition. Houghton Mifflin Company, 2011.

Adam Smith (1776) *Wealth of Nations*. London.

Kondratieff, Nikolai D. (1926) *Die langen Wellen der Konjunktur*, in: *Archiv für Sozialwissenschaft und Sozialpolitik*, 56, pp. 573-609.

Solow, R. (1956) *A Contribution to the Theory of Economic Growth*, *Quarterly Journal of Economics*, 70, pp. 65-94.

Solow, R. (1957) *Technical Change and the Aggregate Production Function*, *Review of Economics and Statistics*, 39, pp. 312-20.

Jánossy Ferenc (1966) *A gazdasági fejlődés trendvonalala és a helyreállítási periódusok*, Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest.

Agenda 21 (1992) *United Nations Conference on Environment & Development*. Rio de Janeiro, Brazil

Rothwell, R. (1994) *Towards the Fifth-generation Innovation Process*. *International Marketing Review*, No.I., pp.7-30.

Dr. Pakucs János – Dr. Papanek Gábor (szerk., 2006.) *Innováció menedzsment kézikönyv*. Magyar Innovációs Szövetség, Budapest

OECD (2015), *Frascati Manual 2015: Guidelines for Collecting and Reporting Data on Research and Experimental Development, The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities*. OECD Publishing, Paris

Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data (2005) OECD, European Communities

Peter Drucker (1985) *Innovation and Entrepreneurship*. Oxford, UK

Margaret A. White - Garry D. Bruton (2011) *The Management of Technology and Innovation - A Strategic Approach*. South-Western, USA

Melissa A. Schilling (2013) *Strategic management of technological innovation - 4th ed*. New York

Közösségi finanszírozás a gyakorlatban

Puha Adrienn¹ - Puha Alexandra²

Összefoglalás

Kutatásunk témája a mikro-, kis- és középvállalkozások működésében, indulásában szerepet játszó crowdfunding, mint külső fejlesztési forrás vizsgálatára irányul. A téma jelentőségét és aktualitását alátámasztja, hogy a KKV-k gazdasági életben betöltött szerepe jelentős. E vállalatok a gazdasági növekedés kulcsát jelentik, egyrészt nagy szerepük van a jövedelemtermelésben, másrészt kiemelt helyet töltenek be a munkahelyteremtésben, a foglalkoztatottságban, a külföldi tőke működtetésében, a beruházásokban és az adófizetésben. Az említett szektor hatékony működését a tőkehiány, mint pénzügyi probléma jelentősen befolyásolja. Egy újfajta finanszírozási forrás, a crowdfunding azonban megoldást jelenthet a KKV szektor pénzügyi problémáira.

Kutatásunk módszertani alapjaként a Kickstarter szekunder adatainak feldolgozása szolgált. Ezen adatokat felhasználva vizsgáltuk a közösségi finanszírozás sajátosságait, így a különböző kategóriák megoszlását az összes támogatáson belül, a legtöbb támogatót maga mögött tudó és/vagy a legtöbb támogatást elnyert projekteket, valamint a közöttük lévő összefüggéseket. Külön kitértünk a magyar kezdeményezésekre, amelyek jól mutatják, hogy a közösségi finanszírozás egy földrajzilag szétszórt, de technikailag egy hálózatot alkotó rendszer.

Kulcsszavak: KKV, fejlesztési forrás, közösségi finanszírozás, Kickstarter, projekt

JEL kód: G10

1. Bevezetés

El szeretnénk indítani egy saját vállalkozást; nagyszerű ötletünk van, amely akár egyike lehet a következő millió Dolláros találmányoknak, de nem áll rendelkezésünkre elegendő tőke? A megoldást ott kell keresni, ahol a XXI. század emberei a nap nagy részét töltik. Igen, az Internet közössége hatalmas potenciállal rendelkezik, amely az ötletek támogatására is kiterjed. A crowdfunding lehetőséget ad arra, hogy egy lépéssel közelebb kerüljünk céljaink eléréséhez. De mi is pontosan ez a forradalom, és hogyan tudunk tőkét szerezni általa a projektünkhöz? A továbbiakban részletesen áttekintjük, hogy hogyan valósíthatja meg valaki az álmait egy közösség együttműködésével.

¹ egyetemi hallgató, Pannon Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Veszprém, puha.adrienn96@gmail.com

² egyetemi hallgató, Pannon Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Veszprém, puha.alexandra96@gmail.com

2. A tömegfinanszírozás születése

Crowdfundingnak, magyar elnevezéssel közösségi finanszírozásnak nevezzük az online platformokon keresztül történő pénzbeli hozzájárulást. A támogatott ügyek elég széles skálán mozognak. Hozzájárulhatunk például filmek, könyvek, képregények, zenei albumok, tudományos kutatások, innovációs törekvések, startup cégek, szoftverek és számítógépes játékok projektjeihez. (Bethlendi & Végh, 2014)

A közösségi finanszírozás megjelenése az internetnek köszönhető, amely által földrajzilag szétszórta, de technikailag egy hálózatot alkotó rendszer jött létre. Ez a kapcsolati háló az internet lehetőségeit kihasználva kizárja a közvetítő intézményeket, és közvetlenül kapcsolja össze a támogatókat és a finanszírozást igénylő személyeket, szervezeteket. (Evers, 2012)

A legtöbb közösségtől érkező támogatást azok a projektek gyűjtik, amelyek esetében zártvégű finanszírozás jellemző, tehát a platform a mindent vagy semmit stratégiát alkalmazza. A kampánygazda csak akkor tesz szert pénzre, ha a finanszírozási időszak végéig összegyűlik a kitűzött összeg. Nyíltvégű finanszírozás esetében a kezdeményező a finanszírozási időszak lejártáig összegyűjtött valamennyi összeget megkapja, függetlenül attól, hogy a kitűzött célt elérte-e vagy sem. (Szűts & Jinil, 2013)

3. A közösségi finanszírozás formái

A növekvő népszerűségnek örvendő jelenségen belül 4 fő modelltől beszélhetünk: a tulajdonosi tőke-, a hitelezés-, az adomány- és a jutalomalapú közösségi finanszírozásról. Különböző tulajdonságok alapján sorolhatjuk az egyes projekteket a fentebb említett csoportokba, így a támogatás jellege és az ellenszolgáltatás mibenléte szerint. Első két esetben a befektetői jelleg a meghatározó, utóbbi kettőben a támogatás kap hangsúlyos szerepet. (Kuti & Madarász, 2014.)

3.1. Tulajdonosi tőke alapú közösségi finanszírozás

A tulajdonosi tőke vagy más néven részesedés alapú közösségi finanszírozás során vállalkozók nyílt felhívás keretein belül igyekeznek értékesíteni üzletrészeiket, bízva abban, hogy nagyobb számú támogatót tudnak bevonni. Olyan modelltől van szó, ahol a támogatók tulajdonképpen értékpapírt vásárolnak meg. A forrásnyújtók ezáltal adott mértékű, értékpapírban megtestesülő tulajdonjogot szereznek, így részesülnek a vállalat nyereségéből, amelyhez osztalék formájában jutnak hozzá. (Kuti & Madarász, 2014.)

3.2. Hitelezés alapú közösségi finanszírozás

A hitelezés-alapú közösségi finanszírozást más néven peer-to-peer (P2P) lending-nek nevezzük. Korábban a hitelintézetek biztosították a vállalatok számára a hiányzó tőkét. A tömegfinanszírozás megjelenésével azonban magas kockázat mellett, online platformokon keresztül is történhet a hitelnyújtás, amelyet magánszemélyek és vállalatok egyaránt igénybe

vehetnek. A hitelezés alapú crowdfunding két nagy csoportra osztható. Beszélhetünk kamatozó, illetve kamatmentes finanszírozásról. (Bethlendi & Végh, 2014)

3.3. Adományalapú közösségi finanszírozás

A tömegfinanszírozás egyik kedvelt formája az adományozás, amely során a támogatók semmilyen ellenszolgáltatást nem várnak el hozzájárulásukért cserébe, legfeljebb köszönetnyilvánításban részesülnek. (Harrison, 2013.)

3.4. Jutalomalapú közösségi finanszírozás

A jutalomalapú modell hozta ez idáig a legnagyobb ismertséget a közösségi finanszírozásnak, hiszen a támogatók valamilyen materiális vagy immateriális ellenszolgáltatásban részesülnek hozzájárulásukért cserébe. Az adományozók elővásárlóknak tekinthetők, mivel piacra lépés előtt megveszik, és ezzel támogatják az egyes termékeket, szolgáltatásokat. (Gabossy, 2016)

4. Kutatási cél- Hipotézisek

Kutatásunkkal azt kívánjuk bemutatni, hogy a közösségi finanszírozás sikeressége hogyan függ össze a támogatók számával, az összegyűjteni kívánt pénzzel és a finanszírozási időszak terjedelmével. Ennek értelmében öt hipotézist állítottunk fel, amelyek alapján a kisebb célkitűzéssel/hosszabb időtartammal/több támogatóval rendelkező projektek sikeresebbek lesznek, mint ellentétes jellemzőkkel rendelkező társaik. Feltételeztük továbbá, hogy a magas és közepes hozzájárulások aránya elenyésző a kismértékű támogatásokhoz képest, illetve a magyarországi projektek kevésbé sikeresek külföldi társaikhoz viszonyítva.

5. Kutatási módszer

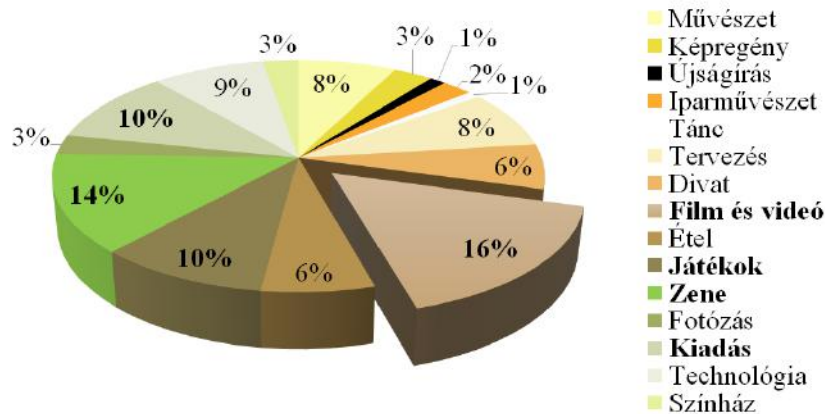
Dolgozatunkban a hazai KKV szektor növekedésének, fejlődésének támogatásához kapcsolódóan egy újszerű finanszírozási lehetőséget, a crowdfunding-ot ezen belül is a jutalomalapú közösségi finanszírozási modellt vizsgáltuk.

Kutatásunk során saját adatbázist építettünk ki a Kickstarter-en fellelhető adatok alapján. 60 projektet vizsgáltunk, amelyből 36 projekt került be adatbázisunkba az átfedések és nem releváns információk miatt. Az általunk összeállított adatbázis információi 2018. október 2-ra vonatkozóan hitelesek. Vizsgálatunk tárgyát a sikeres kampányok jelentették. Saját adatállományunkat felhasználva vizsgáltuk a közösségi finanszírozás sajátosságait, így a különböző kategóriák megoszlását a kezdeményezéseken belül, a legtöbb támogatót maga mögött tudó és/vagy a legtöbb támogatást elnyert projekteket, valamint a közöttük lévő összefüggéseket. Ahhoz, hogy az egyes tényezők közötti kapcsolatot tanulmányozhassuk, a Microsoft Excel Program segítségével korrelációt számoltunk. Vizsgálatunk során külön kitértünk a magyar kezdeményezésekre, amelyek jól mutatják, hogy a közösségi finanszírozás hazánkban is egyre inkább teret nyer.

6. Eredmények

Az 1. ábra a Kickstarter 2018. október 2-i statisztikája szerint a projektek kategóriák szerinti százalékos megoszlását mutatja. Jól látható, hogy a legtöbb projektet a film és videó kategóriában indítják. A második helyen a zene kategória áll a maga 14%-ával. Élmezőnyben van még a kiadás és a játékok kategória. Kevésbé népszerű a kezdeményezők körében a tánc, színház, újságírás, fotózás, iparművészet és képregény témakör.

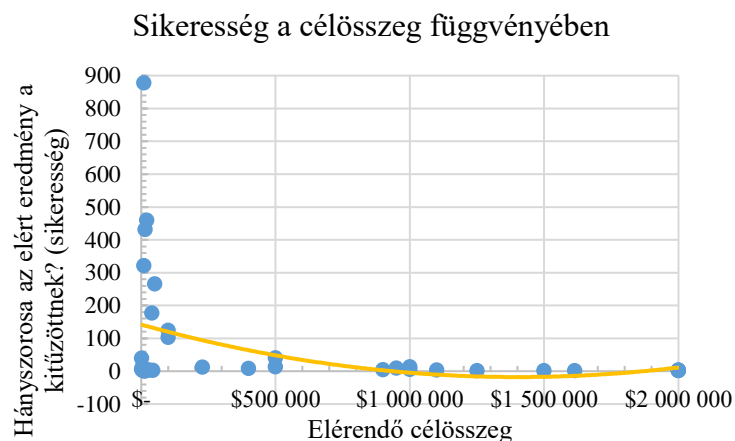
1. ábra. Projektek kategóriák szerinti megoszlása



Forrás: Saját szerkesztésű táblázat a (Kickstarter, 2009.) adatai alapján, 2019

A 2. ábra a sikeresség és a célösszeg közötti kapcsolatot mutatja be. A diagram az adatbázisunkba bekerült 36 projekt adatait tartalmazza. A trendvonal jól szemlélteti, hogy a sikeresség és az elérendő célösszeg között negatív kapcsolat áll fenn. Ennek értelmében a kisebb elérendő célok nagyobb hányada gyűlik össze, mint a nagyobb tőke-célú projektek esetében.

2. ábra. Projektek sikeressége a célösszeg függvényében

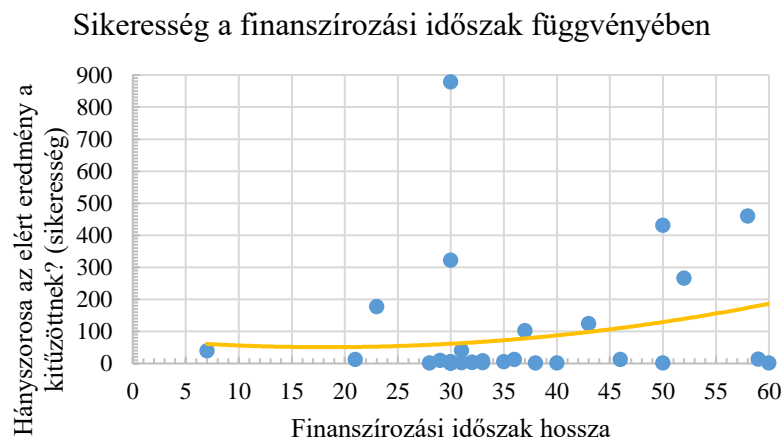


Forrás: Saját szerkesztésű diagram a (Kickstarter, 2009.) adatai alapján, 2019

Tanulmányunk azt is kimutatta, hogy a tömegalapú kampány időtartama pozitívan korrelál a sikerrel, azonban ez egy gyenge kapcsolatnak tekinthető, hiszen a korreláció 0,1866.

Következésképpen a kampányok sikerességét a finanszírozási időszak hossza csak kis mértékben befolyásolja. A 3. ábrából jól kivehető, hogy minél több idő áll egy-egy projekt rendelkezésére, annál jelentősebb eredményt érhet el.

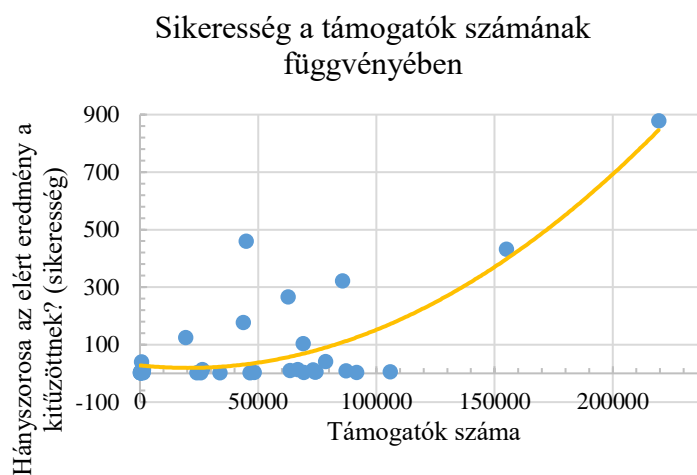
3. ábra. Projektek sikeressége a finanszírozási időszak függvényében



Forrás: Saját szerkesztésű diagram a (Kickstarter, 2009.) adatai alapján, 2019

Vizsgálataink során kiderült, hogy a több támogatót maguk mögött tudó kampányok sikerebbek, mint azon társaik, amelyeket kevesebben támogatnak, ezzel harmadik hipotézisünk is megerősítést nyert. A 4. ábra az általunk vizsgált projektek sikerességét mutatja a támogatók számának függvényében. A tényezőket összevetve egy közepesen erős, pozitív korrelációt (0,6783) kaptunk.

4. ábra. Projektek sikeressége a támogatók számának függvényében

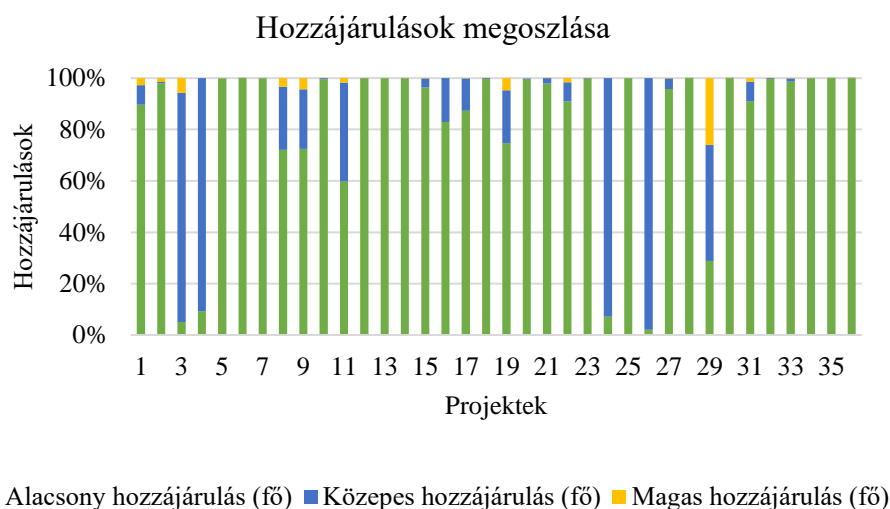


Forrás: Saját szerkesztésű diagram a (Kickstarter, 2009.) adatai alapján, 2019

Az általunk vizsgált faktorok közül a támogatók száma az, ami a legnagyobb mértékben befolyásolja egy projekt végkifejletét. Ennélfogva a kampánygazdák elsődleges feladata a támogatók figyelmének felkeltése és fenntartása, amelyet a minél szélesebb kapcsolati háló, és a megfelelő marketingstratégia határoz meg.

Az 5. ábra az egyes kezdeményezésekhez való hozzájárulás arányát hivatott bemutatni. Jól kiolvasható, hogy sokan inkább csekély összeget adományoznak. Egy két esetben kiugróan magas a közepes hozzájárulások aránya, de leginkább ez csak ott figyelhető meg, ahol kevés csomagajánlatot tettek közzé. Szembetűnő, hogy az alacsony hozzájárulások aránya jóval meghaladja a közepes és magas támogatások mértékét. Míg az összes támogatásnak a kis összegű finanszírozások a 91,4%-át, a közepesek 7,7%-át teszik ki, addig a magas hozzájárulások aránya csak 0,9%. A hipotézisünk, miszerint a magas- és közepes hozzájárulások aránya elenyésző a kismértékű támogatásokhoz képest, beigazolódott.

5. ábra. Hozzájárulások megoszlása



Forrás: Saját szerkesztésű diagram a (Kickstarter, 2009.) adatai alapján, 2019

Utolsó hipotézisünk eredményét az 1. táblázat szemlélteti. A magyarországi projektek kevésbé sikeresek külföldi társaikhoz képest. Ezt bizonyítja, ha összehasonlítjuk egymással a projektekről gyűjtött adatokat.

1. táblázat. A projektek összesített eredményei

Tulajdonságok	Külföldi projektek	Magyar projektek
Célkitűzés	\$10.000-2.000.000	\$1150-43.700
Átlagos finanszírozási időszak	37,71 nap	29,92 nap
Támogatók száma átlagosan	70.335 fő	628 fő
Átlagos megtérülés	120,1422-szeres	6,3693-szoros
1 főre eső átlagos hozzájárulás	\$129,42	\$77,17
1 napra eső átlagosan összegyűjtött pénz	\$33.974,58-656.096,32	\$180,95-6530,43

Forrás: Saját szerkesztésű táblázat a (Kickstarter, 2009.) adatai alapján, 2019

A világ általunk vizsgált projektjeinek célkitűzése \$10 000–2 000 000 között mozog, míg a magyar projektek esetében ez 1150-43 700 Dollárig terjed. Ezek az adatok azt hivatottak mutatni, hogy a hazai kezdeményezések kisebb méretűek a külföldi társaikhoz képest. A finanszírozási időszakot tekintve számottevő az eltérés, hiszen az általunk vizsgált magyar

kampányok esetében átlagosan 29,92 nap, világviszonylatban átlagosan 37,71 nap áll rendelkezésre a pénz összegyűjtésére. Jelen információ mögött két magyarázat állhat, egyrészt a kisebb projektek kevesebb időt igényelnek, másrészt a nagyobb időtartammal rendelkező kezdeményezések sikeresebbek. Ezt bizonyítja az is, hogy a világ projektjei átlagosan a kitűzött célösszeg 120,1422-szeresét, míg a magyar kampányok a 6,3693-szorosát érik el. Ha a támogatók számát nézzük, a magyar projektek szintén alulmaradnak külföldi társaikkal szemben. A világ projektjei átlagosan 70 335 támogatóval rendelkeznek, magyar vonatkozásban ez 628 főt jelent. Az egy főre eső átlagos hozzájárulás mértéke a hazai projektek esetében a külföldi kezdeményezések egy főre jutó támogatásának körülbelül 59,6%-a. Érdekes lehet, hogy a magyar projektek 180,95-6530,43 Dollárt, míg a külföldi kampányok 33 974,58-656 096,32 Dollárt gyűjtenek egy nap leforgása alatt.

7. Következtetések és javaslatok

A tömegfinanszírozás egy olyan folyamat, amely során egyes emberek vagy szervezetek nyílt felhívás keretében online kérnek segítséget céljaik megvalósításához. Erre külön szakosodott platformokat hoztak létre, ahol önként és közvetlenül bárkinek lehetősége van támogatni különféle projekteket. Gondoljunk csak bele, ha a világ népességének 1%-a fejenként csak 1 Dollárral járul hozzá egy projekt megvalósításához, a kampánygazda több mint 7,5 Millió Dollár támogatáshoz juthat.

Kutatásunk módszertani alapjaként a Kickstarter szekunder adatainak feldolgozása szolgált. Vizsgálatunk során arra voltunk kíváncsiak, hogy a projektek sikeressége hogyan függ össze a kitűzött célösszeg nagyságával, a kampányok időtartamának hosszával és a támogatók számával. A kutatás eredményeként elmondható, hogy hipotéziseink megerősítést nyertek. A projekt eredményességét a támogatók száma határozza meg a legjobban, hiszen itt fedezhető fel a legerősebb korreláció. Bár külön-külön elemeztük azt, hogy mitől függ egy projekt sikeressége, nem elegendő egy kritérium megléte. A támogatók számát, az elérendő célösszeget és a finanszírozási időszakot együttesen kell figyelembe venni, hiszen ezek mind meghatározzák egy projekt végkifejletét.

Hivatkozott források

Bethlendi, A. & Végh, . R., 2014. Közösségi finanszírozás –valós lehetőség-e a hazai kisvállalatok számára?. *Hitelintézeti Szemle*, 13.(4.), p. 102..

Evers, M., 2012. *Main drivers of crowdfunding success: a conceptual framework and empirical analysis*. Rotterdam: ismeretlen szerző

Gabossy, Á., 2016. *A közösségi finanszírozás elméleti háttere, jövőbeli kilátásai*. Debrecen, Doktoranduszok Országos Szövetsége, pp. 161-162..

Harrison, R., 2013.. Crowdfunding and the revitalisation of the early stage risk capital market: catalyst or chimera?. *Venture Kapital*, 4.. kötet, pp. 283-287..

Kickstarter, 2009.. *Kickstarter*. [Online]
Available at: <https://www.kickstarter.com/>
[Hozzáférés dátuma: 2. október 2018.].

Kuti, M. & Madarász, G., 2014.. A közösségi finanszírozás. *Pénzügyi Szemle*, 3.. kötet, pp. 374-375..

Kuti, M. & Madarász, G., 2014.. A közösségi finanszírozás. *Pénzügyi Szemle*, 3.. kötet, p. 375..

Szűts, Z. & Jinil, Y., 2013. A magyar civil crowdsourcing és crowdfunding jó gyakorlatai– Internetes közösségek új szerepben. *Civil Szemle*, március, 10.(3.), pp. 31-41.

A mezőgazdasági melléktermékek energetikai célú hasznosításának aspektusai

Rajczi Alexandra¹ – Wickert Irén²

Összefoglalás

A világ, így hazánk energiafelhasználása rohamosan növekszik, azonban jelenleg is és elemzők szerint a jövőben is a fosszilis energiahordozóké a főszerep. Ezzel szemben pedig a mezőgazdaságban jelentős mennyiségű melléktermék keletkezik, amely hasznosítása nem történik meg vagy nem kellően hatékonyan és jól szervezve (pl. 14 millió tonna szalma- és kukoricaszár keletkezik, amelynek meghatározó hányadát évtizedek óta nem hasznosítják, mivel csökken az állattartók szalmaalom iránti szükséglete, a csökkenő állatlétszám miatt). A melléktermékekből nyerhető biogáz előállítása révén csökken az üvegházhatású gázok kibocsátása, szemben a fosszilis energiahordozók környezetre gyakorolt hatásával. Az alternatív energia előállításához kapcsolódó beruházások a vidéki térségekre ösztönzően hatnak, környezeti hatásuk mellett jelentős a gazdasági, társadalmi hasznosulásuk egyaránt. A kutatás az Agrárgazdasági Kutatóintézet által működtetett FADN adatbázison alapszik. A tanulmány arra keresi a választ, hogy a magyar mezőgazdaságban a termelés során milyen mennyiségű melléktermék keletkezik és miként kerül hasznosításra, milyen mértékben képes hozzájárulni az energia ellátáshoz, valamint a vidék fenntartható fejlődéséhez.

Kulcsszavak: mezőgazdasági melléktermék, energetika, biogáz, vidéki térségek, fenntartható fejlődés

JEL kód: Q2

1. Bevezetés

Napjaink globális kihívásai közül az energiaellátás növekvő jelentősége az agrárgazdaság potenciális szerepére irányítja a fókuszot. R. E. Smalley Nobel-díjas kutató tanulmánya szerint, amely rangsorolja az emberiség 10 legfontosabb kihívását, az első helyen szerepelteti az energiaellátást, ezt követően a vízellátást és az élelmiszerellátást. Ezen kihívások mindegyikét érinti az agrárgazdaság. Hazánk agrárgazdasága jelentős potenciállal rendelkezik, a globális kihívásokkal összhangban, a megfelelő mennyiségű és minőségű élelmiszer alapanyag előállításán túlmenően, a melléktermékek energetikai célú hasznosításához. Ezáltal elősegítheti a regionális fejlődés és fenntarthatóság szempontjainak érvényesülését (Dinya, 2009). Napjaink

¹ PhD hallgató, Kaposvári Egyetem, Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola, Kaposvár; rajczi.alexandra@ke.hu

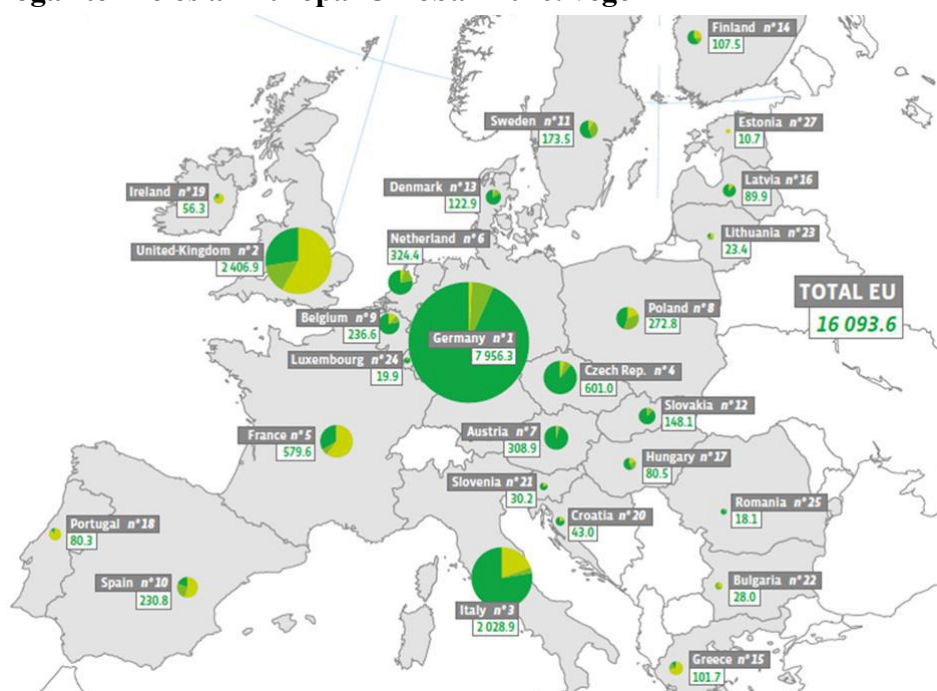
² egyetemi docens, Kaposvári Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Kaposvár; wickert.iren@ke.hu

gazdasági növekedésének energia ellátásához, a természeti állapot megóvásának, a foglalkoztatás megtartásának és további növelésének elengedhetetlen feltétele a megújuló energiákra való áttérés (Dupcsák – Marselek, 2013).

2. Irodalmi áttekintés

Az élelmiszeripar alapanyagainak előállítása mellett, az agrárium kulcsfontosságú szerepet tölthet be az energia szektorban is. Erre a célra kiválóan alkalmas a biológiai eredetű anyagok tüzelőanyagként való hasznosítása, a biomassa előállítás, valamint az ebből előállított üzemanyagok. Az üvegházhatás okozta globális felmelegedés a fosszilis energiahordozók felhasználásával indokolható. A megújuló energiahordozók esetében ez nem releváns, ugyanis a növény fejlődése során ugyanannyi CO₂ épül be a szövetéibe a fotoszintézis során, mint amennyi elégetésekor a légkörbe jut (Fogarassy, 2001). A biogáz szerves anyagok anaerob erjedése során képződő légnemű anyag, amely a földgázt kiválóan alkalmas helyettesíteni (Bai, 2013). Szerves anyagok nedves közegben végbemenő anaerob fermentációjával keletkezik, amelyet bio-metán fejlesztésnek nevezünk. A biogáz összetételét tekintve 60-70 százalékban metánt (CH₄) és 30-40 százalékban szén-dioxidot (CO₂) tartalmaz. Előnye, hogy a mezőgazdasági termékek termelése során keletkező szerves melléktermékek képezik az előállítás alapját. A biogáz fejlesztése során a szervesanyag 50-60 százaléka bontható le, így a fennmaradó része szilárd vagy híg komposzt, amely a termőterület tápanyag visszapótlására kiválóan hasznosítható (Fogarassy, 2001).

1. ábra. Biogáz termelés az Európai Unióban 2016. végén



Forrás: eurobserv-er.org (2017)

Az Európai Unió valamennyi tagállama rendelkezik biogáz üzemmel, azonban az ebből származó energia teljes kibocsátásának 75,8 százaléka három országból származik:

Németország, Egyesült Királyság és Olaszország (eurobserv-er.org, 2017). Hazánkban az egy főre eső biogáz előállítás mindössze 16 százaléka az EU átlagának. Az Európai Unió megújuló energia szektorában a biogáz üzemek létesítésének száma fejlődik a legdinamikusabban (Bai, 2013). Az Európai Unióban működő biogáz üzemek, különösen Németországban, komparatív előnyökkel rendelkeznek a hazai üzemekkel szemben. A német állam jelentős támogatást nyújt a beruházásokra, valamint az átvételi árakat komplexen szabályozza, illetve a hulladékok kezelésére, tárolására vonatkozó előírások betartása rendkívül költséges, így a biogáz üzemek irányába mozdítja el azok hasznosítását (Bai et al, 2005).

3. Anyag és módszer

A tanulmány elsődleges célkitűzése a mezőgazdasági melléktermékek energetikai célú hasznosításának komplex vizsgálata. A tanulmány arra keresi a választ, hogy a felhalmozódott mezőgazdasági melléktermékeket miként lehet hatékonyabban hasznosítani társadalmi, természeti és ökonómiai szempontokat figyelembe véve. A tanulmány szekunder kutatás, eredete szerint szekunder adatokon alapszik. Hazai és nemzetközi szakirodalmat dolgoz fel és foglal össze. A rendelkezésre álló adatállományok segítségével általánosítható kutatási eredményt valósít meg a mezőgazdasági melléktermékek energetikai célú hasznosítására vonatkozóan hazánkban. Részletes vizsgálatokkal mutatja be a zöld energia termelés egyik lehetséges eszközét, a biogáz üzemek jellemzőit, fenntarthatósági szempontokat figyelembe véve.

4. Eredmények

A biogáz üzemek létesítése rendkívül tökeigényes, ezenkívül elhelyezkedését meghatározza az alapanyagok elérhetősége. Általánosságban állattartó telepek vagy élelmiszeripari feldolgozó üzemek közvetlen közelében helyezkednek el. Így biztosítva a keletkezett melléktermékek tárolását és ártalmatlanítását.

1. táblázat. Biogáz üzemek beruházási és üzemeltetési költségei

Megnevezés	Kis kapacitású	Nagy kapacitású
Műszaki jellemzők		
Installált villamos teljesítmény	0,8 MW	1,76 MW
Beruházási költségek		
Beruházási költségek	1 093 M Ft	2 004 M Ft
Üzemeltetési költségek		
Változó energiahordozó-költségek	77,3 M Ft	156,0 M Ft
Egyéb változó költségek	24,2 M Ft	42,1 M Ft
Állandó költségek	35,0 M Ft	75,5 M Ft

Forrás: Popp J et al. 2011 alapján saját szerkesztés, 2019

Egy kis kapacitású 0,8 MW teljesítményű biogáz üzem beruházási költsége mindösszesen 1 093 millió forint, míg egy nagy kapacitású üzemé 2 004 millió forintra tehető Popp és szerző társai számításai alapján. Az üzemeltetési költségek a növekvő teljesítménnyel csökkennek. A biogáz üzem működtetése csak abban az esetben versenyképes, amennyiben komplexen vizsgáljuk. A biogáz üzemek létesítése közvetlen kapcsolatot mutat az állami támogatáspolitikával. Ahhoz, hogy a piacon ezen üzemek száma növekedni tudjon az állami támogatáspolitikának kiszámíthatónak kell lennie. Az Európai Unióban nagy szórást mutatnak az átvételi árak, hazánkban alacsonynak tekinthetők a támogatott átvételi árak (Popp J. et al, 2018).

2. táblázat. A magyarországi biogáz üzemek foglalkoztatási hatása

Technológia	Kapacitás MW	Alapanyag		Tervezés, létesítés	Üzemeltetés, karbantartás	Összesen
		Terme- léssel	Mellék- termékből			
munkaév 1MW kapacításra és teljes életciklusra						
Kis méret	0,25	125	216	36	79	480
Közepes méret	0,5	125	216	20	40	425
Nagy méret	1	125	216	13	20	398

Forrás: Popp J et al. 2011 alapján saját szerkesztés, 2019

A biogáz üzemek élettartamát nem befolyásolja a kapacitása, így várható hasznos élettartamuk megegyezik, mintegy 20 évre tehető. Az alapanyagok előállításának munkaerő ráfordítását a biogáz üzem méretkategóriája nem befolyásolja. Különbség a tervezés, létesítés és az üzemeltetés területén mutatkozik. A kis méretű üzemek tervezésre és üzemeltetésre fordított munkaerő igénye magasabbra tehető egységnyi kapacításra. Fogarassy szerint a növekvő munkaerőforrás nem egyértelműen pozitív hatású, ugyanis ha magas személyi jellegű ráfordítással állítunk elő egy adott terméket, nem szükségszerű, hogy a termékre piaci alapon megközelítve kereslet lesz. Azonban ez nem lehet kizárólagos szempont, mivel itt fontos tényező a vidéki népesség megtartása (Fogarassy, 2001).

3. táblázat. A biogáz üzemek létesítésének természeti, társadalmi és ökonómiai hatásai

Természeti hatások	Társadalmi hatások	Ökonómiai hatások
Csökkenthető a nitrogén kijuttatása	Légszennyezés csökkenése	Finanszírozás (beruházás, üzemeltetés)
		Regionális versenyképesség fokozás
	Jövedelem növekedése	Munkahelyteremtés
Eutrofizáció	Munkahelyteremtés	Energia átvételi árak kockázata
Savasodás		Megtérülési idő magas
Csökkenő CO ₂ kibocsátás		
Szerves anyag hasznosítása	Infrastruktúra bővítése	
Fermentlé kijuttatása		

Forrás: Saját szerkesztés Magda (2011), Fogarassy (2001), Makádi et al (2007) és Bai (2007) alapján, 2019

A biogáz üzemek létesítését komplex módon érdemes vizsgálni. Magda (2011), Fogarassy (2001) és Bai (2007) nyomán összeállításra került a 3. táblázat, amely összefoglalja a biogáz üzemek előnyeit, hátrányait és az esetleges nehézségeit a beruházásnak és üzemeltetésnek 3 fő szempont mentén. A természeti hatásokat tekintve kiemelt jelentőségű, hogy a biogáz üzem által előállított fermentlé kijuttatásával csökkenthető a termőterületek tápanyag visszapótlása érdekében kijuttatott műtrágyák mennyisége, illetve ezt helyettesítve szerves anyag kerül kihelyezésre. Előállításánál csökken a CO₂ kibocsátás, így társadalmi vonatkozásban csökken a légszennyezés. A vidéki térségekben élők foglalkoztatása napjainkban kiemelt jelentőségű, a biogáz üzemek létesítésével új munkahelyek teremtésére nyílik lehetőség, ezáltal a vidéken élők jövedelmi helyzete javulhat. Gazdasági szempontból a beruházás tőkeigénye, illetve annak üzemeltetése költségigényes, megtérülése kockázatos, az alacsony átvételi árak miatt. A regionális versenyképesség javulásához hozzájárulhat. A talaj megújuló természeti erőforrás, melyet ha megfelelően hasznosítunk nem veszít értékéből. A fermentlé kijuttatása fokozza a mikroorganizmusok számát és egyúttal stimulálja a talaj eredeti mikropopulációját. Egységnyi termőterület műtrágyázási költsége 40-50 ezer forintba tehető, míg a fermentlé kijuttatásának költsége 9-10 ezer forint. Alkalmazásának mind természeti, mind társadalmi, mind ökonómiai előnyei vannak.

5. Következtetések és javaslatok

A világon, így hazánkban is, az elmúlt évtizedekben rendkívül megnövekedett az energiafelhasználás, amely döntő hányadában a fosszilis energiahordozókból kinyert energiára alapul. Ennek következtében törekedni kell a rendelkezésre álló megújuló energiaforrások felhasználásának előtérbe helyezésére, a fenntarthatóság érdekében. A fosszilis energiaforrások felhasználása jelentős mennyiségű üvegházhatású gázt bocsát ki, a környezetre gyakorolt negatív hatása vitathatatlan. Ezt a tendenciát ellentételezheti a zöld energia növekvő előállítás, amely emellett gazdaságélénkítő hatással is rendelkezik. Az elnéptelenedő vidéki társadalomra pozitívan hathat, hiszen a termelés és előállítás ezen térségekben valósulhat meg. A biogáz üzemek létesítése elősegíti az Európai Unió energiapolitikai, hulladékkezelési, vidékfejlesztési és környezetvédelmi irányelveit egyaránt.



„AZ EMBERI ERŐFORRÁSOK MINISZTERIUMA ÚNKP-18-3-KE-I-28 KÓDSZÁMÚ ÚJ NEMZETI KIVÁLÓSÁG PROGRAMJÁNAK TÁMOGATÁSÁVAL KÉSZÜLT”

Hivatkozott források

Bai, A. (2007) A biogáz. Száz Magyar Falu Könyvesháza Kht.

Bai, A. (2013). Biogáz előállításának technológiája. Debreceni Egyetem, Agrár-és.

Bai, A. – Bagi, Z. – Bartha, I. – Boruzs, L. – Fenyvesi, L. – Kovács, K. – Mátyás, L. – Mogyorósi, P. (2005) A biogáz előállítás. Jelen és Jövő Szaktudás Kiadó Ház Rt., Budapest.

Dinya, L. (2009) Fenntarthatósági kihívások és a biomassza-alapú energiatermelés. GAZDÁLKODÁS: Scientific Journal on Agricultural Economics, 53(80-2016-820), 311.

Dupcsák, Z., - Marselek, S. (2013) Biogáz termelés, mint a környezettudatos energiatermelés lehetősége. Journal of Central European Green Innovation, 1(1063-2016-86149), 35.

Eurobserv-er (2017) 17th annual overview barometer. On-line: www.eurobserv-er.org/17th-annual-overview-barometer

Eurobserv-er (2017) Biogas barometer. On-line: www.eurobserv-er.org/biogas-barometer-2017 Elérve: 2019.02.19.

Fogarassy, C. (2001) Energianövények a szántóföldön. Szent István Egyetem GTK Európai Tanulmányok Intézete.

Magda, R. (2011) A megújuló energiaforrások szerepe és hatásai a hazai agrárgazdaságban. GAZDÁLKODÁS: Scientific Journal on Agricultural Economics, 55(80-2016-905), 575.

Makádi, M. - Tomócsik, A. - Orosz, V. - Lengyel, J. - Biró, B. - Márton, Á. (2007) Biogázüzemi fermentlé és Phylazonit MC baktériumtrágya hatása a silókukorica zöldtömegére és a talaj biológiai aktivitására. Agrokémia és Talajtan, 56(2), 367-378.

Popp, J. – Aliczki, K. – Garay, R. – Kozak, A. – Nyárs, L. – Radócné, Kocsis, T. – Potori, N. (2011) A biomassza energetikai célú termelése Magyarországon. Agrárgazdasági Kutató Intézet, Budapest. pp. 39-71.

Popp, J. - Harangi-Rákos, M. - Kapronczai, I. - Oláh, J. (2018) Magyarország megújuló energiatermelésének kilátásai. GAZDÁLKODÁS: Scientific Journal on Agricultural Economics, 62(80-2018-2883).

Mezőgazdasági üzemek hatékonyságának vizsgálata méretkategóriánként és termelési irányonként

Rajczi Alexandra¹ – Wickert Irén²

Összefoglalás

Magyarország kedvező feltételekkel rendelkezik egy versenyképes és fejlett agrárgazdaság megteremtéséhez. A rendszerváltást követően azonban ez nem bizonyult elégségesnek ahhoz, hogy a magyar mezőgazdaság képes legyen lépést tartani az európai országok növekvő tendenciáival. A rendszerváltást követő időszakban a termelészövetkezetek megszűnésére irányult a figyelem. Ebben az időszakban a magyar mezőgazdaságot egyre inkább az elaprózódott gazdaságok jellemezték, és ez a szerkezet határozza meg napjainkban is a mezőgazdaságot. A kormányzati politika számos intézkedést tett annak elősegítésére, hogy a gazdaságokat megerősítse és a magyar mezőgazdaság versenyképes legyen más európai országokkal. Hazánk mezőgazdaságát azonban strukturális feszültségek jellemzik, versenyképessége pedig az elvártnál alacsonyabb. A magyar mezőgazdaságban egyaránt jelen vannak a nagy üzemmérettel rendelkező versenyképes gazdaságok és a kisüzemek, melyek önellátásra és a helyi piacokra termelnek. A tanulmány az Agrárgazdasági Kutató Intézet által működtetett Tesztüzemi Rendszer (FADN adatbázis) adatait használja fel. A tanulmány arra keresi a választ, hogy a különböző méretkategóriájú mezőgazdasági üzemek hatékonysága miként változott az elmúlt években termelési irányonként.

Kulcsszavak: mezőgazdaság, mérethatékonyság, jövedelmezőség

JEL kód: Q1

1. Bevezetés

A mezőgazdaságban a társadalmi és gazdasági rendszerváltás részeként a tulajdonviszonyok és az üzemi szerkezet átalakulása meghatározta a mezőgazdaság teljesítményét és hatékonyságát. A kárpótlási és privatizációs folyamatoknak köszönhetően, a nagyüzemi struktúra megszűnésével, a jövedelmezőség és a hatékonyság egyaránt a töredékére csökkent. (Takács, 2010). A mezőgazdasági ágazat jövedelmezőségének vizsgálatán túl napjainkban mindinkább felértékelődik a hatékonyság vizsgálata. A tanulmány alapfelvetése az üzemméretenkénti és termelési irányonkénti jövedelmezőség és a hatékonyság feltárása. Kiemelt jelentősége van a

¹Kaposvári Egyetem, Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola, PhD hallgató, E-mail: rajczi.alexandra@ke.hu

²Kaposvári Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, egyetemi docens, tanszékvezető, E-mail: wickert.iren@ke.hu

mezőgazdasági ágazaton belül termelési irányonként az egyes üzemméret kategóriák jövedelmezőségének és hatékony működésének egyaránt.

2. Irodalmi áttekintés

Napjainkban az Európai Unió mezőgazdasága mindinkább a duális szerkezet irányába mozdul el. Az egyik oldalon az árutermelő professzionális nagyüzemek állnak, amelyek a földterület meghatározó hányadán az árualap jelentős részét állítják elő. Ezzel szemben léteznek olyan jellemzően gazdasági vagy természeti szempontból hátrányos kisgazdaságok, amelyek többnyire önellátásra, illetve ezen felül esetlegesen a helyi piacokra termelnek (Varga, 2014). A magyar mezőgazdaság versenyképességének egyik alapvető tényezője, hogy a rendelkezésre álló forrásait milyen hatékonyan képes felhasználni és ezek a rendelkezésre álló források színvonala miként viszonyul a piacon levő vetélytársakhoz (Kapronczai, 2014). A hatékonysági mutatók főként az átlaghozamok és ráfordítás arányok egy adott ágazatban a szakmai minőséget mutatják meg, azonban az eredménybeni mutatók, amelyek a bevételeket és kiadásokat viszonyítják kevésbé jellemző, hiszen ezen mutatók értékét nagyban befolyásolja az ár-, árfolyam-, támogatáshatások.

A magyar agrárszektor egészének növekedése alulmarad a velünk egy időben csatlakozott EU-s tagországokhoz képest. Részben okolható az elmaradás a hatékonysággal, azonban a hatékonyságra ráépülő szervezeti, logisztikai és infrastrukturális tényezők és a versenyt torzító állapotok meghatározhatják. Ebben az esetben az agrárpolitika kulcsfontosságú (Udovecz, 2014). A növénytermesztést tekintve a mérethatékonyságnak kiemelt szerepe van, a jövedelmező gazdaságoknak nem feltétele a több ezer hektáros mezőgazdasági terület, a legjobb gazdaságok egyharmada 80-200 ha mezőgazdasági területet művel. Ez az a méretkategória, amely már magában hordozza az üzemméretből fakadó gazdasági előnyöket. A föld minősége mellett kulcsfontosságú szerepet tölt be a vetőmag minősége, a kijuttatott műtrágya mennyisége és a növényvédőszerre fordított ráfordítások értéke. A magasabb ráfordítások mellett a beruházások játszanak fontos szerepet, a technikai hatékonyság növelése és az intenzívebb gazdálkodás miatt (Pesti-Keszthelyi, 2010). A technikai hatékonysági szabad kapacitások a szántóföldi növénytermesztési ágazatban a jövőben mind kutatási mind agrárpolitikai szempontból felértékelődhet, az input output allokáció hatékonyságának szerepe (Baráth-Fertő, 2013).

3. Anyag és módszer

A tanulmány az Agrárgazdasági Kutatóintézet által működtetett adatbázist használja fel, mely Magyarországra és az Egész Európai Unióra vetítve reprezentatív adatokat tartalmaz, egységes szerkezetben. A tanulmány a 2016. évi adatokat használja fel. 1965-ben került kialakításra a mezőgazdasági tesztüzemi rendszer (Farm Accountancy Data Network – FADN) annak érdekében, hogy az Európai Közösség agrárpolitikáját (KAP) támogassa és elősegítse. A kialakított hálózat főként a mezőgazdasági üzemek jövedelmének mérésére, pénzügyi

folyamatainak nyomon követésére, és további gazdasági elemzések készítésére szolgál. A FADN hálózat az Európai Unió területéről a megközelítőleg öt millió mezőgazdasági üzemből 80 ezer mintaüzem adatát gyűjti össze és elemzi. Ezek a mintaüzemek a nyilvántartott mezőgazdasági földterületeknek és az összevont termelésnek 90%-át fedik le az Európai Unióban (Keszthelyi, 2009).

A hálózat kialakítása lehetővé teszi, hogy azonos szerkezetben, egységes mutatók alapján lehessen a mezőgazdasági üzemek összehasonlítását elvégezni az eltérő üzemméretök között. Az adatszolgáltatáshoz csatlakozott kettős könyvvitelt vezető gazdaságok könyvelőirodái szolgáltatják az előírt struktúrában az adatokat az Agrárgazdasági Kutató Intézet (AKI) részére, ahol a begyűjtött adatokat elemzik és ezt követően éves rendszerességgel az Európai Bizottság Mezőgazdasági Főigazgatóság részére bocsátják. A mintavételt követően súlyozásos módszertannal kerülnek közzétételre az adatállományok, így biztosítva, hogy a mintavétel reprezentatív legyen a teljes területre. A magyar Mezőgazdasági Számviteli Információs Hálózat egyidejűleg szolgálja a hazai információ igény kielégítését és az Európai Bizottság FADN rendszeréhez történő kötelező jellegű adatszolgáltatását (Keszthelyi – Molnár, 2014). A hatékonyság meghatározása nemzetgazdasági és vállalati érdek egyaránt. Gazdasági hatékonyságnak tekintjük a ráfordítások értékének és az ezek által elért eredmény értékének arányát két lehetőség összehasonlítása során.

A gazdasági szereplők célja a pénzben mérhető hozamok és ráfordítások különbségének arányának maximalizálása. Akkor tekinthetünk hatékonnak egy gazdaságot, ha minél nagyobb eredményt érünk el minél kevesebb ráfordítással (Nábrádi – Pető, 2009). Nemessályi tanulmányában megkülönböztet közvetlen és közvetett hatékonysági mutatókat. A közvetlen hatékonysági mutatók Nábrádi és szerző társával leírtakkal összhangban vannak. Közvetett hatékonysági mutatóként definiálja azokat a mutatókat, melyeknek sem számlálójában sem nevezőjében nem az eredményre utaló hozam, termelési érték, jövedelem található meg, hanem a tágran értelmezett ráfordítás kategóriák (Nemessályi, 2005). Nábrádi és szerzőtársai közvetett hatékonysági mutatóként a területellátottságot, a munkaerő ellátottságot, valamint az eszközellátottságot szerepelteti (Nábrádi et al, 2006).

4. Eredmények

Az elemzés során az egyes eredménykategóriákat valamilyen vetítési alaphoz viszonyítjuk, kifejezve ezáltal az eredmény létrehozásában betöltött szerepét (Éva et al, 1996). A termelési érték arányos jövedelmezőség esetében az adózás előtti eredményt viszonyítjuk az összes termelési értékhez (Szénay – Villányi, 2000).

1. táblázat: Termelési érték arányos jövedelmezőség termelési irányonként és méretkategóriánként

Termelési irány	Kis üzemméret	Közepes üzemméret	Nagy üzemméret
Növénytermesztés			
Szántóföldi növénytermesztés	34,61%	31,58%	19,23%
Gyümölcstermesztés	45,02%	35,46%	34,49%
Szabadföldi zöldségtermesztés	37,00%	-	19,69%
Szőlőtermesztés	31,02%	32,42%	20,5%
Vegyes gazdaság	26,26%	28,28%	10,28%
Zöldség-hajtatók	30,48%	-	30,84%
Állattenyésztés			
Baromfitartók	19,16%	11,5%	7,82%
Legeltetők	22,13%	32,27%	27,38%
Sertéstartók	12,84%	22,19%	6,71%
Tejtermelők	37,21%	41,28%	11,19%

Forrás: Saját számítás tesztüzemi rendszer adatai alapján, 2016

Megfigyelhető, hogy a kis üzemmérettel rendelkező gazdaságok rendre magasabb termelési érték arányos jövedelmezőséget mutatnak az azonos termelési irányonkénti társaikhoz képest. A növénytermesztési ágazat termelési érték arányos jövedelmezősége meghaladja az állattenyésztési ágazat jövedelmezőségét. Az Európai Unió tagállamainak, így hazánk, mezőgazdaságát a Közös Agrárpolitika (KAP) határozza meg. A Római szerződés tartalmazza a fő célkitűzéseket, gazdasági és szociális jellegű követelményeket támaszt ágazat elé. Gazdasági követelmények közé sorolhatjuk a mezőgazdasági termelés hatékonyságának elősegítését, a piacok stabilizálását, a termékek szabad mozgását, valamint a nemzetközi munkamegosztás fokozását. Társadalompolitikai elemként a mezőgazdaságból élők méltányos jövedelmének biztosítása, a lakosság megfelelő élelmiszerellátása, mégpedig széles körben elérhető, reális árakon (Nagy, 2003).

2. táblázat: Hatékonyság termelési irányonként és méretkategóriánként

Termelési irány	Kis üzemméret	Közepes üzemméret	Nagy üzemméret
Növénytermesztés			
Szántóföldi növénytermesztés	1,53	1,47	1,25
Gyümölcsstermesztés	1,83	1,56	1,54
Szabadföldi zöldségtermesztés	1,59	-	1,25
Szőlőtermesztés	1,48	1,48	1,27
Vegyes gazdaság	1,36	1,4	1,12
Zöldségghajtatók	1,45	-	1,46
Állattenyésztés			
Baromfitartók	1,23	1,13	1,09
Legeltetők	1,29	1,48	1,38
Sertéstartók	1,15	1,29	1,08
Tejtermelők	1,60	1,72	1,13

Forrás: Saját számítás tesztüzemi rendszer adatai alapján, 2016

A 2. táblázat alapján megállapítható, hogy a növénytermesztési ágazat gazdasági hatékonysága meghaladja az állattenyésztését. A szántóföldi növénytermesztés és a kertészeti ágazatok esetében mutatkozik a legmagasabb érték a számított mutató alapján.

3. táblázat. A szántóföldi növénytermesztés közvetett hatékonysága 2016 évben

Megnevezés	Mértékegység	Kis	Közepes	Nagy
Mezőgazdasági terület	ha/üzem	20,66	120,43	500,64
Munkaerő állomány	ÉME/üzem	0,61	1,86	8,16
Eszközérték	1000 Ft/100 ha MT	153 559,14	106 694,71	84 980,91
Eszközellátottság	-	31 725,32	128 492,44	425 448,43
Munkaerő ellátottság	-	33,87	64,75	61,35

Forrás: Saját számítás tesztüzemi rendszer adatai alapján, 2016

A szántóföldi növénytermesztés közvetett hatékonyságát mutatja a 3. táblázat. Míg a közvetlen hatékonyság esetében a kisebb üzemméretű gazdaságok bizonyultak jobbnak, addig a közvetett hatékonyság esetében láthatjuk, hogy minél nagyobb üzemmérettel rendelkezik egy adott gazdaság a rendelkezésre álló erőforrásait annál hatékonyabban tudja felhasználni. Az üzemméret növekedésével csökken az egy egységnyi munkaerő felhasználás, illetve az eszközök is hatékonyabban kerülnek hasznosításra. Megállapítható, hogy a szántóföldi növénytermesztés esetében érvényesül a mérethatékonyság.

5. Következtetések és javaslatok

Az hazai mezőgazdasági ágazatot vizsgálva a kétpólusú mezőgazdaság képe körvonalazódik. Az egyik oldalon a nagyméretű vállalatok állnak az átfogó stratégiájukkal, ezzel szemben pedig a kis- és közepes méretű mezőgazdasági vállalkozások fejlesztései. Ezen tényekből arra következtethetünk, hogy a kormányzati politika struktúrájában egyaránt helyet kell kapnia a méretgazdaságosság és a vállalkozásélénkítés szempontjainak. Ennek következtében a magyar mezőgazdaság versenyképességének elősegítése érdekében alapvető szerepet kell játszania a kutatási és fejlesztési tevékenységnek. Reális cél lehet, hogy a területhasznosítás és a termelési színvonal a következő évtizedekben dinamikusabban növekedjen. Magyarország agrárgazdasága a jövőben akár 15-20 millió fő ellátására is képessé tehető. Ennek érdekében erőforrásainkat a hatékonyság elősegítésére, a versenyképesség növelésére kell fordítani. A jövőben egy olyan mezőgazdasági ágazat kialakítására kell törekedni, amely a hosszú távú liberalizálódó és globalizálódó világgazdaság feltételrendszerei között a fenntartható fejlődés lehetőségét magában hordozza. Ennek érdekében, a magyar agroökológiai potenciálokat messzemenően figyelembevevő professzionális mezőgazdaság kialakítására van szükség, mely biztosítja az élelmiszerágazat anyagfelhasználásának egy jelentős részét. A vidéki népesség megtartásában és további élénkítésében kiemelkedő jelentősége lehet a kis és közepes méretű mezőgazdasági üzemeknek.

„Az EFOP-3.6.1-16-2016-00007-es azonosítószámú „Intelligens szakosodási program a Kaposvári Egyetemen” című program támogatásával készült.

Hivatkozott források

Baráth L., Fertő I. (2013): Heterogenitás és technikai hatékonyság: A magyar specializált szántóföldi növénytermesztő üzemek esete. IEHAS Discussion Papers, Institute of Economics, Hungarian Academy of Sciences.

Éva K., Himber P., Kovácsné Soós P. (1996): Számvitel elemzés II. Perfekt Kiadó, Budapest.

Kapronczai I. (2014): Agrárgazdaságunk jelene és jövője. Gazdálkodás 58. évf. 2.sz.

Kapronczai I., Keszthelyi Sz., Takács I. (2014): Gazdaságok jövedelmezőségnek és hatékonyságának változása. Gazdálkodás, 58.évf. 3.sz.

Keszthelyi Sz. (2009): A tesztüzemi rendszer bemutatása. URL: <https://www.aki.gov.hu/publikaciok/publikacio/a:1/A+teszt%C3%BCzemi+rendszer+bemutat%C3%A1sa> (letöltés dátuma: 2019.02.03.)

Keszthelyi Sz., Molnár A. (2014): A tesztüzemi információs rendszer eredményei. Agrárgazdasági Kutató Intézet.

Nábrádi A., Pető K. (2009): A különböző szintű hatékonysági mutatók. Debreceni Egyetem Agrártudományi Centrum, Debrecen.

Nábrádi András–Deák László–Kovács krisztián , and Szabó Erika. (2006) A hatékonyság mérésének módszertani alapjai. A térségfejlesztés vezetési és szervezési összefüggései. Debrecen. pp.45-66.

Nagy F. (2003): Az Európai Unió élelmiszergazdasága. FVM Képzési és Szaktanácsadási Intézet, Budapest.

Nemessályi, Z. (2005). Jövedelem, jövedelmezőség, versenyképesség a hatékonyság rendszerében.

Pesti Cs., Keszthelyi Sz. (2010): A különböző típusú üzemek jövedelmét befolyásoló tényezők vizsgálata és nemzetközi összehasonlítása. Agrárgazdasági információk 2. sz. AKI, Budapest.

Szénay L., Villányi L. (2000): Agrárgazdaságtan. Mezőgazdaság Szaktudás Kiadó, Budapest.

Takács J. (2010): A mezőgazdaság és élelmiszeripar üzemi szerkezete. Szaktudás Kiadó Ház

Udovecz G. (2014): Gondolatok a „Hatékonyság és foglalkoztatás a magyar mezőgazdaságban” című vitacikkhez. Gazdálkodás 58. évf. 5. sz.

Varga, É. (2014) Törpegazdaságok Magyarországon és az Európai Unió déli tagországaiban. Gazdálkodás 58. évf. 2. sz.

A személyes készségek szerepének nemzetközi összehasonlítása a turizmusképzési rendszerben

Somlai Réka¹

Összefoglalás

A szállodaipar a turizmus egyik legkompetitívőbb szektora, ezért kiemelkedően fontos a megfelelő szakmai és személyes készségek birtokában lenni a dolgozóknak és vezetőknek egyaránt. Saját kutatások és a szakirodalom eredményeire támaszkodva elmondható, hogy a személyes készségek és kompetenciák elsajátítását és fejlesztését nem akkor érdemes kezdeni, amikor a vezetőt kinevezik, hanem már a lehető legkorábbi időpontban, a felsőoktatási rendszerben fontos ezt a képzést is előtérbe helyezni. Jelen tanulmány célja a magyar és spanyol turizmus képzés összehasonlítása abból a szempontból, hogy a szakmai gyakorlat és a személyes készségek szerepe mennyire számottevő hangsúlyt kap. A kutatás több szemszögből megvizsgálja a kérdést, összeveti egyfelől a hallgatók véleményét, majd a szállodaiparban dolgozó recepciósok, végül szállodaipari vezetők elgondolásait magyar és spanyol mintán mindhárom esetben kérdőíves módszert alkalmazva. A kutatás eredményei támpontokat szolgálhatnak a turizmus, szállodaipari képzések kompetencia alapú megtervezésében és kivitelezésében. A tanulmány kitér a nemzetközi különbségekre és hasonlóságokra egyaránt. A globalizáció és a multikulturális trendek, valamint a turizmus szakma nemzetközi jellege indokolja, hogy minél több kapcsolódási pont legyen a képzésben is, ezért a kutatás eredményei felhasználhatók lehetnek mind magyar, mind spanyol vonatkozásokban egyaránt.

Kulcsszavak: turizmusképzés, szakmai gyakorlat, személyes készségek, több szintű perspektíva, nemzetközi minta

JEL kód: I21

1. Bevezetés

A szállodaipart a gyors munkatempó és a folyamatos interperszonális interakciók jellemzik. Ennek megfelelően egyrészt fontos az, hogy a dolgozók személyisége is illeszkedjen ehhez a sajátosságához, másrészt a személyes készségeik fejlettsége szintén elegendő legyen. Ezen kívül természetesen fontos a szakmai készségek elsajátítása is, amelyre kiváló lehetőséget biztosítanak a szakmai gyakorlatok. Jelent kutatás magyar és spanyol véleményeket hasonlít össze a személyes készségeket és gyakorlonoki lehetőségeket illetően.

¹ PhD hallgató, Szent István Egyetem Gazdálkodás és Szervezéstudományok Doktori Iskola Gödöllő; reka.somlai.work@gmail.com

2. Irodalmi áttekintés

Az utóbbi években a hazai gyakornoki programokban egyre fontosabb szerepet kapnak a szakmai készségek mellett a személyes és interperszonális készségek fejlesztése is. Ezt több gyakorlati hely szem előtt is tartja és figyelmet fordít a több szintű fejlesztésre (Szügyi, 2015). Más tanulmányok szerint a turizmusban a gyakornokok jelenléte több szempontból is kedvező és hasznos. A szállodák számára a gyakornokok olcsó és félig képzett munkaerőnek számítanak. Képzésük azért fontos, mert legtöbbször a gyakornokokból kiváló teljes állású munkaerő válik. A gyakornokok szemszögéből a tudás és gyakorlatszerzés a fő cél, másodlagos céljuk szintén lehet az adott szálláshelyen való hosszú távú elhelyezkedés (Mulcahy, 1999). A turizmus oktatás több szintű kidolgozására nemzetközi szinten is számos elgondolás és modell született, amelyek célja a gyakorlati és elméleti oktatás összevonása (Mondok, 2016). Ritchie és Sheehan általános project management modelljében öt fő szakaszt jelölnek meg az oktatási program számára. A program kontextusa alatt érti a hallgatók tulajdonságait, céljait, az oktatók kapacitását és az anyagi forrásokat. A program tervezése szakasz foglalja magában a fejlesztendő területek, elméleti keretek meghatározását, kurzusok megvalósításának kereteit. A program fejlesztése rész a tananyagfejlesztéssel, oktatók toborzásával foglalkozik. Ezután következik a program megvalósítása, azaz a tényleges oktatás menete, időbelisége, helyszínei, koordinációja, hallgatók és oktatók értékelése. Végül a program nyomon követése szakaszban fontos a kurzusok és program értékelése, valamint a végzetek szakmai elfogadottságának vizsgálata (Ritchie – Sheehan, 2001).

A személyes készségek fontosságáról a turizmusban szintén jelentős számú szakirodalom elérhető. Szállodai recepciókat vizsgálva azt az eredményt kapták, hogy ez a munka jelentős kihívásokkal és stresszel jár. Ennek kezelésében az egyik fontos eszköz az interperszonális készségek fejlesztése, amelyek közül a legfontosabb a kommunikáció (Hai-zan – Baum, 2006). Nemzetközi tanulmányok eredményei szerint az európai és amerikai munkáltatók elvárása a dolgozók személyes és interperszonális készségeit illetően a kommunikáció, probléma megoldás, proaktivitás és tanulási igény. Ezeket a készségeket a tanulmányok alatti képzésben és munkahelyi tréningeken tartják fontosnak fejleszteni. A fejlesztés eredménye a turizmus folyamatos fejlődését is magában hordozza (Baum, 2002). A tréningeken kívül több lehetőséget ajánl egy kutatás a gyakornoki programokban. Többek között mentor program bevezetését, specifikus betanítási tervet, vonzó karrier lehetőségeket, személyes készségek fejlesztését, vezetői bevonódást, pontos célkitűzéseket és az ehhez szükséges megvalósítási terv kidolgozását (Junggeburgt, 2004). Egy spanyol kutatásban azt találták, hogy a szállodai dolgozók kevésbé találják fontosnak a személyes készségeket, nagyobb jelentőséget tulajdonítanak a szakmai tudásnak, vagy a számítógépes ismereteknek. Ugyanakkor a szállodai vezetők elvárásai a dolgozók személyes készségeivel szemben magasabb, mint amilyen készségekkel rendelkeznek a realitásban a dolgozók, ezért ezek fejlesztését tréningek bevezetésével szeretnék elérni (Marhuenda, et al., 2005). Egy másik spanyol kutatásban összehasonlították két csoport munkavégzési eredményeit és annak sikerességét. Az egyik

csoportban fejlesztettek olyan készségeket, mint kommunikáció és problémamegoldás, a másik csoport nem kapott ilyen jellegű fejlesztést. Az eredmény azt mutatja, hogy a fejlesztett csoportban szignifikánsan magasabb szintű eredményeket értek el a dolgozók és a saját hatékonyságuk megélése is magasabb volt (Cárdenas-García, et al., 2016).

A fenti kutatások összességében azt az elképzelést támasztják alá, hogy a személyes és interperszonális készségek fejlesztése fontos a turizmus szektorban. Ezen kívül a gyakornoki programok fontossága is vitathatatlan, mind szakmai és személyes készségek fejlesztését tekintve a magyar és spanyol szakirodalomban egyaránt. A következőkben a magyar és spanyol véleményeket hasonlítom össze a gyakornoki lehetőségekkel és személyes készségek fejlesztésével kapcsolatban több perspektívából.

3. Anyag és módszer

A résztvevők magyar és spanyol szállodaiiparban dolgozó vezetők, recepción dolgozó munkatársak és turizmus hallgatók. Az összesen 342 elemszámú minta hat csoportba sorolható, amelyek a résztvevői a következő jellemzőkkel rendelkeznek (1. táblázat).

1. táblázat: a minta jellemzői

	Vezetők HU	Vezetők ES	Dolgozók HU	Dolgozók ES	Diákok HU	Diákok ES	Összesen
Résztvevők	10	10	82	64	105	71	342
Nem							
Nő	7	6	51	39	88	50	241
Férfi	3	4	31	25	17	21	101
Átlag életkor	36-50	36-50	27-35	27-35	18-26	18-26	
Szálloda típus							
4-5 csillag	5	3	43	21	104 Alapszak	41 Első évfolyam	
3-4 csillag	0	0	14	8	1 Mester szak	17 Második évfolyam	
Hostel	5	7	22	28		9 Harmadik évfolyam	
Apartment/panzió	0	0	3	7		4 Negyedik évfolyam	

Forrás: Saját szerkesztés, 2019

A részvétel önkéntes alapon működött és a névtelenség biztosított volt a kitöltők számára és minden szükséges információt megkaptak a személyes adataik felhasználásával kapcsolatban. A kérdőív alap adatokra kérdezett, mint nem, életkor, munkahelyének besorolása és beosztása, valamint a diákok esetében a jelenlegi tanulmány státusza. A kérdőívek nagyrészt online formában, kisebb része papír alapon került kiosztásra. Az adatfelvétel 8 hónapos időtartamban zajlott. Az online kérdőívek megosztására több felület állt rendelkezésre: közösségi média oldalak, szakmai fórumok, személyes kapcsolatok felhasználása által a munkahelyi vagy személyes email címek, direkt email megkeresések a legnagyobb szállásfoglaló honlap alapján,

egyetemek belső rendszerein keresztül email megosztás. A papír alapú kérdőíveket egyetemeken osztottam szét. A válaszadási hajlandóság alacsony volt a megkeresési arányhoz képest minden csoportban. A legtöbben nem válaszoltak a megkeresésre, a papír alapú kérdőívek is kis százalékban érkeztek vissza. Voltak azonban olyan szálláshelyek, ahonnan érkezett válasz a megkeresésekre, a visszautasítást legtöbben időhiánnyal és leterheltséggel indokolták. A feleletválasztós kérészeket tartalmaztak, 5 pontos Lickert skálával a szakmai gyakorlatokra és képzés alatti személyes készségek fejlesztésére vonatkozóan. A kérdőív a Google Form alkalmazásban készült, amely leegyszerűsítette a kiküldési folyamatot és az adatgyűjtést. A nyersadatok ezután Excel programban kerültek elemzésre. A feleletválasztós kérdések esetében minden kérdés besorolását százalékosan jelenítettem meg, hogy lehetővé váljon az összehasonlítás az egyes csoportok válaszait illetően.

Három csoport véleményét hasonlítom össze a témában, vezetői, dolgozói és hallgatói minták elemzésével. Ezen kívül a három csoportnak spanyol megfelelői is vannak, ami egy interkulturális összehasonlítást is lehetővé tesz.

4. Eredmények

A szakmai gyakorlat és a személyes készségek fejlesztése a felsőoktatásban

A témakört 8 feleletválasztós kérdése mérte fel. A válaszadók minden kérdésnél 5 pontos skálán jelölték az egyetértésüket az állítással, amely egyfelől vizsgálta a szakmai gyakorlat fontosságát, valamint hatását a munkavállalásra. Ezen kívül feltárta a résztvevők véleményét arról, hogy a turizmus vendéglátás tanulmányok alatt mennyire fektetnek hangsúlyt a személyes készségek fejlesztésére összehasonlítva a szakmai készségek fejlesztésével. A skálán az 1-es érték jelöli a legkevésbé egyetértést, az 5-ös érték pedig a teljes mértékben való egyetértést az állításokkal. A válaszok számát minden állítás minden értékének esetében összesítettem. Az összehasonlítást a válaszok átlagának százalékos aránya teszi lehetővé.

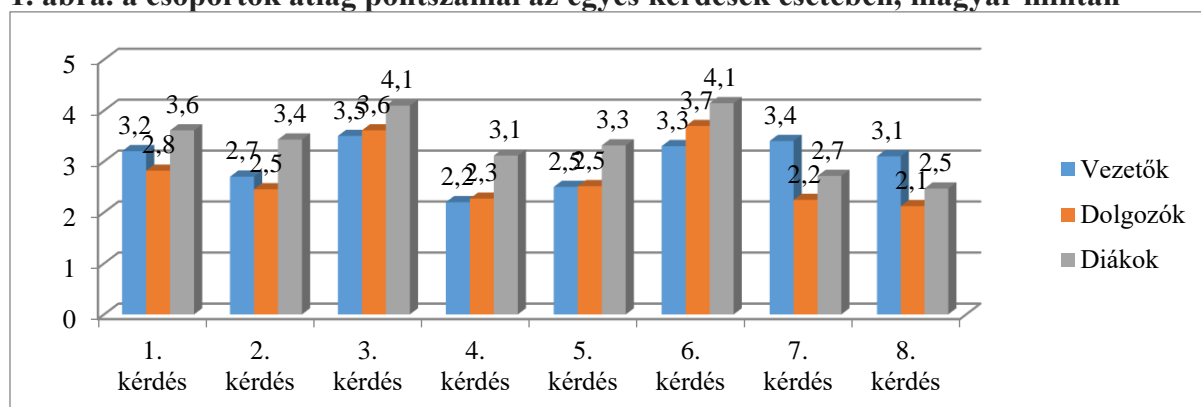
A magyar minta válaszai

Mindhárom csoport esetében a legtöbb válasz a 3-as értéken található (a válaszok 31%-a), ami azt jelenti, hogy az állításokkal valamelyest egyet értenek. A három csoport közül leginkább a diákok értenek egyet az állításokkal, a válaszaik összesen 49%-a tartozik a 4-es és 5-ös pontszámhoz. A dolgozók csoportjában épp az ellenkező tendencia figyelhető meg, ahol a válaszok 47%-a az 1-es és 2-es pontszámokhoz tartozik.

Az egyes kérdéseket külön megvizsgálva a válaszok jelentése árnyaltabbá válik. A csoportok átlag pontszámait hasonlítottam össze minden kérdést illetően, amiből láthatóvá válik, hogy átlagosan milyen mértékben különbözik a válaszuk egymáshoz képest (1. ábra). Pontosabb összehasonlítást tesz lehetővé az egyes válaszok pontszámainak százalékos összehasonlítása,

aminek során az látható, hogy a csoportokon belül milyen mértékben értenek egyet az állításokkal a válaszadók.

1. ábra. a csoportok átlag pontszámai az egyes kérdések esetében, magyar mintán



Forrás: Saját szerkesztés, 2019

Az első kérdés válaszait elemezve a csoportok között különbségek láthatók. A vezetők azt gondolják, a hallgatóknak valamennyire vannak lehetőségeik gyakorlatot szerezni a szakmában (3,2 átlagpont, a válaszadók 40%-a 3-as pontszámot jelölt). A dolgozók inkább nem értenek egyet ezzel, a válaszaikból látható, hogy az átlagpontszámuk 2,8, míg az egyes pontszámok közötti százalékos megoszlás szerint 43%-a 1- es és 2-es pontszámokat kapott, 31% pedig 3-ast. A diákok átlagpontja 3,6, a válaszaik eloszlását tekintve pedig 62%-ban 4-es és 5-ös pontszámokat kaptak. Ez azt mutatja, hogy megfelelőnek tartják a lehetőségeket szakmai gyakorlatokon való részvételre.

A második kérdés arra vonatkozik, hogy mennyire veszik komolyan a szakmai gyakorlatokat a felsőoktatási intézményekben, illetve milyen mértékben ellenőrzik a teljesítését. A vezetők szerint (átlagpont: 2,7) nem kifejezetten, vagy kis mértékben teljesül (40% 2-es pontszám, 50% 3-as pontszámot adott). A dolgozók ennél is kevésbé értenek egyet az állítással (átlagpontszám 2,5 56% 1-es és 23-es pontszám). A diákok ebben a kérdésben is magasabb pontszámokat adtak (átlagpontszám 3,4, 67 % 3 és 5-es pontszám), miszerint úgy érzik, hogy a gyakorlatot komolyan veszik és ellenőrzik is a teljesítését.

A vezetői és dolgozói csoportban a legtöbben magas pontszámokat adtak a harmadik kérdésben, miszerint egyetértenek azzal, hogy a hallgatókat a szakmai gyakorlatok hozzásegítik a későbbi munkavállaláshoz. Vezetőknél átlag: 3,5. 90% 3,4,5 pontszám. Dolgozóknál átlag: 3,6, 86 % adott 3-nál magasabb pontszámot. A diákok ennél is jobban egyetértenek az állítással, átlag 4,1 és 77 %-uk adott 4 es és 5-ös szavazatot.

Egyik csoport sem kifejezetten elégedett a szakmai gyakorlat mennyiségével. A vezetői csapat átlaga 2,2 (100% adott 3 vagy annál alacsonyabb pontszámot), a dolgozói csoporté 2,3 (86% adott 3 vagy annál alacsonyabb pontszámot) és a diákoké 3,2 (a válaszok szólnak az egyes

pontszámok között, a legmagasabb 31% 3-as pontszámmal), ami magasabb, mint a másik két csoport eredménye, de a diák csoporton belül az egyik legalacsonyabb átlagpontszám.

A szakmai gyakorlat széleskörűségét és elérhetőségét egyaránt kevesebbnek gondolják a vezetői és dolgozói csoportok, mindkét csoportban az átlagpontszám 2,5 (vezetőknél 60% adott 3-as pontot, 40% 1-es és 2-es. Dolgozóknál a csoport 82%-a adott 3-ast vagy annál alacsonyabbat). A diákok ismét valamennyivel pozitívabban ítélték meg a gyakorlatok elérhetőségét, átlaguk 3,3. Azonban a pontozás ismét nagyobb szórást mutat (30% 3 pontot, 47% 4 és 5-ös pontot, 23%-uk 1-es és 2-es pontot).

Mindhárom csoport inkább egyet ért abban, hogy hol és miként végezték a szakmai gyakorlatot a hallgatók, befolyásolhatja az interjú kimenetelét. Vezetőknél az átlagpontszám 3,3 (a százalékok szinte megegyeznek a pontszámok között). A dolgozók átlagpontszáma 3,7 (87%-uk adott 3 vagy annál magasabb pontszámot.) A diákok átlagpontszáma 4,1 (95%-uk adott magasabb pontszámot, mint 3 vagy magasabb) Ebben kérdésében a legmagasabb az 5-ös pontszám aránya a dolgozók (27%) és diákok (47%) esetében egyaránt.

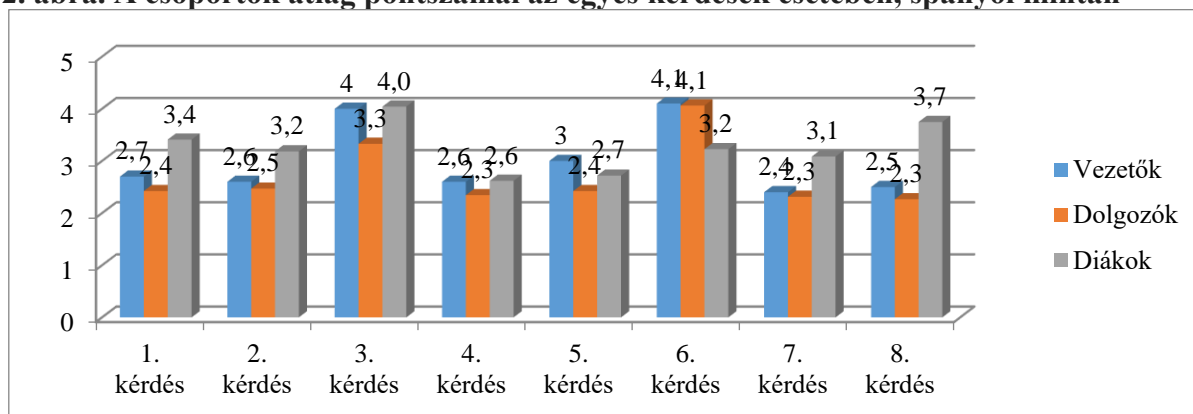
A hetedik kérdés a szakmai és személyes készségek arányának összhangjára vonatkozik. A három csoport véleménye valamelyest megoszlik. A vezetői csoport tartja leginkább megfelelőnek ezt az arányt (átlagpontszám 3,4, 60%-uk 4-es pontszámmal), a dolgozók és diákok kevésbé (dolgozók 2,2, átlagpontszám, ahol 66% adott 1-es vagy 2-es pontszámot. A diákoké 2,7, ahol 46% 1-es 2-es, míg 28% 4-es és 5-ös pontokat adott).

Az utolsó kérdés arányaiban szintén a vezetői csoport adott magasabb pontszámokat (3,1), mint a dolgozói (2,1) és diák csoport (2,5). Eszerint a vezetők 70%-a ért egyet azzal (30% adott 3 pontot, 40% 4 pontot), hogy a felsőoktatási képzés során megfelelő figyelmet kap az interperszonális készségek fejlesztése, mint például kommunikáció, vagy konfliktuskezelés. Jóval kevesebb átlagpontszámot ért el a dolgozói csoport (2,1) és a diák csoport (2,5). Mindkét csoportnál ebben a kérdésben legalacsonyabb az 5-ös pontszámot adók aránya (dolgozóknál 1%, diákoknál 2%) és a legmagasabb az 1-es pontot adók aránya (dolgozóknál 38%, diákoknál 21%). Ennek megfelelően az látszik, hogy mindkét csoport jóval több figyelmet fordítana az interperszonális készségek fejlesztésére.

A spanyol minta válaszai

A válaszok százalékos eloszlását illetően a spanyol válaszadók nagyobb szórást mutatnak. A vezetők válaszaira jellemzőbb, hogy inkább választanak 1-es, 2-es (44%) vagy 4-es, 5-ös (40%) értékeket, mint 3-ast (16%). Ez azt mutatja, hogy kevesebb semleges választ adnak, vagy egyet értenek állításokkal, vagy nem. A dolgozók és diákok válaszai között van a legnagyobb kontraszt. Míg a dolgozók válaszáinak 48%-a 1-es és 2-es pontszámot kapott, addig a diákok válaszáinak 43%-a tartozik 4-es és 5-ös pontszámokhoz. A csoportonkénti átlagpontszámok kérdésenként lebontva a 2. diagramon láthatók.

2. ábra. A csoportok átlag pontszámai az egyes kérdések esetében, spanyol mintán



Forrás: Saját szerkesztés, 2019

A vezetői és dolgozói csoport azt gondolja, hogy nincs elég lehetősége a hallgatóknak szakmai gyakorlatra a tanulmányaik során. A vezetői csoport válaszainak átlagpontszáma 2,7. Azonban a válaszok az 1-es (20%) és 2-es (41%), valamint a 4-es (30%) és 5-ös (10%) pontszámokat jelölik. A dolgozói csoportban az átlagpontszám 2,4 és a pontszámok százalékos eloszlása is különböző. 83%-uk adott 3-as, vagy annál alacsonyabb pontot. A diákok átlagpontszáma lett a legmagasabb, 3,4 és a válaszadók 72%-a adott 3-as és 4-es pontszámot.

A második kérdéssel megint a vezetői és dolgozói csoport hasonló mértékben ért egyet (vezetői átlag 2,6, dolgozói átlag 2,5), tehát azt gondolják, hogy a szakmai gyakorlatokat valamelyest, vagy kevésbé tartják számon és ellenőrzik a teljesítését a felsőoktatásban. A vezetők kiegyenlített százalékban adtak különböző pontszámokat, a dolgozók 55%-a adott 1-es illetve 2-es pontszámot. A diákok ismét magasabb, 3,2 átlagpontszámmal, 76% voksolt 3 vagy annál magasabban.

A vezetők (átlag 4, 70% 4 és 5-ös pontszámokat adott) és a diákok (átlag 4, a kérdések között legmagasabb az 5-ös értéket adók aránya, 38% és 35% adott 4-est) nagyon hasonló mértékben értenek egyet azzal, hogy a szakmai gyakorlatok hozzásegítik a diákokat a későbbi munkavállaláshoz. A dolgozók szintén egyetértettek az állítással (átlag 3,3, a válaszok nagyságrendileg kiegyenlítettek a 2-5-ig terjedő értékeken).

A három csoport válaszai nagyon hasonlóak a negyedik kérdést illetően, a legtöbben azt gondolják, hogy a hallgatók nem kifejezetten kapnak sok lehetőséget a szakmai gyakorlatra a tanulmányaik során. A vezetői csoport átlaga 2,6, 70%-uk 1 és 3 közötti pontszámot adott. A dolgozói csoport átlaga 2,3 és 88%-uk adott 1 és 3 közötti pontszámot. A diákok átlaga pedig 2,6, ahol a válaszok 83%-a esett az 1 és 3-as pontszámokra.

A vezetői csoport valamennyire egyet ért azzal, hogy a gyakorlati lehetőségek elérhetők és széleskörűek (átlag 3, 80% adott 2-4-ig terjedő pontszámokat). A dolgozói (átlag 2,4, 79% adott

1-3-ig terjedő pontszámot) és diák csoport (átlag 2,7, 49% adott 3-as pontot) kevésbé ért egyet ezzel.

A vezetői és dolgozói csoport hasonló mértékben gondolja azt, hogy a gyakorlati hely sokat számít az állásinterjúknál. A vezetők átlaga 4,1, 70% 4 és 5 pontot adott. Dolgozók átlaga szintén 4,1, 47% adott 5 pontot, ami a legmagasabb arány a legmagasabb pontértéken a többi kérdéshez képest. A diákok is fontosnak gondolják, de valamennyivel kisebb mértékben. Átlaguk 3,2, 87% adott 3 és 4 pontszám közötti értéket.

A vezetői csoport egyáltalán nem ért egyet azzal, hogy a szakmai és személyes készségek oktatása kiegyenlített a turizmus vendéglátás szakokon. Átlaguk 2,4 és a többi kérdéshez viszonyított legmagasabb arányú az 1-es pont (40%). A dolgozók hasonló véleményen vannak, átlaguk 2,3, a válaszadók 58%-a adott 1-es és 2-es pontot. A diákok azonban pozitívabban látják a kérdést, az átlaguk 3,1 és 61%-uk adott 3-as és 4-es pontot.

Az utolsó kérdést tekintve szintén a vezetők és dolgozók véleménye áll közelebb, a diákok nézőpontja ismét pozitívabb. Előbbi két csoport azt gondolja, hogy a felsőoktatásban a turizmus vendéglátás szakon nem fektetnek kellő hangsúlyt az interperszonális készségek fejlesztésére. A vezetők átlaga 2,5 80% adott 1-3-ig terjedő pontokat. A dolgozók átlaga 2,3, akiknél 85% adta az említett pontszámokat. A diákok átlaga viszont 3,2, az egyik legmagasabb a kérdések között és 63% adott 4-es és 5-ös pontszámot.

5. Következtetések és javaslatok

Összességében az látható, hogy a magyar csoportok átlagosan valamennyire egyet értenek a szakmai gyakorlatok és személyes kompetenciák fejlesztésének esetében az állításokkal. A spanyol csoportokban a válaszok nagyobb szórást mutatnak. A vezetőknek konkrétabban abban, hogy egyet értenek vagy sem az állításokkal, a dolgozók és diákok véleménye pedig szinte ellentétes. Az állításokat egyesével elemezve az látható, hogy a csoportok között mutatkozik véleménykülönbség az egyes kérdéseket illetően. A magyar és spanyol vezetők hasonlóan vélekednek arról, hogy a hallgatók számára valamennyire vannak lehetőségek a szakmai gyakorlatra, nem kifejezetten széleskörűek, a gyakorlat mennyisége sem kifejezetten elegendő és a teljesítését nem mindig követik nyomon a felsőoktatásban. Egyetértenek abban is, hogy a gyakorlatok hozzásegítik a hallgatókat a későbbi munkavállaláshoz és az állásinterjúknál is sok múlhat azon, hogy mely intézményben töltötték el azt. Abban viszont különbözik a véleményük, hogy a felsőoktatás során a szakmai gyakorlat és a személyes készségek oktatásának aránya megfelelő, az interperszonális készségek fejlesztése is megfelelő figyelmet kap. A magyar vezetők pozitívabban véleményen vannak, mint a spanyolok. A magyar és spanyol dolgozók véleménye nagyon hasonló dinamikát követ az egyes kérdésekben. Szerintük kevés lehetősége van a hallgatóknak szakmai gyakorlatot szerezni, ami elérhető az sem széles körű és a teljesítésére sem fektetnek figyelmet a felsőoktatási intézményekben. Pedig szerintük kifejezetten nagy jelentősége lenne a szakmai gyakorlatoknak a későbbi

munkavállalásban és az interjú helyzetekben egyaránt. Sem a személyes és szakmai készségek oktatásának arányával nem elégedettek és az interperszonális készségekre sem fektetnek elegendő hangsúlyt. A magyar és spanyol diákok összességében pozitívabb képet látnak, mint a vezetők, különösen nagy a különbség a dolgozókkal. A magyar és spanyol diákok elégedettek a lehetőségekkel, amit a tanulmányaik kínálnak, valamennyire széleskörűnek és elérhetőnek is tartják ezeket és a teljesítésükre is valamilyen módon figyelmet fordítanak. Teljes mértékben azt gondolják, hogy ezen múlik a későbbi munkavállalásuk és az interjúkon is nagy fontosságot tulajdonítanak a megszerzett tapasztalatoknak és a teljesítés helyszínének. A személyes készségek fejlesztését illetően kissé megoszlik a véleményük, de még így is legtöbben azt gondolják, hogy valamennyire elégedettek a szakmai és személyes készségek tanításának arányával, többen, mint a vezetői és dolgozói csoportok. Különbség van abban, hogy a spanyolok magasabb szinten egyet értenek a szakmai és személyes készségek fejlesztésének arányával, mint a magyar csoport. Szintén különbözik, hogy a magyar csoport a spanyollal ellentétben az interperszonális készségek fejlesztésére nagyon hangsúlyt fektetne.

A magyar minta esetében dolgozói és hallgatói csoportok egyaránt kevésbé értenek egyet az interperszonális készségek fejlesztésével. A vezetők átlagéletkora a legmagasabb a mintán belül, ami azt is jelenti, hogy a saját tapasztalatuk más lehet a tanulmányaikkal kapcsolatban, mint a fiatalabb résztvevőké. Lehet ez azért is, mert esetleg a felsőoktatásban változhatott a helyzet ez alatt az idő alatt, de az is lehet, hogy emlékeik másképp maradtak fenn. Ezen kívül a vezetők kevesebb időt töltenek a mindennapi operációban, mint a dolgozók, vagy a gyakorlati pozícióban lévő hallgatók, ezért nem biztos, hogy az érzékelésük a személyes készségek mindennapi használatát illetően azonos a másik két csoportéval. A spanyol hallgatói csoport az egyedüli, aki úgy gondolja, hogy az interperszonális készségekre elegendő figyelem fordul. Lehet ez kulturális különbségek vagy a tanítási rendszer különbözősége miatt egyaránt. Azonban a pontozás is szubjektív megéléseken alapul, ezért az is lehetséges, hogy a magyar hallgatók szeretnék többet foglalkozni a témával, a spanyol hallgatók pedig úgy érzik, hogy az amit kapnak, megfelelő. A magyar és spanyol dolgozók és vezetők azonban egyaránt kevésnek gondolják a figyelmet a készségek fejlesztésén. Ők azok, különösen a dolgozók, akik a mindennapi operáció során együtt dolgoznak a gyakornokokkal, ezért valószínűleg a tapasztalatuk azt mutatja, hogy jobban kellene ezekre a területekre is koncentrálni. Azonban nem csak a gyakornokokkal van tapasztalatuk, hanem a saját megélésükből is fakadhat az igény a több fejlesztésre, hiszen a mindennapi szituációk során ők azok, akik folyamatosan használnak interperszonális készségeket. Ezért ha ezek már a tanulmányok alatt fejlődnek, a szakmai munkájuk is professzionálisabb és könnyebb is lehet.

A szakirodalmi kutatásokkal is egybevág ez az eredmény, hiszen minél több interperszonális készséget alkalmaznak a dolgozók sikeresen a munkájuk során, annál alacsonyabb a stressz szintjük is. Tehát a tanulmány arra is rámutat, hogy nemcsak minél korábban érdemes elkezdni az interperszonális készségek fejlesztését, de folyamatosan érdemes erre is koncentrálni, mert annál sikeresebb és stressz mentesebb élménye lesz a dolgozóknak. Azok a munkahelyek, ahol

a dolgozók is stressz mentesebbek, ezáltal vidámabbak és boldogabbak is, ami az elköteleződést is emeli a munkahely iránt és a hangulatot is kellemesebbé formálja. A jó hangulat pedig emelheti a vendégek jó érzését is. Aminek következménye, hogy nagyobb eséllyel értékeli a szálláshelyet pozitívan, vagy ajánlják másoknak, ezért a hely népszerűsége is és ezáltal a profit is növekedhet. A tanulmány következő lépése lehet annak a kutatása, hogy melyek azok az interperszonális készségek, amelyeket érdemes fejleszteni a tanulmányok során és milyen módszer a legalkalmasabb arra, hogy a dolgozók készségeit is tovább lehessen fejleszteni. A dolgozók készségein kívül a vezetésen és a vezetők készségein is múlik a szálláshelyek sikeressége. Ezért a vezetői készségek feltérképezése és fejlesztési lehetőségei szintén fontos témák, amelyeket a továbbiakban is érdemes vizsgálni.

Hivatkozott források

Baum, T. (2002) Skills and training for the hospitality sector: a review of issues. *Journal of Vocational Education and Training*, 54(3), pp.343-364.

Cárdenas-García, P.J., Pulido-Fernández, J.I., Carrillo-Hidalgo, I. (2016) Adquisición de competencias en el Grado de Turismo mediante el aprendizaje basado en estudios de caso. *Aula Abierta*, 44(1), pp.15-22.

Hai-yan, K., Baum, T. (2006) Skills and work in the hospitality sector: The case of hotel front office employees in China. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 18(6), pp.509-518.

Junggebur, J.H.F. et al. (2004) Training and development under construction. Hospitality and the changing environment. The Hague: Hotelschool the Hague, 2004

Marhuenda, et al (2005) Factors shaping occupational identities in the tourism sector: research in Spain, the Czech Republic and Greece. General trends and skill needs in the tourism sector in Europe. *Trends and skill needs in tourism*, pp. 21-31

Mondok, A. (2016) Turisztikai szakemberképzés helyzetének elemzése és fejlesztésének lehetőségei a magyar felsőoktatásban. Analysis of tourism professionals' tuition and possibilities in development in the Hungarian tertiary education (Doctoral dissertation, Pannon Egyetem). http://real-phd.mtak.hu/597/1/Mondok_Anita_dissertation.pdf Elérve: 2019. 02. 03.

Mulcahy, J.D. (1999) Vocational Work Experience in the Hospitality Industry: characteristics and strategies, *Education and Training*, 41(4), pp. 164-174.

Ritchie, B.J.R. – Sheehen, L.R (2001) Practicing what we preach in tourism education and research. The Use of Strategic Research Methods for Program Design, Implementation and Evaluation (Part I – Visioning) in *Journal of Teaching in Travel and Tourism*, 1. Évf., 1. Szám, pp. 37-48 .

Szügyi, G. (2015) Szakmai képzés és munkatapasztalat-szerzés. A gyakornoki programok sajátosságai (A III. panelben elhangzott előadások szekcióelnöki összefoglalója). *Hadtudomány* (online), 25, pp.73-75. Online: http://real.mtak.hu/21957/1/12_SZUGYI_GYORGY.pdf Elérve: 2019. 02. 03.

A Robert Bosch Elektronika Kft. humánerőforrás továbbképzésének és kiválasztásának szerepe a vállalati versenyképesség megőrzésében

Szabó Endre¹

Összefoglalás

Vizsgálatom során egy multinacionális vállalat kiválasztási- és képzési rendszerének hatását vizsgáltam a versenyképességre vonatkozóan, amelyek együttesen biztosítják a vállalat jövőbeli fejlődését. Hozzájárul a gyártási és logisztikai folyamatok optimalizálásához, biztosítja a vevői elégedettséget és a cég sikerességét. Ebben a felgyorsult és globális világban elengedhetetlen, hogy a vállalatok tisztában legyenek azzal, hogy a legfontosabb termelési tényező maga a humán erőforrás, amelynek megfelelő kiválasztása és képzése a gazdasági versenyképesség megőrzésének és fejlesztésének alapeleme. A minőség a Bosch számára azt jelenti, hogy a kezdetektől fogva hibamentesen dolgozik. A folyamatminőség és a folyamatorientáltság csökkenti a költségeket, növeli a jövedelmezőséget és javítja a folyamatokat, hogy mindig megfeleljen a növekvő követelményeknek. Mindez alapja a minőségstratégiájának, ezért következetesen alkalmazza a megelőző minőségbiztosítás módszereit. Tanul a hibákból, a hibák okait haladéktalanul elhárítja és tapasztalatait megelőzés céljából a gyár összes területére átadja. Minden területen vevőorientáltan cselekszik és a tökéletességre törekszik, hogy a legjobb minőség elérését vegye célul. A Robert Bosch Elektronika Kft. folyamatosan keresi az új lehetőségeket a kiválasztási folyamatok, illetve a képzési programok jobbá tételéhez, amivel még sikeresebbé válhat a piacon.

Kulcsszavak: versenyképesség, optimalizálás, képzés, kiválasztás, minőség

JEL besorolás: O10, O15

1. Bevezetés

A humán erőforrás menedzsment korábban inkább funkcionális feladatok ellátását szolgálta, míg az elmúlt évtizedekben azonban az emberi tényezők a versenyképesség elengedhetetlen forrásává váltak. Ezen tényezők az üzleti siker képességének kulcsa. Egy szervezet piaci működése és teljesítménye jelentősen függ attól, hogy miként tudjuk a legalkalmasabb munkaerőt kiválasztani, hogyan tudunk gazdálkodni az emberi erőforrásokkal, biztosítjuk-e a rendelkezésre álló humán tőke hatékony képzését, továbbképzését és képesek vagyunk-e megfelelni a versenyképességi feltételeknek. Dolgozatom célja, hogy választ kapjak arra, hogy a Bosch jelenlegi dolgozói hogyan látják, érzékelik a munkaerő kiválasztásának és képzésének

¹ egyetemi hallgató, Szent István Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar; Gödöllő, endi.szabo@gmail.com

jelentőségét a versenyképesség megőrzésében, javításában. Ehhez egy kérdőíves módszert alkalmaztam, amelynek segítségével kiértékeltem a jelenlegi kiválasztási és képzési folyamatokat a versenyképesség tükrében és javaslatokat tettem ezen folyamatok javítására, tökéletesítésére.

2. Irodalmi áttekintés

2.1. Emberi erőforrás menedzsment

Az emberi erőforrásnak van a legnagyobb szerepe egy gazdasági szervezet működésében. A munkaerő speciális sajátosságai, jellegzetességei miatt nem hasonlítható semelyik másik termelési erőforráshoz sem. A hatékony stratégiai gondolkodás azt hangsúlyozza, hogy a humán erőforrást biztosítani kell, menedzselni és motiválni. Különösen nagy jelentősége van ezen erőforrás minőségének, hatékony felhasználásának és fejlesztésének a tudásalapú szervezetekben, mivel így tudják teljesen kihasználni technológiai képességüket, valamint csak így tehetnek szert versenyelőnyre a piacon. (Gyökér, 2004) A vállalatok célorientáltan a hatékonyságra törekszenek. Ezt a célt az emberek hozzájárulásával igyekeznek elérni, így a humán tőke igényeinek és céljainak a figyelembevétele fontos feladatot jelent. Az emberi erőforrás az egyetlen olyan erőforrás, amely képes megújulni. Nem képezi a saját tőke részét, nem értékesíthető, de kapacitása és kompetenciái a vállalat értékét jelentősen befolyásolják. A humán tőke ápolása, tudatos fejlesztése üzleti előny. (Gyökér, 2004) Az emberi erőforrás megfelelő motivációjának kialakítása a stratégia kiemelten fontos részét képezi. A vállalat szervezeti felépítése, rendszere szoros összefüggésben van az emberi erőforrás-gazdálkodás stratégiájával. Mivel a kialakított stratégia a szervezeti kultúra közegében fog megvalósulni, ezért fontos tisztázni, hogy a vállalatnak mik az értékei, milyen hagyományai, szokásai vannak. (Chikán, 1999)

2.2. Kiválasztás

A munkaerő szükséglet, a piaci kínálat és kereslet alapkövei a humán erőforrás menedzsment azon folyamatainak, mint a kiválasztás és az erre épülő vállalati továbbképzés. (Kiss, 2002) Amikor új munkaerő felvételéről beszélünk, első lépésként azt kell eldöntenie egy szervezetnek, hogy a munkaerő szükségletét a vállalatban belüli átcsoportosítással szeretné megoldani, vagy a vállalati életen kívüli, új munkatársat kíván foglalkoztatni. Ez a kiválasztás egyik alapkérdése, amely stratégiai szempontból meghatározó. Az irányvonal az lesz, amelyet a menedzsment a hosszú távú terveiben megfogalmaz a munkaerő alkalmazásával kapcsolatban. Illeszkedni fog a vállalati kultúrához, és alkalmazkodni fog a piaci viszonyokhoz, kockázatokhoz. A kiválasztás, mint az EEM funkcionális tevékenysége, a menedzsment humán stratégiáját, politikáját tükrözi. (Farkas et al. 2007) A kiválasztás első lépése a toborzás, amely alapján maga a kiválasztási folyamat elkezdődhet. A kiválasztási folyamat célja, hogy megtaláljuk a legalkalmasabb, a cég igényeihez leginkább illeszkedő jelöltet a munkakör

betöltésére és egy olyan döntést hozunk, ami minden szempontból megfelelő lesz a cég jövőjét tekintve. (Hajós-Berde, 2008)

2.3. Képzés

Napjainkban olyan globális változásoknak vagyunk tanúi, amelyek kényszerítő erővel hatnak a vállalatokra, változtatást igényelve tőlük. Mindezek jelentős hatással bírnak az emberi erőforrások fejlesztésének terén. (Langer, 2008) Nagy jelentőségűvé válik a kommunikáció fejlesztése, az elemző és döntéshozó képesség javítása. Ahhoz, hogy a vállalatok ennek a kihívásnak megfeleljenek, tudatosan felépített képzési programokra van szükség. (Mészáros, 2000) Az üzleti tevékenység globalizálódása miatt megnövekedett az igény arra, hogy bárhol hozzá lehessen férni a szakértői tudáshoz. Annak érdekében, hogy a vállalat ebben a környezetben is sikeresen működhessen, oktatási programjainak lehetőségét kell biztosítani arra, hogy az alkalmazottjai akár útközben is tanulhassanak olyan anyagokat, amelyek relevánsak pozíciójuk számára. A képzés célja tehát, hogy az adott egyén megfeleljen a szervezet jelenlegi vagy jövőbeni követelményeinek, munkáját hatékonyan legyen képes elvégezni. (Vekerdy, 2010)

2.4 Versenyképesség

A cégek versenyképessége nem más, mint annak eredménye, hogy ki tudnak-e fejleszteni és fenn tudnak-e tartani különleges, másoktól eltérő versenyelőnyöket. A versenyképesség-menedzsment alapkérdése, hogy hogyan választja meg a cég azt a versenypályát, amelyen a cég versenyezni akar. (Csath, 2010) Ezt a döntést két fő tényezőcsoport vizsgálatával hozzák meg. Az egyik az, hogy mit tesznek lehetővé a cég képességei, erőforrásai. A másik tényező a cég vezetésének értékrendje, filozófiája és szemlélete. A kulcstényező az, hogy a cég a versenytársaknál nagyobb értéket teremtsen vevői számára, ami igazán számít, hogy milyen hatékonyan és innovatívan hasznosítja erőforrásait. Napjainkban a humán terület egyre nagyobb szerepet játszik a versenyképesség fenntartásában. Feladatai közé kerülhet a tudásmenedzsment, vállalati egyetemek létrehozása és működtetése, a szervezeti kultúra építése és a cégen belüli társadalmi tőke erősítése is. Tevékenységével értéket termel és javítja a cég versenyképességét. (Csath, 2010)

3. Anyag és módszer

A kiválasztási folyamat, maga a munkaerő toborzás lényegi pontja a vállalat fejlődésének. Mondhatjuk alapköve, hiszen a folyamatok megvalósítása a munkavállalókon áll vagy bukik. Egy vállalat versenyképességéhez kellene célok, megfelelően felépített stratégia, tervek, megvalósítási programok, de mindehhez kellene emberek, olyan egyének, akik ezeket kitalálják, megalkotják és véghezviszik. A Robert Bosch Elektronika Kft. nagymúltú, elismert, nemzetközi cég. Az emberek ismerik, benne van a név a tudatukban: **Bosch**. A vállalat hosszú pályája során kivívta az elismerést, tudatosságot adott az embereknek, mint az autóipar

legmeghatározóbb szereplője. A kérdőíves kutatásomon alapuló felmérésem is alátámasztja a vállalat nagyhírű múltját és jelenét. Azt gondolom már önmagában egy óriási piaci előny, hogy a toborzások alkalmával az emberekben már nem kell tudatosítani, miről van szó. Vállalatok százai küzdenek azzal, hogy megismertessék magukat a piacon és pozitív imaget kialakítva bevonzzák a dolgozni akaró, jó munkaerőt.

4. Eredmények

4.1. Kiválasztás eredményei

A versenyképességgel való összefüggésben fontos, hogy a lehető legjobb embereket találja meg a nyitott pozíciókra. Amihez két dolog szükséges, a nagy számok törvényének alkalmazása és a magas standardok kialakítása. A Bosch rengeteg helyen megjelenik és toboroz embereket. Állásbörzék, egyetemi partnerprogramok, ahol tudatosan alkalmazza a személyes meggyőzés taktikáját. A következő diagramon (1. ábra) láthatjuk, hogy az emberek honnan értesültek az álláslehetőségekről, tehát képet kapunk arról, melyek a leghatékonyabb megjelenések.

1. ábra. Az álláslehetőségek csatornái (%)



Forrás: Saját készítés, 2019

A diagram jól szemlélteti, hogy a munkalehetőségekre való legnagyobb érdeklődést az ismerősök ajánlásával éri el, vagyis ez jövőre vonatkoztatva azt mutatja, hogy a vállalatnak a referenciára kell építenie a stratégiáját. A diagramból tisztán látszik, hogy az internetes állás hirdetések is népszerűek a pályázók körében, mivel mondhatjuk, hogy ez a legkönnyebben elérhető formája az állásra jelentkezésnek. Az állásbörze harmadik legnépszerűbb csatorna, ennek hatékonyabbá tétele azért lenne fontos, mert itt megjelenik a személyes kapcsolatfelvétel. A kommunikáció tehát alapeleme annak, hogy a kiválasztási folyamatok olyan embereket hozzanak a cég számára, akik munkájukkal hozzájárulnak a vállalat versenyképességének javításához. Erre a meggyőződésemmre alapozva megvizsgáltam azt is, hogy az egyéneknek mi keltette fel az érdeklődését az egyes hirdetésekben, beszélgetésekben. A lényeg a figyelemfelkeltésen van, azokon a dolgokon, amik ma vonzóak a fiatal és idősebb álláskeresők

számára egyaránt. A következő diagram (2. ábra) mutatja be, ma melyek a legvonzóbb kínálati elemek.

2. ábra. A hirdetések legvonzóbb elemei (%)



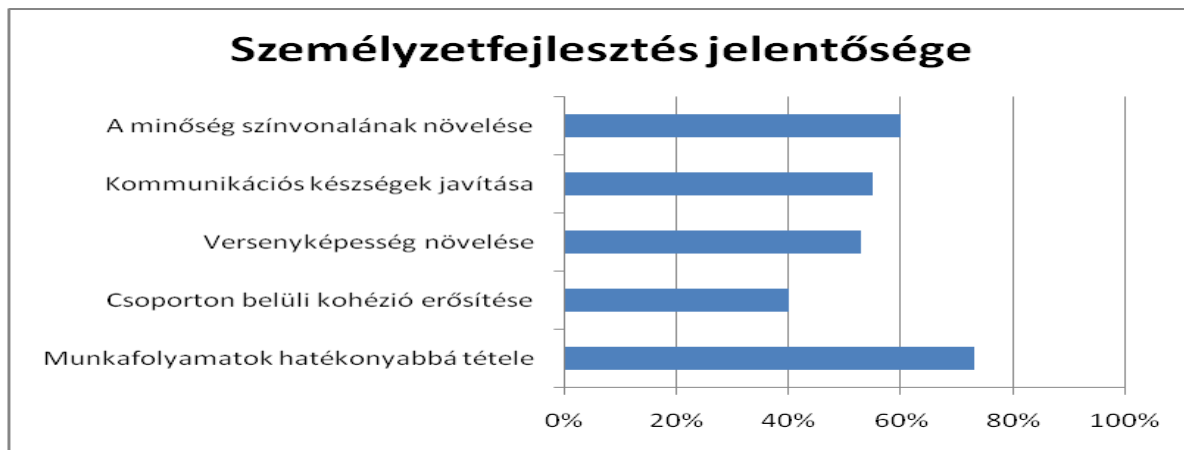
Forrás: Saját készítés, 2019

A több lábbon állás már önmagában megalapozza a későbbi sikert, hiszen, ha több helyen jelen van, több lehetőséget ad saját magának, hogy a szakma legértékesebb embereit találja meg. Így tehát a toborzás, mint a kiválasztás első lépése a legfontosabb elem, a legmeghatározóbb versenyképességi tényező a kiválasztási folyamatot tekintve. A sokaságból a vállalat kiszűri azt, akik a leginkább alkalmasak az egyes pozíciók betöltésére. A kiválasztás következő lényegi pontja az állásinterjú. A személyes találkozás lényege és sikere több apró elemből tevődik össze, amelyekre oda kell figyelni. A kiválasztás nem attól teszi versenyképpé a vállalatot, hogy megszervezi az interjút, lebonyolítja, hanem attól, hogy mindezt milyen színvonalon végzi. A versenyképesség lényege abban rejlik, hogy másokhoz képest milyenek vagyunk. Jobbak vagyunk-e, mint a versenytársak? Képesek vagyunk-e bevonni a legjobb, szakmailag felkészült, stabil és kiegyensúlyozott embereket?

4.2. Képzés eredményei

A kérdőíves felmérés segítségével a következőkben választ kapunk arra, hogy a vállalatban belüli képzések, oktatások milyen hatékonysággal működnek. A folyamatok önmagukban nem elegendőek, az igények felmérésén, a célok tisztázásán túl a megvalósításon van a legnagyobb hangsúly. A kapott válaszok alapján azt mondhatjuk, hogy az emberek 90%-a nagymértékben fontosnak tartja a vállalati képzéseket. A munkavállalók körében van rá igény, preferálják a vállalat képzési programjait. A személyzetfejlesztésre több okból lehet szükség. Adott folyamatokat hatékonyabbá tehetünk, ezzel emelhetjük a minőség színvonalát. Viszont összességében a kisebb folyamatok jobba tétele azt fogja eredményezni, hogy a vállalat egésze képes lesz fejlődni. A megkérdezettek véleményét a következő diagram szemlélteti. (3. ábra)

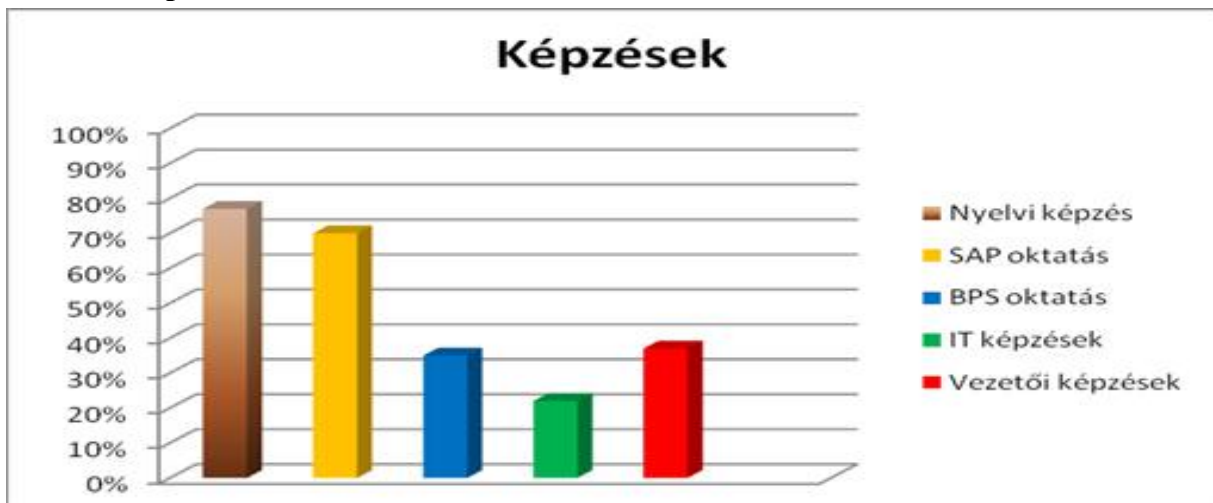
3. ábra. Személyzetfejlesztés jelentősége (%)



Forrás: Saját készítés, 2019

Láthatjuk azt, hogy a válaszadók döntő többsége, több mint 70% gondolja úgy, hogy személyzetfejlesztésre elsősorban azért van szükség, hogy ezáltal hatékonyabbá váljanak a munkafolyamatok. 60% gondolja úgy, hogy szükséges a minőség színvonalának emeléséhez. Ebből arra következtethetünk, hogy a munkavállalók úgy vélik ez a két tényező a legfontosabb ahhoz, hogy a vállalat előrébb jusson a piacon. A fenti adatok alapján elmondhatjuk, hogy a munkavállalók tisztán látják a versenyképesség legmeghatározóbb elemeit, így tehát a képzésekhez való hozzáállásuk pozitív lesz, képesek lesznek az együttműködésre. A Bosch, mint multinacionális vállalat összetett, komplex feladatokat, folyamatokat generál. Ennek megfelelően szerteágazó, többrejtű képzéseket nyújt a munkavállalóinak, hiszen minden egyes terület más sajátosságokkal, tervekkel és akadályokkal van felruházva. A vállalat pontosan látja ezt és ennek megfelelően többféle képzést nyújt. (4. ábra)

4. ábra. Képzések (%)

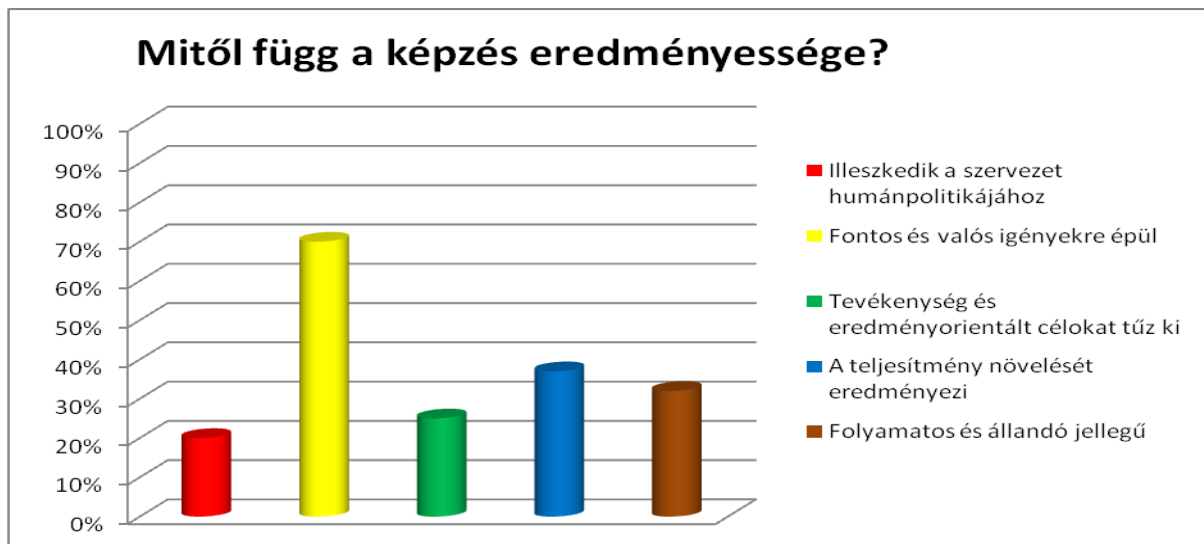


Forrás: Saját készítés, 2019

A Robert Elektronika Bosch Kft. többféle képzést nyújt munkavállalóinak. Ezek közül a legfontosabbak a nyelvi tréningek és a számítógépes ismeretek fejlesztése. A vállalat nemzetközi jellegéből adódóan az idegen nyelvek ismerete elengedhetetlen. A felmérésből

kiderül, hogy ennek fejlesztését maguk a dolgozók is igénylik. A kommunikációk közel 85% idegen nyelven zajlik, így tehát az ilyen irányú képzések rendkívül segítik a kapcsolatok kialakítását, az ügyfelekkel való tárgyalási folyamatokat. A nemzetközi kapcsolatok pedig fokozzák a vállalat versenyképességét. Az idegen nyelveken történő kommunikáció mellett fontos kiemelni a vállalatirányítási rendszerekre vonatkozó képzéseket. Az SAP rendszer rutinos használata, elősegíti a folyamatok gyors és precíz megvalósulását, csökkenti a hibalehetőségeket, javítja a minőségi munkát, tehát hatékonyabbá teszi a munkavégzést hosszú távon. A kérdőíves felmérésben kitértem arra is, hogy a munkavállalók mit gondolnak, hogyan értékelik ezt a fajta hozzáállást. Az eredmények egyértelműen azt mutatják, hogy az emberek igénylik azt, hogy visszacsatolást adhassanak. A válaszadók 97 %-a kétirányú kommunikációt preferálja. A vállalat egyre inkább törekszik erre, ami a jövőben kulcsfontosságú lehet, mert nem hagyhatja figyelmen kívül a dolgozók által igényelt, felvetett kérdéseket. A képzések lényegi pontjait azok hatékonysága fogja megmutatni számunkra. (5.ábra)

5. ábra. Mitől függ a képzés eredményessége? (%)



Forrás: Saját készítés, 2019

A képzés attól lesz eredményes és akkor tud hozzájárulni a versenyképességhez, ha a munkafolyamatok színvonalát emeli. Ha a munkavállaló naprakész, pontos, jól informált lesz, jobban átlátja a feladatköröket, gyakorlatiasabbá válik, munkájának minősége javul, és mindezzel együtt ő maga is fejlődik. A válaszadók döntő többsége, azaz 70%-a szerint a képzésnek fontos és valós igényekre kell épülnie ahhoz, hogy képzésekbe befektetett tőke megtérüljön, míg ezek az adatok a teljesítmény növelését és a képzés folyamatos és állandó jellegét illetően 37 %, illetve 32 %. A megkérdezetteknek mindössze 25%-a gondolja úgy, hogy a képzés, tevékenység és eredményorientált célokat tűz ki és csak 20% vallja azt, hogy az oktatás eredményessége a szervezet humánpolitikájának illeszkedésétől függ. Tehát egyértelműen kijelenthetjük, hogy csak akkor érdemes a cégeknek komoly összegeket befektetnie a humántőke képzésébe, ha arra ténylegesen van igény, amelyet a vállalat kamatoztatni tud, így növelve versenyképességét a piacon.

5. Következtetések és javaslatok

A vizsgálati szempontokat figyelembe véve, mely szerint a kiválasztás és képzés milyen szerepet játszik a versenyképesség megőrzésében, egyértelműen elmondhatjuk, hogy a dolgozó kiválasztásánál elindul egy olyan „keresési” folyamat, ami arra koncentrál, hogy megtalálja az adott munkakörre jellemző lehető legalkalmasabb munkavállalót, akinek képzettsége és szakmai felkészültsége lehetővé teszi, hogy bekapcsolódjon egy vállalat rohamosan fejlődő gazdasági életébe. A folyamatos képzéseknek köszönhetően elengedhetetlen szereplője lesz a vállalati folyamatoknak és így hozzájárul a versenyképességi tényezők megőrzéséhez, folyamatos fejlesztéséhez, amelyek megmutatkoznak a versenypiacon. A kérdőívek feldolgozása alapján megállapíthatjuk, hogy a Robert Bosch Elektronika Kft. átgondolt, jól kiépített kiválasztási és képzési rendszerrel dolgozik. A kutatás alapján kijelenthető, hogy jobban kellene szelektálni a hirdetési felületeket és az igényeknek megfelelően kell a hirdetést kiírni, azaz személyre szabva. Nem ugyanaz fogja felkelteni az érdeklődését egy nőnek, mint egy férfinak, egy frissdiplomásnak, vagy éppen egy vezetőnek. A gazdasági nehézségek miatt a gyakorlat azt mutatja, hogy a vállalatok kihasználják az előnyüket. A piaci kereslet oldaláról, az emberek elfogadóak, mert nem válogathatnak és ezáltal némiképp alá vannak rendelve a vállalatok magatartásának, emberekhez való viszonyuknak. A képzési programokra vonatkozóan elmondható, hogy a dolgozók mindennapos munkája mellett a versenyképesség megőrzése érdekében a vállalat által diktált követelményeknek meg kell felelniük, így számos képzésen kell részt venniük, amelyek a túlterheltség miatt nem érik el mindig a kívánt hatást. Véleményem szerint, ezen képzések eredményességének javulását az alkalmazottak motivációjának növelésével lehetne elérni, hogy ezt a szakmai tudást felhasználva hozzájáruljanak a vállalati versenyképesség fenntartásához.

Hivatkozott források

Chikán, A. (1999) Vállalatgazdaságtan. Budapest, Aula Kiadó, pp. 254-255.

Csath, M. (2010) Versenyképesség-menedzsment. Budapest, Nemzeti Tankönyvkiadó, pp. 13-20., pp. 31-40.

Farkas, F. – Karoliny, M. – László, Gy. - Poór, J. (2007) Emberi erőforrás menedzsment kézikönyv. Budapest, CompLex Kiadó, pp. 21-27.

Gyökér, I. (2004) Humán erőforrás menedzsment. Budapest, Műszaki Könyvkiadó, pp. 55-70.

Hajós, L. – Berde, Cs. (2008) Emberi erőforrás gazdálkodás. Budapest, Szaktudás Kiadó Ház, pp. 11-24.

Kiss, P. (2002) Humán erőforrás menedzsment II. Gödöllő, Szent István Egyetemi Kiadó, pp. 7-29.

Langer, K. (2008) Karriertervezés- Személyiségmarketing. Gödöllő, Szent István Egyetemi Kiadó, pp. 183-205.

Mészáros, A. (2000) Munkapszichológia. Gödöllő, Szent István Egyetemi Kiadó, pp. 79-86.

Vekerdy, I. (2004) Emberi erőforrás gazdálkodás I. Gödöllő, Szent István Egyetemi Kiadó, pp. 181-198.

A szervezeti karriermenedzsment hazai gyakorlata

Szabó-Bálint Brigitta¹

Összefoglalás

A tanulmány célja, hogy bemutassa a Cranet felmérés 2014-16-os eredményei segítségével, a karriermenedzsment eszköz használaton keresztül, mennyire aktívak a hazai szervezetek munkavállalóik karriergondozását illetően. Összességében elmondható, hogy közepes, vagy alacsonyabb mértékű karriermenedzsment eszközhasználat jellemző hazánkban, azonban az értékek elmaradnak a nemzetköziektől. A magyar szervezetek a legnagyobb mértékben olyan karriertámogató megoldásokat alkalmaznak, mint projekt munkában való részvétel, munkavégzés közbeni képzés, tudásbővítő projekt munkák, speciális munkafeladatok, valamint mentorálás. Az öt legnépszerűbb megoldás ugyan az, mint a nemzetközi mintánál, csak a sorrend más némiképp, illetve bizonyos mértékű átfedés tapasztalható korábbi hasonló témájú felmérések eredményeivel. A tanulmány konklúziója, hogy a szervezetnek továbbra is aktív szerepet kell vállalnia a munkavállalóik karrierfejlesztési folyamatában, ezért nagyobb mértékű karriermenedzsment eszközhasználat lenne indokolt a szervezetek részéről.

Kulcsszavak: határtalan karrier, változatos karrier, karriermenedzsment, képzés, fejlesztés

JEL kód: M12, M51, M53

1. Bevezetés

Az új karrier koncepciók (határtalan vagy változatos karrier) az egyén kezébe teszik karrierjének irányítását, viszont egyre több tanulmány mutat rá, hogy a szervezeteknek nem szabad háttérbe vonulnia, nélkülük nem valósítható meg sikeres karrierfejlesztés. A karrierfejlesztésért való felelősség megosztott, három félre oszlik: az egyén, a vezető és a szervezet. Az egyénnek kell elsődlegesen felelnie karrierjéért, a vezetőnek kell támogatnia és mentorálnia a megfelelő irányba (például a szervezet által kívánatos pozíció felé), a szervezetnek pedig lehetőséget kell teremtenie és erőforrásokat biztosítania a tanulásra és a fejlődésre. A felmérésekből viszont az látszik, hogy a munkáltatók nem feltétlenül partnerek már a dolgozók karrierjének menedzselésében. A tanulmány célja, hogy bemutassa a Cranet felmérés 2014-16-os eredményei segítségével, a karriermenedzsment eszköz használaton keresztül, mennyire aktívak a hazai szervezetek ezen a téren. A hazai gyakorlat összehasonlításra kerül más európai országokéval is, valamint korábbi hasonló témájú felmérésekkel is.

¹ egyetemi tanársegéd, Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar, Vezetés- és Szervezéstudományi Intézet, Pécs; balintb@tk.pte.hu

2. Szervezeti karriermenedzsment fogalma és eszközei

A kutatási eredmények előtt a szervezeti karriermenedzsment tartalmának tisztázása és lehetséges eszközeinek bemutatása következik.

2.1. Szervezeti karriermenedzsment

Hall & Associates (1986), illetve Leibowitz et al. (1986) alapján a karriermenedzsment magában foglalja azokat a személyes kompetenciákat és szervezeti cselekvéseket, valamint struktúrákat, amelyek lehetővé teszik és irányítják az egyéneket a szükséges készségek, tudás és attitűdök megszerzéséhez annak érdekében, hogy elérjék személyes és karriercéljaikat, továbbá megfeleljenek a munkahelyi környezet követelményeinek. Ez egy folyamat, amely során az egyén és a munkahelye terveket készítenek, azokat finomítják, végrehajtják és nyomon követik. (Hall & Associates, 1986; Leibowitz et al. 1986 – idézi: Creed – Hood, 2009)

Koncz (2002, 2013) alapján a szervezeti karriermenedzsmentet értelmezhetjük úgy, mint a szervezet alkalmazottai egészének vagy bizonyos csoportjainak a támogatott, formalizált szervezeti karrierfejlesztését. A definíció egyrészt arra utal, hogy egy munkahelyhez kötött karriergondozási tevékenységre kell gondolni, másrészt nem feltétlenül szükséges, hogy a szervezet az összes munkavállalójának a karrierjét egyengesse.

Gottfredson (2005) úgy látja, hogy a szervezeti karriermenedzsment tevékenységek első sorban a szervezet érdekeit szolgálják, és másodsorban segítik alkalmazottai karriercéljainak elérését. Viszont mind emellett szerinte bizonyos szervezetek elkötelezettek aziránt, hogy munkavállalóikat személyes, családi problémáik megoldásában segítsék, mert megértették, hogy azok könnyen elterelhetik dolgozóik figyelmét a munkáról, és alááshatják a jó teljesítményt. (Gottfredson, 2005) Ezt úgy értelmezhetjük, hogy a munkáltatóknak az egész embert kell figyelembe venniük, mert a magánélet kihatással lehet a munkavégzésre és a karrierdöntésekre is.

2.2. Szervezeti karriermenedzsment eszközök

A munkáltatók többféle karriermenedzselési megoldást alkalmazhatnak munkavállalóik karriergondozása érdekében úgy, mint például karrierkonzultációk, karriertervek készítése, különböző képzési-fejlesztési lehetőségek, mentorálás, coaching vagy utódlástervezés (Bernes – Magnusson, 1996; Baruch, 2008). Az elmúlt időszakból a következő karriermenedzsment technikákat kutató felméréseket lehet kiemelni például:

Baruch – Peiperl (2000) kutatása során 17 karriermenedzsment gyakorlatot vizsgált 194 angliai szervezetnél. Az öt leggyakrabban alkalmazott megoldás a következő volt: belső álláslehetőségek hirdetése, formális képzés a karrier fejlesztés részeként, teljesítményértékelés a karrier tervezés alapjaként, karrierkonzultáció a vezetővel, valamint oldalirányú (laterális) mozgás funkcióközi tapasztalatok gyűjtéséhez.

2008-10-es Cranet forduló eredményeit dolgozták fel Berber – Slavic (2014). (Jelen tanulmány is a Cranet felmérés eredményeit vizsgálja, a legutóbbi, 2014-16-os forduló válaszait elemzi.) A KM technikák alkalmazása átlagosan alacsony gyakoriságokat mutat a felmérés eredményei alapján. A projektmunkában való részvételt alkalmazták az európai résztvevők a legnagyobb mértékben. Majd ezt követte a speciális feladatok alkalmazása a tanulás érdekében. Harmadik leggyakoribb megoldás a tudomány-/szervezet-/funkcióközi feladatokba való bevonás volt. A mentorálás és a kapcsolatépítés voltak a következők a sorrendben.

Lewis – Arnold (2012) az Egyesült Királyságban kereskedelmi szervezetek vezetői körében végzett felmérést. Azt találták, hogy a legnépszerűbb megoldások a belső álláslehetőségek hirdetése, a teljesítményértékelés, a bevonás, a személyes fejlesztési tervek és a kompetenciafejlesztés voltak. Arra jutottak, hogy az alapvető technikákat – Baruch – Peiperl (2000) egyik KM eszköz kategóriáját - részesítik inkább előnyben a szervezetek, mert egyszerű azok alkalmazása, és nem igényelnek túl nagy erőfeszítést a szervezet részéről. (Lewis – Arnold, 2012)

Végül pedig Madagamage et al. (2018) kutatásának bemutatása következik. A szerzők a Sri Lanka-i tőzsdén jegyzett vállalatoknál vizsgálták a karriermenedzsment gyakorlatot. Összesen 19 darab KM eszközt teszteltek, amelyek közül 14-et Budhwar – Baruch (2003) felméréséből vettek át. Eredményeik alapján az öt legnépszerűbb megoldás sorban a következő volt: teljesítményértékelés a karriertervezés alapjaként, formális fejlesztés a karrier fejlesztés részeként, belső álláslehetőségek hirdetése, speciális megbízások és formális képzés a karrier fejlesztés részeként.

Összesítve a korábbi kutatási eredményeket, olyan karrierfejlesztést támogató megoldások voltak a leggyakoribbak a felmért szervezeteknél, mint képzési-fejlesztési megoldások, a belső álláshirdetési gyakorlat, karrierkonzultáció, teljesítményértékelés a karrierfejlesztés részeként, projektmunkák és speciális megbízások.

A szervezeti karriermenedzsment gyakorlat kapcsán még fontos megemlíteni, hogy az új karrierkonceptiók megjelenése kihatott az alkalmazott karrierfejlesztési eszközök típusára is. Míg korábban a hagyományos, formális megoldások használata volt jellemző, addig Baruch (2003) szerint az új karrierfogalmakkal új, innovatív eszközök jelentek meg. Figyelembe kell venniük a munkaadóknak, hogy sokszor a formális szervezeti határokon kívül is kell menedzselniük munkavállalóik karrierjét, vagy újra kell gondolniuk kapcsolatukat a dolgozókkal, illetve egyre inkább önállósodnak az egyének karrierjük irányítását illetően. Végül pedig azzal is számolniuk kell, hogy ma már a foglalkoztathatóság a fontos (nem a hosszú távú alkalmazás), ezért olyan karrierfejlesztési megoldásokat kell alkalmazni, amelyek azt segítik elő. (Baruch, 2003)

De Vos – Cambre (2016) írása megerősíti az előző véleményt, ugyanis azt látják, hogy az elmúlt években a szervezetek a tradicionális top-down KM megoldások helyett [Hamori et al. (2011)

alapján például: rigid karrierlétrák, potenciál felmérés, promóciós utak], sokkal inkább támogató-fejlesztő technikákat alkalmaznak [Clarke (2013) alapján például: coaching, karriertervező workshopok, önértékelési gyakorlatok].

3. Kutatási módszertan

A kutatás alapját a Cranfield Network (CRANET - az angliai Cranfield Business School által koordinált nemzetközi Emberi Erőforrás Menedzsment Kutatási Hálózat) 2014/16-os felmérési fordulójának adatbázisa adja. A hálózat által mintegy 25 éve használt csak kismértékben változó sztenderdizált kérdőív egyik kérdése a karriermenedzsment eszközök alkalmazásának mértékére vonatkozik. A válaszadóknak egy 0-tól 4-ig terjedő skálán kellett értékelniük a karriermenedzsment eszközhasználatukat, ahol 0 azt jelentette, hogy egyáltalán nem alkalmazzák az adott eszközt, míg a 4-es érték, hogy nagyon nagymértékben. A tanulmány elemzése és megállapításai erre a kérdésre adott válaszok alapján készültek.

Az elemzés SPSS program segítségével történt, amely során gyakorisági lekérdezések, mutatóképzés és egyutas varianciaanalízis került végrehajtásra.

4. Eredmények

Az eredmények kapcsán először a vizsgált minta bemutatása következik, majd a karriermenedzsment eszköz használat és a karrierakció programok alkalmazása kerül ismertetésre.

4.1. A vizsgált minta alapjellemezői

A felmérés teljes mintájában 6481 szervezet válasza szerepelt, amelynek nagy részét (kb. 72%-át) európai résztvevők teszik ki, ám találhatóak benne amerikai, brazil, orosz, dél-afrikai valamint ausztrál szervezeteket is. A megkérdezettek között a verseny szféra szereplőin (73%) túl a non-profit (4%), valamint az állami szféra intézményei (23%) is megtalálhatóak. Jelen kutatás szempontjából a releváns minta 5625 db szervezetből áll, mivel a teljes mintából első körben kiszűrésre kerültek azok a válaszadók, amelyek a karrierfejlesztési eszközök használatát illetően nem adtak választ egyik eszköz esetében sem.

A magyar mintában összesen 273 db szervezet szerepelt. Jelen kutatás szempontjából a releváns magyar minta 268 db szervezetből áll a szűrést követően. A magyar résztvevők többsége is a versenyszférából került ki (64%), 33% az állami és 3% a nonprofit szférából jött. Háromnegyedük (75%) a szerviz szektorban tevékenykedik. A megkérdezett szervezetek kicsivel több, mint a fele (51%) kis- és középvállalkozásnak minősül, majdnem a fele (49%) pedig nagyvállalat a foglalkoztatotti létszámot tekintve.

4.2. Karriermenedzsment eszközök alkalmazása a magyar és a nemzetközi mintában

A minta alapjellemezőinek bemutatása után a megkérdezettek által használt karriermenedzsment eszközök ismertetése következik. Az 1. táblázat megmutatja, hogy a teljes, illetve a magyar minta válaszadói milyen mértékben használják az egyes karriermenedzsment eszközöket.

A nemzetközi eredmények alapján az öt leggyakrabban alkalmazott karriermenedzselési megoldás a munkavégzés közbeni képzés (2,61), a projektmunkában való részvétel (2,15), a speciális munkafeladatok (1,67), a tudásbővítő projektmunkák (1,66), valamint a mentorálás (1,56). A coaching csupán egy századdal csúszott a lista hatodik helyére 1,67-es átlaggal. Ezzel együtt ebből a felmérésből is az látszik, mint korábban a 2.2-es alfejezetben említésre került, hogy a szervezetek inkább támogató-fejlesztő technikákat alkalmaznak. Míg a formális technikák úgy, mint az utódlási tervek (1,38), karriertervek (1,21) vagy kapcsolatépítési lehetőségek (1,11) hátrébb szorultak. A fejlesztő központ (0,77) végzett a legutolsó helyen, ami talán köszönhető költséges voltának is.

1. táblázat. A karrierfejlesztési eszközök alkalmazásának átlagos mértéke

	Karriermenedzsment eszközök	Teljes minta átlagai*	Magyar átlagok*
1.	On-the-job (munkavégzés közbeni) képzés	2,61	1,75
2.	Részvétel projekt team-munkában	2,15	1,83
3.	Speciális munkafeladatok	1,67	1,54
4.	Tudásbővítő projektmunkák	1,66	1,55
5.	Mentorálás	1,56	1,38
6.	Coaching	1,55	0,99
7.	Utódlási tervek	1,38	1,02
8.	Számítógép-alapú csomagok/e-tanulás	1,37	1,28
9.	„Talentum” programok	1,24	0,77
10.	Formális karriertervek	1,21	0,96
11.	Formális hálózat-/kapcsolatépítő program	1,11	0,84
12.	Tervezett munkaköri rotáció	1,00	0,84
13.	Nemzetközi megbízatások/ tapasztalatszerző programok	0,87	0,98
14.	Fejlesztő központ (DC)	0,77	0,52

*Ahol 0=Egyáltalán nem, a 4=Nagyon nagymértékben használják az adott eszközt

Forrás: Saját szerkesztés 2014/16-os Cranet kutatás alapján, 2019

A magyar eredményeket tekintve némi módosulás látszik a sorrendben, illetve a hazai átlagok kisebbek, mint a nemzetköziek, azaz kevesebbszer alkalmazzák az egyes karriermenedzsment

megoldásokat a megkérdezett magyar résztvevők. A hazai szervezetek preferencia sorrendje a következőképpen alakul a legnagyobb mértékben használt öt eszközt nézve: projekt munkában való részvétel (1,83), munkavégzés közbeni képzés (1,75), tudásbővítő projekt munkák (1,55), speciális munkafeladatok (1,54), valamint mentorálás (1,38). Látható, hogy az öt legnépszerűbb megoldás ugyan az, mint a nemzetközi mintánál, csak a sorrend változott. Vagyis itthon is érvényesül az a trend, hogy a munkavállaló fejlesztését, tapasztalatszerzését támogató karrier menedzsment eszközök használat jellemzőbb inkább. További érdekes eredmény, hogy itthon a tehetségprogramok alkalmazása még ritkább (0,77-es átlaggal az utolsó előtti helyen végeztek), mint külföldön, viszont a nemzetközi megbízások (0,98) előrébb végeztek a magyar listában, mint a nemzetköziben. Figyelemre méltó az az eredmény is, hogy a coaching gyakorlat (0,99) alkalmazása jobban elmarad a mentorálástól a magyar mintában, mint a nemzetköziben, viszont nálunk előrébb sorolódott a számítógépes megoldások és az e-learning (1,28) alkalmazása, mint a külföldi rangsorban.

A lehetséges okok feltárására interjút fog alkalmazni a szerző a későbbiekben, de azok tapasztalatai nem kerülnek már ebben a tanulmányban bemutatásra. Illetve az itt bemutatott vizsgálatok is csupán egy részét képezik a szerző által elvégzett elemzéseknek, de a terjedelmi korlátok miatt most csupán ezek az eredmények kerülnek bemutatásra.

További érdekességek láthatók, ha a magyar minta átlagait összehasonlítjuk más európai országokéval, amelyek kiválasztása gazdasági és kulturális szempontok alapján történt. Ezek alapján két nyugat-európai (Franciaország és Németország) és egy észak-európai ország, valamint két szomszédos nemzet (horvát és szerb) eredményeivel kerülnek összevetésre a hazai válaszok. Az eredmények az alábbi táblázatban (2. táblázatban) kerültek szemléltetésre.

2. táblázat. A karrierfejlesztési eszközök alkalmazásának átlagos mértéke a magyar, valamint a francia, a német, a finn, a horvát és a szerb mintában

Karrier menedzsment eszközök	Átlagok					
	Magyar	Francia	Német	Finn	Horvát	Szerb
Részvétel projekt team-munkában	1,83	2,47	2,63	2,27	2,05	1,90
On-the-job (munkavégzés közbeni) képzés	1,75	2,85	2,72	1,88	2,36	2,89
Tudásbővítő projekt munkák	1,55	1,30	1,86	2,14	1,83	1,21
Speciális munkafeladatok	1,54	1,99	2,37	1,59	1,85	1,50
Mentorálás	1,38	1,47	1,45	1,19	2,27	2,80
Számítógép-alapú csomagok/e-tanulás	1,28	1,58	1,25	1,49	1,38	1,16
Utódlási tervek	1,02	1,66	1,87	1,44	1,13	1,22
Coaching	0,99	1,59	1,72	1,20	1,28	1,30

Nemzetközi megbízatások/ tapasztalatszerző programok	0,98	1,40	1,06	,86	1,05	,93
Formális karriertervek	0,96	1,23	1,04	,98	1,30	1,23
Tervezett munkaköri rotáció	0,84	,68	,77	1,49	1,40	1,04
Formális hálózat-/kapcsolatépítő program	0,84	1,03	1,65	1,19	,99	1,18
„Tálerum” programok	0,77	2,20	1,22	,90	1,85	,76
Fejlesztő központ (DC)	0,52	,81	,79	1,55	,95	,66

*Ahol 0=Egyáltalán nem, a 4=Nagyon nagymértékben használják az adott eszközt

Forrás: Saját szerkesztés 2014/16-os Cranet kutatás alapján, 2019

A hazai szervezetek karriermenedzsment eszköz használatának átlagos mértéke elmarad mindegyik vizsgált ország átlagától. Míg a magyaroknál a leggyakrabban használt eszköz a projektmunkában való részvétel (1,83), addig a többiekénél (kivéve a finneket) a munkavégzés közbeni képzés. A horvát és a szerb szomszédjainknál a mentorálás (2,27-os, illetve 2,80-os átlaggal) végzett második helyen a listában, a finneknél a tudásbővítő projektmunkák (2,14), a franciáknál és a németeknél pedig a projektmunkában való részvétel (2,47-os, illetve 2,63-os átlaggal). Érdekes, hogy a francia és a horvát szervezeteknél a tehetségprogramok az előkelő harmadik, illetve negyedik helyet szerezték meg olyan átlagértékekkel (2,20 és 1,85), amelyek a teljes minta átlagát (1,24) is jóval meghaladják. A fejlesztő központok alkalmazása a finneknél mutat kiugró átlagértéket (1,55) a teljes mintához képest is (0,77).

Összességében az mondható el a magyar eredmények kapcsán, hogy közepes, vagy alacsonyabb mértékű karriermenedzsment eszközhasználat jellemző hazánkban. A nemzetközi átlagoktól elmaradnak a hazai értékek, valamint a külön vizsgált országokhoz (Franciaország, Németország, Finnország, Horvátország, valamint Szerbia) képest is a legtöbb karriermenedzsment megoldás alkalmazása ritkább a megkérdezett hazai szervezeteknél, amelyek többsége a versenyszférából és azon belül a szolgáltató szektorból került ki.

4.3. Összehasonlítás más felmérések eredményeivel

Bár eltérő kutatási paraméterekkel dolgoztak a korábbi felmérések, mint a jelen tanulmányban bemutatott felmérés, ezért nehéz pontosan összevetni az eredményeiket, csupán a főbb eredmények kerülnek összehasonlításra. Összevetve a magyar eredményeket a korábbi kutatási tapasztalatokkal, némi átfedés látható. Itthon is a népszerű megoldások közé tartozik a képzés-fejlesztés, a projektmunka vagy a speciális munkafeladatok, viszont a Cranet kutatás nem tér ki külön a teljesítményértékelés, a belső álláshirdetési gyakorlat, vagy a karrierkonzultáció felmérésére.

5. Következtetések és javaslatok

Összességében elmondható, hogy közepes, vagy alacsonyabb mértékű karriermenedzsment eszközhasználat jellemző hazánkban. A hazai szervezetek a legnagyobb mértékben a következő öt karriertámogató megoldást alkalmazzák: projektmunkában való részvétel, munkavégzés közbeni képzés, tudásbővítő projektmunkák, speciális munkafeladatok, valamint mentorálás. Látható, hogy az öt legnépszerűbb megoldás ugyan az, mint a nemzetközi mintánál, csak a sorrend változott. Vagyis itthon is érvényesül az a trend, hogy a munkavállaló fejlesztését, tapasztalatszerzését támogató karriermenedzsment eszközök használat jellemzőbb inkább.

Záró gondolatként úgy vélem, hogy valóban az egyén tekinthető első sorban felelősnek karrierjének fejlesztéséért, de szervezeti karriergondozási gyakorlatról lévén szó, amelynek egyik elsődleges célja a szervezeti igények kielégítése, el kell ismerni, hogy a szervezetnek továbbra is meghatározó szerepet kell vállalni a folyamatban. A munkavállalótól nem várható el teljes mértékben, hogy a szervezeti céloknak megfelelően cselekedjen. Ehhez szükség van a szervezeti oldal aktív részvételére is, aki irányíthatja, terelgetheti a dolgozót az elérhető karrierlehetőségekkel, ezért nagyobb mértékű karriermenedzsment eszközhasználat lenne indokolt a szervezetek részéről.



Az Emberi Erőforrások Minisztériuma ÚNKP-18-3 kódszámú Új Nemzeti Kiválóság Programjának támogatásával készült

Hivatkozott források:

Baruch, Y. (2008) Fostering career development in organizations. In: Burke, R. J. – Cooper, C. L. (2008) The Peak Performing Organization. Routledge, p. 350, pp. 92-107.

Baruch, Y. (2003) Career systems in transition: A normative model for career practices. Personnel Review, Vol. 32. No. 2. pp. 231–251.

Baruch, Y. - Peiperl, M. (2000) Career management practices: An empirical survey and implications. Human Resource Management, vol. 39. no. 4. pp. 347-366.

Berber, N. – Slavic, A. (2014) The practice of career development in the international human resource management of the European countries. JOURNAL OF ENGINEERING MANAGEMENT AND COMPETITIVENESS (JEMC), Vol. 4, No. 1, pp. 21-26.

Bernes, K. – Magnusson, K. (1996) A description of career development services within Canadian organizations. Journal of Counseling and Development, vol. 74, no. 6, pp. 569-574.

Clarke, M. (2013) The organizational career: Not dead but in need of redefinition. *International Journal of Human Resource Management*, vol. 24. no. 4. pp. 684–703.

Creed, P. - Hood, M. (2009) Career development, planning and management from the organisational perspective. In: Collin, A. – Patton, W.: *Vocational psychological and organisational perspectives on career: Towards a multidisciplinary dialogue*. Sense Publications, Rotterdam, The Netherlands, p. 264, pp. 41-62.

De Vos, A. – Cambre, B. (2016) Career Management in High-Performing Organizations: A Set-Theoretic Approach. *Human Resource Management*, Vol. 56. No. 3. pp. 501-518.

Gottfredson, G.D. (2005) Career development in organizations. In W. B. Walsh, & M. L. Savickas (Eds.) *Handbook of vocational psychology: Theory, research and practice*, Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum, pp. 297-317.

Hall, D. T. – Associates (1986) *Career development in organisations*. San Francisco, CA: Jossey-Bass, 391 pp.

Hamori, M.- Bonet, R.- Cappelli, P. (2011) How organizations obtain the human capital they need. In A. Burton-Jones & J.-C. Spender (Eds.), *The Oxford handbook of human capital*. Oxford, England: Oxford University Press, pp. 209–332.

Koncz, K. (2002) Életpálya és munkahelyi karriermenedzsment. *Vezetéstudomány*, 33. évf. 4. sz. pp. 2-14.

Koncz, K. (2013) *Karriermenedzsment*, Budapest: Budapesti Corvinus Egyetem, p. 494.

Leibowitz, Z. B. - Farren, C. - Kaye, B. L. (1986) *Designing career development systems*. San Francisco, CA: Jossey-Bass Publishers. p. 323.

Lewis, S. – Arnold, J. (2012) Organisational career management in the UK retail buying and merchandising community. *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 40 Iss. 6 pp. 451- 470.

Madagamage, G.T – Perera, G.D.N – Thalgaspitiya, U.K (2018) Career Management Practices in Sri Lanka: An Empirical Investigation. *International Journal of Marketing and Human Resource Management*, vol. 9. no. 2. pp. 9–17.

Családi vállalkozások és a generációváltás kihívásai a demográfiai mutatók tekintetében

Szabó Zsolt Mihály¹

Összefoglalás

A családi vállalkozások kiemelkedő szereplői a gazdaságnak nemcsak Magyarországon, de a világ minden táján. Nemzetközi és hazai vezetéstudományi szakemberek egyetértenek abban, hogy a családi vállalkozások többsége kritikus életszakaszban van. Nagyon sokuknál a jelenlegi vezetői réteg ezekben az években éri el a nyugdíjas kort, tovább a családi céget nem akarják és nem is tudják irányítani. Döntést kell hoznia a családnak ekkor, hogy tovább viszik-e a céget. Ideális esetben a generációváltás évekig tartó folyamat, amit akár több évtizedes előkészítés előz meg. Hazai vállalatoknál sajnos nagy elmaradások vannak ezen a téren, ami a kis- és középvállalkozások többségének hosszú távú működését veszélyezteti. A tanulmányban utódlástervezést érintő vállalkozásokat érintő demográfiai és makrogazdasági hatások kerülnek bemutatásra. Továbbá keresve a választ arra, hogy milyen vállalati jellemzőknek van szerepe a generációváltás minél zökkenő mentesebb megvalósításában.

Kulcsszavak: családi vállalkozás, generációváltás, demográfiai mutatók, makro- és mikrogazdasági hatások

JEL kód: D1, F61, F62, J11, M21

1. Bevezetés

A következő évtizedekben Kelet-Európa népességszáma drámaian lecsökkenhet az ENSZ (2017 Revision of World Population Prospects) és az Európai Bizottság (The 2018 Ageing Report: Underlying Assumptions and Projection Methodologies) jelentései alapján. Mindkét jelentés alapján Magyarország a leggyorsabban fogyatkozó népességű országok között van. A háttérben gazdasági, szociális, bevándorlási törvényi gondok húzódnak meg elsősorban. Téves azt hinnünk, hogy a gazdasági növekedés, az elszigetelt, látványos intézkedések segíthetnek a szociális problémák megoldásában (Szternák, 2011). Jelen dolgozat hazai és nemzetközi szakirodalom feldolgozásának segítségével mutatjuk be a családi vállalkozásokat. Definiálja a fogalmat, majd feltárjuk, hogy milyen erősségek és nehézségek jellemzik a családi vállalkozásokat napjainkban. E mellett röviden áttekintjük, hogy mely tényezők gátolhatják és melyek segíthetik a napjainkban zajló generációváltást. Továbbá dolgozat a demográfiai

¹ PhD hallgató, Óbudai Egyetem, Biztonságtudományi Doktori Iskola, Budapest; szabo.zsoltmihaly@phd.uni-obuda.hu

előrejelzések alapján a lehetséges makro- és mikrogazdasági tényezők és hatásokat mutatja be a családi vállalkozásokra és a hozzájuk kapcsolódó generációváltással kapcsolatosan.

2. Családi vállalkozások

A családi vállalkozások fogalma nehezen megragadható, meghatározására nem áll rendelkezésre általánosan elfogadott definíció (Csákné, 2012, Katona, 2017). Az Európai Bizottság (2009) leírása a következőképpen foglalja össze a családi vállalkozások mibenlétét:

- a döntési jogkörök többsége, annak a kezében összpontosul, aki a vállalkozást létrehozta, vagy valamely családtag, rokon részt vesz a vállalkozásban,
- a döntési jogkörök többségét közvetlenül vagy közvetve gyakorolja;
- a vállalkozásirányításában egy családtag vagy rokon formálisan is szerepet vállal;
- ha a vállalkozást tőzsdén jegyzik, akkor a család legalább 25%-os részesedéssel bír.

A családi vállalkozásokat meghatározó tényezőket az alábbiak jelenthetik (Mandl, 2008, Howorth – Rose – Hamilton, 2009, Csákné, 2012, Katona, 2017):

- családi tulajdon aránya,
- családtagok jelenléte a vezetésben és a cég munkavállalóiként,
- több generáció együttműködése a vállalkozásban,
- családon belüli cégtáadás szándéka,
- család szerepe az irányításban,
- család céljai.

A családi és nem családi vállalkozások számos lényeges szempont mentén eltérnek egymástól. Ennek összegzését láthatjuk a 1. táblázatban.

1. táblázat. A családi és nem családi vállalkozások összehasonlítása

Szemponatok	Családi vállalkozások	Nem családi vállalkozások
Szándék	A folyamatosság	A részvényárak rövid távú maximalizálása
Cél	Az eszközök és a hírnév megőrzése	Megfelelni az intézményi befektetők elvárásainak
Alapító hiedelme	Elsődlegesen a kockázatok negatív oldalának kivédése	Több kockázat több jövedelmet hozhat
Stratégiai orientáció	Alkalmazkodás	Folyamatos növekedés
Legfontosabb kockázatviselők	A vevők és az alkalmazottak	A részvényesek és a menedzsment
Menedzsment fókusz	Folyamatos, kis lépésenkénti (inkrementális) fejlesztéseken	Innováción
Az üzlet megítélése	Szociális intézmény	Eldobható eszköz
A személyes vezetés	Gondoskodó	Karizmatikus

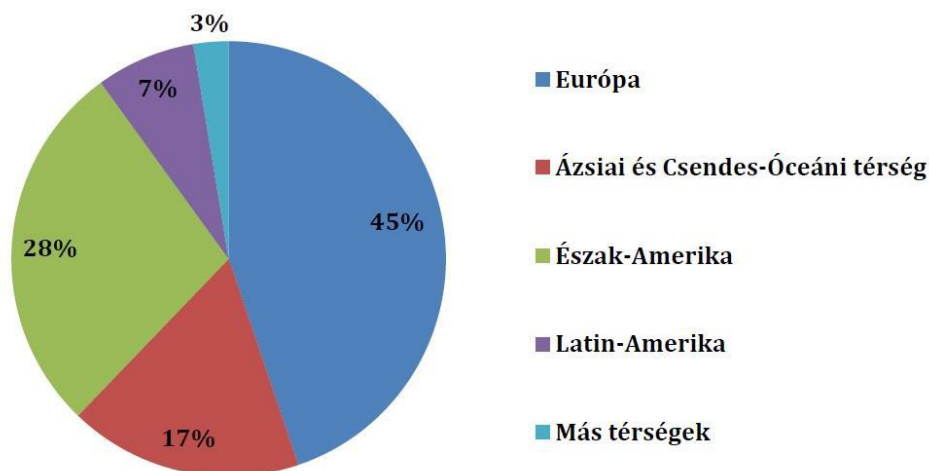
Forrás: Saját szerkesztés Katona (2017) alapján, 2019

3. Családi vállalkozások gazdasági szerepe

A családi tulajdonú vállalkozások jelentősen hozzájárulnak a gazdasági fejlődéshez, hiszen a hosszú távú értékteremtésben érdekelték. A családi alapokon működő vállalkozások jelentőségének alátámasztására a témával kapcsolatosan fellelhető nemzetközi és hazai szekunder kutatási eredmények feldolgozása és azok elemzése történt. A családi vállalkozások kiemelkedő szereplői a gazdaságnak nemcsak Magyarországon, de a világ minden táján. Méretük szerint zömmel a kis- és középvállalkozások (KKV-ék) körébe tartoznak, ám ezen belül pontos számuk nem ismert. Ennek egyik oka, hogy nincs olyan mindenki által elfogadott definíció, mellyel le lehetne írni a családi vállalkozások fogalmát.

A családi vállalkozás régóta fennálló, mindenütt megtalálható üzleti forma, amely fellelhető a gazdaság minden ágazatában, és a világ számos táján jelentős szerepet játszik helyi, regionális és országos szinten egyaránt. A családi vállalkozások nem csak a témával foglalkozó szakemberek kutatásának központjában áll, hanem közérdeklődésre is számot tart. Ezt bizonyítja, hogy több magazin is kiemelt figyelmet szentel nekik. Az 1. ábrán a TOP 500 családi tulajdonú vállalkozások térségenkénti megoszlása szerepel (EY FAMILY BUSINESS YEARBOOK, 2017).

1. ábra. Világ TOP 500 családi vállalkozásának területi megoszlása



Forrás: Saját szerkesztés Tobak – Nábrádi – Nagy (2018) alapján, 2019

A Fortune világ legnagyobb 50 vállalkozásának listáján, olyan világméretű és híres vállalkozások között, mint például az Apple, a HP, az Amazon, az AXA, az Allianz, a Bank of China, a Daimler, a Toyota, a Honda, a Ford Motor, a Royal Dutch Shell, az Exxon Mobil, a Samsung, a GE szerepelnek családi tulajdonban lévő vállalkozások is. Ezek a neves és gazdag vállalkozások a Wal-Mart, a Volkswagen, a Berkshire Hathway, a Ford és az Exor családi ellenőrzés alatt működnek (THE 50 LARGEST CORPORATIONS, 2016). Globálisan a családi vállalkozások 75-95%-át teszik ki a vállalkozásoknak, a GDP-hez való hozzájárulásuk 65% körüli. Európában a családi vállalkozások aránya 75-80% százalékot tesz ki, míg a foglalkoztatáshoz való hozzájárulásuk átlag 40-50%, ám van, ahol a 70%-ot is eléri. A GDP

részesedésük 20-70% között változik, tagállamtól függően (Mandl, 2008; Howorth et al, 2009). A piacgazdaságokban tekintélyes arányúak a családi vállalkozások, ezek főleg a kis- és középméretű cégek, bár előfordulnak a nagyobbak között is. Nagy esélyt ad, ám kockázatokkal is járhat a nemzedékváltás a családi vállalkozás vezetésében. Komoly kockázat a vállalkozások generációváltása nem csak maguknak a cégeknek, de a családi vállalatok gazdasági súlya miatt a nemzetgazdaságoknak is (Csákné, 2012).

A világ legpatinásabbnak mondható családi cége a Houshi szálloda és fürdő Japánban, mely 1300 éves. A szállodát 46 generáció óta ugyanaz a család üzemelteti, ezzel nemcsak a legrégebbi szálloda, de a legrégebbi, folyamatosan működő gazdasági társaság is a világon. A céget Taicho Daishi alapította. A buddhista tanító úgy talált rá a forrásra, hogy álmában egy istenség szólt hozzá, és elárulta, hogy a közelben fakadó termál csodálatos hatással van a testre és a lélekre. A közeli település lakói nem tudtak a forrásról, ezért sokan közülük gyakran betegeskedtek. Taicho Daishi elárulta a falulakóknak, hol van a forrás, majd megparancsolta a tanítványainak, hogy építsenek fürdőt a termál közelébe. A ryokan ma is működik, a 100 szobás vendéglátóegység 450 férőhelyes. Egy vállalkozást rövid távon sem egyszerű működtetni, 1300 éven keresztül azonban kész csoda.

A céget ma Zengoro Hoshi, a 46. generáció tagja vezeti. A Houshi Onsen mottója rejtélyes üzenetet sugall: „Óvakodj a Tűztől, tanulj a Vízről, szövetkezz a Természettel!” Lehetséges, hogy aki megfejtja a mottót, megérti azt is, hogyan lehet egy vállalkozást 1300 éven keresztül sikeresen működtetni! (VS.HU, 2015). Amerika legrégebbi cége, a Zildjian török cintányérből készítő család vállalkozása, amely már a 16. generációváltásnál tart. A Standard and Poor's (S&P) 2015-ös részvényindex felmérése szerint az USA TOP 500 globális vállalata közül 34% családi kézben van (S&P 500), míg Észak-Amerikában 80-90 százalék körül mozog (Hnátek, 2015). A családi üzlet átadásának nehézségét jelzi, hogy a vállalkozóbarát USA-ban a családi cégek kb. 1/3-át adják át családon belül második generációnak, és csak 18%-a marad harmadik generáció kezében. Vagyis a családi vállalatok 2/3-a nem éli túl a generációváltást.

Az Európai Bizottság 2000-es évek elején készült felmérése szerint 2005/15 között minden harmadik családi vállalkozás tulajdonosa visszavonul cége aktív irányításából. Ez Európában évente kb. 700.000 KKV utódlást jelent és mintegy 2,8 millió munkahelyet érinthet. A nagy, nemzetközi cégek között is jelentős szereplők működnek családi vállalkozásként (ld. például a Lego, a Tata, a Volkswagen, a BMW, az Aldi, az IKEA vagy a Heinekken). Németországban a legmagasabb a harmadik generációs vállalkozások aránya (34%). Európában a családi vállalkozások aránya 75-80% százalékot tesz ki, míg a foglalkoztatáshoz való hozzájárulásuk átlag 40-50%, ám van, ahol a 70%-ot is eléri. A GDP részesedésük 20-70% között változik, tagállamtól függően (Mandl, 2008; Howorth et al, 2009). Egy – az Európai Unióban végzett – kutatásában 90 eltérő családi vállalkozás meghatározást tárt fel (Mandl, 2008). Európában a családi vállalkozások aránya 70-80 százalék (Hnátek, 2015). A kisebb méretű vállalkozások

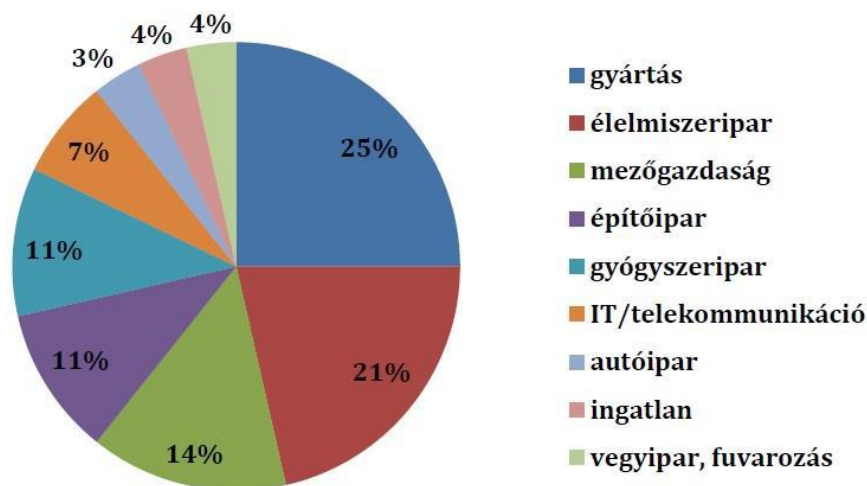
mellett tekintélyes (nagy) méretű és árbevételű családi vállalkozásokkal is naponta találkozunk. A Családi Vállalkozások Hálózata (European Family Businesses – EFB) szerint, amely a hosszú távon családi tulajdonban lévő vállalkozásokat képviselő tagállami szervezetek EU-szintű egyesülete, több mint 14 millió ilyen vállalkozás működik, amelyek a GDP 50%-át állítják elő, és 60 millió dolgozót alkalmaznak (KPMG, 2018). A családi vállalkozások fontos elemei a legtöbb nemzeti gazdaságnak, de egyre nagyobb mértékben adnak okot aggodalomra azoknak az európai döntéshozóknak a körében, akik felismerték a családi vállalkozások hosszú távú fenntarthatóságának kihívásait.

Az EFB szerint a legnagyobb kihívás, amellyel a családi vállalkozásoknak szembe kell nézniük, a vállalkozás tulajdonlásának/vezetésének átruházása a következő generációra, ami különböző formákban jelenik meg az egyes európai országokban. Az Európai Unió országaiban a következő 10 évben a családi gazdasági vállalkozások átlagosan egyharmadában zajlik le nemzedékváltás (legalább 24, legfeljebb 40% ez az arány az egyes tagországokban). Eszerint és kis- és közepes családi vállalkozások közül évente mintegy 610 ezerben történik fiatalítás és ez legalább 2,1 millió alkalmazásban állót érint. Becslések szerint a családi vállalkozások legalább felében nincs alkalmazásban álló, ez évente 310 ezer családi vállalkozás nemzedékváltását érinti. Az Európai Unió családi vállalkozásokra irányuló felmérései nyomán a családi vállalkozás szabályozás új mérföldkőhöz érkezett. Az Európai Parlament 2015. szeptember 8-án állásfoglalást fogadott el az európai családi vállalkozásokról, amelyben javasolja az Európai Parlamentnek és a tagállamoknak, hogy együttműködésben az Eurostattal, alakítsák ki a családi vállalkozás európai meghatározását, megvizsgálva, hogy mennyiben megvalósítható a KKV-k 2003-as európai fogalom meghatározásának kibővítése olyan kvalitatív kritériumokkal, amelyek alkalmasak a vállalkozás családi jellegének megragadására.

4. Magyarországi családi vállalkozások

Az 1990-es évektől megkezdődött a világ geopolitikai és geostratégiai átrendeződése, amelynek következtében új térségek, új hatalmak kaptak politikai, gazdasági és katonai lehetőségeket a régiók rovására. Közép- és Kelet-Európa a nyugati demokráciákat választotta fejlődése lehetséges útjának, és ezzel megkezdődött az egységes Európa kialakulása, amely számtalan, különböző jellegű probléma, közös erőfeszítéssel történő megoldásával hozható létre (Szternák et al. 2017:1). A 2. ábrán szerepel a TOP 25 magyar családi vállalkozás 2017-es helyzetet tükröző tevékenység szerinti megoszlása (FORBES, 2017).

2. ábra. A TOP 25 magyar családi vállalkozás tevékenység szerinti megoszlása



Forrás: Saját szerkesztés Tobak – Nábrádi – Nagy (2018) alapján, 2019

A családi vállalkozási forma sok szempontból hasonló szerepet játszik a magyar gazdaság működésében, mint a világ bármely más országában. A gazdasági szervezetek többsége családi vállalkozás. Súlyuk nyomán jelentős a GDP-hez való hozzájárulásuk, valamint a foglalkoztatásban betöltött szerepük. Óriási változatosságot mutatnak: a néhány alkalmazottal működő kisvállalkozásoktól a több ezer fős, nemzetközi jelenlétű nagyvállalatig sokféle típus megtalálható. Magyarországon azonban e forma jelentősége és jellegzetességei eltérnek a korábbi évtizedekben gazdagon feltárt és feltérképezett nyugat-európai és észak-amerikai családi vállalkozások jellemzőitől (Tárki, 2018). Magyarországon is számos nagynevű és tekintélyes múltú vállalkozás családi vállalkozás. Gondoljunk csak a Zwack Unicumra, melyet jelenleg a család 6. generációja vezet.

Családi vállalkozások közé tartozik még például a Kürt, a Béres, a Cserpes vagy az Oázis is, melyek jelentős szereplői a magyar gazdasági életnek. A családi vállalkozások aránya ma Magyarországon 70% körülmozog, a GDP-hez való becsült hozzájárulásuk pedig 50-60% körüli. A családi vállalkozások által foglalkoztatottak számát körülbelül 2,1 millióra teszik. A gazdasági szervezetek többsége családi vállalkozás, súlyuk nyomán jelentős a GDP-hez való hozzájárulásuk, illetve a foglalkoztatottságban betöltött szerepük. Az állami beruházások és a multik mellett a gazdasági növekedés harmadik nagy forrása lehet. A Tárki 2018-as Társadalmi riportjában szereplő kutatásából kiderül, hogy a magyar családi cégek 90 százaléka kisvállalkozás, 8 százaléka középvállalkozás, 1 százaléka pedig nagyvállalat. A 2 táblázat alapján a Tárki kutatói két kérdőívet alkalmaztak. Felmérésük természeténél fogva feltáró jellegű volt, kutatásunkban és kérdőíveinkben széles körben elfogadott és jól kipróbált elméleti modelleket alkalmaztak.

2. táblázat. A Tárki kutatás során alkalmazott kérdőívek összetétele

Kérdőív	Elemsszám	Téma
1. kérdőív	1415	Szűrőkérdések (önpercepció, domináns családi kontroll léte) Családi hatás (utódlási intenciók, cég életkora, bevont generációk száma, bevont családtagok száma, vezetőség létszáma, családtagok száma a vezetőségben, családi ügyvezető, felügyelőbizottság léte, családi vállalkozási történet) Gazdálkodási teljesítmény (az árbevétel változása, a piaci pozíció változása, a profitabilitás változása)
2. kérdőív	250	Társas-érzelmi vagyon (REI-skála) Utódlás (korábbi utódlások léte, tervezett utódlási kimenetek és ezek időkerete, utódlási tervezés, utód léte és személyes jellemzői, utód és család/szervezet kapcsolata, jelenlegi vezető váltáskori tervei, posztutódlás értékelése, posztutódlás és szervezeti változások) Családi vállalkozási rendszer irányítása (irányítási rendszer alap-funkcióit betöltő testületek működése és a működés körülményei, családi tanács működése, családi alkotmány) Professzionizálódás (a vezetőség által tárgyalt témák és tárgyalási gyakoriságuk) Innováció (innovációs aktivitás formái) Tulajdonszerkezet (tulajdonosok rokonsági kapcsolata és tulajdonrész nagysága, nem családtag tulajdonosok) Családtag alkalmazottak (alkalmazottként bevont családtagok rokonsági kapcsolata)

Forrás: Saját szerkesztés Tárki (2018) alapján, 2019

A cégek többségében 2 generáció dolgozik együtt, a családi alkalmazottak száma átlagosan 2,6. A tanulmányból kiderül, hogy a cég életkora gyenge pozitív hatással van a piaci pozíciójára és a profitabilitására, ráadásul az életkor Magyarországon egyébként sem hordoz magában sűrű információt, mivel a családi vállalkozások többsége 1989 után jött létre. A profitabilitásra viszont pozitív hatással bír, ha az utódlási szándékok erősek voltak. Még egy további személy bevonása a vezetőségbe lerontja a vállalkozási árbevételt, de ha ez a személy családtag, akkor az árbevétel-növekedéssel jár. A középvállalatok jellemzően inkább igyekeznek az utódlást családon belül megoldani, mert náluk magasabb a társas-emocionális vagyon értéke, mint a kisvállalkozásoknál. Az utódlási folyamatban a legnagyobb veszélyt az érzelmi elengedés jelenti a korábbi vezető részéről. Ráadásul, bár az utóbb kiválasztásakor megugrik, a folyamat végére kisebb lesz a cég társas-emocionális vagyona, mint az utódlás előtt. Fontos feladata a cégeknek, hogy megfelelő szerepet találjanak a visszavonuló vezetőnek tudása és kapcsolati tőkéje kamatoztatására, de ennek ne legyen köze az operatív vezetéshez. Ugyanakkor egyre több régi vezető tervezi, hogy utódlás után is részt vesz az operatív cégvezetésben, ez pedig komoly veszélyforrás. A magyar családi cégek jó része utódlás előtt áll, mivel az alapító vezetők nyugdíj előtt állnak, de jellemzően nem tudják, mi legyen a választott kimenet – és azt sem, hogy ki legyen az utód. A magyar családi vállalkozások professzionizálásában kettősség bontakozik ki; a pénzügyi tervezés és a minőségmenedzsment, illetve a készpénzforgalom tervezése gyakran terítékre kerülnek, de a személyi ügyek nem. A cégek jellemzően nem választják szét az operatív és stratégiai döntéshozatali mechanizmusok, a hosszú távú családi kontroll megtervezését pedig a családi tanácsok jelenleg nem képesek betölteni. A tanulmány hangsúlyozza: a családi cégeken belül jellemző normák, azaz az egymás iránti tisztelet és elfogadás terjedése elősegítheti a hazánkban oly fájóan erős társadalmi szintű

bizalomhiány csökkenését. A családi vállalkozások további pozitív jellemzői a hosszú távú gondolkodás, a kitartás, a takarékos menedzsment (Tárki, 2018). A magyar családi cégek többségében két generáció dolgozik együtt, ezeknél a zömében kis- és középvállalkozásnál átlagosan 2,6 családtag vesz részt a munkában, a cég vezetésében pedig átlagosan két családtag vállal szerepet - derül ki a TÁRKI kétévente kiadott Társadalmi riport című kötetének Családi vállalkozások Magyarországon című fejezetéből, amely a magyarországi családi vállalkozásokat vizsgálta meg 2018-ban.

Az adatok szerint a kisvállalkozásoknál a legalacsonyabb az alkalmazott családtagok száma, míg a közepes vállalkozásoknál a legmagasabb, a nagyvállalatoknál pedig ismét csökken a családi létszám (Katona, 2017).

3. táblázat. A Tárki kutatás alapján az utódlási kimenetek gyakorisága

Válaszlehetőség	Gyakoriság (százalék)
Az ügyvezető családtagnak adja át mind az ügyvezetést, mind a tulajdont.	71,2
Az ügyvezető családtagnak adja át az ügyvezetést, de a céget részben vagy teljesen családon kívülinek értékesíti.	5,2
Az ügyvezető nem családtagnak adja át az ügyvezetést, de a tulajdont családtagoknak adja tovább.	2,6
Az ügyvezető mind az ügyvezetést, mind a tulajdont nem családtagnak adja tovább.	11,1
Az ügyvezető végelszámolással lezárja a vállalkozást.	9,8

Forrás: Saját szerkesztés Tárki (2018) alapján, 2019

A családi cégeknek megvan az a képességük, hogy mikrovállalkozásokból erős kisvállalkozásokká váljanak, a felmérés tapasztalatai alapján ehhez a kulcs, hogy a cég alapítója minél több családtagot tudjon bevonni az üzletbe az őket követő generációból. A kutatás ugyanis kimutatta, egy-egy új családtag bevonása a cégbe - és különösen annak menedzsmentjébe vagy operatív vezetésébe - szemmel látható javulást eredményez az üzleti eredményeken. A kutatásban olyan cégek vettek részt, amelyeknek a 2016-os árbevétele 80 millió és 150 milliárd forint között mozgott, de nem szerepeltek a felmérésben azok a cégek, amelyek pénzügyi szolgáltatással foglalkoznak és az egyéni vállalkozók sem. A 3. táblázat alapján az utódlás kimeneteit tekintve (Interjúkérdés: „Most kérem, hogy gondoljon a jelenlegi helyzetre! Ha a jelenlegi ügyvezető visszavonul, nyugdíjba megy, hogyan képzelik el az utódlást?”), a családi vállalkozások többsége a tradicionális utat választja: mind a tulajdont, mind a vezetést a családban tartják, csak nagyon kis részük tervezi kevert stratégia alkalmazását. A közép-vállalatok inkább választják a tradicionális utat szemben a kisvállalkozásokkal. A vagyon és vezetés családban tartásakor a részleges vagy teljes vagyonátadást a vezetés átadásához kötik. A felmérés azokat a vállalkozásokat tekintette családi cégnek, amelyeket a család legalább 50 százalékban tulajdonol, legalább két generáció dolgozik a cégben, továbbá a családi utódlásban gondolkoznak. A felmérésből kiderült, az újabb családtagok bevétele nem okoz gondot a családi cégek számára, viszont a továbblépés már jóval

döcögösebb - magyarul, nehezebben lépik meg a vállalkozások azt a lépést, hogy a vezetőségbe a családtagok helyett, vagy mellett külsős szakembert vonjanak be. Pedig éppen ez a lépés jelentene átmenetet kis és középvállalkozás között, és amely vállalatok ezt a lépést bátran teszik meg, számukra kinyílik az út a fejlődés előtt. A kutatás alapján elmondható, a jobb gazdasági teljesítményt nyújtó családi cégek alapítói sikeresebben vontak be a munkába családtagokat és külső szakértőket egyaránt, az utódlásnál könnyebben engedték el érzelmileg cégüket, és jobban szét tudták választani a család és a cég dolgait, ezt pedig szabályozták is.

5. Következtetések

A társadalom nagyfokú előregedése miatt, és az előrejelzések alapján az aktív keresők és nyugdíjasok arányának drasztikusan változása nagy valószínűséggel a jövőben társadalmi, gazdasági és egyéb problémákat fog okozni globálisan és hazánkban is. Az előrejelzések alapján az aktív keresők és nyugdíjasok aránya drasztikusan meg fog változni. Előzetes feltevéseimnek megfelelően a vizsgálatok alátámasztják: a magyar családi vállalkozások jelentős hátránnyal bírnak a vezetésátadás terén a nagyvállalatokkal szemben. A családi vállalkozások meghatározó része nem készített átadási tervet és nem elemezte az átadás eredményességét. Amennyiben a vállalkozások mégis alkalmaztak elemzési eszközöket, úgy azok általában csak a legkezdetlegesebbek voltak. Nyilván a fenti megállapítások megtételénél arra is figyelemmel kell lennünk, hogy a magyar családi vállalkozások jó része mikro- és kisvállalkozás, esetleg középvállalat, valamint a vizsgált mintában ez még sarkalatosabban a mikrovállalkozások felé tolódik, a közepes vállalkozások aránya pedig nagyon kicsi. Az utódlás kérdése minden családi vállalkozás központi témája és az alapítók rendszerint generációkon átívelő, sokáig fennmaradó vállalkozást képzelnek maguk elé, de egyes szakértők szerint az utódlási folyamat igazi vízváltó lehet családi és nem családi cégek között. Az utódlás kérdésében a magyar családi cégek többsége a hagyományos utat választja, a tulajdont és a vezetést is hosszú távon megtartja.

Hivatkozott források

Csákné, F. J. (2012): Családi vállalkozások – fókuszban az utódlás (PhD értekezés). Budapesti Corvinus Egyetem: Kisvállalkozás fejlesztési központ, gazdálkodástani PhD program. pp. 1-258.

ENSZ (2017) Volume II: Demographic Profiles Citation: United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division (2017). World Population Prospects: The 2017 Revision, Volume II: Demographic Profiles. ST/ESA/SER.A/400. pp. 1-883. On-line: https://esa.un.org/unpd/wpp/Publications/Files/WPP2017_Volume-II-Demographic-Profiles.pdf. Letöltés dátuma: 2019.01.22.

Európai Bizottság (2009): European Commission Enterprise and Industry (2009): Small and medium-sized enterprises (SMEs). On-line:

<http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/family-business/#h2-2>. Elérve: 2019.01.20.

Európai Bizottság (2017): European Commission. The 2018 Ageing Report: Underlying Assumptions and Projection Methodologies. pp. 1-240. On-line: https://ec.europa.eu/info/publications/economy-finance/2018-ageing-report-underlying-assumptions-and-projection-methodologies_en. Elérve: 2019.01.20.

Európai Parlament Állásfoglalására Irányuló Indítvány (2015): Jelentés az európai családi vállalkozásokról. On-line:

<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=REPORT&reference=A8-2015-0223&format=XML&language=HU>. Letöltés dátuma: 2018.01.04.

EY FAMILY BUSINESS YEARBOOK (2017): Family Business Yearbook 2017. pp. 1-232. On-line: <https://familybusiness.ey-vx.com/insights/family-business-yearbook-2017.aspx..> Elérve: 2019.01.20.

Forbes (2017): A 25 legnagyobb családi vállalkozás. 2017. szeptember. ISSN 2064-2954. On-line: <https://forbes.hu/uzlet/a-csanyi-csalad-csucsra-ert-ime-magyarorszag-legnagyobb-csaladi-cegbirodalmi/> Elérve: 2019.03.20.

Katona, F. (2017): Marketing-controlling a magyar családi vállalkozásoknál. Vállalkozásfejlesztés a XXI. században, Budapest, 2017. pp. 216-241.

KPMG (2018): European Family Business Barometer Seventh edition. pp. 1-40. On-line: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/xx/pdf/2018/10/european-family-business-barometer.pdf>. Elérve: 2019.02.25.

Hnátek, M. (2015): Entrepreneurial thinking as a key factor of family business success, In: Social and Behavior Sciences 181 p342

Howorth, C., –Rose, M., –Hamilton, E., (2009): Definitions, Diversity and Development: Key Debates in Family Business Research in The Oxford Handbook of Entrepreneurship.

Mandl, I. (2008): Overview of Family Businesses Relevant Issues, Final Report, KMU Forschung Austria. Vienna. On-line:

http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/craft/family_business/doc/familybusiness_study_en.pdf. Elérve: 2019.01.20.

S&P 500: Component Stocks. On-line:

https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_S%26P_500_companies. Elérve: 2019.01.20.

Szabó, A. (2013): Family Businesses in the European Union. Erenet Profile, Vol. VIII., No. 4, pp. 5-16.

Szternák, Gy. (2011): Társadalmi problémák - biztonsági kockázatok. SZAKMAI SZEMLE 3: pp. 5-18.

Szternák, Gy. (2017): A geopolitikai, geostratégiai elemzés következtetései. Kodolányi János Főiskola. Hasznos információk. pp. 1-4. On-line:
http://www.kodolanyi.hu/oroszcivilizacio/doc/hasznos/szternak_geopolitikai.pdf. Elérve: 2017.11.23.

TÁRKI (2018): Wieszt Attila, Drótos György: Családi vállalkozások Magyarországon. TÁRKI kétévente kiadott Társadalmi riport című kötet. pp. 233-247. On-line:
http://www.tarki.hu/sites/default/files/trip2018/233-247_wieszt_drotos_Csaladi_vallalkozasok_Magyarorszagon.pdf. Elérve: 2019.03.14.

The 50 largest corporations, by revenue and industry (2016). On-line:
<https://www.datashown.com/blog/2017/1/4/the-50-largest-corporations-by-revenue-and-industry>. Elérve: 2019.03.12.

Tobak J. – Nábrádi A. – Nagy SZ. A. (2018): Sikeres nemzetközi és hazai családi vállalkozások. International Journal of Engineering and Management Sciences (IJEMS) Vol. 3. (2018). No. 3. pp. 280 - 287.

VS.HU, Család? Vállalkozás? A legtöbben egyszerre csinálják (2015). On-line:
<https://vs.hu/gazdasag/osszes/csalad-vallalkozas-a-legtobben-egyszerre-csinaljak-0417#!s2>. Elérve: 2019. 03. 13.

Járás szintű vizsgálat az önkormányzatok és a középiskolák környezetvédelemmel kapcsolatos szokásairól

Szeberényi András¹

Összefoglalás

A környezetünk helyzete, a fosszilis energiák még fennmaradó mennyiségének felhasználhatósága, a zöldenergiával kapcsolatos fejlesztések nehézségei, az állatfajok eltűnése, a fenntarthatóság és az ehhez társuló, az emberiséget fenyegető globális felmelegedés problémája minden embert egyaránt érint. Ahogyan az élhető környezetünk, a tiszta ivóvíz és a levegő minősége évről-évre egyre romlik, fokozatosan növekszik azon emberek vagy csoportok, egyesületek száma is, akik valamilyen sajátos módon próbálnak hozzájárulni az ezzel kapcsolatos problémák megoldásához. Egyik leghatékonyabb eszközként az internet és az általa lehetőségeként kiaknázható információáramlás tűnik, amely segíthet a folyamat gyorsításában. A közösségi médiát (social media) a fiatalabb generációk sokkal szélesebb körben használják, ezért mindenképpen hatékony megoldás lehet, ha a környezettudatosság fontosságát azon keresztül első sorban nekik tanítjuk meg. Az itt bemutatott kutatás egyik legfőbb célja az volt, hogy a gyöngyösi járásban található középiskolás diákok, és az önkormányzatok környezettudatossággal kapcsolatos szokásait és ismereteit, valamint közösségi médiára vonatkozó attitűdjeit felmérje, ezáltal pedig segítsen további megoldásokat találni a környezeti problémákra.

Kulcsszavak: környezettudatosság, fiatal generáció, közösségi média, zöldenergia

JEL kód: O13, P48, Q42

1. Bevezetés

A környezeti nevelés részben-, vagy teljes egészében képes összekötni minket a körülöttünk lévő világgal. Már egészen kicsi korban a gyermekek életének részévé válik az a fajta szemléletmód, hogy a környezet megóvása az életüket jelenti (Abolaji et al. 2011). Mind nemzetközi - például Németország, Hollandia, Spanyolország, Belgium, Törökország -, mind pedig hazai szinten már számos iskola kezdeményezte a gyakorlati és elméleti ismereteket az emberi tevékenységek természetre gyakorolt hatásáról (Alp et al. 2006). Számos, ezzel a témával foglalkozó kutatás alapján megállapítható, hogy a diákok olyan gyakorlatban alkalmazott módszereket is végeznek, mint a kertészkedés, a növények gondozása, öntözése, a közösségi parkok kialakításában és karbantartásában való aktív részvétel, vagy az

¹ Doktorjelölt, Szent István Egyetem, Gazdaság-és Társadalomtudományi Kar, Regionális Gazdaságtani és Vidékfejlesztési Intézet, Gödöllő; andras.szeberenyi@gmail.com

energiaspórolás lehetőségei, alternatívái. Néhány évtizeddel ezelőtt főleg a biológia és földrajz tantárgyak keretein belül tanultak a környezet és a környezetvédelem fontosságáról a diákok. Ezzel szemben mostanra, már a történelem, kémia, de még a matematika órán alkalmazott gyakorlati példákban is a környezetre vonatkozó példákat használnak, annak érdekében, hogy minél sikeresebben beivódjon a fiatalok elméjébe ez a fajta gondolkodásmód (Bonnett – Williams, 1998). Miközben ez a fajta tanítási módszer egyre modernizálódik, az idősebb generációknak is egyaránt ki kell venniük a részüket a fenntarthatóság előmozdításában.

A környezetünket érintő kérdések megválaszolásában jelentős mértékű felelősségünk van, és emiatt a nagymértékű felelősség miatt, jelentős következményekkel járó döntések előtt állunk. Ilyen például, hogy a fosszilis energiák használatának lehetőségét az utódaink számára is biztosítani szeretnénk (mint ahogy nekünk is lehetőségünk volt rá), vagy egyszerűbb, ha ők már csak a megújuló energiák felhasználásának módszereit tekintik alternatívának, és a környezeti fenntarthatóságra fókuszálnak. A rohamosan változó környezeti anomáliák, mind ezen kérdéskörök fontosságát erősítik, ezért pusztán csak a környezeti problémák felismerése vagy azok okainak megértése már nem elegendő, minél hamarabb a gyakorlatban megnyilvánuló tettekre van szükség,

2. Szakirodalmi áttekintés

A környezettudatosságra való törekvést, a természetben megtalálható erőforrásokkal való takarékoskodást, és az ember-környezet közötti kapcsolatot hazai és nemzetközi szinten egyre inkább előtérbe helyezik a kutatók. Az 1960-as évektől fokozottan kezdték el hangsúlyozni, hogy az emberi tényezők, az ipar és a technológiai fejlődés által létrehozott vagy felhasznált károsító-, vegyi anyagok milyen nagymértékű károkat okoznak a természetben.

2.1. Környezetre vonatkozó jogi szabályozások

Az 1980-as évek elején kevesebb jogi-, és emberi szabályozás volt elérhető a környezetvédelemre és a környezetet károsító anyagok használatára, ezért új jogi szabályozások bevezetésére volt szükség, amely szankcionálta a környezetet károsító anyagokat és tetteket. Az ENSZ Európai Gazdasági Bizottsága által létrehozott Aarhusi Egyezmény (1998) konkrétumokat fogalmazott meg a jogi lépések elősegítésére, mint például a „*környezeti bűnözésre*” vonatkozó büntetőjogi szankciók. Az egyezmény lehetőséget biztosított több olyan terület megfogalmazására, amely a főbb környezeti bűnözés szempontjából nem elhanyagolható, és ezért külön pontokba szedve kiemelendők. A legismertebb területei, amelyre összpontosítani kíván, a következők:

- bármilyen vegyi anyag levegőbe, vízbe vagy talajba történő illegális kibocsátása vagy kiengedése;
- a vadon élő állatok és növények tiltott kereskedelme;
- ózonkárosító anyagok illegális kereskedelme;
- vegyi, kommunális vagy veszélyes hulladék illegális szállítása és lerakása.

Ide vonatkozóan érdemes megemlíteni még a környezet büntetőjog általi védelméről szóló 2008/99/EK uniós irányelvet, amely olyan környezetkárosító bűncselekményeket azonosít, amely minden Európai Unió tagországban bűncselekménynek minősül, és ezért büntetendő. Az irányelv értelmében minden uniós országnak szankcióval kell sújtania a környezetkárosító tevékenységeket, amelyeket szándékosan vagy súlyos gondatlanságból követtek el. Az Aarhusi Egyezmény EU általi végrehajtásáról szóló tanulmány részeként, 2018. december 20. – 2019. március 14. között egy konzultációt indított el az Európai Bizottság. A kezdeményezésre, azért volt szükség, mert a „*Megfelelési Bizottság megállapította, hogy az EU nem tesz eleget az egyezmény igazságszolgáltatáshoz való joggal kapcsolatos rendelkezéseinek, mert nincsenek megfelelő mechanizmusai az uniós jogi aktusok felülvizsgálatára*”(United Nations Economic Commission for Europe, 2018). Ez azt jelenti, hogy a jelenleg érvényben levő uniós intézkedések és határozatok eredményessége nem megfelelő a környezeti ügyek tekintetében. Így, a nyilvános konzultáció segítségével, a lehetséges társadalmi, környezeti vagy gazdasági intézkedések hatásaival kapcsolatban feltárt problémák megoldására alkalmas intézkedéseket új tanulmány keretein belül fogják felhasználni (United Nations Economic Commission for Europe, 2018).

2.2 Környezettudatos magatartás jelentősége

Ahhoz, hogy megértsük, miért olyan fontos a környezettudatos magatartás, előbb meg kell értenünk magát a fogalmat. A pontosabb megismeréshez érdemes figyelembe venni azt a tényt, hogy nem szabad az embereket „környezettudatos” és „nem környezettudatos” csoportokra osztani, mert a környezettudatosságon belül is sokféle más csoportot, „árnyalatot” különböztethetünk meg (Banerjee et al. 2003). Az ember életének különböző szakaszaiban, gyermekkortól egészen a felnőtté válásig, folyamatos kapcsolata van a természettel. Minél fiatalabb korban megtanítják egy gyermeknek a természet védelmének fontosságát, annál nagyobb szívügyének fogja azt tekinteni felnőtt korában. Az általam végzett kutatás kiinduló gondolata szerint az egyre nyilvánvalóbb környezeti problémák, a kényelmes életstílus, a technológiai fejlődés következtében létrehozott, új termékcikkek gyártási folyamatainak során keletkező melléktermékek, a már régóta fennálló és újonnan kialakuló környezetvédelmi problémák – például: akkumulátorok, higanycsövek, elektronikai hulladékok, műanyag származékok, amelyeket egyáltalán nem, vagy csak nehezen lehet feldolgozni a hulladékkezelés során –, és a gazdasági rendszerekben való radikális változtatások segítségével, megoldódnak a környezetvédelmi problémák.

Kerekes és Kindler (1997) kicsit másképpen értelmezték a környezettudatosság fogalmát. Szerintük környezettudatos személyről akkor beszélhetünk, ha igazán érdekelt a környezetbarát termékek használatában. Például, nem vásárol olyan terméket, amely:

- károsítja a terméket megvásárló személy egészségét;
- negatív hatással van a környezetre az előállítás vagy felhasználás során;
- nagy energiafelhasználást igényel a gyártás vagy használat során;
- szükségtelen hulladék keletkezéséhez vezet a túlzott csomagolás vagy az élettartam miatt;
- veszélyeztetett állatfajokból vagy a környezetre veszélyes anyagokat használ;
- a megvásárolt termék hátrányosan érint más országokat (Kerekes – Kindler, 1997).

3. Anyag és módszer

A kutatásban meghatározott kvantitatív módszereket tekintve a kérdőíves megkérdezés bizonyult a leghatékonyabbnak, amely esetben a Gyöngyösi járásban található összes település önkormányzata és a középiskolája részt vett. Kutatásom, azért ebben a járásban valósult meg, mert az előzetes, Heves megyei régióban zajló felmérések eredményei rámutattak, hogy szükség van a diákok környezettudatosságra való nevelésének támogatásában. Mivel a kérdőíves vizsgálat az egyik leggyakrabban használt primer kutatási forma, egyik előnye, hogy a lehetőségekhez mérten könnyen kivitelezhető, így a diákok és az önkormányzatok esetében is, relatíve nagy hatékonysággal juthatunk mérhető adatokhoz (Lehota, 2001).

A primer kutatás során fokozott odafigyelést igényelt a járás teljes körű vizsgálata, hogy a kapott eredmények reprezentatívak legyenek. A kérdőívek online formában, illetve személyesen kerültek kitöltésre, összesen 25 önkormányzat és 773 középiskolás diák közreműködésével, amelyből 25, illetve 752 kérdőív volt kiértékelhető. Jelen tanulmányban a primer kutatás legfontosabb eredményei kerülnek csak bemutatásra.

Az önkormányzati kérdőív összesen 23 kérdést tartalmazott, az alábbi témaköröket érintve:

- használják-e a megújuló energiafajták közül valamelyiket az önkormányzatok, vagy a hozzájuk tartozó intézmények;
- ezeket a megújuló energiával kapcsolatos beruházásokat milyen forrásból valósították meg, mennyi időt alatt térül meg az adott beruházás, illetve mekkora összegű volt;
- milyen problémák merülhetnek fel a pályázatok esetében a zöldenergiára vonatkozóan;
- milyen jellegű környezetvédelmi problémákkal szembesülnek helyi szinten az önkormányzatok, és hogyan tudják ezeket kezelni, megoldani;
- hogyan tudják támogatni helyi szinten a környezetvédelmet és a lakosságra vonatkozó megújuló energiával kapcsolatos akcióit.

A középiskolásoknak szánt kérdőív 39 kérdést tartalmazott, amelynek egyharmada nyílt kérdés volt a részletesebb információszerzés érdekében. A legfőbb témakörök az alábbiak voltak:

- ismerik-e a környezettudatosság fogalmát, illetve, hol, mikor, és milyen tantárgyak keretein belül tanultak először a környezetvédelemről, környezettudatos életmódról;
- előre megadott válaszlehetőségek alapján, melyek azok a tényezők, amelyek segítségével leginkább csökkenteni lehet a környezetkárosító tevékenységeket;
- milyen rendszerességgel használják a tömegközlekedési eszközöket, mivel közlekednek leggyakrabban iskolába;
- vásárlási szokásaikat figyelembe véve, mennyire vásárolnak tudatosan, figyelve, hogy olyan termékeket vásároljanak, amelyeknek minimális környezetterhelése van;
- magukat mennyire tekintik környezettudatos felhasználónak, és mit tesznek annak érdekében, hogy otthon, vagy az iskolában is példát mutassanak másoknak saját szokásaikkal.

4. Eredmények

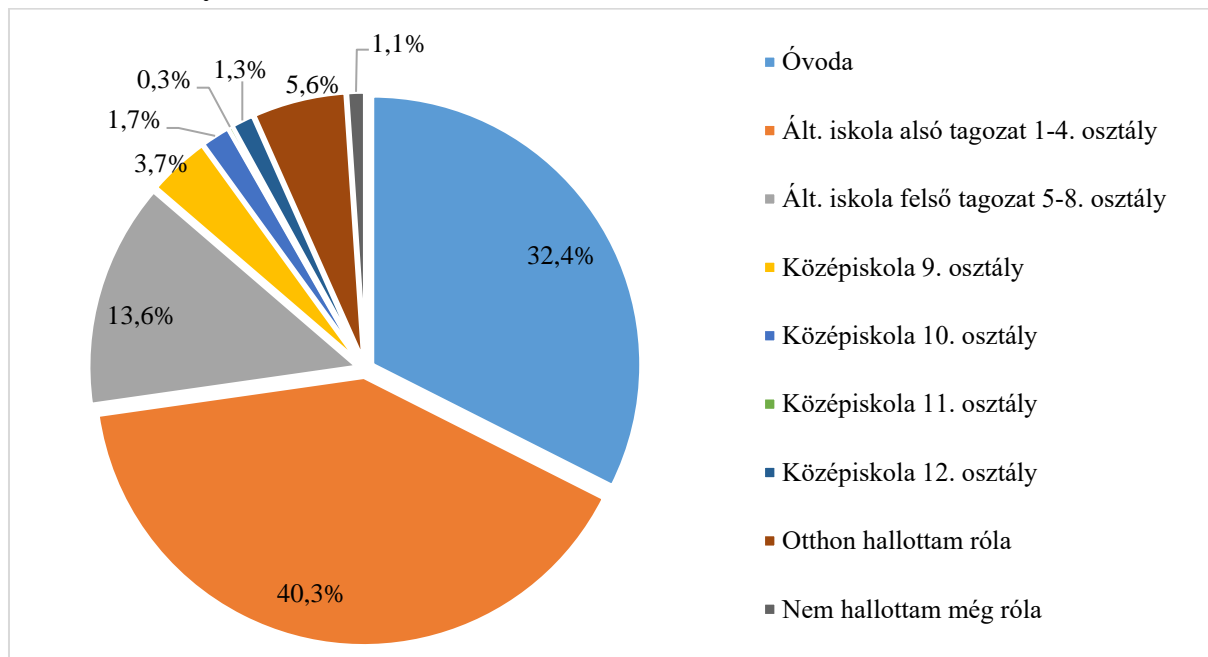
A kérdőív több témakört dolgoz fel, jelen tanulmányban ennek csak egy része kerül bemutatásra, a megújuló energiaforrások témakörére vonatkozóan.

A középiskolás diákok válaszainak összegzése alapján megállapítható, hogy a diákok 32,4%-a először az óvodás éveiben hallott először a környezettudatos életmód fontosságáról (ld. 1. ábra). A legtöbb diák (40,3%) az általános iskola 1-4. osztályos korában tanult először erről, míg a harmadik legnagyobb csoport szerint, ami 13,6%-a az összes megkérdezett diáknak, valamivel később, általános iskola felső tagozat 5-8. osztály között tanult a környezetvédelem témaköréről.

Ezt követően, a válaszadó diákok egy része, mintegy 7%, középiskolás éveiben tanult vagy hallott először a környezettudatosságról, mint fogalomról. A 7% további négy csoportra bontható osztályok szerint, amely: 9. osztály, 10. osztály, 11. osztály és 12. osztály. Azok, akik a középiskola valamelyik osztályában tanultak róla, a legtöbben 9. osztályban tanultak róla (3,7%), 10. osztályban már csak 1,7%, 12. osztályban 1,3%, és a legkevesebben 11. osztályban tanultak róla, mintegy 0,3%.

A válaszokból kiderült továbbá, hogy a diákok egy része, mintegy 42 fő (5,6%), nem az óvodában, vagy iskolában hallott róla először, hanem otthon – szülők, rokonok, barátok, média, internet által. A középiskolás korosztályban előfordultak olyan diákok is, akik a kérdőív kitöltésének időpontjáig még sosem hallottak arról, hogy mit is jelent pontosan a környezettudatosság. Ez a csoport nagyjából 1,1%-a volt az összes megkérdezett diáknak.

1. ábra. A megkérdezett középiskolás diákok megoszlása aszerint, hogy mikor tanultak először a környezettudatos életmódról (%)



Forrás: Saját kutatás és szerkesztés, 2019

n = 752 fő

A 2. ábra négy különböző válaszlehetőséget mutat be, amelyekből eredetileg a diákok csak egyet jelölhettek meg. A további három módszer (5., 6., 7.) a diákok egyéni javaslatai alapján kerültek be a tanulmányba. Ezek a módszerek lehetőséget biztosítanak a diákoknak, hogy őszintén megválaszolják, az adott módszerek közül, melyekkel lehet csökkenteni azokat a tevékenységeket, amelyek jelentős mértékben károsítják a környezetet. A legtöbb diák (46,8%) véleménye szerint, a környezetkárosító tevékenységeket leginkább az újrahasznosított, környezetbarát termékek használatával, illetve vásárlásával lehetne csökkenteni. Sokan közülük a gyakorlatban is így tesznek, például nem használnak szívószálat, műanyag poharakat, tányérokat, és előnyben részesítik azon termékek vásárlását, amelyek legalább 50%-ban újrahasznosított anyagokból készülnek.

A második legnagyobb válaszadó csoport szerint – amely 27,9% –, a környezetkárosító tevékenységek korlátozásával, tiltásával lehetne hatékonyabban fellépni ez ellen. Sok esetben radikális változtatásokat fogalmaztak meg a diákok, mint például: a benzinnel, dízellel működő gépjárművek teljes betiltása, gyárak szűrőberendezéseinek szigorúbb ellenőrzése, vagy kapacitásának korlátozásai, vagy a szemétteljesítés teljeskörű tilalma.

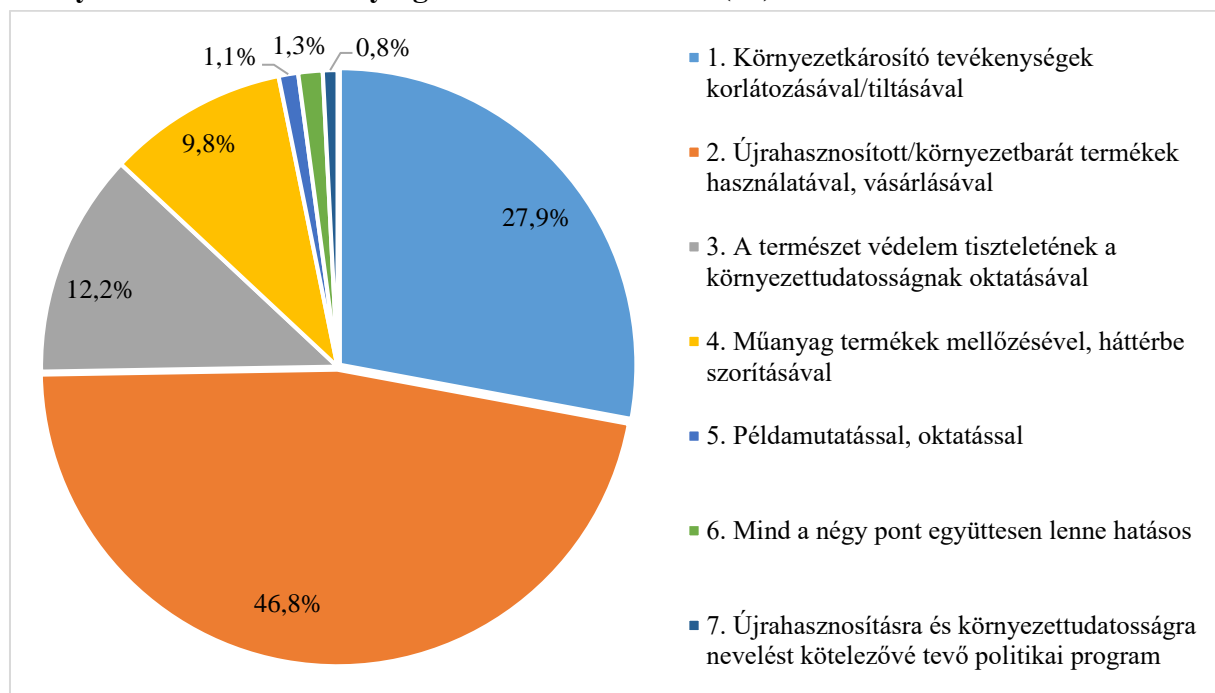
A harmadik csoport, amely 12,2%-át teszi ki az összes válaszadó diáknak, a természetvédelem tiszteletének és a környezettudatosság fokozott mértékű oktatásának elősegítésében látja azokat a lehetőségeket, amelyekkel leginkább csökkenteni lehetne a környezetkárosító tevékenységeket.

A lehetőségekhez mérten, minél fiatalabb korban el kell kezdeni az újabb generációk oktatását ezen témakörrel kapcsolatban, hogy hamar elsajátítsák ennek fontosságát, és így az életük

részévé váljon. A további csoportok megoszlása már jóval kisebb jelentőségű volt a diákok szerint.

Az eredeti négy megnevezett módszer közül, amely a „műanyag termékek mellőzése, háttérbe szorítása” volt, csak a diákok 9,8%-a gondolja úgy, hogy ennek segítségével lehetne leginkább csökkenteni a környeztkárosító tevékenységeket. A további három módszer utólag került az ábrába, melyeket a diákok fogalmaztak meg saját fontossági szempontjaik alapján. Ezek közül egyik a példamutatás, oktatás (1,1%), amely leginkább hatásos lehetne a környezetre káros tevékenységek ellen, míg az újrahasznosítás és környezettudatosságra való nevelés kötelezővé tétele politikai szinten (0,8%), egy újfajta szemléletmódot mutat be, amely hozzájárulhatna a probléma megoldásához. A diákok egy kis része, mintegy 1,3% (10 fő) gondolja úgy, hogy a leghatékonyabb az lenne, ha mind a négy módszer (1-4.) együttesen kerülne alkalmazásra.

2. ábra. Módszerek, amelyek segítségével leginkább csökkenteni lehet a környeztkárosító tevékenységeket a diákok szerint (%)



Forrás: Saját kutatás és szerkesztés, 2019

n = 752 fő

A kutatás másik része az önkormányzatokra összpontosult, arra fókuszálva, hogy vajon milyen mértékű szerepet játszanak abban, hogy a hozzájuk tartozó településeken élő emberek – legyen szó akár idősebbről, vagy fiatalabbról – milyen mértékben tájékozottak a környezettudatosság, környezetvédelem és a megújuló energiák fontosságára utaló témakörökben. Az ezzel kapcsolatos egyik kérdés az volt, hogy „*az önkormányzat vagy önkormányzati fenntartású intézmény használja-e a megújuló energiaforrások valamelyikét, és ha igen, nevezze meg a felhasználás helyét is*”.

Az 1. táblázat foglalja össze, hogy a kutatásban részt vett önkormányzatok három fajta megújuló energiaforrást használnak, amelyek a biomassza, a biogáz és a napenergia.

Megemlítendő, hogy a 25 önkormányzat közül öt nem használ semmilyen megújuló energiaforrást. Az öt önkormányzat válaszai alapján a legfőbb problémák között van a pályázatokban szereplő megkötéseknek való megfelelés nehézsége, a település elhelyezkedése, amely nem kedvez a megújuló energiák felhasználása szempontjából, vagy pénzügyi, finanszírozásbeli problémák, amelyek miatt már gyakran a pályázatok benyújtása sem lehetséges.

A felhasználás helyét tekintve a biomassza a legszélesebb körben felhasznált megújuló energia az önkormányzatok, önkormányzatok által fenntartott épületek esetében. Néhány példát kiemelve, sok esetben használják óvodák, egészségházak, orvosi rendelők, polgármesteri hivatalok és jelentős mértékben iskolák esetében is. A biogáz felhasználhatósága nem annyira széleskörű, mint a biomasszáé, így a helyet tekintve leginkább szennyvíztisztító telepeken és uszodai épületek esetében használják. A napenergia az egyik legkedveltebb energiaforrás, amelyet szívesen használnak az önkormányzatok, napelemek és napkollektorok formájában. Ez a megvalósult pályázatok megoszlásában is megmutatkozik – a beruházások mintegy 35%-a valósult meg napelemek telepítésére vonatkozóan. Legtöbb esetben óvodák, általános iskolák és önkormányzati épületek esetében használják.

1. táblázat. A kutatásban részt vett önkormányzatok által használt megújuló energiaforrások felhasználás helye szerint, 2018.

Energiaforrás fajtája	Felhasználás helye
<i>Biomassza</i>	<ul style="list-style-type: none"> - önkormányzati épületek - polgármesteri hivatalok - egészségházak - óvodák - kastély - tornatermek (beépített fűtés) - általános- és középiskolák - orvosi rendelők - integrált közösségi és szolgáltató terek
<i>Biogáz</i>	<ul style="list-style-type: none"> - szennyvíztisztító telep - uszoda épületek
<i>Nap</i>	<ul style="list-style-type: none"> - napelemek az óvodák és általános iskolák épületein - napelemek és napkollektorok az önkormányzati épületeken vízmelegítés céljából
<i>Nem használ</i>	<p>➔ öt önkormányzat, akik nem használnak semmilyen megújuló energiaforrást</p>

Forrás: Saját kutatás és szerkesztés, 2019

n = 25

5. Következtetések és javaslatok

A primer kutatás Heves megye egyik legnagyobb, a Gyöngyösi járásban található 25 településre összpontosítva, reprezentatív felmérésként két nagyobb csoportot célt meg. Az egyik a középiskolák voltak, a másik pedig az önkormányzatok. A tanulmányban összefoglalt elméleti és gyakorlati eredmények csak egy részét tudták bemutatni ennek a nagy volumenű kutatásnak, de elmondható, hogy a környezettudatosság, a környezetvédelem és megújuló energiák felhasználási módszereivel kapcsolatos problémák, elkerülhetetlenek lesznek az emberek számára rövid időn belül.

A világ minden területén olyan lokális és globális környezeti problémák fenyegetnek minket – például: szennyezett légkör, népességnövekedés problémája, ivóvíz csökkenése, biológiai rendszer összeomlása, természeti katasztrófák növekvő jelenléte, stb. –, amelyek ellen, ha nem cselekszünk időben, beláthatatlan következményei lesznek. Ezért is tesz lépéseket az Európai Bizottság jogi szabályozások által, hogy ezeket a problémákat mihamarabb kezelni lehessen.

A tanulmány rámutat arra, hogy a fiatalabb generációt minél hamarabb meg kell tanítani a környezeti problémákra való odafigyelésre, mert az ehhez kapcsolható problémák egy része rajtuk is fog múlni, hogy sikerül-e időben megoldani. Lehetőség szerint, akár önkormányzati szinten is elősegítve ezt, hogy már óvodás korban meg tudják tanulni a természet iránt való felelősségérzetet. Ahhoz, hogy a globális problémákra megfelelő megoldás szülessen, először helyi szinten kell kezelni ezeket (Bögeholz, 2006). Itt megjelenik a vidék problémaköre is, ahogy a nagyobb városok elszívják a munkaerőt, a tudást és a pályázati lehetőségek jelentős részét a kisebb városoktól, falvaktól, ezáltal is csökkentve annak esélyét, hogy a kisebb települések, járások képesek legyen felzárkózni, és kihasználni a megújuló energiákban rejlő lehetőségeket (Ritter, 2018). Az önkormányzatok, a járás helyzetéhez mérten, próbálnak minden pályázati lehetőséget megragadni, hogy a környezetvédelmi szempontoknak megfeleljenek, de a kutatás alátámasztotta, hogy sajnos nem minden településnek van erre lehetősége jelenleg. Ennek egyik bizonyítéka volt, hogy a 25 önkormányzat közül ötnek semmilyen megújuló energiára vonatkozó beruházása nem valósult meg, így a jövőben az erre való törekvéseket még inkább fokozniuk kell.

Hivatkozott források

Abolaji M. A. – Oke O. A. – Adebajo A. (2011): An Investigation of Environmental Education Knowledge for Sustainable Development in High School Sectors in UK. *Journal of Life Sciences*, 5.8. sz., pp. 670–675.

Alp E. – Ertepinar H. – Tekkaya C. (2006): A Statistical Analysis of Children's Environmental Knowledge and Attitudes in Turkey. *International Research in Geographical and Environmental Education*, 15. 3. sz., pp. 210–223.

Banerjee S. B. – E. S. Iyer – R. K. Kashyap (2003): Corporate Environmentalism: Antecedents and Influence of Industry Type, *Journal of Marketing*, Vol. 67. pp. 106-122.

Bonnett M. – Williams, J. (1998): Environmental Education and Primary Children's Attitudes towards Nature and the Environment. *Cambridge Journal of Education*, 28. 2. sz., pp. 159-174.

Bögeholz, S. (2006): Nature experience and its importance for environmental knowledge, values and action: Recent German empirical contributions. *Environmental Education Research*, 12(1): pp. 65–84.

European Commission (1998): Criminal sanctions for environmental offences
Link: https://ec.europa.eu/info/energy-climate-change-environment/implementation-eu-countries/criminal-sanctions-environmental-offences_en, Elérve: 2019. március 14.

Kerekes S. – Kindler J. (1997): Vállalati környezetmenedzsment. BKE, Budapest. Online Edition, Link: <http://vmek.oszk.hu/01400/01457>, Elérve: 2019. március 16.

Lehota J. (2001): Marketingkutatás az agrárgazdaságban, Mezőgazda Kiadó, ISBN 9639358258

Ottman J. A. (1998): Green Marketing: Opportunity for Innovation. Book, Online Edition, Link: http://www.greenmarketing.com/Green_Marketing_Book/Green_Marketing_Book.html
Elérve: 2019. március 14.

Ritter K. (2018): Special features and problems of rural society in Hungary, *Studia Mundi – Economica Vol. 5. No. 1.* (2018), pp. 98-112.

United Nations Economic Commission for Europe (1998): Convention on access to information, public participation in decision-making and access to justice in environmental matters, Aarhus, Denmark, 25 June 1998, Link: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32008L0099>, Elérve: 2019. március 14.

United Nations Economic Commission for Europe (2018): EU implementation of the Aarhus Convention in the area of access to justice in environmental matters
Link: https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/initiatives/ares-2018-2432060/public-consultation_en#about-this-consultation, Elérve: 2019. március 16.

Munka mellett sportolni? A rendszeres testmozgás szerepe, helye, eredménye a mindennapokban

Szolnoki Bernadett¹

Összefoglalás

A rendszeres testmozgás fontos szerepet tölt be az ember életében, hiszen közvetlenül testi-, közvetetten pedig szellemi teljesítőképességünket befolyásolja. A napi rutin, a kötött időbeosztás nehezen egyeztethető össze (azonban nem lehetetlen) a sportos életvitellel. Akik nem törődnek testük edzettségével, hamarabb érezhetik a mozgásszegény életvitel negatív tünetegyütteseit. Hosszútávon olyan mozgásszervi betegségek alakulhatnak ki, amelyek megnehezíthetik akár a mindennapi munkavégzést is. A tanulmány alapját egy saját, online, kérdőíves felmérés adja az edzőtermi szolgáltatásokat használók sportolási szokásairól. Az eredmények alapján elmondható, hogy sokan igyekeznek rendszeresen mozogni munka mellett is, amit elsősorban a délutáni vagy esti órákra tudnak csak időzíteni. A kutatás eredményei rávilágítanak néhány tipikusan irodai munkavégzés mellett érzékelhető mozgásszervi betegségre. Bemutatásra kerül, hogy az említett időszakban végzett testedzésnek milyen pozitív, illetve negatív hatásai lehetnek az emberi szervezetre és ezáltal az egyén mindennapjaira. Vajon a reggeli vagy az esti órákra célszerűbb időzíteni a sportolást? Mivel nem mindenkinek van lehetősége a rendszeres testmozgásra, így a tanulmány végén bemutatok néhány mozdulatsort, melyet akár a munkahelyen is biztonságosan, kényelmesen elvégezhetünk, ezáltal támogatva szellemi és fizikai teljesítőképességünket.

Kulcsszavak: egészségfejlesztés, teljesítmény, egészségmenedzsment, irodai munka, sport

JEL kód: M14

1. Bevezetés

Fiatal korban ritkán tudatosul az emberekben a mindennapi mozgás szervezetre gyakorolt jótékony hatása. Az általános- vagy középiskolában heti több alkalommal testnevelés órán vehetnek részt a diákok, délutánonként külön sportfoglalkozásokra lehet járni, vagyis a rendszeres sportolás lehetősége adott (sőt kötelező). A felsőoktatásba bekerülve ez a fajta kötelezettség enyhül és a hallgatók maguk választhatják meg, milyen gyakorisággal és milyen jellegű sportot szeretnének űzni. Ekkor már a rendszeres sportolás főként az egyéni szorgalomnak, elhivatottságnak köszönhető, így sokaknál teljesen eltűnik a rendszeres testmozgás a mindennapokból. Mihelyst a munka világába kerülünk, a napok lerövidülnek, előfordulhat, hogy szoros időbeosztás szerint élünk, így a fennmaradt csekély szabadidőt nem

¹ PhD hallgató, Miskolci Egyetem, Vállalkozáselmélet és Gyakorlat Doktori Iskola, Miskolc, berballa@gmail.com

feltétlenül a sportolásra fordítjuk. Foglalkozástól függetlenül, egyre gyakrabban érezhetjük a mozgás hiánya következtében kialakuló kellemetlen tüneteket: izomfájdalom, ízületebántalmak, fáradékonyság, teljesítmény csökkenés, koncentrációs nehézségek stb. Sokan ilyenkor elevenítik fel azokat az időket, mikor még heti több alkalommal volt lehetőség és idő mozogni, edzőterembe járni, szabadidősportokat űzni. Lelkesülve megpróbáljuk újra beiktatni a napirendünkbe a mozgást, ettől remélve némi plusz energiát.

2. Irodalmi áttekintés

2.1. A sport fogalma

Hazánkban a 2000. évi CXLV törvény szabályozza a sporttal kapcsolatos szervezési kérdéseket. A jogszabály szerint sportnak tekinthető minden olyan alkalomszerűen vagy szervezett formában történő, a szabadidő eltöltéseként vagy hivatásszerűen végzett testedzés vagy szellemi gyakorlat, mely a fizikai és szellemi erőnlét fejlesztését szolgálja, meghatározott szabályok szerint. Általánosságban elmondható, hogy a sport olyan fizikai erő kifejtés, melyet szabadidőnkben vagy versengés céljából végzünk (András, 2003). Hasonló megközelítést alkalmaz Nádori (2005), aki szerint a sport a testedzés azon formája, melyet meghatározott szabályok szerint, szabadidőnk eltöltéseként vagy versenyszerűen folytatunk.

A szabadidős sporttevékenység elsődleges célja az egészségmegőrzés, a betegségek megelőzése, az örömszerzés. Ez a mozgásforma is fizikai erő kifejtéssel jár, azonban nem szükséges eleme a versengés. A versenysportok elsődleges célja, hogy jobb teljesítményt érjünk el az adott sportágban. A sportolók teljesítményének összehasonlítása szabályozottan, pontos mérési módszerekkel történik. Az élsportolók a versenysportolók speciális csoportja, ahol a sport foglalkozásnak, karriernek tekinthető, így elsődleges célja a profitszerzés is.

Ebben a megközelítésben a sport olyan tevékenység (testkultúra), mellyel javítható az egyén testi- és szellemi minősége. Versenysportoknál a profitteremtés, míg a közösségi sportok esetében az önmegvalósítás és közösségépítés az elsődleges cél (Varga, 2008).

Balogh (2015) szerint, mozgásnak tekinthetünk minden tervezett, szervezett, rendszeres fizikai aktivitást, melynek célja a fizikai kondíció fenntartása vagy fejlesztése.

A különböző definíciók mondanivalója közel azonos, csupán más megközelítést alkalmaznak. Véleményem szerint a sportolásnak egyetlen, elengedhetetlen kulcseleme van: a rendszeresség. Ha egy adott, testmozgáshoz köthető tevékenységet rendszeresen végzünk, azt már nevezhetjük sportolásnak.

2.2. A sportolás egészségügyi hatása

A rendszeres testmozgásnak rövid- és hosszú távon számos pozitív hatása ismert. Az egészségmegőrző funkció mellett megjelenik az egészségvédő, valamint a preventív funkció is.

Sportolással fizikailag jobb kondíciót érhetünk el, kialakíthatjuk a megfelelő testsúlyt, az esztétikus, vonzó külalakat, fokozhatjuk teljesítményünket, vagy akár támogathatunk egy sérülés utáni rehabilitációt is. Az aktív mozgás biológiai rendszerünkre is jótékony hatással van. A rendszeresen sportoló személyeknél tapasztalható a vérkeringés javulása (Garber et al., 2011), a vázizomrendszer és az immunrendszer erősödése, a sérülések utáni gyorsabb regenerálódás. A mozgás hatással van az egyén mentális egészségi állapotára, így az érintettek energikusabbak, jobban tudnak aludni, pihenni, gondolkodásuk pozitívabb, jobb memóriával és jobb kognitív funkcióval rendelkeznek, és csökkenhet a demencia állapota (Tolppanen et al., 2014) is. A sport miatt tapasztalható a szorongás csökkenése (Jayakody, 2014), a hangulat javulása (Takács, 2014), de segíthet a depresszió megelőzésében (Mammen – Faulkner, 2013) is.

2.3. Irodai munkavégzés betegségei

Minden munkaterületnek van egészségkárosító hatása. Az álló munkával hosszútávon lábunkat terheljük, az ülő munkával a gerincünket, a túlzott fizikai munkavégzés az ízületeinkre hat, a túlzott szellemi munkavégzés pedig az idegrendszerünket viselheti meg. A mozgásszegény életvitel mellett a negatív hatások hamarabb jelentkezhetnek, míg a rendszeres testmozgás segíthet a tünetek enyhítésében. Az 1. számú táblázat az irodai munkavégzés (ülőmunka) egészségre gyakorolt hatását mutatja be, kitérve azokra az elváltozásokra melyeket hosszú távon érzékelhetünk ebben a munkakörben dolgozva.

1. táblázat. Az irodai munkavégzés egészségkárosító hatásai

Mit okozhat?	Mit jelent?
Izomspazmus	A vázizomzat fokozott tónusát, görcsbe rándulását jelenti. Kiváltó okok között szerepelhet a stressz, a túlterhelés, a foglalkoztatásbeli ártalmak. Irodai munkánál jellemzően a gerinc mentén, nyakon, válltájékon és a háton jelentkeznek. Hosszú távú következményei közé sorolhatjuk a gerincsérvet is.
Alagút szindróma	Az előbbi betegségek következményeként jelenhet meg. Az idegek, és erek kompresszióját jelenti. Jellemző tünete a rossz vérkeringés, a zsibbadás, hidegérzet.
Ischias	Alsó végtagba sugárzó fájdalom, melynek oka az ágyéki idegek kompressziója. A vállbetegségek mellett a második legjellemzőbb tünet azon dolgozók esetében, akik napi több órát is ülve töltenek.
Tendovaginitis, Tendinitis	Az ínak és ínhüvelyek gyulladása. Fájdalommal, duzzanattal párosuló betegség. Főként a túlzott igénybevétel miatt alakulhat ki.
Csukló és kéz ízületeinek arthrosisa	Mely elsősorban a tartós és egyoldalú igénybevételnek köszönhető. Az eger és billentyűzet nem megfelelő elhelyezése is indukálhatja.

Forrás: Berényi – Szolnoki (2014)

3. Anyag és módszer

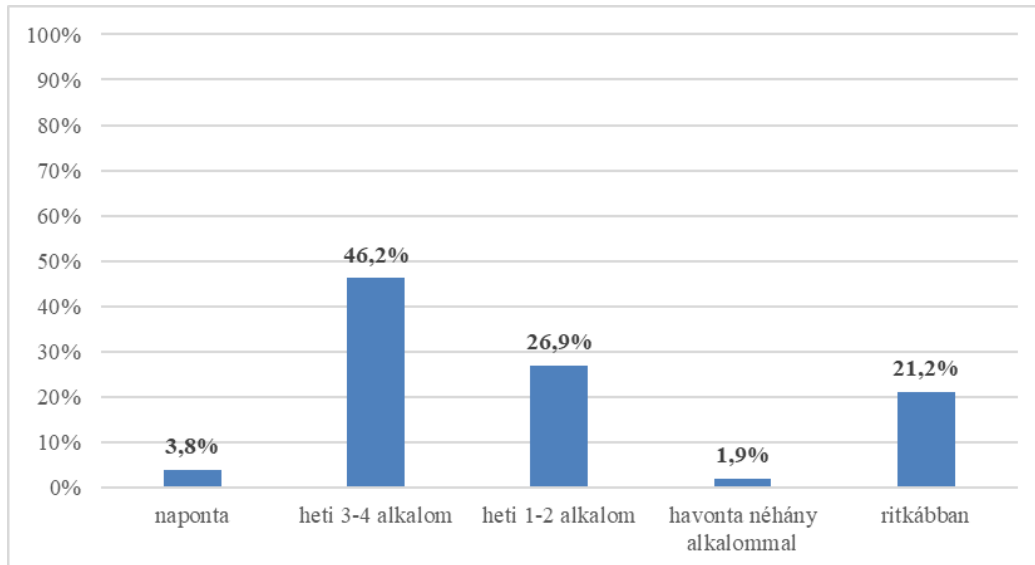
A rendszeres sportolás jótékony hatása rövid- és hosszú távon egyaránt érezhető. Az iskolai tanulmányokat követően, a munka világában leginkább a személyes szorgalomnak köszönhető, ha sikerül a mindennapokba beépíteni a heti többszöri mozgást. Mivel a legnagyobb kihívást a munka és sport összeegyeztetése jelenti, ezért célszerű, ha az adott munkahely támogatja dolgozói ezirányú elkötelezettségét, így járulva hozzá a jobb egészségi állapotukhoz. Az ilyen jellegű beruházások mértékét (eszközök, költségek, gyakoriság) általában a menedzsment alakítja ki, azonban a munkahelyi egészségfejlesztő programok kialakítását, tartalommal való megtöltését alapvetően a kidolgozásban érintettek személyes véleménye, tapasztalatai, ismeretei, attitűdjei határozzák meg.

A kutatás online, kérdőíves felmérés segítségével gyűjt információkat az edzőtermi szolgáltatásokat használók sportolási szokásairól. Az adatgyűjtés a tanulmány összeállításakor még nem zárult le, a bemutatott eredmények nem tekinthetők reprezentatívnak. Az elemzéshez 52 fős minta állt rendelkezésemre, melyből 30 fő nő (58%) és 22 fő férfi (42%). Egyetemi végzettséggel 27 fő (52%), középfokú végzettséggel 19 fő (38%), egyéb végzettséggel 6 fő (12%) rendelkezik. A megkérdezettek közel 54%-a általános munkarendben, 11%-a 2 műszakos munkarendben dolgozik, míg 15%-a tanul.

4. Eredmények

A sportolás lényege a rendszeresség. Az 1. ábra azt mutatja meg, hogy a felmérésben résztvevők milyen gyakran járnak edzőterembe. A kapott válaszokból kiderült, hogy a megkérdezettek 26,9%-a heti 1-2 alkalommal, míg a 46,2%-a heti 3-4 alkalommal sportol.

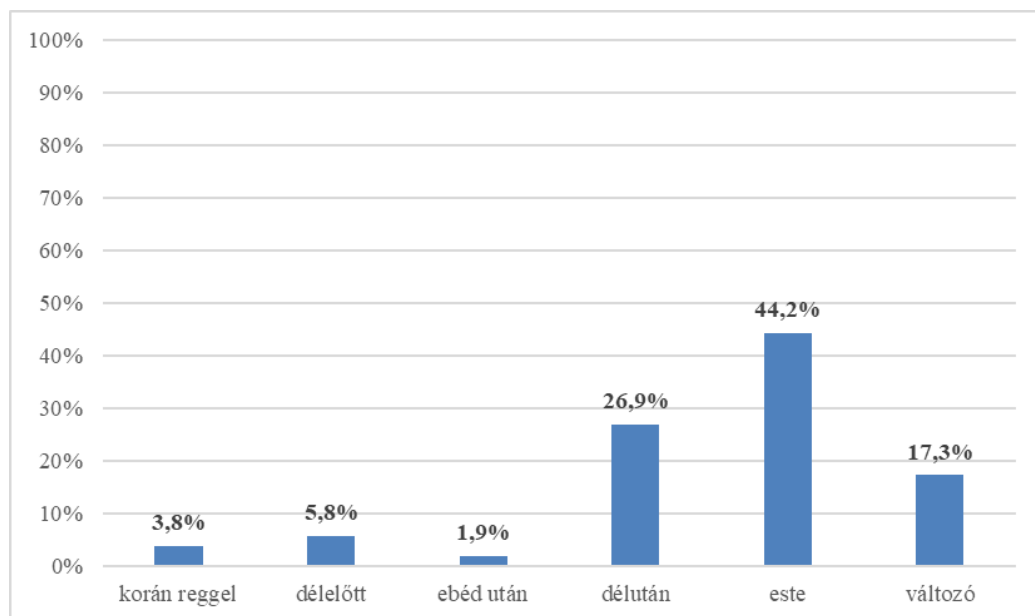
1. ábra. Milyen rendszerességgel sportolsz az edzőteremben?



Forrás: Saját kutatás, 2019

A rendszeresség mellett fontos kérdés az is, mely napszakban végezzük az adott mozgásformát. A 2. ábra azt szemlélteti, hogy a válaszadók a nap melyik időszakában edzenek általában. A visszajelzések szerint a reggeli edzés nem jellemző, a többség inkább a délutáni (26,9%) vagy esti (44,2%) órákban sportol.

2. ábra. Mely napszakokban edzel általában?



Forrás: Saját kutatás, 2019

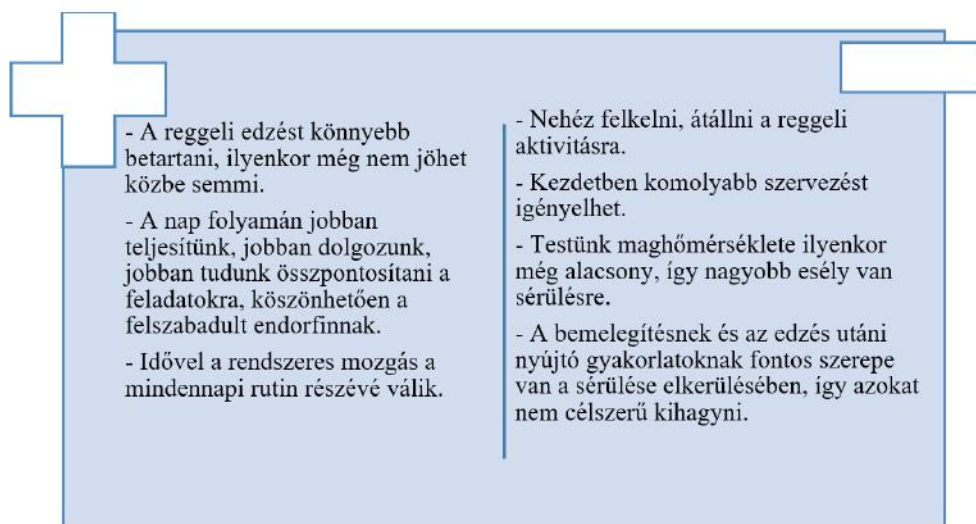
5. Következtetések és javaslatok

5.1. A reggeli és esti edzés hatása

A rendszeres testmozgást nehéz beépíteni a napi rutinba, éppen ezért gyakran felmerül a kérdés, hogy mikor célszerű, mikor jobb edzeni: reggel vagy este? A tanulmányban bemutatott felmérés eredménye szerint, inkább a délutáni/esti órákra (munka után) időzítik az emberek az edzőtermi sportolást. Szakmai szempontból kevésbé lényeges az, hogy mikor sportolunk, hiszen a szervezet idővel alkalmazkodik a választott időponthoz.

Ha úgy döntünk, inkább a reggel sportolók táborát szeretnénk népesíteni, akkor figyelni kell arra, hogy edzés előtt 1-1,5 órával reggelizzünk, vagy egyáltalán ne együnk semmit. Ebben a napszakban általában a könnyedebb aktivitások ajánlottak, mint például a kocogás, jóga vagy biciklizés, hiszen izmaink még nincsenek kellően bemelegedve. A reggeli edzés pozitív és negatív hatásait a 3. ábra részletezi.

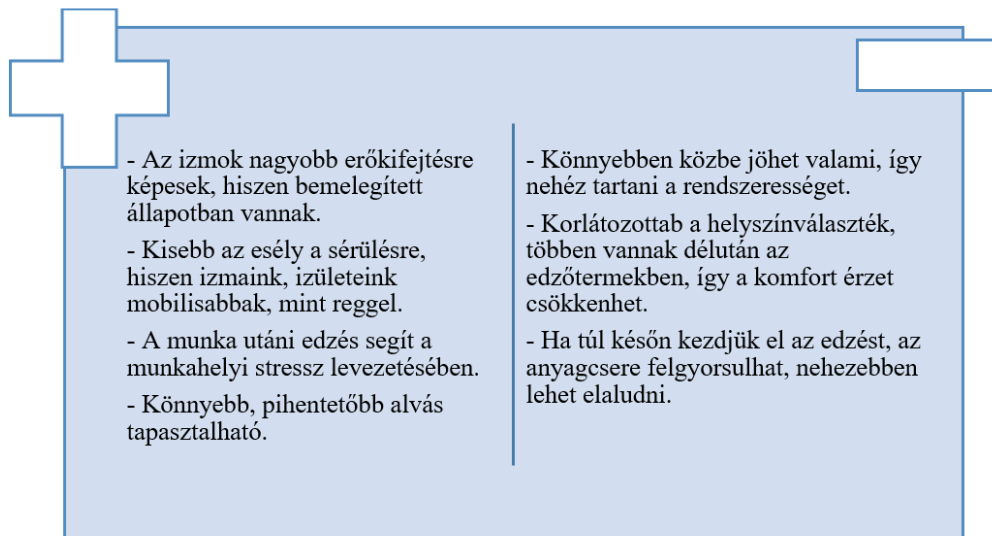
3. ábra. A reggeli sportolás pozitív és negatív tulajdonságai



Forrás: Saját szerkesztés, 2019

Ha a délutáni/esti edzés hívei vagyunk, akkor lehetőleg étkezés után 1-2 órával kezdjük csak el sportolni. Mivel a nap folyamán izomzataink, ízületeink kellő mértékben igénybe vannak véve, így erőteljesebb gyakorlatokat is végezhetünk, mint például az aerobic, futás, súlyzós edzések. A délutáni/esti edzés pozitív és negatív hatásait a 4. ábra mutatja be.

4. ábra.: A délutáni/esti sportolás pozitív és negatív tulajdonságai



Forrás: Saját szerkesztés, 2019

5.2. Munkahelyen végezhető gyakorlatok

Minden munkakörnek van olyan hosszútávú hatása, ami az egészségi állapotot negatív irányba befolyásolhatja. Emellett pedig vannak olyan munkakörök, élethelyzetek ahol nehezen kivitelezhető a rendszeres testmozgás beépítése a mindennapokba. Ha nem oldható meg a reggeli, napközbeni vagy esti mozgás, akkor próbáljunk meg legalább napközben olyan gyakorlatokat végezni, mellyel kicsit könnyebbé tehetjük a munkában töltött időnket. Erre jó példa lehet az alábbi gyakorlatsor, melyet akár irodai munkakörnyezetben is elvégezhetünk (Berényi – Szolnoki, 2014).

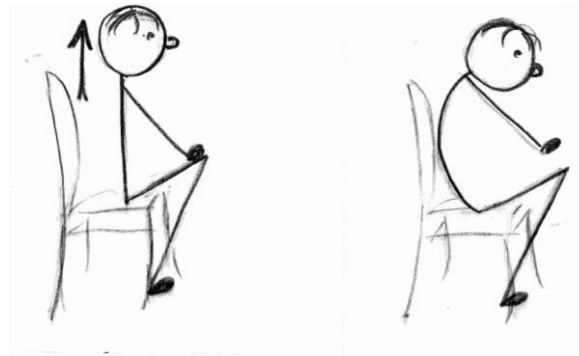
Fej és nyak átmozgatása

1. Fejkörzés lassan, csak előre egyik oldalról a másikra.

Törzs átmozgatása:

1. Széken ülve, kisterpeszben lehajolunk úgy, hogy csigolyáról-csigolyára nyújtunk.
2. Lovaglólás, támasz a térden. Medencebillentés hátra domborítással, majd vissza kiinduló helyzetbe fejtetővel megnyújtózza. (5. ábra)
3. Törzsrotációs mozdulat, lovaglóülés. Folyamatos törzsfordítások balra majd jobbra, egyenes háttal.

5. ábra: Törzs átmozgatása 2.



Forrás: Berényi – Szolnoki (2014)

Vállak átmozgatása

1. Vállunkat a fülhöz húzzuk, majd leeresztjük.
2. Vállkörzés előre, majd hátra.

Alkar, csukló erősítése

1. Csuklóval körzünk ki és be.
2. Ökölbe szorítjuk a kezünket, majd lazítunk.
3. Tenyér az asztalon, beleszorítjuk az asztalba és lazítunk.

A gyakori testedzés jótékony hatással van a fizikai-, a biológiai-, és a mentális egészségi állapotunkra, illetve hosszútávon akár a munkahelyi teljesítményünket is támogathatja. A rendszeres mozgás így nem csupán az egyén, hanem a foglalkoztató érdeke is. A tanulmányban bemutatott eredmények szerint sokan munka után, a délutáni és esti órákban edzenek.

Véleményem szerint a munkáltatóknak érdemes lenne felmérni, hogy alkalmazottaik életvitele mennyire sportos, mikor tudnak, mikor van lehetőségük eljárni mozogni. A kapott válaszok alapján kialakíthatóvá válna egy speciális, szervezeti kultúrába illeszkedő egészségvédő program (pl. saját edzőterem nyitás, csoportos foglalkozások, sport rendezvények), mely nem csak a dolgozók megelégedettségét szolgálná, hanem akár a cég teljesítményét, megítélését is pozitívan befolyásolná.

Hivatkozott források

András, K. (2003): A sport és az üzlet kapcsolata – elméleti alapok. 34. sz. Műhelytanulmány, BCE Vállalatgazdaságtan Tanszék, Budapest

Balogh, L. (2015): Bevezetés a sportdiagnosztikába. Campus Kiadó, Debrecen

Berényi, L. – Szolnoki, B. (2014): Az irodai munkavégzés ergonómiájának hatása a munka minőségére. Minőség és Megbízhatóság, 47(2), pp. 95-103.

Garber, C. E. – Blissmer, B. – Deschenes, M. R. – Franklin, B. A. – Lamonte, M. J. – Lee, I. M. et al. (2011): Quantity and Quality of Exercise for Developing and Maintaining

Cardiorespiratory , and Neuromotor Fitness in Apparently Healthy Adults: Guidance for Prescribing Exercise. *Medicine & Science in Sports and Exercise*, 43(7), pp. 1334-1359.

Jayakody, K. – Gundasa, S. – Hosker, C. (2014): Exercise for anxiety disorders: systematic review. *British Journal of Sports Medicine*, 48(3), pp. 187-196.

Mammen, G. – Faulkner, G. (2013): Physical Activity and the Prevention of Depression. *American Journal of Preventive Medicine*, 45(5), pp. 649-657.

Nádori, L. (2005): Edzés, versenyzés címszavakban. Dialóg Campus Kiadó, Budapest – Pécs

Takács, J. (2014): Rendszeres fizikai aktivitás és mentális egészség. *Psychiatria Hungarica*, 29(4), pp. 386-397.

Tolppanen, A. M. – Solomon, A. – Kulmala, J. – Karelholt, I. – Ngandu, T. – Rusanen, M. et al. (2014): Leisure-time physical activity from mid- to later life, body mass index, and risk of dementia. *Alzheimer's & Dementia*, 11(4), pp. 434-443.

Varga, Cs. (szerk.) (2008): Kistérségi sport és szabadidős stratégia. ÖTM Sport szakállamtitkárság, Budapest

A sportolás, a mozgás munkahelyen történő népszerűsítése PR eszközökkel

Szolnoki Bernadett¹

Összefoglalás

A munkaerő hosszútávú megtartásának egyik kulcseleme lehet, ha a munkaadók a jogszabályi előírásoknak való megfelelés, a foglalkozás egészségügyi szolgáltatás biztosításán túl is igyekeznek dolgozóikat támogatni az egészséges életvitel terén. Másrészt, a munkavállalók egyre gyakrabban kérdezik meg, hogy a potenciális munkahely vajon támogatja-e az egyén sporttal kapcsolatos törekvéseit, és ha igen milyen formában, milyen mértékben teszi azt.

Az emberi test fittségének megőrzése nem csupán a fizikai erőnlét, hanem a szellemi teljesítmény támogatását is jelenti, mely hosszútávon kedvező a munkaadó számára. Gondoljunk például a betegségek miatt fellépő munkaerőhiányra, az ilyenkor felmerülő pénzbeli ellátások összegére, az új munkaerő felkutatására és betanítására szánt időre, a nyújtott teljesítmény minőségére stb.

Foglalkoztatói oldalról megvalósulhat a rendszeres sportolás támogatása, a mozgásra buzdító programok és események lebonyolítása, tájékoztató előadások, állapotfelmérések megszervezése stb. Az ilyen jellegű programok népszerűsítése, elindítása, illetve rendszerességének megtartása nagy kihívás, hiszen a dolgozók kezdeti lelkesedését nehéz fenntartani. A tanulmány azt vizsgálja, hogyan használhatjuk a (belső) PR által kínált lehetőségeket, milyen marketing kommunikációs eszközöket alkalmazhatunk az említett tevékenységek munkahelyi menedzselése során, valamint ezáltal milyen előnyökre, pozitív eredményekre tehet szert a szervezet a piacon.

Kulcsszavak: sport, marketing, PR, egészség, kommunikáció

JEL kód: M31

1. Bevezetés

A szervezetek többféle módon hozzájárulhatnak alkalmazottaik egészségének támogatásához. A foglalkozás egészségügy kötelező elemeinek megléte mellett törekedhetnek a munkakörnyezet biztonságosabb kialakítására. A munkahelyi étkezdék „tudatos táplálkozás” irányába történő megszervezésével segíthetnek az egészséges életmód fenntartásában, valamint nyitottak lehetnek az új technikai megoldások és tárgyi eszközök használatára is. Ezen a területen a menedzsmentnek a sportra eszközként kell tekintenie, így annak népszerűsítése

¹ PhD hallgató, Miskolci Egyetem, Vállalkozáselmélet és Gyakorlat Doktori Iskola, Miskolc, berballa@gmail.com

megfontolandó. A sportolás révén javulhat a dolgozók egészségi állapota, növekedhet a munkával való megelégedettség érzése, mely az önbecsülésre is pozitív hatással van. Az aktív életforma csökkenti a stresszt, kezeli a munkahelyi mobbingot, fejleszti a közösségi kapcsolatokat, hatással van a szervezet kultúrájára, arculatára, hírnevére.

2. Irodalmi áttekintés

2.1. A rendszeres testmozgás hatása

Az aktívabb, sportosabb élet hatásai nem csak egyéni, hanem szervezeti szinten is érezhetők. A menedzsment számára kifizetődő lehet a rendszeres testmozgás munkahelyi népszerűsítése, hiszen a sportos életvitelű alkalmazottak jobban teljesítenek, továbbá a rendszeres testedzés prevenciók jellegű szerepet is betölt az egyén mentális egészségének fenntartásában (Petrika, 2017). A testi- és mentális egészség megőrzését elsődlegesen az aktív mozgás vagy életvitel támogatja. Ezzel ellentétben áll viszont az a tapasztalat (Tánczos – Bognár, 2017), miszerint az iskolai rendszerű képzést követően az egyén mindennapjaiból eltűnik a testmozgás, ha nincs rá önálló motiváció, így a sportolás népszerűsítésében a munkahelyek szerepe fokozatosan növekszik.

Sportosabb életvitellel egyéni szinten a következő hatások tapasztalhatók:

- Stressz csökkenése: a munkahelyi hiányzások 50-60%-a stresszre vezethető vissza
- Jobb munkakapcsolatok kialakítása: magabiztosság, jobb kisugárzás
- Kreativitás fokozódása: gyorsabb reagálás, jobb teljesítmény
- Jobb munkavégzés: az egyéni szintű teljesítménynövekedés nem csak fizikai, hanem pszichikai oldalon is megmutatkozhat
- Jobb munkalétkör, munkával való elégedettség: jobb munkamorál szintén hatással van az egyéni teljesítményre
- Konfliktusok kezelésének javulása

A dolgozók aktív életvitele, a rendszeres mozgás szervezeti szinten is pozitív változásokat okozhat. Szervezeti szinten a következő hatások tapasztalhatók:

- Csökkennek a munkahelyi hiányzások
- A keresőképtelen napok számával egyidejűleg az egészségbiztosítás pénzügyi ellátásainak összege is csökkeni fog, azaz kevesebb táppénzzel kell majd számolni
- Kevesebb munkahelyi baleset
- Fluktuáció csökkenése: A közös mozgás csapatépítő és kohéziós ereje megjelenhet az alkalmazottak motivációjában, ami hosszabb távon a cég iránti elköteleződést (lojalitást) erősíti.
- Jobb vállalati imázs, munkaerővonzó képesség javulása
- Költségek csökkenése, mely a vállalati profitot növelheti

- Magasabb produktivitás: jobb teljesítmény szervezeti szinten is

2.2 A munkahely szerepe az egészségtámogatásban

Az előregedő társadalom, a szakképzett munkaerő hiánya, az aktív munkaképes korosztály egészségi állapotának romlása változást generál a munka világában is. Az elmúlt időszak folyamatai arra ösztönzik a szervezeteket, hogy ne csupán a munkavállalók megtalálására helyezték a hangsúlyt, hanem azok hosszútávú megtartására is. Ennek egyik eszköze lehet a szervezeti egészségmenedzsment, melynek célja az egészségtudatos viselkedés elérése, a dolgozók fizikai és pszichikai „egészségkárosodásának” csökkentése, így támogatva hosszútávon a motivációt, lojalitást, produktivitást stb.

A munkahelyi egészségfejlesztés és egészségvédelem itthoni gyakorlatban jellemzően az ergonómiában jelenik meg. A munkavégzés szempontjából megfelelően kialakított munkakörnyezetben minőségi munkát lehet végezni (Berényi, 2013).

Az egészség támogatása megjelenhet még a sportban, a táplálkozásban vagy a mentális egészség javításában is. Külföldi szervezetek a sportolás támogatását házi kupákkal, sport napokkal, irodai tornával teszik közkedvelté. Utóbbi különösen hasznos, ha folyamatosan ülő pozícióban végzett munkáról van szó, hiszen pár gyakorlat elvégzésével nem csak azonnali javulást tapasztalhatunk, hanem preventív eszközként alkalmazhatjuk irodai, krónikus betegségek megelőzéseként is (Berényi és Szolnoki, 2014).

A munkahelyi egészségtámogatás során olyan preventív tevékenységekről, szolgáltatásokról beszélhetünk, melyek szervezett kereteken belül (vezetői hozzájárulással), a szervezeten belül (azaz munkahelyen) igénybe vehetők. A tapasztalható változások viszonylag gyorsan érzékelhetők, azonban törekedni kell arra, hogy a kiválasztott egészségfejlesztő programok mindig a vállalati céloknak megfeleljenek. Pénzügyi szempontból a kezdeti befektetés magasnak mondható, azonban nem szabad elfelejteni, hogy hosszútávon jobb teljesítményt, versenyképességet érhetünk el.

2.3 Public Relations tartalma

A Public Relations (PR) tervszerű és folyamatos tevékenység, egyfajta menedzsment eljárás, melynek célja a szervezet és környezete (munkatársak, vásárlók, gazdasági szereplők stb.) közötti kapcsolat, bizalom, megértés kiépítése, a folyamatos kommunikáció fenntartása, hosszútávon a hírnév (goodwill) támogatása (Alison, 2016). Veres és Szilágyi (2007) megközelítése szerint már nem csak a célcsoportok befolyásolására, hanem a társadalmi normák és értékek struktúrájának megváltoztatására kell törekedni.

Területének 3 célcsoportját különböztetjük meg:

- az első csoportba tartoznak azok, akikkel a szervezet aktív, közvetlen kapcsolatot ápol (alkalmazottak, vezetők),
- a második csoporthoz soroljuk azokat, akikkel a kapcsolat kevésbé intenzív, de emellett folyamatos is (beszállítók),
- a harmadik csoportban vannak a potenciális szereplők (jövőbeli vásárlók, alkalmazottak).

A belső PR egyfajta kommunikáció a menedzsment és a dolgozók között. Alapja a hatékony irányítás. Célja, hogy befolyással legyen a szervezet pozitív irányú megítélésére, ezzel növelve a munkavégzés hatékonyságát. Az alkalmazottakkal való kommunikáció során törekedni kell arra, hogy az információ eljusson a célcsoporthoz, azonban felesleges adatokkal ne terheljük őket. El kell érni, hogy a munkavállalók a szervezeti célkitűzéseket elfogadják, magukénak érezzék (Fazekas – Harsány, 2000). A belső PR segítségével először felkutatjuk a szervezet és belső környezete közötti kommunikációs kapcsolatok és folyamatok lehetőségét, azokat elemezzük, megtervezzük, kivitelezünk, majd végül kiértékeljük.

3. Anyag és módszer

A munkahelyi egészségfejlesztés szervezeti szinten történő elfogadását vizsgálva elmondhatjuk, hogy az utóbbi években egyfajta szemléletmód átalakulás tapasztalható a hazai menedzsment részéről. Véleményem szerint ez köszönhető annak, hogy a nemzetközi trendek itthon is egyre ismertebbé válnak, a multinacionális vállalatok bizonyos mértékben behozzák hazánkba az anyavállalat szervezeti kultúráját, illetve egyre nagyobb hangsúlyt kap a téma a hazai sajtóorgániumokban is. Akadnak olyan munkáltatók, akik igyekeznek valamilyen módon támogatást nyújtani dolgozóiknak, azonban a nyújtott és a várt támogatási forma nem mindig fedik egymást.

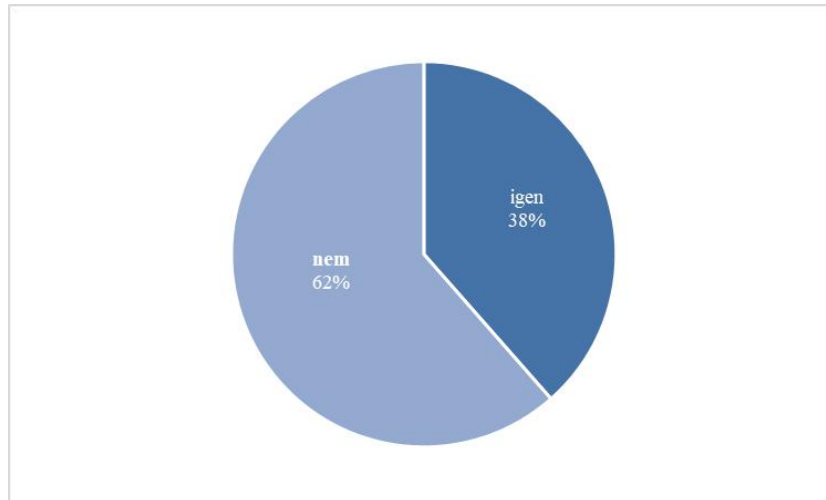
Kutatásom online, kérdőíves felmérés segítségével gyűjt információkat az edzőtermi szolgáltatásokat használók sportolási szokásairól. Az adatgyűjtés a tanulmány összeállításakor még nem zárult le, a bemutatott eredmények nem tekinthetők reprezentatívnak. Az elemzéshez 52 fős minta állt rendelkezésemre, melyből 30 fő nő (58%) és 22 fő férfi (42%). Egyetemi végzettséggel 27 fő (52%), középfokú végzettséggel 19 fő (38%), egyéb végzettséggel 6 fő (12%) rendelkezik. A megkérdezettek közel 54%-a általános munkarendben, 11%-a 2 műszakos munkarendben dolgozik, míg 15%-a tanul.

4. Eredmények

A felmérés egyik kérdése arra kereste a választ, vajon mennyire jellemző, hogy a munkahely valamilyen módon támogatja a rendszeres testmozgást. A résztvevők visszajelzései alapján (1. ábra), a rendszeres sportolást csak a válaszadók 38%-ának támogatja a munkahelye, amely

azonban nem elégíthet ki minden felmerült igényt. A megkérdezettek több mint felénél, azaz 62%-ánál nincs ilyen jellegű hozzájárulás, így ők egyéni szinten próbálhatnak javítani az egészségi állapotukon.

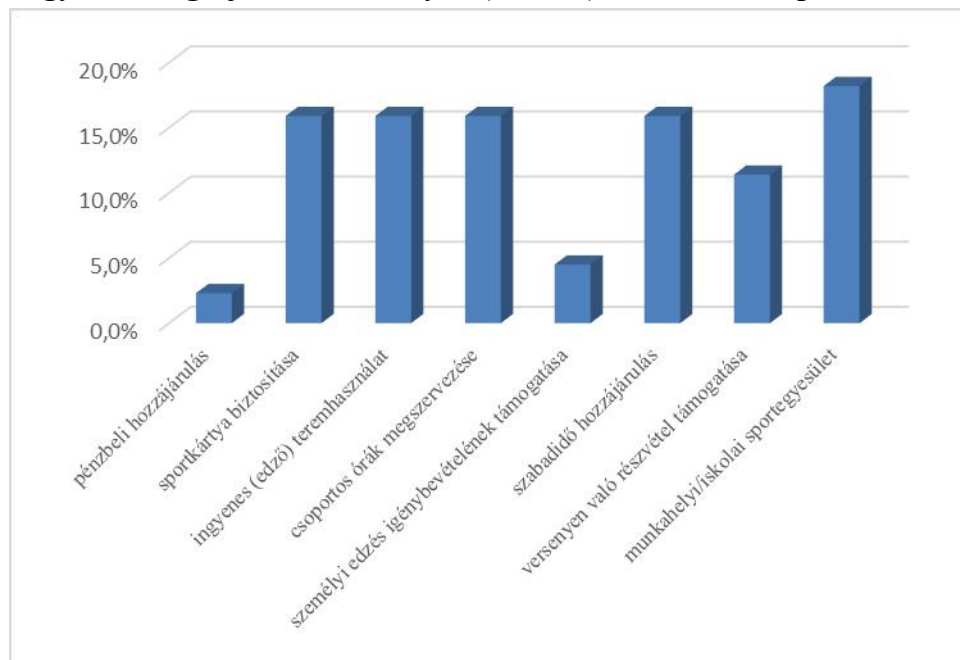
1. ábra. Munkahelyed támogatja valamilyen módon a rendszeres sportolást?



Forrás: Saját kutatás, 2019

A kérdőívben szereplő másik kérdés arra kereste a választ, hogy amennyiben támogatja a munkahely a sportolást, azt milyen formában teszi. Ezzel kapcsolatosan több válasz is jelölhető volt. A válaszadók jelöléseinek %-os megoszlását a 2. ábra reprezentálja.

2. ábra: Hogyan támogatja a munkahely (iskolád) a rendszeres sportolást?



Forrás: Saját kutatás, 2019

Elmondható, hogy kedvelt támogatási forma a munkáltatók részéről a sportegyesületek működtetése, szponzorálása (18%). Emellett azonban gyakran segíti a munkahely a dolgozók rendszeres mozgását például sportkártya biztosítással (16%), edzőterem használatával (16%),

esetleg csoportos, munkaidő utáni foglalkozásokkal (15,9%), vagy szabadidő hozzájárulással (15,9%).

A szervezetek egészségfejlesztésre szánt keretének ésszerű felhasználásához törekedni kell a programok helyi igényekhez igazodó kialakítására, a minél több egészséggel kapcsolatos terület kijelölésére, valamint a nagy részvételi arány elérésére, hogy a programokba befektetett összeg ne legyen kidobott pénz az ablakon. Az egyes támogatási formák népszerűsítésére nyújthat megoldást a belső PR és annak eszközei.

5. Következtetések és javaslatok

Ahhoz, hogy a munkahely által támogatott sportprogramok elérjék a kívánt eredményt, elsősorban a szervezet felsővezetésének elkötelezettsége szükséges. Fontos, hogy a menedzsment az akciók kialakításának támogatása mellett, részt vegyen a programokon. Mivel a sportolás lehetőségének kialakítása és a sportesemények megszervezése olyan összetett feladat, mely komoly befektetést igényelhet, ezért törekedni kell a dolgozók érdeklődésének felkeltésére valamint hosszútávú fenntartására is. A tanulmány célja bemutatni, hogyan alkalmazhatóak az egyes PR eszközök a sportprogramok munkahelyi népszerűsítésében, illetve milyen eszközöket alkalmazhat az egyes esetekben a szervezet a kétirányú kommunikáció lebonyolítására.

A 3. ábra azt mutatja be, hogy a belső PR mely eszközei alkalmazhatóak a testmozgás munkahelyen történő népszerűsítésében.

3. ábra. A sport népszerűsítése PR eszközökkel

Csoportos órák népszerűsítése	Emlékeztető körüzenet küldése a munkatársaknak
	Rövid, bemutató videók készítése, megosztása
	Versenyeken való részvétel szponzorálása
Sportlétesítmény használatának népszerűsítése (saját edzőterem)	Plakátok elhelyezése a munkahelyen
	Sportegység időszakos bemutatása
	Rendezvények szervezése
Sporteszközök kölcsönzésének népszerűsítése	Szórólapok küldése (akár online is)
	Bemutató honlap
	Megbeszélések, két irányú kommunikáció
Rendezvények népszerűsítése (egyestületek, versenyek)	Tárgyi ajándékok, bemutató termékek kiosztása
	Kedvcsináló videók a korábbi évekről
	Média és satókapcsolatok kihasználása

Forrás: Saját szerkesztés, 2019

A csoportos órák kialakítása nem egyszerű feladat, hiszen fel kell mérni az igényeket a munkatársak körében és a lehetőségeket, amelyek szóba jöhetnek a kivitelezéskor. Nem könnyű a dolgozókat rávenni a rendszeres mozgásra, azonban a lelkesedést hosszútávon fenntartani még attól is nehezebb. Az egyes programok időpontjáról, helyszíneiről körüzenetet, emlékeztető üzenetet célszerű küldeni. Segítheti az új tagok bekapcsolódását, ha a foglalkozások tartalmáról, lényegéről rövid, bemutató videók készülnek. Gyakran azért nem jelentkeznek a dolgozók a csoportos edzésekre, mert nem tudják pontosan mire is számítsanak (milyen annak intenzitása vagy hangulata, kiket érint stb.).

Ha a szervezet működtet saját sportlétesítményt (pl. edzőtermet, futópályát, játékszobát), akkor erről célszerű a munkatársakat tájékoztatni, plakátokat elhelyezni a folyósokon, melyek tartalmazzák a nyitvatartást, az elérhetőséget, az igénybevehető szolgáltatások körét. Időszakosan megszervezhető a sportegység csoportos látogatása is, ami remek lehetőség arra, hogy az új belépőket, jelenlegi dolgozókat körbevezessük a területen. Továbbá saját kupák, versenyek, sportnapok helyszíneként is szolgálhat a sportkomplexum.

A munkahelyen elérhető sporteszközök kölcsönzése még elterjedt gyakorlat, azonban népszerűsíthető a kezdeményezés, ha szórólapokat küldenek (akár online is), az igénybe vehető felszerelésekről, a kölcsönzés feltételeiről. Segítséget nyújthat a szervezeti honlapon elérhető aktuális információ a sporteszközök számáról, vagy bemutató videókkal és képekkel illusztrált használati leírások. Az egészségtámogató programok sikerességének alapja a menedzsment és a vezetőség elkötelezettsége, így megbeszéléseken, összefoglalókon újra és újra fel lehet hívni az alkalmazottak figyelmét, vagy felmérni igényüket.

A munkahelyi egészségfejlesztés részeként gyakran szakmai előadások, szűrővizsgálatok, versenyek, egyesületi programok kerülnek megrendezésre. Támogathatja a rendezvények sikerességét, ha kedvcsináló videók, fotók tekinthetők meg a korábbi évekről. A saját egyesületek vagy sportkörök szponzorálása megnyilvánulhat a versenyeken való részvétel támogatásában vagy a ruházat (egyen póló), a csapatzászló biztosításában. Ha olyan jellegű az esemény, akkor akár ajándéktárgyakat, mintadarabokat, kóstolót kaphatnak a dolgozók, például sportrendezvényeken okleveleket, érmeket, kupákat oszthatunk ki, egészséges táplálkozáshoz kapcsolódóan adhatunk mintaétrendek, kóstolót. A helyi sajtó nagyban hozzájárulhat a rendezvények sikerességéhez, megismertetéséhez. Ez a munkatársakban is büszkeség, elismerés érzetét keltheti, ami hosszútávon lojalitásukat erősíti.

Úgy gondolom a jövőben a rendszeres testmozgás szerepe felértékelődik, ezzel párhuzamosan pedig nagyobb felelősség fog megjelenni a munkáltatók oldalán. A technológiai újításoknak, az ismétlődő és hosszú munkavégzésnek, a mozgásszegény életmódnak köszönhetően megjelentek (megjelennek) olyan betegségek, amelyek korlátozhatják az egyén munkavégző képességét. Például az okostelefonok rendszeres használata előidézheti a fej folyamatos lefele tartását, ami hosszútávon nyak illetve hátfájdalmakhoz vezethet. A monoton irodai munka (gépelés, monitor előtt ülés) következtében romolhat a látásunk, a folyamatos terhelésnek

köszönhetően kezünk és lábunk mozgástartománya beszűkülhet, izom és ízületi bántalmak jelentkezhetnek. Az elváltozások, betegségek és a hozzájuk kapcsolódó tünetegyüttesek enyhítésének, megszüntetésének egyik legbiztosabb módja a rendszeres testmozgás. A jövőben a foglalkoztatóknak is érdekében áll majd, hogy munkavállalóik rendszeresen sportoljanak, mozogjanak.

Hivatkozott források

Alison, T. (2016): The Public Relations Handbook. Taylor&Francis

Berényi L. (2013): Számítógépes munkahelyek ergonómiája a gyakorlatban, Marketing és Menedzsment, 47. évf., 76-86.p

Berényi L., Szolnoki B. (2014): Az irodai munkavégzés ergonómiájának hatása a munka minőségére, Minőség és Megbízhatóság 47. évf., (2) 95-103.p

Fazekas, I. – Harsány, D. (2000): Marketingkommunikáció. Szókratész Külgazdasági Akadémia

Petrika, E. (2007): Prevenció vagy terápia? Testedzés szerepe a mentális egészség fenntartásában, „Tudomány a sportoló nemzetért” Konferenciasorozat, Előadáskivonatok, Konferenciakötet, Budapest, pp. 56-60.

Tánczos, Z. – Bognár, J. (2017): Személyi edzés és munkahelyi egészségfejlesztés: az elmélet és gyakorlat találkozása, Testnevelés, Sport, Tudomány, 2. évf., 1-2. sz., pp. 109-113.

Veres, Z. – Szilágyi, Z. (2007): A marketing alapjai. Perfekt Kiadó

Cegléd városközpontjának és szegregátumainak munkaerőpiaci helyzete, életkörülményeinek vizsgálata

Szűcs Tímea Réka¹-Urbánné Malomsoki Mónika²

Összefoglalás

Cegléd az Alföld észak-nyugati részén elhelyezkedő mezőváros, a ceglédi járás járásszékhelye. A térség jelentős mezőgazdasági és ökológiai potenciállal bír, amelyre az elmúlt évszázadban egy sajátos tanyagazdálkodás épült ki, mely a rendszerváltás után a magángazdaságok előtérbe kerülésével és támogatások hiányában megsemmisült. Ez hatott a jelenlegi városszerkezetre is. Az elmúlt években a település centrum területe folyamatos fejlődésen ment keresztül, amely kiterjedt a közterületek, hivatali épületek és utak felújítására, és a gazdasági létesítmények számának növekedésére egyaránt.

A város külső peremén ezzel ellentétben szegregátumok alakultak ki. Ezeket a területeket vegyes lakosság lakja, a kertés családi házak között nagyon sok a régi, alacsony komfort fokozatú épület. Összesen 6 szegregátum került vizsgálatra, ahol a szegregációs mutató 35% feletti.

A kutatás célja Cegléd belső területének és külső szegregátumainak helyzetfeltárása, munkaerőpiaci, iskolázottsági vizsgálata, valamint a szegregátumokban élők életkörülményeinek feltárása.

A kutatás keretében a szekunder kutatás mellett primer kutatások (személyes interjúk, megfigyelésen alapuló vizsgálat) valósultak meg, melyek rámutatnak a szegregátumok helyzetére és a köztük levő különbségekre is, valamint a városközponti és a külső területek között létrejött differenciára is.

Kulcsszavak: foglalkoztatottság, munkanélküliség, szegregátum, életkörülmény, munkalehetőségek

JEL kód: J4

1. Bevezetés

A társadalmi rétegek szétszakadása hazánkban egy nagyon jellemző jelenség a hátrányosabb helyzetű és a jobb helyzetben levő térségekben egyaránt. Cegléd az ország egyik legdinamikusabban fejlődő térségben található, Budapesttől mindösszesen 70 km-re, de ez a

¹ Szűcs Tímea Réka, végzett hallgató, Szent István Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar, 2100 Gödöllő Páter Károly u. 1., recka96@gmail.com

² Urbánné Malomsoki Mónika, ²tanszéki mérnök, Szent István Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar, 2100 Gödöllő Páter Károly u. 1., +36-28/522-000/2007, Urbanne.Monika@gtk.szie.hu

távolság már jelentős mértékű az agglomeráció szempontjából, mert a legszélsőbb peremen helyezkedik el. A téma különlegességét nézve elmondható, hogy keveset hallunk Budapest környezetébe tartozó települések esetén hasonló jelenségekről, pedig a szegregáció itt is megtalálható. Fontos kérdéseket vetett fel bennem az a tény, hogy egy dinamikusan fejlődő városkép mellett miért hanyagolják el a külső szegregált területeket, valamint a munkanélküliség mennyire meghatározó ezeken a területeken. A településen kialakult szegregátumok és az itt élő népesség életkörülményei a kutatásom alapját képezik.

A vizsgálat célja Cegléd szegregátumainak megismerése, a központ és a külső területek között kialakult iskolázottsági és életkörülménybeli különbségek meghatározása, valamint a munkaerőpiaci helyzethez kapcsolódó vizsgálatok elvégzése.

2. Irodalmi áttekintés

2.1. Cegléd város

A város lakónépességének száma évről évre csökkenő tendenciát mutat. Ennek alakulását meghatározza fiatalok elvándorlása. A város korösszetételét és természetes szaporodását/fogyását is romló tendenciák jellemzik. A vizsgált időszakban minden évben ez a mutató negatív volt, azaz minden évben kevesebben születnek a városban, mint ahányan meghalnak. Az öregedési index alapján a város és környezete fokozatos előregedést jelez. Miközben a 14 éven aluliak aránya folyamatosan csökken, a 60 évnél idősebb népesség aránya fokozatosan emelkedik, a 15-59 éves korosztálynál pedig egyenletesen alakul. A természetes szaporodás/fogyás negatív egyenlege az elmúlt 10 évben folyamatos. Ezen mutató egyenlegét nem tudja ellensúlyozni a népesség vándorlása, amely stabilan negatív, vagyis a településről évről évre többen költöznek el, mint ahányan betelepülnek. (www.cegled.hu) (www.ksh.hu)

A város épített környezeténél elmondható, hogy a gazdasági tevékenységek ellátásához szükséges infrastruktúra fejlesztésre szorul. Az intézményi infrastruktúra megfelelő a városban, intézményei zöme térségi feladatokat lát el, mint a földhivatal, okmányiroda, társadalombiztosítási intézet, munkaügyi központ és egyéb hivatali intézmények. Biztosított a környező járásba tartozó településekről a közigazgatási intézmények megközelítése autóval és tömegközlekedési eszközzel egyaránt. A város északi részében található ipari park fejlesztési területeinek nagy része elkelt, de a településrész mégsem tud a helyi gazdaság motorjává válni. A város külső peremén található lakóövezetekben szilárd burkolatú út sem épült ki teljesen, sem járda, valamint szennyvízelvezetés sincs, a közszolgáltatások csak a város központibb részében érhetőek el.

Szolgáltatásokat tekintve a város szinte egészében elérhető az internet, a telefon, az áram, a gáz, a víz és csatornahálózat. A város peremén található tanyasi környezetben hiányosabb a szolgáltatásokkal való ellátottság. A sportolni vágyókat a sportcsarnok, több szabadidőközpont, sportegyesületek várják. Turisztikai szolgáltatásokat nyújt a város központjától távolabb lévő

Gyógyfürdő és Szabadidőközpont, a belvárosban fekvő uszoda. Ezeken felül a városban biztosítottak egyéb szolgáltatások, több szépségszalon, autómosók és szervizek, valamint hét különböző bank. A település vezető ágazata a gépipar, a résztvevő cégek nagy szerepet töltenek be a város gazdaságában, több ezer embernek adnak munkalehetőséget. A városban számos különböző profilú kereskedelmi egység működik, nem csak helyi érdekeltségű kisebb-nagyobb vállalkozások, hanem országos szinten működő nagyobb kereskedelmi láncok.

Ökonómia tekintetében a város mezővárosi múltja által, hagyományos mezőgazdasági város, kiemelt termelő ágazatai a borászat, szőlő és egyéb gyümölcsök termesztése, a kertészet, a szántóföldi termelés, a szarvasmarha-, sertés- és juhtenyésztés. A szőlőtermesztés által a bortermelés újra fellendülést mutat, több helyi érdekeltségű borászat is képviselteti magát a településen.

Cegléd iskolaváros, Pest megye délkeleti részének oktatási központja, így nem véletlen az oktatási szolgáltatásokat nyújtó vállalkozások megtelepedése a településen, 2 bölcsőde, 14 óvoda és tagintézményei, 5 általános iskola és tagintézményei, 7 középiskola, 2 alapfokú művészet oktatási intézmény és egy 200 fős kollégium működik a városban. A szolgáltatások a várost területileg nem egyenletesen fedik le, mivel az iskolák legnagyobb része a városközpontban helyezkedik el, kivéve az Örkényi Úti Általános Iskola. Ezáltal akik a település külső övezetében élnek hátrányos helyzetben vannak megközelítés szempontjából.

(www.cegled.hu) (Szűcs,2018)

2.2. Alföldi tanyák

Az alföldi tanya mezővárosok több mint 100 éve kerültek a területi változásokat vizsgálva a hazai társadalomtudományok érdeklődésének központjába. Több szakirodalom is foglalkozik vele, nagy költők és írok kedvelt témája volt műveikben. Ennek legfőbb oka az erőteljes tájálalakítás volt, amelyet az Alföld nagy részén sajátos társadalmi összetételű mezővárosi társadalmak alkottak. 1945-ben földosztások voltak, amely után több 10 ezer tanya keletkezett, 1986-ig ezen tanya térségek települései, teljeskörű építési tilalom alatt álltak. A rendszerváltás után átalakult a földtulajdon, valamint az építési szabályok is változtak, feloldották a külterületi tilalmat, új önkormányzatok jöttek létre. 2000 után több kutatást is végeztek, 2010 után az agrár- és vidék politika is kérdéskörébe helyezte ezt a fajta szórványtelepülésformát. Több éven át tartó olyan hazai forrású tanyafejlesztési programok indultak, amelyek elsősorban a megmaradt tanyák családi gazdaságának a megerősítését és korszerűsítését szolgálták, de segítettek még ezen térségek útfelújításában is. (Csatári et al., 2016) (Szűcs,2018)

Összességében elmondható, hogy bár lényegesen kisebb a külterületi tanya szám a lakosságszámmal együtt, mint azelőtt, ez a településforma ma is létezik az Alföldön és működik csak más keretek között. Az ott élők gazdálkodása, társadalma, életkörülményei, szomszédsághoz való földrajzi kapcsolataik szinte teljesen átalakultak.

3. Anyag és módszer

3.1. Cegléd város tanyás övezete és szegregátumai

A térség és a települése egyaránt nagyon kedvező mezőgazdasági és ökológiai potenciállal bír, jó talajadottságokkal rendelkezik és magas a napsütéses órák száma, valamint jelentősek a gyümölcs és szőlő termesztő kultúrák. A külterületeken a tanyagazdálkodás kialakulásával egy sajátos termelési stílus alakult ki, amely nem csak lakóhelyet adott az embereknek, hanem munkát is. Fejlődési lehetősége a későbbiekben a nagyüzemi gazdálkodás szinte egyedi uralmával a múlt század második felében jelentősen leromlott. A rendszerváltás utáni időszakban a tulajdonviszonyok megváltozásával, a magángazdaságok nagymértékű és fokozatos fejlődési lehetőségeivel ismét felértékelődött ez a külterületi lakott helyként évtizedekig elhanyagolt terület, amely csak akkor tudná kihasználni ismét lehetőségét, ha jelentős mértékű támogatásokat kapna. (www.cegled.hu)

3.2. Szegregáció- szegregátum meghatározása

„Szegregációnak nevezzük azt a jelenséget, amikor egy-egy településen belül a különböző társadalmi rétegek, etnikai csoportok lakóhelye erősen elkülönül egymástól. A szegregáció együtt jár a jövedelmi viszonyok és a települési infrastruktúra lényeges egyenlőtlenségeivel.” (Andorka, 1997)

A Településiügyi Kézikönyv meghatározása alapján a járasszékhelyeken az az összefüggő városrész tekinthető szegregátumnak, ahol legalább 50 fő lakos él, és a legfeljebb általános iskolát végzettek, és a rendszeres munkajövedelemmel nem rendelkezők aránya az aktív korú népességben belül (15-59 év) legalább 35%. (Schuchmann et al., 2015)

3.3. Kutatás módszertan

A kutatásom módszertana 2 fő részből épül fel, szekunder kutatással és primer kutatással dolgoztam. A szekunder vizsgálat során a TEIR, KSH és különböző EU-s adatbázisok segítettek a munkámat. A primer kutatásnál a szegregátumokban megfigyelésen alapuló vizsgálatot végeztem és strukturált interjúval dolgoztam, a város többi részében kérdőíves kutatást végeztem internetes lekérdezés formájában, valamint személyes interjút készítettem a település Foglalkoztatási Osztályának vezetőjével.

Az internetes lakossági kérdőívemet 119-en töltötték ki, fontos volt számomra, hogy a ceglédi lakosságot kérdezzem meg, hiszen ők ismerik legjobban a település összetételét és adottságait. A kérdőív nyitott és zárt kérdésekből tevődött össze, a téma felépítését tekintve a munkaerőpiaci helyzetre (foglalkoztatottság és munkanélküliség a kitöltők között), a településen az elegendő munkahely meglétére, a munkaerőpiac keresletére és kínálatára tért ki. A kérdőív utolsó fejezete kitér a szegregátumokban élők élethelyzetére, és ezen területek állapotának megítélésére. A

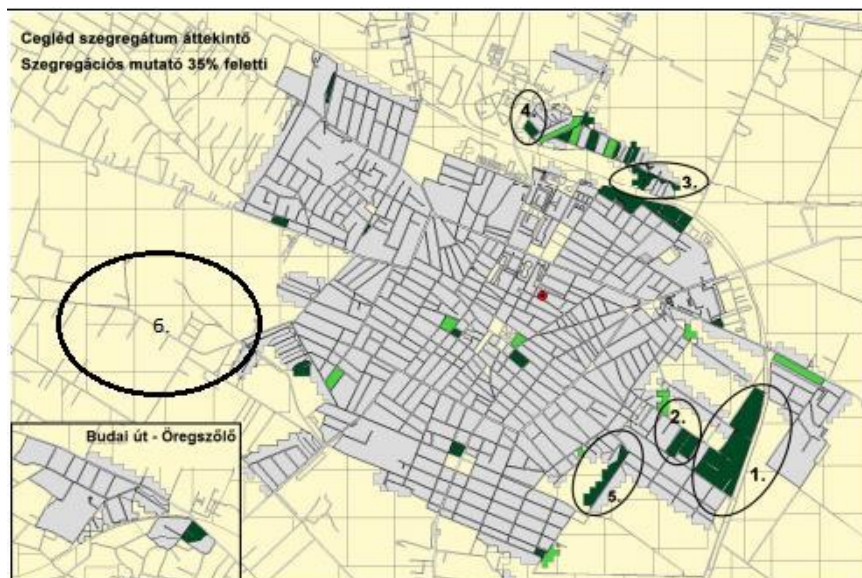
kitöltők több mint 75%-a a településen él már születése óta, a megkérdezettek 69,7%-a foglalkoztatott, és ezen belül megközelítőleg 30%-ban a településen van munkája.

A településen 6 szegregátumban és egy erősen szegregálódó településegységben készített strukturált interjúknál fontos szempont volt, hogy minden szegregátumban készüljön 1 interjú legalább, de a Kernács telepen sajnos nem sikerült interjú alany hiányában, összesen 7 kitöltőm volt. A megfigyelésen alapuló vizsgálatnál a körülmények lejegyzése volt az elsődleges szempont, fotódokumentációk készítésével kiegészítve az itt végzett kutatást. (Szűcs, 2018)

4. Eredmények

A szekunder kutatásom alapján elmondható, hogy a település határában több jól lehatárolható területen magas a legfeljebb általános iskolát végzett és rendszeres munkajövedelemmel nem rendelkező aktív korú népesség aránya. Társadalmi-környezeti adottságait vizsgálva jelentős különbségek jelentkeznek a belterületi városrészek és a külterületek között. A nem megfelelő szociális helyzet egyik fő oka, hogy az egyedülálló foglalkozás nélküliek, valamint a munkanélküli családfőkkel rendelkező családok aránya nagyon magas értékben jelentkezik ezekben a lakóterekben. A legnagyobb szegregátum Ugyer az ott élő lakosságot tekintve, és ez az egyik szegregátum, amely megőrizte múltban kialakult tanyasi jellegét, a többi szegregátum jellemzően jobban betelepült, nem magas az elszórt házak aránya. A Budai úti „Öregszőlő” nem tartozik hivatalosan a szegregátumok közé, de erősen szegregálódó terület, így szerettem volna kutatásomat itt is elvégezni. (www.cegled.hu) (Schuchmann-Varga 2015)

1. ábra. Cegléd szegregátumai



Forrás: www.ksh.hu

Cegléd szegregátumaiban lévő népesség és ingatlanok száma a 2011-es népszámlálási év adatai alapján:

1. szegregátum: 104 fő lakó, 21 db ingatlan,
2. szegregátum: 211 fő lakó, 42 db ingatlan
3. szegregátum: 60 fő lakó, 17 db ingatlan
4. szegregátum: 53 fő lakó, 13 db ingatlan
5. szegregátum: 132 fő lakó, 46 db ingatlan
6. szegregátum: 912 fő lakó tanyás övezetben (ingatlanok száma nem meghatározott)
7. Budai út: Öregszőlő: 4597 fő lakó, 1867 db ingatlan

Az életkörülmények és iskolázottság meghatározása mellett fontos szempont volt a munkaerőpiaci helyzet felmérése, hiszen az egész kutatásom alapját ez képezi. A szegregátumban és szegregálódó területeken egyaránt elmondható, hogy alacsony a foglalkoztatottak aránya, magas a munkanélküliség, valamint magas a tartós munkanélküliek aránya a város központibb területeihez viszonyítva.

1. táblázat. Cegléd szegregátumainak munkaerőpiaci helyzete

Mutató	Cegléd összesen	1. szegr.	2. szegr.	3. szegr.	4. szegr.	5. szegr.	6. szegr.
Foglalkoztatottak aránya a 15-64 éves népességben belül	55,90%	23,10%	25,50%	37,80%	26,80%	29,40%	na.
Munkanélküliek aránya	12,10%	29,40%	22,20%	22,20%	45,00%	27,80%	26,70%
Tartós munkanélküliek aránya (legalább 360 napos munkanélküliek)	6,60%	29,40%	16,70%	16,70%	25,00%	19,40%	15,80%

Forrás: Saját szerkesztés a www.ksh.hu adatai és (Szücs,2018) által, 2019

Az munkaerőpiaci helyzethez kapcsolódó mutatók vizsgálatánál elmondható, hogy mindegyiknél rossz értéket tapasztaltam a 2005-2015-ös időszakot vizsgálva. A tartós munkanélküliek aránya minden évben magas, 2015-ben eléri a csúcspontot több mint 66%-ot, amivel az összes általam vizsgált többi területi egységet meghaladja. A munkanélküliségi ráta úgyszintén magas minden évben, a vizsgált időszakban 2012-ben a legmagasabb több mint 8%, amellyel a megyei és régiós átlagot is meghaladja.

Cegléd gazdasági helyzetét legnagyobb mértékben a város fekvése határozza meg. A város a szűkebb térségnek járási, gazdasági, és foglalkoztatási központja, azonban sok helyben lakó

számára nehézséget okoz, hogy a városban találjon munkát, ezért megnőtt az ingázások száma. Hiányzik a településen a fejlett nagyvállalkozások betelepülése, ha bár található néhány sikeres cég, a helyi vállalkozások nem tudnak megjelenni igazán a piacon. A helyi termelők piaci nehézségekkel küzdenek, hiába tudják megtermelni a jó minőségű és megfelelő mennyiségű terményt, további feldolgozásra lenne szükség, amihez nincsen feldolgozó üzem. A vállalkozások számának bővülése folyamatos az utóbbi években, de nem tudnak tőkeerősök maradni, az országos és egyéb területi szinteket vizsgálva jelentős negatív eltérés tapasztalható. A 2011-es népszámlálási adatok alapján a regisztrált gazdasági vállalkozások számában erősen a mezőgazdaság a húzó ágazat, ezt követi a kereskedelem és gépjárműjavítás, majd az ingatlanügyletek.

Kevés a városban az elérhető szakképzett munkaerő, amely nehezíti az új vállalkozások betelepülését, városba vonzását, valamint a helyi vállalkozások fejlődését. További nehézséget jelent az a tény is, hogy bár a város iskolaváros, magas a középfokú és alacsonyfokú oktatási intézmények száma, de egyetlen egy felsőoktatási intézmény sem található a településen, kihelyezett képzési helyként sem. A város önkormányzata az utóbbi években nem tudott gazdaságfejlesztő lépéseket megtenni (adóterhek, adminisztrációs nehézségek). (www.cegled.hu) (www.ksh.hu) (www.teir.hu) (Szűcs,2018)

Primer kutatásom során a lakossági lekérdezésnél a településen lévő munkalehetőségek kérdéskörét vizsgáltam és a foglalkoztatottságot. A megkérdezettek 6-os skálán 3-ra értékelték az elegendő munkalehetőség kérdését a településen több mint 35%-ban. Az önkormányzat beavatkozását a munkanélküliség csökkentésére elősegítésére úgyszintén 6-os skálán 3-ra értékelték több mint 40%-ban. Az elérhető munkalehetőségek körében a gyári, nagyüzemi munkát szavazták meg a legtöbben 76%-ban, majd ezt követte az üzletben, áruházban elérhető munkalehetőségek köre. Az utolsó témakörben a szegregátumok kérdéskörét vizsgáltam, a válaszadók több mint 90%-a szerint a szegregátumban élők nem kapják ugyanazt az életminőséget, mint a város központibb részében élők.

A személyes interjúm a Foglalkoztatási Osztály vezetőjével fontos volt számomra, mert szerettem volna vizsgálatomat hivatali szemszögből is alátámasztani. Megítélése szerint 2017-től javuló tendenciák várhatóak a munkanélküliségi kérdésben. Rengeteg a munkaerőhiányos szakma, ezek között is kiemelendő a hegesztés és az építőipar. Az operátori munkák nagyon népszerűek a településen. A hivatali osztály különböző szakképzettséget adó oktatási programokat indít az elmúlt években, valamint állásbörzét szerveznek, ezáltal a munkanélküliek lehetőséget kapnak, hogy könnyebben találjanak munkát maguknak. A vezető asszony szerint a szegregátumoknak nincsen hozzájárulásuk a magas munkanélküliségi értékhez.

A strukturált interjúnál és a megfigyelésen alapuló kutatásomnál, amit a szegregátumokban végeztem elmondható, hogy a legtöbb helyen nagyon rossz körülményeket tapasztaltam. Az egy háztartásban élők száma magas, és jellemző a munkanélküliség sajnos több esetben a

családfőt tekintve. A lakóházak nagyobb része elhanyagolt, romos, sok helyen kerítés sem volt, a közművek több eleme nem mindenhol volt elérhető. Alacsony az iskolázottság a megkérdezettek között. Az oktatással kapcsolatosan legfőbb okát képezi számukra, hogy nincsen ezeken a területeken oktatási intézmény kivéve Ugyerban, ahol 1 óvoda és 1 általános iskola is működik kihelyezett képzési helyként. Az ott élők a többi szegregátumot rosszul ítélik meg, vagy egyáltalán nem is ismerik, még a sajátjukat sem tudják sok esetben megítélni. A halmozottan hátrányos helyzetűeknek az állami támogatásokon felül több típus önkormányzati támogatás is jár, ezek közül kiemelném Ugyert, ahol minden nap 1 adag meleg étkezést kapnak. Az interjúk végén fejlesztési javaslataikra is kíváncsi voltam, voltak természetesen, teljesen reálisak, senkitől nem kaptam olyan válaszlehetőséget, amely nem lehetne reálisan megvalósítható vagy nagyon költségigényes lenne. Az itt található hátrányos helyzetű háztartásokban a legnagyobb nehézséget nem az életkörülmények jelentik, amiben élnek, az elszigeteltség, hanem leginkább a közszolgáltatások hiányával és az infrastruktúra állapotával van problémájuk. (Szűcs, 2018)

5. Következtetések javaslatok

A város központi területében végzett folyamatos fejlesztések hatására a centrum övezetében dinamikusan fejlődő képet láthatunk. Sajnos, akik a településen élnek ők sem ismerik település árnyékos oldalát, a szegregált területeket. Az eredményeim alapján elmondható, hogy a település központi és külterületi részén élők egyaránt rosszul ítélik meg a külső területet. A megfigyelésem alapuló vizsgálatom alátámasztotta, hogy a szegregátumban élők átlagon aluli körülmények között élnek, és ezek a területek évről évre rosszabb helyzetben vannak.

A magas munkanélküliség egy összetett probléma a város életében, olyan különböző fejlesztési és munkanélküliség csökkentési stratégiákra lenne szükség, amelyek kifejezetten ezzel a téma területtel foglalkoznak, és a szegregátumok kérdéskörét is érintenék. A helyi termelők hiába tudják megtermelni a jó minőségű és mennyiségű terményt és termékeket, további feldolgozásra, termelői és feldolgozó üzemek kiépítésére lenne szükség. A felsőoktatási intézmény hiánya miatt kevesebb a szakképzett munkaerő, viszont ha lenne, akkor növekedhetne a felsőfokú végzettség aránya és a helyben tartás is megvalósulhatna utána.

Az iskolai képzettség hiánya miatt további oktatásba való bevonás szükséges. A hiányszakmák jelenlétét leginkább úgy kellene áthidalni, hogy megismertetik az álláskeresőkkal ezeket. Az állásbörzék kiváló kezdeményezések, több alkalommal és több lehetőséggel lehetne hosszútávon értékteremtővé tenni.

A szegregátumokban a rossz úthálózatot és közvilágítás hiányát infrastruktúra fejlesztésével lenne szükséges javítani. A tanyás szegregátumban magas a betörések és lopások száma, a közbiztonság erősítése nagyon fontos lenne ezeken a területeken. Az alacsony iskolázottsági szint orvoslásánál a továbbképzések jó lehetőségek, viszont magas a hátrányos helyzetűek aránya, így könnyű hozzáférhetővé kellene biztosítani számukra. Az önkormányzati

támogatások mértékének csökkentése egy nagyon lényeges szempont, ezek nem munkára ösztönzőek az álláskeresők számára. Összeségében elmondható, hogy egy általános motiváció hiány áll fent ezeken a területeken az életkörülményekkel együtt, amelyet különböző település fejlesztési programok általi stratégiák kialakításával lehetne javítani, ezáltal az elzárkózottság is csökkenthetne.

Hivatkozott források

Andorka R. (1997), Bevezetés a szociológiába, Osiris kiadó, 570p.

Cegléd város honlapja (www.cegled.hu)

Csatári B.-Farkas J. Zs.- Kovács A.D.- (2016), Egy alföldi tanyás mezőváros terének dinamikus változásai Kecskemét példáján, forrás: http://www.regscience.hu:8080/jspui/bitstream/11155/1175/1/csatari_alfoldi_2016.pdf

Központi Statisztikai Hivatal (www.ksh.hu)

Schuchmann P.-Károlyi J.- Varga E. felelős tervezők (2015) PESTTERV Kft.: Cegléd Integrált Településfejlesztési Stratégiája, Megalapozó vizsgálat- Helyzetértékelés, a KMOP-6.2.1/K-13-2004-0002 „Közép-Magyarországi Operatív Program- Fenntartható településfejlesztés a kis- és középvárosokban- Integrált Településfejlesztési Stratégiák kidolgozása”, 112.p.

Schuchmann P.-Varga E. felelős tervezők (2015) PESTTERV Kft.: Cegléd Integrált Településfejlesztési Stratégia, a KMOP-6.2.1/K-13-2004-0002 „Közép-Magyarországi Operatív Program- Fenntartható településfejlesztés a kis- és középvárosokban- Integrált Településfejlesztési Stratégiák kidolgozása”, 151.p.

Szűcs R. (2018), Cegléd munkaerőpiaci helyzete, TDK pályamunka, SZIE-GTK Gödöllő, Tudományos Diákköri Konferencia

TEIR (www.teir.hu)

A tanulási görbe ÁKFN struktúrára gyakorolt hatásának vizsgálata

Tamás Alexandra¹ – Koltai Tamás²

Összefoglalás

Jelen tanulmány célja a termelési és szolgáltatási folyamatoknál jelentkező tanulási folyamat Ár-Költség-Fedezet-Nyereség (ÁKFN) struktúrára gyakorolt hatásának bemutatása és e hatás menedzsment következményeinek vizsgálata. A tanulmány bemutatja, hogy a tanulási görbe bevezetésével a hagyományos ÁKFN struktúra módosul, a változó költségfüggvény linearitása megszűnik. Különböző tanulási görbe modellek alkalmazása során a változó költségfüggvény eltérő alakot ölt, melynek következtében a fedezeti ponthoz szükséges gyártási mennyiség és a végső profit értéke is megváltozik. Menedzsment szempontból fontos a vállalatokban lezajló tanulási hatás feltérképezése és a megfelelő modellek kiválasztása a termelés- és szolgáltatásmenedzsment jellegű döntések helyes meghozatala érdekében.

Kulcsszavak: tanulási görbe, tanulási hatás, ÁKFN struktúra, költség- és nyereségszámítás

JEL kód: M11

1. Bevezetés

A termelés- és szolgáltatásmenedzsmentben évtizedek óta ismert tanulási hatás lényege, hogy a legyártott termék, illetve elvégzett feladat kumulatív mennyiségének növekedésekor a fajlagos gyártási, illetve végrehajtási idő meghatározott törvényszerűség szerint csökken. A csökkenést leíró függvényt nevezzük tanulási görbének. Számos tanulási görbe modell jelent meg a szakirodalomban és egyre több termelési és szolgáltatási döntés esetén vélik felfedezni a tanulási hatás jelentőségét.

A tanulmányban először áttekintjük a termelés- és szolgáltatásmenedzsmentben leggyakrabban alkalmazott tanulási görbe modelleket, valamint a modellek jellemző paramétereit. Bemutatjuk a különböző modellekhez tartozó fajlagos költségfüggvényeket, illetve hogy e költségfüggvények alakjában megfigyelhető eltérések miként befolyásolják az ÁKFN struktúrában szereplő függvények alakját. A tanulási görbéknek a fedezeti pont helyére és a profitra gyakorolt hatását konkrét példák segítségével illusztráljuk. Végül összefoglaljuk a tanulmány főbb eredményeit.

¹ PhD hallgató, egyetemi tanársegéd, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem, Menedzsment és Vállalkozásgazdaságtan Tanszék, Budapest, tamasa@mvt.bme.hu

² PhD, egyetemi tanár, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem, Menedzsment és Vállalkozásgazdaságtan Tanszék, Budapest, koltai@mvt.bme.hu

2. Tanulási görbe modellek áttekintése

2.1. Az alapmodell

A tanulási görbe jelenségét elsőként Wright írta le 1936-ban. Megfigyelései alapján megfogalmazta a tanulási hatás lényegét: ahogy a legyártott termék kumulatív mennyisége növekszik, úgy a fajlagos munkaórák száma, s így az előállításához szükséges fajlagos költség meghatározott arányban csökken. (Wright, 1936)

Wright modelljét log-lineáris alapmodellként is nevezi a szakirodalom. A Wright által leírt modell a következő:

$$Y(Q) = aQ^b \quad (1)$$

ahol $Y(Q)$ a feladat Q -adik végrehajtásához szükséges költség, a a feladat első végrehajtásához szükséges költség, Q az elvégzett feladat kumulált mennyisége, $b \leq 0$ pedig a végrehajtott feladatok számának növekedésével összefüggő költségcsökkenést leíró paraméter. A b paraméter értéke megadható a következő módon:

$$b = \frac{\log L}{\log 2} \quad (2)$$

ahol L a tanulási ráta. Minél alacsonyabb a tanulási ráta értéke, annál magasabb tanulási hatással számolhatunk.

Wright tanulási görbéje alkalmazható mind az idő, mind a költségek csökkenésének leírására. Ez az egyszerű, de a gyakorlatban jól használható modell azonban számos tényezőt figyelmen kívül hagy. (Lolli et al, 2016) Ilyen a költségcsökkenés stabilizációja, a korábbi munkatapasztalatok költségcsökkentő hatása, valamint a folyamatban felhasználásra kerülő erőforrások összetétele. Ezen hiányosságok kiküszöbölésével újabb tanulási görbe modellek jelentek meg.

2.2. További tanulási modellek

Az alapmodellt továbbfejlesztő tanulási görbe modellek bemutatásával számos tanulmány foglalkozik, pl. Yelle (1979) vagy Grosse et al. (2015). A *Plateau modell* szerint a tanulási hatás nem tart örökké, egy adott szintig csökkenhet csak a fajlagos gyártási költség, ezt követően beáll egy stabil állapot. (Baloff, 1971) A modell a következőként írható fel:

$$Y(Q) = \begin{cases} aQ^b & \text{ha } Q > Q_s \\ C & \text{ha } Q \leq Q_s \end{cases} \quad (3)$$

ahol C fejezi ki a Q_s mennyiséghez tartozó stabil állapot elérése utáni állandó fajlagos költséget. A görbe két szakaszra bomlik, az első fázisban az alapmodell szerinti költségcsökkenés történik, míg a második fázisban a fajlagos költség állandó.

A *Stanford B modell* figyelembe veszi a korábbi munkatapasztalatokat. A modell szerint létezik egy $B > 0$ érték, amely tartalmazza azokat a munkafolyamatokat, amelyek ugyanolyan vagy hasonló feladatok elvégzéséhez kapcsolódnak, mint az aktuális feladat és így egy bizonyos szintű tudást, tapasztalatot hordoznak. (Badiru, 1992) A modell a következőképpen fogalmazható meg:

$$Y(Q) = a(Q + B)^b \quad (4)$$

De Jong (1957) modellje megkülönbözteti a manuális és automatizált folyamatokat, ezért a gyártási idő így két részre oszlik. Az egyik felénél érvényesül a tanulási hatás, míg a másik fele egy konstans érték marad az állandó idejű gépi folyamatoknak köszönhetően. A modell az alábbi módon írható fel:

$$Y(Q) = a[M + (1 - M)Q^b] \quad (5)$$

Az M tényező ($0 \leq M \leq 1$) értéke a gyártás automatizáltságának fokától függ: minél nagyobb az M , annál jobban gépesített a folyamat és annál kisebb a tanulás hatása.

Az *S-görbe modell* a *Stanford B* és a *De Jong* modell jellegzetességeit kombinálja, vagyis egyaránt figyelembe veszi a korábbi munkatapasztalatokat, valamint a gyártási folyamat automatizáltsági fokát. (Carlson, 1973) A modell neve abból ered, hogy a görbe logaritmikus skálán való ábrázolásakor S alakot ölt. Egyenlete a következő:

$$Y(Q) = a[M + (1 - M)(Q + B)^b] \quad (7)$$

3. Az ÁKFN struktúra változásai

A különböző menedzseri döntések várható gazdasági következményének vizsgálatára alkalmas módszer az ÁKFN elemzés. (Ladó, 1981) Egy vállalat akkor használja az ÁKFN elemzést, amikor azt szeretné meghatározni, hogy a költségekben vagy az előállított mennyiségben bekövetkező változások milyen hatással lesznek a működési költségekre és a profitra. A modell egyik alapvető feltételezése szerint a fajlagos változó költség konstans. E feltételezés eredményeként a hagyományos ÁKFN struktúra költségfüggvényei lineárisak. Abban az esetben, amikor a tanulási hatást figyelembe vesszük, a linearitás feltételezése nem helytálló.

A továbbiakban bemutatásra kerülő elemzések az alábbi adatokra épülnek:

Alapadatok:

- Gyártott termékek száma: 150 db
- A gyártás fajlagos költsége: 35.000 Ft/db
- A termék eladási ára: 60.000 Ft/db
- Fix költség: 2.500.000 Ft

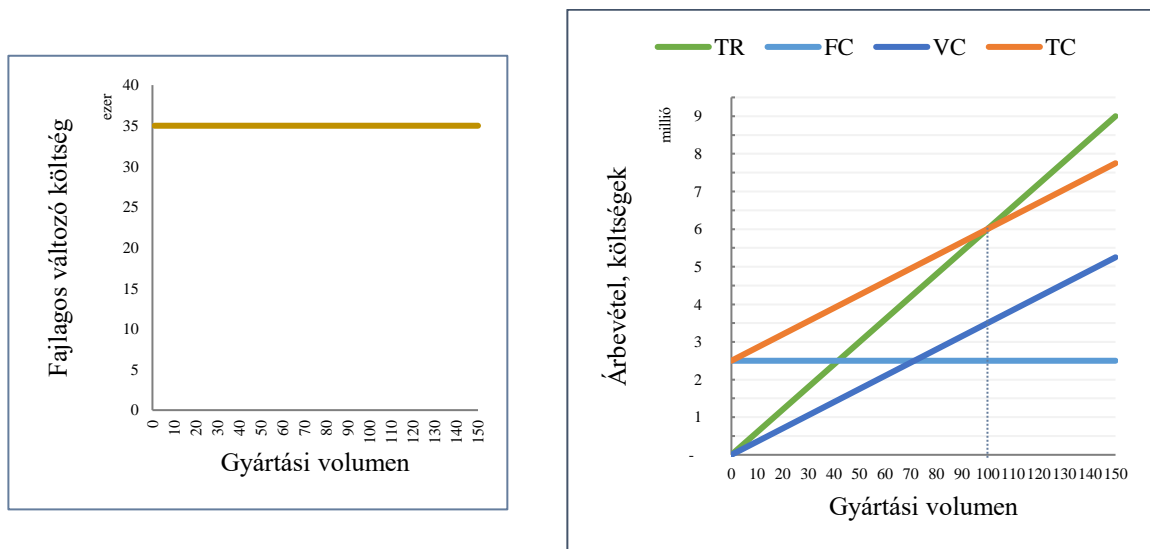
Tanulási görbe paraméterek:

- $L = 0,9$; $b = -0,152$
- $C = 22.500$ Ft/db
- $B = 10$
- $M = 0,6$

3.1. A hagyományos ÁKFN struktúra

Az 1. ábrán két, egymáshoz szorosan kapcsolódó diagram látható. Az első diagramon a hagyományos ÁKFN modell szerinti konstans fajlagos változó költségfüggvény került ábrázolásra. A második diagram tartalmazza a fenti alapadatok felhasználásával számított bevételt, változó költséget, a teljes költség függvényt, valamint a fix költséget. Mivel a fajlagos változó költségfüggvény konstans, az ÁKFN modellben szereplő változó költségfüggvény lineárisan növekvő.

1. ábra. A konstans fajlagos változó költségfüggvény és a hagyományos ÁKFN struktúra



Jelmagyarázat: TR: teljes bevétel függvény, FC: fix költségfüggvény, VC: változó költségfüggvény, TC: teljes költségfüggvény

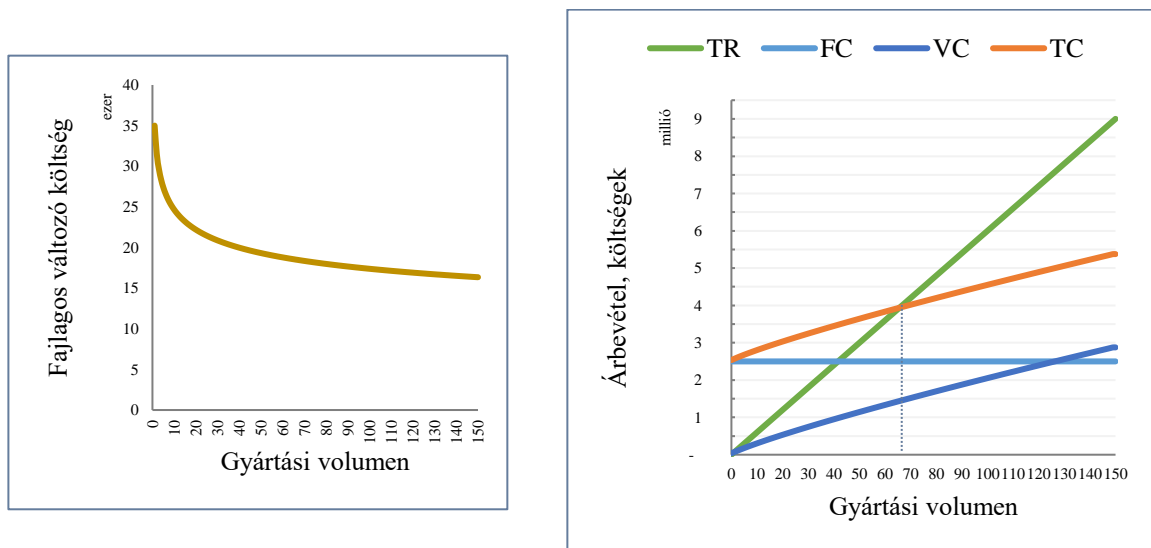
Ebben az esetben a fedezeti pont eléréséhez szükséges gyártási mennyiség $Q=100$ db, a nyereség pedig 1.250.000 Ft.

3.2. Wright modell hatása

A Wright modell alkalmazásakor a tanulási görbe paraméterek közül kizárólag a tanulási ráta és a b érték került felhasználásra az alapadatok mellett. Meghatároztuk a modell fajlagos változó költségfüggvényét, majd ennek felhasználásával módosítottuk a 3.1. fejezetben bemutatott ÁKFN struktúrát.

A 2. ábra első felében látható, hogy a korábban 35.000 Ft értékű konstans változó költségfüggvény egy exponenciálisan csökkenő függvénnyé alakul, amely a 35.000 Ft-os értéktől indulva csökkenő mértékben csökkenő tendenciát mutat. Ennek következményeként az ÁKFN struktúrában szereplő változó költségfüggvény sem őrzi meg linearitását, hanem egy csökkenő mértékben növekvő függvény képét veszi fel, amely meghatározza a teljes költségfüggvény alakját is. A teljes bevétel és teljes költségfüggvény metszéspontja így kisebb mennyiségnél lesz, a fedezeti pont a $Q=66$ -os gyártási mennyiségnél található, a nyereség pedig megnő 3.625.000 Ft-ra.

2. ábra. Fajlagos változó költségfüggvény és ÁKFN struktúra a Wright modellben



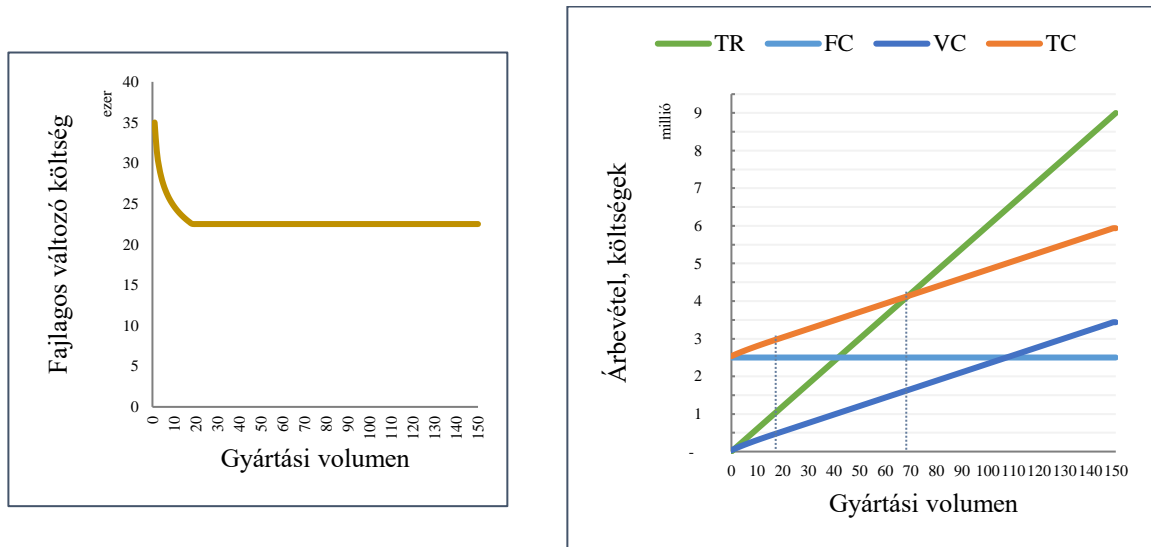
Jelmagyarázat: TR: teljes bevétel függvény, FC: fix költségfüggvény, VC: változó költségfüggvény, TC: teljes költségfüggvény

3.3. Plateau modell hatása

A Plateau modell alkalmazásakor feltételeztük, hogy a technológiai korlátok miatt a fajlagos változó költség nem csökkenhet 22.500 Ft alá. Ennek a feltételnek a következtében a 3. ábrán látható fajlagos változó költségfüggvény alakja megtörik, a költségcsökkenés a 19. darab legyártása után megszűnik és a fajlagos költség stabilizálódik 22.500 Ft-os értéken.

A stabilizáció következtében az ÁKFN struktúrában szereplő költségfüggvények képe is megtörik. A változó, így a teljes költségfüggvény a 19. darab legyártásáig csökkenő mértékben növekvő függvényként viselkedik, míg a 19. darab után lineárisan növekvő függvénnyé válik. A fedezeti pont ebben az esetben a $Q=69$ -os gyártási mennyiségnél található, a profit összege pedig 3.063.000 Ft.

3. ábra. Fajlagos változó költségfüggvény és ÁKFN struktúra a Plateau modellben

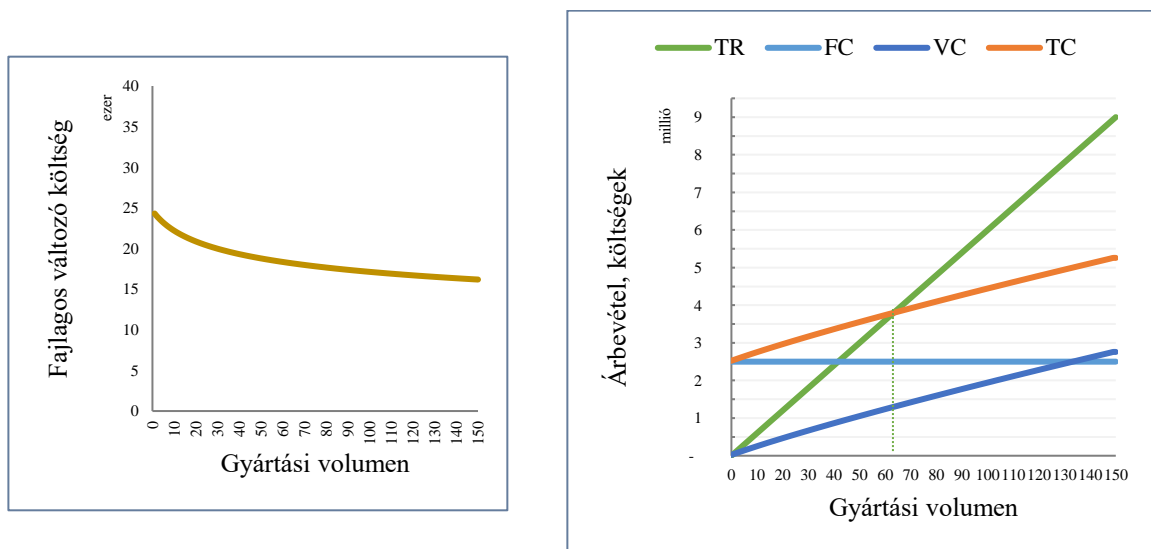


Jelmagyarázat: TR: teljes bevétel függvény, FC: fix költségfüggvény, VC: változó költségfüggvény, TC: teljes költségfüggvény

3.4. Stanford B modell hatása

A Stanford B modell a tanulási görbe paraméterek közül a tanulási rátát és a B értéket, vagyis a korábbi munkatapasztalatok súlyát használja fel. A B paraméter jellemző értéke 1 és 10 között helyezkedik el, a jobb szemléltetés érdekében a 10-es értéket választottuk.

4. ábra. Fajlagos változó költségfüggvény és ÁKFN struktúra a Stanford B modellben



Jelmagyarázat: TR: teljes bevétel függvény, FC: fix költségfüggvény, VC: változó költségfüggvény, TC: teljes költségfüggvény

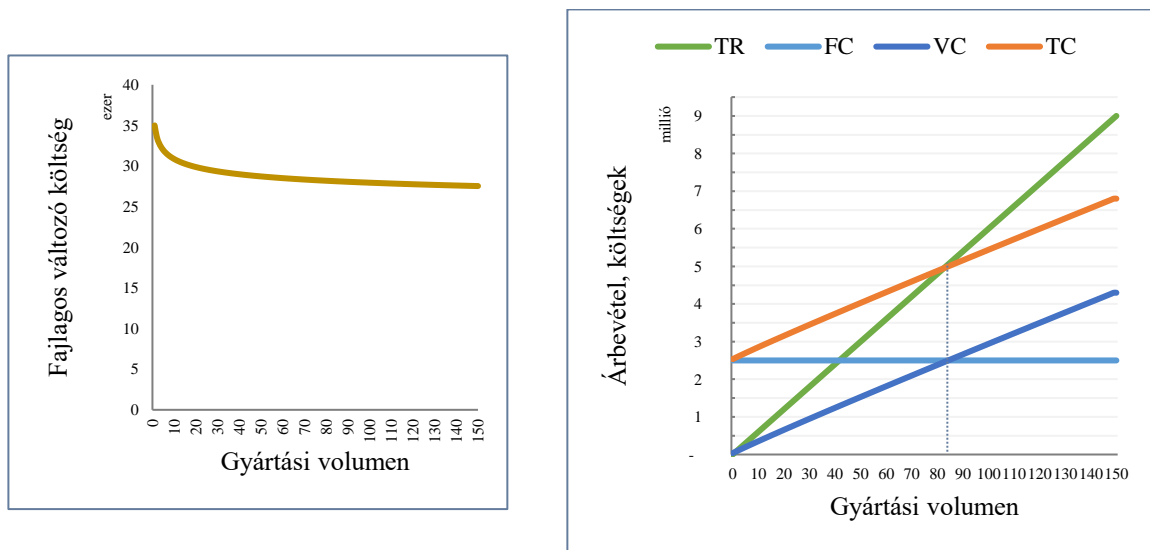
A 4. ábrán látható a modell hatása a fajlagos változó költségfüggvényre. Korábban minden esetben 35.000 Ft-ról indult a fajlagos költségfüggvény, most viszont körülbelül 23.000 Ft-os kezdeti értéket tapasztalunk. Ez annak köszönhető, hogy a korábbi munkatapasztalatok figyelembe vétele a tanulási görbe kezdőpontját, a kezdeti költségeket csökkenti. A 4. ábra

második felében látható a módosult ÁKFN diagram, amelyben a költségfüggvények a Wright modellhez hasonlóan viselkednek, viszont kisebb meredekséggel növekednek. A fedezeti pont eléréséhez szükséges mennyiség $Q=62$ db-ra módosul, a nyereség pedig 3.742.000 Ft.

3.5. De Jong modell hatása

A De Jong modell alkalmazása során megvizsgáltuk, hogy miként módosul az ÁKFN struktúra, ha a gyártási folyamat automatizáltságának szintjét figyelembe vesszük. Az automatizáltság fokaként $M=0,6$ értéket feltételeztünk.

5. ábra. Fajlagos változó költségfüggvény és ÁKFN struktúra a De Jong modellben



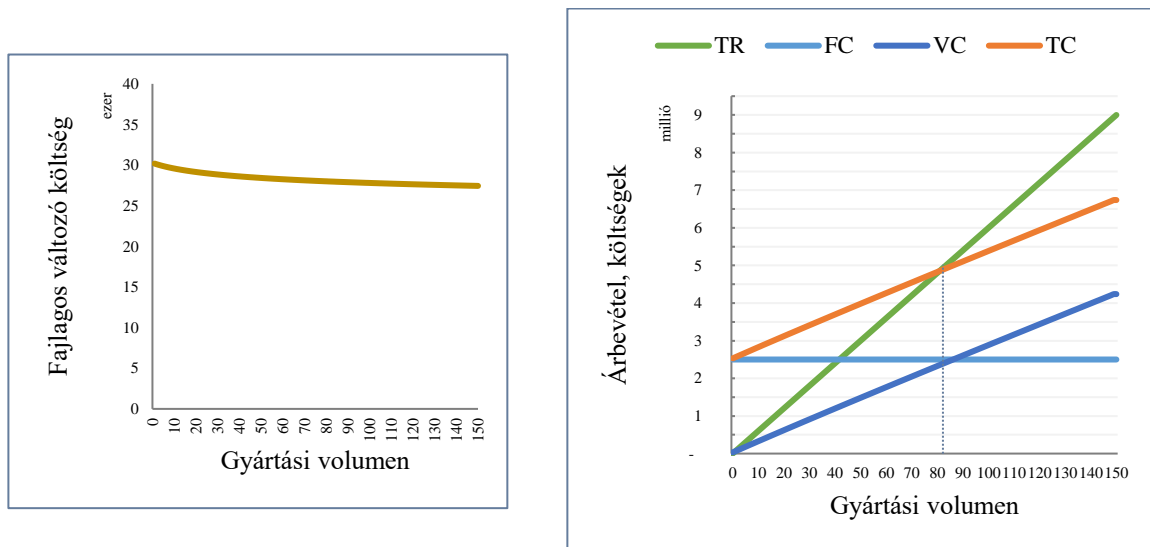
Jelmagyarázat: TR: teljes bevétel függvény, FC: fix költségfüggvény, VC: változó költségfüggvény, TC: teljes költségfüggvény

Az 5. ábra a tanulási hatás részleges érvényesülését szemlélteti. A fajlagos változó költségfüggvény nem mutat számottevő csökkenést, 27.500 Ft körül alakul a legalacsonyabb fajlagos költség. A kismértékben módosuló ÁKFN struktúrában $Q=83$ db-nál található a fedezeti pont. A profit pedig a tanulást is figyelembe vevő modellek közül most a legalacsonyabb, 2.200.000 Ft.

3.6. S-görbe modell hatása

Az S-görbe modell a két előző modell tulajdonságait és paramétereit kombinálja, tehát figyelembe veszi a korábbi munkatapasztalatokat és a folyamat automatizáltsági fokát is. A 6. ábrán látható, hogy a fajlagos változó költségfüggvény a B érték bevonása miatt nem az eredeti 35.000 Ft-ról indul, hanem egy alacsonyabb értékről. Közelítőleg 30.000 Ft-os kezdeti költséggel számolhatunk. Az M érték figyelembe vétele pedig abban nyilvánul meg, hogy a görbe sokkal laposabb, a költségcsökkenés kismértékű, közelítőleg 27.500 Ft ebben az esetben is a legalacsonyabb fajlagos költség. A fedezeti pont a $Q=81$ db-os gyártási mennyiségnél található, a modellben elérhető profit pedig 2.247.000 Ft.

6. ábra. Fajlagos változó költségfüggvény és ÁKFN struktúra az S-görbe modellben



Jelmagyarázat: TR: teljes bevétel függvény, FC: fix költségfüggvény, VC: változó költségfüggvény, TC: teljes költségfüggvény

4. Következtetések és javaslatok

A különböző tanulási görbe modellek alkalmazásából eredő változások bemutatása alapján arra a következtetésre juthatunk, hogy tanulási hatás esetén a hagyományos költségfüggvények linearitása megszűnik, a lineáristól való eltérés nagyságát a tanulás mértéke és jellege határozza meg. A fajlagos változó költségek csökkenéséből eredő változások az ÁKFN struktúrában egyrészt érintik a költségfüggvények alakját, másrészt pedig a fedezeti pont helyét és a profit nagyságát. Azoknál a vállalatoknál, amelyeknél a tanulás jelen van, érdemes a tervezés során figyelembe venni a tanulás költségekre kifejtett hatását, mert sok esetben túlbecsülhetjük a fedezeti ponthoz tartozó mennyiséget, és ennek következtében alábecsülhetjük a várható profitot. Menedzsment szempontból fontos kérdést vet fel, hogy melyik modell alkalmazása célszerű. Erre a kérdésre nincs egy általánosan adható válasz. A megfelelő modell kiválasztása függ a vállalat technológiai jellemzőitől és munkaszervezési módszerektől egyaránt. A tanulási görbe gyakorlati alkalmazását azonban elősegíti az a tény, hogy a korszerű számítástechnikai eszközök ma már lehetővé teszik a tevékenységek idejének pontos rögzítését és a tanulási görbe alakjának és paramétereinek gyors meghatározását.

Hivatkozott források

Badiru, A. B. (1992) Computational survey of univariate and multivariate learning curve models, IEEE Transactions on Engineering Management, 39. évf. 2. szám, pp. 176-188.

Baloff, N. (1971) Extension of the Learning Curve — Some Empirical Results, Journal of the Operational Research Society, 22. évf. 4. szám, pp. 329-340.

Carlson, J. G. H. (1973) Cubic learning curves: precision tool for labor estimating, *Manufacturing Engineering & Management*, 71. évf. 5. szám, pp. 22-25.

De Jong, J. R. (1957) The Effects of Increasing Skill on Cycle Time and Its Consequences for Time Standards, *Ergonomics*, 1. évf. 1. szám, pp. 51-60.

Grosse, E. H. – Glock, C. H. – Müller, S. (2015) Production economics and the learning curve: A meta-analysis. *International Journal of Production Economics*, 170. évf. B szám, pp. 401-412.

Ladó, L. (1981) *Teljesítmények és ráfordítások (tervezés, mérés, értékelés)*. Budapest, Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó

Lolli, F., Messori, M., Gamberini, R., Rimini, B., Balugani, E. (2016) Modelling production cost with the effects of learning and forgetting, *IFAC-PapersOnLine*, 49. évf. 12. szám, pp. 503-508.

Yelle, L. E. (1979) The Learning Curve: Historical Review and Comprehensive Survey, *Decision Sciences*, 10. évf. 2. szám, pp. 302-328.

Wright, T. P. (1936) Factors Affecting the Cost of Airplanes. *Journal of the Aeronautical Sciences*, 3. évf. 4. szám, pp. 122-128.

Fogyasztói magatartás vizsgálata forgalmazói szemmel a laboratóriumi piac tükrében

Tolnay Anita¹ – Koris András²

Összefoglalás

Kutatási témánk a laboratóriumi területen dolgozó ügyfelek fogyasztói/beszerzői magatartásának és vásárlási döntéshozatalának teljeskörű vizsgálata, figyelembe véve a laboratóriumi műszerforgalmazó cégek értékesítési szakembereinek intézményi szerepének sikerességét a beszerzési folyamat során, valamint a laboreszköz gyártók piaci jelenlétének meghatározó aspektusait. Kutatási területünk egy speciálisan szűk és tudományos szervezeti piac részét képezi, így az ügyfelek/végfelhasználók/beszerzők magatartását, döntési mechanizmusát a szegmensre irányadó tényezők függvényében vizsgáltuk.

Egyváltozós és többváltozós statisztikai módszertani kutatásunkat primer adatgyűjtés keretében ötfokú összehasonlító, diszkrét értékelő skálás kérdőívek, valamint strukturált megkérdezéses módszerrel szerkesztett kérdőívek alapján elemeztük. A skálás kérdőívnél Likert-skála diszkrét értékelést preferáljuk, könnyű kiértékelhetősége és kezelhetősége miatt. Hátránya azonban, hogy szűk információ mennyiség nyerhető ki belőle, valamint hogy a válaszadó korlátok közé van szorítva válaszáat tekintve. A vizsgálati eredmények kiértékelése SPSS kutatási és elemzési szoftverben történik.

A kérdőívek célja, a teljesség igénye nélkül, analizálni a három érintett területet, a felhasználói és beszerzési központ magatartását, az ügyfél-elégedettséget, valamint beszerzési döntések folyamatát befolyásoló tényezőket, továbbá rávilágítani a versenyszférában alkalmazható gyakorlati eszközök implementálására. A vizsgált eredmények tükrében, jövőbeli, hatékonyságot növelő javaslatok kerültek megfogalmazásra.

Keywords: fogyasztói magatartás, beszerzési döntések, ügyfél-elégedettség, laboratóriumi műszerpiac.

JEL kód: M31

¹ PhD hallgató, Szent István Egyetem, Gazdálkodás és Szervezéstudományok Doktori Iskola, 2100 Gödöllő, Páter Károly utca 1.; tolnay.anita@labex.hu

² PhD, egyetemi docens, Szent István Egyetem, Élelmiszeripari Műveletek és Gépek Tanszék, 1118 Budapest, Ménesi utca 44.; Koris.Andras@etk.szie.hu

1. Bevezetés

A versenyképességi tanulmányok száma századunkban megsokszorozódott és a kutatók közkedvelt területévé vált. Az ország vizsgálatok és a regionális versenyképességek kutatása mellett a 21. század egyre erősödő globalizált világában, mindinkább a vállalati szintű versenyképesség kerül a kutatások homlokterébe. A tanulmányok többsége nagyvállalati versenyképességi mutatók, mely nemzetközi szinten méri a transznacionális vállalatok teljesítőképességét. Hazánk gazdasági növekedését a kis- és középvállalati (kkv.) szektor határozza meg több, mint 99%-ban, így számos publikáció a magyar mikro-, kis-és középvállalatok versenyképességének mérésére és vizsgálatára fókuszál.

Jelen tanulmány célja a hazai laboratóriumi szegmens piaci helyzetének analízise. A Magyarországon tevékenykedő laboratóriumi műszer- és eszközforgalmazók főként kkv szektorból kerülnek ki. A versenyképesség egyik fő pillére az innováció. A nyitott innováció a laboratóriumi szegmens egyik fő mozgatórugója, melynek hajtóereje a globalizáció egyre magasabb szintű műszertechnológiai innovációja. Bessant elmélete alapján, a laboratóriumi piacon tevékenykedő műszer- és eszközforgalmazóknak, mind a „Hasznosítható” (inkrementális), mint a „Felfedező” (radikális) innovációt szükséges követniük a sikeres piaci jelenlét érdekében (Csath, 2010). A modern vállalati menedzsment koncepcióját megalkotó, Peter Drucker a versenyképességet úgy szintén a vállalat piaci sikerének jeléül veszi, mely az innováció által kialakított vállalkozói szellemet testesíti meg. Hasonló koncepciót mutat be Schumpeter, aki a versenyképesség lényegében az innovációt látja, mint a vállalat gazdasági sikerének forrását. (Piatkowski, 2012)

A hazai laboratóriumi műszerforgalmazók piaci pozíciójának erősségét jelentősen befolyásolja gyártói kapcsolatrendszerük, az általuk forgalmazott termék brand-je, valamint a kiszolgált ügyfelek elégedettsége és beszerzési döntéseik mechanizmusának ismerete. Ezen versenyképességi tényezőket primer kutatás keretében vizsgáljuk. A laboratóriumi műszerpiacot sem gazdasági, sem versenyképességi szempontból még nem vizsgálta senki, így szegmenst érintő tudományos publikáció e szakmai téren még nem született, mely megnehezíti a közölt és feltárt adatok több oldalról és eltérő szemszögből történő alátámasztását, esetleges ütköztetését. A tanulmányban a szerzők primer kutatás, saját, kérdőíves formában összegyűjtött adathalmazt elemeznek egyváltozós- és többváltozós statisztikai modellek, valamint nem parametrikus próbák alapján SPSS statisztikai szoftverben. Majd az adatgyűjtést követően, első ízben megkísérelnek átfogó képet adni a laboratóriumi műszerforgalmazó vállalatok piaci helyzetéről a versenyképesség megítélése céljából. A piac szűk körű, tudományos voltára, továbbá az idő rövidségére tekintettel a jelen analízis limitált áttekintésre ad lehetőséget az ügyfél-elégedettségi, a beszerzési-, forgalmazói, valamint a gyártói területen. A kutatási eredmények kiértékelését követően szakmai javaslatok kerültek megfogalmazásra a szegmens versenyképességének növelése céljából.

2. Irodalmi áttekintés

A verseny és a versenyképesség fogalmát, meghatározását az utóbbi évtizedekben növekvő számú külföldi és hazai tudományos publikáció vitatja, de mind máig egységes konszenzus nem született e téren. Míg Findrik–Szilárd (2000) meghatározása kizárólag a legfontosabb elemeket veszi figyelembe. „A versenyképesség egy adott termelőegység azon tevékenységeinek és tulajdonságainak összessége, amelynek révén egy adott piacon, adott időszak alatt piaci részesedését és/vagy profitját növelni tudja.” Még több szempontot vesz figyelembe a Versenyképesség Kutató Központ több éven keresztül finomított definíciója, amely a szakirodalomban ma fellelhető legteljesebb meghatározás: „A vállalati versenyképesség felfogásunkban a vállalatnak azon képessége, hogy a társadalmi felelősség normáinak betartása mellett tartósan tud olyan termékeket és szolgáltatásokat kínálni a fogyasztóknak, amelyeket azok a versenytársak termékeinél inkább hajlandók a vállalat számára nyereséget biztosító feltételek mellett megfizetni. E versenyképesség feltétele, hogy a vállalat legyen képes a környezeti és a vállalaton belüli változások érzékelésére és az ezekhez való alkalmazkodásra a versenytársainál tartósan kedvezőbb piaci versenykritériumok teljesítésével.” (Czakó–Chikán, 2007) Chikán 2006-ban publikált tudományos cikkében a vállalati versenyképesség kettős értékteremtésére hívja fel a figyelmet. „A vállalat egy kettős értékteremtő tevékenységet folytat: ugyanazon folyamatban kell megvalósítania a fogyasztói érték és a tulajdonosi érték létrehozatalát”.

Piatkowski 2012-ben megjelent kis- és középvállalati versenyképességet vizsgáló publikációjában számos nemzetközi szakirodalom feldolgozásával határozta meg a vállalati versenyképesség elméleti háttérét. Tanulmányában alapul vette Bowman és Faulkner tudományos álláspontját is, mely szerint minden vállalatnál megkülönböztethetünk ’alapvető versenyképességet’, amely magában foglalja a folyamatokat és rendszereket, továbbá a vállalat egyedi képességeit, mint ’kulcsfontosságú erőforrásokat’, melyek segítségével a jövőben versenyelőnyre tehet szert a piacon.

Némethné (2010) rávilágított arra, hogy „a megközelítésmódok sokszínűsége ellenére a kutatói álláspontok legalább két ponton megegyeznek:

- a vállalatok versenyképessége nem választható el az általuk előállított termékek, szolgáltatások versenyképességétől, amelyet ár jellegű és nem ár jellegű tényezők egyaránt befolyásolnak,
- a vállalati versenyképességet számos tényező együttes hatása alakítja, amelyeket nem célszerű egy adott pillanatban vizsgálni, hanem mindig dinamikusan, a változások tendenciáit figyelembe véve kell értékelni.” (Némethné, 2010)

A nemzetközi szakirodalom az alábbi szempontokból kiindulva határozza meg a vállalati versenyképességet (Grabowska, 2014):

- Skawińska (2009) szerint, a cég képessége hosszú távon a fenntartható fejlődésre, valamint jelenlétének növelésére, fenntartására a piaci szektorban;
- Poznanska (2004) szerint, a cég képessége működése hatékonyságának növelésére a piaci pozíciójának javításán keresztül;
- folyamat, melyben a cég törekszik célja elérésére, megfelelő termékek és szolgáltatások kedvező áron történő piaci terítésével;
- a vállalat képessége, hogy attraktívabb terméket kínáljon jobb áron, mint a szektorban működő versenytársai (Kisiel, 2005);
- képesség a versenyelőny elérésére, fenntartására (Gorynia, 2004).

A szakirodalmakban található fenti definíciók mindegyike megerősíti a versenyképesség multi-dimenziós jellegét.

További szakirodalmi áttekintések arra is utalnak, hogy a versenyképesség definiálására szintetikusabb megközelítések is fellelhetőek, mely a termelés és elosztás, a versenytársakhoz viszonyítva, magasabb hatékonyságban testesül meg (Wattanapruttipaisan, 2002; Ambastka – Mamoya, 2004) továbbá az érintettek (stake holderek) felé a folyamatos hozzáadott érték szállítása (Dwyer – Kim, 2003) vagy a vállalat profitabilitása és tartósan domináns piaci pozíciójának megtartása (Lombana, 2006).

Bossak and Bieńkowski (2004) felhívta a figyelmet, hogy a vállalati versenyképességet az idő perspektívájának szempontjából is szükséges értékelni. Egyetértünk a szerzők meglátásával, miszerint a versenyképesség vizsgálatát, nem célszerű egy adott időpontra vonatkoztatva statikusan vizsgálni, hanem kizárólag a folyamatában, dinamikusan (Flak – Glód, 2015).

Sieradzka – Luft 2015-ös munkájában a vállalati versenyképesség elméleti szempontjait vizsgálta. Kutatásukban vitatják a nemzetközi szakirodalmak által gyakran feltárt módszert, mely a versenyképesség elemzését kizárólag a versenyelőnyvel azonosítja, ahelyett, hogy azt az egyik meghatározó forrásának tekintené. A szerzők az univerzálisan meghatározott versenyképességi definíció hiányában látják az alapvető problémát, mely visszavezethető a meghatározás sokrétű, eltérő megközelítési módjára (Sieradzka – Luft, 2015). Lombana (2006) is hasonlóan vélekedik a versenyelőny értelmezésével kapcsolatosan. Tanulmányában megállapítást nyert, hogy a versenyképességet sokszor egyenlőnek tekintik az árral, termékkel, minőséggel, termelési költséggel, valamint az erőforrások termelékenységével vagy 'tévesen' egyszerűen magával a versenyelőnyvel (Lombana, 2006). Maniak szerint, a különböző és interdiszciplináris jellegű vállalati versenyképesség irányába ható attitűdök, megkövetelik a források és determinánsok hatékony megszerezését (Maniak, 2015). A versenyképesség relatív jellegű, amely az ágazat vállalkozásainak kölcsönhatását jellemzi (Flak – Glód, 2012).

3. Anyag és módszer

A kutatás három fő területet, nevezetesen a beszerzési-, laboratóriumi műszer- és eszközforgalmazói, valamint a gyártói piacot, vizsgálja a laboratóriumi műszerpiacon. A

primerkutatáshoz az információgyűjtést kérdőíves felmérés segítségével végeztem, melynek során véletlen mintavételi eljárást alkalmaztam. A felmérés elsőként a beszerzési piacokat analizálja, ügyfél-elégedettséget, valamint a beszerzési központok döntési mechanizmusát felmérő kérdőíves kutatás formájában. A felmérés második szakaszában a gyártói piacok elemzése történik. A kérdőívből rögzített és kinyert adatok tudományos módszereken alapuló statisztikai számítások során kerültek kiértékelésre. A kérdőíves adatgyűjtést a beszerzői piacon 2018. áprilisa és 2019. januárja között valósítottuk meg. 300 ügyfélnek kiküldött kérdőívből 60 érkezett vissza, mely 20%-os válaszadási arány. A gyártói piacot 2018-ban megrendezésre kerülő 3 nagy, laboratóriumi műszergyártó nemzetközi kiállításon (2018. április, München: Analytica; 2018. június, Frankfurt: Achema; 2018. november, Düsseldorf: Medica) mértük fel. A kiállításon személyesen meglátogatott gyártók száma 50-60 közöttire volt tehető, melynek fele, azaz 30 gyártó volt nyitott a kérdőív kitöltésére, ami közel 50%-os arány. A hazai laboratóriumi műszer-, és eszközpiac szűk, kevés szereplős, belterjes voltának köszönhetően, az alig több, mint 60 hazai, releváns disztribútor cégből 16 vállalat válasza került feldolgozásra, mely kevesebb, mint 27%-os összpiaci részarány.

3.1. Beszerzési piac vizsgálati módszerei

Ügyfél-elégedettség felmérése

A beszerzési piac elemzése az ügyfelek szolgáltatással kapcsolatos elégedettségét vizsgálja 18 szempont alapján. Az ügyfél-elégedettségi kérdőív 1-5-ig terjedő Likert-értékmérő skálán került összeállításra. A mért érték preferencia sorrendje szegmentálási kritériumként használható. Segítségével a piac jobban megismerhetővé válik, meghatározható az azonos fogyasztói magatartást képviselő csoportok beazonosítása, és ezáltal a hatékony marketingeszköz célirányos használata. A kérdőív egy 60 mintát reprezentáló alapsokaságból származik. Az alapsokaság 5-6 ezerre tehető a vizsgált piacon. A megkérdezettek a laboratóriumi piac non- és for-profit szektorához tartoznak. 37 felhasználó a non-profit, valamint 23 kutató a for-profit szférából jön.

Leíró (descriptive) statisztikával elemeztem az ügyfelek szempontjából relevánsnak vélt versenyképességi tényezőket, majd a változók összefüggését a profitorientáltsággal keresztábra-elemzés keretében vizsgáltuk.

Beszerzési döntések vizsgálata

A beszerzési/vásárlási döntésre vonatkozó befolyásoló tényezőket valamint háttér információkat komplex, strukturált kérdőívből nyertük ki. A kérdőív szintén a non-profit és for-profit szektorból egy 60 fős mintát alapul véve ötfokozatú Likert-skálával méri három független változó (brand név fontossága, értékesítő személy relevanciája és a demonstrációs készülékek kötelezettségmentes néhány hetes kipróbálásának lehetősége) alapján az ügyfelek vásárlási preferenciáit kétváltozós leíró statisztika keresztábra-elemzés módszerével. Az elemzés során

gyakorta használt Khi négyzet statisztika, két változó összefüggésének statisztikai szignifikanciáját méri. (Sajtos-Mitev, 2007)

A három vizsgált változó (brand név, értékesítő személy szerepe, kínai demonstrációs készülékek tesztelésének lehetősége) meghatározó szerepét vizsgáltuk keresztábra-elemzéssel a laboratóriumi piac két szektorában, a non-profit- és a for-profit szférában.

Beszerzési döntések vizsgálata faktoranalízissel

A beszerzési döntéseket elemző kérdőívet, további vizsgálati szempontokkal bővített változatát, faktoranalízissel vizsgáltuk. A faktoranalízis két fő célja a struktúrafeltárás, valamint az adatok mennyiségének csökkentése.

Az elemzés során a főkomponens módszert és a Varimax rotációt (ortogonális rotációs eljárás) alkalmaztuk. A főkomponens elemzés a változók számát csökkenti minimális információvesztés mellett. A Kaiser-kritérium a sajátértéket alkalmazza, és kizárólag azokat a faktorokat veszi számításba, melyek Sajátértéke (Eigenvalue) 1 felett van. A módszer alapján, a komponensek a sajátérték sorrendjében magyarázzák a megfigyelt változók varianciáját. Az első faktor a legnagyobb részt, míg a többi faktor csökkenő mértékben járul hozzá az összvarianciához. (Sajtos – Mitev, 2007)

1. táblázat. Leíró statisztika: Beszerzési döntések vizsgálata

Descriptive Statistics			
	<u>Mean</u>	<u>Std. Deviation</u>	<u>Analysis N</u>
Mennyire fontos Önnek a <u>brand név</u> ?	3,3000	,88872	60
Milyen fontos Önnek a műszer ára?	4,2833	,95831	60
Mennyire releváns tényező a minőség?	4,5333	,94719	60
Milyen fontosnak tartja az értékesítő személyt?	3,5333	,83294	60
Mennyire releváns fontosságúak a napra kész technikai információk?	4,1167	,88474	60
Igénybe vesz-e <u>Demo</u> terméket teszt céljára?	3,7500	1,15897	60
Eszközbeszerzésnél mennyire fontosnak ítéli meg az elérhetőséget?	3,7333	1,05552	60

Forrás: Saját kutatási eredmény SPSS szoftverben, 2019

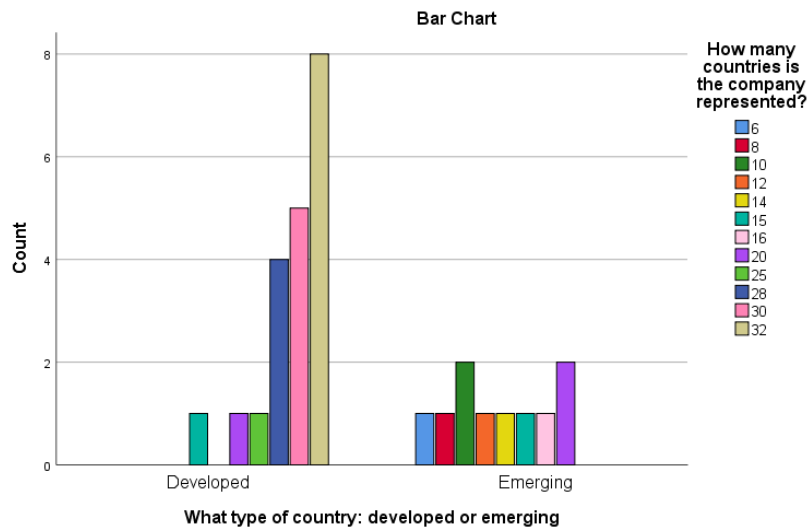
3.2. Gyártói piac vizsgálati módszerei

A kérdőíves felmérés 30 nemzetközi gyártó válasza alapján vizsgálja keresztábra-elemzéssel az egyes gyártók piaci jelenlétének meghatározó szerepét, az alábbi változók alapján, reprezentált országok száma, saját leányvállalati jelenlét az európai piacon, munkaerőlétszám a

székhelyen és az európai irodában, valamint az innovációs hullám hossza a technológiai fejlettséget tekintve.

Az ábráról leolvasható, hogy a fejlett országok gyártói számos európai országban képviseltetik magukat, míg a fejlődő országok sok esetben a piacra lépés fázisában tartanak.

1. ábra. Képviselet országok száma gazdasági fejlettségi szint megoszlása szerint



Forrás: Saját kutatási eredmény SPSS szoftverben, 2019

Elsőként megvizsgáltuk a korrelációvizsgálattal a laboratóriumi műszergyártók országának gazdasági szintje és az országokban való jelenlét közötti lineáris kapcsolat szorosságát. Majd a keresztábrás elemzéssel vizsgáltuk külön-külön, hogy összefügg-e és milyen mértékben az országok gazdasági szintje a változókkal.

3.3. Forgalmazói piac vizsgálati módszerei

A forgalmazói piac hatékonyságát nagymértékben befolyásolja a vevői értékteremtés, a termékportfólió szélessége, az ügyféllátogatás gyakorisága, a hatékony vállalatirányítási rendszer alkalmazása, valamint a rugalmas válaszreakció az ügyfelek felé. Friedman nem parametrikus próbával vizsgáltuk versenyképesség szempontjából a releváns változókat.

4. Eredmények

4.1. Beszerzési piac vizsgálati eredményei

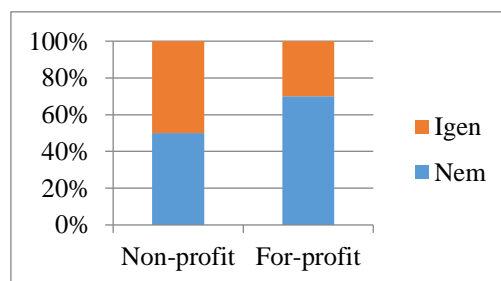
Ügyfél-elégedettség felmérés eredményei

A megkérdezettek legnagyobb aránya az „ár- és teljesítményarányt, a garanciális feltételeket, a probléma megoldási képességet és az ügyfél megértését” találták a legmértékadóbbnak az elégedettségi szint vizsgálatakor. Itt hasonló értékű válaszok születtek mind a non-, mind a for-profit szektorból. Szignifikáns különbség nem volt tapasztalható.

Az árajánlat, a fizetési feltételek és a szerviz fontosságát eltérően ítélték meg a két szektor megkérdezettjei, azonban az ügyféléllátogatást egyik szektor sem tartotta fontosnak, meglepően alacsony pontszámok születtek. Ez alapjaiban rengeti meg a forgalmazó cégek egyik fő hipotézisét, miszerint az ügyféléllátogatás kiemelten releváns a beszerzési döntési folyamatok előkészítésében.

Az kétváltozós analízis eredményeként megállapítható, hogy az összes változó közül a Pearson Khi-négyzet értékét tekintve, kizárólag az *árbevétel* és a *megbízhatóság* mutat statisztikailag szignifikáns összefüggést, $p=0,001$ és $0,011$ értékekkel. A nominális skálánál a Phi és a Cramer's V együtthatók, mint szimmetrikus értékek alkalmazhatók, melyek kapcsolódnak a Khi-négyzet statisztikai értékéhez és a kapcsolat erősségét mutatják. Esetünkben a kapcsolat erőssége ($0,534$) közepesen mondható a profitorientáltság és az árbevétel között, míg a megbízhatóság gyenge erősségű kapcsolatra ($0,387$) utal.

2. ábra. Kínai termékek tesztelése



Forrás: Saját kutatási eredmény SPSS szoftverben, 2019

Tekintve a fejlődő országok egyre erősebb jelenlétét a világ piacain a globalizáció hatására, keresztábra-elemzéssel vizsgálom a hazai attitűdöt a non- és for-profit szférában a kínai laboratóriumi termékek iránt. Az ábráról leolvasható, hogy az állami költségvetési szervek laboratóriumai kedvezőbb hozzáállást tanúsítanak a fejlődő ország termékei iránt. Háttérmagyarázatként megemlítendő a gyógyszeripar erős jelenléte a for-profit szférában, ahol a Pharmacopoeia szabályozás kizárja a nem megfelelő minőségügyi tanúsítvánnyal (OQ, IQ, PQ) rendelkező gyártók jelenlétét.

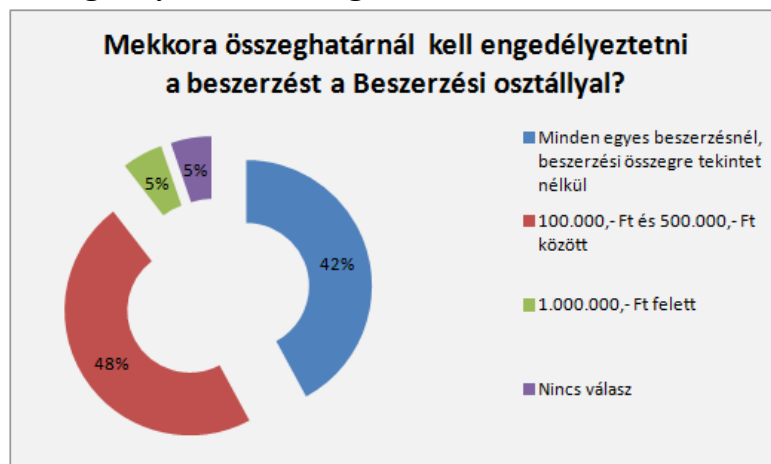
3. ábra. Beszerzési központ lépcsői



Forrás: Saját kutatási eredmény Excelben, 2019

A komplex, több lépcsős beszerzési központban a beszerzési döntésben résztvevők köre nehezíti a döntések hatékonyságát, akadályozhatják a kommunikáció menetét. A megnövekedett számú beszerzői résztvevők (kezdeményezők, befolyásolók, felhasználók, információközvetítők, vásárlók, döntéshozók, jóváhagyók) informális csoportot képeznek, így az értékesítőknek többféle személyes tényezőt (motivációt, attitűdöt, percepciót) kell szem előtt tartaniuk a meggyőzés során.

4. ábra. Beszerzési engedélyztetési összeghatár



Forrás: Saját kutatási eredmény Excelben, 2019

A fenti ábrából leolvasható, hogy a laboratóriumi piacon a felhasználónak az esetek többségében engedélyztetni kell vásárlási szándékát. Ugyanakkor a beszerzési igény mindig felhasználói szintről indul, hiszen adott laboratórium munkáját segíti elő a vásárolandó termék. A laboratóriumi kutatók a termék beszerzését a legkörülmétektőbb körülmények között hajtják végbe, miután a kutatási eredményeket az ő munkájuktól függenek. A nem megfelelően előkészített, információhiányos eszközbeszerzés kockázata nagymértékben veszélyezteti a kutatás kimenetét.

Beszerzési döntések vizsgálati eredményei

A három változó (brand név, értékesítő személy szerepe, kínai demonstrációs készülékek tesztelésének lehetősége) analízisek közül, kizárólag az értékesítő személy szerepének kiemelt jelentőséget tulajdonítanak mindkét szektor megkérdezettjei. A változó statisztikailag szignifikánsnak bizonyult a vizsgálat során (khi-négyzet: 9,524; df=4; p=0,049). A vizsgálati eredmények tükrében elutasítjuk a H_0 hipotézist és elfogadjuk az alternatív hipotézist, miszerint a változók között összefüggés áll fenn. A kapcsolat erősségét mutató Phi és a Cramer's V értéke (0,398), jelen esetben, a közepesnél gyengébb erősségű kapcsolatra utal. A másik két változó statisztikailag nem szignifikáns értéket mutat, tehát a változók függetlenek egymástól.

Beszerzési döntések faktoranalízis vizsgálati eredményei

A faktoranalízis alapfeltétele, hogy a változók korreláljanak egymással.

2. táblázat: KMO és Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,738
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	96,986
	df	21
	Sig.	,000

Forrás: Saját kutatási eredmény SPSS szoftverben, 2019

Elsőként a Bartlett-teszt és *Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) kritérium* alapján, megvizsgálom a változók alkalmasságát a faktoranalízisre. A KMO-érték 0,738, mely elég jónak tekinthető, míg a korrelációkkal kapcsolatos Bartlett-teszt eredménye: 96,986; 0,00 szignifikancia szinten, $p=0,00 < \alpha=0,05$, így megállapítható, hogy a próba alapján a kiinduló változók alkalmasak a faktorelemzésre.

A Kaiser-kritérium alapján kapott két faktor összesített varianciája 57.279%-ban magyarázza meg a teljes információtartalmat a laboratóriumi műszerek beszerzési döntése során. A főkomponens által magyarázott kumulált variancia arány legalább 60%-os legyen. Jelen vizsgálatnál az eredmény éppen előírt arány alatt található, így a két főkomponens együttes magyarázó ereje sem teszi ki az elvárt minimum 60%-ot, mely gyenge magyarázó erőt feltételez a vizsgált 7 állításra vonatkozóan, miszerint az információ több, mint 42%-át elvesztettük.

4.2. Gyártói piac vizsgálati eredményei

Az országok fejlettségi szintje valamint az európai országokban való jelenlét között erős negatív irányú összefüggés tapasztalható. A köztük lévő korrelációs együttható értéke -0,861, 0,00 szignifikanciaszinten, mely kisebb, mint 0,1.

Keresztábrás elemzéssel vizsgáltuk külön-külön, hogy összefügg-e és milyen mértékben az országok gazdasági szintje az alábbi változókval.

1. Hány ország piacán van jelen. (Khi-négyzet=24,75; $p=0,01$)
2. Hány leányvállalattal rendelkezik Európában. (Khi-négyzet=8,85 $p=0,264$)
3. Anyavállalat alkalmazotti létszáma. (Khi-négyzet=9,943; $p=0,019$)
4. Alkalmazotti létszám az európai leányvállalatoknál. (Khi-négyzet=6,75; $p=0,15$)
5. A forgalom hány százaléka származik az európai piacról. (Khi-négyzet=21,6; $p=0,087$)
6. Innovációs hullám hossza a piaci szegmensen. (Khi-négyzet=12,246; $p=0,07$)

A fenti eredmények jól tükrözik, hogy az 1., 3., 5. és 6. esetben elvetjük a nullhipotézist ($p < \alpha$), miszerint a változók között nincs összefüggés. Feltételezzük, hogy az ország gazdasági szintje (fejlett vagy feltörekvő) és a fenti változók között szignifikáns összefüggés mutatható ki. Míg

az európai leányvállalatok száma és az ottani alkalmazotti létszám független az országok fejlettségi szintjétől.

4.3 Forgalmozói piac vizsgálati eredményei

Friedman próbával néztük meg az alábbi öt független minta/kérdés összefüggéseit versenyképesség szempontjából.

1. Ügyféllátogatás fontossága az értékesítési volumen növelésében
2. Rugalmas válaszreakció a piaci változásokra
3. Széles termékportfólió
4. Hatékony vállalatirányítási rendszer alkalmazása
5. Vevői értékteremtés, mint versenyelőny tényező (szakmai applikációs tanácsadás, szerviz, karbantartás, alkatrész utánpótlás)

Az eredmény szignifikánsnak bizonyul, $p=0,000$. A nullhipotézist elutasítjuk. A válaszadásban szignifikáns különbségek mutatkoztak a laboratóriumi műszerforgalmazók körében, mely statisztikailag bizonyítható. Leginkább a széles termékportfólióban látják a legnagyobb versenyelőny forrást, majd ezt követi a vevői értékteremtés. Leggyengébbnek az ügyféllátogatás bizonyult az értékesítési volumen növelésében.

5. Következtetések és javaslatok

Összességében megállapítható a statisztikai vizsgálati eredmények tükrében, hogy a beszerzői oldalon a non- és for-profit szféra ügyfél-elégedettségét és beszerzési döntéseit számos esetben eltérő tényezők határozzák meg, így versenyképességük javítását másként érdemes megítélni. Az árszint a legrelevánsabb tényező a non-profit szektor vásárlási szempontjainál, így az árajánlatot célszerű egyedileg, testre szabottan kialakítani. Ugyanakkor egyöntetűen megállapítható, hogy míg a termék brand neve és az ingyenes demonstrációs készülék kipróbálásának lehetősége statisztikai függetlenséget mutatott a válaszok alapján, úgy az értékesítő személy szerepe mindkét szektorban kiemelt jelentőséggel bír a jövőbeli beszerzések megalapozásánál. A fejletlen országok termékeinek bevezetésére nyitottabb attitűdöt tanúsított a non-profit szféra, a for-profit szférához képest. A forgalmazók termékportfóliójának szélessége tekinthető a legrelevánsabb versenyképességi tényezőknek az ügyfélkör szempontjából, mely elősegíti egy laboratórium átlagos igényének egy helyről történő kiszolgálását, éves karbantartását, valamint esetleges alkatrész utánpótlását, szervizelését.

A gyártói oldalt tekintve még mindig a több évtizedes gyártási-technológiai tapasztalati múlttal rendelkező amerikai és nyugat-európai gyártók jelenléte a meghatározó Európában és így hazánkban is. Többváltozós lineáris regresszióval vizsgálva a gyártó cégek európai piacon elért százalékos forgalmát, kizárólag a képviselt országok számának piaci jelenlététől valamint a gyártók által megítélt piaci szegmensen lévő innovációs hullám hosszától függ.

Végső következtetésként kijelenthető, hogy az általunk megállapított vizsgálati tényezők és eredmények a kutatási idő rövidegére való tekintettel, egy szűk és alacsony számú mintavételezésre adott lehetőséget egy tudományos természetből adódóan, speciális alapsokaságot reprezentálni kívánó szegmensből. Teljeskörű, mélyebb eredmények érdekében a szakmai terület további elemzése ajánlott.

Hivatkozott források

Chikán A. (2006): A vállalati versenyképesség mérése. Egy versenyképességi index alkalmazása. Pénzügyi Szemle, 51 (1): p. 42-56.

Csath, M. (2010) Versenyképesség-menedzsment, Nemzeti Tankönyvkiadó Zrt., Budapest

Findrik, M.; Szilárd, I. (2000) Nemzetközi versenyképesség – képességek könyve, Kossuth Kiadó, Budapest

Flak O., Grzegorz G. (2015) Verification of the relationships between the elements of an integrated model of competitiveness of the company, ScienceDirect, Procedia, 11th International Strategic Management Conference, <https://pdf.sciencedirectassets.com/277811/1-s2.0-S1877042815X00450/1-s2.0-S1877042815052659> letöltve : 2019. április 29.

Grabowska M., Kuraś P. (2014) Effect of creating value on competitive position and competitive advantage in enterprises, Management, Enterprise and Benchmarking – In the 21st Century, Budapest, Hungary

Lombana, J. (2006), Competitiveness and Trade Policy Problems in Agricultural Export. University of Gottingen, pp. 33-34.; <https://www.scribd.com/document/87509708/2006-Lombana-Competitiveness-and-Trade-Policy-Problems-in-Agricultural-Exports-A-PERSPECTIVE-OF-PRODUCING-EXPORTING-COUNTRIES-IN-THE-CASE-OF-BANANA-T>, letöltve: 2019. április 29.

Maniak G. (????) Determinants of competitiveness of firms, University of Szczecin, Poland, http://mikroekonomia.net/system/publication_files/484/original/4.pdf?1314970052, letöltve: 2019. április 28.

Némethné, Gál A. (2010) A kis- és középvállalatok versenyképessége – egy lehetséges elemzési keretrendszer, Közgazdasági Szemle, LVII. évf., 2010. február pp.181–193.

Piatkowskia M. (2012) Factors Strengthening the Competitive Position of SME Sector Enterprises, An Example for Poland, 8th International Strategic Management Conference, Procedia - Social and Behavioral Sciences 58 (2012) 269 – 278

Sajtos, L. – Mitev, A. (2007) SPSS Kutatási és Adatelemzési Kézikönyv, Alinea Kiadó, Budapest

Sieradzka K. – Luft R. (2015) Theoretical aspects of enterprise competitiveness, Central European Review of Economics & Finance, Vol. 10., No. 4. pp. 133-141.

Stankiewicz M.J. (2002) Competitiveness of business, Building the competitiveness of enterprise in globalization

Török Á. (1996) A versenyképességi- elemzés egyes módszertani kérdései, Műhelytanulmány, A „Versenyben a világgal” - A magyar gazdaság versenyképességének mikrogazdasági tényezői c. kutatási program

Wattanapruttipaisan, T. (2002), SME Subcontracting as Bridgehead to Competitiveness: an Assessment of Supply-side Capabilities and Demandside Requirements. Asia-Pacific Development Journal, 9 (1).; <https://www.unescap.org/sites/default/files/apdj-9-1-4-thitapha.pdf>, letöltve: 2019. április 28.

Egy a számviteli beszámolók minőségét mérő modell kvalitatív validációja

Tóth Gábor ¹ – Széles Zsuzsanna²

Összefoglalás

A számviteli beszámolók minősége nem egzakt fogalom, nem közvetlenül megfigyelhető tulajdonság, méréséhez becslésekre, absztrakcióra van szükség. Ennek köszönhetően a számviteli beszámolók minőségének vizsgálatára több megközelítés is létezik, történjen az elméleti vagy gyakorlati oldalról. A kutatásom eredményeinek kiértékeléséhez használandó modell felépítése során számos olyan alapvetést kellett megfogalmaznom, melyeket ez idáig kizárólag a szakirodalomra és a szakmai tapasztalataimra alapoztam. Jelen tanulmány célja ezen feltételezések és a használt módszertan elméleti alapjainak visszaigazoltatása, magyarországi környezetben dolgozó, tapasztalt, jól képzett gyakorló szakemberek által. Ezen felül célként került meghatározásra olyan számviteli beszámolók minőségét befolyásoló tényezők beazonosítása, melyek jelentősek, a kutatás során figyelembe kell venni őket, azonban eddig a szakirodalmi feldolgozás során nem kerültek azonosításra. Ehhez mini szakértői interjúk kerültek végrehajtásra. Az interjúk során elhangzottak alátámasztották a modell felépítése során használt alapvetéseket, azonban új, eddig nem ismert hatótényezőket nem sikerült beazonosítani.

Kulcsszavak: Kvalitatív kutatás, Közzétételi minőség, Számvitel, Számviteli minőség, Számviteli törvény

JEL kód: M12, M42

1. Bevezetés

Jelen tanulmány célja, a számviteli minőség mérésére használt modell alapvetéseinek kvalitatív validációja. Tekintettel a tanulmány maximális terjedelmére az eredmény ismertetésére helyezzük a hangsúlyt.

2. Irodalmi áttekintés

A szakirodalmak rendhagyó módon az „eredmények” fejezetben kerülnek bemutatásra, tekintettel arra, hogy az interjúk során elhangzott információk kerülnek összevetésre a szakirodalomban foglaltakkal.

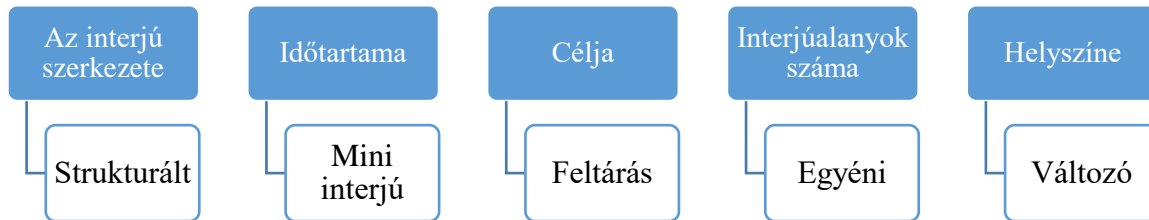
¹ PhD hallgató, Szent István Egyetem, Gazdálkodás és Szervezéstudományok Doktori Iskola, Gödöllő, toth.gabor.17@gmail.com

² Egyetemi docens, Budapesti Metropolitan Egyetem, Gazdaságtudományi Intézet

3. Anyag és módszer

A téma vizsgálatához kutatási interjúk kerültek végrehajtásra. A kutatási interjúk jellemzőit az 1. ábra szemlélteti.

1. ábra. A kutatási interjúk jellemzői



Forrás: Saját szerkesztés, 2019

A kutatás során négy kutatási kérdésre kerestem választ.

- Mitől lesz - pl.: mely jellemzőitől - jó minőségű egy számviteli beszámoló?
- Mely tényezők és mennyiben befolyásolják a számviteli beszámolók minőségét?
- Az elhatárolás elvének teljesülése - tekintettel arra, hogy ez az alapelv az Sztv. egyik mögöttes feltételezéseként értelmezendő - kiemelt jelentőséggel bír az Sztv. szerint összeállított beszámolók esetén?
- Az a beszámoló melyben az eredményt nem a valóságnak megfelelően mutatják be, alacsonyabb minőséggel bír, mint az a beszámoló mely az eredményt a valóságnak megfelelően mutatja be?

4. Eredmények

Az első vizsgált témakör a számviteli beszámolók minőségi jellemzőinek meghatározása volt. Alapvetően, amit én elvártam volna - mivel a számviteli törvény határozza meg jelenleg a magyarországi beszámolók összeállításának előírásait - az a számviteli alapelveknek való megfelelés, vagy összességében, vagy egy-egy alapelvet kiemelve. A számvitelelméletben különböző kifejezésekkel jelölik a számviteli beszámolással kapcsolatban megfogalmazott elvárásokat, alapvetéseket. Wolk et. al (2008) megemlíti többek között posztulátumok (postulates), axiómák (axioms), feltételezések (assumptions), doktrínák (doctrines), konvenciók (conventions), kikötések (constraints), alapelvek (principles) és standardok (standards) használatát.¹ Ahogy, arra Kovács (2013) is felhívja a figyelmet, az alapelv és a minőségi jellemző az angolszász számviteli rendszerekben nem egymás szinonimái, azonban a magyar szóhasználatban az Sztv. előírásaiban megfogalmazott számviteli alapelvek azok, melyek a minőségi jellemzőknek megfelelnek.

Ez a fenti elvárás helytel, közzel teljesült is. Bár nem volt olyan interjú ahol a 14 számviteli alapelvből (amiből véleményem szerint 13 minőségi jellemzőként értelmezhető) mindegyik

¹ Kovács (2013) fordítását alapul véve

minőségi jellemzőként értelmezhető alapelv elhangzott volna, azonban olyan interjúalannyal sem találkoztam, aki ne fogalmazott volna meg egy vagy több számviteli alapelvet a saját szavaival. Volt, aki törvénynek való megfeleléssel nyitott, pl.: „Megfelel a számviteli törvénynek és teljes körűen bemutatja a vállalat gazdálkodását.”, „Ha a számviteli alapelvek a lehető legjobban tudnak érvényesülni. Fontos hogy minél jobban a standardoknak megfelelően készüljön a beszámoló...” Ezt követően természetesen esetükben is kifejtésre került, hogy pontosan mely tulajdonság, alapelv érvényesülése a legfontosabb. Tehát látható, hogy volt, aki teljes körűen utalt az alapelvekre, míg mások nem is voltak sokszor teljesen tudatában, de az alapelvekről, vagy azok érvényesülésének következményeiről beszéltek.

A következőkben bemutatom azokat az alapelveket, melyeket a legtöbb interjúalany megfogalmazott, majd az általam rendkívül fontosnak tartott, de az interjúk során nem említett alapelvet is bemutatom.

A teljesség elve [Sztv. 15. § (2)] a gazdasági események hatásainak teljes körű könyvelését és kimutatását követeli meg, kiemelve a mérleg fordulónapját követően felmerült, de még tárgyévire vonatkozó események hatásainak kimutatásának fontosságát. A törvényi definíció alapján egyértelműen minőségi alapelvről van szó, a felhasználók számára elengedhetetlen, hogy a számviteli beszámoló minden szükséges eseményt és azok hatását teljes körűen tartalmazzon. Bóta (2010) rámutat, hogy a teljesség elvének érvényesítését a mérlegkészítés napjának megválasztása – mely a közzétételi határidőt megelőzően szabadon kijelölhető – jelentősen befolyásolja. A teljesség elve esetében nem olyan egyértelmű a IFRS-ek és US GAAP-ben szabályaiban történő beazonosítás, mint pl.: a vállalkozás folytatásának elve esetén, nincs egy az egyes kapcsolat a három szabályozásban lévő fogalmak között. Madarasiné (2009) ezt a problémát úgy kezelte, hogy csoportokat hozott létre, melyekbe párhuzamosan besorolta az egyes szabályozás szerinti alapelveket, mögöttes feltételezéseket és minőségi jellemzőket. Három fő csoport került definiálásra a mögöttes alapfeltételezések, a minőségi jellemzők és a releváns és megbízható információk korlátai. A minőségi jellemzők csoportja további négy alcsoportot tartalmaz: világosság, relevancia, megbízhatóság és összehasonlíthatóság. A teljesség a minőségi jellemzőkön belül, a megbízhatóság alcsoportjába került. Mind a definíció, mind az IFRS-ekhez és US GAAP-hez való hozzárendelés alátámasztja az alapelv minőségi voltát. Az interjúk során is gyakran elhangzott a teljesség fontossága, pl.: „Minél teljesebb legyen a beszámoló”, „a kiegészítő mellékletben teljes körűen megjelenjenek a releváns információk”, „Minden jelentős esemény részletes magyarázata megtalálható a kiegészítő mellékletben.”

Minden interjú előkerült a valódiság elve, hol konkrétan az alapelv, hol annak, definíciójának szabadszöveges megfogalmazása. A rendszerváltás óta kevés változás volt a magyarországi szabályozáshoz kapcsolódó számviteli alapelvekben – leszámítva az 1997. január 1.-től hatályba lépő három alapelvet, mely a: lényegesség elve, a tartalom elsődlegessége a formával szemben, költség-haszon összevetésének elve. – inkább hangsúly eltolódásnak lehettünk tanúi.

(Varga, 2009) Az újrakodifikált Sztv.-ben az óvatosság elvétől a valódiság elve irányába történt elmozdulás. (Tóth, 2010) A valódiság elvének [Sztv. 15. § (3)] definíciója megköveteli, hogy a könyvekben szereplő tételek a valóságban is létezzenek, ugyanakkor azt is elvárja, hogy ez bizonyítható legyen (leltár), mindemellett mások által is megállapítható. Ezen felül az értékelésnek meg kell felelnie az Sztv.-ben foglaltaknak. A definíció alapján egyértelműen minőségi alapelvről van szó, amit a Madarasiné (2009) féle a minőségi jellemzők / megbízhatóság alcsoportjába való besorolás is alátámaszt. Varga (2009) szerint az alapelv jelentősége növekszik, a beszámolók minőségének elemzésekor figyelembe kell venni. Az interjúk során ennek megfelelően elhangzott pl.: akkor jó minőségű „Ha a valós adatokat, vezetés, partnerek számára lényeges információkat tartalmazza.”, „ténylegesen a valóságot igyekszik megragadni és tükrözni, nem pedig elfedni azt”, „Az adatok a valóságnak megfelelnek”, „a valódiság elvének megfelel”.

A folytonosság elve [Sztv. 15. § (6)] hallgatólagosan azt feltételezi, hogy az eredmény számbavétele, az eszközök, források értékelése általában nem változik. (Szakács, 2012) A folytonosság elve a tárgyévi nyitó adatok bázisévi záró adatokkal való egyezőségét állapítja meg, valamint kimondja, hogy az értékelési elvek kizárólag az Sztv.-ben meghatározottak szerint változtathatók. A definíció és Madarasiné (2009) szerinti besorolás alapján is - ahol az összehasonlíthatóság minőségi jellemzőkön belüli csoportjába tartozik - minőségi alapelvről van szó. Az interjúk során közvetett módon a következetesség elvével együtt értelmezve említették az interjúalanyok az alapelv fontosságát.

A következetesség elve [Sztv. 15. § (5)] előírja az állandóságot és az összehasonlíthatóságot a beszámoló tartalma és formája, valamint az azt alátámasztó könyvvezetés tekintetében. Minőségi alapelv, a minőségi jellemzőkön belül az összehasonlíthatóság csoportjába tartozik. (Madarasiné, 2009) Az interjúk során elhangzott például, hogy „Az előző években alkalmazott eljárásokat a cég folytatólagosan alkalmazza, ezáltal biztosítva az összehasonlíthatóságot”

A tartalom elsődlegessége a formával szemben elve [Sztv. 16. § (3)] kimondja, hogy a gazdasági eseményeket a tényleges gazdasági tartalmuknak megfelelően kell elszámolni és kimutatni. Megjelenhetnek olyan újszerű, atipikus szerződésekre alapozott ügyletek, melyek számviteli elszámolása nem végezhető el rutinszerűen, ezekben az az esetekben támpontul a számviteli alapelvek, kiindulási pontként pedig a tartalom elsődlegessége a formával szemben elve alkalmazható. (Szakács, 2012) A minőségi jellemzők közül a megbízhatóság csoportjába tartozik. (Madarasiné, 2009) Minőségi alapelvnek tekintendő, nem teljesülése annak mértékétől függően torzítja a közzétett beszámolók információ tartalmát. Több esetben elhangzott az interjúk során az a mondat, hogy „A tartalom a lényeg.”

Röviden elmondható, hogy a vállalkozás folytatásának elve olyan alapvető minőségi tulajdonságnak (mögöttes feltételezésnek vagy kiindulási alapnak) tekintendő, melynek nem teljesülése a számviteli beszámolóban használt értékelési elveket vitathatóvá teszi, e számviteli alapelv nem teljesülése esetén a teljes beszámoló információ tartalmát megkérdőjelezhetővé

válí. Így megállapítható, hogy a vállalkozás folytatásának elvének figyelembevétele elengedhetetlen a számviteli beszámolók minőségének vizsgálata során. Azon beszámolók melyekről nem mondható el, hogy készítésük során a vállalkozás folytatásának elvét helyesen feltételezték, nem tekinthetők megfelelő minőségűnek.

A második témakör a minőség befolyásoló tényezői. Itt olyan nagy szakirodalommal találkozhatunk, hogy nem célom bemutatni azt, ami az interjúk során nem került megemlítésre csupán bemutatom, azt, hogy mi került fel illetve azt, hogy az megtalálható-e a szakirodalomban, ha igen milyen kontextusban.

Több interjúalanytól is elhangzott az adószabályozásnak a számviteli beszámolók minőségére gyakorolt hatása. (pl.:” az adófizetési kötelezettségek csökkentése hatással van”,” Az adószabályoknak való megfelelés túlzó mértékben befolyásolja) Ez a befolyásoló tényező a szakirodalomban is megtalálható. Az IACEW jelentés szerint az adószabályok is hatással vannak a számviteli beszámolókra ott, ahol a kimutatott eredmény adóköteles. Az adóelkerülésből származó többletjövedelem relatív olcsó finanszírozást jelent a vállalkozások számára, az ebből fakadó gazdasági hasznok jelentősek lehetnek. Az így elérhető előnyök költségei két csoportba sorolhatók. Felmerülnek úgynevezett megfigyelhető költségek, mint pl.: büntetések, bírságok és nem megfigyelhető költségek, mint pl.: a „lebukásból” fakadó kockázatok és a vállalat jó hírének kockáztatása. Mindezt egybe vetve Armstrong et al. (2010) úgy tekintettek az adóelkerülésre, mint egy befektetési lehetőségre, és mint minden befektetés esetén a döntési helyzetben lévő vezető mérlegeli a befektetés várható eredményét, természetesen a saját érdekeit is figyelembe véve. Ha egy vezető a saját érdekeit helyezi előtérbe a tulajdonosok helyett, akkor azt a hasznot, amit a tulajdonosok emiatt elveszítenek, vagy azt az addicionális költséget, amit emiatt fizetniük kell, úgynevezett ügynöki költségnek nevezzük, ami annak az „árát” növeli, hogy nem maguk a tulajdonosok végzik el a vállalkozásuk vezetési, döntéshozói feladatait. Az ügynöki költség létezésének következménye lehet az is, hogy a társaság által véghezvitt adóelkerülés nem a vállalkozás, hanem a vezetők érdekeinek megfelelően alakul. Negatív Laffer-effektusként ismert az a hatás, ami az adókulcsok növekedése és az állami adóbevételek alakulása közötti kapcsolatot írja le. (Laffer, 2004) A magasabb adóterhelés a beszámolási minőség csökkenését is eredményezheti. Amennyiben az adott ország adózási és számviteli szabályai nehezen értelmezhetők, nem egyértelműek, akkor a vállalkozások agresszív adóstratégia esetén megpróbálják a pénzügyi számviteli eljárásokat is az adószámviteli eljárásokhoz közelíteni, ezzel is támogatva az adózási eljárások adóhatóság általi elfogadását. (Cloyd, 1996)

A tulajdonosi struktúra hatása szintén részletes kifejtésre került az interjúk során. („A tulajdonosi struktúra meghatározza, hogy mik az "elérendő, kívánt" célok”, „tulajdonosi érdekeltég”,” Tulajdonosi struktúra, számukra érdekes hogy a beszámoló adataiból láthatóvá váljon az eredményesség, esetleg a veszteség mértéke „) A tulajdonosi struktúra hatásainak vizsgálata szerteágazó terület. A családi vállalkozások kevésbé manipulálják az eredményüket,

mivel az ő működésükre nincs olyan nagy hatással a külső szereplők eredményre való reakciója. Az állami vállalatoknak alacsonyabb a számviteli minőségük, mint azoknak a cégeknek, amelyeknek nem állami tulajdonosuk van, mivel a tulajdonosok kevésbé alapoznak a pénzügyi kimutatásokban található információkra. A tulajdonosi struktúrák közötti különbség azonban nem csak egyes cégek közt jelent eltérést, az egyes országok között is lehetnek jelentős különbségek. Azon országokban, ahol magas a befektetők védelmének szabályozottsága és annak kikényszerítése ugyanakkor fejlettek a pénzpiacok, a pénzügyi kimutatások minősége magasabb azokhoz az országokhoz viszonyítva ahol a tulajdonosi kör koncentráltabb és a befektetők védelme kevésbé fejlett (Singleton-Green 2016).

A könyvvizsgálat volt, még ami sokszor említésre és kifejtésre került. (pl.: „Könyvvizsgálat: segíti, a beszámolók minőségét, sok esetben kerülnek korrigálásra lényeges hibák, amik az audit nélkül nem kerültek volna feltárássra”, „fontos szerepe van a könyvvizsgálónak is, mivel Ő vizsgálja felül a beszámolót független szakértőként”) A könyvvizsgálatnak is van hatása (az ösztönzőkre) a szakirodalom szerint is. Ahol magasabb a könyvvizsgálat minősége ott alacsonyabb a manipuláció (Singleton-Green, 2016). Számos kutatás pl.: Choi et al. (2010) szerint a könyvvizsgáló cég méretének hatása van a beszámolási minőségre, a nagyobb könyvvizsgáló cégek alkalmazása magasabb beszámolási minőséghez vezet. Ball–Shivakumar (2005) a privát és nyilvános társaságok közötti beszámolási minőségbeli különbséget kutatták, eközben elemezték a könyvvizsgáló cégek hatását is, mivel a fenti kutatások alapján fennállt a lehetőség, hogy a minőségbeli eltérés a két csoport között nem a nyilvános vagy privát jellegből fakad, hanem a választott könyvvizsgáló cégtől. A mintájukban szereplő nyilvános társaságok 76%-át az úgynevezett „Big-five” könyvvizsgáló cégek valamelyike auditálta, míg ugyanez az arány a privát társaságoknál mindössze 19% volt. Azonban még ha a könyvvizsgáló társaságok méretét exogén determinánsként vizsgáljuk, akkor sem ad magyarázatot a cégek közt fennálló beszámolási minőségbeli különbségekre.

Az utolsó két téma a két módszertan, a diszkrecionális elhatárolások és az eredmény menedzsment vizsgálatának visszaigazolása volt. Mindkét esetben egyértelmű egyetértés volt a feltett kérdésekkel kapcsolatban. [1) Az elhatárolás elvének teljesülése - tekintettel arra, hogy ez az alapelv az Sztv. egyik mögöttes feltételezéseként értelmezendő - kiemelt jelentőséggel bír az Sztv. szerint összeállított beszámolók esetén? 2)Az a beszámoló melyben az eredményt nem a valóságnak megfelelően mutatják be, alacsonyabb minőséggel bír, mint az a beszámoló mely az eredményt a valóságnak megfelelően mutatja be?] Tehát a szakirodalmi feldolgozás alapján meghatározott módszertanok használatának helyénvalóságát a szakértői interjúk egyértelműen visszaigazolták.

5. Következtetések és javaslatok

Összességében azt láthattuk, hogy a minőségi jellemzőket az interjúalanyok az alapelvek egy csoportjának érvényesüléseként értelmezték. Ennek volt, hogy tudatában voltak, volt, hogy

nem. Nem került azonban minden minőségi jellemzőként értelmezhető alapelv említésre, és nem merült fel olyan tulajdonság, sem ami a számviteli alapelvek között nem szerepelne, vagy ne lehetne levezetni abból. Ami viszont érdekes, hogy a Róth et. al (2017) féle csoportosításból minden csoportból került megemlítésre minimum egy alapelv, kivéve az egyik legfontosabb alapelvet a vállalkozás folytatásának elvét.

A szakirodalomban megtalálható tényezőkön kívül nem merült fel olyan befolyásoló tényező, aminek a mérése szükséges lenne, de a szakirodalom nem foglalkozna vele, de a modellbe be lehetne építeni. Így a kvalitatív kutatás e részének a szakirodalom visszaigazolásán túl, új információkat feltáró eredménye nem lett. Ez azért nem nagy kudarc, figyelembe véve a terület kutatottságának szintjét. Illetve annyi új eredménye van a fenti visszaigazolásnak, hogy magyarországi szakemberek, magyarországi viszonyokra vonatkozóan állapították meg a szakirodalomban, nem magyarországi környezetre megállapított befolyásoló tényezők jelentőségét.

A két módszertan, a diszkrecionális elhatárolások és az eredmény menedzsment vizsgálatának visszaigazolása volt. Mindkét esetben egyértelmű egyetértés volt a feltett kérdésekkel kapcsolatban, tehát a szakirodalmi feldolgozás alapján meghatározott módszertanok használatának helyénvalóságát a szakértői interjúk egyértelműen visszaigazolták.

Hivatkozott források

Armstrong, C. S. – Jagolinzer, A. D. – Larcker, D. F. (2010) Chief executive officer equity incentives and accounting irregularities. *Journal of Accounting Research*, 48. évf. 2. szám, pp. 225-271.

Ball, R. – Shivakumar, L. (2005) Earnings quality in UK private firms: comparative loss recognition timeliness. *Journal of accounting and economics*, 39. évf., pp. 83–128.

Bóta, Z. (2010) A számviteli szabályok ellenőrzése, a számviteli alapelvek érvényesülése az ellenőrzések során. *Adó-kódex*, 19. évf., pp. 57–72.

Choi, J. H. – Kim, C. – Kim, J.-B. – Zang, Y. (2010) Audit Office Size, Audit Quality, and Audit Pricing. *AUDITING: A Journal of Practice & Theory*, 29. évf. 1. szám, pp. 73-97.

Cloyd C.B. - Pratt J.- Stock T.(1996) The Use of Financial Reporting Choice to Support Aggressive Tax Positon: Public and Private Firms. *Journal of Accounting Research*, 34. évf. 1. szám, pp. 23-43.

Kovács, D.M. (2013) A valós érték számvitel szerepe és alkalmazása a magyar szabályozási környezetben. Budapesti Corvinus Egyetem, Budapest.

Laffer, A. B. (2004) The Laffer Curve: Past, Present, and Future. Executive Summary Backgrounder, 765.szám, pp. 1-16.

Madarasiné Szirmai, A. (2009) A pénzügyi kimutatások valóság tartalma a környezeti információk tükrében. Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem, Budapest.

Róth, J., Adorján, C., Lukács, J., Veit, J. (2017) Számviteli esettanulmányok 2017. MKVKOK.

Szakács, I. (2012) Számvitel A-Z-ig, 2. ed. Complex Kiadó Jogi és Üzleti Tartalomszolgáltató Kft., Budapest.

Singleton-Green, B. (2016) Incentives and Institutions in Accounting: Thinking Beyond Standards. Internetes forrás. On-line: <http://www.icaew.com/en/technical/financial-reporting/information-for-better-markets/ifbm-reports/incentives-and-institutions-in-accounting-thinking-beyond-standard> Elérve: :2018.11.19.

Tóth, M. (2010) A magyar számviteli rendszer hatása a számviteli politikára, elméleti modellalkotások, módszertani fejlesztés. Szent István Egyetem, Gödöllő.

Varga, I. (2009) Valódiság elvének érvényesülése a magyar számviteli rendszerben. Nyugat-Magyarországi Egyetem, Sopron.

Wolk, H.I., Dodd, J.L., Rozycki, J.J., (2008) Accounting Theory: Conceptual Issues in a Political and Economic Environment. SAGE.

A könyvvizsgálattal kapcsolatos hatótényezők mérési lehetőségei a számviteli beszámolók minőségének vizsgálata során

Tóth Gábor ¹

Összefoglalás

A számviteli beszámolók minőségét számos könyvvizsgálathoz kapcsolódó körülmény befolyásolhatja. Ezek közé tartozik a könyvvizsgálati díj nagysága, a könyvvizsgáló cégek rotációja, a könyvvizsgáló partnerek rotációja, a könyvvizsgáló cégek megbízatásának hossza, a könyvvizsgáló partnerek megbízatásának hossza és így tovább. E tényezők azonosítása és mérhetővé tétele elengedhetetlen ahhoz, hogy a könyvvizsgálat szabályozásának hatásait vizsgálni lehessen. Ha megismerjük a fenti tényezők valós hatásait, akkor a könyvvizsgálat szabályozásának módosítása révén növelhetjük a számviteli beszámolók minőségét. A kutatás célja bemutatni a leggyakrabban felmerülő könyvvizsgálathoz kapcsolódó tényezőket. Ezután példát mutatni arra, hogyan lehet e tényezők méréséhez szükséges változókhoz szükséges adatokat beszerezni. A cikk megírása során mind ingyenes mind fizetős alternatívák bemutatásra kerülnek. A tanulmány eredményei szerint, lehetséges a könyvvizsgálat szabályozásának számviteli beszámolók minőségére gyakorolt hatását vizsgálata. Az ehhez szükséges minta összeállítása azonban időigényes és költséges vállalkozás, minden esetben komoly tervezést igényel.

kulcsszavak: könyvvizsgálat, közzétételi minőség, számvitel, számviteli minőség, számviteli törvény

JEL kód: M12, M42

1. Bevezetés

A számviteli beszámolási rendszer fenntartása rengeteg erőforrást igényel, amiből kifolyólag annak minőségét befolyásoló tényezők azonosítása, vizsgálata társadalmi érdek.

Jelen tanulmány célja, hogy a számviteli beszámolók minőségét befolyásoló tényezők közül bemutassa azokat, melyek a könyvvizsgálathoz kapcsolódnak. E tényezők bemutatása után, azok mérésére használt változók, majd a számításukhoz szükséges adatforrások is ismertetésre kerülnek. A tanulmány hozzájárulhat ahhoz, hogy a magyarországi helyzet, a Számviteli törvény (a továbbiakban Sztv.) szerint készült beszámolók minőségének vizsgálata során, a

¹ PhD hallgató, Szent István Egyetem, Gazdálkodás és Szervezéstudományok Doktori Iskola, Gödöllő, toth.gabor.17@gmail.com

kutatók ismerjék és vizsgálhassák ezeket a faktorokat, hozzájárulva a szabályozás és ezáltal az Sztv. szerint összeállított számviteli beszámolók minőségének növekedéséhez.

2. Irodalmi áttekintés

A könyvvizsgálat során a könyvvizsgálónak nem csak a vizsgált vállalkozás szabályozásoknak való megfelelését kell szem előtt tartania, magának a könyvvizsgálónak is számos szabályozásnak kell megfelelnie. Ez a szabályrendszer olyan összetett, hogy nem csak az ennek való megfelelés, de magának a szabályrendszernek az átlátása is kihívást jelenthet. Ebből kifolyólag segítségül, a könyvvizsgálói kamara az etikai szabályzatában [A Magyar Könyvvizsgálói Kamara szabályzata a könyvvizsgálói hivatás magatartási (etikai) szabályairól és a fegyelmi eljárásról] sorolja fel azokat a szabályokat, elvárásokat, melyeket a könyvvizsgálóknak a munkájuk során figyelembe kell venniük:

- „az esküje,
- a Kkt.,
- a kamara alapszabálya,
- a kamara etikai szabályzata,
- a kamara egyéb szabályzatai,
- a kamara által a Kkt. 4. § (5) bekezdésének b) pontja alapján közreadott, könyvvizsgálati, valamint az átvilágítási megbízásokra, a bizonyosságot nyújtó megbízásokra, a kapcsolódó szolgáltatásokra és a belső minőségellenőrzésre, könyvvizsgálók, könyvvizsgáló cégek belső szervezetére és a könyvvizsgáló munka megszervezésére vonatkozó nemzeti standardok (a továbbiakban: standardok),
- a számvitelről szóló törvény (a továbbiakban: Sztv.), a Polgári Törvénykönyvről szóló törvény (a továbbiakban: Ptk.), valamint mindazok a jogszabályok, amelyek a könyvvizsgálóra, a jogszabályi kötelezettségen alapuló könyvvizsgálói tevékenységre vonatkozóan szabályokat írnak elő,
- a jogszabályokban és a kamara szabályzataiban nem rendezett kérdések tekintetében a Nemzetközi Könyvvizsgálói Szövetség (a továbbiakban: IFAC) által kiadott, magyar nyelvre lefordított és a kamara honlapján megjelentetett IESBA Könyvvizsgálói Etikai Kódex (továbbiakban: IESBA Kódex), valamint
- a tőle elvárható (megfelelő) szakmai és morális normák” (Könyvvizsgálói Kamara etikai szabályzat, I/1, p:1)

A könyvvizsgálókkal szemben Magyarországon is fennáll az úgynevezett elvárási rés, ami a könyvvizsgálók tapasztalt teljesítménye és a könyvvizsgálóktól elvárt teljesítmény közötti

különbséget jelenti. Füredi-Fülöp (2016) ezt az elvárási rést különböző komponensekre bontotta, ami segíti a rés csökkentéséhez hatékonyan felhasználható módszerek beazonosítását, kidolgozását. A Magyarországon jelen lévő könyvvizsgálati elvárási rés azonosított komponensei a teljesítményrész, ésszerűségi rész, értelmezési rész. Füredi-Fülöp (2017) szerint az ésszerűségi rész csökkenthető a társadalom könyvvizsgálat funkciójáról és munkájáról szóló oktatás révén. Ezt egészítem ki azzal, hogy a könyvvizsgálat célját, hatását, annak valós következményeit bemutató kutatások, mint például a könyvvizsgálat számviteli beszámolók minőségre gyakorolt hatásait vizsgáló kutatások végrehajtása szintén csökkentheti a könyvvizsgálati, azon belül az ésszerűségi és az értelmezési részt. Disszertációm során a vállalkozások által közzétett éves beszámolókat vizsgálom, melyek jogszabályon alapuló könyvvizsgálata a bizonyosságot nyújtó megbízások közé tartozik. A bizonyosságot nyújtó megbízások esetén a könyvvizsgáló átfogó célja, hogy megfelelő szintű bizonyosságot szerezzen azzal kapcsolatban, hogy a beszámoló nem tartalmaz jelentős hibás állításokat. (ISA 200.) E cél akkor teljesül, ha erről elegendő és megfelelő könyvvizsgálati bizonyítékot tud gyűjteni a könyvvizsgáló. Látható, hogy nem az a cél, hogy a könyvvizsgálat javítsa a számviteli beszámolók minőségét, hanem az, hogy a jelentős hibás állítások hiányáról elegendő és megfelelő könyvvizsgálati bizonyítékot szerezzen. Természetesen, ha egy könyvvizsgálat során több jelentős hibás állítás feltárára, majd javításra kerül, az javítja a számviteli beszámoló minőségét, de a kisebb, minőséget szintén meghatározó hibák javítása nem is célja a könyvvizsgálatnak, így azok esetleges feltárása és javítása csupán pozitív externáliaként értelmezhető. Elmondható tehát, hogy a könyvvizsgálat nagy valószínűséggel javít a számviteli beszámolók minőségén, de a kisebb hibák feltárása nem tartozik közvetlenül a célja közé. Ezeket figyelembe véve megállapítható, hogy elvárási rész van a könyvvizsgálat célja és a könyvvizsgálattól elvárt eredmények között.

Miután bemutattam a könyvvizsgálat célja és a számviteli beszámolók minőségének javítása közötti eltérést, tekintsük át, melyek azok a területek, melyek mégis a számviteli beszámolók minőségének javítását eredményezik, eredményezhetik.

A népszerű két komponensre egyszerűsített könyvvizsgálati minőség definíciója szerint a könyvvizsgálat minősége attól függ, hogy a könyvvizsgáló:

- 1) képes-e feltárni a jelentős hibás állításokat,
- 2) ha igen, jelenti-e azokat. (DeAngelo, 1981)

Az 1-es feltétel alapvetően a könyvvizsgáló kompetenciájától, képességeitől függ, míg a 2-es feltétel teljesülését a könyvvizsgáló függetlensége befolyásolja. Ennek megfelelően a könyvvizsgálat minőségét, és ez által részben a számviteli beszámolók minőségét, a könyvvizsgálók képességeire, illetve függetlenségére vonatkozó szabályok befolyásolhatják. A következő táblázat e szabályozási területeket mutatja be, képességre és függetlenségre bontva:

1. táblázat. Számviteli beszámolók minőségét leginkább befolyásoló könyvvizsgálathoz kapcsolódó területek bemutatása

Számviteli beszámolók minőségét leginkább befolyásoló könyvvizsgálathoz kapcsolódó területek:	
1. A könyvvizsgáló képessége	Szabályozza
Képzés	Kkt., MKVK Alapszabálya
Minősítések	
Bejegyzés feltételei, engedélyek megszerzése	
2. A könyvvizsgáló függetlensége	Kkt., Etikai szabályzat, IESBA Kódex, MKVK Alapszabálya, IFAC Könyvvizsgálói Etikai Kódex
Könyvvizgálat díja	
Egyéb, nem könyvvizsgálói szolgáltatások	
Könyvvizsgálók kötelező rotációja, cseréje	

Forrás: Saját szerkesztés, 2019

A könyvvizsgálók függetlenségére, ezáltal közvetett módon a számviteli beszámolók minőségére a könyvvizgálatért fizetett ellenérték, a szerződéses feltételek is hatással vannak. A hatások egyértelműbbnek tűnnek, mint az egyéb szolgáltatások nyújtásának hatásai. Ebben a témában is több felvetés van jelen a szakirodalom, azonban az eredmények egy irányba mutatnak. Jelen fejezetben bemutatásra kerül a két legfontosabb számviteli beszámolók és könyvvizsgálói díjak között fennálló kapcsolatra vonatkozó feltételezés, majd a magyarországi szabályozás is áttekintésre kerül, bemutatva, hogy miképp vélekednek a magyarországi szabályozók a kérdésről, milyen körülmények között készülnek el jelenleg a számviteli beszámolók.

A két legfontosabb kapcsolódó feltételezés:

- Ha a könyvvizgálat díja alacsonyabb, mint az a körülmények, az elvégzendő munka és a kapcsolódó kockázatok alapján várható lenne, akkor alacsonyabb a számviteli beszámolók minősége, mivel a könyvvizsgálónak nincs elegendő erőforrása, hogy a lényeges hibás állításokat feltárja. (pl.: Martinez & Moraes (2017))
- Ha a könyvvizgálat díja magasabb, mint az a körülmények, az elvégzendő munka és a kapcsolódó kockázatok alapján várható lenne, akkor alacsonyabb a számviteli beszámolók minősége, mivel a könyvvizsgáló egyfajta felárat kap a megbízótól, ami csorbíthatja a könyvvizsgáló függetlenségét, csökkentheti a szakmai szkepticizmusát. (pl.: Choi et al. (2010))

A könyvvizsgáló által a könyvvizsgálattal együtt nyújtott egyéb, nem könyvvizsgálói szolgáltatások (a továbbiakban: a könyvvizsgáló által nyújtott egyéb szolgáltatás) hatásai nem egyértelműek. A szakirodalom áttekintése alapján az alábbi megközelítéseket azonosítottam:

- A könyvvizsgáló által nyújtott egyéb szolgáltatások növelik a könyvvizsgálat hatékonyságát, mivel a könyvvizsgáló cég a tanácsadói szolgáltatások nyújtása során jobban megismeri a gazdálkodót, nagyobb valószínűséggel képes feltárni a lényeges hibás állításokat. (pl.: Koh, et al. 2013)
- a könyvvizsgáló által nyújtott egyéb szolgáltatások jelentős bevételt jelentenek a könyvvizsgáló cégek számára, ami csökkenti a könyvvizsgálók függetlenségét, így a lényeges hibás állítások megállapításának valószínűségét. (pl.: Bell et al., 2015)
- A tanácsadói szolgáltatások növelhetik az ügyfél könyvvizsgáló iránti elköteleződését, csökkentve ezzel a váltás valószínűségét, növelve a könyvvizsgáló függetlenségét. (pl.: Lennox, 1999)
- Amennyiben a fent említett hatások, vagy csupán egy részük valóban létezik, részben ellentétes irányban hatnak így előfordulhat, hogy összességében kiegyenlítik egymást.

Jelen fejezetben a könyvvizsgálói megbízatás hosszának, a könyvvizsgálók kötelező vagy önkéntes rotációjának számviteli beszámolók minőségére illetve a könyvvizsgálat minőségére gyakorolt hatásának vizsgálatával foglalkozó szakirodalom kerül bemutatásra. Az előző számviteli beszámolók minőségét befolyásoló könyvvizsgálati témákat feldolgozó fejezetekhez képest jelen fejezet felépítése részben különböző. Az eltérés oka, hogy jelenleg Magyarországon a könyvvizsgálói megbízatás hosszát illetve a könyvvizsgálók kötelező rotációját kizárólag a közérdeklődésre számot tartó vállalkozások számára írják elő. Disszertációm során nem a szabályozás szerint meghatározott közérdeklődése számot tartó vállalkozások beszámolóit vizsgálom, így ebben a fejezetben a szabályozási környezet bemutatására nem kerül sor.

A nemzetközi szakirodalomban az alábbi jelentősebb megközelítéseket igazoló eredmények kerültek publikálásra:

- A könyvvizsgálói megbízatás növekedésével szoros kapcsolat alakul ki a könyvvizsgáló és könyvvizsgált vállalkozás között, ami a könyvvizsgáló függetlenségének csorbulását eredményezi, csökkentve ezzel a könyvvizsgálat és a közzétett számviteli beszámolók minőségét. (pl.: Rickett et al., 2016)
- A könyvvizsgálói megbízatás növekedésével a könyvvizsgáló jobban megismeri a könyvvizsgált vállalkozás sajátosságait, annak üzleti környezetét és a cégre jellemző speciális ügyleteket, üzleti konstrukciókat. Az így megszerzett tudás lehetővé teszi a

könyvvizsgáló részére, hogy hatékonyabban és nagyobb valószínűséggel tárjon fel jelentős hibás állításokat, hozzájárulva ezzel a könyvvizsgálat és a számviteli beszámolók minőségének növekedéséhez. (pl.: Myers et al., 2003)

- A kötelező rotáció növeli a könyvvizsgáló függetlenségét, ezáltal elősegítve a könyvvizsgálat és a számviteli beszámolók minőségének növekedését. (pl.: Lennox et al., 2014)
- A befektetők és egyéb érdekhordozók véleménye szerint a kötelező rotáció növeli a könyvvizsgáló függetlenségét, ezáltal elősegítve a könyvvizsgálat és a számviteli beszámolók minőségének növekedését. A függetlenség látszata szempontjából tehát kiemelt jelentőséggel bír a könyvvizsgálók kötelező rotációja. (pl.: Chi et al., 2009)
- A fenti hatások együttesen is jelentkezhetnek, ellenkező irányba hatva, kioltva egymás hatásait, összességében nem befolyásolva a könyvvizsgálat és a számviteli beszámolók minőségét. (pl.: Kwon et al., 2014)

A témában az alábbi logikus feltételezéseket lehet még tenni, melyekre azonban nem találtam a szakirodalomban alátámasztó eredményeket:

- A befektetők és egyéb érdekhordozók véleménye szerint a kötelező rotáció csökkenti a könyvvizsgálók képességét, hogy feltárják a jelentős hibás állításokat, ezáltal csökkenti a könyvvizsgálat és a számviteli beszámolók minőségét. A függetlenség látszata szempontjából tehát kiemelt jelentőséggel bír a könyvvizsgálók kötelező rotációja.
- A kötelező rotáció miatt a könyvvizsgálónak nem áll elegendő idő a rendelkezésére, hogy megismerje a könyvvizsgált vállalkozást, ami könyvvizsgálati kockázatot jelent, csökkenti a könyvvizsgálat, ezáltal a közzétett számviteli beszámolók minőségét.
- A befektetők és egyéb érdekhordozók véleménye szerint a könyvvizsgálói megbízatás hosszának növekedésével a könyvvizsgáló jobban megismeri a könyvvizsgált vállalkozást, ezáltal nagyobb valószínűséggel képes feltárni a jelentős hibás állításokat, ami a könyvvizsgálat és a számviteli beszámolók minőségének növekedéséhez vezet. Ebből kifolyólag a hosszabb könyvvizsgálói mandátum, magasabb feltételezett minőséget jelent.
- A befektetők és egyéb érdekhordozók véleménye szerint a könyvvizsgálói megbízatás növekedésével szoros kapcsolat alakul ki a könyvvizsgáló és könyvvizsgált vállalkozás között, ami a könyvvizsgáló függetlenségének csorbulását eredményezi, csökkentve ezzel a könyvvizsgálat és a közzétett számviteli beszámolók minőségét.

A számviteli beszámolók minőségét befolyásoló tényezők között számos olyan található, mely a könyvvizsgálatot ellátó cég vagy személy egyes tulajdonságaival megfeleltethető. Korábbi kutatások az alábbi jellemzőket vizsgálták:

- A könyvvizsgálók képzettségi szintje. (pl.: Beck et al., 2018)
- A könyvvizsgáló cég Big four könyvvizsgáló cég-e. (pl.: Eshleman & Guo, 2014)
- A könyvvizsgáló cég mérete. (pl.: Choi et al., 2010)
- A könyvvizsgáló cég valamely terület, iparág szakértője-e. (pl.: Ittonen et al., 2015)
- A könyvvizsgáló cég könyvvizsgálói hálózat tagja-e. (pl.: Bills et al., 2015)

Kérdés, hogy miért pont ezek a jellemzők lettek kiemelve. Egyrészt ezek megfogható, mérhető tulajdonságok. Másrészt a fenti jellemzők mentén olyan csoportok képezhetők, melyeknek elméletben eltérőnek kell lenniük vagy a szakmai kompetencia vagy a függetlenség tekintetében. Ebből kifolyólag, a kutatók rendre a nagyobb szakmai kompetenciával vagy függetlenséggel rendelkező csoportok magasabb minőségét feltételezték a számviteli beszámolók tekintetében.

3. Anyag és módszer

Jelen tanulmányban a nemzetközi szakirodalom áttekintésének segítségével beazonosítottam, hogy melyek azok a tényezők, melyek a számviteli beszámolók minőségének alakulását befolyásolhatják. Ezt követően ezeket a tényezőket rendszereztem, majd a számításukhoz szükséges adatforrásokat is beazonosítottam. Ezen kívül, hogy újszerű megállapításokat is lehessen tenni a témában, további korábban nem használt, de témához kapcsolódó, potenciális hatással bíró tényezőket számszerűsítő változókat is felírtam.

4. Eredmények

A használt változók közül a legtöbb korábbi könyvvizsgálattal és számviteli beszámolók minőségével foglalkozó tanulmányban már használatra került.

Nem talákoztam azonban olyan kutatással, ahol nem könyvvizsgált beszámolók is bevonásra kerültek volna, így az AUD nevű változó ezekben a tanulmányokban nem szerepelt.

Az AFEE változó a könyvvizsgálói díjat jelenti, azon belül is vizsgálható, hogy az túl alacsony vagy túl magas-e az elvárható könyvvizsgálói díjhoz viszonyítva, illetve, hogy mekkora arányt képvisel a könyvvizsgáló teljes bevételéből.

A NAS-sal a könyvvizsgálók által nyújtott, egyéb nem könyvvizsgálói szolgáltatások hatása vizsgálható.

A BIG4 változó pedig azt jelzi, hogy a könyvvizsgálatot végző könyvvizsgáló cég Big four könyvvizsgáló cégnek számít-e vagy sem.

2. táblázat. A hipotézisek vizsgálata során a használt változók összefoglalása

Hip.	Változó megnevezése	Változót használta pl.:	Adatforrás
H ₁	AUD (Audited)	.*	Cégtörténet
H ₂	AFEE (Audit fee)	Martinez & Moraes (2017)	Kiegészítő melléklet
H ₃	NAS (Non audit services)	Choi et al. (2010)	Kiegészítő melléklet
H ₄	BIG4 (Big four auditor)	Bouchareb et al. (2014)	Kiegészítő melléklet
H ₅	NEWAUD (New auditor)	Krishnan (2003)	Kiegészítő melléklet
	OLDAUD (Old auditor)	Becker et al. (1998)	Kiegészítő melléklet
	ATEC (Audit Tenure, company)	Jackson et al.(2008)	Kiegészítő melléklet
H ₆	KV Eladósodottság foka	-	Opten Kft. pénzügyi modul
	KV Eladósodottság mértéke - Bonitás	-	Opten Kft. pénzügyi modul
	KV Árbevétel arányos eredmény %	-	Opten Kft. pénzügyi modul
	KV Likviditási gyorsráta	-	Opten Kft. pénzügyi modul

* A szakirodalmi áttekintés során feldolgozott tanulmányok esetében nem vizsgáltak könyvvizsgálattal nem érintett vállalkozásokat

Forrás: Saját szerkesztés, 2019

Az 5-ös hipotézisben vizsgált rotáció, illetve a könyvvizsgálói mandátum hossza kétszer három változó segítségével kerül vizsgálatra. A rotáció hatását az új könyvvizsgálókat jelző NEWAUD és a könyvvizsgálók utolsó évét jelző OLDAUD változó mellett, a könyvvizsgálói megbízatás hosszát mérő ATEC változóval vizsgálható. Mind a három változót vizsgálható könyvvizsgáló partner és könyvvizsgáló cég szemszögből nézve, tehát úgy, hogy a könyvvizsgálót, mint könyvvizsgáló partnert és úgy, hogy a könyvvizsgálót, mint könyvvizsgáló cég értelmezzük.

Az utolsó hipotézis vizsgálata során elemzett, könyvvizsgáló vagyoni, pénzügyi, jövedelmi helyzetét leíró változók sem fordultak elő az általam feldolgozott szakirodalomban. Több tanulmány volt, mely a könyvvizsgáló egyes tulajdonságainak számviteli beszámolók minőségére gyakorolt hatását kutatta, így a könyvvizsgálók vagyoni, pénzügyi, jövedelmi helyzetének alakulását vizsgálatra alkalmasnak ítélt meg.

5. Következtetések és javaslatok

Jelen kutatás során megállapítást nyert, hogy a nemzetközi szakirodalomban megjelenő, könyvvizsgálathoz kapcsolódó, számviteli beszámolók minőségét befolyásoló faktorok a Sztv. szerint készült beszámolókkal kapcsolatban is értelmezhetők, számíthatók. Ezt követően a tényezők vizsgálatához szükséges változók számításához szükséges adatok forrása is feltárásra, bemutatásra került. A számviteli beszámolók minőségét vizsgáló kutatók számára javaslom, a tanulmányban bemutatott faktorok figyelmeztetését, amikor a számviteli beszámolók minőségének alakulását vizsgálják, elemzik.

Hivatkozott források

Beck, M. J.— Jere R. F— J. L. Gunn. (2018) Public Company Audits and City-Specific Labor Characteristics. *Contemporary Accounting Research*, 35. évf. 1. szám, pp. 394–433.

Bell, T. B.—M. Causholli— W. R. Knechel. (2015) Audit Firm Tenure, Non-Audit Services, and Internal Assessments of Audit Quality.” *Journal of Accounting Research*, 53. évf. 3. szám, pp. 461–509.

Bills, K. L.—Lauren M. C.— L. A. Myers. (2015) Small Audit Firm Membership in Associations, Networks, and Alliances: Implications for Audit Quality and Audit Fees.” *The Accounting Review*, 91. évf. 3. szám, pp. 767–792.

Bouchareb, M.—Ajina A.—Souid S. (2014) Does the Adoption of IAS/IFRS with a Strong Governance Mechanism Can Deter Earnings Management?. *International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences*, 3.évf.1.szám, pp. 264.

Chi, W.— Huichi H.—Yichun L.—Hong X.. (2009) Mandatory Audit Partner Rotation, Audit Quality, and Market Perception: Evidence from Taiwan. *Contemporary Accounting Research*, 26.évf. 2. szám, pp. 359–391.

Choi, J.-H.— Chansog K.— Jeong-Bon K.— Yoonseok Z. (2010) Audit Office Size, Audit Quality, and Audit Pricing. *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 29. évf. 1. szám, pp.73–97.

Choi, J.-H.—Jeong-Bon K.— Yoonseok Z. (2010) Do Abnormally High Audit Fees Impair Audit Quality?. *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 29. évf. 2.szám, pp.115–140.

DeAngelo, L. E. (1981) Auditor Size and Audit Quality. *Journal of Accounting and Economics* 3. évf. 3. szám, pp. 183–199.

Eshleman, J. D.— Peng G.(2014) Do Big 4 Auditors Provide Higher Audit Quality after Controlling for the Endogenous Choice of Auditor?. *Auditing: A Journal of Practice & Theory* 33.évf. 4. szám, pp. 197–219.

Füredi-Fülöp, J. (2016) A Könyvvizsgálati Elvárési Rés Megítélése Magyarországon.” *Számvitel, Adó, Könyvvizsgálat* 58 évf. 6. szám, pp.293–95.

Füredi-Fülöp, J.. (2017) Factors Leading to Audit Expectation Gap: An Empirical Study in a Hungarian Context. *THEORY METHODOLOGY PRACTICE: CLUB OF ECONOMICS IN MISKOLC* 13. évf. 2. szám, pp.13–23.

Ittonen, K.—Karla J.— Emma-Riikka M.(2015) Audit Partner Public-Client Specialisation and Client Abnormal Accruals. *European Accounting Review*, 24.évf. 3. szám, pp. 607–633.

Jackson, A. B.— Michael Moldrich— Roebuck. (2008) Mandatory Audit Firm Rotation and Audit Quality. *Managerial Auditing Journal*, 23. évf. 5. szám, pp. 420–437.

Koh, K.S.R— Suraj Srinivasan.(2013)“Non-Audit Services and Financial Reporting Quality: Evidence from 1978 to 1980. *Review of Accounting Studies*, 18. évf, 1.szám, pp.1–33.

Kwon, S. Y.— Youngdeok Lim — Roger Simnett (2014) The Effect of Mandatory Audit Firm Rotation on Audit Quality and Audit Fees: Empirical Evidence from the Korean Audit Market. *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 33.évf. 4.szám, pp. 167–196.

Lennox, C. S. (1999) Non-Audit Fees, Disclosure and Audit Quality. *European Accounting Review*, 8.évf. 2.szám. pp. 239–252.

Lennox, C. S.—Xi Wu —Tianyu Zhang. (2014) Does Mandatory Rotation of Audit Partners Improve Audit Quality?. *The Accounting Review* 89.évf. 5.szám, pp.1775–1803.

Martinez, A. L., — Arquimedes De Jesus Moraes. (2017) RELATIONSHIP BETWEEN AUDITORS’FEES AND EARNINGS MANAGEMENT. *Revista de Administração de Empresas*, 57.évf. 2.szám, pp.148–157.

Myers, J. N.— Linda A. Myers — Thomas C. Omer. (2003) Exploring the Term of the Auditor-Client Relationship and the Quality of Earnings: A Case for Mandatory Auditor Rotation?. *The Accounting Review*, 78.évf. 3. szám, pp.779–799.

Rickett, L. K.— Anastasia Maggina— Pervaiz Alam. (2016) Auditor Tenure and Accounting Conservatism: Evidence from Greece. *Managerial Auditing Journal*, 31.évf. 6/7.szám, pp. 538–565.

A „hurok zárása”- lehetőségek a szén- dioxid megkötésére

Tóth Judit¹

Összefoglalás

A körkörös gazdaság elveinek alkalmazása vitathatatlanul hozzájárul az éghajlatváltozás mérséklését valamint a fenntartható gazdaság megteremtését célzó törekvések megvalósításában. Az Európai Unió elkötelezte magát a fenntartható fejlődés, s az alacsony szén-dioxid-kibocsátású gazdaság elvei mellett, s a jelenlegi uniós energiapolitika célja elérni a fenntartható fejlődés, a versenyképesség és a fenntarthatóság közötti egyensúlyt. Az új technológiák kidolgozását a környezeti fenntarthatóság indukálja. Ezen technológiák egy része a légköri szén-dioxid koncentráció csökkentését célozza, sőt számos esetben a szén-dioxidot, mint nyersanyagot hasznosítja. A kibocsátott szén-dioxid újrahasonosítása valósul meg a „zöld” folyékony üzemanyagok előállítása során, amelyekkel az energia tárolása és elosztása hatékonyan valósítható meg. A legnagyobb potenciállal rendelkező „zöld” folyékony üzemanyag a metanol és az etanol, melyeknek előállítása többféle forrásból indulhat. Kiemelkedő jelentőségűek a kommunális és mezőgazdasági hulladékokat alapanyagként alkalmazó innovatív technológiák, melyek kulcsszerepet játszhatnak a természet, a gazdaság és a társadalom fenntarthatóságában. Az új technológiák gyors elterjedését akadályozza, hogy hatalmas befektetést igényelnek, valamint politikai ösztönzők alkalmazása nélkül kérdéses a beruházások megtérülése.

kulcsszavak: körkörös gazdaság, innováció, ökometanol, fenntarthatóság, hulladék

JEL kód: Q42, Q55, P28

1. Bevezetés

A kutatások szinte cáfolhatatlan bizonyítékkal szolgálnak arra vonatkozólag, hogy a 20. század közepe óta megfigyelt felmelegedés domináns oka az emberi befolyásnak tulajdonítható. Az 1951-től 2010-ig terjedő globális átlagos felszíni hőmérséklet növekedését több mint 50%-ban valószínűleg az üvegházhatású gázok koncentrációjának emelkedése és egyéb antropogén hatások okozták (IPCC, 2014). Az antropogén hatások meghaladják a bioszféra azon képességét, amelyek az emberi cselekedetek asszimilálását szolgálják. (Edenhofer et al. 2014). Az éghajlatváltozással kapcsolatos aggodalmak, és a veszélyek felismerése váltották ki az éghajlatváltozásról szóló Párizsi Megállapodás elfogadását. A megállapodás egyik fő eleme, hogy hosszabb távon 2°C alatt kell tartani a globális éves átlaghőmérséklet emelkedését az

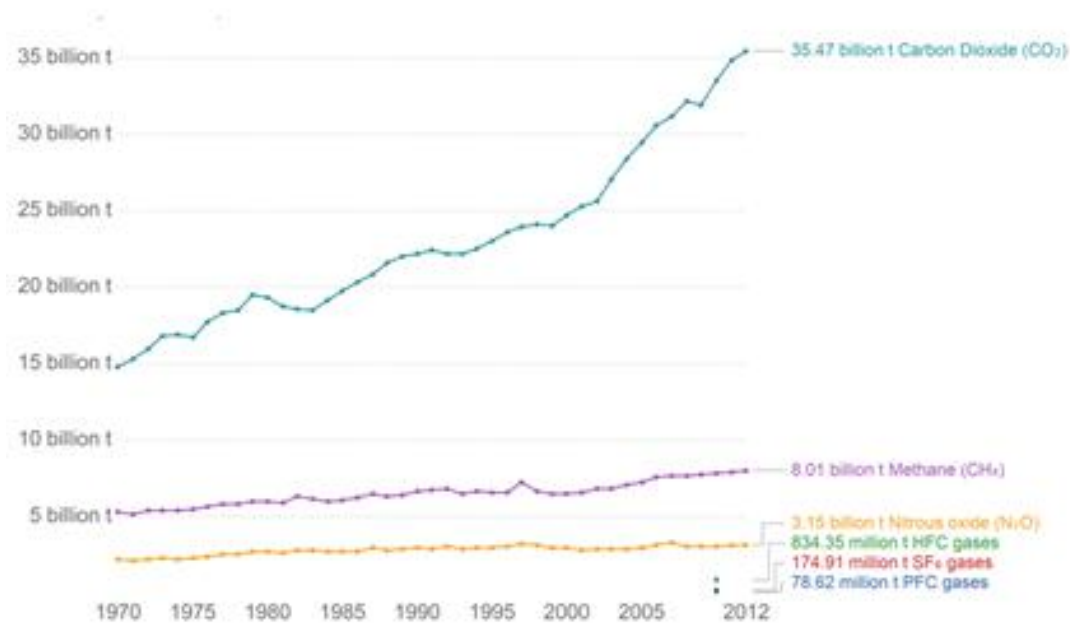
¹ PhD hallgató, Szent István Egyetem, Gazdálkodás és Szervezéstudományi Doktori Iskola, Gödöllő; toth.judit@adepto.hu

iparosodást megelőző szinthez képest, és erőfeszítéseket kell tenni annak érdekében, hogy a hőmérséklet-emelkedés mindössze 1,5°C legyen. (UNFCCC, 2015). Az Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) által 2018-ban készített jelentés megállapítja, hogy a társadalom és az ökoszisztéma szempontjából is egyértelmű előnyökkel járna a globális felmelegedés 1,5 ° C-ra való korlátozása a 2 ° C-hoz képest, s így támogatja a fenntartható fejlődési célok elérését. A cél elérésében elengedhetetlen, de nem elégséges feltétel, hogy az üvegházhatású gázok kibocsátása csökkenjen. Az Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) szerint a kibocsátás csökkentésére irányuló erőfeszítéseket hatékonyabbá kell tenni, de a maximum 1,5°C hőmérséklet-emelkedést célzó törekvések megkövetelik a szén atmoszférából való eltávolítására szolgáló technológiák bevezetését.

2. Irodalmi áttekintés

Az üvegházhatást okozó gázok közül a szén-dioxid mennyisége a legjelentősebb, amint ezt az 1. ábra szemlélteti. A szén-dioxid-ekvivalens értékek alapján ábrázolva az egyes gázok kibocsátását, látható, hogy a kibocsátott üvegházhatást okozó gázok $\frac{3}{4}$ része szén-dioxid, míg a második helyen található metán 17%-os a dinitrogén-oxid 7 %-os részesedéssel bír. Egyértelmű, hogy a klímaváltozás elleni intézkedéseknek elsősorban a szén-dioxid légköri koncentrációjának csökkentésére kell irányulnia.

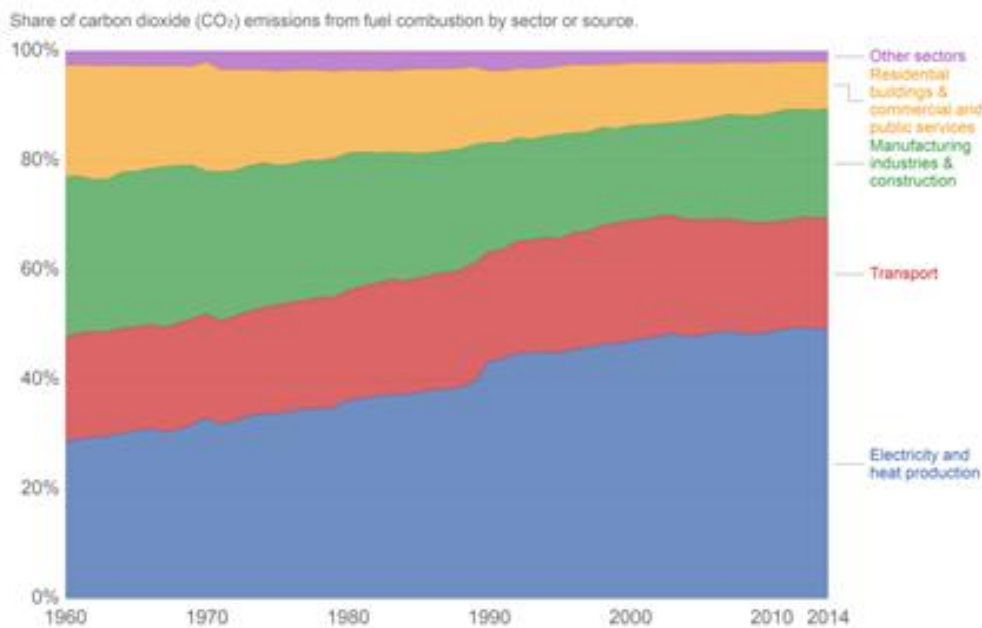
1. ábra. Az üvegházhatású gázok kibocsátása globálisan (szén-dioxid egyenértékben)



Forrás: Saját szerkesztés az „Our World in Data” adatai alapján, 2019

Az összes szén-dioxid kibocsátás közel 50%-áért az energiatermeléshez kapcsolódó ágazat felelős, míg a második legnagyobb kibocsátó a több mint 20 %-os részesedéssel bíró közlekedési ágazat, amint ezt a 2. ábra mutatja.

2. ábra. A globális szén- dioxid kibocsátás szektoronkénti megoszlása

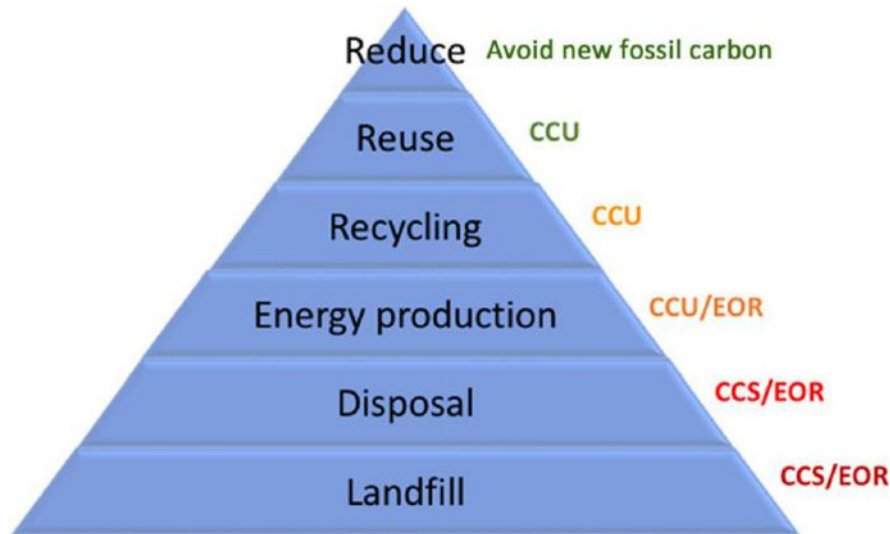


Forrás: Saját szerkesztés az „Our World in Data” adatai alapján, 2019

2017-ben a globális energiaszükséglet több mint 80 %-át a fosszilis tüzelőanyagok biztosították, annak ellenére, hogy a megújuló energiaforrások felhasználása dinamikusan növekszik. Az energiaszektorban a szén-dioxid kibocsátás koncentráltan történik, így a kibocsátás mérséklésében jó eredményeket lehet elérni a CCS technológiák alkalmazásával (Herzog, 2011). A szén-dioxid-leválasztás és -tárolás (CCS) technológiát a fosszilis tüzelőanyag felhasználás „dekarbonizálása”-ként értelmezhetjük, amely szén-dioxid megkötését, szállítását és kőzetekben történő tárolását foglalja magában, s így hozzájárul a klímaváltozás mérsékléséhez (IPCC, 2013). A szén-dioxid a kőolaj- és földgáztelepekhez hasonló módon üledékes kőzetekben csapdázódik, így a szén-hidrogén mezők alkalmasak a szén-dioxid tárolására. Az első projekt (a norvég Statoil által működtetett Sleipner mező) 1996-ban indult, s évente 1 millió tonna szén-dioxid tárolása történik a tengerfenék alatt 1 km-re. A világon jelenleg fejlesztési vagy üzemeltetési szakaszban 23 teljes körű szén-dioxid-leválasztási és -tárolási projekt létezik (Global CCS Institute, 2018). A CCS alkalmazásának egyik ellenérve a CO₂-szivárgás a felső rétegek felé, illetve az atmoszférába. A Sleipner mező több mint húsz éves üzemeltetése során semmi nyomát sem találták annak, hogy a tárolt CO₂ megszökne. A másik ellenérv, hogy a CCS alkalmazása csupán rövid távon jelent megoldást, s a szén- dioxid föld alatti tárolása nem teremt gazdasági értéket.

A szén-dioxid csökkentés problémáját a Lansink hierarchia szellemében is megközelíthetjük: ahogy a hulladékoknál a szén-dioxid kibocsátásnál is a legkívánatosabb lehetőségnek a megelőzés tekintendő, a hierarchia alját a hulladéklerakó illetve a CCS foglalja el, mint a környezet számára kevésbé kívánatos lehetőség. A végpontok között helyezkedik el mindkét anyag esetében az újrahasznosítás, amint ezt a 3. ábra mutatja.

3. ábra. A Lansink hierarchia alkalmazása



Forrás: Styring (2019)

A légköri szén-dioxid koncentráció csökkentésére, kibocsátás mérséklésére többféle, egymást kiegészítő megközelítés lehet a megoldás. A nagymennyiségű szén-dioxidot kell a légkörből eltávolítani, illetve a kibocsátását megakadályozni, ezért a CCS technológiának van létjogosultsága, de ennek kiegészítője kell, hogy legyen a CCU (Carbon Capture and Use/Utilisation) technológia, amely hozzáadott értéket képvisel, s a klímaváltozás enyhítésének kulcsfontosságú eszközévé válhat (Styring, 2019). A CCU technológiák alkalmazásának segítségével potenciálisan évi 3,7 Gtonna szén-dioxid megkötés lehetséges, amely a jelenlegi éves kibocsátás 10%-a. További előnyei, hogy „zöld” munkahelyeket teremt valamint gazdasági értéket is, amely csökkenti az alkalmazásának költségeit (CSLF, 2011; Pan et al., 2015). A CCU technológia energiaigényének kitermelése a vidéki területekre koncentrálódhat, ezáltal segíti új munkahelyek megteremtését, a vidéki lakosság foglalkoztatását (Magda, 2011). A környezetvédelmi szempontok és a társadalmi értékek figyelembevétele a modern üzleti élet egyik fontos követelményévé vált (Fogarassy et. al., 2017).

A szén- dioxid közvetlen felhasználására számos példa van: az élelmiszeriparban üdítőitalok gyártása; habosító anyag; hűtőközeg. A közvetlen felhasználás mennyiségi igénye eltöprel a fosszilis energiahordozók elégetése során képződött mennyiségével szemben, ezért a befogott szén- dioxid hasznos termékekké való átalakítása stratégiai jelentőséggel bír a fenntartható fejlődés vonatkozásában. Lehetséges alkalmazási területek: műanyag gyártás, építőanyag gyártás, vegyipari termékek és ökoüzemanyagok előállítása pl. metán és metanol (Milani et al., 2015). A legnagyobb mennyiségben gyártott 5 vegyi anyag (etén, propén, benzol, karbamid, butadién) előállításához éves szinten az egy év alatt kibocsátott szén-dioxid csupán 3%-át kellene felhasználni, ezért fontos további alkalmazási lehetőségek felkutatása. A szintetikus üzemanyagok gyártása kiemelkedően ígéretes terület, mivel éves szinten a kibocsátott szén-dioxid legalább 23 %-ának megkötésére képes (Dowson- Styring, 2017).

Az ökoüzemanyagok közül a metanol számtalan előnyös tulajdonsággal bír: egy egyszerű vegyület, amely csak egy szénatomot tartalmaz. Nem robbanás veszélyes és folyadék, ezért a tárolása és szállítása egyszerű. A metanol fizikai tulajdonságai nagymértékben hasonlítanak a benzinre, így közvetlenül alkalmas motorhajtóanyagként, de a benzinbe is adagolható. Manapság már hétköznapi használatra is fejlesztenek olyan autókat, amelyek metanollal üzemelnek. A metanollal működő belsőégésű motorok NO_x és SO_x kibocsátása alacsony, korom képződés gyakorlatilag nem történik.

3. Anyag és módszer

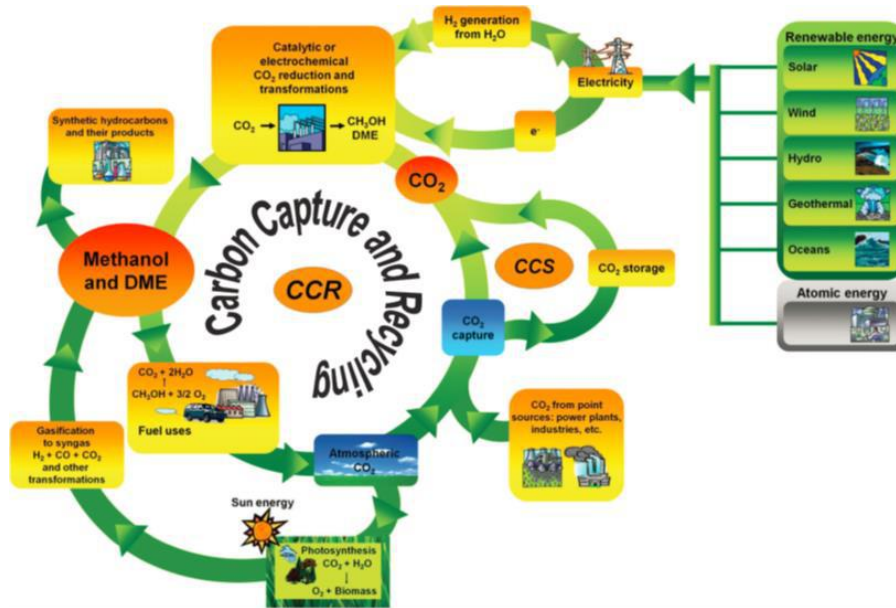
A tanulmány megírása során fontosnak tartottam, hogy bemutassam, a szén-dioxid körkörös gazdaság elveinek megfelelő alkalmazását valamint rávilágítsak arra, hogy miként szolgálhatja sokrétű ipari alapanyagként való alkalmazása a környezeti fenntarthatóságot. A hazai és nemzetközi szakirodalmak feldolgozása által a nemzetközi innovatív megoldásokat és az évek óta működő, best practice-ként is értelmezhető törekvéseket mutattam be.

4. Eredmények

4.1. A Szén- dioxid újrahasznosítása

A körkörös gazdaság filozófiája a természeti folyamatok elvére épít. Az ökoszisztémák úgy kapcsolódnak egymáshoz, hogy hálózatok hálózatait hozzák létre, körfolyamatokon keresztül áramoltatja az energiát és a tápanyagot, így semmi sem pazarlódik el (Pauli, 2015). Az erőművek által termelt szén-dioxid körforgása, újrahasznosítása, amelyre eddig csak a természetben volt példa, jelentős kutatási, innovációs terület, ami segíti az üvegház gázok nettó kibocsátását. A legegyszerűbb alkohol, a metanol, Fischer-Tropsch szintézisen alapuló gyártásának alapanyagai a szén-dioxid és a hidrogén, így egyszerűen adódott a gondolat, hogy a szén-dioxid megkötése metanol gyártás útján történjen. A 4. ábra szemlélteti a szén hurok zárását azáltal, hogy az erőművek szén-dioxidjának megkötése útján megújuló és fenntartható metanol keletkezik, melyet felhasználva a felszabaduló CO_2 hatékonyan visszavezethető (Goepfert et. al., 2014).

4. ábra. Az antropogén forrásból származó szén körforgása a Metanolgazdaság szerint



Forrás: Goeppert et al. (2014)

4.2. Carbon Recycling International (CRI)

A előbbiekben ismertetett elven működik a Carbon Recycling International Izlandon található üzege, amely 2015 óta évente több mint 5 millió liter metanol gyártására képes, s közben 5,5 ezer tonna szén-dioxidot hasznosít. A Carbon Recycling International cég a geotermikus erőművek által kibocsátott széndioxidot összegyűjti, majd az adott erőműben generált elektromossággal a víz elektrolíziséből keletkező H₂ és az összegyűjtött CO₂ felhasználásával metanolt termel. A CRI az első olyan vállalat a világon, amely kereskedelmi szinten képes megújuló üzemanyagot termelni (metanol) a kibocsátott szén-dioxidból.

4.3. Carbon Engineering

A Carbon Engineering vállalat 2015 óta üzemeltet egy DAC technológiát (Direct Air capture) alkalmazó kísérleti üzemet Kanadában. A DAC technológiák lehetőséget adnak arra, hogy nemcsak a pontszerű kibocsátási helyen (erőművek) termelődő szén-dioxidot kössük meg, hanem a járművek, épületek fűtésére használt üzemanyagok által termeltet is. A DAC technológiák alkalmazását jelentősen hátráltatta, hogy a levegő igen kis %-át alkotja a szén-dioxid, így kiszűréséhez igen nagy mennyiségű gázt kell átáramoltatni, amely jelentős energia felhasználással jár, a folyamat gazdaságtalan. A Carbon Engineering által alkalmazott technológia segítségével sikerült 94 dollárra csökkenteni 1 tonna szén-dioxid kinyerésének költségét (Keith et al., 2018). A „AIR TO FUELS” technológia segítségével a levegőből nyert CO₂-ből olyan tiszta üzemanyagokat szintetizálnak, amelyek kompatibilisek a mai közlekedési infrastruktúrában használt belsőégésű motorokkal, s előállítási költségeik miatt versenyképesek lehetnek a biodízelekkel (Carbon Engineering).

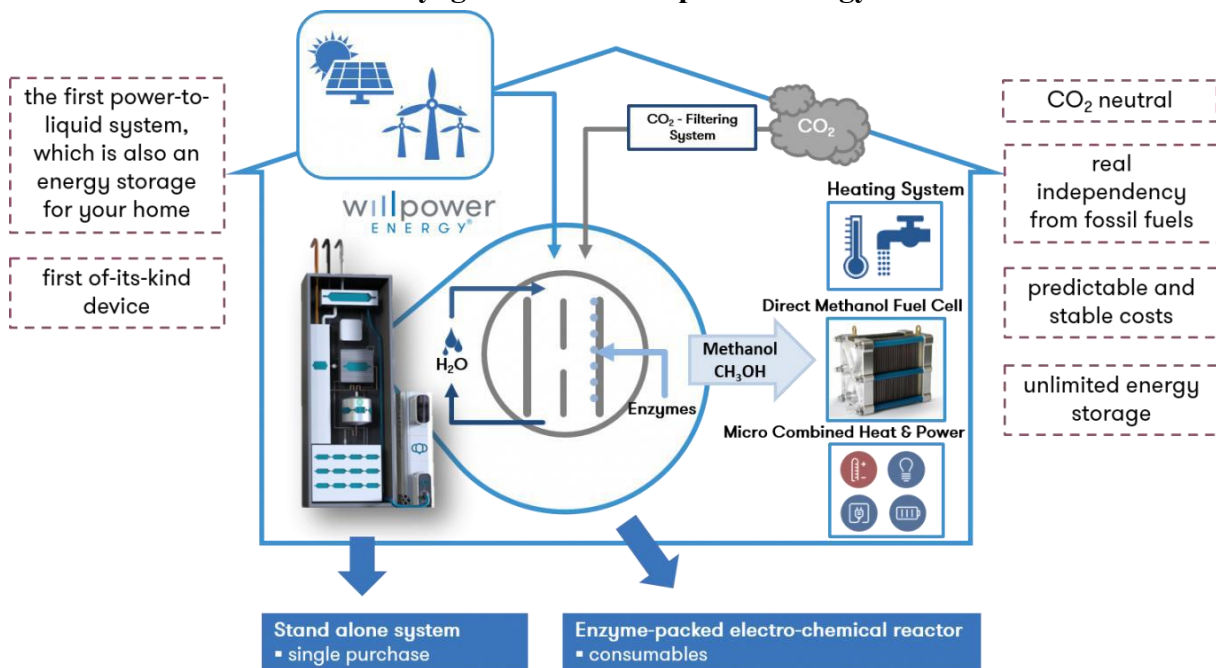
1.4. Climeworks

A svájci székhelyű Climeworks Horizont 2020 kutatási projekt keretében Olaszországban hozta létre azt a DAC technológiás kísérleti üzemét, amely évi 150 tonna szén-dioxidot von ki a levegőből. A szén-dioxidból és megújuló energia felhasználásával nyert hidrogénből metánt gyártanak, amelyeket tehergépjárművek üzemanyagaként hasznosítanak (Biofuels Digest)

1.5. Skytree

Hollandiába a Skytree és a Gensoric együttműködésében valósul meg a Horizont 2020 projekt keretében az a pilot program, amelynek alap elképzelése a fosszilis tüzelőanyagoktól független világ. A program célja egyedülálló módon az, hogy nem nagy üzemi méretben gondolja az üzemanyag gyártását, hanem a lakosság számára fejleszt egy olyan technológiát, amellyel képesek a háztartások saját üzemanyag előállítására. Amint az 5. ábra mutatja, a környező erőforrások felhasználásával (légtörő CO_2 , víz és villamos energia) metanolt állít elő, amit tárolhatnak vagy használhatnak fűtésre, villamosenergia-termelésre vagy közlekedésre.

5. ábra. A háztartások üzemanyag előállítása Willpower Energy alkalmazásával



Forrás: Saját szerkesztés a „Gensoric” alapján, 2019

5. Következtetések

Az előrejelzések szerint az évszázad közepén megközelítőleg 10 milliárd lakosa lesz a Földnek (United Nations, 2017), így a törekvések ellenére nem valószínű, hogy a mezőgazdaság és az ipar zéró ÜHG kibocsátásúvá válhat 2050-ig. Egyértelmű, hogy a szén-dioxid légtörő koncentrációját csökkenteni kell, s erre alkalmas módszer a CO_2 gázok aktív eltávolítása a légkörből CCU technológia segítségével. A CCU technológiával előállított üzemanyagok, akkor felelnek meg legjobban a körkörös gazdaság elveinek, ha azt légtörő vagy erőművi

füstgáz szén-dioxidjának felhasználásával állítják elő. Fontos figyelembe venni, hogy a széndioxid átalakítása üzemanyagká illetve egyéb hasznos anyaggá igen energiaigényes folyamat. A környezeti fenntarthatósági szempontoknak megfelelő előállításuk során nélkülözhetetlen, hogy a megújuló forrásokból származó energiát használjanak fel, mérlegeljék technológia alkalmazásának pozitív és negatív externáliáit. Jelenleg a CCU technológiával gyártott anyagok kevéssé illetve nem versenyképesek a fosszilis forrásból származó anyagokkal szemben. Az új technológiák kidolgozásához, elterjedéséhez nagy mennyiségű és olcsó megújuló energiára van szükség valamint kormányzati ösztönzőkre illetve támogatásra.

Hivatkozott források

Biofuels Digest Internetes forrás. On-line: <https://www.biofuelsdigest.com/bdigest/2018/11/04/climeworks-launches-dac-3-plant-in-italy>
Elérve: 2019. február 26.

Carbon Engineering Internetes forrás. On-line: <http://carbonengineering.com/about-a2f> Elérve: 2019. február 26.

CSLF (2011). Infocus: What Is Carbon Utilization?, Carbon Sequestration Leadership Forum (CSLF).

Dowson, GRM. – Styring, P. Demonstration of CO₂ conversion to synthetic transport fuel at flue gas concentrations. *Frontiers in Energy Research*, 5 (26)

Edenhofer, O. et al. “Summary for Policymakers. Climate Change 2014: Mitigation of Climate Change.” Contribution of Working Group III to the Fifth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change. Cambridge, United Kingdom and New York: Cambridge University Press; 2014.

Fogarassy, Cs. - Horvath, B. - Magda, R. (2017). Business model innovation as a tool to establish corporate sustainability. *Visegrad Journal on Bioeconomy and Sustainable Development* 2/2017 pp. 50-58.

Gensoric Internetes forrás. On-line: <https://willpower-energy.eu/index.php/de/technologie>
Elérve: 2019. február 26.

Goeppert, A. - Czaun, M. – Jones, J. - Surya Prakash, G. K. – Olah, G. (2014). Recycling of carbon dioxide to methanol and derived products – closing the loop. *Chem. Soc. Rev.*, 2014,43, 7995-8048

Global CCS Institute, 2018. The Global Status of CCS: 2018, Summary Report. Internetes forrás. On-line: <https://www.globalccsinstitute.com/resources/global-status-report> Elérve: 2019. február 26.

Herzog, H.J.(2011) Scaling up carbon dioxide capture and storage: from megatons to gigatons. Energy Econ. 33, 597–604

Intergovernmental Panel on Climate Change: Climate Change 2013: The Physical Science Basis. Cambridge University Press. UK, 2013.

IPCC. Climate Change 2014: Synthesis Report. Contribution of Working Groups I, II and III to the Fifth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change [Core Writing Team, Pachauri RK, Meyer LA, (eds.)], Geneva, Switzerland; 2014.

Keith, D. W.- Holmes, G. - St. Angelo, D. - Heidel, K. (2018): A Process for Capturing CO₂ from the Atmosphere, Joule, Volume 2, Issue 8, 15 August 2018, pp. 1573-1594.

Magda R. (2011): A megújuló és a fosszilis energiahordozók, GAZDÁLKODÁS 55. évfolyam 2. szám, 2011 pp. 153-165.

Milani, D. - Khalilpour, R. -, Zahedi, G. - Abbas, A. (2015): A model-based analysis of CO₂ utilization in methanol synthesis plant, Journal of CO₂ Utilization 10 (2015) pp. 12–22.

Our World in Data. Internetes forrás. On-line: <https://ourworldindata.org/co2-and-other-greenhouse-gas-emissions>. Elérve: 2019. február 26.

Pan, S.Y. - Du, M.A. - Huang, I.T. - Liu, I.H. - Chang, E.E. - Chiang, P.C. (2015). Strategies on implementation of waste-to-energy (WTE) supply chain for circular economy system: A review. J. Cleaner Prod. 108. pp. 409–421. Elérve: 2019. február 26.

Pauli, G. (2015). The Blue Economy. Report to the Club of Rome. On-line: <http://www.theblueeconomy.org/principles.htm> Elérve: 2019. február 26.

Styring, P. (2019) Carbon Dioxide Utilization as a Mitigation Tool, Managing Global Warming An Interface of Technology and Human Issues 2019, pp. 527-551.

UNFCCC Conference of the Parties, Adoption of the Paris Agreement. Proposal by the President., Paris Clim. Chang. Conference - Nov. 2015, COP 21, vol. 21932, no. December, 2015, p. 32, New York.

United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division (2017). World Population Prospects: The 2017 Revision, World Population 2017 Wallchart. ST/ESA/SER.A/398. On-line: https://population.un.org/wpp/Publications/Files/WPP2017_Wallchart.pdf Elérve: 2019. május 3.

Innovációs tevékenység és korlátok: innovációs feltételek és tapasztalatok az észak-magyarországi vállalatok szemszögéből

Tóthné Kiss Anett¹

Összefoglalás

A gazdaság fejlődésének, a vállalatok hosszú távon nyújtott magas színvonalú teljesítményének meghatározó tényezője lehet a vállalati innováció. A 2000-es évek után az Európai Unió pozíciója nem javult a nemzetközi innovációs versenyben, bár a lisszaboni célkitűzéseket teljesítve 2010 után javuló tendenciát mutat, még mindig lemarad az élmezőnytől K+F+I tekintetében. A folyamat mögött részben a gyorsan iparosodó fejlődő országok egy részének a gyors K+F+I felzárkózása áll, részben pedig Európa nemzeti innovációs rendszereinek viszonylag lassú intézményi fejlődése. Vajon ebben a mérsékelt innovációs növekedésben hogyan teljesítenek a vállalatok? Egyre több vállalatok szintjén végzett kutatás bizonyítja, hogy ilyen feltételek mellett is lehet eredményeket felmutatni, bár kétség kívül vannak akadályozó tényezők, mind egyéni, mind szervezeti szinten, illetve a külső környezetből adódóan.

A teljes kutatás az észak-magyarországi regionális innovációs rendszeren belül a vállalatok innovációs teljesítményét vizsgálja, melyből a jelen tanulmány az innovációs attitűdre és gátló tényezőkre fókuszál. A vállalati K+F+I tevékenységet az innovációs értéklánc mentén vizsgálva meghatározhatók azok a hiányosságok, melyek pótlása, kiküszöbölése eredményeként javulhat a vállalatok innovációs teljesítménye és nagyobb eséllyel lesz az ötletből vállalati teljesítményben megmutatkozó innovációs eredmény.

Kulcsszavak: kutatás-fejlesztés, innováció, Észak-Magyarország, innovációs tevékenység, régió, vállalat

JEL kód: O35

1. Irodalmi áttekintés

Az innovációt egyre inkább a modern gazdaságok versenyelőnyeinek egyik legfontosabb forrásaként tartják számon. (Holbrook–Wolfe, 2002). A nemzetek, régiók és vállalatok sikerességének legfontosabb tényezője az innováció, magasabb rendű versenyelőnyökhöz innovációra van szükség. (Lengyel, 2000.) Schumpeter az innovációt a gazdasági növekedés okaként azonosította (1912). Értelmezésében az újítások gazdasági és technológiai fejlődést eredményeznek. Az innováció a „kiszélesedett” értelmezés szerint új vagy jelentősen javított

¹ tanársegéd, Miskolci Egyetem, Vezetéstudományi Intézet, Miskolc, kiss.anett@uni-miskolc.hu

termék, eljárás, marketing módszer vagy szervezeti módszer az üzleti gyakorlatban, a szervezetekben vagy az együttműködést ösztönző kapcsolatokban (EC, 2006).

Nemzetközi összehasonlításban K+F+I¹ mutatók tekintetében az Európai Unió messze elmarad a vezető innovatív államok mögött. Unión belül Magyarország évtizedek óta a mérsékelt innovátorok közé tartozik².

Ennek okait többek között a magyar gazdaság és társadalom, illetve K+F+I rendszer működésében kell keresnünk, melyre nemzeti (makro), regionális (mezo) és vállalati (mikro) szinten is több kutatást találhatunk.³

A szakirodalmi kutatás során a régió helyzetét, adottságait, gazdasági szerkezetét annak tükrében vizsgálom, hogy a régiók versenyképességét elemezve Horváth azt feltételezi, hogy az elmaradott régiókban leginkább a kedvezőtlen gazdasági szerkezet akadályozza a növekedést. Horváth azt javasolja, hogy ezekben a régiókban a gazdasági bázist kell fejleszteni, majd elő kell segíteni a szerkezetváltást, ami elengedhetetlen bármely területfejlesztési stratégiánál. (Horváth, 2001) A jobb innovációs teljesítmény elérése természetesen nem csak elhatározás kérdése, számos olyan intézményi korláttal kell számolni, amelyek lebontása nélkül csak nagyon lassan juthatunk előre (Havas, 2009, Hámori–Szabó, 2010), viszont egyre több innováción alapuló vállalati sikertörténet mutatja, hogy ebben az intézményi környezetben is lehet eredményeket felmutatni. (Deák-Kiss, 2016.) A fejlesztési erőfeszítések, ha nem is gyorsan, és sokszor buktatókkal, de kitartó munka mellett meghozzák a várva várt üzleti sikert. A legtöbb innovatív vállalat egyben piacvezető is, a fenntartható innováció meglétéhez szükség van az innováció jobb megértésére, amely csak akkor lehetséges, ha azt méri. (Török, 2006., Deák-Kiss, 2016.)

Az innováció mérését célul kitűző makro-, mezo, és micro szintű kutatások az 1970-es évek végén jelentek meg, azóta mind hazánkban, mind nemzetközileg is egyre több kutatás irányul a vállalatok innovációs tevékenységének feltérképezésére. Ezek mélyebb áttekintését korábbi kutatásunkban végeztük el Deák-Kiss, 2017., Kiss-Tóth, 2018.).

Több szerző kísérelte meg számba venni az innovációt ösztönző, segítő elemeket. A menedzsmentet vizsgálva olyan fontos jellemzőket kell figyelembe vennünk az innováció tekintetében, mint a támogató környezet, a szervezet képessége a piaci lehetőségek és fenyegetések felismerésére, vagy az elkötelezettség a technológiafejlesztése mellett, a

¹ a legújabb szakirodalom KFI, A kutatás-fejlesztés (K + F) és az innováció (I) a köznyelvben sokszor szinonimaként szerepel, de ez akkor sem pontos, ha viszonylag jelentős tartalmi átfedés is van közöttük. Az újabb szakirodalom a nemzetgazdaságok szintjén már KFI rendszereket említ, azaz nem tekinti feltétlenül külön területnek a kutatás-fejlesztést és az innovációt.

² forrás: European Scorechart, és Deák-Kiss 2017.

³ **Makro-szint:** Nemzeti Innovációs Rendszer , Porter (CIS), GCI, OECD , **Mezo-szint:** Iparági, ágazati innováció , Zhao-Guo; Egyesült Királyság , **Mikro-szint:** CIS alapú modellek , Inzelt-Szerb, Halpern-Muraközy, Budapesti Corvinus Egyetem, Ezek vizsgálatára korábbi publikációink során ki is tértünk.

fogadókészség az innovációra, valamint szakértelem és képességek megléte (Piskóti et al. 2012). Derecskei (2012) szerint egy innovációs ötlet megítélésekor meghatározó az innovátor személyisége. Korábbi kutatás során (Deák-Kiss, 2017, Tóth-Kiss, 2017) vizsgáltuk a különböző külső feltételekhez tartozó tényezőket, de jelen tanulmány témájához kapcsolódóan most a szervezet szintjére térnek ki.

Az Észak-Magyarország régió vizsgálati területnek történő megjelölését több tényező indokolta. Észak-magyarország gazdasági teljesítménye az 1990-es évek elejétől látványosan visszaesett, valamint nemzetközi szinten az EU húsz leghátrányosabb régiói között a négy magyarból az egyik Észak-Magyarország, ahol az egy főre jutó GDP 2015-ben az uniós átlag 45 százaléka volt. (Eurostat, 2017) E régió versenyképességének javítása nem várhat tovább, melynek egyik eszköze az innovációs potenciál fejlesztése. Ebben nagy szerepet kapnak a régióban jelen lévő vállalkozások.

Az elmúlt évtizedekben a globalizáció által, nemzetközi helyett globális versenyről beszélhetünk, aminek egyik jellemzője, hogy a verseny a régiókhoz kötődő vállalatok között zajlik, ezáltal a régiók, városok gazdasági bázisai versenyeznek egymással. Ezért napjainkban a régió nemcsak egy országon belüli területi szint, hanem a globális verseny alapegysége is. (Horváth, 2001) Célszerű Magyarország versenyképesség-javító lehetőségeit regionális környezetben is vizsgálni és kiaknázni. A vállalkozásoknak kiaknázatlan lehetőségeik vannak a helyi közösségek versenyképességének javításában való közreműködés területén, és ebben a folyamatban való részvétel a vállalkozások számára egyaránt előnyös lehet. (Porter, 2012) Az EU regionális politikája stratégiai fontosságúnak tartja a régiók versenyképességének javítását, ami szintén egy nehezen mérhető célkitűzés. Magyarországon a periférián lévő régiók rendszerint jelentős eltéréseket mutatnak a központi régióktól K+F+I teljesítmény tekintetében. Ezt korábbi kutatásunkban (Tóth-Kiss, 2018.) részletesen is megvizsgáltuk, mely alapján arra a következtetésre jutottunk a vállalatok szempontjából, hogy bár a régióban sok K+F+I tevékenységet ösztönző intézkedés, de ezek vállalati szinten történő tényleges hasznosulása még gyenge.

2. Anyag és módszer

Az elmúlt években több empirikus kutatást végeztünk az észak-magyarországi régióban, amelyek során igyekeztünk az addig megszerzett tapasztalatokat hasznosítani. Jelen tanulmányban ismertetett eredmények egy vállalati innovációs tevékenységet szélesebb körben vizsgáló kutatás részeredményeit dolgozza fel, melynek célja az észak-magyarországi vállalatok innovációs tevékenységének pozicionálása, a vállalatok innovációs attitűdjének bemutatása, az innovációt gátló tényezők feltérképezése, valamint az innovációs értéklánc mentén vizsgálva meghatározni azokat a hiányosságokat, melyek kiküszöbölésével javulhat a vállalatok innovációs teljesítménye és nagyobb eséllyel lesz a piaci igényekhez legjobban igazodó ötletből a hatékony transzformáció után vállalati teljesítményben megmutatkozó innovációs eredmény.

A kutatás célcsoportja az Észak-Magyarországon termék-, eljárás innovációt megvalósító vállalkozások. Konceptiónk szerint a az észak-magyarországi régióban tevékenykedő vállalatokat igyekeztünk megkérdezni a K+F+I tevékenységükről. Az innovációs felmérések szigorú mintaválasztási és módszertani követelményeinek igyekeztünk megfelelni e kutatásaink során.

A vizsgált térségben 2000 vállalat alkotta a kritériumainknak megfelelő teljes sokaságot. Az online felmérés során történt megkérdezés (körülményei) eredményeképpen 215 kérdőív érkezett vissza, melyből 192 kérdőívet tudtunk kiértékelni. Az online felmérés 2018 decemberében és 2019 januárjában történt, melynek lebonyolítását az evasys statisztikai rendszer támogatta. A kérdőív két fő részből állt: egyrészt demográfiai adatokat, másrészt a vállalkozások K+F+I tevékenységére vonatkozó ismereteket gyűjtöttünk.

3. Eredmények

A nem reprezentatív mintához tartozó alapsokaságban a vállalkozások száma létszám-kategóriák szerint:

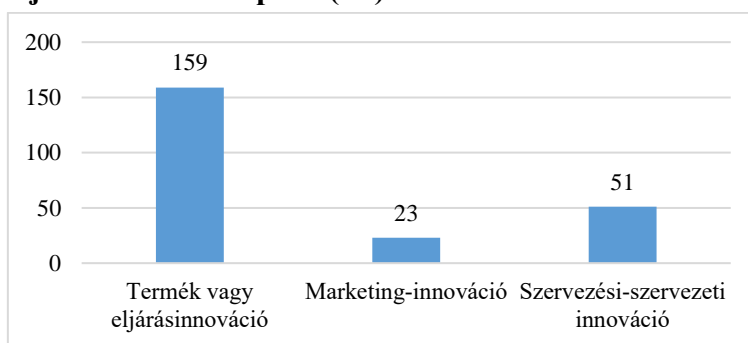
mikro vállalkozás (0-9 fő):	14.7%
kisvállalkozás (10-49 fő):	13.2%
közepes vállalat (50-249 fő):	46,8%
nagyvállalat (250-nél több fő):	25,3%

A válaszadók gazdasági ágak szerint:

mezőgazdaság:	2,60%
feldolgozóipar:	40,62%
energiaszolgáltatás:	1,56%
építőipar:	7,81%
kereskedelem:	17,7%
szolgáltatás:	29,69%

A következőkben ismertetjük a vállalatok innovációs aktivitását, hogyan alakulnak az innováció megvalósításának körülményei, illetve miben nyilvánul meg a szervezetnél az innovációs teljesítmény. A kérdésre válaszadó 187 szervezetből 90,4%-a hajtott végre az elmúlt 5 évben innovációs tevékenységet.

1. ábra. A végrehajtott innováció típusa (db) n=172



Forrás: Saját szerkesztés kérdőíves felmérés alapján, 2019

Azok a szervezetek, akik innovációs tevékenységet hajtottak végre legnagyobb számban termék vagy eljárás innovációt valósítottak meg.

Az innovációt megvalósító szervezetek célja saját bevallásuk szerint több válasz megjelölési lehetőségénél leginkább az árbevétel növelése (73,8%), majd közel azonos mértékben a piaci részesedés növelése (55,2%), árbevétel arányos nyereség növelése (40,7%), versenyelőny megszerzése (54,7%). Ezekből kissé lemaradva a költségcsökkentés 34,9%-ban került megjelölésre.

1. táblázat. Az innováció megvalósítói és annak újdonságfoka (n=192)

Ki végezte ezeket az innovációkat?	
Az Önök vállalkozása	114
Az Önök vállalkozása más vállalkozásokkal vagy intézményekkel együtt	98
Az Önök vállalkozása más vállalkozás vagy intézmény által kifejlesztett vagy szolgáltatás átalakításával vagy módosításával	9
Más vállalkozások vagy intézmények	3
Az Ön által végrehajtott innováció új volt:	
az Ön szervezetének	119
első volt Magyarországon	70
első volt Európában	25
világelső volt	24

Forrás: Saját szerkesztés kérdőíves felmérés alapján, 2019

A válaszadók által 114 alkalommal került megjelölésre, hogy az innováció kifejlesztése önállóan történt, 98 esetben más vállalkozással együttműködve. Az így létrehozott innovációk közül 24 volt világújdonság, 25 Európában, 70 Magyarországon számított elsőnek, és a többség a vállalat számára volt új.

2. táblázat: Innovációs teljesítménymutatók eredményei

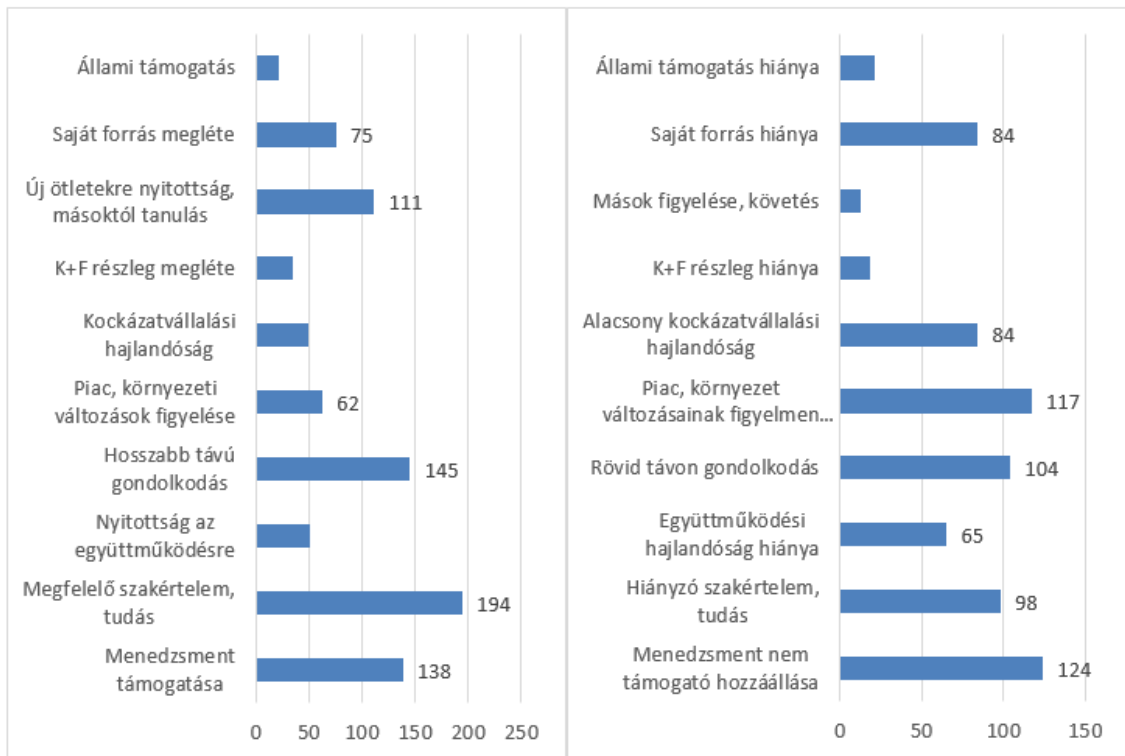
<i>Hogyan történik az innováció finanszírozása a szervezetnél? (Több választ is megjelölhet.)</i>	n=172
Saját forrás	158
Pályázati forrás	110
Hitel	26
<i>Az árbevétel hány százaléka származott innovációkból az utolsó lezárt üzleti évben?</i>	n=166
0-5%	64
5-10%	55
10-50%	35
50-100%	12
<i>Az árbevétel hány százalékát költi átlagosan K+F+I tevékenységre?</i>	n=169
0-5 %	86
5-10%	56
10-50%	19
50 % felett	8
<i>Az Ön szervezeténél miben nyilvánul meg az innovációs teljesítmény? (Több választ is megjelölhet)</i>	n=172
Technikai eredmény (pl.: Új termék vagy eljárás létrejötte, ciklusidő rövidülése)	142
Pénzügyi eredmény (p.: árbevétel növekedés vagy költségcsökkentés)	80
Vevői vagy piaci igény kielégítése	106

Forrás: Saját szerkesztés kérdőíves felmérés alapján, 2019

A válaszadók több választ is megjelölhettek az innováció finanszírozás során, így jól látható, hogy mind a saját forrás és a pályázati forrás is jelentős arányt képez az innovációs finanszírozás terén, sőt egy innovációs tevékenység esetében több forrás is megjelenhet a finanszírozási oldalon. A K+F+I költség tekintetében alacsony, 10% alatti arányt figyelhetünk meg 142 válaszadó esetében, de az innovációból származó árbevétel tekintetében már többen is megjelölték (119 válaszadó) a 10%-nál magasabb arányt. Az innovációs teljesítmény sok esetben (142 válasz esetén) valamilyen technikai eredményt jelent a válaszadóknak több válasz megjelölési lehetőség esetén, ami együtt jár 80 megjelölés esetén pénzügyi eredmény megjelenésével és 106 esetben valamilyen vevői vagy piaci igény kielégítésével.

Az innováció esetében a megkérdezettek vállalati vezetők véleménye szerint több válasz megjelölése esetén a három legfontosabb ösztönző tényező a megfelelő szakértelem (194 db), a hosszabb távú gondolkodás (145 db), a menedzsment támogatása (138 db), és az új ötletekre nyitottság, másoktól tanulás (111 db).

2. ábra. Az innovációs tevékenységet segítő és gátló tényezők szervezeti szinten (db válasz) n=192



Forrás: Saját szerkesztés kérdőíves felmérés alapján, 2019

A segítő tényezőktől eltérően az akadályozó tényezők esetében nem pontosan ugyanazok a tényezők lettek a leghangsúlyosabb korlátnak megjelölve, valamint nincsnek annyira kiugró értékek, mint a segítő tényezőknél, sokkal jobban megoszlanak a vélemények. Az üzleti innovációk esetében a leginkább akadályozó tényezők több válasz megjelölési lehetőségénél a menedzsment nem támogató hozzáállása (124 db), a piac, környezet változásainak figyelmen kívül hagyása (117 db), rövid távon gondolkodás (104 db), a hiányzó szakértelem, tudás fennállása (98 db), az alacsony kockázatvállalási hajlandóság (84 db), valamint a saját forrás hiánya (84 db).

4. Következtetések és javaslatok

Az észak-magyarországi vállalatok K+F+I tevékenységének feltételeit, jellemzőit, kapcsolatait, segítő és gátló tényezőit vizsgáltam a tanulmányban. A célom az volt, hogy áttekintsem témát érintő szakirodalmat, megismerjem a vállalati innovációra ható külső és belső tényezőket, a K+F+I tevékenységet végző cégek általános jellemzői közötti összefüggéseket. A helyzetelemzés segítségével mélyebb információkhoz juthattunk az észak-magyarországi vállalatok innovációs attitűdjének tekintetében, valamint lehetőség nyílt azoknak a kritikus területeknek a meghatározására, amelyek tovább segíthetik szervezeti szinten az innovációt.

K+F+I feltételek tekintetében megállapíthatjuk, hogy a regionális K+F+I teljesítmény az észak-magyarországi térségben elsősorban a kutatóhelyek köré koncentrálódik, a befektetések hazai

és nemzetközi összehasonlításban alacsonyak, és a KSH adatfelvételei alapján viszonylag alacsony az innovatív vállalatok aránya.

A vállalatok körében végzett primer kutatás nagyobb innovációs aktivitást mutat, melyben elsősorban a termék-, és eljárás innovációs tevékenység dominál. Az innovációkat akadályozó rövid távú gondolkodás és hiányzó szakértelem mellett a menedzsment elhivatottsága is meghatározó.

A termék-, és eljárásinnovációt megvalósító vállalatok körében az innovációt akadályozó tényezők vizsgálatához a vállalatok innovációs értékláncát együtt kezelve az azt megelőző valós piaci igény feltárásával és az innováció terjedésének eredményeként létrejövő innovációs teljesítménnyel, meghatározhatók azoka a kritikus területek a szervezetek szintjén, ahol a hatékony innovációs folyamat elbukhat. Ezeknek a tényezőknek a kiküszöbölésével a vállalat innovációs teljesítménye javítható, és nagyobb eséllyel válik ötletből valamilyen pénzügyi, technikai vagy ügyféllel kapcsolatos eredmény. Az egyik kritikus terület a piaci igény felismerésének képessége a vállalatnál, majd az igényfelismerése után az igény kielégítését szolgáló innovációs ötlet létrejötte az ötletelési képesség által. Ha sikerül a vállalatnak felismerni azt az innovatív ötletet, mely egy konkrét piaci igény kielégítésére alkalmas, következik, hogy képes-e az ötletből előállítani valamilyen prototípust, majd meg van-e a képessége, hogy gyárthatóvá tegye, majd annak megvalósulása után képes-e valamilyen vállalati eredményt, teljesítményt realizálni belőle. Ezekben túl véleményem szerint az egyik legfontosabb terület, hogy mennyi idő telik el az ötlet felmerülésétől a piacra történő bevezetésig, hiszen az innovációban élenjárók egy lenagyobb erőssége, a gyors reakció, ami segítők őket, hogy nem követő innovátorokká váljanak. Ennek a gondolatmenetnek az a feltétele, hogy az innovációs ötletet valamilyen valós piaci igény generálja.

Hivatkozott források

Holbrook, J. A. and Wolfe, D. A. (eds.). Knowledge, Clusters, and Regional Innovation: Economic Development in Canada. Kingston Queen's School of Policy Studies and McGill-Queen's University Press. Toronto. 1-8. o.

Lengyel, I. (2000). Porter-rombusz: a regionális gazdaságfejlesztési stratégiák alap-modellje. Tér és Társadalom. 14, 4, 39-86. o.

Schumpeter, J. (1912): The Theory of Economic Development, tenth printing 2004, Transaction Publishers, New Brunswick, New Jersey

EC (2016): Innovation Union Scoreboard 2016. European Commission, http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/files/ius-2016_en.pdf

Deák, Cs. - Kiss A. (2017): Performance and Success of Innovative Projects in Hungary The ISPIM Innovation Forum, Toronto, Canada on 19-22 March 2017.

Horváth Gy. (2001): Tér és Társadalom XV. évf. 2001/2. p. 203-234

Hámori B.–Szabó K. (2011): A gyenge hazai innovációs teljesítmény magyarázatához. Közgazdasági Szemle, 57. évf. 10. sz. 876–897. o.

Havas A. (2009): Magyar paradoxon? A gyenge innovációs teljesítmény lehetséges okai. Külgazdaság, 53. évf. 9–10. sz. 74–112. o.

OECD-Eurostat Oslo Kézikönyv (2005). 3. kiad. Párizs. Oslo Manual Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data. Third edition.

Inzelt A.–Szerb L. (2003): Az innovációs aktivitás vizsgálata ökonometriai módszerekkel. Közgazdasági Szemle, 50. évf. 11. sz. 2002–2021. o.

Piskóti, I. – Nagy, Sz. – Molnár, L.: Az innovációt befolyásoló tényezők vállalati és projekt szinten in XXVI. microCAD 2012 International Scientific Conference 240. o.

Derecskei, A. (2012): Kreativitás és Innováció, Innovációs verseny - Esélyek és Korlátok: Aula Kiadó, pp. 267-291, 2012.

Porter, M. E. (1985). Competitive Strategy. Harvard University Press., Boston, USA, 2007, p.15.

Török Á. (2006): A krétakör közepén: K+f és innovációs stratégiai dilemmák Magyarországon 2006-ban. Magyar Tudomány, 4. sz. 432–444. o.

European Commission (2016) Innovation Union Scoreboard 2016. European Commission, http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/files/ius-2016_en.pdf, accessed October 2016.

KSH (2006): Kutatás és fejlesztés, 2017. Központi Statisztikai Hivatal, Budapest.

Deák, Cs.-Kiss, A. (2017): Felsőoktatás és ipar együttműködése: Milyen szerepet töltenek be az egyetemek az innováció támogatásában? Erdélyi Magyar Műszaki Tudományos Társaság (EMT), (2017) pp. 22-27. , 6 p.

Tóth, Z.-Kiss, A. (2017): RDI performance in Hungary in the mirror of "European paradox", Budapest, Magyarország : Doktoranduszok Országos Szövetsége, (2018) pp. 639-649. , 11 p.

Tóth, Z.-Kiss, A. (2018): Innovációs tevékenység és vállalati teljesítmény: innovációs projektek tapasztalatai az észak-magyarországi régióban, In: Kőszegi, Irén Rita (szerk.) III. Gazdálkodás és Menedzsment Tudományos Konferencia III. Gazdálkodás és Menedzsment Tudományos Konferencia "Versenyképesség és innováció", Neumann János Egyetem (2019), pp. 269-275.

Helykötődés vizsgálata amerikai hallgatók körében

Urbánné Treutz Ágnes¹

Összefoglalás

A helyek kötődést alakíthatnak ki az egyénekből, mely lehet funkcionális, illetve emocionális jellegű. Míg utóbbi az érzelmeken alapul, addig a funkcionális kötődés során az egyén szükségletei kapcsolódnak az adott helyhez. A helykötődés többféleképpen, így egydimenziós, többdimenziós fogalomként is értelmezhető, vagy akár egy fölérendelt koncepció dimenziójaként. A szakirodalmak többsége három meghatározó elemét emeli ki a helykötődésnek: affektív, kognitív és konatív dimenziót. Jelen tanulmányban bemutatásra kerül egy amerikai egyetemi hallgatók körében végzett felmérés részeredménye, mely a helykötődéshez kapcsolódó elemeket vizsgálja a hallgatók esetében. A helykötődés a települések kapcsán kerül tanulmányozásra. A vizsgálat alapját Scannell – Gifford (2010) helykötődés háromoldalú modellje adja. Az elemzés rávilágít a csoport és egyén, a hely társadalmi és fizikai elemének, továbbá affektív és kognitív, kognitív és konatív, affektív és konatív elemek közti kapcsolat fontosságára az egyetemi hallgatók szemszögéből.

Kulcsszavak: helykötődés, településmarketing

JEL kód: M31

1. Bevezetés

A települések életében egyre fontosabbá válik, hogy helyben megtartsák a helyi lakosokat. Ezen belül is fontos figyelmet fordítani a fiatalokra, hiszen ők képzik az utánpótlást egy település számára. Nélkülözhetetlen, hogy kialakítson a település egy olyan kötődést a lakóiban a hely iránt, amely hatására helyben maradnak, lojálisok válnak az adott faluhoz vagy városhoz.

2. Helykötődés

A helyek kötődést alakíthatnak ki az egyénekből, mely lehet funkcionális, illetve emocionális jellegű. Míg utóbbi az érzelmeken alapul, addig a funkcionális kötődés során az egyén szükségletei kapcsolódnak az adott helyhez. (Livingston – Bailey – Kearns, 2008) A helykötődés során az egyének tartós fizikai kapcsolatot építenek ki környezetükkel, melynek kialakulása mögött különböző okok húzódnak. Az egyik legfontosabb ok a túlélés. Az adott környezet olyan erőforrásokat biztosít az egyén számára (pl.: menedék, víz, élelem), mely hatására közel próbál maradni a helyhez, amely biztonságot nyújt számára. Másik oka lehet a

¹ egyetemi tanársegéd, Szent István Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar, Gödöllő; urbanne.treutz.agnes@gtk.szie.hu

helykötődésnek, hogy adott hely egy meghatározott cselekvést biztosít az egyén számára vagy ösztönzi annak kivitelezésére. További indítékként említhető meg az egyén önértékelésének elősegítése. A biztonságot nyújtó hely lehetővé teszi a problémák megoldását és egyben lehetőséget biztosít az egyén önvizsgálatára, céljainak megvalósításához. A folyamatosság szintén olyan tényező, mely magyarázhatja a helykötődés kialakulását. Ez esetben beszélhetünk személyes és időbeni folyamatosságról. A személyes folyamatosság állandó én-érzetet biztosít az egyén számára, ezáltal összekötve jövőbeni és múltbeli viselkedéseit. Az időbeni folyamatosság az élményekhez köthető, mely kapcsán megemlíthetők azok az események (legyen az történelmi, kulturális, vallási, vagy gyermekkori esemény), melyek jelentős szerepet játszottak a település életében, és élményként szolgáltak az egyén számára. (Kocsisné Salló, 2011)

Hernández et al. (2014) összegyűjtötték a helykötődés modelljeinek szakirodalmi megjelenéseit. Többféle képp, így egydimenziós, többdimenziós koncepcióként is értelmezhető, vagy akár egy fölérendelt koncepció dimenziójaként. (1. táblázat) A helykötődés mint egy egydimenziós koncepció esetén a helykötődés egy szinten van a többi tényezővel, úgy mint a helyfüggőséggel vagy a helyidentitással.

1. táblázat. Szakirodalmakban előforduló helykötődés modellek dimenziós besorolása

Egydimenziós koncepció	Többdimenziós koncepció	Fölérendelt koncepció dimenziója
Fornara – Bonaiuto – Bonnes, 2010 Giuliani, 2003 Hernández – Hidalgo – Salazar-Laplace – Hess, 2007 Devine-Wright, 2011 Rollero – De Piccoli, 2010	Stokols – Shumaker, 1981 Williams – Vaske, 2003 Kyle – Graefe – Manning, 2005 Scopelliti – Tiberio, 2010 Lewicka, 2011 Likewise, 2010 Raymond – Brown – Weber, 2010	Lalli, 1992 Stedman, 2001, 2006 Likewise, 2010 Droseltis – Vignoles, 2010

Forrás: Hernández et al., 2014 alapján saját szerkesztés, 2019

A többdimenziós koncepció több tényezőt egyesít magába, melyek esetében a helykötődés fölérendeltként jelenik meg a többi tényezőhöz viszonyítva. A helyidentitás és helyfüggőség szinte minden modellben helyett kapott. Ettől kivételt képez Lewicka (2011), aki a helykötődés három típusát említi meg. Az örökölt hely képezi a kötődés tradicionális oldalát, a felfedezett hely a kötődés aktív formáját, a hely relativitás a nem vagy fetételes kötődést tartalmazza. (2. táblázat)

2. táblázat. Többdimenziós koncepció elemei

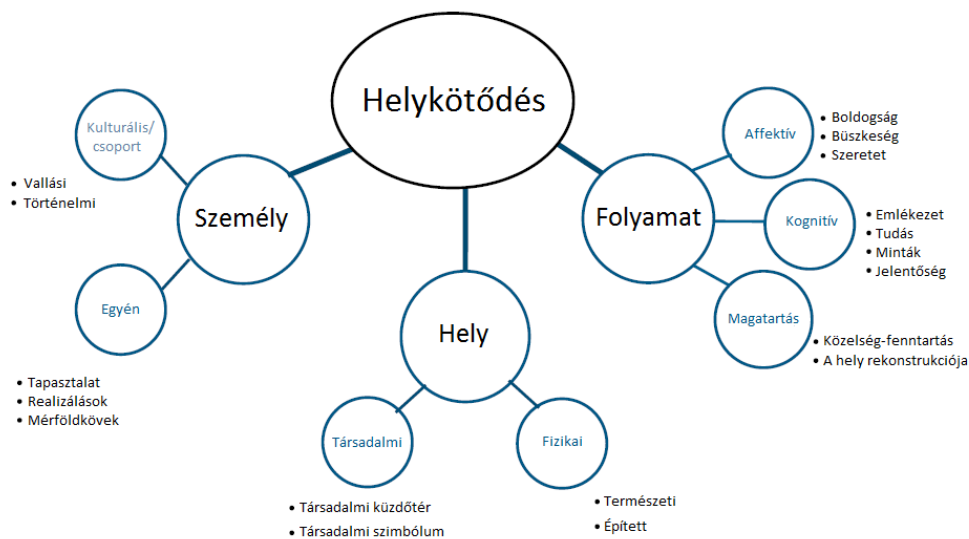
Szerző	A helykötődés elemei
Stokols – Shumaker (1981)	helyfüggőség, helyidentitás
Williams – Vaske (2003)	helyfüggőség, helyidentitás
Kyle – Graefe – Manning (2005)	helyfüggőség, helyidentitás, társadalmi kötelék
Scopelliti – Tiberio (2010)	identifikáció, társadalmi kapcsolatok, források hiánya
Lewicka (2011)	örökölt hely, hely relativitás, felfedezett hely
Likewise (2010)	helyfüggőség, helyidentitás, családi kötődés, barátokhoz való kötődés, természeti kötődés
Raymond – Brown – Weber (2010)	helyfüggőség, helyidentitás, családi kötődés, barátokhoz való kötődés, természeti kötődés

Forrás: Hernández et al., 2014 alapján saját szerkesztés, 2019

A fölérendelt koncepció dimenziójaként a helykötődés egy modell alkotóelemként jelenik meg, alárendelt pozícióban. Ennek megfelelően megjelenhet a helyérzékelés, vagy a helyidentifikáció egyik alkotóelemeként is. (Hernández et al., 2014)

Scannell – Gifford (2010) a helykötődés háromdimenziós keretét írja le. Ez a többdimenziós koncepció az egyén, a hely és a pszichológiai folyamat oldaláról közelíti meg a helykötődés elméletét. Az egyén oldaláról személyes és csoport szintjén is vizsgálható, míg a hely dimenzió belül társadalmi és fizikai szempontokat különböztethetünk meg helykötődés tekintetében. (1. ábra)

1.ábra. A helykötődés háromoldalú modellje



Forrás: Scannell – Gifford, 2010, 2. o.

3. Anyag és módszer

2016 november és 2017 február között egy kutatás készült a Murray State Egyetem (Amerikai Egyesült Államok, Kentucky, Murray) agrárhallgatói között. A kutatás célja, hogy feltérképezze a hallgatók Murray városhoz, illetve a lakóhelyükhöz való kötődést, befolyásoló tényezőit, továbbá helyidentitásukat. Online lekérdezéssel jött létre a kutatás, mely során a kérdőívet saját tanulmányi rendszerükön keresztül kapták meg a hallgatók. A kitöltött kérdőíveket tekintve megállapítható a 7%-os válaszadási arány a kar hallgatóit tekintve (összes hallgatói létszám: 1036 fő agrárhallgató), vagyis 76 hallgató töltötte ki a kérdőívet. Ennek megfelelően a minta nem reprezentatív, ugyanakkor iránymutatást ad későbbi kutatásokra nézve.

Jelen vizsgálat célja a helykötődést alkotó elemek közti fontosság felmérése településválasztás során, melynek alapját Scannell – Gifford (2010) helykötődés háromoldalú modellje adja. A kérdőívben felállított kérdések a három dimenzió egyes elemeihez kapcsolhatók. Ezen elemek egymáshoz viszonyított fontossága kerül vizsgálatra. A vizsgálat elvégzéséhez F-próbát és kétmintás t-próbát alkalmaztam. Az elemzés során két sokaságból vett minta kerül összehasonlításra, amely során azt próbáljuk bebizonyítani, hogy a két minta átlagai egyenlők ($H_0: \mu_1 = \mu_2$). Ennek előfeltétele a szórások azonosságát igazoló F-próba alkalmazása. Amennyiben a szórások megegyeznek ($H_0: \sigma_1 = \sigma_2; p > 0,05$), abban az esetben alkalmazható a kétmintás t-próba. Abban az esetben, ha nem azonos a két minta szórása ($H_1: \sigma_1 \neq \sigma_2; p < 0,05$), Welch-próba alkalmazása szükséges. (Jánosa, 2011)

A 3. táblázat tartalmazza azokat a kutatási kérdéseket, melyek az egyes dimenziókhoz, illetve azon elemeihez köthetők.

3. táblázat. A vizsgálatához kötődő dimenziók, kutatási kérdések és vizsgált elemek

Dimenzió	Kötődő kutatási kérdés	Vizsgálatba vett elemek
Személy	Átlagosan ugyanolyan fontos-e a válaszadóknak településválasztás során a település történelme és a rokonok véleménye?	Személy/kulturális-személyes
Hely	Átlagosan ugyanolyan fontos-e a válaszadóknak településválasztás során a település vonzereje (esztétikussága) mint a közösségi élet?	Hely/fizikai-szociális
Folyamat	Átlagosan ugyanolyan fontos-e a válaszadóknak településválasztás során a közösség kedvessége mint a bérelt/vásárolt lakás ára?	Folyamat/érzelem – megismerés (affektív – kognitív)
Folyamat	Átlagosan ugyanolyan fontosak-e a válaszadóknak a településválasztás során a megélhetési költségek mint a családtól való távolság?	Folyamat/megismerés – viselkedés (kognitív – konatív)
Folyamat	Átlagosan ugyanolyan fontos-e a válaszadóknak településválasztás során a közösség kedvessége mint a családtól való távolság?	Folyamat/érzelem – viselkedés (affektív – konatív)

Forrás: Saját kutatás, 2019

Az elemzéseket Excel és SPSS programcsomag segítségével végeztem.

4. Eredmények

A mintában 56% nő és 44% férfi van jelen. A válaszadók átlagéletkora 21 év. A megkérdezettek 9%-a elsőéves, 14%-a másodéves, 33%-a harmadéves, 38%-a utolsó éves hallgató az alapképzésben, 6% mesterképzésben részt vevő hallgató.

Az egyes dimenzió belüli vizsgálatok külön-külön kerültek elvégzésre. A következőkben a település esztétikája és a közösségi élet fontosságára (hely dimenzió) vonatkozó elemzés kerül bemutatásra, mely bemutatja azt az elemzési folyamatot, mely alapján került kiértékelésre a többi változó is.

A vizsgálat azt bizonyítja, hogy azonosnak tekinthető-e a település esztétikusságára és a közösségi életre vonatkozó átlagos fontosság a hallgatók körében. A vizsgált változókhoz kapcsolódó alapadatokból kitűnik, hogy a település esztétikája átlagosan 6,71, míg a közösségi élet 5,63 fontossággal bír a válaszadók szempontjából 10-es skálán mérve. (4. táblázat)

4. táblázat. A település esztétikája és a közösségi élet változók alapadatai

Csoport statisztika

Kód6-7	N	Átlag	Szórás	Std. Error átlag
A település esztétikája (6) - 6	76	6,71	1,832	,210
Közösségi élet = 7	76	5,63	1,965	,225

Forrás: Saját kutatás, 2019

Első lépésben az F-próba értékeit kell megvizsgálni. Az alaphipotézis (H0) a két variancia egyezőségét feltételezi, míg az alternatív hipotézis (H1) a két variancia különbözőségét. Ez alapján:

H0: a település esztétikusságának és a közösségi élet fontosságának varianciája megegyezik

H1: a település esztétikusságának és a közösségi élet fontosságának varianciája különböző.

Az F-próbához kapcsolódó szignifikanciaszint ($p=0,784$) vizsgálat alapján megállapítható, hogy a szórások azonosak ($p>0,05$), vagyis az alaphipotézist (H0) elfogadjuk. Ennek következtében alkalmazhatjuk a kétmintás t-próbát, mely megvizsgálja, hogy azonosnak tekinthető-e a település esztétikusságára és a közösségi életre vonatkozó átlagos fontosság a hallgatók körében. Ennek megfelelően:

H0: azonosnak tekinthető a település esztétikusságára és a közösségi életre vonatkozó átlagos fontosság

H1: nem tekinthető azonosnak a település esztétikusságára és a közösségi életre vonatkozó átlagos fontosság.

A számítások alapján a t-próba szignifikanciaszintje ($p=0,001$) kisebb mint az 5%-os szignifikancia küszöb ($0,001 < 0,05$), amelynek értelmében szignifikáns a különbség a település esztétikája és a közösségi élet átlagos fontossága között a hallgatók véleménye alapján. (5. táblázat)

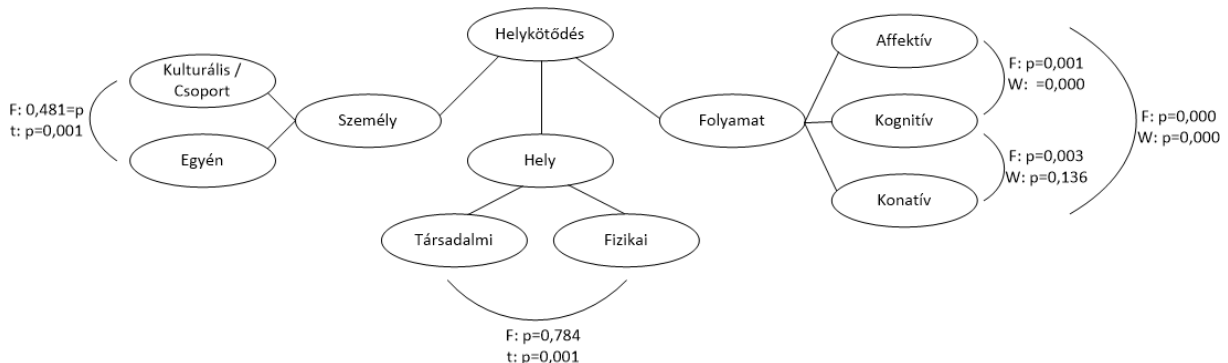
5. táblázat. F-próba és t-próba táblázata

		Független mintás próba								
		Levene teszt a varianciák egyezőségére		t-próba az átlagok egyezőségére					A különbség 95%-os konfidencia intervalluma	
		F	Szignifikancia	t	df	Szignifikancia (2 oldalú)	Átlag különbség	Std. Error különbség	Alsó	Felső
A település esztétikája (6)	Feltételezett az egyenlő variancia	,076	,784	3,501	150	,001	1,079	,308	,470	1,688
- Községi élet	Nem feltételezett az egyenlő variancia			3,501	149,262	,001	1,079	,308	,470	1,688

Forrás: Saját kutatás, 2019

Az elemzés során megállapítható, hogy a település történelmének és a rokonok véleményének átlagos fontossága különböző ($p=0,001$). Az egyező szórásnégyzetek ($p=0,481$) vizsgálatának eredményeként két mintás t-próbával bizonyítottam ezt a kutatási kérdést. A település vonzerejének (esztétikusságának) és a közösségi élet fontosságára vonatkozó varianciák egyezősége ($p=0,784$) bizonyosodott be az F-próba segítségével. Ezt követően a t-próba segítségével bizonyíthatóvá vált, hogy nem tekinthető azonosnak a település esztétikájának és a közösségi élet átlagos fontossága ($p=0,001$). A közösség kedvességének és a bérelt/vásárolt lakás árának átlagos fontossága nem egyezik. Ugyan az F-próba eredménye szerint nem egyeznek a varianciák ($p=0,001$), de az ezután alkalmazott Welch-próba igazolta az átlagos fontosságok különbözőségét ($p=0,000$). A megélhetési költségek és a családtól való távolság átlagos fontosságának egyezőségét bizonyította a Welch-próba ($p=0,136$), mely a különböző varianciákat ($p=0,003$) igazoló F-próbát követően került kiszámolásra. A közösség kedvessége és a családtól való távolság átlagos fontossága eltérő ($p=0,000$). A különböző szórásnégyzetek ($p=0,000$) eredményét követően a Welch-próba különbözőséget mutatott a közösség kedvessége és a családtól való távolság átlagos fontossága között. (2. ábra)

2. ábra. Az amerikai hallgatók körében Scannell – Gifford (2010) modell alapján végzett helykötődéshez kapcsolódó vizsgálat eredményeinek összefoglaló ábrája



Forrás: Saját elemzés, 2019

2. Következtetések és javaslatok

A szakirodalmi források rávilágítanak a helykötődés jelentőségére, annak okaira, melyek lehetnek: túlélés, cselekvés biztosítása, önértékelés-elősegítés, folyamatosság. A helykötődés lehet egy- vagy többdimenziós koncepció is, továbbá részét képezheti egy fölrendelt elméletnek is. A témával kapcsolatban kérdőíves felmérés készült amerikai hallgatók körében, ahol cél volt a helykötődést alkotó elemek közti fontosság felmérése településválasztás során. Összességében megállapítható, hogy a vizsgált változók közti átlagos fontosság különbözött a hallgatók véleménye alapján. Így a csoport és egyén, a hely társadalmi és fizikai elemének, affektív és kognitív, affektív és konatív elemek közti kapcsolat vizsgálata során átlagosan eltérő fontosságúak az egyes tényezők. Egyedül a kognitív és konatív tényezők esetén került bizonyításra, hogy átlagosan ugyanolyan fontos a vizsgált két tényező a válaszadóknak. A vizsgálat eredménye alapján átlagosan ugyanolyan fontos a család és a megélhetési költségek, mely eredhet abból, hogy az amerikai társadalom jelentősen családcentrikus. Ez a megállapítás ugyanakkor rámutat arra, hogy nem feltétlenül önmagában csak a megélhetés játszhat szerepet a településválasztás során. A primer vizsgálatból nem vonhatók le távlati következtetések a reprezentativitás hiánya miatt, de kiindulópontként segítséget nyújthat későbbi, magyarországi reprezentatív felmérésnek.

Hivatkozott források

Hernández, B. – Hidalgo, M. C. – Ruiz, C. (2014) Theoretical and methodological aspects on research on place attachment. in: Manzo, L. C. – Devine-Wright, P. (szerk.) (2014): Place attachment. Routledge, Abington. pp. 125-138.

Jánosa, A. (2011) Adatelemzés SPSS használatával. ComputerBooks Kiadó Kft., Budapest. p. 376

Kocsisné Salló, M. (2011) Helyidentitás fogalmának értelmezési lehetőségei és helye az erdőpedagógia projektben. Új Pedagógiai Szemle. 61. évf. 1-5. szám, pp. 320-326.

Lewicka, M. (2011) On the Varieties of People's Relationships With Places: Hummon's Typology Revisited. Environment and Behavior. 43. évf. 5. szám, pp. 676–709.

Livingston, M. – Bailey, N. – Kearns, A. (2008) People's attachment to place – The influence of neighbourhood deprivation. Glasgow University, Glasgow. p. 104

Scannell, L. – Gifford, R. (2010) Defining place attachment: A tripartite organizing framework. Journal of Environmental Psychology. 30. évf. 1. szám, pp. 1-10.

A balatoni városok vizsgálata a jelenleg hatályos területszervezési jogszabályokhoz viszonyítva

Valentin Szilveszter ¹

Összefoglalás

Tanulmányomban, a magyar önkormányzati rendszer egyik kevésbé ismert részével, a területszervezési eljárások körébe tartozó várossá nyilvánítás témakörrel foglalkozom. Kutatásomba a városavatási eljárások során, a hatályos jogszabályban előírt kritériumok alapján vizsgáltam meg a Balaton partján fekvő városi rangú településeket, arra keresve választ, hogy mekkora hányaduk felel meg a mostani előírásoknak.

Hipotézisem, hogy a magyar tenger városai többségében nem tudják teljesíteni a jelenlegi minimum feltételeket.

Kulcsszavak: Balaton, önkormányzat, idegenforgalom, területszervezés, városi rang

JEL kód: R12

1. Bevezetés

A magyar településhálózat fejlődését tekintve a Balaton-parti települések különös helyzetben vannak, mivel egyszerre szolgálnak az ott lakóknak egész éven át állandó lakhelyül, és kínálnak az idegenforgalmi idényben több százezer embernek pihenési alternatívát. A „balatoni szezon” időtartama az elmúlt évek tekintetében csökkenő tendenciát mutat, a régebbi 3 hónapos vendégszezon, mára 2-2,5 hónapra korlátozódik, melyből a főszezon 2-3 hét.

Ebből következően kijelenthető, hogy a parti települések infrastrukturális, gazdasági, társadalmi és környezeti leterheltsége ambivalens. Az év nagy részében a települések szolgáltatásait szinte csak a helyi lakosság, addig a szezon hónapjaiban a lokális népesség többszöröse veszi igénybe. Az egyenlőtlenségek a térség önkormányzatainak finanszírozására is kihatással vannak, mivel a szezonálisból adódó többletköltségeket nem fedezik a turisztikai többletbevételek.

Problémájuk orvoslására 1990-es évektől a tóparti települések abban látták a megoldást, hogy várossá avansáltak, mivel a városi rangú települések magasabb összegű támogatásban

¹ Pannon Egyetem Georgikon Kar, Gazdasági, Társadalomtudományi és Vidékfejlesztési Tanszék, Keszthely; valentinszilveszter@upcmail.hu

részesültek, az azonos nagyságú községeknél és presztízs szempontjából is előnyösebb volt a városi rang megléte.

2. A várossá nyilvánítás története a Balatonnál

Ha a Balaton-parti városok urbánus jellegét vizsgáljuk a magyar településszerkezetben, először át kell tekinteni, hogy a tóparti városok mikor nyertek városi rangot.

Az első város a Balatonnál Keszthely volt, amelyet 1954-ben avattak várossá. A Festeticsek városa után 1968-ban Siófok, majd 1971-ben Balatonfüred is város címet szerzett. A rendszerváltáskor a Balatonnál a települések döntő hányada presztízskérdésként, közigazgatási és pénzügyi előnyökkel járó eszközként tekintett a városi rangra. Ennek megfelelően ebben az időszakban több balatoni település is várossá vált. 1989-ben Balatonalmádi, Fonyód, 1991-ben Balatonboglár és Balatonlelle, 1992-ben pedig Balatonföldvár kapott városi jogállást. Ezen időszak után a következő városavató ünnepséget, 2000-ben tartották a Balatonnál, amikor Balatonfűzfő vált várossá. 2004-ben pedig Badacsonytomaj kapott városi rangot. Négy évvel később, 2008-ban Zamárdinak, 2009-ben pedig Balatonkenesének ítelték meg a városi címet.

Mint láthatjuk a legutolsó városavató ünnepség a tó partján 10 éve volt. Ez viszont nem azt jelenti, hogy az elmúlt 9-10 évben ne pályázott volna parti település a városi rangra. Az utóbbi időkben több kisebb önkormányzat pályázott a városi címre, 2015-ben Balatonszárszó, Csopak, Révfülöp, 2017-ben pedig Gyenesdiás valamint Tihany, ám ezen kezdeményezések rendre sikertelenek voltak.

Magyarországon általános tendencia, hogy a (nagy)községi önkormányzatok törekednek a városi rang megszerzésére, de láthatjuk, hogy a Balatonnál arányában véve ezen törekvés még nagyobb erősségű, ami több okra visszavezethető.

Az első ok a pénzügyi szempont. A települések többségének vezetése véli úgy, hogy a nem balatoni településektől eltérően arányaiban kisebb költségvetési mozgástérrel rendelkeznek. Ennek oka, hogy egyrészt biztosítani kell a települési – kommunális - ellátásokat a rendszeresen lakott ingatlanokon kívül a nyaralóingatlanokra is, valamint az állandó lakosság igényein kívül fenn kell tartani az önkormányzatnak azokat a helyi szolgáltatásokat is, amelyet a szezonális a településen tartózkodó nyaralótulajdonosok és azok családja, valamint a településen megforduló vendégek ezrei igénybe vesznek.

A helyzetet tovább bonyolítja, hogy a parti településeken nagyobb a településfejlesztésre fordítandó fajlagos összeg, mint más településeken, amely a helyi lakosság és a turisztikai ágazati igényeiből adódik.

A városi rang viszont nagyban megkönnyítheti a települések helyzetét, ugyanis egy 4 000 – 5 000 fős város évente 80-100 milliós költségvetési többlet támogatáshoz jut, mint egy méreteiben vele megegyező község.

Viszont Magyarország Kormánya 2015 márciusában szigorította a teljesítendő feltételeket a várossá nyilvánítás tekintetében. Az eddigi laza feltételek, valamint a politikai lobbink alapuló városi pályázatok elbírálásánál használt szabályok helyett konkrét, mutatószámokkal, mérhető feltételeket léptetett hatályba.

3. Anyag és módszer

3.1. Területi lehatárolás

A vizsgált terület a Balaton-partján fekvő 12, városi ranggal rendelkező településre – Badacsonytomaj, Balatonalmádi, Balatonboglár, Balatonföldvár, Balatonfüred, Balatonfüzfő, Balatonkenese, Balatonlelle, Fonyód, Keszthely, Siófok, Zamárdi - terjed ki.

A terület nem alkot homogén térséget, hiszen a Közép-Dunántúli-, Dél-Dunántúli- és a Nyugat-Dunántúli statisztikai régióhoz - van besorolva. Közigazgatási felosztása pedig három – Somogy, Veszprém, Zala – megyére tagolódik melyeken belül 12 járás található.

A tó vízgazdálkodását meghatározó vízügyi felosztás is differenciált, mivel három – Közép-dunántúli, Nyugat-dunántúli, Dél-dunántúli – vízügyi igazgatóság osztozik a Balaton vízgyűjtő területén.

A decentralizált területi besorolás nagyban befolyásolja az egyes települések közötti partnerséget is.

3.2. Időbeli lehatárolás

A települések vizsgálatához felhasznált adatok a 2016. évi állapotot veszik figyelembe. Azonban vannak olyan mutatószámok, amelyhez a 2011. évi népszámláláskor felvett információkat lehetséges csak figyelembe venni.. Utóbbi adatok többsége a városfejlettségi mutatóhoz került felhasználásra.

3.3. Adatforrások és módszertani problémák

A kutatáshoz szekunder források kerültek begyűjtésre. A számszaki információk többsége az országos adatbázisokból, a KSH és a TEIR online felületeiről kerültek lekérdezésre. Az önkormányzatok intézményi ellátottságára vonatkozó tényadatok a települési koncepciókból, weblapokról származnak. A vizsgált kritériumrendszer településgazdálkodási mutatói az önkormányzatok költségvetési éves zárszámadási rendeleteiből lettek kivéve. Az adatgyűjtési módszer végén még hiányzó adatok pótlása KSH-val történő személyes adatkérés alapján történt.

Az adatgyűjtésre vonatkozólag el kell mondani, hogy a jogszabályban megfogalmazott feltételek, kritériumok nem egyértelműen kerültek definiálásra, amely az adatszerzésnél problémát jelentett. További gondot okozott, hogy voltak olyan összetett követelmények,

amelyeknél az egyes települések csak részlegesen teljesítettek, de az adott pont értékelésnél nem lehetett figyelembe venni. A problémát jól tükrözi, hogy a 12 elvárt indikátor kiértékeléshez 50 féle adat került begyűjtésre.

3.4. A kutatás módszertana

A begyűjtött adatok Microsoft Office Excel 2010 szoftverbe kerültek felvitelre, melyet egy adattisztítás követett. Második lépéséként az összetett mutatók (például más településről bejáró munkavállalók aránya) számítási képletei kerültek meghatározásra, és feltüntetésre. Az összes indikátor kiszámítása, megállapítása után településsoros adatbázisba összesítésre kerültek a teljesített és nem teljesített feltételek.

4. Eredmények

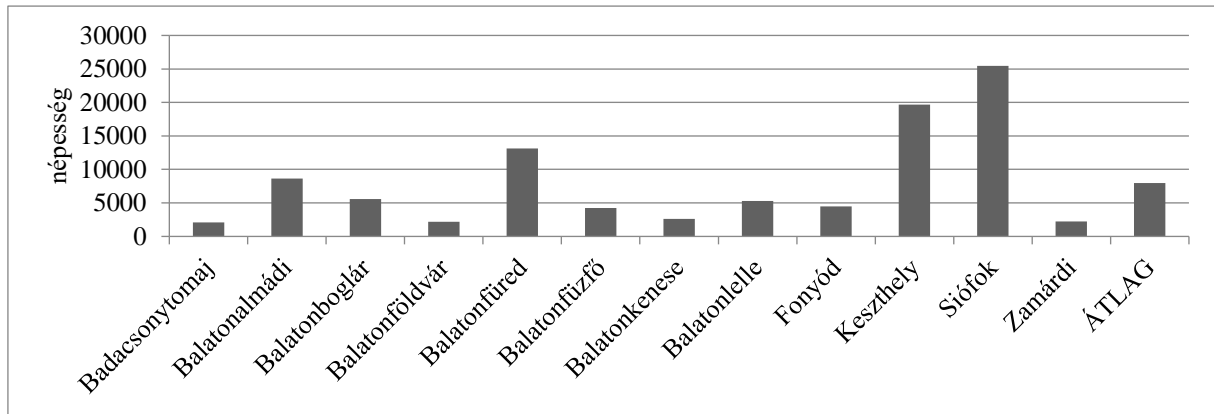
4.1. A jogszabályi kritériumok teljesülésének vizsgálata

A 321/2012 (XI.16.) kormányrendelet 2015. márciusi módosítása értelmében a városi rang elnyerésére vonatkozólag a jogalkotó a rendelet 14/A§-ban 12 feltételt szabott. Az alábbiakban a feltételeket részletesen kívánom bemutatni, a balatoni városokra vonatkoztatva.

A kritériumrendszer első feltétele a térségi szerepkör megléte. A jogalkotó ezt a településre bejáró dolgozók arányával kívánja vizsgálni. A feltétel, hogy a településen foglalkoztatottak 20%-a más településről járjon be. A szezonban munkát vállaló tömeg ellenére átlagosan a foglalkoztatottak 3 %-a ingázik a balatoni városokba dolgozni. Az előírást egy város, Siófok volt képes teljesíteni, itt ezen érték eléri a 30 %-ot. Meg kell említeni hogy a balatoni városok között vannak alvóvárosok is, mivel több város esetében a helyi lakosság máshol vállal munkát, erre jó példa Balatonalmádi és Balatonkenese.

A második kritérium a lakosságszámra vonatkozik, mely szerint a településen élők számának meg kell haladnia a 10 000 főt és az utolsó öt évben a lakosságnak növekedési tendenciát kell mutatnia. A kutatás során a növekedési ütem nem került vizsgálatra. A népességre vonatkozó feltételek teljesítése a Balatonnál nem mondható egységes megítélésűnek. A szeptembertől májusig tartó időszakban többségében csak a helyi lakosság tartózkodik a településeken, azonban a nyári szezonban a települések döntő többsége megtöbbszörözi a településen tartózkodó emberek számát az állandó lakossághoz viszonyítva. Az adatokat tovább torzítja az a tény is, hogy sok ingatlan tulajdonos állandó- és tartózkodási helyének nem a balatoni ingatlanját jelöli meg, viszont az év többségében az itteni ingatlanában tartózkodik.

1. ábra. A balatoni városok állandó lakosság száma 2016-ban



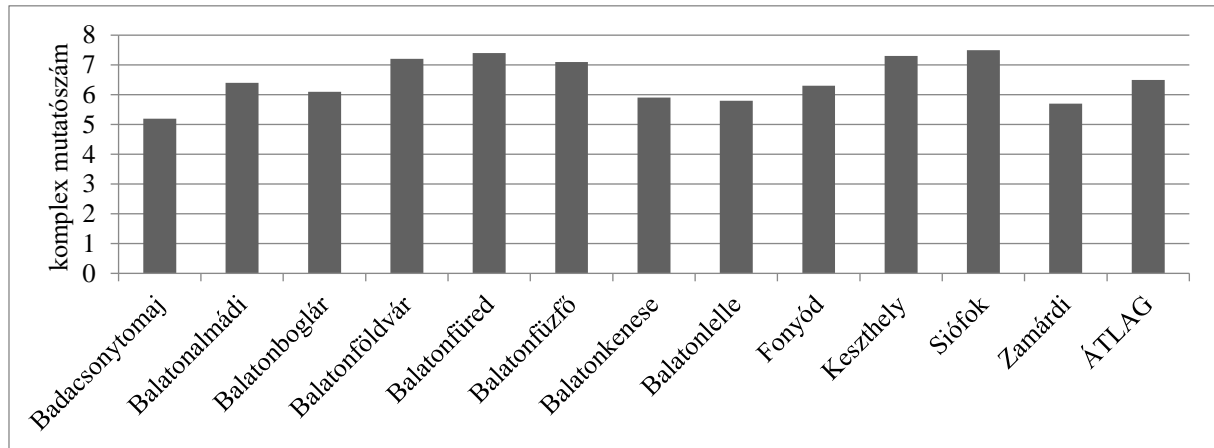
Forrás: Saját szerkesztés a KSH adatai alapján, 2019

Ebből kifolyólag a 12 város közül csak három település, Balatonfüred (13 138 fő), Keszthely (19 692 fő) és Siófok (25 468 fő) felel meg a feltételnek. A többi város demográfiai szempontból ambivalens képet mutat. A városok egyharmada (33,3%) háromezer főnél kisebb lakossággal rendelkezik, de a települések 50 % is 5 000 főnél kisebb közösséget tudhat magáénak.

A harmadik kritérium, hogy az adott önkormányzat területén a csatornázottsági aránya elérje a 60 %-ot. Ennek a feltételnek a balatoni város mindegyike megfelel, olyannyira hogy a legkisebb arányú csatornázottsági mutatószám – Balatonfüred esetében – is 67,22 %-os. A városok csatornázottsági átlaga a Balatonnál 87,7%.

A következő értékelési szempont, a várossá nyilvánítási komplex mutatószám központi átlagának teljesítése. Az indikátor országos értékét minden évben a KSH számolja ki. A mutató képzésénél különböző tényezőket- infrastruktúra, intézményi ellátottság, gazdasági környezet - vesznek figyelembe. 2016-ban a KSH által kiszámított központi indikátor értéke 6,7-es értéket vett fel. A balatoni városok átlaga 6,49, vagyis elmondható hogy általánosságban a desztináció városai nem érik el a városok fejlettségének országos átlagát. A 12 városi jogállású település közül csupán 5 település – Balatonfüred, Balatonfüzfő, Balatonföldvár, Keszthely és Siófok tudta megugrani az elvárt értéket. Az előbb említett települések 7,1 és 7,5 közötti eredményeket értek el. A legalacsonyabb értéket, 5,2-es indexet a tóparti városok közül Badacsonytomaj érte el.

2. ábra. Városná nyilvánítás komplex mutatószámértékei a balatoni városokban (2016)



Forrás: Saját szerkesztés a KSH adatai alapján, 2019

A kritériumrendszer ötödik pontja előírja a városaspiráns települések számára, hogy a belterületi utak 90%-a szilárd burkolatú legyen. Kutatásom a közutakat és köztereket veszi figyelembe és nem tartalmazza a járdák, sétányok és kerékpárutak értékszámait. A számítás végén elmondható, hogy a magyar tenger városai rendre teljesítik az elvárt 90 %-os arányt. A legkisebb mértékű szilárd burkolatú utak aránya Balatonalmádiban van, de itt is 94,13%-os a ráta. A legnagyobb értéket 99,7 %-ot a Balatonfüzfő érte el.

A következő kitétel az alap- és középfokú oktatási intézmények meglétét vizsgálja. Az alapfokú oktatás biztosítása mind a 12 városban megoldott. A középfokú oktatás intézményi ellátottsága már kevésbé mutat pozitív képet, mivel a Balatonnál található városok 2/3-a tudta csak teljesíteni a feltételt. Négy település – Badacsonytomaj, Balatonföldvár, Balatonkenese és Zámárdi – nem rendelkezik középiskolával. Ennek magyarázata, hogy alacsony lakosságszámú települések, a diákok a közeli városokban található intézményekben tanulnak. Megemlítendő, hogy a Balaton partján, kettő városban a fentiekben túlmenően felsőfokú oktatás is zajlik. Keszthelyen a Pannon Egyetem Georgikon Kara működik, Siófokon pedig a Gábor Dénes Főiskola Képzési Központja található.

A jogszabályban előírt további megkövetés a közbiztonsági kérdéskörben rendelkezik, rendőrkapitányság vagy rendőrőrs tekintetében. Rendőrkapitányság három, rendőrőrs pedig négy városban működik. Három helyen, Balatonbogláron, Balatonfüzfőn és Zámárdiban nincs rendvédelmi intézmény, amely megfelelne a követelményeknek.

A közbiztonságot követően a települések katasztrófavédelmi ellátása is előírás a városi pályázatoknál. A Balatonnál a katasztrófavédelmi intézmények kettő típusa található meg. Hivatásos tűzoltóság Badacsonytomajon, Balatonfüzfőn, Keszthelyen és Siófokon üzemel. Önkormányzati tűzoltóság csupán kettő városban, Balatonbogláron és Balatonfüreden található. A vizsgált önkormányzatok fele nem tudja biztosítani a feltételt.

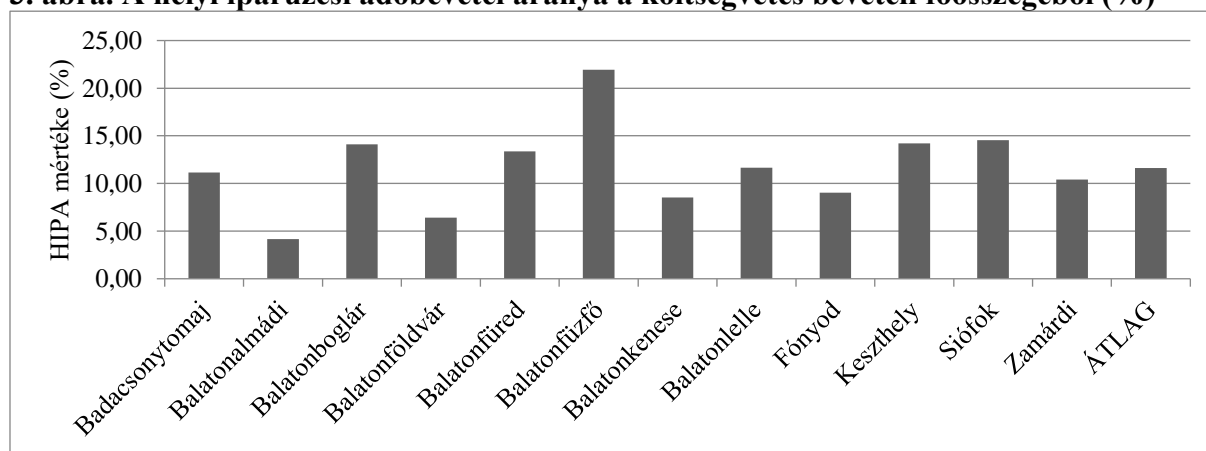
Ezt követően az egészségügyi alapellátás kérdésköre került megvizsgálásra. Ebbe a kategóriába a felnőtt háziorvoson és a gyermekorvoson kívül ide sorolandó a fogászati ellátás és a védőnői szolgálat is. A vizsgálat az első kettő feltételt vizsgálta, mivel gyakran a balatoni települések a kis földrajzi távolságoknak köszönhetően a többi ellátást partnerségben végzik. A házi – és gyermekorvosi szolgáltatás mind a 12 településen megtalálható.

Az alapellátáson túl a következő pont a rendelőintézet meglétét vizsgálja. A 12 város közül csupán 8 város rendelkezett ilyen jellegű intézettel, ebből három város – Balatonfüred (szívkórház), Keszthely, Siófok - kórházat is működtet, fekvőbeteg ellátással. 4 város, Badacsonytomaj, Balatonkenese, Balatonlelle és Zamárdi nem rendelkezik ezen feltétellel.

Következő pontként a rendelet a tanuszoda és a többfunkciós sportcsarnok meglétét teszi kötelezővé. Tanuszodával 5, sportcsarnokkal 4 város büszkélkedhet. Badacsonytomaj, Balatonlelle, Fonyód és Zamárdi a kettő közül egyik kritériumot sem tudta teljesíteni. Fontos hozzátenni, hogy általában a kisebb városok, amelyekhez lakosságszámuknál fogva a Balaton nagyobb városai is tartoznak, nem tartanak fenn külön gyermekeknek, felnőtteknek szánt uszodákat hanem egy létesítményben oldják meg a minden korosztály igényeinek megfelelő szolgáltatást. Ugyanez elmondható a többfunkciós sportcsarnokokról. Ez utóbbinál sajnos nincs a megnevezésre vonatkozó pontos definíció.

A jogszabály utolsó előírása szerint a várossá avanszálni kívánó településeknek kötelezően teljesíteni kell azon kitélt, hogy a települési költségvetés bevétel főösszegének 20 % a helyi iparüzési adóból származzon, a településen kivetésre került ilyen jellegű helyi adó. A kutatás során bebizonyosodott, hogy a térségben hiába található sok turisztikai, szezonális vállalkozás a települések bevételeinek átlagosan csak a 11,63 %-át adja az iparüzési adó. A kitétel előírásának csak egy város, Balatonfüzfő felelt meg, az egykori vegyipari ipartelepen működő vállalkozások befizetéseinek köszönhetően.

3. ábra. A helyi iparüzési adóbevétel aránya a költségvetés bevételi főösszegéből (%)



Forrás: Saját szerkesztés a KSH adatai alapján, 2019

A kutatás során elvégzett módszertani számítások alapján megállapítható hogy a 12 város közül egy sem tudta teljesíteni az összes kritériumot. A legkevesebb feltételt Zamárdi hozta, a település csupán négy feltételnek felelt meg. Összesen 5 indikátort három város Badacsonytomaj, Balatonlelle és Fonyód teljesített. 12-ből 6 kritériumot Balatonfüzfő, 7 pontot pedig Balatonboglár és Balatonföldvár tudott teljesíteni. Balatonalmádi és Balatonfüzfő 8 pontot volt képes elérni. A legtöbb feltételt a három nagyobb, térségi szerepkörrel is rendelkező város tudta produkálni. Ennek megfelelően Siófok 11, Keszthely és Balatonfüred 10-10 feltételt teljesített.

1. táblázat. A 12 kritériumból teljesített feltételek száma a balatoni városokban (2016)

város	teljesített kritériumok száma	város	teljesített kritériumok száma
Badacsonytomaj	5	Balatonkenese	6
Balatonalmádi	8	Balatonlelle	5
Balatonboglár	7	Fonyód	5
Balatonföldvár	7	Keszthely	10
Balatonfüred	10	Siófok	11
Balatonfüzfő	8	Zamárdi	4

Forrás:Saját számítás, 2019

5. Következtetések, javaslatok

A vizsgálat kiértékelése után a balatoni városok példáján keresztül, meglátásom szerint, a jogalkotó helyesen szüntette meg 2015-ben a laza szabályokra épülő városavatási hullámot, amely során a rendszerváltástól 2013-ig bezárólag 220 település szerzett városi címet. Megjegyzendő, hogy a 2015. március végén hozott kormányrendelet januárig visszamenőlegesen került elfogadásra ezzel a februári határideig a pályázatot benyújtó 23 település pályázatát negatívan érintve. Viszont az elmozdulás mellett, a szigorítás mértéke, véleményem szerint túlszabályozottá vált, figyelve a magyar településszerkezeti és társadalmi adottságokat.

A tanulmány balatoni sajátosságait tekintve elmondható, hogy a városi rangú települések többsége az elmúlt évtizedekben turisztikai presztízs célzattal erőltette a várossá válást. Ezek figyelembe vételével érthető, hogy a jelenleg tárgyalt települések többsége nem tudja, de nem is akarja teljesíteni a mostani követelményeket.

A jogi kritériumok is átalakításra, kibővítésre szorulnak. Meglátásom, hogy vannak olyan fontos szegmensek egy városaspiráns település életében, amelyek jelenleg nem képezik részét a jogszabályi előírásnak. A jövőben szükségessé válhat például az önkormányzati fenntartású nevelési intézmények (bölcsőde, óvoda) meglétének vizsgálata, legalább egy térségi közigazgatási hivatal - kormányablak működésének elvárása. Továbbá vizsgálnám a kereskedelmi, gazdasági aktivitást (vállalkozások száma). A vizsgálat tárgyát képezi továbbá a kulturális szolgáltatások, civil élet mérése. Fontos lehet továbbá a településszerkezet és településkép megfelelőségének mérése is.

A jövőben szükségessé válhat a városi címek felülvizsgálata, akár egy újabb önkormányzati rendszer átalakítása során. Érdemes lenne azt is megvizsgálni, hogy a tanulmányban elemzett, a jelen követelményeket teljesíteni nem tudó városok esetében történt-e legalább pozitív irányú elmozdulás a várossá válásuk óta. A kontrolling eredményétől függően véleményem szerint átlátható, tényleges adatokon alapuló önkormányzati titulusok kerülhetnének kiosztásra, ezzel megszüntetve az egyes települések közötti hierarchia konfliktusokat, és finanszírozási egyenlőtlenségeket.

Hivatkozott források

- A tanulmány megírásához felhasznált főbb irodalmi források:
- 2011. évi CLXXXIX. törvény Magyarország helyi önkormányzatairól letöltve: 2019.01.01
- 321/2012. (XI. 16.) Kormányrendelet a területszervezési eljárásról
- Központi statisztikai Hivatal, Területi adatbázis
- Országos Területfejlesztési és Területrendezési Információs Rendszer
- A vizsgált városok önkormányzati koncepciói és költségvetéssel kapcsolatos rendeletei
- hvg.-hu (2015): Felsültek a városi címben reménykedők, letöltve: https://hvg.hu/itthon/201522_megakadt_varossa_nyilvanitasok_varolistak letöltés ideje: 2019.03.04.
- Valentin Sz. (2015): A magyar urbanizáció folyamata a rendszerváltástól, napjainkig, Gyenesdiás példáján keresztül szakdolgozat, Keszthely
- Badacsonytomaj, Balatonalmádi, Balatonboglár, Balatonföldvár, Balatonfüred, Balatonfüzfő, Balatonkenese, Balatonlelle, Fonyód, Keszthely, Siófok, Zamárdi, 2014. és 2015. évi gazdasági programjai, 2016. évi zárszámadásai,
- Országos Területfejlesztési és Területrendezési Információs Rendszer, Települési adatgyűjtő 2016. évi infrastrukturális mutatói
- Állami Egészségügyi Ellátó Központ, praxisadata, 2016. évi alapellátási adatai
- Települési weblapok: badacsonytomaj.hu, balatonalmadi.hu, balatonboglár.hu, balatonfoldvar.hu, balatonfured.hu, balatonfuzfo.hu, balatonkenese.hu, balatonlelle.hu, fonyod.hu, keszthely.hu, siofok.hu, zamardi.hu

A publikáció/prezentáció/poszter elkészítését a EFOP-3.6.3-VEKOP-16-2017-00008 számú projekt támogatta. A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósult meg.

Innováció napjainkban- komplex innovációs attitűdvizsgálat a társadalmi és üzleti innovációk terén¹

Varga Krisztina² – Tóthné Kiss Anett³

Összefoglalás

A gazdaság fejlődésének, a nemzetgazdaságok versenyképességének, valamint a hosszú távon nyújtott magas színvonalú teljesítménynek meghatározó összetevője az innováció. Míg korábban innováció vizsgálata tekintetében elsődlegesen a vállalati szintű elemzések álltak a középpontban, napjainkra a hangsúly eltolódott a nagyobb közösségek szerepének vizsgálata felé, hiszen az innovációs tevékenység során meghatározó az adott közösség teljesítőképessége is. A gazdasági szereplők felismerték, hogy olyan nemzetgazdaságokban, régiókban, ahol viszonylag alacsony szintű a gazdasági és természettudományi innovációk sikeressége, a társadalmi innováció előnyös kiegészítő tényező lehet. Hogyan látják mindezt a gazdaság szereplői? Hogyan segíti egyik a másikat? Mik azok a feltételek, amelyek segítik vagy gátolják az innovációt? Milyen személyiséggel kell rendelkeznie az innováció megvalósításában résztvevőknek? Ezekre a kérdésekre keressük a választ egy szélesebb körben végzett 256 fő bevonásával történt üzleti és társadalmi innovációt vizsgáló online kutatás során, amelynek célja az összes érintett szemszögéből vizsgálni az innovációs törekvéseket. A kutatás eredményként megállapíthatjuk, hogy van különbség az üzleti és társadalmi innováció társadalmi megítélése között, és egyértelműen meghatározhatók az innovációt támogató személyiségjegyek.

Kulcsszavak: innováció, társadalmi és üzleti innováció, innovátori attitűd

Jel kód: O35

1. Bevezetés

Az innováció – mint a gazdasági fejlődés kulcseleme – a társadalmi folyamatok meghatározó jelentőségű tényezője. Schumpeter 1912-es meghatározó művében a fellendülések hajtó erejének egyértelműen az innovációt tartja, amelyben döntő szerepet tulajdonított a kreatív vállalkozónak. A fejlődés fogalmát az új létrehozásával azonosítja, az innovációra korlátozza,

¹ A kutatást az EFOP-3.6.2-16-2017-00007 azonosító számú, Az intelligens, fenntartható és inkluzív társadalom fejlesztésének aspektusai: társadalmi, technológiai, innovációs hálózatok a foglalkoztatásban és a digitális gazdaságban című projekt támogatta. A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap és Magyarország költségvetése társfinanszírozásában valósul meg.

² tanársegéd, Miskolci Egyetem, Vezetéstudományi Intézet, Miskolc, varga.krisztina@uni-miskolc.hu

³ tanársegéd, Miskolci Egyetem, Vezetéstudományi Intézet, Miskolc, kiss.anett@uni-miskolc.hu

ami nála a vállalkozó létezési módja, és bevezeti az innováció napjainkban meghatározó öt megjelenési formáját.

Gloria-Palermo (2005) a vállalkozó szerepének dinamikus koncepcióját hangsúlyozza. Ennek értelmében a kreatív vállalkozónak a termelési eszközök megszerzéséhez pótlólagos vásárlóerővel kell rendelkeznie, amit a bankok hitelnyújtása biztosít számára. Az újítások átmeneti profitot eredményeznek, egészen addig, amíg az innovációk nem adaptálódnak tömegesen. Érdekes, és hangsúlyozandó tény, hogy már Schumpeter tanára, Friedrich von Wieser azonosítja a vállalkozót, mint „bátor technikai újítót, az emberi természetet jól ismerő szervezőt, előrelátó bankárt, vakmerő spekulánst, a trösztök világhódító vezérét” (Madarász, 2014., 17. o.).

2. Irodalmi áttekintés: Technikai és társadalmi innovációk

A Schumpeteri alapokat megtartva az 1900-as évek második felétől hangsúlyossá válik az a nézet, mely szerint a technológiai fejlődés és haladás nem pusztán technikai innovációt jelent, hanem a társadalom megújulását hozó társadalmi innovációkat is (lásd Gábor, 1970.). A társadalmi innovációk fontosságát és egyre növekvő szerepét hangsúlyozza több a témában elismert szerző (Drucker, 1985., Smeds, 1994., Introna, 1999.), sőt még abban is egyetértenek, hogy technológiai innováció nem jöhet létre a társadalom megújulása nélkül. Amíg a 2006-ban elfogadott innováció definíció (EC, 2006.) elsősorban a műszaki és gazdasági innovációkra vonatkozó iránymutatás, az Európai Unió kutatás-fejlesztési és innovációs politikáját meghatározó program (Horizon 2020) azonban már kiemelt figyelmet fordít a társadalmi innovációk meghatározásának is. Murray és szerzőtársai (2010) az újszerű társadalmi együttműködések vizsgálata, és véleményük szerint az új struktúrák a technológiai fejlődés révén fejlesztik ki újszerű társadalmi megoldásaikat a társadalmi problémák kezelésére. Franz és szerzőtársai (2012) külön vizsgálják a technikai és társadalmi innovációkat, és kiemelik azon kérdés fontosságát, hogy az újítások, amelyek új technológiai vívmányokat eredményeznek, vajon kívánatosak-e minden esetben a társadalom számára. Véleményük szerint az új nem feltétlenül jó és kívánatos kategória, a társadalmi innovációs törekvéseknek a társadalom széles körében elterjedt és elfogadott gyakorlatok felelnek meg.

A technológiai és gazdasági innovációk nem tudnak választ adni minden társadalmi kihívásra. A természeti, anyagi erőforrások egyre szűkebben állnak rendelkezésre, így szükségessé válik a befektethető javak minél ésszerűbb, minél nagyobb társadalmi és gazdasági hatékonyságot elérő felhasználása. A hosszú távú megoldásokat igénylő társadalmi kihívások (pl. munkanélküliség, migráció, hátrányos helyzetű térségek) újszerű társadalmi együttműködések követelnek meg. A társadalmi innováció „új vagy újszerű válaszokat ad egy közösség problémáira azzal a céllal, hogy növelje a közösség jólétét” (Kocziszky et al., 2017, p. 16). Az életszínvonal emelése mellett hangsúlyos az újszerű struktúrák megjelenése,

valamint a társadalom cselekvőképességének ösztönzése, mely során a társadalmi innováció cselekvési hajlandóságot fokozó folyamatként azonosítható (Balaton-Varga, 2017).

Megállapítható, a társadalmi innovációk a technikai innovációk elválaszthatatlan társai, az innovációk komplementer folyamatokként értelmezhetők. Az új innovatív bázisok – mint a társadalmi újítások területe – segítik a technikai innovációk megvalósítását és eredményességét, ugyanakkor egymás erejét növelve képesek a társadalom jelenlegi kihívásaira reagálni (Varga, 2017). Az innováció különböző típusai kölcsönhatásban állnak egymással és a gazdasági, valamint a társadalmi viszonyok átalakulásához vezetnek.

Több szerző kísérelte meg számba venni az innovációt ösztönző, segítő elemeket. A menedzsmentet vizsgálva olyan fontos jellemzőket kell figyelembe vennünk az innováció tekintetében, mint a támogató környezet, a szervezet képessége a piaci lehetőségek és fenyegetések felismerésére, vagy az elkötelezettség a technológiafejlesztése mellett, a fogadókészség az innovációra, valamint szakértelem és képességek megléte (Piskóti et al. 2012). Derecskei (2012) szerint egy innovációs ötlet megítélésekor meghatározó az innovátor személyisége.

Az innováció személyiségközpontú megközelítésén alapuló empirikus kutatások képviselői (Rogers 1983, Becker, 1970, Boone, 1970) vizsgálódásaik során magyarázó változóként vezették be a személyiségi jellemzőket az innováció vizsgálata során.

Ha össze szeretnénk foglalni, mi kell az innovációhoz: egy jó ötlet, és hozzá egy innovatív személy, ahogyan Schumpeter (1980) is leírta. A Schumpeter által leírt kreatív innovátorok tulajdonságait Rimler Judit (1998, 1999) empirikusan is tesztelte. Eleve sikeres vállalkozókkal folytatott mélyinterjúk alapján összegzi az őket jellemző személyes vonásokat, az „igazi kreatív vállalkozók, akik olyasmit találnak ki, amire eddig jószerivel még igény sem volt.” (Rimler, 1999, 54. oldal)

A fenti megállapítások szintetizálása alapján megállapíthatjuk, hogy a feltételek megjelenhetnek az egyén szintjén, a szervezeti szinten, illetve lehetnek külső ösztönző feltételek is. Ez összhangban van az európai műszaki bizottság által kidolgozott innováció menedzselésére tett ajánlásban foglaltakkal. Korábbi kutatás során (Deák-Kiss, 2017, Tóth-Kiss, 2017) vizsgáltuk a különböző külső feltételekhez tartozó tényezőket, de jelen tanulmány témájához kapcsolódóan most csak az egyén és a szervezet szintjére térnénk ki. A feldolgozott szakirodalmak alapján dolgoztuk ki saját innovációt befolyásoló tényezőinket, melyeket a kérdőíves megkérdezés során is alkalmaztunk.

3. Anyag és módszer

Az elmúlt években több empirikus kutatást végeztünk az üzleti és társadalmi innováció vizsgálata céljából, amelyek során igyekeztünk az addig megszerzett tapasztalatokat

hasznosítani. Jelen tanulmányban ismertetett eredmények egy, az üzleti és társadalmi innovációs attitűdöt szélesebb körben vizsgáló kutatás részeredményeit dolgozza fel, amelynek célja az összes érintett szemszögéből vizsgálni az innovációs törekvéseket (a továbbiakban mind üzleti és társadalmi innovációkat).

A kutatás célja az érintettek üzleti és társadalmi innovációhoz való viszonyulásának feltérképezése.

Kutatási kérdéseink:

- hogyan érzékelik maguk körül az innovációs tevékenységeket a társadalom tagjai,
- mi lehet a tevékenységek célja,
- mik azok a feltételek, amelyek segítik vagy gátolják az innovációt,
- milyen személyiséggel kell rendelkeznie az innovációt megvalósítóknak?

A vizsgált csoportban 256 fő alkotta a kritériumainknak megfelelő teljes sokaságot. A szakirodalommal (Bulut et al, 2013, Krlev et al, 2014, Balaton-Varga, 2017, Tóthné Kiss–Varga, 2017) egyetértve elfogadjuk, hogy az innovatív gondolkodás úttörői és a potenciális innovátorok az egykori és jelenlegi egyetemi hallgatók változatos szocio-demográfiai, földrajzi és kulturális háttérrel. Ahol nincs lehetőség az üzleti innovációk megvalósítására, a társadalmi innováció új eszköz, modell lehet a sikeres innovációs tevékenység folytatására. A regionális szintű különbségek mérséklése, a területi versenyképesség növelése olyan meghatározó tényezők az egyes hátrányos helyzetű térségek innovációs folyamataiban, amelyek hangsúlyos szerepe vitathatatlan. Különösen hangsúlyos ezen innovációs folyamat a hátrányos helyzetű térségekben (pl. Észak-Magyarország). Ennek megfelelően a kérdőívet a Miskolci Egyetem (mint a régió meghatározó felsőfokú intézményének) egykori és jelenlegi hallgatóinak küldtük ki (hallgatói jogviszonyt vizsgálva az elmúlt 10 évre vonatkozóan). A válaszadók az egyetem különböző karának (műszaki, gazdaságtudományi, állam- és jogtudományi, egészségügyi, bölcsész tudományi, zeneművészeti) képzésein vettek/vesznek részt. Az online felmérés 2018 decemberében és 2019 januárjában történt. A kérdőív két fő részből állt: egyrészt demográfiai adatokat, másrészt üzleti és társadalmi innovációkra vonatkozó ismereteket gyűjtöttünk. A második részben az üzleti és társadalmi innováció fogalmát, sikereit és példáit, valamint ösztönző tényezőit és akadályait próbáltuk azonosítani. Ezen kívül az üzleti és társadalmi innovációt generáló személyiségjegyek azonosítására törekedve 12 jellemző rangsorolását kértük.

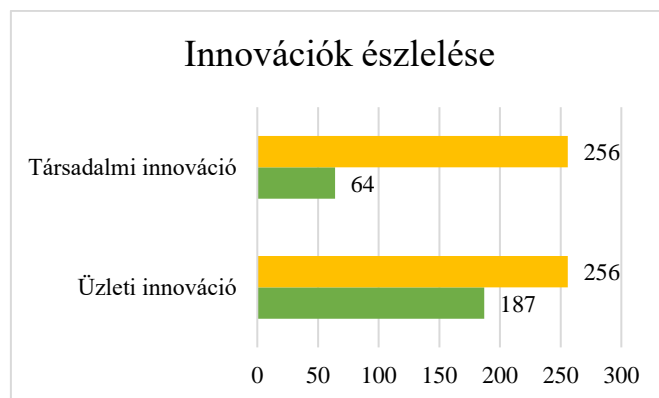
4. Eredmények

Az innovációs felmérések szigorú mintaválasztási és módszertani követelményeinek igyekeztünk megfelelni kutatásunk során. A nem reprezentatív mintához tartozó alapsokaság 54,8 %-a nő, 45,2 %-a férfi, továbbá életkori megoszlás tekintetében a válaszadók 45,5%-a 29 és 38 év közötti. A válaszadók több, mint 60%-ának legmagasabb iskolai végzettsége egyetemi

végzettség és foglalkozási megoszlás tekintetében majdnem minden válaszadó teljes munkaidős foglalkoztatott.

A kutatási kérdéseknek megfelelően az alábbi megállapításokat tehetjük a mintára vonatkozóan a felmérés eredményeiként:

1. ábra. A válaszadók innováció-észlelése



Forrás: Saját szerkesztés a felmérés alapján, 2019

A 256 válaszadó kb. 2/3-a találkozott már üzleti innovációval a lakóhelyén, amit sikeresen azonosított. Látható, hogy a minta alig 1/3-a ismert fel társadalmi innovációs tevékenységet környezetében, ami egyrészt a társadalmi innováció kevésbé ismert fogalmára utalhat, másrészt feltételezi, hogy nem jellemző a térség társadalmi innovációs tevékenysége. Ezt a képet árnyalja, hogy a 64 igennel válaszoló közül 53 fő konkrét lakóhelyi példát is említ, valamint más (akár nemzetközi) gyakorlatra vonatkozó ismeretei is vannak. Véleményünk szerint ez inkább arra utal, hogy a társadalmi innováció folyamatára vonatkozó ismeretek kevésbé elterjedtek a vizsgált mintában. Kutatási kérdésünkhöz igazodva, kíváncsiak voltunk, hogy a válaszadók véleménye szerint van-e eltérés az üzleti és társadalmi innovációk célja között.

1. táblázat. Az üzleti és társadalmi innovációs tevékenység célja, motivációja (db válasz)

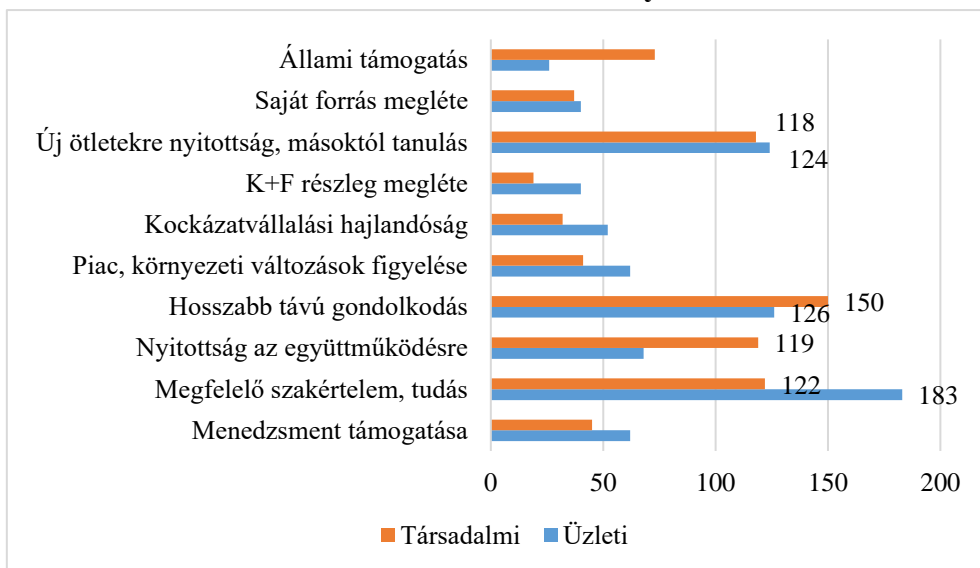
	Üzleti innováció	Társadalmi innováció
Pénzügyi eredmény, haszon realizálása	139	48
Társadalmi jólét	38	175
Minőségjavítás	107	67
Költségcsökkentés	91	48
Folyamatok fejlesztése	70	41
Versenyképesség növelése	129	52
Környezetszennyezés csökkentése	43	82
Új piacok feltárása	52	29
Új termék/szolgáltatás vagy eljárás létrehozása	66	29
Energiafogyasztás csökkentése	32	53

Forrás: Saját szerkesztés a felmérés alapján, 2019

Feltételezésünk beigazolódt, ugyanis a válaszadók a társadalmi innovációkhoz valamilyen társadalmi jóléttel kapcsolatos célt kötnek kimagasló megjelölés alapján (175 db), míg az üzleti innovációk tekintetében ez megoszlik, de itt is egyértelműen beazonosítható három motivációs indok: a pénzügyi eredmény, haszon realizálása (139 db), a versenyképesség növelése (129) és a minőségjavítás (107 db). Megállapítható, hogy – a szakirodalommal egyetértésben (Hazel, C. – Onaga, E., 2003, Mulgan, G. et al, 2007, Pol, E. – Ville, S., 2009, Cajaiba-Santana, G., 2013) – a társadalmi innovációkhoz egyértelműen valami társadalmi jólét növelésére irányuló célt kapcsolnak a válaszadók, míg az üzleti innovációk esetén valamilyen piaci, működésbeli hatékonyságnövelést. A válaszlehetőségek között a legkevesebb megjelölést mindkét esetben a szervezet értékének növelése, a termékválaszték bővítése, az anyagszükséglet csökkentése, a szabályozókhöz történő alkalmazkodás kapta.

A felmérés során megkértük a válaszadókat, hogy jelöljék meg a válaszok közül azt a három legfontosabb tényezőt, ami véleményük szerint a leginkább segíti az üzleti és társadalmi innovációt, valamint egy másik kérdésben ugyanazon tényezők felsorolásával azt a három legfontosabb tényezőt, ami leginkább akadályozza az üzleti és társadalmi innovációk létrejöttét.

2. ábra. Az üzleti és társadalmi innovációt ösztönző tényezők

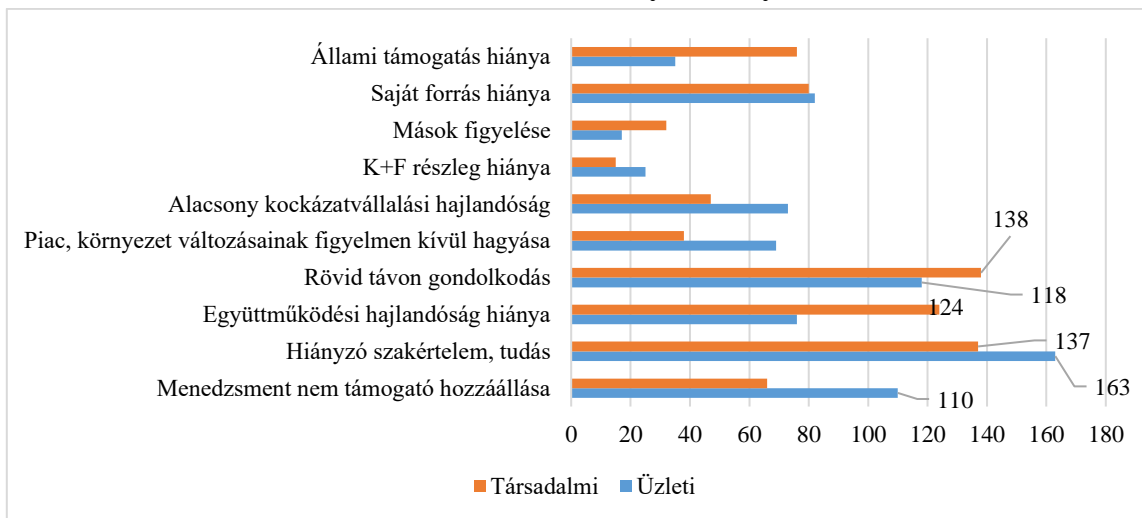


Forrás: Saját szerkesztés a felmérés alapján, 2019

Az üzleti innováció esetében a megkérdezettek véleménye szerint a három legfontosabb ösztönző tényező a megfelelő szakértelem (183 db), a hosszabb távú gondolkodás (126 db), és az új ötletekre nyitottság, másoktól tanulás (124 db). Ugyanezen válaszok kerültek megjelölésre a társadalmi innováció esetében is, kiegészítve azzal, hogy a harmadik helyen közel azonos számú megjelöléssel (119 db) szerepel a nyitottság az együttműködésre is. Az együttműködésre való nyitottság az üzleti innovációk esetén csak 68 válaszadó részéről került megjelölésre, ami alapján elmondhatjuk, hogy az együttműködésben történő innovációs tevékenységet a válaszadók – szakirodalmi áttekintésnek megfelelően (Mumford, D. M. et al, 2002, Phillips, J. et

al,2008, Jégou, F. – Manzini, E., 2008, Moulaert, F. et al, 2013) – inkább a társadalmi innovációkkal azonosítják.

3. ábra. Az üzleti és társadalmi innovációt akadályozó tényezők

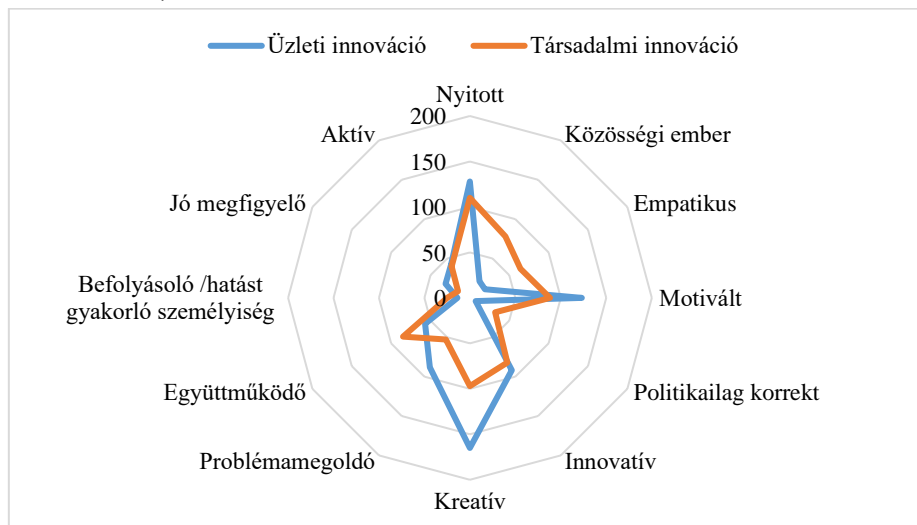


Forrás: Saját szerkesztés a felmérés alapján, 2019

A segítő tényezőktől eltérően az akadályozó tényezők esetében nem pontosan ugyanaz a három tényező lett a leghangsúlyosabb korlátnak megjelölve. Az üzleti innovációk esetében a három leginkább akadályozó tényezőként – sorrend szerint – a hiányzó szakértelem, tudás (163 db), a rövid távon gondolkodás (118 db) és a menedzsment nem támogató hozzáállása (110 db) került megjelölésre a válaszadók részéről. A társadalmi innovációk esetében a rövid távon gondolkodás (138), a hiányzó szakértelem, tudás (137 db) mellett az együttműködési hajlandóság hiánya (124 db) jelenti a leginkább akadályozó tényezőket. A rövid távon gondolkodásnál jegyeznénk meg, hogy sok esetben tapasztaljuk, a társadalmi innovációs tevékenység abbamarad a pályázati támogatottság idejének végével.

A kutatás legérdekesebb kérdése, hogy melyek azok a személyiségjegyek, amelyek megléte meghatározza a potenciális innovátori szerepkört. Strukturált szakirodalmi szűrést követően 12 olyan jellemzőt azonosítottunk, amelyekre az üzleti és társadalmi innovációt generáló személyiségjegyekként tekinthetünk. A kérdőíves felmérésben résztvevőket arra kértük, hogy külön-külön jelöljék meg azt a három személyiséghez kapcsolódó jellemzőt, amely segíti az üzleti és társadalmi innovációs tevékenységet.

4. ábra. Az üzleti és társadalmi innovációs tevékenységet motiváló személyiségjegyek (megjelölt darabszám)



Forrás: Ssaját szerkesztés a felmérés alapján, 2019

Az üzleti és társadalmi innovációk tekintetében a legnagyobb eltérésre a kutatás ezen pontján számítottunk. Hipotézisünk nem igazolódott, mert eltérő sorrendben, de ugyanazon személyiségjegyeket jelölték meg a válaszadók közül a legtöbben. Mind az üzleti, mind a társadalmi innovációk tekintetében a kreativitás, nyitottság és motiváltság mint személyiségjellemzők segítik az innovátori szerep formálását a válaszadók szerint. Az üzleti innovációs tevékenység esetén kicsit lemaradva említik az általában vett innovativitást, ami szintén megfigyelhető a társadalmi innovációk esetében. Üzleti innovációk terén említést érdemel a jó problémamegoldóképesség, viszont kevésbé hangsúlyos az empatikusság, a közösségi gondolkodás, a befolyásolóképesség vagy a politikailag korrektség. A társadalmi innovációkat segíti – a legfontosabb jellemzőket szorosan követve – az együttműködési képesség és a közösségi gondolkodás. Legkevésbé hangsúlyos jegyek a jó megfigyelőképesség, a politikailag korrektség vagy a befolyásolóképesség.

5. Következtetések és további kutatási lehetőségek

A kutatás során az üzleti és társadalmi innovációk közti kapcsolat azonosításra, valamint az érintettekkel kapcsolatos társadalmi attitűdök feltérképezésére törekedtünk. A kutatás szakirodalmi háttérének feltérképezése és megalapozása után kérdőíves felmérést végeztünk, mely során az innovációval kapcsolatos ismeretek mellett meghatároztuk azon tényezőket, amelyek segítik vagy akadályozzák az innovációs folyamatot, valamint azonosítottuk azon személyiségjegyeket, amelyek hangsúlyos tényezők az innovátori szerepben. Megállapítható, hogy az üzleti innováció folyamata ismert, széles körben használt fogalom, a társadalmi innováció fogalma azonban nem egységes, a fogalom meghatározói és használói által tagolt. A közös vonások mint jólét növelése, társadalom bevonása vagy közösségi igények kielégítése mellett az egyes értelmezések eltérőek, alapvető követelmény tehát az átlátható, konzisztens struktúra.

A szakirodalommal egyetértésben a társadalmi innovációkhoz valamilyen társadalmi jólét növelésére irányuló célt kapcsolnak a válaszadók, az üzleti innovációk esetében azonban piaci, működésbeli hatékonyságnövelést vártak. Az innovációs folyamatot leginkább motiváló tényezők – a sorrendtől eltekintve – azonosak az üzleti és társadalmi innovációk tekintetében. Utóbbiak esetében a megfelelő szakértelem, hosszabb távú gondolkodás és az új ötletekre való nyitottság mellett megjelenik az együttműködésre való igény. Megállapítható, hogy az együttműködésben történő innovációs tevékenységet a válaszadók inkább a társadalmi innovációkkal azonosítják. Az akadályozó tényezők tekintetében is hasonlóan alakult a kutatás, az üzleti innovációkat is akadályozó rövid távú gondolkodás és hiányzó szakértelem mellett a társadalmi innovációk fő korlátja az együttműködés hiánya.

A kutatás elején úgy gondoltuk, hogy az üzleti és társadalmi innovációknál hangsúlyos eltérés lesz az innovátori személyiségjegyek megítélésében. Feltételezésünkkel ellentétben, az innovátori szerepet meghatározó személyiségjegyek (kreativitás, nyitottság és motiváltság) azonosak az üzleti és társadalmi innovációk tekintetében. A társadalmi innovációk esetében a kutatás ezen kérdése is igazolta, hogy az együttműködési képesség további innovációkat generál. Fentiek ismeretében kijelenthető, az innovátorok olyan heroikus, energikus, a változást ösztönző egyének kis csoportja, akik a közösség érdekében fejlesztést végeznek, illetve gazdasági innováció elindításával társadalmi kihívásokra is választ adnak.

Az eredmények tükrében úgy gondoljuk, hogy jelen tanulmányt érdemes lenne tovább mélyíteni és akár nemzetközi szintre emelni, hogy megtudhassuk, miként vélekednek más nemzetiségűek a témáról. Van-e kulturális különbség az üzleti és társadalmi innováció társadalmi megítélésében. Valamint olyan további kutatásokra adott motivációt számunkra, mely során szeretnénk kitérni az innováció személyiségközpontú elméleteinek mélyebb vizsgálatára vagy akár a vezető szerepére az innovációban.

Hivatkozott források

Balaton K. – Varga K. (2017): Social innovation and competitiveness – a literature review of the theoretical work in the field, REVIEW of Economic Studies and Research Virgil Madgearu, 10, No. 2, pp. 27-42.

Becker, S. W. – Daft, R. L. (1976): Innovation in Organizations: Innovation Adoption in School Organizations. Administrative Science Quarterly, Vol. 24, No. 1

Boone, L. E. (1970): The search for the consumer innovator. Journal of Business, 44, pp. 135-40.

Bulut, C. et al. (2013): Social Innovation and Psychometric Analysis, Procedia – Social and Behavioral Sciences 82. pp. 122-130.

Deák, Cs. - Kiss A. (2017): Performance and Success of Innovative Projects in Hungary The ISPIM Innovation Forum, Toronto, Canada on 19-22 March 2017.

Derecskei, A. (2012): Kreativitás és Innováció, Innovációs verseny - Esélyek és Korlátok: Aula Kiadó, pp. 267-291, 2012.

Drucker, P. (1985): Innovation and entrepreneurship, Harper & Row, Publishers, New York

EC (2006): Innovation in the national strategic reference frameworks, European Union, http://ec.europa.eu/regional_policy/archive/innovation/2007/innovation_nsrif.pdf

Franz, H.-W. et al. (ed.) (2012): Challenge Social Innovation, Springer-Verlag Berlin, Heidelberg

Gábor, D. (1970): Innovations: Scientific, Technological, and Social, Oxford University Press

Gloria-Palermo, S. (2005): Schumpeter and the old Austrian school: interpretations and influences. In: Richard Arena – Cécile Dangel-Hagnauer: The Contribution of Joseph Schumpeter to Economics, Routledge (Taylor & Francis Group), pp. 21-39.

Introna, L. D. et al. (1999): The Virtual Organisation – Technical or Social Innovation? Lessons from the Film Industry, Working Paper Series, Department of Information System, London School of Economics and Political Science, <http://www.bioteams.com/Virtual%20Enterprises%20and%20the%20Film%20Industry%20Paper.pdf>

Kocziszky Gy. et al. (2017): A társadalmi innováció vizsgálatának tapasztalatai és fejlesztési lehetőségei, Vezetéstudomány (Budapest Management Review), XLVIII. évf., 6-7. szám, pp. 15-19.

Krlev, G. et al. (2014): Measuring What Matters – Indicators of Social Innovativeness on the National Level, Information Systems Management, Volume 31, pp. 200–224.

Madarász A. (2014): Hogyan született a vállalkozó?,(How was the entrepreneur born?) http://real.mtak.hu/15119/1/Madar%C3%A1sz_K%C3%BCIg.2014_7-8.pdf

Murray, R. et al. (2010, 2012): The Open Book of Social Innovation, The Young Foundation, London: NESTA – National Endowment for Science: Technology and the Arts

Piskóti, I et al. (2012): Az innovációt befolyásoló tényezők vállalati és projekt szinten in XXVI. microCAD 2012 International Scientific Conference 240. o.

Rimler, J. (1998): Kreativitás és vállalkozás (Vizsgálódások Schumpeter nyomában). Közgazdasági Szemle 45, 353-369. o.

- Rogers, E. M. (1983, 2003, 5th ed.): Diffusion of Innovations. New York: Free Press
- Schumpeter, J. (1912): The Theory of Economic Development, tenth printing 2004, Transaction Publishers, New Brunswick, New Jersey
- Smeds, R. (1994): Managing Change towards Lean Enterprises, International Journal of Operations & Production Management, Vol. 14, Issue: 3, pp. 66-82
- Tóth, Z.-Kiss, A. (2017): RDI performance in Hungary in the mirror of "European paradox", Közgazdász Doktoranduszok és Kutatók IV. Téli Konferenciája, Budapest, Magyarország : Doktoranduszok Országos Szövetsége, (2018) pp. 639-649. , 11 p.
- Tóthné Kiss A. – Varga K. (2017): Üzleti és társadalmi innovációk beágyazottsága, kapcsolata – előadás, Nemzetközi ICUBERD Konferencia (International conference on university-based entrepreneurship and regional development: Theory, empirics and practical implementation conference), Pécs
- Varga K. (2017): Társadalmi innováció az önkormányzatok működésében, In: (szerk. Lipták K.): Társadalmi innováció és felelősségvállalás Észak-Magyarországon, Miskolc, pp. 7-15.

A társadalmi innovációs folyamat mérési modellje¹

Varga Krisztina²

Összefoglalás

A társadalmi innovációs törekvések fókuszában a közösség igényeinek kielégítése, problémáinak megoldása áll. A társadalmi innováció folyamatának kiinduló lépése a felmerülő igény vizsgálata, amely kielégítése megköveteli az előzetes erőforrás elemzést és a helyzetelemzést. Következő lépésben történik a javasolt megoldás szimulációs vizsgálata, amely esetleírások, jó gyakorlatok vizsgálatát követően prototípusok és/vagy pilotprogramok bevezetését jelenti. A társadalmi innovációs folyamat legbizonytalanabb szakasza ez, amely folyamatosan kihívások elé állítja a törekvések érintettjeit. A gyakorlatban való megfelelést követően adaptálhatóvá válik a társadalmi törekvés, majd megtörténik a kiterjesztés és megjelenik a multiplikatív hatás. A folyamat ezen pontján hangsúlyos tényező a támogatói légkör (források, intézmények, politikai és társadalmi keretfeltételek) és a megfelelő kommunikáció. A folyamat ezen szakaszában akár új igény is megjelenhet, vagy a jól működő kommunikációs csatornák segítségével újabb törekvések kerülnek megoldási javaslatként a közösség elé. A társadalmi kezdeményezés sikeres megvalósítása mint eredmény elvezet a változási (egyben tanulási) folyamathoz. A folyamat során végig szükséges a kockázatok mérlegelése és értékelése, csökkentésükre vagy megszüntetésükre vonatkozó stratégiák kidolgozása. A sikeres megvalósítást követően új igények jelentkeznek, amelyeket a fenti folyamat mentén képes kielégíteni a társadalmilag innovatív közösség. A társadalmi innováció tehát dinamikus folyamat, amely egyfajta visszacsatolási hurkok és állandó kockázatértékelés segítségével társadalmi tanulást eredményez.

A társadalmi innovációs folyamat mérése során az előfeltételek input indikátorként, a megvalósulás feltételei (keretfeltételek) pedig a transzformációs folyamat indikátorként értelmezhetők. A fenntarthatósági feltételeket az outputok, eredmények indikátorai jelentik, a folyamat hosszú távú hatásait a hatásmutatók elemzik.

A tanulmány ismerteti a társadalmi innováció folyamatának egy lehetséges modelljét, és meghatározza a társadalmi innováció vizsgálatának folyamatorientált keretrendszerét. Elemzi a társadalmi innovációs folyamatot, valamint meghatározza azon keretfeltételeket, amelyek a társadalmi innovációs folyamat mérését teszik lehetővé.

¹ "A tanulmányban ismertetett kutató munka az EFOP-3.6.1-16-2016-00011 jelű „Fiatallodó és Megújuló Egyetem – Innovatív Tudásváros – a Miskolci Egyetem intelligens szakosodást szolgáló intézményi fejlesztése” projekt részeként – a Széchenyi 2020 keretében – az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósul meg."

² tanársegéd, Miskolci Egyetem, Vezetéstudományi Intézet; varga.krisztina@uni-miskolc.hu

Kulcsszavak: társadalmi innováció, mérési modell, folyamatorientáltság

Jel kód: O35

1. Bevezetés

A gazdaság és a társadalom számos alapproblémája – mint a népességfogyás, munkanélküliség, migráció vagy a leszakadó térségek – olyan hosszú távú megoldásokat kíván, amelyek szükségessé teszik a társadalom szereplői közötti újszerű együttműködéseket, az állampolgárok közvetlen önkéntes részvételét a döntési folyamatokban, és a társadalmi innovációs törekvések megvalósítását (Veresné-Varga, 2018). A társadalmi innováció fogalmának fókuszában a közösség igényeinek kielégítése áll, hangsúlyozva a helyi, közösségi szinten értelmezhető újító ötletek problémamegoldásban jelentkező társadalmi hasznát. A társadalmi innováció az ún. technikai innovációkkal együttműködve, egymást erősítve képes a helyi, a közösség szintjén megjelenő kihívásokra reagálni, a problémákra megoldást találni, és ezáltal a közösség jóllétét is növelni. Az innovatív területek bővüléséből fakadó innovációk komplementer folyamatokként jellemezhetők. A társadalmi innováció a közösség jól-létét növelő folyamatai során újszerű megoldásokat fogalmaz meg azon kihívásokra, amelyek szoros kapcsolatban állnak a regionális aránytalanságokkal. Az ún. technikai innovációk mellett, a társadalmi problémák megoldása társadalmi eszközökkel, új szervezetek létrejöttével valósítható meg.

2. Irodalmi áttekintés

A társadalmi innováció mint fogalom első említései (Tarde, 1899; Hoggan, 1909) után Ogburn (1957) a társadalomban fellelhető kulturális elemek meghatározott kombinációját vagy adott alapelvek szerinti módosítását értelmezte a társadalom megújítását szolgáló törekvésként. A társadalmi kezdeményezések hangsúlyos szerepét Gábor Dénes is vizsgálta 1970-ben, aki tudományos, műszaki, biológiai és társadalmi innovációkat elemzett, és arra a megállapításra jutott, hogy a technikai innovációk jelentősen elszakadtak a társadalmi újításoktól. Véleménye szerint a műszaki innovációk túlsúlya aránytalanságokat okozott az innovációk folyamatában, mivel a társadalmi jólét növelése érdekében tett erőfeszítések lemaradtak, a perifériára szorultak. Értelmezésében a társadalmi innováció olyan átfogó keretprogram, ami elsősorban nem a technikai innovációk mellett párhuzamosan tevékenykedő kezdeményezés, hanem az innovációk összességét ellenőrző és szabályozó „reform” (Gábor, 1970). A társadalmi innováció elméleti meghatározása során hangsúlyossá válik, hogy újításra az élet minden területén szükség van, az újító kezdeményezések nem korlátozódhatnak csak a műszaki és gazdasági színterekre (Drucker, 1985). A társadalmi kezdeményezések olyan újszerű megoldások, amelyek az emberek problémáira adnak választ (Whyte, 1982).

Az együttműködés, újszerű és kooperatív társadalmi feladatmegoldás (társadalmi és gazdasági innovációk tekintetében) alapvető fontosságát hangsúlyozza Zapf (1989), valamint Bagnasco és Sabel (1995). A társadalmi innováció egy másik megközelítése szerint (Mumford et al.,

2002) a társadalmi újítás új ötletek generálását és megvalósítását jelenti, ami során az emberek társadalmi interakcióikat szervezik egy közös cél elérése érdekében. A társadalmi innovációs elméletek további irányzata (Hazel-Onaga, 2003) a társadalmi problémák megoldását helyezi fókuszba, kiemelve az érintettek együttműködésének fontosságát. A fogalom más megközelítés szerint a társadalmi innováció által létrehozott értéket hangsúlyozza (Mulgan et al., 2007), kiemelve a társadalmi igény kielégítését mint fő célt. A társadalmi problémák újszerűbb, hatékonyabb, hatásosabb és fenntarthatóbb kielégítését mint fő mozgatórugót azonosítják Phills és szerzőtársai (2008) a társadalmi innovációt, amely megközelítés megalapozza a társadalmi innováció elméletté válását is. Az elméletté való formálódás egy másik alapkövét a közösségen belüli együttműködések jelentik, amelyek hangsúlyos szerepét vizsgálja Jégou és Manzini (2008).

A társadalmi innovációs elméletek egy markáns irányzata az életminőség javítását hangsúlyozza a társadalmi problémák megoldásával (Pol-Ville, 2009; Kocziszky et al, 2015). García és szerzőtársai (2015) a társadalmi innovációt széles spektrumú folyamatként azonosítják, amely eredményeképpen:

- társadalmi igények kielégítésére szolgáló erőforrások, szolgáltatások jönnek létre,
- erősödik a bizalom és a marginalizálódott csoportokat támogató tevékenység,
- a társadalmi kapcsolatok átalakulnak, és a transzformáció új kormányzási intézkedéseket hoz létre.

A társadalmi innovációs folyamat főbb megjelenési területei (CRISES, 2012):

- termék és/vagy gyártás alapú társadalmi innovációs folyamat (munkavállalók bevonása és részvételi a szervezeti folyamatok során, munkavállalók és munkahelyi szabályok illesztése),
- fogyasztókkal/felhasználókkal kapcsolatos társadalmi innovációs folyamat (fogyasztók bevonása, új szolgáltatások bevezetése, felelős fogyasztás ösztönzése),
- vállalkozásokon alapuló társadalmi innovációs folyamat (együttműködés, társadalmi felelősségvállalás),
- terület alapú társadalmi innovációs folyamat (új kormányzási formák, közösségi fejlesztés).

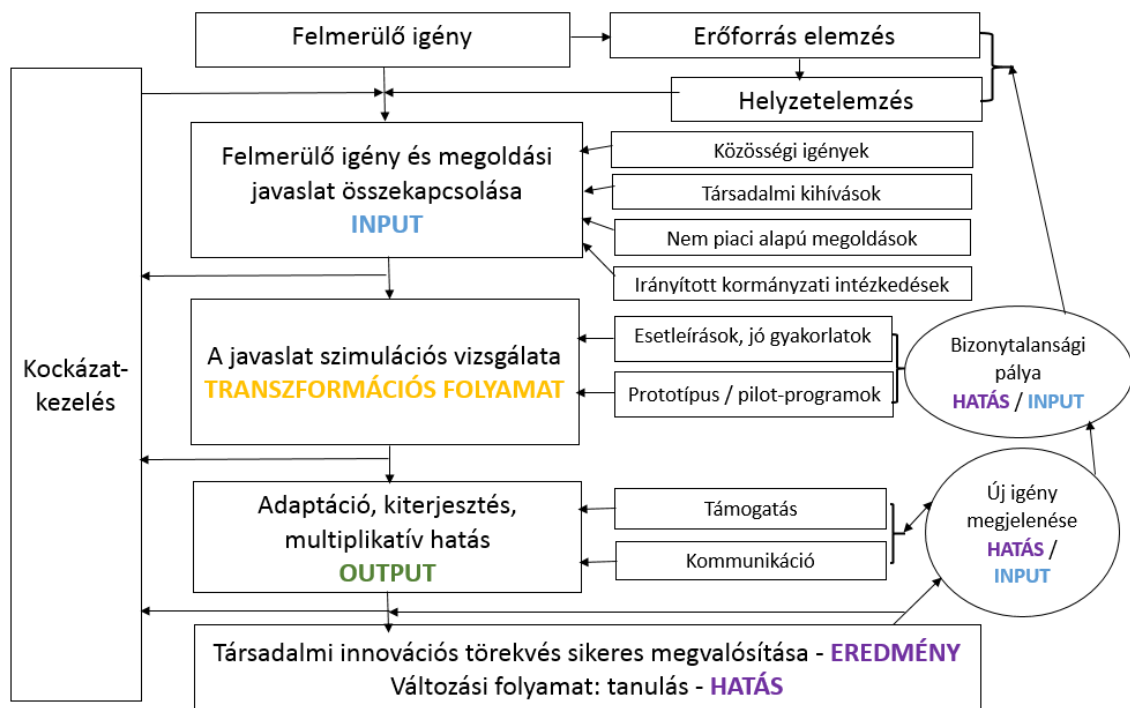
A társadalmi innováció folyamata ötvözi a makroszintű intézkedéseket és az önkéntes részvételen alapuló szervezeti szintű kezdeményezéseket. A törekvések folyamatát, eredményét és hatását mérő modell meghatározása megköveteli a felülről vezérelt (gyakran elméleti) és az alulról szerveződő (civiliek bevonásán alapuló gyakorlati) stratégiák együttes vizsgálatát. A szakirodalmi áttekintés alapján kijelenthető: a mérés során hangsúlyos szerepet kap az innovációs folyamatok rendszerszerűsége. A társadalmi innovációs folyamat mérése során az előfeltételek input indikátorként, a megvalósulás feltételei (keretfeltételek) pedig a transzformációs folyamat indikátorként értelmezhetők. A fenntarthatósági feltételeket az

outputok, eredmények indikátorai jelentik, a folyamat hosszú távú hatásait a hatásmutatók elemzik.

3. Eredmények

A szakirodalmi áttekintés, a vállalati, önkormányzati, civil szervezeti, valamint egyházi vezetőkkel készített interjúk (15 db), valamint nemzetközi és magyarországi jó gyakorlatok elemzése alapján a társadalmi innováció folyamata az alábbi ábra szerint valósul meg:

1. ábra. A dinamikus társadalmi innovációs folyamat



Forrás: Saját szerkesztés Varga (2018) alapján, 2019

A társadalmi innováció dinamikus folyamat. Hangsúlyos tényező a visszacsatolás a társadalmi innováció egyes tevékenységeiben, valamint az időbeli relevancia.

A társadalmi innováció folyamatának kiinduló lépése a felmerülő igény vizsgálata, amely kielégítése megköveteli az előzetes erőforrás elemzést és az ehhez kapcsolódó helyzetelemzést. A közösségi igények, társadalmi kihívások, a nem piaci alapú megoldások és az irányított kormányzati intézkedések, valamint az ezekre adott újszerű válaszok összekapcsolása jelenti a bemeneti tényezőket a társadalmi innovációs folyamatban. A törekvések alapvetően nem piaci alapú megoldások, hanem olyan, a társadalom megújulását is eredményező kezdeményezések, amelyek hosszú távon formálják a közösséget. Szintén input tényezőként jelenik meg ebben a szakaszban a kockázatok kezelése. Következő lépésben történik a javasolt megoldás szimulációs vizsgálata, amely esetleírások, jó gyakorlatok vizsgálatát követően prototípusok és/vagy pilotprogramok bevezetését jelenti. A társadalmi innovációs folyamat

legbizonytalanabb szakasza ez, amely folyamatosan kihívások elé állítja a törekvések érintettjeit. A gyakorlatban való megfelelést követően adaptálhatóvá válik a társadalmi törekvés, majd megtörténik a kiterjesztés és megjelenik a multiplikatív hatás. A folyamat ezen pontján hangsúlyos tényező a támogatói légkör (források, intézmények, politikai és társadalmi keretfeltételek) és a megfelelő kommunikáció. A folyamat ezen szakaszában akár új igény is megjelenhet, vagy a jól működő kommunikációs csatornák segítségével újabb törekvések kerülnek megoldási javaslatként a közösség elé. A társadalmi kezdeményezés sikeres megvalósítása mint eredmény elvezet a változási (egyben tanulási) folyamathoz. A folyamat során végig szükséges a kockázatok mérlegelése és értékelése, csökkentésükre vagy megszüntetésükre vonatkozó stratégiák kidolgozása. A sikeres megvalósítást követően új igények jelentkeznek, amelyeket a fenti folyamat mentén képes kielégíteni a társadalmilag innovatív közösség. A társadalmi innováció tehát dinamikus körfolyamat, amely egyfajta visszacsatolási hurkok és állandó kockázatértékelés segítségével társadalmi tanulást eredményez.

A társadalmi innováció folyamatának mérése olyan komplex feladat, amely egy többszintű mérési modell bevezetését követeli meg. Olyan módszertan kidolgozása szükséges, amely lehetővé teszi a mikro-, mezo- és makroszintű méréseket, és amely indikátorainak segítségével az egyes szinteken mérhető társadalmi innovációs folyamat eredményei összehasonlíthatóvá válnak. A szakirodalmi áttekintés után megállapítható, hogy a társadalmi innovációs folyamat mérési módszertana, a mutatók alkalmazása nem egységesen elfogadott. Kiindulópontként a makroszintű mérések jelentek meg (társadalmi összefüggések vizsgálatával), amelyet folyamatosan követett a mezo- és mikroszintű mérési módszertanok bevezetése. Mikroszinten az egyes vizsgált esetek, társadalmi kezdeményezések esettanulmány szintű elemzése segíti a mérést, mezo szinten pedig a regionális megoldások, társadalmi törekvések vizsgálata vezethet mérési eredményekhez.

A társadalmi innovációs folyamat mérése az input-transzformáció-output-eredmény-hatás folyamat során azonosítható mutatók segítségével válik lehetővé. A rendszerszerű társadalmi innovációs folyamat az innovációt segítő előfeltételekre, a transzformációt ösztönző megvalósulási feltételekre, a rövid és hosszú távú eredményekre, valamint a társadalmi változást jelentő tényezőkre bontható.

A mérés a folyamat ezen szakaszaihoz meghatározott indikátorok segítségével, a köztük lévő kapcsolat azonosításával, számszerűsítésével történik.

Az előfeltételek (Schmitz et al, 2013, Veresné-Varga, 2018) lehetővé teszik azon újítások meghatározását, amelyek a társadalmi innovációs folyamatban kiindulási tényezőként jelennek meg. A sikeres társadalmi innovációs folyamatára jellemző előfeltételek (input tényezők):

- innovátori befektetések,
- társadalmi innovációt segítő üzleti környezet,
- együttműködés és hálózatok, intézmények,

- humán feltételek.

A megvalósulás feltételei (Schmitz et al, 2013, Veresné-Varga, 2018) jelentik azokat tényezőket, amelyek a társadalmi innovációs folyamatban kulcsfontosságú szerepet töltenek be az eredményes társadalmi újítások realizálásban. Rövid távon eredményt ér el az innovációs folyamat, amely hatására megindul a társadalmi formálódás, a közösségi szintű reagálás a társadalmi problémák kezelésében. Az eredményes társadalmi innovációs törekvések megvalósulási feltételei (összességében: keretfeltételek):

- források keretfeltételei,
- intézményi keretfeltételek,
- politikai keretfeltételek,
- társadalmi keretfeltételek.

A fenntarthatósági feltételek (Schmitz et al, 2013, Veresné-Varga, 2018) a társadalom megújítását, átalakítását jelentő megoldásként a társadalmi innovációs folyamat outputjait és hosszú távú eredményességét biztosítják. A társadalmi innováció fenntarthatóságát biztosító feltételek (összességében: eredmények), az alábbi területspecifikus eredmények tekintetében mérhetők:

- oktatás,
- egészségügy,
- foglalkoztatás,
- lakhatás,
- társadalmi tőke és hálózatok,
- politikai részvétel,
- társadalmi környezet,
- kulturális környezet.

A társadalmi innovációs folyamat hosszú távú hatásainak vizsgálata a hatásmutatók elemzésével válik lehetővé. Az általánosságban alkalmazott eljárások, melyekkel a társadalmi innovációk hatásai mérhetők a SROI (Befektetés Társadalmi Beszámolója), a TOC (Változási teóriák), az SCBA (Társadalmi Költség-Haszon Elemzés) módszerek. Mint az angol betűszavakból jól láthatók, ezen módszerek a gazdaságtanban alkalmazott eljárásokból származtathatók.

4. Következtetések, javaslatok

A társadalmi innovációs folyamat mérése során – az innovációs folyamat rendszerszerűségét figyelembe véve – az input indikátorok előfeltételekként jelennek meg, a transzformációs folyamat indikátorai pedig a megvalósulás feltételeiként (keretfeltételekként) értelmezhetők. A fenntarthatósági feltételeket az outputok, eredmények indikátorai jelentik, a folyamat hosszú

távú hatásait a hatásmutatók elemzik. Az indikátorok általi számszerűsítés kiemelkedően jelentős a társadalmi innovációs folyamatok komplex mérési struktúrájában.

A mérés főbb kérdései, a további vizsgálatok fókuszpontjai a szociális szövetkezetek, a közszféra szervezeteinek és a civil szervezetek szerepe (társadalmi innováció elsősorban a magánszektorból ered, de fontos szerepe van a fentieknek). Szintén vizsgálandó azon módszertani kérdés, miszerint a mérés során az egyes mutatók összege vagy súlyozás határozza meg az egyes értékeket. A mérés főbb kihívásai közé tartozik a változók kiválasztásának, a kevés gyakorlati eset szignifikanciájának és az ellenőrizhetőségnek a kérdése is.

Hivatkozott források:

Bagnasco, A. – Sabel, C. F. (szerk.) (1995): *Small and Medium-Size Enterprises*, Pinter, London

CRISES - Centre de Recherche sur les Innovations Sociales (2012), <https://crises.uqam.ca/>

Drucker, P. (1985): *Innovation and entrepreneurship*, Harper & Row, Publishers, New York

Gábor, D. (1970): *Innovations: Scientific, Technological, and Social*, Oxford University Press

García, M. et al. (2015): Social innovation and creativity in cities: A socially inclusive governance approach in two peripheral spaces of Barcelona, *City, Culture and Society*, 6, pp. 93-100.

Hazel, KL. - Onaga, E. (2003): Experimental social innovation and dissemination: the promise and its delivery, *Am J Community Psychol*, 32(3-4), pp. 285-294.

Jégou, F. – Manzini, E. (2008): *Collaborative Services – Social Innovation and Design for Sustainability*, Edizioni POLI.design

Kocziszky, Gy. et al. (2015): Társadalmi innováció mérésének sajátosságai, In: „Mérleg és Kihívások” IX. Nemzetközi Tudományos Konferencia, Konferencia Kiadvány (szerk.: Lipták Katalin), ISBN 978-963-358-098-1

Mulgan, G. et al. (2007): *Social Innovation – what it is, why it matters and how it can be accelerated*, The Young Foundation, ISBN 1-905551-03-7 / 978-1-905551-03-3

Mumford, M. D. et al. (2002): Leading creative people: Orchestrating expertise and relationships, *Research Nebraska, Leadership Quarterly*, 13(6), pp. 705-750.

Ogburn, W. (1957): Cultural Lag as Theory. *Sociology and Social Research*, pp. 167-174.

Phills, J. et al. (2008): Rediscovering Social Innovation, Stanford Social Innovation Review, pp. 34-43.

Pol, E. – Ville, S. (2009): Social innovation: Buzz word or enduring term? The Journal of Socio-Economics 38. pp. 878-885.

Schmitz et al. (2013): Paving the Way to Measurement – A Blueprint for Social Innovation Metrics. A short guide to the research for policy makers. A deliverable of the project: “The theoretical, empirical and policy foundations for building social innovation in Europe” (TEPSIE), European Commission – 7th Framework Programme

Varga K. (2018): Methodological Challenges in Measuring Social Innovation: Literature review, In: Alina, Badulescu (szerk.): Emerging Markets Economics and Business. Contributions of Young Researchers, Oradea University Press, pp. 273-276.

Veresné Somosi M. – Varga K. (2018): How does social innovation contribute to solving social problems?- A processoriented framework for measuring social innovation, European Journal of Social Sciences, Education and Research, Volume 12, pp. 68-83.

Whyte, W. F. (1982): Social Inventions for Solving Human Problems, American Sociological Review, Vol. 47, No. 1, pp. 1-13.

Zapf, W. (1989): Über soziale Innovationen. Soziale Welt, pp. 170-183.