

Szemelvények a BGE kutatásaiból

Szerkesztő:

Dr. habil Szegedi Krisztina

Szakmai lektorok:

Dr. Szóka Károly, Dr. Varga Erika Erzsébet

Borítóterv:

Berek Anita

ISBN: 978-615-6342-49-2

DOI: [10.29180/978-615-6342-49-2](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-49-2)

Jelen kiadványt, illetve annak részeit a kiadó előzetes írásos engedélye nélkül tilos reprodukálni, adatrögzítő rendszerben tárolni, bármilyen formában vagy eszközzel, elektronikus vagy más módon közölni.

Kiadó:

Budapesti Gazdasági Egyetem, 1055 Budapest, Markó utca 29-31.

Felelős kiadó:

Prof. Dr. Heidrich Balázs, rektor

Tartalomjegyzék

A magyarországi gyógyszeripar és autóipar a globális értékláncokban – kutatási eredmények

A Budapesti Gazdasági Egyetem Külkereskedelmi Kar Nemzetközi Gazdaságtan Tanszék és a Jövő Értékláncai Kiválósági Központ kutatási eredményei

Antalóczy Katalin, Gáspár Tamás, Sass Magdolna _____ 06-11.

Helyi termékek és a „jó étel, jó hangulat” trend terjedésének vizsgálata egyetemisták körében

Balázsné Lendvai Marietta, Beke Judit, Kovács Ildikó _____ 12-19.

Kényszerválás

Egy mellőzött globális gyakorlat a gazdaság, a jog, a társadalmi nem és a politika keresztmetszetében

Berta Péter _____ 20-26.

Kelet-Közép Európa árnyékbankrendszerének sajátosságai

Bethlendi András - Mérő Katalin _____ 27-33.

BGE-BOSCH logisztikai szimulációs labor az oktatás és kutatás szolgálatában

Kooperáció egy felsőoktatási intézmény és egy termelő vállalat között

Dr. Budai László _____ 34-38.

Mennyire fenntartható a földgázellátás?

Csiba Péter _____ 39-47.

Globális értékláncok és innovativitás Magyarországon

Csonka László _____ 48-57.

Regionális különbségek alakulása különböző területi szinteken értelmezve Magyarországon

Dobó Róbert, Dr. Pintér Tibor _____ 58-63.

Kreatív város – a jövőorientált zsákutca?

Egedy Tamás _____ 64-74.

Oroszország változó helye a globális térben

(Földrajzi szempontok az orosz-ukrán háborúhoz)

Engelberth István _____ 75-81.

A fogyatékossgal élő emberek spirituális foglalkoztatási modelljének vázlata

Farkas Jácint – Csillag Sára – Fekete-Frojimovics Zsófia _____ 82-89.

Vállalkozói életszakaszok sajátosságai a fogyatékossgal élő vállalkozók esetében

Győri Zsuzsanna, Csillag Sára, Svastics Carmen, Hidegh Anna Laura _____ 90-07.

A felszolgálati díj-kutatás I. rész

Hámori Antal _____ 98-105.

A felszolgálati díj-kutatás II. rész

Hámori Antal _____ 105-118.

Reziliencia gazdasági értelemben vett fogalmának bibliográfiai vizsgálata

Hegedűs Szilárd _____ 119-128.

A luxustermékek és luxusszolgáltatások elméleti áttekintése

Juhász-Dóra Katalin _____ 129-136.

Blokklánc technológiák alkalmazási lehetőségei az ellátási láncokban

Keresztes Éva Réka, Kovács Ildikó, Horváth Annamária, Zimányi Krisztina _____ 137-146.

A szépségverseny játék múltja és lehetséges jövője

Komáromi György _____ 147-150.

A szálak összeérnek...

A globális értékláncok jelentősége és mérésének dilemmái

Koppány Krisztián, Gáspár Tamás _____ 151-156.

A laktanya, az idegenforgalom és a média szerepe a szülői lthevon sajátos dzsentifikációjában

Koudela Pál _____ 157-166.

Helymarketing, mint kutatási téma - szekunder kutatási eredmények a hazai publikációkra vonatkozóan

Majláth Melinda , Reicher Regina Zsuzsánna, Pecze Krisztina,
Kolnhofer-Derecskei Anita _____ 167-172.

Szisztematikus szakirodalmi áttekintés a marketing, valamint a változás- és válságmenedzsment közötti összefüggésekről: A lehetséges kapcsolódási pontok feltérképezése

Máté Zoltán, Oravecz Titanilla, Pólya Éva _____ 173-181.

Családi vállalkozások kutatása a Budapesti Gazdasági Egyetemen

Radácsi László, Csákné Filep Judit, Timár Gigi _____ 182-189.

A fenntartható fejlődés emberi erőforrás pillérének méréséről

Sándorné Kriszt Éva _____ 190-197.

A HR architektúra jelentősége

Szászvári Karina, Csillag Sára, Csizmadia Péter, Bácsi Katalin _____ 198-205.

A családbarát egyetem értelmezése a hallgatók szemszögéből

Szegedi Krisztina, Juhász Tímea, Győri Zsuzsanna _____ 206-211.

Épületek ökológiai lábnyoma: fából vagy betonból építsünk?

Szigeti Cecília, Szennay Áron, Major Zoltán _____ 212-219.

Városi ökológiai lábnyom és a zöldterületek

Szigeti Cecília , Czédli Herta _____ 220-230.

'Talented student', 'future leader' or 'you' – student naming in highly ranked business schools' mission statements

Zsuzsanna Géring, Gábor Király, Réka Plugor, Márton Rakovics, Réka Tamássy _____ 231-238.

The first experiences of the BEE Mentor Programme at the Faculty of International Management and Business of the Budapest Business School, University of Applied Sciences

Gabriella Horváth-Csikós, Tímea Juhász and Ahmad Hajeer _____ 239-245.

Soft skills on sale – how students consider soft skills and corporate expectations

Gabriella Horváth-Csikós, Tímea Juhász and Tamás Gáspár _____ 246-253.

A magyarországi gyógyszeripar és autóipar a globális értékláncokban – kutatási eredmények

A Budapesti Gazdasági Egyetem Külkereskedelmi Kar Nemzetközi Gazdaságtan Tanszék és a Jövő Értékláncai Kiválósági Központ kutatási eredményei

Antalóczy Katalin¹, Gáspár Tamás², Sass Magdolna³

DOI: [10.29180/978-615-6342-49-2_1](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-49-2_1)

Absztrakt

Tanulmányunk a Budapesti Gazdasági Egyetem Külkereskedelmi Kar Nemzetközi Gazdaságtan Tanszékén és a Jövő Értékláncai Kiválósági Központban 2018–2021 között folytatott kutatások eredményeit mutatja be. A kutatás két magyarországi kulcságazat, a gyógyszeripar és az autóipar globális értékláncokba történt beágyazottságának jellemzőit, előre- és hátramutató kapcsolatait, valamint hozzáadott-érték előállításának változásait vizsgálta. Módszertanunk kevert volt: egyfelől inverz input-output táblázatokot elemeztünk, bemutatóva a két ágazat helyi és nemzetközi kapcsolatait, másfelől vállalati interjúkkal néztünk a folyamatok mélyére, kerestünk magyarázatokat a tendenciákra és pontosítottuk a képet. Az eredmények azt mutatják, hogy mindkét ágazatban a hazai gazdaság mélyen beágyazott a nemzetközi értéktermelésbe. Ugyanakkor a kutatás arra is rámutat, hogy az értékláncok jellege, hossza és a beszállítói kör minősége jelentősen eltér, továbbá a tulajdonviszonyok vizsgálata nélkül torz képet kapunk a magyar hozzájárulásról.

Kulcsszavak: globális értékláncok, gyógyszeripar, autóipar, beszállítók

Bevezetés

Kutatásunk célja a gazdasági növekedés, az ipari termelés, az export és import, a hozzáadott-érték termelés és a foglalkoztatás szempontjából két meghatározó hazai feldolgozóipari ágazat értéklánc alapú vizsgálata volt. Mindkét ágazat erősen nemzetköziesedett, így mélyen beépült a globális/regionális értékláncokba⁴. A hagyományos elemzési módszerek ma már nem biztosítanak megbízható háttérrel a mélyfolyamatok vizsgálatára, a sikeres gazdaságstratégia megfogalmazására és sikeres gazdaságpolitika folytatására. Az értékláncok hossza, összetétele, minősége és sajátosságai ugyanis alapvetően határozzák meg a gazdasági szektorok vállalati és makrogazdasági teljesítményét. Sőt, az ágazatok közvetlen és közvetett gazdaságot dinamizáló hatásai is erőteljesen függenek ezektől a kapcsolatoktól. A járműipar és gyógyszeripar kiemelt szerepe és előnyben részesítése – a gazdaságpolitikában, iparpolitikában – az értékláncok korábbiaknál sokkal mélyebb elemzését, az adott ágazatok előre- és hátramutató kapcsolódásainak⁵ feltárását kívánja meg. Az értéklánc megközelítés

¹ Budapesti Gazdasági Egyetem, Külkereskedelmi Kar Nemzetközi Gazdaságtan Tanszék, e-mail: antaloczy.katalin@uni-bge.hu

² Budapesti Gazdasági Egyetem, Külkereskedelmi Kar Nemzetközi Gazdaságtan Tanszék

³ Budapesti Gazdasági Egyetem, Külkereskedelmi Kar Nemzetközi Gazdaságtan Tanszék és KRTK Világgazdasági Intézet

⁴ „A globális értékláncok a vállalati tevékenység valamennyi szakaszát magukban foglalják, belföldön és határon túl, a tervezéstől a végső felhasználásig.” (De Backer-Miroudot 2013, 8.o.) A globális és regionális értékláncok megkülönböztetése – eltérő jellemzők miatt – egyre gyakoribb a szakirodalomban. Ez különösen fontos Európa esetében, ahol a világgazdaság más „GVC-központjaihoz” képest erőteljesebb a regionális értékláncok szerepe (Stöllinger et al., 2018).

⁵ A nemzetközi szakirodalom az upstream-downstream, illetve a backward-forward kifejezéseket használja. A beszállítói iparágakat jellemző upstream (backward) linkeges kifejezést általában hátramutató kapcsolatoknak, a

tehát a termelés folyamatként való megközelítésén alapul, figyelembe veszi a különböző alrendszerek egymáshoz való kapcsolódását. Kutatási kérdéseink mindkét ágazat esetében a nemzetközi kereskedelmi folyamatokra, az előremutató és a hátramutató kapcsolatok vizsgálatára irányultak. Az autóipar esetében ezen belül döntően a hátramutató (beszállítói) kapcsolatokra koncentráltunk.⁶

Szakirodalmi áttekintés

A globális értékláncokról széleskörű szakirodalom áll rendelkezésre, amelynek bemutatása meghaladja e kutatási beszámoló kereteit. Itt tehát csak a témához szorosan kötődő ágazati szakirodalmak rövid áttekintésére vállalkozunk. Kutatásunk egyik lényeges megállapítása volt, hogy a gyógyszeripari értéklánc sajátosságait viszonylag ritkán vizsgálja a nemzetközi szakirodalom. Témánk szempontjából Medina és szerzőtársai (2017) cikke fontos, amely 2005 és 2014 közötti adatok segítségével ágazati szinten, input-output táblák alapján elemezte az Európai Unió értékláncainak különbségeit. Kutatásukban egyetlen olyan ágazatot találtak, amelynek előremutató és hátramutató kapcsolatai is gyengék, a gyógyszeripart. Megállapították, hogy 2005 és 2014 között az ágazat hátramutató kapcsolatai csak nagyon enyhén, előremutató kapcsolatai pedig egyáltalán nem nőttek. Ennek alapján „független” ágazatnak nevezték a gyógyszeripart. Hasonló eredményre jutott Sturgeon-Kawakami (2010) tanulmánya, amely a feldolgozóipari köztes termékek kereskedelmét elemezte tizenegy feldolgozóipari ágazatban. A gyógyszeripar aránya a tizenegy ágazat teljes köztestermék kereskedelmében 0 százalék volt 1998-ban, 0 millió USD értékben, vagyis gyakorlatilag nem volt köztestermék kereskedelem a gyógyszeripari ágazatban. 2006-ra ez az arány 1,7 százalékra nőtt 66,503 millió USD értékben. Érdekes összehasonlítani ezeket az adatokat az elektronika és az autóipar számaival: 2006-ban előbbinél a köztestermékek részesedése 43,3 százalék (1670,940 millió USD), utóbbinál 21,4 százalék (824,392 millió USD) volt. Régiókra, illetve Magyarországra vonatkozóan mindössze egy tanulmányt találtunk. Fölfás-Udvari (2019) a magyar és a lengyel vegyipart elemezték globális értékláncokban való részvételük alapján. Bemutatták, hogy az időben csökkenő tendencia ellenére a magyar gyógyszeripari termelésnek továbbra is magas a hazai hozzáadott-érték tartalma, különösen a többi vegyipari ágazathoz képest.

A járműipari, autóipari értékláncok szakirodalma sokkal bővebb. Az elemzések megállapítják, hogy az autóipar a leginkább fragmentált ágazatok közé tartozik. (de Becker-Miroudot, 2013) Az 1990-es évek óta jelentősen megváltozott az autóipari termelés földrajza, bekapcsolódtak a kevésbé fejlett országok, közöttük a volt szocialista közép-európai országok (Sturgeon, van Biesebroeck, Gereffi, 2008). A bekapcsolódást segítették az alacsony termelési költségek, a földrajzi közelség a fő piacokhoz, valamint az EU-hoz való csatlakozás, amely csökkentette a gazdasági és politikai kockázatokat és megkönnyítette az áruk nemzetközi áramlását (Pavlínek, 2012). A magyar autóipar – külföldi közvetlentőke-befektetéseken keresztül – erős integráltságát az európai, ezen belül a német járműipari értékláncokba számos tanulmány dokumentálta. (Pavlínek et al., 2017, Kordalska – Olczyk, 2019, Klein et al., 2021) Az autóipari termelési hálózat hierarchikus és vertikálisan dezintegrált, ezért erős hátramutató

továbbfeldolgozó iparágakat jellemző downstream (forward) linkages kifejezést előremutató kapcsolatnak fordítják. (Lásd Gáspár-Koppány [2020] 1045.o.)

⁶ A kutatásokban e kutatási összefoglaló szerzőin kívül részt vett Csonka László a JÉKK tudományos főmunkatársa, Koppány Krisztián a Széchenyi István Egyetem egyetemi docense és Kauru Natsuda a Nemzetközi Gazdaságtan Tanszék japán vendégprofesszora. Kutatásunk eredményeit több konferencián, illetve angol és magyar nyelvű szakcikkekben publikáltuk. Ezek képezik kutatási beszámolónk alapját.

kapcsolatok vannak a vezető vállalatok ⁷ és nagyszámú alkatrész-beszállítójuk között. (Humphry and Memedovic, 2003)

Módszertan

Kutatásaink során alkalmazott kutatást végeztünk, kevert módszertant alkalmazva. A kvantitatív részben az ágazatok hazai és nemzetközi kapcsolatait vizsgáltuk az Eurostat, a pekingi UIBE egyetem és a WIOD inverz input-output táblák, valamint az UNCTAD kereskedelmi statisztikái alapján. A kvalitatív részben kérdőív alapú, félig strukturált interjúkat készítettünk. Interjúinkban ugyancsak arra kerestük a választ, hogy a vállalatoknak milyen kapcsolataik vannak a hazai és a külföldi gazdasági szereplőkkel, mennyire beágyazottak a nemzetközi és a hazai gazdaságba. A gyógyszeriparban 10 vállalat szerepelt a mintánkban. Nagyságukat tekintve mindhárom kategória (kis-, közepes és nagyvállalat) képviseltette magát. Tulajdonosi szerkezetük is leképezte a hazai gyógyszeripari vállalatokat, mintánkban szerepeltek külföldi szakmai befektetők tulajdonában, illetve többségi hazai tulajdonban lévő cégek és szórt tulajdonosi szerkezetű vállalat is. A vállalatokon kívül interjút készítettünk az ágazat egyik érdekvédelmi szervezetének szakértőjével is. (Antalóczy-Gáspár-Sass 2021, 666. o.) Az autóiparban három magyar tulajdonú, három külföldi tulajdonú beszállító vállalattal, két külföldi tulajdonban lévő vezető vállalattal, továbbá a HIPA és a JETRO (Japan External Trade Organization) szakértőjével készítettünk interjút. Mindkét ágazat esetében feldolgoztuk a vállalatok mérlegbeszámolóit, a cégek honlapján megjelenő információkat, továbbá újságcikkeket.

A két különböző módszertani megközelítés jól kiegészítette egymást, az interjúk segítettek megérteni, pontosítani, magyarázni a statisztikai adatokból kirajzolódó folyamatokat.

Kutatási eredmények

Nemzetközi input-output elemzésünk alapján a hazai gyógyszeripart magas hozzáadott-érték, jelentős K+F arány, erős külpiaci meghatározottság, koncentrált értéklánc és az utóbbi években jelentős átrendeződés jellemzi. A nemzetközi kapcsolódásokban az exportfüggőség a meghatározó a késztermékek és a félkésztermékek további feldolgozása tekintetében is. A növekvő import a hazai hozzáadott érték arányát szorítja vissza. A globális gyógyszeripari értékláncokba való beágyazottság nemzetközi összehasonlításban is kimagasló, de ez nem jelent hosszú értékláncokat. Az ágazat „függetlensége” a hazai gyógyszeripar esetében is megfigyelhető. A külföldi végtermék szállítás mellett egyre nagyobb szerepe van az előremutató értéklánc-pozíciónak, vagyis a beszállítói státus mértéke növekszik a komplex értéklánckapcsolatokban. (Antalóczy – Gáspár – Sass, 2021)

Az input-output táblák alapján a hazai autóipar globális, komplex értékláncokba való beágyazottsága is rendkívül magas – nemzetközi összehasonlításban is. Az értéktermelési lánc többször átlépi a határokat. A résztvevő országokat tekintve az autóipari értéklánc 2014-ben meglehetősen koncentrált volt, az upstream autóipari hozzáadott-érték 70%-át nyolc olyan ország adta, amelyek vagy szomszédosak voltak Magyarországgal, vagy földrajzilag közel esnek hazánkhoz. Németország pedig dominánssá vált. (2000-ben az értéklánc ennél is koncentráltabb volt, mindössze 3 ország adta az upstream hozzáadott-érték 70%-át.) Ágazatok szerint is koncentrált az értéklánc. 2014-ben 50%-át a hozzáadott értéknek kettő, 60%-át négy ágazat adta. A hazai hozzáadott-érték csökkenő és tartósan alacsonyok a hátramutató kapcsolatok. Bár Magyarország megrekedni látszik a mosolygörbe alacsony hozzáadott értékű szakaszában, van némi növekedés a szolgáltatások hozzáadott-értékében. (Gáspár – Natsuda – Sass, 2020)

⁷ A márkákat birtokló nagy autógyártó cégek, az ún. OEM-ek (Original Equipment Manufacturer)

Az interjúk mindkét ágazat esetében kiegészítették, magyarázták, érthetőbbé tették a statisztikai vizsgálatok eredményeit.

A hazai gyógyszeripar esetében az interjúkból megerősítést nyert az a feltételezésünk, hogy a gyógyszeripar originális és generikus értéklánca különbözik egymástól. Az originális értéklánc komplexebb, több szakaszból áll, hosszabb és elvileg sokkal többször merülhet fel a kiszervezés, az értéklánc szétDarabolása és az egyes szakaszok széttelepítése. Kiterjedt kapcsolatokra van szükség kutatóintézetekkel, egyetemekkel, klinikákkal. A generikus értéklánc rövidebb, kevésbé komplex és kevesebb kapcsolódási pontja van más intézményekhez, vállalatokhoz. A magyarországi gyógyszergyárak alapvetően generikus gyártók, ez az egyik magyarázata a rövid értékláncnak. Az ágazat „függetlensége” és rövidebb értéklánca a gyógyszeripar sajátosságaiból is következik. A biztonság, az erős szabályozottság miatt a tevékenységek kiszervezése sokkal bonyolultabb, hosszadalmasabb, mint más ágazatokban, hiszen minden ilyen lépésnél újra engedélyeztetni kell mindent. Végül a hazai gyógyszeripar értékláncainak jellemzőit erősen befolyásolja a vállalatok privatizációjának módja. A külföldi szakmai befektetők tulajdonába kerülő vállalatok korábban vertikálisan integrált értékláncát beépítették a multinacionális vállalat értékláncába. Ez leegyszerűsítve azt jelentette, hogy jelentős részben „levágták” az értéklánc két végét. Két hazai nagyvállalat esetében is gyakorlatilag megszűnt a K+F. (Antalóczy – Gáspár – Sass 2021)

Az autóiipari interjúk egyik legfontosabb eredménye az volt, hogy kiderült: az input-output adatok elrejtik egyes vállalatok hátramatató kapcsolataiban, beszállítói hálózatában meglévő különbségeket. A Magyar Suzuki 239 elsőkörös (Tier-1) beszállítót alkalmaz Magyarországon, a Mercedesnek 110, az Audinak nagyjából negyven beszállítója van összességében. Jelentős különbség van tehát a japán és a német OEM-ek hazai beszállítói hálózata között. A különbség oka, hogy a Suzukinak teljesítenie kellett az EU helyi hozzáadott érték (local content) előírását ahhoz, hogy szabadon lehessen forgalmazni termékeit az Unióban. Ezért a japán vállalat – különböző módokon és eszközökkel – jelentős erőfeszítéseket tett a magyarországi beszállítói hálózat kiépítésére. A német OEM-eknek nem kellett ezt a feltételt teljesíteniük. A német vezető vállalatok sokkal jobban függenek a külföldi (jellemzően német) beszállítóktól. Az Audinak egyáltalán nincs magyar tulajdonban lévő Tier-1-es beszállítója. Az összességében több száz beszállítójából 40 található Magyarországon és mindössze tíz van ebből magyar tulajdonban. Az interjúkból az is világossá vált, hogy miért nőtt meg a német hozzáadott-érték 2000 és 2014 között. Ez elsősorban a Mercedes magyarországi beruházásával függ össze, amely minimálisan épít helyi beszállítókra és nagymértékben importált inputokra. (Gáspár – Natsuda – Sass 2020)

Összességében a kutatás arra hívja fel a figyelmet, hogy a globális értékláncok vizsgálata ma már nélkülözhetetlen a reális makrogazdasági elemzésekhez és gazdaságpolitikai mérlegelésekhez. A kutatásnak ez az iránya sajátos módszertant kíván: a nemzetközi input-output táblák elemzését, ugyanakkor a számok valós környezetbe helyezését mélyinterjúk segítségével. A kutatás továbbá rámutat, hogy ágazatonként nagyon eltérő értéklánc mintázatok rajzolhatók fel – az értékláncok hossza, hálózati szerkezete, a bedolgozó kapcsolatok minősége, és nem utolsósorban a résztvevők hazai és külföldi tulajdonviszonyai alapján.

Irodalomjegyzék

1. Antalóczy Katalin – Gáspár Tamás – Sass Magdolna (2021): A gyógyszeripari értéklánc sajátosságai Magyarországon. *Közgazdasági Szemle* 68:6 pp 645-673
2. De Becker, K. – Miroudor, S. (2013): *Mapping Global Value Chains*. OECD Trade Policy Papers, No. 159., OECD Publishing

3. Gáspár Tamás – Koppány Krisztián (2020): A globális értékláncok mérése nemzetközi ÁKM-ek alapján. *Statisztikai Szemle*, 98:9 pp 1035-1065
4. Gáspár, T. – Natsuda, K. – Sass, M. (2020): Backward linkages in the Hungarian automotive industry: where are the links concentrated? In: Šaroch, S (szerk.) *ICAI 2020 : Proceedings of the 1st International Conference on Automotive Industry 2020*
5. Mladá Boleslav, Csehország : Škoda Auto University (2020) 289 p. pp. 100-111.
6. Gáspár, T. – Sass M. – Vlcková, J. (2022): Automotive GVC sin Czechia and Hungary – comparative analysis. *International Conference on Automotive Industry, Mlada Boleslav*
7. Folfas, P. – Udvari, B. (2019): Chemical Industry and Value-Added Trade – A Comparative Study on Hungary and Poland. *Acta Oeconomica*, 69 (1): 81-99.
8. Humphrey, J. – Memedovic, O. (2003): The global automotive industry value chain: What prospects for upgrading by developing countries. *UNIDO Sectorial Studies Series Working Paper*, Vienna. https://www.unido.org/sites/default/files/2009-12/Global_automotive_industry_value_chain_0.pdf
9. Klein, C. – Hoj, J. – Machlica, G. (2021) The impacts of the COVID-19 crisis on the automotive sector in Central and Eastern European Countries. *OECD Economics Department Working Papers No. 1658*. <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/a7d40030-en.pdf?expires=1633532984&id=id&accname=guest&checksum=027FC331910CC5E81182D240221C1D07>
10. Kordalska, A. – Olczyk, M. (2019): Is Germany a hub of Factory Europe for CEE countries? The sink approach in GVC decomposition. *GUT Faculty of Management and Economics. Working Paper Series A (Economics, Management, Statistics) No 4/2019 (56)*. July 2019
11. Medina, A. – Thompson D. – Spinoglio, M – Magalhaes, H. – Esteves, S. – Pinho, F. – Rocha, F. – Bilsen, V. – Debergh, P. – Greeven, S. – Kretz, D. – Stehrer, R. – Hanz-Weiss, D. – Siedelschlag, I. – Di Ubaldo, M. – Studnicka, Z. – Szalavetz, A. – Sass, M. (2017): Study on Investment Needs and Obstacles Along Industrial Value Chains. Brussels, European Commission., <https://op.europa.eu/hu/publication-detail/-/publication/959cbc1d-ce72-11e7-a5d5-01aa75ed71a1>
12. Pavlínek, P. (2012): The internalization of corporate R&D and the automotive industry R&D of Eatt-Central Europe. *Economic Geography*, 88(3), 279-310
13. Pavlínek P. – Aláez-Aller R. – Gil-Canaleta C. – M. Ullibarri-Arce (2017): Foreign Direct Investment and the development of the automotive industry in Eastern and Southern Europe, Brussels, ETUI Working Paper 2017.03. <https://www.etui.org/Publications2/Working-Papers/Foreign-Direct-Investment-and-the-development-of-the-automotive-industry-in-Eastern-and-Southern-Europe> DOI: 10.2139/ssrn.3015163

14. Stöllinger, R. - Hanzl-Weiss, D. –Leitner, S. – Stehrer, R. (2018) Global and Regional Value Chains: How Important, How Different? WIIW Research Report 427. WIIW, Vienna, April.
15. Sturgeon, T – van Biesebroeck, J – Gereffi, G. (2008): Value chains, networks and clusters: reframing the global automotive industry. *Journal of economic geograpy*, 8(3), 297-321
16. Sturgeon, T. – Kawakami, M. (2010): Global Value Chains in Electronic Industry. Was the Crisis a Window of Opportunity for Developing Countries? Policy Research Working Paper, No. 5417. World Bank, Washington D.C

Helyi termékek és a „jó étel, jó hangulat” trend terjedésének vizsgálata egyetemisták körében

Balázsne Lendvai Marietta¹, Beke Judit², Kovács Ildikó³

DOI: [10.29180/978-615-6342-49-2_2](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-49-2_2)

Absztrakt

A fiatal generációk számára egyre fontosabbá válik a fenntartható életminőség, ezen belül az egészséges táplálkozás. A zöld, tudatos vevői magatartás egyre inkább tetten érhető a fiatalok élelmiszerfogyasztásában, valamint a helyi termékek vásárlásában is. Több tényező is azonosítható a mögöttes mozgatóerők között. Jelen tanulmányunk fókuszába a budapesti egyetemista célcsoportot, és a napjainkban egyre inkább terjedő „good food, good mood” (jó étel, jó hangulat) trendhez való viszonyulásukat állítottuk. Jelen kutatásunkban a „good mood” trend oldaláról az egyetemisták esetében legfontosabbként a hedonisztikus élmények, az öröm, az új ételek felfedezése iránti vágy, továbbá az új ízek iránti kíváncsiság jelenik meg. A „good food” oldalról az rajzolódik ki, hogy az egyetemisták számára az egészségesség és beltartalmi jellemzők kevésbé erős motivációs értéket mutatnak a hedonisztikus értékekhez viszonyítva.

Kulcsszavak: fenntartható fogyasztás, lokális termékek, fogyasztói motiváció, „good food, good mood” trend

Bevezetés

Jelen tanulmány szerzői 2020-ban alakították meg kutatócsoportjukat a Budapesti Gazdasági Egyetem Külkereskedelmi Karán, bevonva a Pénzügyi és Számviteli Kar egyik oktatóját is. Kutatómunkájuk középpontjába a fenntartható élelmiszerfogyasztás és a helyi termékekkel kapcsolatos attitűdelemzések kerültek. A kutatócsoport célja a fenntartható (élelmiszer) fogyasztási modellek vizsgálatai mellett olyan hiánykutatások folytatása, amelyek különösen a fiatal, Y és Z generációkra fókuszálva vizsgálják a fenntartható fogyasztási mintázatokat, sajátosságokat és motivációkat.

A helyben előállított élelmiszerek fogyasztása egyre népszerűbbé és divatosabbá válik, illetve az elmúlt időszak súlyos energiaválsága és a fokozódó alapanyaghiány miatt kényszerűségből is egyre inkább feléjük fordul a figyelem. A fogyasztók egyre tudatosabbá válnak, és a fiatal generáció számára szintén egyre fontosabbá válik a fenntarthatóság. Reda és Kapoor (2021) szerint a fiatal (Y és Z) generáció tagjainak 53%-a állítja, hogy a fenntarthatóság fontos a vásárlási döntések meghozatalakor, illetve 68%-uk tájékoztatást szeretne kapni arról, hogy hol és hogyan állították elő a megvásárolandó élelmiszer termékeket, tanulmányozzák a csomagoláson feltüntetett információkat és az eredetmegjelölést, mielőtt megalapozott döntést hoznának, és megvásárolnák az adott terméket. Erős társadalmi felelősségtudattal rendelkeznek, és 59%-uk szinte érdeklődést mutat a fenntartható fejlődés változásainak irányítása iránt (Choi & Feinberg, 2021).

Tanulmányunkban egyetemista hallgatók fenntartható élelmiszerfogyasztási attitűdjeire és motivációira koncentráltunk, hiszen diplomájuk megszerzését követően olyan vezetőkké válhatnak, akiknek kiemelt szerepe lehet a fenntartható jövő formálásában.

¹ Budapesti Gazdasági Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Kar, Menedzsment Tanszék, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7772-1813>

² Budapesti Gazdasági Egyetem, Külkereskedelmi Kar, Nemzetközi Gazdaságtan Intézeti Tanszék, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1368-4400>

³ Budapesti Gazdasági Egyetem, Külkereskedelmi Kar, Marketing Tanszék, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7440-1630>, e-mail: kovacs.ildiko@uni-bge.hu

A tanulmány első részében kitérünk a fenntartható élelmiszerfogyasztással kapcsolatos nemzetközi és hazai kutatások eredményeire, továbbá érintjük a fogyasztói motivációkat is. Bemutatjuk kutatásunk módszertani ismérveit, majd a célcsoportot jelentő hazai, alapképzéses egyetemisták helyi termékekhez, ezen belül is kiemelten a “good food, good mood” (jó étel, jó hangulat) (Rützler, 2022) trendhez való viszonyulását.

Irodalmi háttér

A fenntartható élelmiszerfogyasztás

Világszerte egyre nő az egészséges, felelősen és környezetbarát módon előállított vagy megtermelt termékek iránti igény (lásd többek között Vecchio & Annunziata, 2013; Kovács, et al., 2021), továbbá a 2021. áprilisi Eurobarométer-felmérés szerint az európaiak közel egyharmada vásárol bioélelmiszert, 31%-uk fogyaszt kevesebb húst és 16%-uk veszi figyelembe élelmiszervásárlása karbonlábnyomát (Európai Parlament, 2020). Folyamatosan nő a rövid, az alternatív élelmiszerellátási láncok és a közvetlenül értékesített termékek iránti piaci kereslet (Kneafsey et al., 2013). Napjaink kihívásokkal teli társadalmi és gazdasági környezetében még inkább fokozódó érdeklődés figyelhető meg a rövid ellátási lánc (REL) és a helyben előállított élelmiszertermékek iránt. A REL lényege abban rejlik, hogy a fogyasztó közvetlenül a termelőtől vagy rövid értékesítési láncban, kevés köztes szereplő bevonásával jut hozzá a termékekhez. A REL alapvetően a bizalomra épül, helyi együttműködésen és önszerveződésen alapul (Beke, 2021; Kovács et al., 2022; Balázné Lendvai et al., 2022).

A fogyasztók is egyre inkább egészségtudatosak, a friss, egészséges, adalékanyag-mentes, megbízható helyről származó, helyben előállított élelmiszereket részesítik előnyben (Kovács et al., 2022; Beke et al., kézirat). A helyi vagy helyben megtermelt/előállított élelmiszer és kézműves termék fogalma nem pontosan meghatározott, és sok esetben a fogyasztók megítélése alapján minősül egy termék helyinek (Selfa & Quazi, 2005). A 'helyi' azt jelenti, hogy a termelő és a fogyasztó földrajzilag egymáshoz közel, kb. 50 km sugarú körön belül, található, továbbá a termék 'helyi' recept alapján készült vagy a térségre jellemző eljárással, többnyire kisvállalkozások által készített (Selfa & Quazi, 2005; Smith & MacKinnon, 2009; Blake et al., 2010). A helyben megtermelt termékeket általában frissebbnek, ízletesebbnek, környezetbarátnak, egészségesebbnek és egyedinek is tartják, sok esetben érzelmileg is kötődhetnek hozzájuk, pl. régi, kedves emlékeket idéznek, nosztalgiával vagy éppen büszkeséggel töltheti el őket (Thøgersen et al., 2002; Verplanken & Holland, 2002; Griskevicius et al., 2010; Szente, et al., 2014; Sharma & Jha, 2017; Lago et al., 2020; Li & Kallas, 2021; Kovács et al., 2021; Banerjee & Quinn, 2022).

Fogyasztói motivációk

A fiatal fogyasztók lokális termékek vásárlásával kapcsolatos motivációit több korábbi nemzetközi kutatás vizsgálta (Kovács et al., 2022; Kovács et al., 2021; Beke et al., kézirat). A megjelenő motivációk két csoportra bonthatók: egyrészt társadalmi, környezeti, helyi termelő támogatásához (Knight, 2013), másrészt a belső, termékhez köthető motivációkra, mint ár, márka, csomagolás, termék címkék, promóciók (Megicks et al., 2012). Számos tanulmány, különösen a fiatalabb generációkra vonatkozó tanulmányok, olyan érzelmi tényezőket emelnek ki, mint a helyi termékek vásárlása iránti nosztalgia, a szórakozás, a régi idők emlékei, az újdonság és az élmény utáni vágy (ezekről részletesebben ld. Kovács et al., 2021). A Magyarországon végzett felmérések eredményei szerint a helyi termékekhez kapcsolódó főbb kritériumok a természetesség, egészség, bizalom, eredetismeret, helyi termelők és eladók támogatása, az élelmiszerek szállítása során megtett rövidebb távolság, és a termékek környezetbarát jellege (ezekről részletesebben ld. Kovács et al., 2021).

A helyi termékek vásárlását mozgó trendek közül egyre meghatározóbbá válik a „good food, good mood” (jó étel, jó hangulat) dimenzió (Rützler, 2022), így jelen tanulmányban az

ezekhez illeszthető, s korábbi szakirodalmi kutatásaink során már azonosított alábbi tényezőket vizsgáltuk. Mindezekről részletesen beszámoltunk korábbi tanulmányainkban (Balázsné Lendvai et al., 2021; Kovács et al., 2022):

- a termékhez kapcsolható beltartalmi jellemzők: magas minőség, frissesség, kiváló íz, frissesség,
- fogyasztói tudatosság, „ökosikk” (környezet-és egészségtudatosság),
- hedonista értékek (élmények, szórakozás),
- egzotikumok – kíváncsiság – felfedezés iránti vágy.

Kutatásunk pilot szakaszában arra kerestük a választ, hogy az egyetemi hallgatók miképpen viszonyulnak a helyi termékekhez, milyenek a viselkedési beállítódásaik, és mennyire mozgatja őket a „good food, good mood” (jó étel, jó hangulat) trend.

Módszerek

Kutatásunk egy későbbi nagymintás kvantitatív felmérés előfutára. Az adatfelvétel számítógéppel támogatott személyes megkérdezés (Computer Assisted Personal Interview, CAPI) segítségével valósult meg, összesen 297 értékelhető válasz érkezett be. A megkérdezés 2022. novemberében zajlott, a mintavétel előzetes szűrése alapján, a válaszadók budapesti egyetemeken hallgatói közül kerültek ki. A kitöltők önkéntes alapon vettek részt a kutatásban. A nemek szerinti megoszlást tekintve a nők kerültek többségbe (70,4%), az életkor alapján pedig a 18-23 éves korcsoportból került ki a kitöltők 93,6%-a, hiszen ők jelentették a fő célcsoportot. Lakóhely településtípusa alapján a válaszadók 57,6%-a Budapesten, 31,4%-a városban és 11,1%-a községekben vagy kisebb településen él. Az iskolai végzettségük alapján a többség (86,5%) érettségivel, 9,1% technikai vagy felsőoktatási szakképzéssel, míg 4,4% főiskolai/egyetemi diplomával rendelkezik.

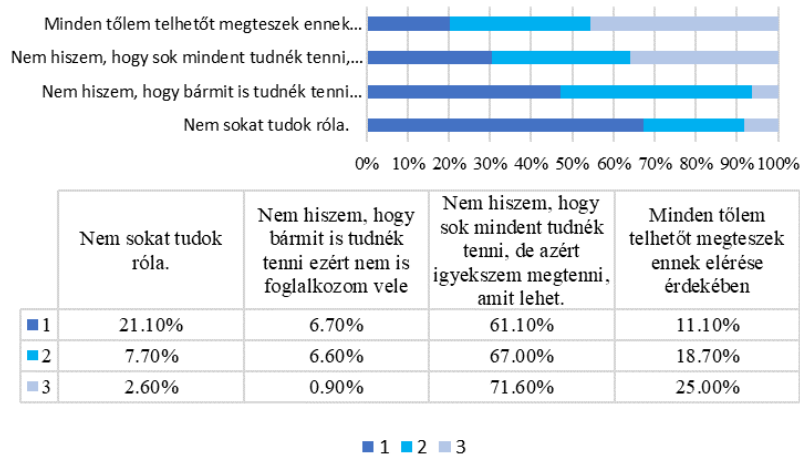
A kérdőív demográfiai adatokra, fenntarthatósághoz való viszonyulásukra, a lokális termékek fogyasztására és vásárlási motivációira kérdezett rá. Az adatok elemzését SPSS Statistics (Statistical Package for Social Sciences) 28 programmal, leíró statisztikai módszerekkel végeztük, leíró statisztikai mutatókat és keresztábra-elemzést alkalmaztunk. A kérdőív részben korábbi kutatásainkban is használt kérdésekből (Kovács, 2020; Kovács et al., 2022), részben pedig a jelen kutatási célhoz igazított skálákból áll.

Eredmények

Fenntarthatósághoz köthető tanulmányok alapján az alábbi 3 jól elkülöníthető csoport véleményét vizsgáltuk: a fenntarthatóságról kevesebbet (30,3%), közepes mértékben (30,6%) és többet (39,1%) tanulók.

A megkérdezett egyetemisták többsége (67,0%) úgy véli, hogy nem túl sok mindent tud tenni a fenntartható fejlődéssel kapcsolatban, de azért igyekeznek a tőlük telhető módon megtenni, amit tudnak, 18,9% viszont megtesz minden tőle telhető, közel 10,0% nem sok információval rendelkezik a fenntartható fejlődésről, 4,4% pedig nem hisz abban, hogy bármit is tudna tenni. A fenntarthatósági tanulmányok alapján elkülönített három csoportot is megvizsgáltuk a fenntarthatósághoz való viszonyulásuk alapján (lásd 1. ábra). Azoknál a válaszadónál, akik saját bevallásuk alapján sokat tanultak a fenntarthatóságról, jelentősen magasabb arányban jelenik meg a megtesz minden tőle telhető válasz, a válaszolók 25,0%-uknál (Persons's R 0,296; $p < 0,001$). Nem hiszem, hogy sok mindent tudnék tenni, de azért igyekszem megtenni, amit lehet a legdominánsabb válasz, amit 71,6%-uk jelölt.

1. ábra: A fenntartható fejlődéssel kapcsolatos vélemény



Forrás: saját kutatás, 2022, N=297

Az 1.szegmens tanulmányai során keveset, a 2. szegmens tanulmányai során többet, a 3. szegmens tanulmányai során többször, folyamatosan tanult a fenntarthatóságról.

Jól látható, hogy a fenntarthatóságról kevesebbet, illetve közepes mértékben tanulók többsége hisz a legkevésbé abban, hogy valamit tudna tenni a fejlődés érdekében. A több ismerettel rendelkezők több mint fele jelölte meg, hogy minden tőle telhetőt megtesz. Az alábbi ábra jól szemlélteti azt is, hogy a tudás növekedésével emelkedik azok száma, akik minden tőlük telhetőt megtesznek, valamint csökken azok száma, akik úgy érzik, hogy nem igazán tudnak mit tenni a fenntarthatósági célok elérése érdekében.

A kutatás résztvevői 5 elemű skálán 3,29 átlagúra értékelték a környezettudatosságukat, egészségtudatosságukat pedig 3,41-re. A környezeti problémák és fenntarthatósági kihívások miatti aggodalmuk 3,82 átlagot mutat.

A helyi, hagyományos termékek (helyi specialitások pl. helyi szörpök, sörök) vásárlásának főbb motivációira is kíváncsiak voltunk a „good food, good mood” (jó étel, jó hangulat) trend mentén.

1. táblázat. A „good food, good mood” trend elemeinek értékelései

Vizsgált dimenziók a „good food, good mood” trend mentén	Primer kutatásunk eredményei átlagértékek
Termék beltartalmi jellemzőihez köthető vásárlási szándék átlagértékei (5 elemű Likert-skála alapján)	<ul style="list-style-type: none"> frissesség 4,65 egészségesség (pl. vitamin és ásványianyagtartalom, zsírtartalom, cukortartalom) 4,01 a termékek belső tulajdonságai (tápanyag, vitamin és energiatartalom) 4,08
Fogyasztói tudatosság, „ökosikk” (5 elemű Likert-skála alapján)	<ul style="list-style-type: none"> környezettudatosság 3,29 egészségtudatosság 3,41
Hedonista motivációk (öröm, élmények szórakozás) (4 elemű Likert-skála alapján)	<ul style="list-style-type: none"> kipróbálás öröme 2,97 felfedezés élménye 3,04 jó érzés a helyi termelő támogatása 2,95
Helyi egzotikumok, kíváncsiság, kulináris felfedezések iránti motivációk (4 elemű Likert-skála alapján)	<ul style="list-style-type: none"> kíváncsiság és vágy az új ízek megismerésére 3,21

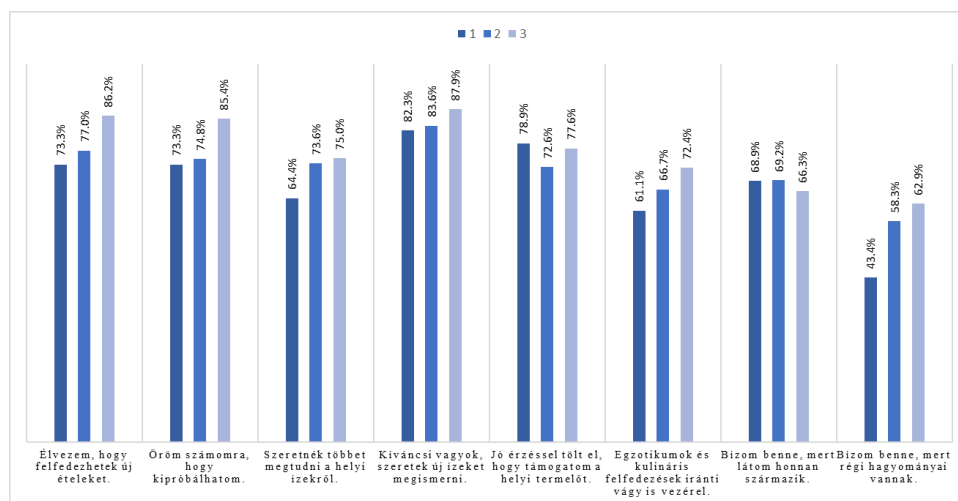
alapján)	<ul style="list-style-type: none"> • többet megtudni a helyi ízekről 2,90 • egzotikumok és kulináris felfedezések iránti vágy 2,81
----------	--

Forrás: saját kutatás, 2022, N=297, 5 elemű Likert skála 1= egyáltalán nem jellemző 5 teljes mértékben jellemző; 4 elemű Likert skála (1= egyáltalán nem 4=nagyon)

Bizalmi oldalról a helyi termékek régi hagyományai (2,53) és azok minősége (2,96) emelhető ki. A fenntarthatósági tanulmányok alapján szegmentált 3 csoport esetében is megvizsgáltuk az élmény és bizalmi dimenziókat, a különbségeket a 2. ábra szemlélteti.

A 3. csoport, akik a legtöbbet tanultak már a fenntarthatóságról a hedonista értékekhez és a helyi egzotikumokhoz sorolt tényezőket egy kivételével (jó érzés a helyi termelő támogatása) a leginkább fontosnak tartják. A helyi termékek származásában azok bíznak meg inkább, akik a fenntarthatóságról kevesebbet (1. csoport) vagy közepes mértékben (2. csoport) tanultak. Ezen termékek régi hagyományokra épülő értékében viszont a 3. csoport tagjai bíznak meg leginkább a TOP értékek alapján (62,9%).

2. ábra: A lokális termékek vásárlásának főbb hajtóerői



Forrás: saját kutatás, 2022, N=297, 4 elemű Likert skála TOP 2 értékei

Összefoglalás

A fiatal generáció számára egyre fontosabbá válik a fenntartható életminőség, s ezen belül az egészséges táplálkozás. Jelen pilot kvantitatív felmérés keretében vizsgáltuk meg a helyi élelmiszerek vásárlását meghatározó „good food, good mood” (jó étel, jó hangulat) trend mozgató erejét. Megállapítható, hogy jelen kutatásunkban a „good mood” (jó hangulat) trend oldaláról hasonló eredmények rajzolódtak ki a fiatalokat vizsgáló, korábbi kutatásunkban is (Kovács et al., 2022), miszerint az egyetemisták esetében legfontosabbként a hedonisztikus élmények, az öröm, az új ételek felfedezése iránti vágy, továbbá az új ízek iránti kíváncsiság jelenik meg. Ezzel szemben viszont eltérés mutatkozik a „good food” oldalról, hiszen a fiatal generációt célzó kutatásunkban az egészségesség és beltartalmi jellemzők kevésbé erős motivációs értéket, míg az egyetemisták az ide sorolt tényezők közül a frissességet, egészségességet (pl. vitamin és ásványianyagtartalom, zsírtartalom, cukortartalom), a termékek belső tulajdonságait (tápanyag, vitamin és energiatartalom) fontosnak minősítették.

A kapott eredmények jó alapot és ötleteket adhatnak egyrészt a kutatás mélyítéséhez, a mögöttes tényezők alaposabb feltárásához, a célcsoport nemzetközi színterű kiterjesztéséhez, másrészt irányítúként szolgálhatnak a helyi termelők számára a fiatal generáció hatékonyabb megszólításához.

Irodalomjegyzék:

1. Balázsne Lendvai M., Kovács I. & Lisányi E. (2021). A Z generáció helyi élelmiszer termékekkel kapcsolatos észlelései. In: LXIII. Georgikon Napok előadások kivonatai és szekcióik programja: Agrár-környezetgazdaságunk a járványok és a környezeti kihívások árnyékában. Konferencia helye, ideje: Keszthely, Magyarország 2021.10.07. - 2021.10.08.: p. 48.
2. Banerjee, R. & Quinn, B. (2022). Exploring consumer constructions of local food: meanings and influences. *European Journal of Marketing*, 56(5), 1269-1300. <https://doi.org/10.1108/EJM-02-2020-0093>
3. Beke J. (2021). Exploring the Potentials of Short Food Supply Chains with Special Regards to Locavore Shelves. *Balkan and Near Eastern Journal of Social Sciences*, 6(4) 22-26.
4. Blake, K.M., Jody, M. & Crane, L. (2010). Buying local food: place and consumption networks in defining food as 'local, *Annals of the Association of American Geographers*, 100(2), 409-426. <https://doi.org/10.1080/00045601003595545>
5. Choi, S. & Feinberg, R. (2021). The LOHAS (Lifestyle of Health and Sustainability) Scale Development and Validation. *Sustainability*, 13: 1598. <https://doi.org/10.3390/su13041598>
6. Európai Parlament (2020). Mit tesz az EU a fenntartható élelmiszerellátás érdekében? | Hírek | Európai Parlament. (Letöltés dátuma: 2022. november 9.) <https://www.europarl.europa.eu/news/hu/headlines/society/20200519STO79425/mit-tesz-az-eu-a-fenntarthato-elelmiszerellatas-erdekeben>
7. Gazdecki, M., Goryńska-Goldmann, E., Kiss, M. & Szakály, Z. (2021). Segmentation of Food Consumers Based on Their Sustainable Attitude. *Energies*, 14(11), 3179. <https://doi.org/10.3390/en14113179>
8. Griskevicius, V., Shiota, M. N. & Nowlis, S. M. (2010). The Many Shades of Rose-Colored Glasses: An Evolutionary Approach to the Influence of Different Positive Emotions. *Journal of Consumer Research*, 37(2), 238-250. <https://doi.org/10.1086/651442>
9. Kneafsey, M., Venn, L., Schmutz, U., Balasz., B., Trenchard, L., Eyden-Wood, T., Bos, E., Sutton, G., „Blackett, M. (2013). Short food supply chains and local food systems in the EU: a state of play of their socio-economic characteristics. (F. Santini & S. Gomez y Paloma,Eds.). Luxembourg: Publications Office.
10. Knight, A. J. (2013) Evaluating local food programs: the case of Select Nova Scotia. *Evaluation and Program Planning*, 36(1), 29-39. <https://doi.org/10.1016/j.evalprogplan.2012.05.003>

11. Kovács, I. (2020). Sustainable food consumption intentions related to food safety among young adults. *Analecta Technica Szegedinensia*, 14(2), 26-34. <https://doi.org/10.14232/analecta.2020.2.26-34>
12. Kovács, I., Balázsne Lendvai, M. & Beke, J. (2022). The Importance of Food Attributes and Motivational Factors for Purchasing Local Food Products: Segmentation of Young Local Food Consumers in Hungary. *Sustainability*, 14(6), 3224. <http://dx.doi.org/10.3390/su14063224>
13. Kovács I., Beke J. & Balázsne Lendvai M. (2021). Consumer Motivational Factors towards Buying Locavore Food from the Young Consumers' Perspective. In: Ivanova, Mariana; Nikoloski, Dimitar; Yilmaz, Rasim (szerk.) *Proceedings: XV. International Balkan and Near Eastern Social Sciences Congress. Series on Economics, Business and Management*. 2021.05.29-30., Plovdiv, Bulgária: University of Agribusiness and Rural Development, University "St. Kliment Ohridski" Faculty of Economics, 1,540 p. pp. 382-388., 7 p.
14. Lago, N. C., Marcon, A., Ribeiro, J. L. D., de Medeiros, J. F., Brião, V. B. & Antoni, V. L. (2020). Determinant attributes and the compensatory judgement rules applied by young consumers to purchase environmentally sustainable food products. *Sustainable Production and Consumption*, 23, 256-273. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2020.06.003>
15. Li, S. & Kallas, Z. (2021). Meta-analysis of consumers' willingness to pay for sustainable food products. *Appetite*, 163, 105239. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2021.105239>
16. Megicks, P., Memery, J. & Williams, J. (2008). Influences on ethical and socially responsible shopping: evidence from the UK grocery sector. *Journal of Marketing Management*, 24(5-6), 637-659. <https://doi.org/10.1362/026725708X326039>
17. Reda, A. & Kapoor R. (2021). The CEO Imperative: How Future Generations can Influence Companies to Focus on Sustainability. URL: https://www.ey.com/en_lb/future-consumer-index/the-ceo-imperative-how-future-generations-can-influence-companies-to-focus-on-sustainability (Letöltés dátuma: 2022 március 21.)
18. Rützler, H. (2022). The future is now - Food Report 2022 | KTCHNrebel. (2021, August 26). [Www.Ktchnrebel.Com. https://www.ktchnrebel.com/food-report-future-trends/](https://www.ktchnrebel.com/food-report-future-trends/)
19. Selfa, T. & Quazi, J. (2005). Place, taste or face to face? Understanding producer-consumer networks in „local” Food System in Washington State. *Agriculture and Human Values*, 22(4), 451-464. <https://doi.org/10.1007/s10460-005-3401-0>
20. Sharma, R. & Jha, M. (2017). Values influencing sustainable consumption behaviour: Exploring the contextual relationship. *Journal of Business Research*, 76, 77-88. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.03.010>

21. Smith, A. & MacKinnon, J.B. (2009). *The 100-Mile Diet: A Year of Local Eating*. Random House, Canada, Toronto. 51-464.
22. Szente, V., Jasák, H., Szűcs, A. & Kalmár, S. (2014). Helyi élelmiszerek fogyasztói megítélése. *Gazdálkodás*, 58(5), 452-460.
23. Thøgersen, J. & Ölander, F. (2002). Human values and the emergence of a sustainable consumption pattern: A panel study. *Journal of Economic Psychology*, 23(5), 605-630. [https://doi.org/10.1016/S0167-4870\(02\)00120-4](https://doi.org/10.1016/S0167-4870(02)00120-4)
24. Vecchio, R. & Annunziata, A. (2013). Consumers' attitudes towards sustainable food: a cluster analysis of italian university students. *Mediterranean journal of economics, agriculture and environment*, 12 (2), 47-56.
25. Verplanken, B. & Holland, R. W. (2002). Motivated decision making: Effects of activation and self-centrality of values on choices and behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(3), 434-447. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.82.3.434>

Kényszerválás Egy mellőzött globális gyakorlat a gazdaság, a jog, a társadalmi nem és a politika keresztmetszetében

Berta Péter¹

DOI: [10.29180/978-615-6342-49-2_3](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-49-2_3)

Absztrakt

A tanulmány a kényszerválás gyakorlatának rövid ismertetésére tesz kísérletet, különös tekintettel annak globális jelenlétére, valamint legelterjedtebb típusaira (állam, házastárs, szülő és vallás vezérelt kényszerválások). A tanulmány második része bemutatja az erdélyi gábor romákra jellemző elrendezett házasságokhoz és elrendezett válásokhoz kapcsolódó legfontosabb ideológiákat és gyakorlatokat, kiemelve azokat az okokat, amelyek ebben a társadalmi kontextusban váláshoz/kényszerváláshoz vezethetnek. Végül az utolsó szerkezeti egység érvek sorát fogalmazza meg azzal kapcsolatban, hogy miért érdemes vizsgálni – a gazdaságszociológia/gazdaságtropológia perspektívájából – a szülő, illetve a házastárs vezérelt kényszerválásokat az említett roma populációban.

Kulcsszavak: kényszerválás, elrendezett házasság, társadalmi nem, politika, gábor romák

Bevezetés

E tanulmányban az egyik kutatási területem – a kényszerválás – rövid ismertetésére és a kutatás tudományos és társadalompolitikai jelentőségének bemutatására vállalkozom. E kutatási téma kijelölését korábbi, az elrendezett házasság gazdasági, politikai és társadalmi dimenzióira koncentrálni vizsgálódásaim inspirálták – az erdélyi gábor roma csoportban megkötött, általam megfigyelt elrendezett házasságok ugyanis számos esetben a házastársi összeférhetlenségre vagy a szülők döntésére visszavezethető kényszerválással végződtek (Berta 2019, 2023a, 2023b). A kényszerválás gazdaságszociológiai és gazdaságtropológiai jelentősége elsősorban abból fakad, hogy e gyakorlat hátterében gyakran politikai következményekkel is járó gazdasági konfliktusok, illetve a gazdasági haszonszerzés motivációi állnak. Kiváló példa erre a hozománnyal kapcsolatos családközi konfliktusok miatt bekövetkezett kényszerválások sora a már említett erdélyi gábor romák között (Berta 2019, 2023b), vagy a transznacionális feleségelhagyás számos, Indiában dokumentált esete (Anitha, Roy & Yalamarty, 2018a; Anitha, Yalamarty & Roy, 2018b).

Mi a kényszerválás?

A kényszerházasság hátterében meghúzódó motivációk, az általa kiváltott összetett hatások, valamint az e gyakorlat kortárs transzformációi iránti társadalomtudományi érdeklődés a közelmúltban sem veszített korábbi intenzitásából (lásd például Chantler & McCarry, 2020; Esthappan et al., 2021; Marcus, Begum, Alsbahi & Curtis, 2019). Mindeközben egyetlen olyan state-of-the-art jellegű elemzés sem található a szakirodalomban, amely a kényszerválás változatos kontextusainak, okainak, mechanizmusainak és következményeinek elemzésével és összehasonlításával foglalkozna, annak ellenére, hogy e gyakorlat a kényszerházasságéhoz hasonló globális elterjedtséggel rendelkezik, tudományos és társadalompolitikai jelentőségét pedig számtalan olyan hosszabb-rövid utalás bizonyítja, amelyek más témákkal foglalkozó könyvekben és folyóiratcikkekben kaptak helyet.

¹ Berta Péter (Budapesti Gazdasági Egyetem, Külkereskedelmi Kar, Kommunikáció Tanszék, berta.peter@uni-bge.hu)

Az ágensia társadalmi eloszlása alapján, vagyis azt figyelembe véve, hogy a válást ki/mi kényszeríti ki, a kényszerválás eseteinek többsége besorolható az alábbi kategóriák valamelyikébe: állam által vezérelt; házastárs által vezérelt, szülő által vezérelt, illetve vallás által vezérelt kényszerválás. Az alábbiakban e kategóriák kapcsán említek néhány példát.

Az állam által vezérelt kényszerválás típusai közül a legintenzívebb médiaérdeklődést a transzgender személyek családi életéhez való jogát korlátozó, számos államban megfigyelhető azon joggyakorlat váltotta ki, amely – implicit vagy explicit módon – megköveteli a transzgender személyek korábban megkötött házasságának felbontását, mielőtt elismerné új társadalmi identitásukat (D’Amico & Nardocci, 2016; Szydłowski, 2016; van den Brink & Dunne, 2018). Shanneik és Vahle (2023) az állam által vezérelt kényszerválás egy másik típusára hívják fel a figyelmet, azt vizsgálva, hogy a német szövetségi parlament által 2017-ben elfogadott egyik új törvény hatására a német állam hogyan és miért bontja fel automatikusan a Németországba érkező szíriai és iraki kiskorú menekültek hazájukban korábban kötött házasságait. Az új törvény életbe lépése óta Németországban minden olyan házasságot, ahol a házaspár legalább egyik tagja 16 évesnél fiatalabb volt a házasságkötés pillanatában, semmisnek nyilvánítanak – mindenféle bírósági eljárás vagy a menekült házaspárral történő előzetes konzultáció nélkül.

A házastársvezérelt kényszerválás az egyik házastárs egyoldalú (stratégiai) döntésére vezethető vissza (Mandal, 2018; Schrago, 2022; Anitha, Roy & Yalamarty, 2018a; Anitha, Yalamarty & Roy, 2018b). E gyakorlat gyakori következménye azoknak a fiatal korban létesített elrendezett házasságoknak, ahol a pár a házasságkötés után áthidalhatatlan házastársai összeférhetetlenséggel szembesül, például azért, mert az egyik házastárs valaki más – és nem felesége vagy férje – iránt táplál romantikus érzelmeket. A házastársvezérelt kényszerválás egy további típusára világítanak rá azok a kutatások, amelyek a nők elleni erőszak egy új formájaként értelmezett, transznacionális feleségelhagyás okait, mechanizmusait és következményeit vizsgálják (Anitha, Roy & Yalamarty, 2018a; Anitha, Yalamarty & Roy, 2018b; Banglades kapcsán lásd Begum, 2014). Az ide tartozó esetek közös vonása, hogy az Indiában létrejött elrendezett házasságok megkötése után a férfiek az aktuális tartózkodási helyükül szolgáló országba távoztak feleségükkel együtt, majd rövidesen hazahozták feleségeiket Indiába, ahol végleg magukra hagyták őket. Ezután a férfiek a saját tartózkodási helyükül szolgáló országban válópert indítottak, amelyről a legtöbb feleségnek nem volt tudomása. A férfiek azért folyamosdtak az egyoldalú kényszerválás stratégiájához, hogy kisajátíthassák a feleségeikkel kapott hozományt.

A szülővezérelt kényszerválás kialakulása arra a tényre vezethető vissza, hogy az egyik házastárs szülei gyermekük elrendezett házasságának felbontása mellett döntenek – vagyis a szülői hatalom, autoritás és érdek hangsúlyos jelenlétére (Begum 214; Berta 2019, 2023a, 2023b; Al-Krenawi & Graham, 1998, p. 106; Kressel & Abu-Rabi’a, 2011; Meler, 2013, p. 28; lásd még Savaya & Cohen, 2003; Li et al., 2017, p. 12–13; Abu-Rabia-Queder, 2007, p. 308, 317; Samin, 2012). Ezek a válások akkor minősülnek kikényszerítettnek, ha a válás tervét egyik vagy mindkét házastárs ellenzi. Ez a kényszerválástípus elsősorban azokban a társadalmi kontextusokban fordul elő, ahol az elrendezett házasság a preferált házassági forma, a házasságkötésre fiatal korban kerül sor, és az elrendezett házasságot támogató, házasságkötés előtti kényszerítő kontextuális erők és hatások (például a szülői felügyelet és kontrol) a házasságkötés után is hosszabb-rövidebb ideig fennmaradnak.

A kényszerválás hátterében gyakran vallási vezetők, testületek vagy tanítások állnak. Kiváló példa erre a fundamentalista mormon többnejűség esete, amely „az elrendezett házasságok olyan rendszere, ahol a vallási vezetők úgy is jutalmazhatják vagy büntethetik közösségük férfitagjait, hogy feleségeket jelölnek ki számukra, illetve megakadályozzák tervezett házasságaik létrejöttét” (Quek, 2018, p. 127). Amint azt több kutatás alátámasztja, a fundamentalista mormon többnejűség redisztributív aspektussal is rendelkezik, vagyis a

vallási vezető azokat a férfiakat, „akik a bizalomra érdemtelennek vagy engedetlennek bizonyulnak” (Quek 2018, p. 138), úgy is szankcionálhatja, hogy felbontja a korábban nekik 'kijelölt' feleségekkel kötött házasságaikat, vagyis a kényszerválás stratégiáját alkalmazza, majd az elvált feleségeket a közösségen belül arra érdemesnek tekintett férfikkal házásítja újra (lásd még Bennion, 2012, p. 130).

A kutatás kontextusáról: Kényszerválás az erdélyi gábor romák között

A gábor romákra az elrendezett házasság, a patrilocalitás és az etnikai endogámia jellemző. Az első házasságkötésre a lányok esetében többnyire 13-14, a fiúk esetében pedig 14-16 éves kor között kerül sor a házasságra lépő fiatalok és legközelebbi rokonaik jelenlétében – a romániai hatóságok és egyházak teljes kizárásával (Berta 2019, 2023b). A fiatal pár házasságával párhuzamosan családjaik között házassági szövetség (xanamikimo) jön létre, amely lehetőséget biztosít a két család közötti, az átlagosnál intenzívebb gazdasági, politikai és társadalmi együttműködésre.

A házassági szövetség politikai dimenziója nemcsak a házasságkötés során gazdát cserélő hozomány jelentőségére vezethető vissza (amelynek összege esetenként a 100.000 eurót is elérheti), hanem arra is, hogy a szülőtársak kiválasztása és a hozomány összegével kapcsolatos egyezkedés lehetőséget kínál az egyének, családok és apai ágak közötti erőviszonyok reprezentálására, újratermelésére és alakítására. A szülőpárválasztás hangsúlyos stratégiai eszköze lehet például a társadalmi közelség/szolidaritás kinyilvánításának és megerősítésének; a politikai pártfogókeresésnek; a felfelé irányuló státusmobilitásnak és a hírnévgyarapításnak; a társadalmistátusz-távolság újratermelésének vagy növelésének; a konfliktusmegelőzésnek és -menedzselésnek, emellett alkalmi megélhetési stratégiaként is hasznosulhat.

A párválasztással kapcsolatos ágencia generációk (szülők és gyermekük) közötti eloszlása család- és helyzetfüggő. Rendszerint a szülők választják ki gyermekük leendő házastársát – pontosabban azt a gábor roma családot, ahol a leendő házastárs él. Az általam dokumentált esetek többségében a szülők nem vonták be gyermeküket az etnikus házassági piac feltérképezésébe és a párválasztással kapcsolatos döntéshozatalba, csupán tájékoztatták őt választásukról. Gyakran előfordult, hogy választásuk közlése során kikérték gyermekük véleményét arról, hogy tetszik-e neki a kiszemelt fiú/lány („Cejol tut?” ’Tetszik ő neked?’), vagyis arról, hogy elfogadja-e őt házastársnak. Kifejezetten helyzetfüggő volt azonban, hogy a fiatal válaszában tartalmát és személyes házassági preferenciáit a szülők milyen mértékben vették figyelembe. A kiszemelt házastárssal kapcsolatos véleménynyilvánítás lehetősége gyakran csupán szülői udvariassági rutin volt, és a szülők az esetleges ellenvéleményt figyelmen kívül hagyták, vagy ellenvélemény esetén a meggyőzés különféle technikáit alkalmazva rávették gyermeküket saját álláspontja megváltoztatására, vagyis arra, hogy fogadja el a szülői választást.

Esetenként a fiataloknak (elsősorban a fiúknak) a fent említettél nagyobb mozgástér jutott a párválasztás során – szüleik hangsúlyosabban figyelembe vették személyes vágyaikat és preferenciáikat. Ez megtörténhetett például úgy, hogy a fiatal dönthette el, hogy azon családok közül, amelyekkel szülei szívesen létesítettek volna házassági szövetséget, melyik családdal kezdjék el a házasságkötéssel kapcsolatos egyezkedést. (Az elérhetőnek és vonzónak ítélt, választható családok körét a szülők és a nagyszülők határozták meg.) Ha a fiatal a kiszemelt házastárs személyét határozottan elutasította, esetenként képes volt meggyőzni szüleit arról, hogy másvalakit válasszanak számára házastársnak – például úgy, hogy a majdani házaseletét ellehetetlenítő, hétköznapi házastársi ellenállás különféle technikáit helyezte kilátásba (nem létesít szexuális kapcsolatot leendő házastársával stb.) arra az esetre, ha szülei mégis az általa elutasított személlyel házásítanák össze őt. A házastársi ellenállással való fenyegetés azonban

sokszor hatástalan maradt, és a szülők ragaszkodtak ahhoz, hogy gyermekük az általuk eredetileg kiválasztott személlyel kössön házasságot.

Az általam dokumentált gábor roma házasságkötések között kevés olyan eset akadt, amikor a fiatal önmaga választotta ki leendő házastársát (szülei közreműködésével vagy anélkül), majd szülei támogatásával és felügyelete mellett házasságra lépett vele.

E roma csoportban szinte valamennyi válásra és újráházasodásra a fiatalok tízes éveiben vagy húszas évei elején kerül sor és szinte valamennyi házasság és válás elrendezettnek tekinthető, vagyis e gyakorlatokat elsősorban a szülők irányítják, felügyelik és hitelesítik. Számos ok vezethet váláshoz – ezek közül a legfontosabbak az alábbiak:

(a) Házastársi összeférhetetlenség. Ha a fiatal pár tagjai képtelenek „megszeretni egymást” és “nem egyeznek”, és ezért kapcsolatuk olyannyira megromlik, hogy már nincs esély a harmonikus házaselet kialakítására, a házasság sok esetben válással végződik.

(b) Biológiai reprodukció. A legtöbb olyan házasságot, ahol nem születik gyermek, idővel ugyancsak felbontják, mivel az egyik legfontosabb gábor roma társadalmi érték és a házasság létrejöttének egyik központi célja a férj apai ága folyamatosságának biztosítása oly módon, hogy a párnak fiúgyermekke születik.

(c) A szülőpárok közötti házassági összeférhetetlenség. Gazdasági és politikai konfliktusok. A számos ide sorolható ok közé tartozik: a kialakult hozomány átadásának elmaradása vagy a hozomány összegének egyoldalú csökkentése, valamint az ebből fakadó hírnévvesztés; vagy az, ha a két szülőpár között kibékíthetetlen politikai konfliktus alakul ki, ami ellehetleníti házassági kapcsolati munkájukat.

(d) Politikai ambíció. A gábor roma egyének, családok és apai ágak között megfigyelhető versengés ugyancsak sokszor vezet a fiatal pár házasságának felbontásához. A válások egy része azért következik be, mert az egyik szülőpár időközben egy olyan informális házassági ajánlatot kap, amelytől jóval nagyobb presztízst és hírnevet remélhet, ezért – politikai ambíciójának engedve – felbontja gyermeke jelenlegi házasságát és újránházasítja őt.

(e) Nők elleni erőszak. A szociabilitás gábor roma etikája. Néhány válásra azért kerül sor, mert valamelyik család súlyosan megsérti a szociabilitás gábor roma etikáját. Például oly módon, hogy a fiatal menynek az általánosan elvártnál jóval többet vagy mostohább körülmények között kell dolgoznia férje családjában; a férj családjában nem fordít kellő figyelmet a fiatal meny alapvető szükségleteinek kielégítésére; vagy a feleséget a férj családjában tartós érzelmi vagy fizikai bántalmazás éri.

(f) Gazdasági haszonszerzés. A házasság felbontásának hátterében esetenként az egyik szülőpár pénzügyi sebezhetősége és kiszolgáltatottsága áll. Az anyagi nehézségekkel küzdő, ám vonzó házassági partnerként számoltartott, férjet adó szülőpárokhoz nemegyszer gyermekük megházasítását követően is érkeznek olyan informális házassági ajánlatok, amelyek a korábbi házasságkötés során kapott hozománynál nagyobb összegű hozományt helyeznek kilátásba arra az esetre, ha a szülők felbontják fiúk jelenlegi házasságát, és feleségül veszik számára annak a szülőpárnak a lányát, akitől a pénzügyi szempontból vonzóbb, új házassági ajánlat érkezett.

(g) Házasságtörés. A házastársak egyike által elkövetett házasságtörés ugyancsak okot adhat a házasság felbontására.

Számos esetben előfordul, hogy az előbb említett okok valamelyikére visszavezethető válás a fiatal pár egyik vagy mindkét tagja akarata ellenére, nyílt vagy burkolt szülői kényszer, vagy nyomásgyakorlás hatására megy végbe – ezekben az esetekben beszélhetünk kényszerválásról.

Miért hasznos a kényszerválás vizsgálata a gazdaságszociológia/gazdaságantropológia perspektívájából?

Amint azt a fenti bekezdések is mutatták, a gábor roma kényszerválás gyakorlata a patriarchális hatalmi viszonyok, a gazdasági motivációk és érdekek, az etnicizált jogi normák és szankciók, valamint a társadalmi és egyéb politikák keresztmetszetében helyezkedik el. A folyamatban lévő kutatás célja, hogy feltárja a kényszerválás kialakulásához vezető legfontosabb gazdasági és társadalmi okokat; feltérképezze azon ideológiák, gyakorlatok, mechanizmusok és stratégiák változatos tárházát, amelyeket a kényszerválást elindító ágensek (jellemzően a szülők) segítségül hívnak; valamint megvizsgálja a kényszerválás többszintű, gyakran konfliktusokkal és ellentmondásokkal terhelt, egyéni, családi és kisközösségi szintű következményeit. A kutatás emellett arra is választ keres, hogy az 1989-es romániai rendszerváltás gazdasági és társadalmi következményei – például a piacgazdaságra való áttérés vagy a transznacionális gazdasági migráció elterjedése – hogyan formálták át a gábor romákra jellemző patriarchális struktúrákat és politikát, és ez az átalakulás miként hatott a párválasztással kapcsolatos generációközi egyezkedésre jellemző hatalmi viszonyokra.

E mindaddig figyelmen kívül hagyott gyakorlat részletes elemzése nemcsak a gazdasági érdekek – például a hozománnyal kapcsolatos tervek vagy konfliktusok – és a házasságpolitika többszintű összefonódásának mélyebb megértéséhez járulhat hozzá, de annak feltérképezéséhez is kontextusérzékeny elemzői perspektívát kínál, hogy miként működik a gyermeki és házastársi sebezhetőség és kiszolgáltatottság informális politikája a kérdéses roma csoportban. Továbbá rávilágít arra, hogy milyen szerteágazó és összetett következményekkel járhat a családi viszonyok tágabb gazdasági és társadalmi folyamatokba és identitásprojektekbe való intenzív beágyazottsága. E kutatási irány emellett felhívja a figyelmet arra, hogy a kényszerválás számos esetben kiskorú fiatalokat érint, ezért elengedhetetlen e gyakorlat gyermek- és nőjogi aspektusainak további részletes tanulmányozása – például az emberkereskedelem megelőzését és szankcionálását célzó Palermo protokoll (2000) perspektívájából.

A szerző kényszerválással kapcsolatos eddigi kutatási eredményei egyrészt egy hamarosan megjelenő folyóiratcikkekben látnak majd napvilágot, másrészt egy általa szerkesztett tanulmánykötetben, amely a Rutgers University Press gondozásában jelenik meg várhatóan 2024 végén – 2025 elején. Ez utóbbi kötet a kényszerválás államvezérelt, házastársvezérelt, szülővezérelt, illetve vallásvezérelt eseteivel kapcsolatban nyújt globális áttekintést tizenöt olyan tanulmány segítségével, amelyek Kanadában, az Egyesült Államokban, az Egyesült Királyságban, Németországban, Romániában, Egyiptomban, az Egyesült Arab Emírátsokban, Szaúd-Arábiában, Indiában, Kínában és Indonéziában dokumentált eseteket elemeznek. A kötetben, amely *The Politics of Marriage and Gender: Global Issues in Local Contexts* című, e tanulmány szerzője által szerkesztett könyvsorozat részeként jelenik meg, jelen tanulmány szerzője egy state-of-the-art jellegű, hosszabb bevezetéssel és egy esettanulmánnyal vesz részt. A kényszerválás és a gazdasági gyakorlatok, érdekek és motivációk közötti szoros kapcsolattal magyarázható, hogy e tanulmány szerzője 2023-ban hozzákezd egy olyan angol nyelvű, szerkesztett tanulmánykötet előkészítéséhez, amelynek fókuszában a hozománnyal kapcsolatos – nemegyszer kényszerváláshoz vezető – gazdasági és politikai konfliktusok globális áttekintése áll. A kéziratot a szerzői munkaközösség várhatóan a New York University Press által publikált, *Families, Law, and Society* című könyvsorozathoz nyújtja be bírálatra 2025-ben.

Irodalomjegyzék

1. Abu-Rabia-Queder, S. (2007). Coping with 'Forbidden Love' and Loveless Marriage: Educated Bedouin Women from the Negev. *Ethnography*, 8(3), pp. 297-323.
2. Al-Krenawi, A., & Graham, J. R. (1998). Divorce Among Muslim Arab Women in Israel. *Journal of Divorce & Remarriage*, 29(3-4), pp. 103-119.
3. D'Amico, M., & Nardocci, C. (2016). LGBT Rights and the Way Forward: The Evolution of the Case Law of the ECtHR in Relation to Transgender Individuals' Identity. *ERA Forum*, 17, pp. 191-202.
4. Anitha, S., Roy, A., & Yalamarty, H. (2018a). Gender, Migration, and Exclusionary Citizenship Regimes: Conceptualizing Transnational Abandonment of Wives as a Form of Violence Against Women. *Violence Against Women*, 24(7), pp. 747-774.
5. Anitha, S., Yalamarty, H., & Roy, A. (2018b). Changing Nature and Emerging Patterns of Domestic Violence in Global Contexts: Dowry Abuse and the Transnational Abandonment of Wives in India. *Women's Studies International Forum*, 69, pp. 67-75.
6. Begum, A. (2014). Dowry in Bangladesh: A Search from an International Perspective for an Effective Legal Approach to Mitigate Women's Experiences. *Journal of International Women's Studies*, 15(2), pp. 249-267.
7. Bennion, J. (2012). *Polygamy in Primetime: Media, Gender, and Politics in Mormon Fundamentalism*. Waltham, MA: Brandeis University Press.
8. Berta P. (2019) *Materializing Difference: Consumer Culture, Politics, and Ethnicity among Romanian Roma*. Toronto – Buffalo – London: University of Toronto Press.
9. Berta P. (szerk.) (2023a) *Arranged Marriage: The Politics of Tradition, Resistance, and Change*. New Brunswick – Camden – Newark – London – Oxford: Rutgers University Press.
10. Berta P. (2023b) *Arranged Marriage as a Process: From Premarital Normalization of Arranged Marriage to Arranged Divorce and Arranged Remarriage*. In: Berta P. (szerk.): *Arranged Marriage: The Politics of Tradition, Resistance, and Change*. New Brunswick – Camden – Newark – London – Oxford: Rutgers University Press. pp. 67-90.
11. van den Brink, M., & Dunne, P. (2018). *Trans and Intersex Equality Rights in Europe – A Comparative Analysis*. Publications Office of the European Union.
12. Chantler, K., & McCarry, M. (2020). Forced Marriage, Coercive Control, and Conducive Contexts: The Experiences of Women in Scotland. *Violence Against Women*, 26(1), pp. 89-109.
13. Esthappan, S., Bastomski, S., Zweig, J., Dank, M., & Love, H. (2021). Understanding Forced Marriage in the United States: Developing Measures, Examining its Nature, and Assessing Gender Disparities. *Journal of Interpersonal Violence*, 36(11-12), pp. 5730-5760.

14. Kressel, G. M., & Abu-Rabi'a, K. (2011). Badal Marriages among the Negev Bedouin: 'Urf, Shar'ia and State Law. *Anthropology of the Middle East*, 6(2), pp. 68-93.
15. Li, H., Lei, J., Xu, F., Yan, C., Guimerans, M., Xing, H., Sun, Y., & – Zhang, D. (2017). A Study of Sociocultural Factors on Depression in Chinese Infertile Women from Hunan Province. *Journal of Psychosomatic Obstetrics and Gynaecology*, 38(1), pp. 12-20.
16. Mandal, S. (2018). Out of Shah Bano's Shadow: Muslim Women's Rights and the Supreme Court's Triple Talaq Verdict. *Indian Law Review*, 2(1), pp. 89-107.
17. Marcus, A., Begum, P., Alsabahi, L., & Curtis, R. (2019). Between Choice and Obligation: An Exploratory Assessment of Forced Marriage Problems and Policies among Migrants in the United States. *Social Policy & Society*, 18(1), pp. 19-36.
18. Meler, T. (2013). Israeli-Palestinian Women and Their Reasons for Divorce: A Comparative Perspective. *Israel Studies Review*, 28(2), pp. 18-40.
19. Quek, K. (2018). *Marriage Trafficking: Women in Forced Wedlock*. Routledge.
20. Samin, N. (2012). Kafā'a fi l-Nasab in Saudi Arabia: Islamic Law, Tribal Custom, and Social Change. *Journal of Arabian Studies*, 2(2), pp. 109-126.
21. Savaya, R., & Cohen, O. (2003). Divorce Among Moslem Arabs Living in Israel: Comparison of Reasons Before and After the Actualization of the Marriage. *Journal of Family Issues*, 24(3), pp. 338-351.
22. Schrago, S. (2022). Reclaiming Religious and Legal Authority: An Ethnography of the Women's Shari'a Courts in India. *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 47(2), pp. 499-523.
23. Shanneik, Y., & Vahle, S. (2022). Forced to Divorce: Syrian and Iraqi Refugees and the „Act to Combat Child Marriage” in Germany. (Kézirat)
24. Szydłowski, M. (2016). Gender Recognition and the Rights to Health and Health Care: Applying the Principle of Self-determination to Transgender People. *International Journal of Transgenderism*, 17(3-4), pp. 199-211.

Kelet-Közép Európa árnyékbankrendszerének sajátosságai

Bethlendi András¹, Mérő Katalin²

DOI: [10.29180/978-615-6342-49-2_4](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-49-2_4)

Absztrakt

A Kelet-Közép Európa árnyékbankrendszerének sajátosságait bemutató kutatási összefoglaló a szerzőknek a régió árnyékbankrendszerének mértékére, sajátosságaira, fejlődésének meghatározó tényezőire és kockázataira irányuló kutatási eredményeiről és folyamatban lévő kutatásairól ad rövid áttekintést. Az eddigi munkák legfőbb eredménye, hogy a szerzők kialakítottak és nyilvánossá tettek egy olyan adatbázist, ami a 2004-2019-es időszakra vonatkozóan lehetővé teszi a régió árnyékbankrendszerének megbízható és összehasonlítható elemzését. Az általuk kialakított adatok felhasználásával elemezték a régió pénzügyi rendszerének struktúráját, ezen belül különösen azt, hogy mi az árnyékbankrendszer szerepe a pénzügyi közvetítés rendszerén belül. Főbb megállapításuk, hogy a régió árnyékbankrendszerének legfőbb strukturális sajátossága, hogy abban nem az értékpapírosítást segítő intézmények és tevékenységek, hanem a hitelezésben érintett pénzügyi vállalkozások a meghatározók. A régió árnyékbankrendszere kialakulásának és növekedésének mozgatórugói között is több régió-specifikus tényezőt azonosítottak. Ezek a tulajdonosi struktúrával, a külföldről kapott bankközi finanszírozás könnyű hozzáférhetőségével, a bankok nemzetközi összehasonlításban is magas jövedelmezőségével, illetve a tőkepiacok relatív fejletlenségével vannak kapcsolatban.

Kulcsszavak: árnyékbankrendszer, Kelet-Közép-Európa, piaci alapú finanszírozás

Bevezetés

Az árnyékbankrendszer kiépülése, gyors növekedése, tevékenységének átláthatatlansága, szabályozásának hiánya, majd a benne rejlő kockázatok materializálódása nagyban hozzájárult a 2007-től kibontakozó globális pénzügyi válsághoz (Adrian és Ashcraft 2012, Lysandrou és Nesvetaliova 2015, Ban és Gabor 2016). Ennek következtében az azóta eltelt időszakban az árnyékbankrendszer kockázatai, működési és szabályozási kérdései a gazdaságpolitikusok, a pénzügyi szabályozással foglalkozó intézmények, valamint az akadémiai szakirodalom érdeklődésének is a középpontjába került. A fogalom maga is újkeletű, elsőként Paul McCulley használta 2007-ben az Amerikai Egyesült államok központi banki rendszerének (FED) éves Jackson Hall-i konferenciáján, a szabályozott és felügyelt banktevékenységen kívüli pénzügyi jelenségek leírására (McCulley 2009), míg első szisztematikus feltérképezése Pozsár Zoltán és szerzőtársai 2010-ben megjelent, majd 2012-ben átdolgozott publikációjához köthető (Pozsár és szerzőtársai 2012). Definíciójuk szerint „Az árnyékbankok az értékpapírosítás és a fedezett finanszírozási technikák széles skáláját felhasználva végzik a hitelközvetítés folyamatát, például az eszközfedezetű kereskedelmi papírok (asset-backed commercial paper, ABCP), az eszközfedezetű értékpapírok (asset-backed securities, ABS) és visszavásárlási megállapodások (repo) révén”³ (Pozsár és szerzőtársai 2012, 1. oldal). Vagyis az árnyékbanki

¹ Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Pénzügy tanszék, Orcid: 0000-0003-3219-0251

² Budapesti Gazdasági Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Kar, Pénzügy tanszék, Orcid: 0000-0002-8180-4371, e-mail: mero.katalin@uni-bge.hu

³ A szerzők fordítása

tevékenység olyan hitelezési tevékenység, ahol a hitelezéshez a forrásokat nem a hagyományos banki betétgyűjtés, hanem más, piaci alapú finanszírozási forrás adja.

Az árnyékbankrendszer az Egyesült Államokban alakult ki, ahol a lakossági jelzáloghiteleket egyre inkább rövid lejáratú piaci forrásokkal finanszírozták, aminek következtében a hitelezés folyamata körül számos pénzügyi intézmény és tevékenység széles körben összefonódott, nehezen átlátható rendszere jött létre (Pozsár és szerzőtársai 2012, Gorton és Metrick 2010, Thiemann 2018). Ez a rendszer – a hagyományos banktevékenységhez hasonlóan – a lejárat transzformáción alapul, tőkeáttételt hoz létre és hitelkockázatot keletkeztet, de nem vonatkoztak rá a banki prudenciális szabályok és a bankok számára biztosított állami védőháló sem (Adrian és Ascraft 2012, Classens és Ratnovski 2014). Ennek megfelelően, a globális pénzügyi válságot megelőző időszakban a szabályozási arbitrázs volt az árnyékbankok előretörésének egyik fő motivációja.

Az árnyékbankrendszer két csatornán keresztül terjedt el Európában. Egyrészt az európai intézményi befektetők megvásárolták az USA-ban kibocsátott értékpapírosított termékeket, másrészt az árnyékbankrendszeren keresztül történő pénzügyi közvetítés üzleti modellje is elkezdett teret nyerni. A kelet-közép európai (KKE) új EU tagállamok más utat követtek. Kevésbé fejlett és erősen banki alapú pénzügyi rendszerüknek megfelelően (Bethlendi és Mérő 2020/a és 2020/b), az értékpapírosításon alapuló árnyékbanki tevékenység szinte elhanyagolható maradt a régióban. Így a régió árnyékbankrendszere viszonylag egyszerű szerkezetű a fejlett országokhoz viszonyítva (Hodula 2022). Ennek ellenére, a KKE régió árnyékbankrendszerének elemzése is fontos, hiszen itt is kialakultak olyan tevékenységek és folyamatok, amik hozzájárulhatnak a régiós országok pénzügyi közvetítő rendszere sérülékenységéhez, fenyegethetik a pénzügyi stabilitást.

A következőkben bemutatjuk, hogy milyen kérdésekre fókuszálnak és milyen főbb eredményeket hoztak a KKE régió 11 Európai Unió (EU) tagállamának⁴ árnyékbankrendszerei elemzésére vonatkozó eddigi kutatásaink. A második rész az árnyékbankrendszer mérésének problémáival foglalkozik. Itt mutatjuk be azt az új adatbázist is, amit a régió árnyékbankrendszerének mérésére hoztunk létre. A harmadik részben az árnyékbankrendszernek a régió pénzügyi közvetítésben betöltött szerepét mutatjuk be, összehasonlítva három olyan régi EU tagállammal, amelyek pénzügyi intézményei meghatározó tulajdonosai a régió pénzügyi közvetítő intézményeinek, vagyis Ausztriával, Franciaországgal és Németországgal. A negyedik részben a régió árnyékbankrendszere növekedésére irányuló hajtóerőket térképezzük fel, míg az utolsó részben néhány következtetést vonunk le.

Az árnyékbankrendszer mérésének problematikája, új adatbázis kialakítása a 2004-2019-es időszakra

Az árnyékbankrendszerek terjedelméről és összetételéről jelenleg két különböző koncepció mentén két nemzetközi szervezet, a globálisan legnagyobb pénzügyi intézményi rendszerű országokat lefedő Pénzügyi Stabilitási Testület (Financial Stability Board, FSB)⁵ és az EU tagállamait lefedő Európai Rendszerkockázati Testület (European Systemic Risk Board, ESRB) gyűjt és publikál adatokat. A két megközelítés közös pontja, hogy a számbavételnél a kiinduló pontot azok a nem-banki pénzügyi közvetítő intézmények jelentik, amelyek részt vehetnek a hitelközvetítés folyamatában. Ide tartoznak a hitelezésben érintett befektetési alapok, az értékpapír kereskedő cégek, a strukturált finanszírozást végző, ún. structured financial vehicle (SFV) típusú vállalkozások, a hitelt nyújtó pénzügyi vállalkozások (hitelező-,

⁴ Ezek: Bulgária, Csehország, Észtország, Horvátország, Lettorság, Litvánia, Magyarország, Lengyelország, Románia, Szlovákia és Szlovénia. Az országok 2004 és 2013 között csatlakoztak az EU-hoz.

⁵ Az FSB-nek jelenleg 24 ország a tagja, az EU tagállamok közül Franciaország, Németország, Olaszország, Hollandia és Spanyolország.

lizing-, és faktoring cégek, követeléskezelők) és a zártkörű pénzügyi közvetítők (captive financial institutions).

Az FSB módszertana a fenti intézményi körből levonja a részvényalapokat (amik jellegükből fakadóan nem vesznek részt a hitelközvetítésben) és azokat az intézményeket, amelyeket a bankok bekonzolidálnak a mérlegeikbe, hiszen azok nem az „árnyékban”, hanem szigorúan szabályozott és felügyelt pénzügyi szegmensben tevékenykednek (FSB 2019). 2015 óta ezeket az adatokat ún. gazdasági funkciók szerint tovább szűkítik és csoportosítják, úgy, hogy az egyes intézmények tevékenységének jellegét egyedileg mérlelik az FSB tagországok pénzügyi felügyeleti hatóságai (FSB 2015). Ezzel az FSB által lefedett 24 ország vonatkozásában lehetővé vált az árnyékbankrendszer viszonylag pontos, az intézményi megközelítésen túl a tevékenységi elemzésre is kiterjedő elemzése.

Az Európai Unió tagállamai közül azokra, amelyek nem tartoznak az FSB hatókörébe, és jóval kisebb a globális pénzügyi piacok szempontjából való jelentőségük, ilyen, erősen munkaintenzív és komoly szakértelmet igénylő egyedi mérlegelésen alapuló adatok nem állnak rendelkezésre. Ezen túlmenően a bankcsoportokba bekonzolidált árnyékbanki szereplők adatszolgáltatására sincsenek megfelelő EU-s adatok (Argesti és Brencé 2017). Az ESRB árnyékbankrendszer kategóriájából a részvényalapok sincsenek levonva. Az ESRB tehát kizárólag intézményi megközelítést alkalmaz, úgy, hogy a gyakorlatában az árnyékbanki intézmények köre jóval tágabb, mint az FSB esetében. Az intézmények számbavételének alapját az EU pénzügyi számlái és monetáris statisztikája jelentik. Ezek azonban helyenként nem kellően részletezettek és – főleg a Monetáris Unión kívüli országokban – nem egységesek (Argesti és Grion 2018). Ennek tükrében a KKE országok árnyékbankrendszerének mérése különösen nehézkes, hiszen számos közülük nem tagja a Monetáris Uniónak, illetve csak a 2010-es években vált azzá, így a globális pénzügyi válságot is magába foglaló időszakra viszonylag kevés jó adat nyerhető ki az ESRB által használt adatbázisokból.

Annak érdekében, hogy a KKE régió árnyékbankrendszere mérhetőbbé és elemezhetőbbé váljon létrehoztunk egy új, a KKE régió 11 országára vonatkozó adatbázist a 2004-2019-es időszakra, mely éves adatokat tartalmaz. Az EU szinten gyűjtött adatokat számos nemzeti statisztikai adattal (jegybankok, pénzügyi felügyelet, alapkezelők szervezeteinek adatai) dúsítottuk, illetve több adatkorrekciót is végeztünk. Az általunk alkalmazott módszertan leírása megtalálható Bethlendi és Mérő (2020/c és 2022) -ben, utóbbiban a teljes adatbázis online elérésére is lehetőség van. Az adatösszeállítás a KKE országokon kívül, a homogén adattartalom alkalmazhatósága érdekében, a 3 összehasonlításra kiválasztott nyugat-európai országot (Ausztria, Franciaország, Németország) is lefedi.

Az árnyékbankrendszer szerepe a KKE régióban

Az általunk összeállított adatbázis lehetőséget adott arra, hogy a pénzügyi közvetítés struktúráját, ezen belül az árnyékbankrendszer szerepét elemezzük. Az eredményeket Bethlendi és Mérő (2020/c, 2022) valamint Mérő és Bethlendi (2022) mutatják be. A KKE régió árnyékbankrendszerének legfőbb sajátossága egyrészt, hogy – főleg a globális pénzügyi válságot megelőző időszakban – jóval kisebb, mint a kiválasztott nyugat-európai országoké, másrészt, hogy struktúrájában is jelentősen eltér azokétól. Az egyetlen strukturális hasonlóságot a pénzügyi alapok viszonylag kicsi és csökkenő részaránya jelenti, ami elsősorban az EU-nak a pénzügyi alapokra vonatkozó, folyamatosan szigorodó szabályozásának a következménye. A pénzügyi alapok portfólió összetétele azonban már jelentős eltérést mutat, míg a KKE régióban a pénzügyi alapok zömmel bankbetétekben helyezik el a pénzüket, Nyugat-Európában sokkal inkább rövidlejáratú hiteljellegű értékpapírokban tartják. A nem pénzügyi alapok összetétele országonként eléggé eltérő, de jellemzően a kötvény és vegyes alapok a dominánsak. Magyarországon egyedülállóan nagy az

ingatlanalapok szerepe. A nem pénzügyi befektetési alapok jelentősége a régióban messze elmarad a 3 nyugat-európai országban levő szerepüktől: az országcsoport GDP-jéhez viszonyítva mindössze 21%-ot tettek ki 2018-ban, szemben a nyugat-európai 69%-kal.

Míg a nyugat-európai országokban a befektetési alapok mellett az értékpapírosításban szerepet játszó pénzügyi vállalkozásoknak van meghatározó szerepe az árnyékbankrendszerben, addig a Világbank felmérése szerint a KKE régióban 2010-2016 között egyáltalán nem került sor lakossági jelzáloghitelek értékpapírosítására (World Bank 2019), az Európai Beruházási bank felmérése szerint (EIB 2017) pedig kis-, és középvállalati hitelek értékpapírosítására csak kismértékben és csak 3 országban (Bulgária, Csehország, Lengyelország) került sor 2004 és 2015 között. A régió árnyékbankrendszerében tehát nem a befektetési eszközöket menedzselő és értékpapírosító vállalkozások, a meghatározók. Kiemelten nagy szerepe van viszont a hitelezésben résztvevő nem-banki pénzügyi vállalkozásoknak (hitelező-, lízing-, és faktoring cégek, követeléskezelők). Méretük a bankszektorral összehasonlítva is sokkal nagyobb a régióban. Míg 2019-ben a három nyugat-európai országban ezeknek a pénzügyi vállalkozások a hitelállománya a banki hitelállományhoz viszonyítva 7% volt, addig ez az arány a 11 KKE ország vonatkozásában éppen a duplája, 14%.

Különbséget találtunk abban is, hogy a két régióban mennyire párhuzamosan fejlődik a banki és az árnyékbanki közvetítés. Míg a KKE régióban a bankrendszer és az árnyékbankok fejlődése a pénzügyi válság előtt erősen együtt mozogott, addig a három fejlett ország esetében a pénzügyi válság előtt erős negatív kapcsolatot találtunk a két rendszer között. A pénzügyi válságot követően a KKE országokban az együtt mozgás gyengült, a nyugat-európai országokban pedig megfordult a kapcsolat iránya. Ennek legerősebb magyarázó tényezőjét a KKE régió esetében abban látjuk, hogy a válság után a bankok hitelezési kapacitás-növelésének eszközéül a hitelek közvetlen, követeléskezelő cégek (amik az árnyékbanki körbe tartozó intézmények) irányában történő értékesítése szolgált.

Az árnyékbankrendszer növekedésének mozgatórugói a KKE régióban

A KKE régió árnyékbankrendszerének sajátosságaira és mozgatórugóira vonatkozó szakirodalom jóval szerényebb, mint a fejlett országokra vonatkozó. Ghosh et al. (2012) a 2003 és 2011 közötti időszakban vizsgálja a fejlődő országok árnyékbankrendszerét. Mintájában három KKE ország, Bulgária, Horvátország és Románia szerepel, és arra hívja fel a figyelmet, hogy ezekben az országokban is okozhat rendszerkockázatot az árnyékbankrendszer, elsősorban a hagyományos pénzügyi rendszerrel való összefonódása miatt. Apostoae and Bilan (2020) az árnyékbankrendszer makrogazdasági mozgatórugóit elemzi a KKE régióban, 2004 és 2017 között. A következő tényezőket azonosították: gazdasági növekedés, globális likviditási helyzet, a befektetők profitéhsége, az intézményi befektetők által támasztott kereslet, és az árnyékbankok kiegészítő szerepe a hagyományos pénzügyi intézmények tevékenységéhez kapcsolódva. Hodula (2022) a régi, és az új (2004 és 2007 között csatlakozott) EU tagállamok árnyékbankrendszerét hasonlítja össze. Nála Málta és Ciprus is a KKE országokkal kerül egy kategóriába. Fő megállapítása, hogy míg a régi EU tagállamok árnyékbankrendszere inkább kiegészítője a hagyományos pénzügyi rendszernek, addig az új tagállamok esetében erősebb a helyettesítő jelleg. Kjoscski és szerzőtársai (2021) az 1999 és 2019 közötti időszakra vonatkozóan vizsgálják az árnyékbankrendszer fejlődésének mozgatórugóit, úgy, hogy a KKE régió országait a következő három, homogénebb csoportba osztják: Balti államok, Visegrádi államok és a Balkán államok. Legfőbb megállapításuk, hogy a globális pénzügyi válság eltérően érintette a három országcsoport árnyékbankrendszerének fejlődését.

Saját kutatásunk – aminek eredményei még nem kerültek publikálásra – arra irányulnak, hogy a szakirodalomban eddig megjelentekhez képest, saját adatbázisunk felhasználásával

pontosabb és átfogóbb képet adjunk a régió árnyékbanki fejlődésének mozgatórugóiról, úgy hogy eközben számos a régió pénzügyi közvetítésének struktúrájára reflektáló magyarázó változót is bevonjunk az elemzésbe. Ezek: a banki eszközállomány GDP-hez viszonyított aránya, a bankok tulajdonosi szerkezete, jövedelmezősége, hitel/betét aránya, és a tőkepiacok mélysége. E mellett két makrováltozót vontunk be az elemzésbe: az egy főre jutó bruttó hazai terméket (GDP), ami az országok fejlettségét mutatja és az országhoz tartozó felár (ami számos csatornán keresztül csökkentheti az árnyékbankrendszer terjedelmét). Panelelemzésünk eredménye azt mutatja, hogy a pénzügyi struktúrákra vonatkozó változók közül a banki hazai tulajdon és a tőkepiacok nagyobb fejlettsége pozitívan, míg a bankok jövedelmezősége és hitel/betét aránya negatívan befolyásolta az árnyékbankrendszer méretét. Lehetséges magyarázatként a következőket találtuk: a belföldi tulajdonú bankok erősebben hazai szolgáltatókkal egészítik ki a tevékenységüket és kevésbé támaszkodnak külföldi árnyékbanki szolgáltatókra. E mellett a bankok magas jövedelmezősége kisebb érdekeltséget teremt arra, hogy nem banki szolgáltatók bevonásával próbáljanak magasabb jövedelmezőséget elérni. A hitel/betét arány negatív hatása pedig azt mutatja, hogy ha a bankok könnyen jutnak a bankközi piacokon (anyabanki) forrásokhoz, akkor nincs szükségük arra, hogy az árnyékbankrendszeren keresztül vonjanak be piaci forrásokat a hitelek finanszírozása mögé. A makrováltozók közül az egy főre jutó GDP mértéke és az árnyékbankrendszer terjedelme között pozitív kapcsolatot találtunk, azonban – várakozásunkkal ellentétben – az országhoz tartozó felár nem befolyásolta érdemben az árnyékbankrendszer terjedelmét.

Következtetések

A KKE régió árnyékbankrendszerének struktúrájára, méretére és növekedésének mozgatórugóira irányuló kutatások hozzájárulhatnak ahhoz, hogy jobban megértsük a KKE régió pénzügyi közvetítő rendszerének strukturális és működési sajátosságait, specialitásait, kockázatait. Bár a KKE régió pénzügyi rendszere, és ezen belül árnyékbankrendszere is jóval kevésbé fejlett, mint az EU fejlettebb tagállamainak pénzügyi közvetítő rendszere, a régióban is kialakultak az árnyékbankrendszer jellemző intézményi és tevékenységi keretei. A KKE országok árnyékbankrendszerének legfőbb strukturális sajátossága, hogy abban nem az értékpapírosítást segítő intézmények és tevékenységek, hanem a hitelezésben érintett pénzügyi vállalkozások a meghatározók. A régió árnyékbankrendszere kialakulásának és növekedésének mozgatórugói között is több régió-specifikust azonosítottunk, amelyek a tulajdonosi struktúrával, a külföldről kapott bankközi finanszírozás könnyű hozzáférhetőségével, a bankok nemzetközi összehasonlításban is magas jövedelmezőségével, illetve a tőkepiacok relatív fejletlenségével vannak kapcsolatban.

Projekt támogatás: A kutatást a Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs hivatal támogatja (NKFIH 138562)

Irodalomjegyzék

1. Adrian, T. és Ashcraft, A.B. (2012) Shadow banking regulation, *The Annual Review of Financial Economics*, Vol 4. pp 99-140.
2. Apostoiaie, C-M. and Bilan, I. (2019) Macro determinants of shadow banking in Central and Eastern European countries, *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*
3. Argenti, A.M. és Brence, R. (2017) Statistical work on shadow banking: development of new dataset and indicators for shadow banking, In: *IFC Bulletin No.46* 566-600.

4. Agresti, A. M. és Giron, C. (2018) Challenges for macro data on non-bank financial intermediaries. Ninth IFC Conference on “Are post-crisis statistical initiatives completed?” Basel, 30-31 August 2018
5. Ban, C. és Gabor, D. (2016) The political economy of shadow banking, *Review of International Political Economy*, Vol. 23:6, 901-914
6. Bethlendi András és Mérő Katalin (2020/a) A pénzügyi közvetítés struktúrájának változásai – a kelet-közép európai régió speciális fejlődése a nemzetközi és európai folyamatok tükrében. *Külgazdaság* 3-4, 45-72.
7. Bethlendi András és Mérő Katalin (2020/b) Changes in the Structure of Financial Intermediation–Eastern-Central European Developments in the Light of Global and European Trends. *Danube* 11 (4): 283–299.
8. Bethlendi András és Mérő Katalin (2020/c) Árnyékbankrendszer a kelet-közép európai régióban, *Statisztikai Szemle*, október, 1151-1184.
9. Bethlendi András és Mérő Katalin (2022) Measuring shadow banking in Central and Eastern European countries – A new dataset, 2004-2019, *Regional Statistics Vol 12. No. 4.* 112-131.
10. Classens, S. és Ratnovski, L. (2014) What is Shadow Banking? IMF Working Paper No. 14/25
11. EIB (2017) Operation Evaluation - Evaluation of the EIF’s SME Securitization Activities, 2004-2015 <https://www.eib.org/en/publications/evaluation-of-the-eifs-sme-securitisation-activities#>
12. Financial Stability Board (2015) Global Shadow Banking Monitoring report 2015, 12 November
13. Financial Stability Board (2019) Global Monitoring report on Non-Bank Financial Intermediation 2018, 4 February
14. Gorton, Gary és Andrew Metrick. (2010) Regulating the Shadow Banking System. Elérhető az SSRN-en: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1676947>
15. Ghosch, S., Gonzales del Mazo, I. and Ötker-Robe, I. (2012) Chasing the shadows: How significant is shadow banking in emerging markets? *World Bank Economic Premise*. September 2012, No 88.

16. Hodula, M. (2022) Bringing the flashlight: Shadow banking in European Union countries. *Finance Research Letters* 47: 102668
17. Kjosevski, J., Petkovski, M. és Stojkov, A. (2021). What Drives Shadow Banking in the New EU Member States? Empirical Panel Cointegration Approach. *Ekonomicky Casopis* 69 (8): 812-832
18. Lysandrou, P. és Nesvetailova, A. (2015) The role of shadow banking entities in the financial crisis: a disaggregated view, *Review of International Political Economy*, 22:2, 257-279
19. McCulley, P. (2009) Hyman Minsky's Economic Journey, In: *Insight into the Global Financial Crisis*, Szerkesztete: Siegel, L.B., The Research Foundation of CFA Institute
20. Mérő Katalin és Bethlendi András (2022) Financial Markets: Banks and Capital Markets, In: Mátyás László (szerk.) *Emerging European Economics after the pandemic*. 53-110. old. Springer Nature
21. Pozsar, Z., Adrian, T., Ashcraft, A., és Boesky, H. (2012) *Shadow Banking*. Federal Reserve Bank of New York, Staff Report, No. 458. Revised version.
22. Thiemann, M. (2018) *The growth of shadow banking*. Cambridge Books
23. World Bank (2019) *Bank Regulation and Supervision Survey*. <https://datacatalog.worldbank.org/dataset/bank-regulation-and-supervision-survey#tab2>

BGE-BOSCH logisztikai szimulációs labor az oktatás és kutatás szolgálatában

Kooperáció egy felsőoktatási intézmény és egy termelő vállalat között

Dr. Budai László⁶

DOI: [10.29180/978-615-6342-49-2_30](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-49-2_30)

Absztrakt

A 2017-ben alapított Robert Bosch Lean Menedzsment Vállalati Tanszék elsődleges céljai közé tartozik az Egyetem képzéseinek gyakorlati lean menedzsment tudással való megerősítése, naprakész, az ipar igényeinek megfelelő tudás átadása, mindezzel hozzájárulva a máshol meg nem szerezhető, azonnal piacképes tudás megszerzéséhez. Emellett a Tanszék keretét ad közös oktatási és tudományos projektek kialakításának is. Ennek zászlóshajója Hatvanban a Nemzetközi Kereskedelem és Logisztika és Bosch Lean Menedzsment Vállalati Tanszék munkatársaival közösen megtervezett és megvalósított Smart Shop Floor labor (SSFL), amely az országban szinte egyedülálló módon biztosít lehetőséget termelési és logisztikai folyamatok szimulálására a hagyományostól eltérő oktatási környezetben. A fő fejlesztés 2019 – 2022 között valósult meg. További célunk, hogy a labort alkalmassá tegyük ellátási lánc szimulációk végrehajtására, vizsgálatára is.

Kulcsszavak: termelés - optimalizálás, szimuláció, oktatás

Bevezetés

Az innováció hármasspirálmodellje (tripla helix modell) az egyetemek, az ipar és a kormányzat közötti interakciók összessége. Célja, hogy elősegítse a gazdasági és társadalmi fejlődést a tudásalapú gazdaság és a tudástársadalom mentén. Az SSFL e stratégia mentén valósult meg: Hatvan város Önkormányzata biztosítja a fenntartást, és bizonyos infrastruktúrákat (Hatvani Községi Felsőoktatási Képzési Központ), a Budapesti Gazdasági Egyetem (BGE) szakmai támogatást, akkreditált képzéseket nyújt az új oktatási környezethez, a BOSCH belső képzéseket valósít meg, lektorálja az oktatási anyagokat, és magas szintű szakmai támogatást nyújt, vendégelőadásokat tart.

A tripla helix együttműködés az SSFL-t illetően a következő előnyökkel jár:

- Az oktatás és az ipar közötti szakadék redukálása
- Hallgatók felkészítése a jövő munkahelyeire
- Ipari környezetben alkalmazott technológiák elsajátítása
- Digitális kompetencia fejlesztése
- Hallgatók elhelyezkedési esélyeinek növelése
- Gyártási szimulációk végzése, optimalizálás élő környezetben
- Ellátási lánc szimulációk
- Együttműködés erősítése

Munkafolyamatok a szimulációs laborban

A laborban végezhető tevékenységek három fő iránya:

- oktatás,
- kutatás,

⁶ Budapesti Gazdasági Egyetem, Külkereskedelmi Kar, Nemzetközi Kereskedelem és Logisztika Tanszék, e-mail: budai.laszlo@uni-bge.hu

- piaci alapú ipari tevékenység.

A digitalizációs és az ipari technológiák dinamikus fejlődése rengeteg lehetőséget teremt a vállalkozások számára. Mind a gyártás, mind a szolgáltatások új szintre léphetnek a digitális transzformációval. Azonban az új lehetőségek nemcsak a profitszerzés szempontjából jövedelmezők, hanem hatékonyabbá és átláthatóbbá teszik a szervezetek működését is.

A digitalizáció alapját minden esetben az adatgyűjtés és a megismert paraméterek elemzése jelenti. A digitális ikrek, a virtuális termelés, a távoli gyártásfelügyelet, a robotizáció és az automatizálás csupa olyan fogalom, amelyek a termelés digitalizációja nélkül meg sem születhettek volna. Az adatalapú folyamatirányítással létrejött új megoldások által átláthatóbb és termelékenyebb lett a gyártás.

Hogyan lehet modellezni és optimalizálni a gyártást? A digitális gyár egy olyan üzleti koncepció, amelynek célja az információk kezelése a gyártási problémák megoldása és a várható nehézségek leküzdése érdekében.

Mire kell törekedni a szimuláció készítése során, hogy az elérje a kívánt eredményt?

- Pontos cél definiálása
- Pontos leírások és paraméterek megadása
- Megfelelő részletettséggel való modellezés
- A szimulációs modell ellenőrizhetőségének biztosítása

A hatvani Smart Shop Floor Logisztikai Szimulációs Laborban egy flexibilis termelési sort hoztunk létre, melyben a megrendelői igényekre szabva modellezhetünk és szimulálhatunk termelési folyamatokat. A szimuláció megkezdése előtt lehetőség van kiterjesztett valóság (AR), illetve virtuális valóság (VR) környezetekben is ismerkedni a digitális ikrekkel, illetve az alkalmazott eszközökkel, technológiákkal (1. ábra).

1. ábra Eszközök a laborban



A szimulációs munkafolyamat több lépésből áll, az ellátási lánc egyik fontos szegmensével tudunk dolgozni (2. ábra):

2. ábra Termelési esettanulmány szimulációja a laborban



A nyersanyag raktárból operátorok segítségével juttatjuk el az egyes gyártási munkaállomásokhoz a szükséges alapanyagokat. A hét munkaállomás mindegyikén előre definiált munkaleírás alapján készülnek a félkész termékek. A hét munkaállomásból az első kettő az előszerelde. A késztermék egy erre dedikált raktárba kerül, ahol MI-támogatott (mesterséges intelligencia által) minőségirányítási vizsgálat alá esnek. A késztermék-raktár készletének adatai lekérhetőek, és további felhasználásra (pl.: értékesítés, szállítás) alkalmasak. Az adatok gyűjtését különböző szenzorok segítik (3. ábra: RFID, XDK, IRID-RTLS). Az adatvezérelt smart factory koncepciót támogatja továbbá, hogy a gyűjtött adatok BOSCH SAP integrált vállalatirányítási környezetben tárolódnak. Az adatok exportálása lehetővé teszi, hogy professzionális adatelemző, és mesterséges intelligencia által támogatott alkalmazásokkal és módszerekkel elemezzünk, adatvizualizáljunk, előrejelzéseket készítsünk és optimalizáljunk.

3. ábra Termék azonosítás, és nyomonkövetési technológiák a laborban



A szimulációs tapasztalatok alapján így 30% – 50% -al növekedhet a termelési hatékonyság.

Milyen előnyökkel járhat egy szimulációs munkafolyamat? Mit várhatunk a szimuláció alkalmazásától a termelés tervezésben?

- Tervezési alternatívák kipróbálása
- Vezérlési stratégiák optimalizálása
- Tervezési hibák elkerülése
- Beruházások megőrzése

A digitális gyár koncepciónak az alkalmazása és a gyártástervezésben történő felhasználása elősegíti a vállalat gazdaságos, hatékony felépítését és annak működését. A termelés szimulációs modellek a célok pontosabb elérését, illetve teljesítését teszik lehetővé a minőség, mennyiség, gyártás átfutás időre és a gazdaságossági szempontokra vonatkozóan.

A hatvani Smart Shop Floor Logisztikai Szimulációs Laborban oktatási tevékenységeken túl végezhetünk kutatási, és ipari tevékenységet is.

Az aktuális kutatási tevékenységek közül kiemelendők a következők:

- AI alkalmazása a logisztikában
- Termelés -optimalizálási problémák
- Termék nyomkövetés, különböző technológiák hatékonyságvizsgálata
- Emberi viselkedés, reakciók logisztikai döntéshelyzetekben

Az SSFL-ben a BOSCH belső képzésén, illetve a BGE hallgatóinak magas szintű oktatásán túl lehetőség adódik külső vállalati képzések szervezésére is, melyre tapasztalataink szerint egyre nagyobb igény mutatkozik.

További fejlesztési tervek

Fő fejlesztési irányként a labor tevékenységi körének kiterjesztését tűzzük ki célul, nevezetesen: digitális ellátási lánc szimulációk végzése. Ennek része többek közt az üzleti kommunikációs szabványok alkalmazása, azonosítási-, adatgyűjtési-, adatmegosztási szabványok, megoldások az ellátási lánc folyamatiban, IBM, illetve Microsoft felhőszolgáltatások alkalmazása digitális ellátási lánc megoldásokban (Order Management, Business Transaction Management stb...).

Esettanulmány: szabványos azonosítási, adatgyűjtési és adatmegosztási technológiák alkalmazásba vételével, nyomkövetési rendszer kidolgozása egy hipotetikus FMCG (Fast Moving Consumer Goods – napi fogyasztási cikkek) ellátási lánc számára, melyben előtérbe kerül az azonosító kulcsok és adathordozók létrehozása a csomagolás minden szintjéhez.

Irodalomjegyzék

1. David L. Rogers: Digital Transformation Playbook, Columbia University Press, 05.04.2016, 0231175442
2. Demeter Krisztina – Gelei Andrea – Jenei István – Nagy Judit (2009): Tevékenységmenedzsment, Aula Kiadó, Budapest, ISBN 978-963-9698-26-0
3. Heiner Lasi, Peter Fettke, Hans-Georg Kemper, Thomas Feld & Michael Hoffmann: Industry 4.0, Business & Information Systems Engineering volume 6, 2014
4. Jacobs, F.R. – Chase, R.B. (2011): Operations and Supply Chain Management, McGraw-Hill Irwin
5. Magyar Róbert: a GS1 szabványok és alkalmazásai, 2019.11.27., MLBKT
6. Sebestyén László – Vörösmarty Gyöngyi (2017): A logisztikai ügyintéző feladatai, KIT, ISBN 978-963-637-333-7
7. Wimmer Ágnes (2003): Üzleti teljesítmény, in Wimmer Ágnes (szerk.) – Chikán Attila (szerk.): Üzleti fogalomtár, Alinea Kiadó
8. Wimmer Ágnes (2014): Teljesítménymenedzsment, in Demeter Krisztina (szerk.):

9. Termelés, szolgáltatás, logisztika – Az értékteremtés folyamatai, Complex Kiadó, ISBN 978 963 295 384 7

Internetes hivatkozások

1. <https://www.sensrtrx.com/is-your-company-culture-ready-for-manufacturinganalytics/> (2022.12.02.)
2. <https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2018/09/02/what-is-industry-4-0-heresa-super-easy-explanation-for-anyone/> (2020.02.09.)
3. <https://www.bcg.com/capabilities/operations/embracing-industry-4.0rediscovering-growth.aspx> (2020.02.09.)
4. http://abas.hu/demo/wpcontent/uploads/2019/07/kpi_kisokos_a_modern_gyartashoz.pdf (2022.12.02.)
5. <https://internetofbusiness.com/complete-guide-10-smart-factory-trends-to-watch-in2019/> (2020.02.09.)
6. 15.
https://i4ms.eu/new/LCioJXLWqAJ2b6Z79?gclid=CjwKCAiAP7xBRAvEiwAow-VaW-pDkABA79hAzN648AzXVpIQHdxaDueybBHPpLNxh27ACXJymFKhoCJQcQAvD_BwE (2020.02.09.)

Mennyire fenntartható a földgázellátás?

Csiba Péter¹

DOI: [10.29180/978-615-6342-49-2_31](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-49-2_31)

Absztrakt

A tanulmány célja az energiafogyasztás és -ellátás kérdéseinek vizsgálata és az ezzel kapcsolatos jövőbeli forgatókönyvek felvázolása, a földgáz ellátással a fókuszban. A vizsgálat háttere: a villamos energia és földgáz ára az Európai Unióban (EU-ban) már korábban növekedésnek indult, az áremelkedés üteme Oroszország Ukrajna elleni háborúja után felgyorsult.

Az EU függősége az orosz földgáz- és kőolajimporttól folyamatosan növekedett. Emellett a földgáz ára függetlenedett a kőolajétól. Ez a megállapítás a meghatározó energiahordozók árának elemzéséből vonható le. Az áremelkedés okai sokrétűek, távolról sem egyszerűsíthetők az Ukrajna elleni háború következményeire.

Szükséges a legfőbb okokat – akár a teljesség igénye nélkül is – megvizsgálni, és levonni ezekből a következtetéseket annak érdekében, hogy felvázolhassuk a jövőbeli lehetséges forgatókönyveket.

Ellátási scenáriók elemzése alapján megfogalmazható főbb konklúziók:

- működnek az EU-tagállamok szigorú takarékosági intézkedései,
- a hosszú távú szállítási szerződések és ezek árazása átgondolandó,
- a szállításhoz szükséges infrastruktúra (kritikus infrastruktúra) koordinált fejlesztése szükséges.

A konklúzióban foglaltak alapján meg kell teremteni és megteremthető az ellátásbiztonság, a megfizethetőség azonban csak a piaci szereplők (eladók, vevők, szabályozó hatóságok) következetes és tartós együttműködésével biztosítható.

Kulcsszavak: földgázellátás, infrastruktúra, fenntarthatóság

Bevezetés, pénzügy, geopolitika

Elsősorban a piaci spekulációk hatására – klasszikus tőzsdékről nagy mennyiségű pénz vándorolt az energiatőzsdékre, platformokra – már 2021 végén emelkedésnek indultak mind a gáz, mind az áram árak az európai piacokon. Ehhez a tendenciához hozzájárultak az EU azon intézkedései, melyek (egyebként nagyon helyesen) a kibocsátás csökkentést, a gazdaság zöldítését, a fenntarthatósági követelményeket fogalmazzák meg az európai gazdasági szereplők – elsődlegesen a nagy kibocsátók (energia termelők, építőanyag ipar stb.) számára. Az éghajlatváltozás tényét alátámasztó egyre nagyobb számú bizonyíték, valamint a növekvő energiafüggőség megerősítette az EU azon elhatározását, hogy a világ első klímasemleges kontinensévé és gazdaságává váljon, ugyanakkor biztosítsa, hogy az általunk elfogyasztott energia biztonságos, versenyképes, helyi forrásokból előállítható és fenntartható legyen (EU 2021/1119 rendelete, COM/2019/640). A fentiek eredményeképpen a fizikai szállítások – mind

¹ Budapesti Gazdasági Egyetem, A Fenntarthatóság Gazdasági és Társadalmi Hatásai Kiválósági Központ, Vállalkozás- és Gazdálkodástudományi Doktori Iskola, e-mail: peter.csiba55@gmail.com

gáz, mind áram esetében – a teljes kereskedett mennyiség kb. 1/3-ára estek, míg a 2/3-ot a derivatívák kereskedése tette ki. Mindez a téli időszakban teljedett ki, amikor egyébként is – a megnövekedett igények miatt – magasabbak általában az árak a nyáriaknál.

2022. február 24-én kitört az orosz – ukrán háború, mely dacára annak, hogy az orosz gáz nagy része már nem Ukrajnán keresztül jut az európai piacokra, elsősorban az ellátás biztonság feletti – egyébként jogos – aggodalom miatt, tovább növelte az árakat. Főleg és direkt módon a gázárakat, de ezen keresztül az áram árakat is. Csak illusztrációképpen a 2021 nyári 6 EUR/MWh szintről egészen a 2022 augusztusi 345 EUR/MWh csúcsig.

A bizonytalanságot tovább fokozza, hogy ukrán elektromos rendszer 2022 nyarán – 2022 június 30-án indult meg a kereskedés először Romániával, majd Lengyelországgal és Magyarországgal (ez utóbbi később „felfüggesztésre került – hivatalosan nem állt le, de 0 MW-ra csökkent az elérhető határkeresztező kapacitás) - direkt módon összekötésre került az európai elektromos rendszerrel, mely a COVID utáni időszakban megnövekedett igények miatt egyébként is kapacitás deficittel küzdött és küzd a mai napig (hiszen az alacsony ár időszakában minden szereplő igyekezett elhalasztani a termelés bővítést célzó beruházásait).

Az ukrán elektromos hálózat közel azonos méretű az európai hálózattal, eddig egy sziget üzemű térség – Burstin – kivételével nem volt szinkronizálva az európai hálózattal. Az ukrán termelés – a háború kitörése előtt kb. 50 ezer MW beépített kapacitás, referenciaként a Magyarországi 9 ezer MW – jelentős részét adják az orosz gyártmányú nukleáris reaktorok, de szén- és gáztüzelésű erőművek mellett jelentős a megújuló – elsősorban vízerőművek – részaránya is. A szinkronizálás szakszerű végrehajtására az ukrán rendszerirányító egy három éves program keretében készült – volna – fel, mely 2023-2024 fordulójára célozta az összekötést, ám ezt a háború felülírta.

Mindezekről függetlenül a nagy energiaellátó rendszereket (áram és gáz) a központi forrásból (erőmű, gázszállítói - forrás) történő elosztás jellemzi, melyben – elsősorban az áram termelésben – megjelennek a helyi termelők, ipari és lakossági kiserőművek, biogáz és egyéb források.

Ezek kapacitását jellemzően a maximális igények kielégítésére méretezik, Magyarországon áram esetében kb. 7600 MW a csúcsigény, gáz esetében kb. 91 millió m³/nap (MAVIR, 2021). Ebből adódóan a teljes kapacitás az év 8760 órájából kb. 1500 órában kihasznált. Komoly tároló kapacitások jellemzően csak a gáz hálózatban vannak, Magyarországon kb. 6,5 milliárd m³ (MAVIR 2022). Az áram hálózatok számára egyre nagyobb kihívást jelent a helyi termelői visszatáplálás, hiszen a hálózat eredetileg nem, vagy ilyen mértékű kétirányú forgalomra lett kiépítve.

Piacok

A 3. Energia csomag végrehajtását a tagállamoknak 2009 szeptemberében – a hatályba lépést követően – kellett kötelezően megkezdeni és 2020 végéig befejezni. A 3. Energia csomag az Unió által meghatározott három ellátási alapelv – biztonságos, megfizethető, fenntartható – megvalósításához szükséges kereteket fektette le és tette kötelezővé a tagállamok számára.

A csomag az alábbi öt kötelezően végrehajtandó átalakítást írta elő:

1. „Unbundling” – tulajdonosi szétválasztás: az elosztó és rendszerirányító tulajdonosok nem, vagy csak szabályozottan lehetnek kereskedői tulajdonosok,
2. a szabályozó hatóság, Magyarországon a Magyar Energetikai és Közműszabályozási Hivatal (MEKH) független kell legyen,
3. létre kell hozni az Európai Szabályozók szövetségét (Agency for Cooperation of Energy Regulators – ACER),
4. határ-keresztezőkön kötelező együttműködés (a kapacitás elosztás szabályozása),

5. nyitott és „fair” végfelhasználói piac kiépítése.

Ez az átalakítás minden tagállamban befejeződött. Ezt követően minden szabályozás ('20, '30 és 2050 klíma csomagok, EU Emission Trading System) a klímaváltozás megfékezését hivatott elősegíteni, biztosítani.

Az **EU árampiacán** a rövid távú (jellemzően éves) szerződések lettek a meghatározók, kialakult az egységes áram piac, megfelelő infrastruktúrával, jellemzően elegendő határ – keresztező kapacitásokkal (szűkösség „bottleneck” esetén gyors kapacitás bővítő beruházásokkal – pl. magyar–szlovák kapacitás 1000 MW-ról 2000 MW-ra bővült). Kijelenthetjük, hogy kialakult egy egységes európai áram piac.

Ezzel szemben az **EU gázpiacán továbbra is** a hosszú távú ellátási szerződések a meghatározók – melyekből sok még jóval az EU 3. Energia csomagja előtt kötött (pl. a magyar – orosz szerződés 2018 végével járt le, 25(!) évre szól). A hosszú távú szerződések jellemzően árformulákat alkalmaznak (azaz egy adott, a szerződés megkötésének időpontjában érvényes árhoz képest a jövőbeli aktuális árat egy formula határozza meg, jellemzően egy vagy több transzparens – pl. tőzsdén jegyzett termék vagy piaci ár – változásához képest. Jellemzően a régebbi – 2000-es évek elején kötött szerződések – olaj árhoz (Brent, Ural, gázolaj) indexáltak, míg a manapság kötöttek piaci árhoz – Európában Title Transfer Facility (TTF, Holland tőzsdei gáz ár), vagy Amerikában Henry-hub (amerikai hub ár) indexáltak. A nem bilaterális szerződések alapján értékesített gázt tőzsdéken vagy kereskedelmi platformokon kínálják eladásra. Ez utóbbiak forgalma az elmúlt 10 évben jelentősen megnőtt, komoly tőke vándorolt a klasszikus részvény és árutőzsdékről az energiatőzsdékre, mely azt eredményezte, hogy a forgalom 2/3-a derivatív termékekből adódott, nem fizikai szállításból.

A derivatív piacokon jövőbeli szállításokat értékesítenek, melynek csak egy részét kell kifizetni a szerződés megkötésének időpontjában – jellemzően kisebb részét, mely akár opciós díjhoz hasonlóan kis rész is lehet – a fennmaradó, nagyobb részt a szállítás időpontjában, azaz óriási tőke áttétellel dolgozhatnak a kereskedők. Az így keletkező termék – jövőbeli szállítási ígéret adott áron – szabadon tovább értékesíthető a tőzsdéken, platformokon harmadik félnek. E folyamat eredményeként a tőzsdei ár könnyen elszakad a fizikai realitástól, a tényleges fizikai szállítások vagy a hosszú távú szerződésekben rögzített szállítások áraitól, könnyen árfelhajtó vagy árletörő lehet az aktuális piaci trend függvényében. Így könnyen előfordulhat, hogy az így kialakult piaci ár jóval magasabb – vagy alacsonyabb – annál, amit a fizikai piaci viszonyok, a fizikai kereslet-kínálat indokolna.

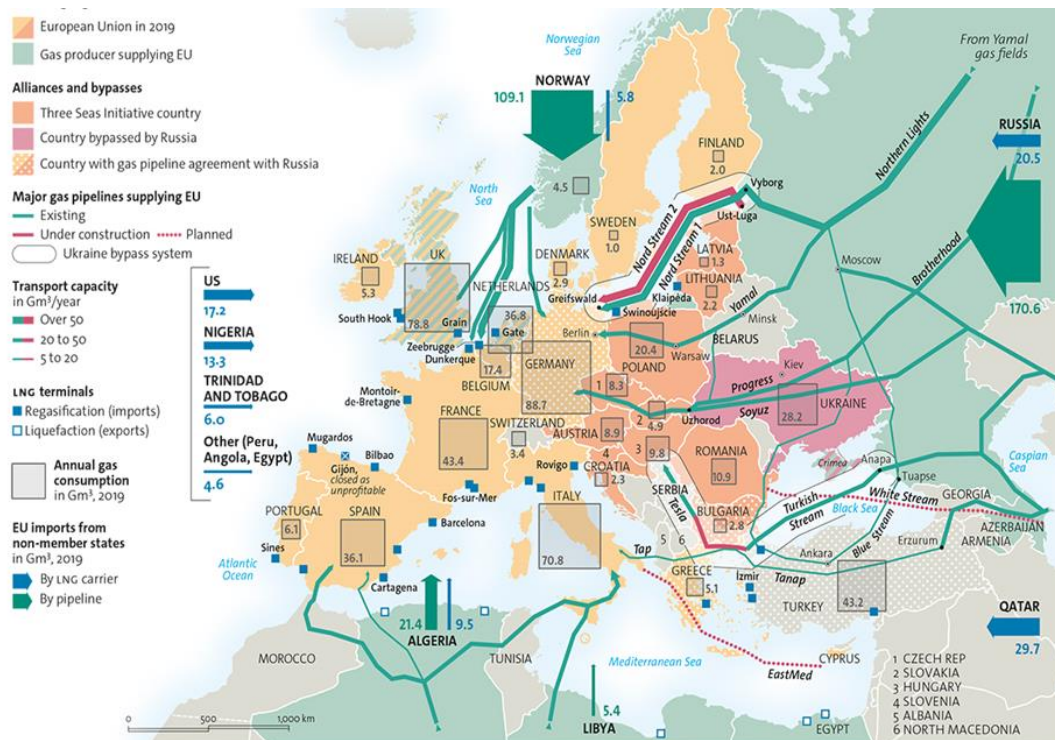
Megjegyzendő, hogy az elmúlt időszakban történtek – elsősorban az orosz–ukrán háború – fényében joggal feltételezhető, hogy egyes piaci szereplők szándékosan éltek ezen eszközökkel az árak felhajtása érdekében. E mechanizmus keretében fordulhatott elő az is, hogy a végfelhasználók maguk hajtották fel az árakat amikor az „ellátás biztonságot” a „megfizethetőséggel” szemben túlságosan is előtérbe helyezve irreálisan magas árat is hajlandóak voltak fizetni a téli időszakra szükséges gázért. (Az EU „a gáz tárolók adott %-ra való töltésének ajánlása is ez irányba hatott!)

2018-as (utolsó „normál” kereskedelmi és a COVID és válság előtt) adat szerint a globális gáz kereskedelem (gáz és cseppfolyósított földgáz (LNG) együttesen) kifizetett kereskedelmi jutalék összege meghaladta a 80 milliárd USD-t éves szinten. Ennek jelentős része kereskedelmi árrés és közvetítői jutalék, egy része azonban követhetetlen módon cserélt gazdát eladó-közvetítő-vevő relációban. Ezen összeg ¼-e az európai gázpiacon fordult meg.

Infrastruktúra

A gáz kereskedelem drága infrastruktúrát igényel, jellemzően közepes nyomású (72 bar) csővezetékeken zajlik (1. ábra). Az utóbbi 15 – 20 évben kezdett kiépülni emellett az LNG kereskedelméhez szükséges infrastruktúra: kikötők, tárolók, ezeket a hagyományos vezeték hálózattal összekötő vezetékek. Ezek jellemzően részben vagy akár egészében EU pénzügyi forrásokból épültek, az EU gázforrás diverzifikációs törekvésének keretében.

1. ábra Nagynyomású gázvezetékek Európában



Forrás: mondediplo.com/maps/gas-pipelines

A gázvezeték struktúra jellemzően kelet–nyugati irányú, igazodva a jelentős – ez esetben orosz – forrásokhoz, illetve megtalálhatók a norvég és észak-afrikai forrásokat bekötő vezetékek is.

A fenti ábrán is jól látható, hogy egyes országok esetében súlyos függőségek alakultak ki. Ilyenek pl. Németország, Közép – Kelet – Európa és Dél – Európa orosz gázellátástól való függése, gazdaságainak gázárhoz való kitettsége.

Kijelenthető továbbá, hogy az európai gáz infrastruktúra nem „egyenszilárdságú”, azaz Nyugat Európa – különösen Benelux, német térség – jóval sűrűbb hálózattal rendelkezik. Ez kereskedelmi szempontból azt jelenti, hogy ott kialakult egy egységes gáz piac (országok közötti összeköttetések, forrás diverzifikáció), míg a kelet-európai térségben ez leginkább orosz relációt jelent. Európai földgáz piac

Az európai földgáz piac egy 500 milliárd m³ méretű piac, ez adja az európai energiafogyasztás negyedét. A gázt jellemzően fűtésre és áram előállításra használja. Egyre csökkenő saját kitermelés – 30% – mellett nagymértékben – 70% - függ az importtól.

Az import legnagyobb – 47% - része orosz forrásból érkezik, ezt követi Norvégia – 34% – majd az észak-afrikai térség (Algéria, Líbia) – 9% – részesedéssel.

Az unió legtöbb országában a felhasználókat két csoportba „ipari” és „háztartási”, másképpen szabad- és szabályozott piaci felhasználókra osztották (pl. m³/óra alapú fogyasztási csoportok definiálásával) és egyes csoportok támogatott vagy maximált árakat kaphattak/kapnak a piaci ártól gyakorlatilag függetlenül. Jó példa erre a Magyarországon alkalmazott „egyetemes szolgáltatás” kategória, mely a háztartási és kis ipari fogyasztók árát maximálja egy magas szintű szolgáltatási csomag kötelezővé tétele mellett a szolgáltatóknak. Hasonló „fogyasztóvédelmi” intézkedések érvényesek Franciaországban és az energia válság eredményeképpen egyre több európai országban. Ezen intézkedések nem csak piactorzító hatásúak, de pl. a szolgáltatókat arra készítik, hogy minimalizálják költségeiket (pl. karbantartások, hálózatfejlesztések minimalizálásával) amennyiben a fogyasztói ár alacsony megtérülést vagy akár veszteséget is okoz nekik.

A legnagyobb ipari gáz fogyasztók – áramtermelők, műanyag alapanyag gyártók, vegyipari üzemek, műtrágyagyártók, cement-, csempe-, kerámia gyártók – és minden más fogyasztó, aki nem jogosult a kedvezményes tarifákra, a szabadpiaci kereskedőktől szerzi be a gáz igényét. A külön felsorolt iparágak szofisztikált beszerzők akár több évre előre is fedezik gázigényük egy-egy részét, hiszen számukra a költség ismerete a fontos, később a termék árát ehhez árazzák, míg a kisebb felhasználók a kereskedőktől jellemzően éves szerződések alapján vásárolnak.

Külön ki kell emelni, hogy a Európában a klímacélok előtérbe kerülésével a szén tüzelésű erőművek bezártak, az energiatermelés a nukleáris és gáz erőművek (a gáz erőművek kibocsátása fele a szénerőművékének, a gáz a „legtisztább” fosszilis primer energia hordozó) és a megújulók (nap, szél, vízerőművek) biztosítják. Az időjárásfüggő megújulók rohamos terjedésével azonban megnőtt a rendszer szintű szolgáltatások (primer, szekunder, terciér) iránti igény, melyet a leghatékonyabban a gáz erőművek biztosítják. A mai európai energiatermelésben a gáz erőművek egyik legfontosabb feladata – mert jól és gyorsan szabályozhatóak – az elektromos rendszer stabilitásának (frekvencia feszültség) biztosítása rendszer szintű szolgáltatások nyújtásával.

A támogatott, szabályozott áron vételező piaci csoportok rendeleti alapon való megjelenése azonban könnyen azt eredményezi, hogy a szolgáltató az itt keletkező, elvárásaihoz képest alacsony megtérülését vagy éppen veszteségét „kereszt-finanszírozza”, azaz a nem támogatott piaci szegmens árát megnöveli a támogatott piacon elszenvedett veszteségével (vagy az alacsonyabb és elvárt nyereségének különbségével).

Európa gázpiacának egy további fontos jellemzője, hogy elsősorban történelmi okok miatt, itt alakultak ki piaci óriások, azaz a források (kitermelés, hosszú távú szerződések), a disztribúció és az európai piacok (tőzsdék, platformok) likviditásának biztosítása maroknyi cég (Engie, EoN, RWE, Uniper...) „kezében” összpontosul, tehát a klasszikus versenypiaci mechanizmusok mérsékelten vagy nem érvényesülnek, ez egy oligopol piac. Európa tipikus jellemzője, míg az USA piacon például több ezer vállalat látja el ugyanezt a feladatot. Könnyen elképzelhető, hogy az ilyen óriás cégek érdek érvényesítő képessége is óriási: a gázpiaci modell kialakítása, alakítása során óriási lobby erővel állnak az európai szabályozó hatóságok mellett, mögött, vagy akár szemben, ha másképpen nem megy.

Az 1.táblázat összefoglalja azokat a legfontosabb EU szabályozásokat, amelyek alapján a kialakult a mai európai energia – azaz áram és gáz – piac a hozzá tartozó infrastruktúrával. Megfigyelhető, hogy 2018-ig a döntések főként a gázpiac felépítésére, működtetésére irányultak. Ezt követően a szabályozás egyre inkább a fenntarthatóság és a kibocsátás csökkentést, ennek mérését, ellenőrzését célozza. A trend talán egyik legfontosabb dokumentuma az „EU Green Deal” és az e köré épülő szabályozások

1. táblázat A földgáz piac jogi szabályozásának jellemzője

Szabályozás éve	Dokumentum	Földgáz ellátás szempontjából releváns	Elérhetőség
2022	LNG (cseppfolyósított földgáz)	LNG – mint az ellátás diverzifikálás eszköze	https://energy.ec.europa.eu/system/files/2022-02/EU-US_LNG_2022_2.pdf
2021	EU Green Deal	EU „Zöld Csomag” klíma célok 2050-ig	https://ec.europa.eu/info/publications/delivering-european-green-deal_en
2018	EU hosszú távú energia stratégia	Teljes üvegház hatású gázemisszió 30 évre	https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.L_.2018.328.01.0001.01.ENG
2015	EU Energia Unió	Energia Unió létrehozása az állampolgárok biztonságos, megfizethető és fenntartható energia ellátására	https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=C-OM:2015:80:FIN
2013	Gázellátási útvonalak, források diverzifikációja	Források útvonalak diverzifikálásával ellátásbiztonság, versenyképesség	https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=C-ELEX:32013R0347
2009	Gázhálózati szabályzás	Az európai gázhálózat kereskedelmi szabályzata	https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=C-ELEX:32009R0715
2009	Hozzáférés a gázhálózatokhoz	Hozzáférés és kivételek szabályozása	https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=C-ELEX:32009R0715

Forrás: saját gyűjtés

Válságok

2019-2020-ban egy nem várt, nem előre jelzett esemény a COVID világjárvány és az általa okozott válság söpört végig a világpiacon, így az európai gázpiacon is. A háztartási fogyasztók fogyasztása jellemzően növekedett, az ipari fogyasztóké – akár drasztikusan is – lecsökkent. Az ellátásukat biztosító kereskedők nem tudták eladni a végfelhasználók felé a leszerződött mennyiségeket, közben forrás oldalon át kellett venniük (vagy ki kellett fizetniük) az ellátási szerződésben szereplő mennyiségek egy részét vagy egészét – sokszor igen bonyolult szerződéses klauzulák alapján. Az európai gáztárolók megteltek, a felhasználás tovább csökkent, a gáz ára mélypontra került, akár 3-6 EUR/Mwh áráig (TTF, 2022). Szükségessé vált a termelés visszafogása, ez azonban bonyolult és gyakran vissza nem fordítható folyamat (bezárt gáz vagy olajkút nem, vagy nehezen termelhető ki újra), nem beszélve arról a helyzetről, hogy a termelők a vásárlók átvételi kötelezettségére hivatkozva

próbálták fenntartani a termelést. Így könnyen érthető, hogy ezek a tényezők – az általános válság mellett – további feszültséget vittek a gázellátás rendszerébe. A gáz ellátási lánc szereplői a termelés, a beruházások visszafogásával, létszám leépítéssel, cégeladásokkal reagáltak a kereslet drasztikus visszaesésére. Megjegyzendő, hogy Oroszország ekkorra már üzembe helyezte a „North Stream I.” vezetékét, támogatta a Déli folyosó építését (ez lényegében a Nabucco vezeték Magyarországig megépült szakasza, de az egyes szakaszokat a résztvevő országok – Bulgária, Szerbia, Magyarország – építették meg, jelenleg főként ezen a vezetéken érkezik Magyarországra az orosz gáz) és építette a már elkészült, de át nem vett „North Stream II.” vezetékét. A COVID után megfigyelhető a visszapattanó hatás, ismét nőtt a fogyasztás, ezzel az ipari termelés is és ezzel újra növekedett az energia, így a gáz iránti igény is. Ebben az időszakban a világot az ellátási láncok sérülékenysége sokkolta (légi szállítás akadozása, Suez-i-csatorna „baleset” stb.). Az ellátás akadozásával, a kereslet növekedésével emelkedett a termékek ára is. Földgáz esetében ezek a hatások ráakódottak a már fentebb leírt tőzsdei, piaci folyamatokra, így a gáz ára – ezzel az áram ára is – emelkedni kezdett, mely folyamatnak további lökést adott az olajárak világpiaci emelkedése is. Mindezek mellett 2022 február 24-én Oroszország megtámadta Ukrajnát. Tehát az az ország, ahonnan az európai földgáz ellátás 47%-a származik – Oroszország – és az az ország, amelyen ezt a gázt a korábbiakban át kellett szállítani – Ukrajna – háborúban állt – és áll a mai napig - egymással. A hatás sokkoló volt az európai gázpiacok szempontjából, a gáz ára Európában 2022 augusztusában elérte az eddigi legmagasabb, 345 EUR/Mwh (TTF, 2022) értéket.

Konklúzió - Fenntarthatóság

A földgázellátás az európai gazdaság érdekében – elsősorban az áramellátás biztosítása miatt – fenntartható kell, hogy legyen!

Az eddig leírtak alapján komplex okok miatt állt elő a jelenlegi földgáz ellátási helyzet, komplex megoldás segítheti az ellátás fenntarthatóságát és az ellátás a fontos elemeinek – ellátásbiztonság, megfizethetőség, fenntarthatóság – fokozatos javítását.

Az Európai Unió számos intézkedést fogantatosított, javaslatot tett. Ilyenek például:

- a takarékosagra való felhívás – elemzések szerint az orosz import kb. fele, azaz közel 100 milliárd m³, megtakarítható egyszerű intézkedésekkel, mint pl. fűtés beállított hőmérsékletének csökkentése,
- szolidaritási adó bevezetése (windfall tax) – azon vállalatok extra adója, amelyek az előállt helyzet miatt – és nem saját, jobb teljesítményből adódóan – extra profitra tettek szert. Az így keletkező bevétel támogatások forrása.

- szankciók bevezetése Oroszországgal szemben,
- javaslat közös gáz beszerzésre az európai tárolói készletek 15%-ig,
- „price cap” vagy dinamikus árfolyosó alkalmazása a gázárak letörésére (ezt közben a piac „megoldotta” hiszen a spot gázárak 100 EUR/MWh alá csökkentek (a '23 évenszállítású termék is 140 EUR/Mwh körül mozog) a tervezett 180 EUR/MWh ársapkával szemben,
- energia piacok működésének javítására vonatkozó javaslatok (pl. a derivatívák szabályozása, korlátozása).

A szankciók hatásosságáról számos vita folyik, de gazdasági szakemberek egyöntetű véleménye, hogy a szankciók hatásosak, ha nem is azonnal, de középtávon biztosan.

A fenntarthatóság fontos támasza az „EU Green Deal action plan” (EU zöld akció terv), mely 2050-ig a klíma semlegesség elérését tűzi ki célul. Ezen cél elérését segíti az „EU taxonomy regulation” (EU taxonómia), mely az EU keretein belül egy csoportosítási rendszert hoz létre a fenntarthatósági intézkedések értékelésére. A taxonómiához kapcsolódóan az EU – bizonyos vállalat méret felett – jelentési kötelezettséget ír elő, melyet 2023-ig az NFRD (Non Financial Reporting Directive) majd a CSRD (Corporate Social Responsibility Directive) ír elő. A taxonómiában csoportosított befektetések megfelelnek az 2006-ban meghatározott „Felelős befektetések irányelvei”-nek (UN Principles for Responsible Investment, UN PRI) és a felelős befektetői magatartás mellett elkötelezett vállalatok beépítik ezen elveket a működésükbe az ESG (Environment, Social and Government, azaz környezetvédelmi, társadalmi és kormányzati) keretrendszerben. (Radácsi, 2021). Nagyon fontos lépés volt a gázellátás fenntarthatóságának megítélése szempontjából, hogy az Európai Unió minden gáz és nukleáris iparba történő befektetést a klíma változást mértékét csökkentőnek, azaz fenntarthatónak minősített.

Irodalomjegyzék

1. A BIZOTTSÁG KÖZLEMÉNYE AZ EURÓPAI PARLAMENTNEK, AZ EURÓPAI TANÁCSNAK, A TANÁCSNAK, AZ EURÓPAI GAZDASÁGI ÉS SZOCIÁLIS BIZOTTSÁGNAK ÉS A RÉGIÓK BIZOTTSÁGÁNAK Az európai zöld megállapodás COM/2019/640 final
2. Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2021/1119 rendelete (2021. június 30.) a klímasemlegesség elérését célzó keret létrehozásáról és a 401/2009/EK rendelet, valamint az (EU) 2018/1999 rendelet módosításáról (európai klímarendelet)
3. Proposal for a revised electricity Directive – Az új villamos energia irányelv
i. https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:c7e47f46-faa4-11e6-8a35-01aa75ed71a1.0008.02/DOC_1&format=PDF
4. Radácsi,L. (2021): Felelős és fenntartható vállalat. Saldo Kiadó
5. Tiszta energia minden európainak - COM (2016) 860 final
<https://ec.europa.eu/energy/en/news/commission-proposes-new-rules-consumer-centred-clean-energy-transition>

Internetes források (Letöltés ideje: 2022. 10.15)

1. https://energy.ec.europa.eu/system/files/2022-02/EU-US_LNG_2022_2.pdf
2. https://ec.europa.eu/info/publications/delivering-european-green-deal_en
3. https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.L_.2018.328.01.0001.01.ENG
4. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=COM:2015:80:FIN>
i. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:32013R0347>
5. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:32009R0715>
6. MAVIR: <https://www.mavir.hu/web/mavir/adatpublikaciok-es-kiadvanyok>

7. mondediplo.com/maps/gas-pipelines
8. TTF: <https://tradingeconomics.com/commodity/eu-natural-gas>

Globális értékláncok és innovativitás Magyarországon

Csonka László¹

DOI: [10.29180/978-615-6342-49-2_5](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-49-2_5)

Absztrakt

A 21. század gazdaságának két meghatározó jellemzője a transznacionális, multinacionális vállalkozások – és az általuk létrehozott globális értékláncok – meghatározó szerepe, valamint az innováció, az innovativitás szerepének előretörése a vállalati erőforrások, tevékenységek között a nemzetközi versenyképesség biztosítása érdekében. Az elmúlt években egyre több kutatás rámutatott, hogy a globális értékláncok nemcsak a technológiai felzárkózás egyik fontos lehetséges csatornája, de a tudásáramláshoz is jelentősen hozzájárulhatnak. E két trend kölcsönhatása azonban nem automatikusan pozitív, sok esetben kérdéseket vetve fel, hogy, létrehozhatnak-e olyan pozitív hatásokat, amelyek jelentősen hozzá tudnak járulni egy-egy vállalkozás, vagy akár ország gazdasági fejlődéséhez. Magyarország is jelentős erőfeszítéseket tett a rendszerváltás óta a külföldi működőtőke vonzására, amely az ország jelentős beágyazottságát eredményezte a nemzetközi kereskedelmi folyamatokba, a globális értékláncokban. Ugyanakkor az ettől a kapcsolattól remélt előnyök realizálása nem teljes mértékben történt meg, a hazai innovációs rendszer teljesítménye még mindig elmarad a fejlett országok színvonalától. A magyar autóipar példája is rávilágít arra, hogy a globális értékláncok elsősorban a folyamat-korszerűsítést, ritkábban termékinnovációk elérését teszik lehetővé a helyi beszállítók számára, de nem a funkcionális fejlődést. Ez pedig rávilágít arra a tényre, hogy pusztán Magyarország vonzóvá tétele a globális vállalkozások és értékláncaik különböző elemeinek idetelepítése szempontjából nem elégséges ahhoz, hogy hatékonyan támogassuk a tudásalapú gazdaság erősödését, gazdasági növekedést, az innováció-vezérelt felzárkózást.

Kulcsszavak: értéklánc, innováció, versenyképesség, Magyarország, autóipar

Bevezetés

A 21. század gazdaságának két meghatározó jellemzője a transznacionális, multinacionális vállalkozások – és az általuk létrehozott globális értékláncok – meghatározó szerepe, valamint az innováció, az innovativitás szerepének előretörése a vállalati erőforrások, tevékenységek között a nemzetközi versenyképesség biztosítása érdekében. Azok a vállalkozások vagy területek, amelyek aktívak voltak ezeken a területeken – köztük számos fejlődő ország és vállalkozásaik - az elmúlt évtizedekben, jelentős gazdasági növekedést, versenyképességük javulását tudták elérni. E két trend kölcsönhatása azonban nem automatikusan pozitív, sok esetben kérdéseket vetve fel, hogyan hatnak egymásra, létrehozhatnak-e olyan pozitív hatásokat, amelyek jelentősen hozzá tudnak járulni egy-egy vállalkozás, vagy akár ország gazdasági fejlődéséhez, kiegészítve azok helyi erőforrásait.

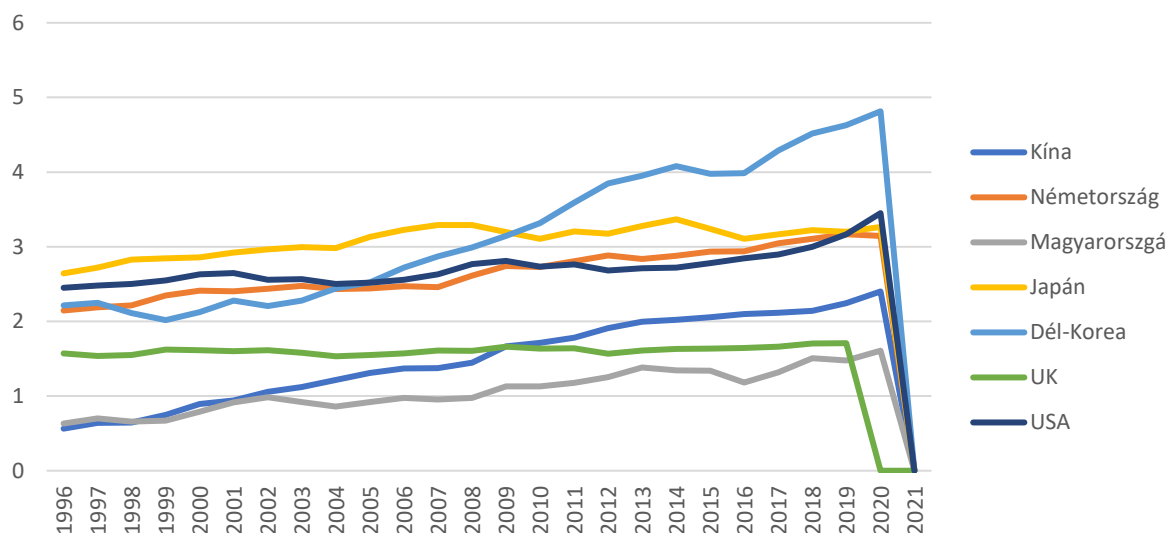
Kutatás-fejlesztés és innováció

Az elmúlt század '70-es éveitől kezdve a számítástechnológia robbanásszerű fejlődése egy új időszakot, a számos szakértő által harmadik ipari forradalomnak nevezett időszakot hozta el. Ettől az időszaktól kezdve az információs és kommunikációs technológiák utat nyitottak a tudásgazdaságok kialakulásának, megerősödésének. A tudásgazdaságok esetében a gazdasági

¹ Budapesti Gazdasági Egyetem, Külkereskedelmi Kar, Nemzetközi Kereskedelem és Logisztika Tanszék; Jövő Értékláncai Kiválósági Központ, e-mail: csotka.laszlo@uni-bge.hu

siker egyre nagyobb mértékben olyan immateriális erőforrások hatékony használatán múlik, mint a tudás, a képességek, az innováció, amelyek a versenyképesség fő összetevőivé váltak.

1. ábra: K+F ráfordítások alakulása a GDP %-ában



Forrás: data.uis.unesco.org

A legfejlettebb országok az elmúlt évtizedekben jelentősen növelték kutatás-fejlesztési (K+F) erőfeszítéseiket, ráfordításaikat (1. ábra), fejlesztették a humán erőforrásukat, s annak érdekében, hogy a tudásgazdaságokhoz szükséges tudás minél szélesebb körben rendelkezésre álljon, jelentős befektetéseket eszközöltek a tudás előállításának, terjesztésének és felhasználásának folyamataiba. Ezáltal fejlett innovációs rendszerek alakultak ki, amelyek elő tudták segíteni ezeket a folyamatokat (Lundvall, 2017). A fejlett országok innovációs rendszerei pozitívan hozzá tudnak járulni a vállalkozások innovativitásához is, ezáltal nemzetközi versenyelőnyhöz juttatva ezen vállalkozásokat. E trendet igyekeznek követni Magyarország is, amelynek részeként számos erőfeszítés történt az innovációs rendszer fejlesztése, megerősítése érdekében, ám a rendszerváltást követő két évtizedben a K+F ráfordítások mértéke nem érte el a bruttó hazai termék (GDP) 1 százalékát sem. A 2000-es évek első évtizedének vége felé indult mérsékelt növekedésnek a magyar K+F ráfordítás mértéke, amely a GDP 1,6 százalékig nőtt 2021-re, ám ezzel együtt sem sikerült érdemben csökkenteni a hazai innovációs rendszer teljesítményének elmaradását a fejlett országok teljesítményének átlagától.

A mai globalizált gazdasághoz vezető folyamat a kereskedelem, majd a termelés nemzetköziesedésével indult a II. világháborút követően, és teljesedett ki a 20. század végére. A világháborút követően minden korábbinál gyorsabb technológiai fejlődés vette kezdetét, ahogy a világ államai egyre többet költöttek kutatásra és fejlesztésre. A globális infrastruktúra, a szállítási technológiák, a kommunikációs eszközök és technológiák fejlődése megteremtette az alapokat a globális termelési hálózatok, majd globális értékláncok kialakulásához. A gyártástechnológiák fejlődése, az információs és kommunikációs technológiák pedig tovább erősítették ezt a folyamatot, lehetővé téve a termelés modularizációját, az értékláncok 'feldarabolását'. A 20. század végére pedig megindult a kutatás-fejlesztés és az innováció (KFI) nemzetköziesedése is.

A KFI nemzetköziesedését három nagy hullámra lehet bontani. A vállalkozások először a hazai tudásbázison létrehozott technológiák és innovációk nemzetközi kiaknázására

törekedtek. Ebben az első szakaszban – jellemzően a '80-as és '90-es években – a vállalkozások elsősorban még mindig a szervezet központjában létrehozott új tudásra és innovációkra támaszkodtak, és a nemzetköziesedés ezeknek a termékeknek a globális piacokon való kiaknázására korlátozódott. A fejlődés egy következő szakaszában a vállalkozások globális hálózatokat hoztak létre – vállalkozáson belül – az innovációk létrehozása érdekében. E globális hálózat kialakításához a transznacionális vállalkozások megkeresték azokat a releváns tudásforrásokat, régiókat, helyszíneket, ahol a vállalkozás működéséhez hasznos tudás elérhető és hasznosítható, és ott jelennek meg különböző szervezeti formában. Ez egy jelentős változást jelentett a vállalati KFI rendszerek szervezeti kereteiben, hiszen egy központosított, zárt rendszerről a vállalkozásoknak át kellett állniuk egy decentralizált, hálózatos szervezeti működésre. A harmadik fázisban ezek az együttműködések kiléptek a vállalaton kívülre, és vállalatok – és egyre inkább különböző szervezetek, pl. felsőoktatási intézmények, kutatási szervezetek, – közötti kutatási, technológiai, innovációs együttműködések alakítottak ki világszerte az új termékek, szolgáltatások kifejlesztése érdekében (Archibugi, Iammarino, 2002).

A KFI együttműködések az elmúlt három évtizedben jelentős bővülést mutattak globálisan (Hagedoorn, 2002). Eleinte a Triád országok vállalatai jártak élen ebben a folyamatban, és kezdtek egyre intenzívebb együttműködésekbe egymást között (Cantwell & Iammarino, 1998). A 21. századra viszont mind újabb régiók kapcsolódtak be ebbe a globális tudáshálózatba: A közép- és kelet-európai országok a rendszerváltást követően, illetve ezzel részben párhuzamosan egyre több ázsiai, dél-kelet ázsiai ország is vonzó célponttá vált, ahogy a tudást előállító infrastruktúrájuk, innovációs rendszereik fejlődésnek indultak. De nemcsak földrajzi bővülés volt megfigyelhető a KFI együttműködések esetében, hanem a részvevő szervezetek sokszínűsége is megugrott az elmúlt időszakban. Már nemcsak vállalkozások működnek együtt (pl. beszállítók, vevők), de egyre jelentősebbé vált az ipar és az egyetem, felsőoktatás közötti együttműködés, és számos más (köz- és magánfinanszírozású) kutatóintézet és támogató szervezet is megjelent ebben a folyamatban. Minél sokszínűbb és hasznosabb lett egy-egy helyszín tudásinfrastruktúrája, annál vonzóbbá vált a transznacionális, multinacionális és helyi vállalkozások számára (Van Assche, 2017).

A KFI együttműködések számának növekedése mögött a kockázat- és erőforrásmegosztás lehetősége, az abban rejlő előnyök is fontos tényezők. Az egyre gyorsabb ütemű technológiai fejlődéssel, az egyre komplexebb, tudásintenzívebb termékek fejlesztésével ugyanis a vállalkozások egyedül egyre kevésbé képesek megbirkózni. Az együttműködések ezen a téren lehetővé teszik a gyorsabb és hatékonyabb működést. A vállalkozások gyakorlatában egyre inkább általánossá válik a nyílt innováció modellje (Chesbrough, 2003), amikor a kutatás és a fejlesztés folyamán egyrészt egyre inkább külső forrásokra (is) támaszkodnak, sőt tudatosan keresik is a releváns partnereket létező problémáik, technológiai és innovációs igényeik kielégítésére. Másrészt pedig arra is felkészülnek, hogy saját fejlesztéseiket – amennyiben azok sikeresnek bizonyulnak, de valamilyen okból kifolyólag nem illeszkednek a vállalkozás saját stratégiájához – akár külső szervezeteken, leányvállalatokon keresztül hasznosítsák ahelyett, hogy a költségeket leírva a piaci bevezetés előtt lezárják a fejlesztési folyamatot.

A külső tudásforrás, a KFI együttműködés azonban nem jelentheti egyedüli forrását a vállalkozások kutatási, innovációs eredményeinek. A vállalkozáson belül mindig szükségesek olyan képességek és készségek, amelyek lehetővé teszik a tudás termelését, hasznosítását. Ez az abszorpciós képesség elengedhetetlen a vállalkozások részéről, hogy sikeresen tudjanak bekapcsolódni KFI együttműködésekbe, és hasznosítani tudják e tevékenység potenciális eredményeit (Cohen & Levinthal 1990). Nemcsak az élenjáró innovátor vállalkozásoknak fontos tehát, hogy (jelentős) anyagi és emberi erőforrásokat biztosítsanak a kutatás, fejlesztés és innováció folyamataira. Azok a vállalkozások is, amelyek 'csupán' lépést kívánnak tartani iparáguk, szakterületük fejlődésével, beruházásokra kényszerülnek a tudás előállításába,

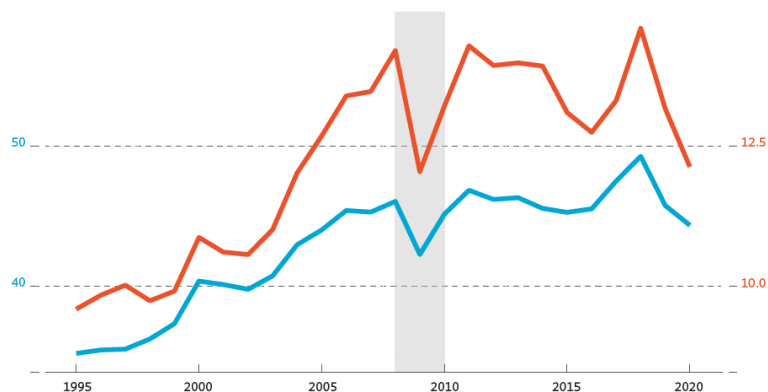
hasznosításába. E téren a kis- és nagyvállalkozások, helyi vagy globális szervezetek eltérő helyzetben vannak, de egyikük sem lehet sikeres anélkül, hogy megfelelő erőfeszítéseket tegyen. A nagyobb, globális vállalkozások jelentősebb erőforrásaiknak köszönhetően a legnagyobb K+F ráfordítással rendelkező szereplőknek számítanak globálisan és Magyarországon is. Jellemzően képesek formális K+F szervezetet kialakítani, széles humán erőforrás bázissal rendelkeznek, és akár több technológiai területen is aktívak tudnak lenni. Együttműködések kialakítására és fenntartására is szélesebb erőforrásokkal rendelkeznek a kisebb vállalkozásokhoz képest. A kis- és közepes vállalkozások (kkv-k) ugyanakkor rugalmasan, gyorsan tudnak reagálni a kihívásokra a kevésbé merev szervezeti felépítésüknek köszönhetően, a saját szűk szakterületükön megfelelő humán erőforrásokkal rendelkezhetnek, és általában nagyobb kockázatot tudnak vállalni – egy-egy innováció, újítás bevezetésével – mint azok a nagyvállalkozások, amelyek jelentős piacaik védelmét is szem előtt tartják. A kkv-k – méretüknél fogva – ritkán engedhetik meg maguknak, hogy formális K+F szervezetet hozzanak létre a vállalkozáson belül. Ugyanakkor az innovációknak nemcsak a formális K+F lehet a forrása, hanem számos egyéb vállalati tevékenység is: innováció menedzsment, munkatársak képzése, gépek vásárlása, szellemi tulajdonjogok vásárlása stb. Nemzetközi kutatások arra is rávilágítottak, hogy miközben a kkv-k nem annyira erősek a formális K+F-alapú innovációs tevékenységekben (STI innovációk)², mint nagyvállalati társaik, aközben viszont nagyon is aktívan részt vesznek egyéb tudás-előállítási, -hasznosítási, és tanulási folyamatokban. Ezek sok esetben gyakorlati, a mindennapi működésből merített tapasztalatok, források, amelyek új termékekhez, szolgáltatásokhoz vezethetnek (DUI innovációk) (Parrilli & Heras, 2016). A legsikeresebb vállalkozások ugyanakkor képesek e két innovációs forrást ötvözni, és mindegyikből meríteni nemzetközi versenyképességük erősítése, megtartása érdekében.

Globális értékláncok

A nemzetköziesedés folyamatának fő haszonélvezőivé és motorjává a globális értékláncok váltak az elmúlt évtizedekben. Szerepük a nemzetközi kereskedelemben – az indirekt export és import folyamatokon keresztül – is meghatározóvá vált (lásd 2. ábra) (ADB, 2021). A globális értékláncok tevékenységének aránya a globális GDP-ben a 2010-es évekig növekedett (WTO, 2019), és az értékláncok nemcsak a termelés folyamatát, hanem az egyéb kapcsolódó, értékteremtő folyamatokat is magába foglalják, mint pl. a kutatás-fejlesztés, humán erőforrás menedzsment, beszerzés stb. A nagyvállalatok globális értékláncaik kialakításakor általában két fő tényezőt vesznek figyelembe: a hatékonyság vagy a tudás növelésének lehetőségét. Az egyes 'lokációk' erőforrás ellátottsága (tőke, munkaerő, tudás) sajátos egyveleget képvisel, eltérő komparatív előnyökkel, amelyeket a globális nagyvállalatok kiaknáznak (termelési) költségeik csökkentésére, versenyképességük javítására (Dunning 1998, Van Assche 2017). Ahogy a 21. században egyre inkább a tudás, az innováció vált a meghatározó gazdasági erőforrássá, tevékenységgé, úgy vált egyre fontosabbá, hogy a globális értékláncok horizontálisan is integrált rendszereket hozzanak létre – akár szervezeten belül, akár szervezet között –, kiaknázza a különböző helyszínek tudásbázisában rejlő különbségeket (Cantwell és Mudambi 2005, Nieto és Rodriguez 2011). A tevékenység globális értékláncokba történő 'kiszervezése' ugyanakkor nemcsak a transznacionális vállalkozások számára rejt előnyöket. Számos fejlődő ország felismerte, hogy bekapcsolódva ezekbe a globális hálózatokba, felgyorsítható a gazdasági felzárkózás folyamata, és a globális értékláncok a helyi gazdaság számára is számos előnnyel járnak (Morrison et al. 2008, Pietrobelli & Rabelotti, 2011).

² STI: science, technology innovation, DUI: doing, using interacting

2. ábra: Globális értékláncokban való részvételi arányok globálisan, 1995-2020



Megjegyzés: Kék vonal – kereskedelmi kapcsolat, Piros vonal – termelési kapcsolat
 Forrás: ADB (2021)

A globális értékláncok megjelenése olyan új régiókban és országokban, amelyek gazdaságilag elmaradottabbnak számítottak Nyugat-Európánál és Észak-Amerikánál, hozzájárult a 2000-es évek gazdasági konvergenciájához (OECD, 2017). Hatásuk kiemelkedő a nemzetközi kereskedelmi kapcsolatokban, a külföldi tőkebefektetések révén megvalósuló technológia transzferben, vagy éppen a humán erőforrás áramlásán keresztül. A külföldi tőkebefektetések révén Közép-Kelet-Európában és Dél-Kelet-Ázsiában is megindult először a feldolgozóipari kapacitások kiépülése, a technológiai színvonal pedig ugrásszerűen közeledett a legfejlettebb országok szintjéhez. A globális értékláncok terjeszkedésének fő hajtóereje a kezdetekben jellemzően az olcsó(bb) nyersanyag, az olcsó(bb) de jól képzett (vagy képezhető) munkaerő voltak. Ebben a fázisban a globális nagyvállalatok elsősorban a termelési folyamatok modularizálására, globális szintű optimalizálására fókuszálnak. Bekapcsolódva a nemzetközi gazdaság körfolyamataiba, a fejlődő országok képesek voltak elősegíteni a helyi gazdaság – elsősorban a feldolgozóipar – képességeinek és készségeinek fejlődését. Európában a különböző államok eltérő mértékben vesznek részt a globális értékláncokban. Szlovákia, Magyarország vagy éppen Csehország magas szinten integrálódott a globális értékláncokba, csakúgy, mint számos más ország Nyugat-Európából, bár egy nagy különbséggel: utóbbiak inkább a globális értékláncok központjainak adnak helyet, míg előbbi országokban inkább a globális leányvállalatok és beszállítók tevékenysége a jellemző (Kersan-Skrabic 2019). Ezen vállalatok számára is tartogat számos előnyt és fejlődési lehetőséget a globális értékláncokba való bekapcsolódás.

A szakirodalom jellemzően négy típusba sorolja a fejlődési lehetőségeket:

- folyamat-korszerűsítés: a hazai hozzáadott érték növelése jobb technológiák és hatékonyabb termelési rendszerek bevezetésével;
- termék-korszerűsítés: új, komplexebb (és magasabb értékű) termékek gyártása;
- szektorok közötti fejlődés: az elsajátított termelési tudás segítségével más – magasabb hozzáadott értéket biztosító – ágazatokra történő áttérés;
- funkcionális fejlődés: új tevékenységek megszerzése az értékláncon belül, amelyek magasabb képességeket és hozzáadott értéket tartalmaznak (Humphrey & Schmitz, 2002).

A globális nagyvállalatok jellemzően nyitottak beszállítóik támogatására az első három esetben, ám funkcionális előre lépésre – amely pedig a legtöbb haszonnal kecsegtetné a fejlődő országok vállalkozásait – jellemzően kevesebb lehetőség kínálkozik. A termelési kapcsolatokra építő fejlődési pálya csak egy bizonyos szintig képes a fejlődésben és felzárkózásban támogatni a vállalkozásokat és országokat, addig, amíg a tevékenységeket befogadó országokban el nem kezdenek az erőforrások árai közeledni a fejlett országokban ismert szintekhez. Ez a helyzet vezet el a közepes jövedelmű országok csapdájához (middle-income trap), amennyiben ezek a fejlődő országok nem képesek termelékenységüket a megfelelő ütemben javítani, és képességeiket az innováció szolgálatába állítani. Számos szerző ráadásul azt is kétségbe vonja, hogy a globális értékláncok valóban be tudják-e váltani a hozzájuk kapcsolt pozitív reményeket (OECD, 2013), és inkább arra hívják fel a figyelmet, hogy az alacsony hozzáadott értéket termelő tevékenységek könnyebben elkülöníthetők földrajzilag és átadhatók beszállítóknak (Bair & Gereffi 2001, Pavlinek & Zenka 2011). Így a beszállító vállalkozások megragadhatnak ezen alacsonyabb szintű tevékenységeknél, míg a globális vállalkozások megtartják maguknak a magas hozzáadott értéket termelő tevékenységeket.

Az elmúlt években egyre több kutatás rámutatott, hogy a globális értékláncok nemcsak a technológiai felzárkózás egyik fontos lehetséges csatornáit, de a tudásáramláshoz is jelentősen hozzájárulhatnak (Breschi & Lissoni, 2001). A nemzetközi tudásáramlás számos új inputot biztosíthat a helyi gazdaságok, vállalkozások innovativitásának előmozdításához, amennyiben számos egyéb körülmény, például az abszorpciós képesség is biztosított. Az endogén növekedésemelvények alapján a tudásáramlás az egyik meghatározó folyamata a technológiai változásnak és gazdasági növekedésnek (Romer, 1990). Az elmúlt években több kísérlet is született ennek a hatásnak a mérésére, amelyek többnyire azzal az eredménnyel jártak, hogy a globális értékláncoknak pozitív hatása van a tudásáramlás folyamataira. Ez a hatás akkor a legerősebb, amennyiben a két partner fejlett és fejlődő országban található (Tajoli & Felice, 2018), illetve, ha minél hosszabb múltra tekint vissza a két partner kapcsolata (Isaksson et al. 2016).

A globális értékláncok és a tudásáramlás/innovativitás kapcsolatát ugyan egyre több kutatás vizsgálja, de egyelőre viszonylag kevés foglalkozik ezek közül Közép-Kelet-Európával. Érdekes módon, a kevés tanulmány meglehetősen vegyes képet fest: bizonyos körülmények között a globális értékláncok ebben a régióban is pozitívan hatnak a tudásáramlásra, ám bizonyos esetekben ez a hatás akár negatív is lehet. Csehországban Stejskal & Petr (2015) tanulmánya arra világított rá, hogy az önállóan KFI-t végző, vagy a gyenge abszorpciós képességekkel rendelkező vállalkozások esetében negatív lesz ez a hatás. Prokop et al. (2021) általánosabban világít rá arra a helyzetre, hogy ebben a régióban a vállalkozások még mindig inkább a saját KFI képességeikre támaszkodnak, kevésbé aktívak KFI együttműködésekben a jelentős beáramló külföldi tőke és tudás ellenére.

A magyarországi autóipar esete

Magyarország is jelentős erőfeszítéseket tett a rendszerváltás óta a külföldi működőtőke vonzására, amely az ország jelentős beágyazottságát eredményezte a nemzetközi kereskedelmi folyamatokba, a globális értékláncokban. Ugyanakkor az ettől a kapcsolattól remélt előnyök realizálása nem teljes mértékben történt meg, inkább egy duális gazdasági szerkezet alakult ki (Boda 2017, Lengyel & Leydesdorff, 2015). A gazdaság felzárkózása megindult a '90-es éveket követően, de az ország még mindig messze van a fejlett gazdaságok szintjétől, és a kutatás-fejlesztés és innováció terén is még jelentős a lemaradásunk.

A magyar autóipar több szempontból is releváns terepet kínál annak megvizsgálásához, hogy a hazánkban megtelepedett globális értékláncok mennyire járulnak hozzá a helyi gazdaság innovativitásához. Az autóipar a feldolgozóipari kibocsátás csaknem 28 százalékát adja, a

GDP 5 százalékát biztosítja, és a foglalkoztatásban is 4 százalékos a részesedése, miközben az ágazat kibocsátásának 90 százaléka export (HIPA, 2019). A duális ágazati szerkezet itt is megfigyelhető: a meghatározó autóiipari vállalkozások Magyarországon (is) néhány nagy multinacionális leányvállalat (Suzuki, Opel, Audi, Mercedes), amelyek mellett a helyi értékláncaikban, vagy beszállítói láncokban néhány további multinacionális leányvállalatot (pl. Bosch, Visteon, Denso) találunk az első körös beszállítók között, míg mellettük a beszállítói lánc többi szereplője a jellemzően kis méretű helyi vállalkozás.

Előbbiek esetében kisebb-nagyobb jelentőséggel megjelenik a saját KFI, de jellemzően nem a kulcskompetenciák terén. Utóbbiak körében az önálló működés meglehetősen korlátozott. Beszállítói feladataikat jellemzően a megrendelőtől kapott meglehetősen részletes leírások, utasítások alapján készítik el, így a korábban említett termék-korszerűsítés meglehetősen ritka a körükben. Sokkal jellemzőbb a folyamatok korszerűsítése, amely részben elvárás is a multinacionális megrendelők részéről, részben viszont a vállalkozások saját kapacitásainak és képességeinek is az egyik fontos eredménye. Korlátozott abszorpciós képességeik és együttműködési hajlandóságuk azt ugyan lehetővé teszi, hogy termelési eszközeiket folyamatosan naprakészen tartsák, de arra már ritkán van erőforrásuk, hogy a beszállítandó termékeket saját maguk fejlesszék ki, vagy akár csak továbbfejlesszék az eredeti terveket és megoldásokat. Ebben korlátozott humán erőforrásaik sem tudják érdemben segíteni a vállalkozásokat. Kevés hazai kkv tud alkalmazni kutatókat vagy fejlesztőket, hogy hosszú távon biztosítani a vállalkozás KFI tevékenységeit. Egyrészt nagyon jelentős egyéb erőfeszítéseket igényelne a vállalkozásoktól, hogy a saját KFI eredményeik által elért magasabb hozzáadott értéket érvényesíteni tudják a piacon, másrészt pedig látszólag nem is szorulnak rá erre, hiszen a hosszú távú szerződéseik révén gazdasági helyzetük stabilnak tűnhet. Ugyanakkor számos példát szolgáltat az autóiipar arra, hogy egy-egy megrendelő csupán néhány dollárral (euróval) olcsóbb ajánlatért is hajlandó leváltani korábbi beszállítóját, és ebben az esetben – saját KFI hiányában – kevés lehetősége van a vállalkozásnak üzlete (és így versenyképessége) megtartására.

Szektorok közötti, és még inkább funkcionális fejlődésre a hazai kkv-k számára ilyen körülmények között még kevesebb lehetőség mutatkozik az autóiiparban. A szektor több hátránytól is szenved:

- a multinacionális vállalkozások még mindig inkább olcsó termelési helyszíneként tekintenek Magyarországra, semmint tudásbázisként,
- a technológiaáramlás meglehetősen korlátozott a multinacionális vállalkozások és a helyi kkv-k között, és
- a helyi kkv-k abszorpciós képessége korlátozott.

A multinacionális leányvállalatok által összeszerelt járművekben vagy motorokban meglehetősen korlátozott a helyi tartalom, és kevés az a vállalkozás közülük, amely aktívan támogatja a helyi beszállítóit, amelynek következtében a tudásuk sem terjed át hatékonyan a helyi vállalkozásokba. A multinacionális cégek által helyben végzett kutatások is inkább a gyártási folyamathoz kapcsolódnak, így inkább az értékláncot vezető cégek szolgálja, nem pedig a helyi vállalkozásokat.

Összefoglalás

A szakirodalom és a magyar autóiipar vizsgálata alapján megerősíthető, hogy a globális értéklánccok – az általuk kialakított erőviszonyok és információs aszimmetria miatt – elsősorban a folyamat-korszerűsítést, innovációt, ritkábban termékinnovációk elérését teszik lehetővé a helyi beszállítók számára, de nem a funkcionális fejlődést. Ez pedig rávilágít arra a

tényre, hogy pusztán Magyarország vonzóvá tétele a globális vállalkozások és értékláncaik különböző elemeinek idetelepítése szempontjából nem elégséges ahhoz, hogy hatékonyan támogassuk a gazdasági növekedést, felzárkózást. Ehhez a KFI képességek és kapacitások, a beszállító-megrendelő kapcsolatok, az ipar-egyetem KFI együttműködések aktívabb és komplex támogatására lenne szükség. Egyedül így válhat lehetségessé mindazon előnyök realizálása, amelyeket a szakirodalom korábban beazonosított.

Irodalomjegyzék

1. Archibugi, D., & Iammarino, S. (2002). The globalization of technological innovation: Definition and evidence. *Review of International Political Economy*, 9(1), 98–122.
2. Bair J., Gereffi G. (2001). “Local clusters in global chains: the causes and consequences of export dynamism in Torreon’s blue jeans industry”, *World Development*, Vol. 29, No.11.
3. Boda, G. (2017): To What Extent is Hungary a Knowledge-based Economy?. *Theory Methodology Practice: Club of Economics in Miskolc*, 13(1): 69-84.
4. Breschi S., Lissoni F. (2001a) “Knowledge spillovers and Local innovation systems: A critical Survey.” *Industrial and Corporate Change*, 10 (4), pp.975-1005.
5. Cantwell, J. 1989. *Technological Innovation and Multinational Corporations*. Oxford: Basil Blackwell.
6. Cantwell, J., & Iammarino, S. 1998. MNCs, technological innovation and regional systems in the EU: Some evidence in the Italian case. *International Journal of the Economics of Business*, 5(3), 383–408.
7. Cantwell, J., & Mudambi, R. 2005. MNE competence-creating subsidiary mandates. *Strategic Management Journal*, 26(12), 1109–1128.
8. Chesbrough, H. 2003. Towards a dynamics of modularity: A cyclical model of technical advance. In A. Prencipe, A. Davies, & M. Hobday (eds.) *The Business of Systems Integration*. Oxford: Oxford University Press, pp. 174–200.
9. Cohen, W.M.& D.A. Levinthal,(1990) “Absorptive Capacity: A new perspective on learning and innovation”, *Administrative Science Quarterly*, vol. 35.
10. De Marchi V., Giuliani E & Rabellotti R. (2016). Local innovation and global value chains in developing countries. UNIDO/UNU-MERIT background papers for the UNIDO, *Industrial Development Report 2016: IDR 2016 WP 1*.
11. Dunning, J. 1998. Location and the multinational enterprise: A neglected factor? *Journal of International Business Studies*, 29(1), 45–66.
12. Hagedoorn, J. (2002). Inter-firm R&D partnerships: an overview of major trends and patterns since 1960. *Research policy*, 31(4), 477-492.
13. Humphrey, J., & Schmitz, H. 2002. How does insertion in global value chains affect upgrading in industrial clusters? *Regional Studies*, 36(9), 1017–1027.

14. Kersan-Skrabic, I. (2019) The drivers of global value chain (GVC) participation in EU member states, *Economic Research*, 32(1), pp. 1204-1218. DOI: 10.1080/1331677X.2019.1629978
15. Lengyel, B.– Leydesdorff, L. (2015): The Effects of FDI on Innovation Systems in Hungarian Regions: Where is the synergy generated?. *Regional Statistics*, 5(1): 3-24.
16. Lundvall, B.-L. 2017. National innovation systems and globalization. In H. Bathelt, P. Cohendet, S. Henn, & L. Simon (eds) *The Elgar Companion to Innovation and Knowledge Creation*. Cheltenham, Northampton, MA: Edward Elgar Publishing, 472–489.
17. Morrison, A., Pietrobelli, C., Rabellotti, R. (2008). Global value chains and technological capabilities: A framework to study industrial innovation in developing countries. *Oxford Development Studies*, 36(1), 39–58.
18. Nieto, M. J., & Rodríguez, A. 2011. Offshoring of R&D: Looking abroad to improve innovation performance. *Journal of International Business Studies*, 42(3), 345–361.
19. OECD (2013). *Knowledge-based capital and upgrading in global value chains. Supporting Investment in Knowledge Capital, Growth and Innovation*. Paris: OECD Publishing, pp. 215–252.
20. Parrilli, M. D., & Heras, H. A. (2016). STI and DUI innovation modes: Scientific-technological and context-specific nuances. *Research Policy*, 45(4), 747-756.
21. Pietrobelli, C., & Rabellotti, R. 2011. Global value chains meet innovation systems: Are there learning opportunities for developing countries? *World Development*, 39(7), 1261–1269.
22. Prokop, V., Stejskal, J., Klimova, V., Zitek, V. (2021): The Role of Foreign Technologies and R&D in Innovation Processes within Catching-up CEE countries. *Plos One*, 16(4): e0250307.
23. Romer, P. (1990): Endogenous technological change. *Journal of Political Economy*, 98 (5): 71–102.
24. Stejskal, J. – Hajek, P. (2015): Modelling knowledge spillover effects using moderated and mediation analysis–The case of Czech high-tech industries, in Uden, L., Heričko, M., & Ting, IH. (eds) *Knowledge Management in Organizations: 10th International Conference, KMO 2015, Maribor, Slovenia, August 24-28, 2015, Proceedings*. Springer Cham, 329-341.
25. Tajoli, L., Felice, G. (2018): Global Value Chains Participation and Knowledge Spillovers in Developed and Developing Countries: An Empirical Investigation. *The European Journal of Development Research*, 30 (3): 505–532

26. Van Assche, A. (2017) Global value chains and innovation. In H. Bathelt, P. Cohendet, S. Henn, & L. Simon (eds) *The Elgar Companion to Innovation and Knowledge Creation*. Cheltenham, Northampton, MA: Edward Elgar Publishing, pp. 739-751.
27. Veugelers, R. (2017). *Missing Convergence in Innovation Capacity in the EU: Facts and Policy Implications*. Discussion Paper 066. 2017 Fellowship Initiative Papers, European Commission.

Regionális különbségek alakulása különböző területi szinteken értelmezve Magyarországon

Dobó Róbert¹, Dr. Pintér Tibor²

DOI: [10.29180/978-615-6342-49-2_6](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-49-2_6)

Absztrakt

Magyarország területi különbségeinek vizsgálata a tudományos elemzések középpontjában szerepel évtizedek óta. Hazánk csatlakozása az Európai Unióhoz természetesen csak még inkább megnövelte ezt az érdeklődést a kohéziós források megjelenésének köszönhetően, hiszen akkoriban kifejezetten a kevésbé fejlett régiók felzárkóztatása volt a közösségi célkitűzés e pénzügyi eszközöket tekintve. A regionális gazdaságtan és a regionális tudomány diszciplínája egyre kiforrottabb módszertani megközelítéseket kínál a regionális, területi különbségek mérésére. Jelen tanulmányban egyszerűen számolható mutatókkal dolgoztunk, mint amilyen a terjedelem, a relatív terjedelem, valamint a Hoover-index. A tudományos körökben gyakran használt NUTS (Nomenclature des Unités Territoriales Statistiques, azaz statisztikai célú területi egységek nomenklatúrája)-2-es szint mellett pedig a NUTS-3-as, vagyis a megyei (2023-tól vármegyei) szintet is fontosnak tartottuk bevonni a vizsgálódásainkba. Számításaink eredményei arra engednek következtetni, hogy a különbségek mértéke visszatért a két évtizeddel ezelőtti szintre, ezzel megtört az európai uniós csatlakozás után jelentkező széttartási tendencia.

Kulcsszavak: regionális különbségek, életszínvonal, regionális fejlődés, statisztikai elemzés

A regionális különbségek szakirodalmi tárgyalása

A regionális különbségek szakirodalmi elemzését azzal a céllal végeztük el, hogy rámutassunk arra, hogy kiemelt kérdésként merült fel már korábban is a területi entitások közötti különbségek vizsgálata, amely alapján a térbeli egyenlőtlenségek bizonyos fokú mélyebb megvilágítására nyílik lehetőség. A szakirodalmi kutatás során a Google Scholar, az MTMT (magyar tudományos művek tára) és a BGE KVIK (Budapesti Gazdasági Egyetem, Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar) könyvtárának nemzetközi adatbázis állománya is rendelkezésünkre állt.

A területi egyenlőtlenségek vizsgálata több szinten is elképzelhető. Ebben a tanulmányban a NUTS-2-es és NUTS 3-as szintet tartottuk fontosnak, mert ezek a szintek már nemzetállami szint alatti területi egységek egymáshoz való viszonyát képesek jellemezni. A vizsgálatok elvégzéséhez a tanulmányban a regionális egy főre eső GDP (Gross Domestic Product – bruttó hazai termék)-t használtuk a jóléti színvonal kifejezésére. Mindezt annak a tudatában tettük, hogy természetesen a gazdasági és társadalmi fejlettség és teljesítmény mérése esetében a GDP elsődlegessége erőteljesen vitatott (Csath 2014).

Tanulmányunkban csak Magyarország belső regionális egyenlőtlenségeit vizsgáltuk meg. Ez azt jelenti, hogy az

adott ország régiói közötti eltérések az irányadóak és nem az, hogy például az EU (Európai Unió)-s átlaghoz képest milyen felzárkózást mutattak az egyes régiók a vizsgált országokban.

¹ Budapesti Gazdasági Egyetem, Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar, Közgazdasági és Üzleti Tudományok Tanszék, Pécsi Tudományegyetem KTK Gazdálkodástani Doktori Iskola, e-mail: do.robert@uni-bge.hu

² Budapesti Gazdasági Egyetem, Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar, Közgazdasági és Üzleti Tudományok Tanszék, e-mail: pinter.tibor@uni-bge.hu

Ezt a második kérdést is számos kutatás próbálja megválaszolni. Legelterjedtebb módja e kérdés megválaszolásának a nemzetgazdasági és regionális konvergencia folyamatainak összevetése (Kertész 2014).

Bármely megközelítést is vegyük alapul, a közösségi szintű területpolitikai célkitűzések figyelembevétele, azoknak a regionális fejlődésre és egyenlőtlenségekre gyakorolt hatásának vizsgálata elsőrendű kérdés (Vedrine – Le Gallo 2021). A régiók sajátosságait középpontba helyező, endogénnek tekinthető regionalizált növekedési modellek már a társadalmi-gazdasági adottságoknak a növekedési kilátásokra gyakorolt hatásait is igyekeznek számszerűsíteni (Zsibók 2019).

A területi egyenlőtlenségek mutatói eltérő értékeket vesznek fel, amikor különböző közigazgatási szinteken vizsgálódunk. Jellemzően, minél kisebbek az egységek, annál nagyobbak mutatkoznak a különbségek közöttük (Molnár 2015). Amennyiben kutatási eredményeinket összevetjük Tánczos 2007-es munkájával, akkor mindez egyértelművé válhat, hiszen ez utóbbi tanulmány már megyei, azaz NUTS-3-as szinten prezentálta a kutatási megállapításokat. Mindemellett azt is fontos megjegyezni, hogy a tanulmányunkban látható időbeli tendencia a NUTS-3-as szinten is megmutatkozik. Egy ország, területi entitás komplex térbeli elemzésének számtalan további módja ismert természetesen (Khan – Siddique 2021).

Az adatok forrása és feldolgozása

A területi entitások közötti életszínvonalbeli különbségek mérésével, ilyen adatok készítésével és gyűjtésével természetesen több intézmény is foglalkozik. A magyar régiókra és vármegyékre (természetesen akár ennél kisebb, ettől eltérő entitásokra is képeznek adatokat, például nagyrégiókra, országgyűlési egyéni választókerületekre, járásokra...) a Központi Statisztikai Hivatal (KSH) online, területi statisztikai adatbázisát használtuk. A tanulmányban felváltva jelentkezik a megye és vármegye kifejezés, ugyanis 2023-tól ismét vármegye a hivatalos megnevezés, a tanulmány írásakor és az adatok gyűjtésekor azonban még megye volt a hivatalos név. A KSH területi statisztikai adatbázisából származnak a magyar régiók és megyék Hoover-index készítéséhez használt alapadatok is.

A regionális egyenlőtlenségek jellemzésére nagy mennyiségű statisztikai mutató áll rendelkezésünkre. Szerzőpárosunk a következőket használta a mostani tanulmányban. A terjedelemarány a legegyszerűbb alkalmazott mutató. Itt az adott ország legmagasabb és legalacsonyabb jövedelmű régiójának adatát viszonyítjuk egymáshoz, a mutató legkisebb értéke 1, legmagasabb értéke végtelen, s minél nagyobb az értéke, annál erőteljesebb az egyenlőtlenség (Dusek-Kotosz 2016).

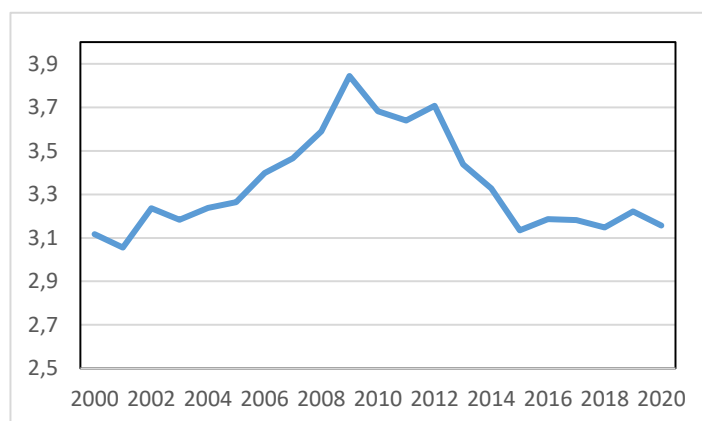
A relatív terjedelem már a legmagasabb és legalacsonyabb jövedelmű régió közötti különbséget viszonyítja az régiók átlagához mérve, nemnegatív, felső határa ennek sincs.

A Hoover-index célja, hogy kifejezze, hogy az egyik vizsgálatba bevont társadalmi-gazdasági mutató hány százalékát kellene átcsoportosítani ahhoz, hogy ennek területi megoszlása a másik mutató területi eloszlásával megegyező értéket vegyen fel. Ha a mutató értéke 0, akkor teljesen egyformán oszlik el a két ismérv a területi entitások között, ha pedig értéke 100, akkor teljesen elkülönül egymástól a két indikátor. A mutatót az egyesült államokbeli agrárközgazdászról, Edgar Malone Hooverról nevezték el (Molnár 2015). Tanulmányunkhoz nagyon hasonló célkitűzéssel használta 2017-es tanulmányában Szendi Dóra az indexet az észak-magyarországi régió vizsgálatára.

Az adatok értékelése

Ebben a fejezetben a módszertani részben ismertetett mutatók konkrét értékeit mutatjuk be Magyarországra vonatkozóan.

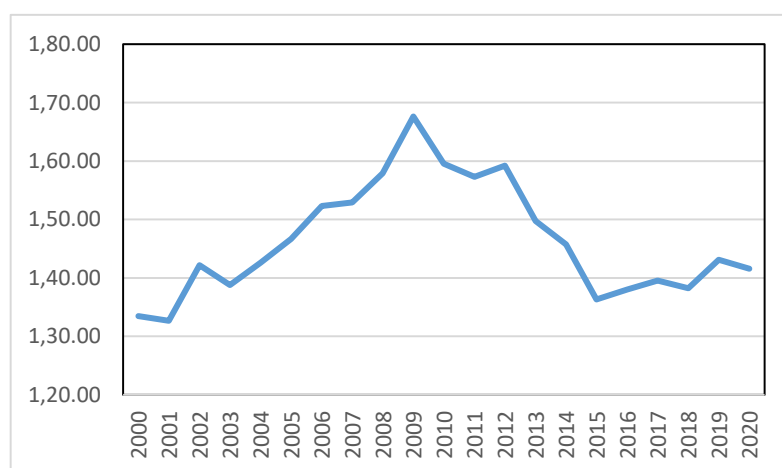
1. ábra: A terjedelem mutató értéke 8 NUTS-2-es régió figyelembevételével 2000-2020



Forrás: saját szerkesztés KSH adatai alapján

Az első ábra 8 magyar NUTS-2-es régió esetében mutatja meg a terjedelmi mutató értékét 2000 és 2020 között. Ez azt jelenti, hogy visszamenőlegesen is külön régióként szerepel az adatsorban Pest megye és Budapest, nemcsak a hivatalos szétválasztás után. Az EU-s és magyar regionális politikai célkitűzések szempontjából rendkívül kedvezőtlen kép tárul elénk, ugyanis pontosan 2004 után, vagyis az EU-hoz való csatlakozást követően kezdett el növekedni a mutató értéke, vagyis a régiók közötti különbségek annak ellenére fokozódtak az egy főre eső GDP-t tekintve, hogy pontosan ennek kiegyensúlyozására elkezdtek érkezni közösségi támogatások is az országba. Meg kell azonban jegyezni, hogy ezeknek GDP-hez viszonyított aránya az adott időszakban a későbbiekhez képest alacsonyabb volt még ekkor. Kedvező azonban, hogy a 2009-es csúcsához képest, amikor a legnagyobbak voltak a regionális GDP különbségei itthon, egy kiegyenlítődési folyamat zajlott le, 2015-re elértük azt szintet, mint az időszak elején. Ezt követően érdemi csökkenés nem nyilvánult már meg.

2. ábra: A relatív terjedelem mutató értéke 8 NUTS-2-es régió figyelembevételével 2000-2020

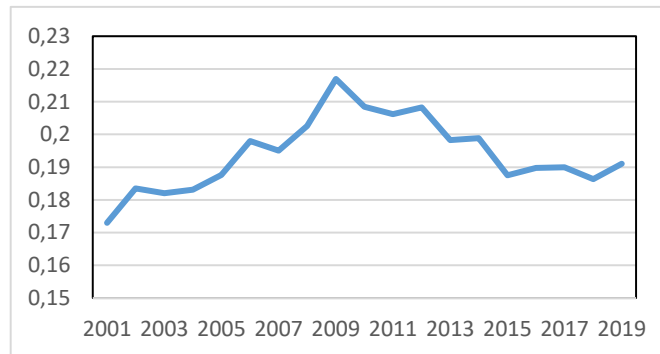


Forrás: saját szerkesztés KSH adatai alapján

A relatív terjedelmi mutató hasonló képet tár elénk. Értéke természetesen különbözik a korábbi mutatótól, hiszen itt a legmagasabb és legalacsonyabb jövedelmű régió közötti különbséget az országos átlaghoz viszonyítjuk, innen ered a relatív megnevezés. Itt is jól látható, hogy 2004-től 2009-ig tartott az erőteljes polarizáció időszaka. Ugyanez az időszak a

leginkább kudarcokkal teli periódus volt a gazdaságpolitikai kiszámíthatóság és az általános jövedelmi felzárkózás tekintetében is.

3. ábra: A Hoover-index értéke 8 NUTS-2-es régió figyelembevételével 2001-2019

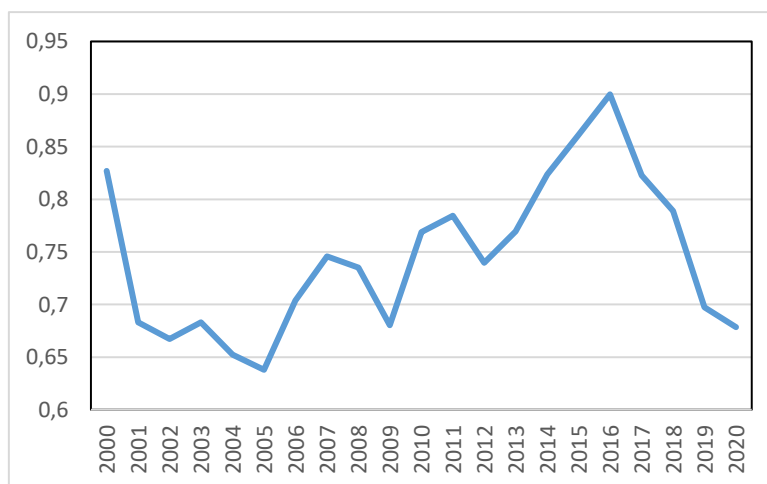


Forrás: saját szerkesztés KSH adatai alapján

A Hoover-index célja, hogy kifejezze, hogy az egyik vizsgálatba bevont társadalmi-gazdasági mutató hány százalékát kellene átcsoportosítani ahhoz, hogy ennek területi megoszlása a másik mutató területi eloszlásával megegyező értéket vegyen fel. Jelen mutató, amelynek értékeit leolvashatjuk a 3. ábrán, 2001 és 2019 közötti időszakra vonatkozóan, azt veszi figyelembe, hogy milyen népességarányt képvisel az adott régió az ország népességéből, illetve, hogy milyen arányt képvisel a GDP tekintetében. Ilyen módon azt jelentik az értékek az adott évre számolva, hogy a GDP hány százalékát kellene átcsoportosítani alacsonyabb jövedelmű régiókba, hogy végbe menjen a jövedelmi kiegyenlítődés. Itt is jól látszik, hogy 2009-ig mintegy 5 százalékpontnyi növekedés mutatkozott az átcsoportosítandó GDP értékében, 2015-re itt is bekövetkezett egy moderált csökkenés, de az időszak elejéhez képest nem sikerült az érdemi polarizáció-csökkenés.

A megyei szintű elemzésnél fontos kiemelni, hogy a 19 magyar vármegye adatait vettük csak figyelembe, Budapest pedig nem került be a vizsgálatba. Ez a tény azt jelenti, hogy nem nagyobbak, hanem kisebbek lettek a konkrét értékek a különböző mutatók tekintetében. Budapest bevonásával természetesen már éppenséggel magasabb egyenlőtlenségi mutatókat kaptunk volna, hiszen Budapest adatai kerültek volna szembe a legalacsonyabb életszínvonalú Nógrád megyéével.

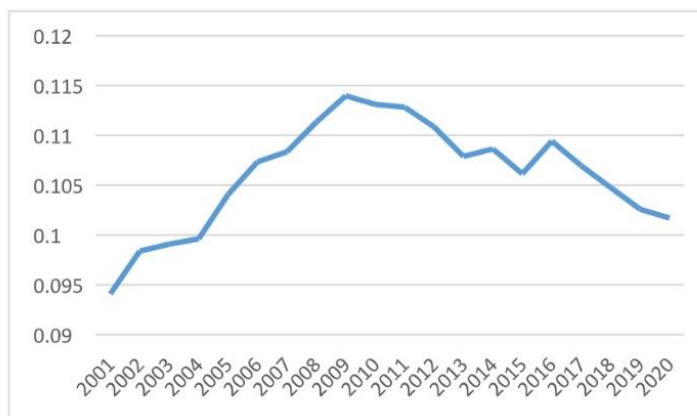
4. ábra: A relatív terjedelem értéke a 19 magyar megye esetében 200-2020



Forrás: saját szerkesztés KSH adatai alapján

A megyei relatív terjedelmi mutató – a terjedelmet nem emeltük be az elemzésbe itt már – kissé más képet tár elénk. 2005-ig itt folyamatos javulás tapasztalható, majd egészen 2016-ig hullámzó mozgást leírva növekedtek a jövedelmi különbségek megyei szinten. Ezt követően azonban erőteljes csökkenés indult meg, 2020-ban már kifejezetten alacsony értéket vett fel a relatív terjedelmi mutató.

5. ábra: A megyei Hoover-index értékének alakulása 2001-2020



Forrás: saját szerkesztés KSH adatai alapján

Az 5. ábra már a megyei adatokkal mutatja meg a Hoover-index értékét. Ez igen hasonló képet mutat a regionális Hoover-indexszel összehasonlítva. A konkrét értékek természetesen itt is alacsonyabbak az adatok köre miatt. Azt ebben a tekintetben is ki lehet jelenteni, hogy az EU-hoz való csatlakozásunk jelentős szétartási kockázatokat erősített meg a magyar területi szerkezetben, ezt csak jóval későbbi években tudta a területi politika kedvező irányba fordítani.

Összefoglalás

Jelen tanulmányban a regionális különbségek kérdésével foglalkoztunk. A 2000 utáni időszakban ennek fokozott jelentősége volt, mivel hazánk több térségbeli országgal együtt ekkor csatlakozott az Európai Unióhoz.

A regionális vagy kohéziós politika célja a területi különbségek csökkentése. Ennek a célnak az eléréséhez az adott országok közösségi támogatásban részesültek és részesülnek napjainkban is. Elvi szinten folyamatos jövedelmi kiegyenlítődésnek kellett volna mutatkoznia a vizsgált időszakban itthon és a térség országaiban is – valójában persze tudjuk, hogy az EU-n belüli területi különbségek is folyamatosan fokozódtak annak fennállása során. Külön kérdés, hogy a kohéziós politika jövőbeni fejlődése milyen hatásokat fog generálni, ugyanis a kiegyenlítődés közvetlen prioritizálása háttérbe kerülni látszik.

A tanulmány azzal a következtetéssel zárul, hogy bár a területi különbségek Magyarországon az elmúlt húsz év során jórészt nőttek, az utóbbi 5-10 évben inkább a kiegyenlítődés irányába haladt az ország. Az EU-csatlakozást követően a térségi szétartás érvényesült, de később javuló tendencia nyilvánult meg. Az eredmények mögötti valós okok feltárása további kutatásokat igényel.

Irodalomjegyzék

1. Csath M: A gazdasági és társadalmi teljesítmény mérése. Pro Publico Bono: Magyar Közigazgatás, 2, 2014, pp. 134–142.
2. Dusek T, Kotosz B: Területi statisztika. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2016.
3. Kertész K: A nemzetgazdasági és a regionális konvergencia mérése az EU-ban. Közgazdasági Szemle, 61, 2014, pp. 1447-1462.
4. Khan, M. S, Siddique, A. B: Spatial Analysis of Regional and Income Inequality in the United States, Economies, 9, 2021, pp. 159.
5. Molnár T: Empirikus területi kutatások. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2015.
6. Szendi D: The connection of EU supports and the taxable income per capita in the Northern Hungarian region, for the 2007-2013 period. Deturope, 9, 3, 2017, pp. 42-60.
7. Tánczos T: Magyarországi megyék társadalmi és gazdasági fejlettségének vizsgálata. Acta Academiae Pedagogicae Agriensis Nova Series: Acta Oeconomica, 8, 2007, pp. 8-16.
8. Vedrine, L, Le Gallo, J: Does EU Cohesion Policy affect territorial inequalities and regional development? EU Cohesion Policy and Spatial Governance: Territorial Social and Economic Challenges, Edward Elgar Publishing, London, 2021.
9. Zsibók Zs: Minden marad a régiben? Regionalizált növekedési pályák Magyarországon. Területi Statisztika, 58, 2019, pp. 247-272.

Internetes hivatkozások

1. KSH területi adatai: <https://www.ksh.hu/teruleti-adatok> (letöltés dátuma: 2022.10.28.)

Kreatív város – a jövőorientált zsákutca?

Egedy Tamás¹

DOI: [10.29180/978-615-6342-49-2_7](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-49-2_7)

Absztrakt

A kreatív gazdaság alapvetően a városokba települ, így nem véletlen, hogy az elmúlt évtizedekben a városok, valamint a kreatív és tudásintenzív iparágak fejlődése egyre szorosabban összefonódott. Az ezredforduló táján futótűzként terjedt el a kreatív város koncepciója, s a városok világszerte kreatív városként próbálták definiálni és pozicionálni magukat. A neoliberais várospolitikák háttérbe szorulásával párhuzamosan a kreatív város kultusza is megkopott és helyét új paradigmák veszik át. Elméleti tanulmányomban áttekintem a kreatív város koncepciójának kialakulását és fejlődését, bemutatom legfontosabb jellemzőit, valamint az elmúlt évtized tapasztalataira alapozva összefoglalom a koncepció bírálatát.

Kulcsszavak: kreatív gazdaság, kreatív város, posztfordi városfejlődés, urbanizáció

Bevezetés

A kreatív gazdaság fejlődésének urbanizációs elmélete szerint a kreatív gazdaság előszeretettel választja telephelyéül a várost (Boix et al., 2013a, 2015; Lazzeretti et al., 2008, 2012; Mateos-Garcia & Bakhshi, 2016). Az urbanizációs elmélet szerint nem a hely elérhetősége és hozzáférhetősége, hanem sokkal inkább a hely minősége számít, s ezen a téren a városok egyértelműen kompetitív előnyökkel rendelkeznek. A helyet kreatív miliónek tekinthetjük, ha az ötletek és invenciók szabad áramlásának vagyunk tanúi. Ezeket a kreatív miliókat általában a városokban találjuk meg, ezek rendelkeznek azokkal a fizikai keretekkel, amelyben a vállalkozók, művészek, kreatív dolgozók, egyetemisták megtalálják a kreatív gazdaság működéséhez és fejlődéséhez szükséges nyitott és kozmopolita közeget (Glaeser et al., 2001).

Mint azt Pratt és Hutton (2012) megfogalmazta, a kreatív gazdaság egyik legfontosabb területi jellemzője a városokhoz való szoros kötődése, különösen a magas hozzáadott értéket képviselő ágazatokban. Kanadai példák arról tanúskodnak, hogy a magasán urbanizált területek nemcsak a kreatív iparágak számára jelentenek vonzerőt, hanem a kulturális iparágak és a specializált munkaerő számára is. Power és Nielsen (2010) is hangsúlyozták a kreatív gazdaság városokba tömörülését, amely kedvez a városoknak, de egyúttal kielezi a munkaerőpiacon és a fizetésekben jelentkező regionális különbségeket. Mindez ráirányította a figyelmet a kreatív gazdaság fejlődése és a városok településhierarchiában játszott szerepe közötti összefüggésekre, lévén a nagyvárosok nemcsak mint a munkaerőpiac és népesség központjai állnak a településhierarchia csúcán, hanem egyúttal a kreatív gazdaság aránytalanul nagy részét is birtokolják.

Elméleti tanulmányomban a kreatív város koncepciójának kialakulását és térhódítását, a kreatív városok megjelenésének folyamatát tekintem át a nemzetközi szakirodalom segítségével, kiemelt hangsúlyt helyezve a kreatív város kérdéskörének bírálatára.

A kreatív város elméletének térhódítása

A kreatív város elméletének előfutárjai már a 20. század első felében megjelentek. Keynes a 'The General Theory of Employment, Interest and Money' című művében már 1936-ban arról

¹ Budapesti Gazdasági Egyetem, Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar, Turizmus Tanszék, MTA doktora, e-mail: egedy.tamas@uni-bge.hu

írt, hogy a vállalkozások sikerességéhez stimuláló társadalmi és politikai környezetre van szükség. A kreatív város koncepciójának kifejlődésében fontos mérföldkő volt Jane Jacobs 1961-ben megjelent 'The death and life of great American cities' című könyve, amelyben éles kritikával illette az 1950-es évek Amerikájának városfejlesztési politikáját és ostromozta az általa ortodox urbanizmusnak nevezett várospolitikát.

A kreatív város elméletének lassú térhódítása az 1980-as években kezdődött. Az elmélet előfutárjai között mindenképpen meg kell említenünk a Los Angeles School of Urbanism (UCLA) munkatársait: Edward Soja és Allen J. Scott már az 1980-as évek közepén felhívták a figyelmet a kreativitás és az innováció szerepére a városfejlődésben (Soja–Scott 1986; Soja 1989). A kreatív városokról szóló diskurzus az 1980-as évek végén intenzívebbé vált: ausztrál művészek és várospolitikusok elkezdtek arról vitatkozni, hogy hogyan lehetne a művészetet és kultúrát bevonni a városfejlesztésbe és a tervezési folyamatba (McNulty, 1988). A kreatív város elméletének fejlődése az 1990-es évek elején újabb lendületet kapott a Charles Landry által alapított Comedia szervezet tevékenységének és az Európa Kulturális Fővárosa mozgalomnak köszönhetően.

A kreatív város koncepciójának kidolgozója a brit várostervező, Charles Landry volt. A koncepció természetesen nem a semmiből született, hiszen Landry már az 1970-es évek második felében foglalkozott a kérdéssel. 1978-ban megalapította Comedia (Communication and Media) nevű szervezetét, amely az 1980-as évek első felében kiemelkedő szerepet játszott a kulturális ipar helyzetének feltárásában, az évtized második felétől pedig a kreatív gazdaság, illetve a gazdaságstimuláló környezet és a kreatív milió kutatására összpontosította a figyelmét. Landry 1991-es glasgow-i munkája során alkalmazta először a kreatív városstratégiát (Comedia, 1991), kutatásai középpontjába pedig 1994-től a kreatív város került. A fent említett kutatások és folyamatok lényegében megágyaztak a Landry és Bianchini által 1995-ben publikált 'The creative city' című esszének (Landry–Bianchini, 1995), amelyet Landry később könyv formában is kiadott 'The creative city: A toolkit for urban innovators' címen (Landry, 2000), illetve a következő évtizedben továbbfejlesztett (Landry, 2008). A kreatív város koncepciójával Landry lényegében újra gondolta és újra pozícionálta a kulturális ipari koncepciót és a hely alapú közösségfejlesztés helyett a város kulturális erőforrásokon alapuló újra strukturálására helyezte a hangsúlyt. Felismerte, hogy a kreatív városfejlesztés csak akkor lehet sikeres, ha abban a közintézmények kultúráért, közösségért és gazdaságért felelős fejlesztési irodái együttműködnek.

Jelentős hatást gyakorolt a kreatív város elméletének és gyakorlatának elterjedésére Richard Florida kreatív osztály szerepével és működésével kapcsolatos teóriája. Florida munkásságának köszönhetően a szimbolikus gazdaság gyorsan átvette a klasszikus ipari gazdaság helyét a városfejlesztésben, a kreatív város koncepciója, valamint a kreativitás kultusza pedig futótűzként terjedt el a 2000-es évek első évtizedében (Pratt, 2010). Megindult a városok kreatívvá válása, megpróbálták kreatív városként definiálni magukat, a városfejlesztésben pedig új lendületet kapott a város, mint eladandó termék (Greenberg, 2000). Vanolo (2008) szerint a kreatív városok imázsában meghatározó tényezők a városi pezsgés, zsongás (buzz), a sokrétűség és differenciáltság (multikulturalizmus, multietnicitás), a helyi művészet és kultúra (magas és populáris kultúra egyaránt), az éjszakai élet (éttermekkel, vendéglátóhelyekkel, kreatív helyekkel), a közterületek minősége szimbolikus épületekkel, a magas színvonalú képzési helyek és lehetőségek és az események, fesztiválok, megrendezvények. Ezek közül minél több tulajdonsággal rendelkezik egy város, annál nagyobb eséllyel indul a kreatív városok versenyében.

A 2000-es évek első évtizedében a kreatív városfejlesztési gyakorlat – a neoliberális gazdaságpolitika szárnyai alatt – elsősorban a globális kapcsolatokkal rendelkező, tőkeerős transznacionális elit vonzásának vágyát követte és nem véletlenül a fogyasztói társadalomban a városfejlesztési projektek elsősorban a felső (ún. high-end), tőkeerős rétegeket célozták meg.

Ez a városfejlesztési gyakorlat egyrészt felértékelte ezen társadalmi rétegek szerepét a városi gazdaság versenyképességében, másrészt a kreatív városfejlesztés gyakorlatilag mindenhol dzsentrifikációs folyamatokat indított el a városokban (McCann & Ortega-Argiles, 2016).

Grodach (2017) három narratívában foglalja össze azt, hogy a kreatív várospolitikák kialakulása mögött milyen folyamatok húzódtak meg:

1) A városi fogyasztás központi szerepe –Az 1980-as évek előtt csak néhány nagyváros tudta magát kulturális (fő)városként definiálni. A helyzet az évtized közepén változott meg, amikor az önkormányzatok, a magánbefektetők és a nagy helyi kulturális intézmények az üres területek közös fejlesztésébe kezdtek (Ashley, 2014). Közös stratégiával (jelentős adókedvezmények, engedmények, szabályozás) megnyitották az utat a nagyvárosok mára ikonikussá vált épületeinek és fejlesztéseinek kivitelezése, valamint a korábbi ipari területek kulturális hasznosítása előtt (Frost-Kump, 1998). A nagyvárosok egyre jobban a turizmus érdeklődési körébe kerültek, egyre több turistát, ingatlanfejlesztőt és kreatív munkaeót vonzottak. A kreatív várospolitika ezekben a városokban a kulturális várospolitika talaján nőtt ki.

2) Posztindusztriális városok, mint a kultúra közvetítői – A második narratíva középpontjában a művészetnek és kultúrának emblematikus szerepet tulajdonító neoliberalis gazdaságpolitika áll. Az 1970-es években az amerikai nagyvárosokban a művészetre és a kultúrára egyre inkább olyan gazdasági ágazatként tekintettek, amely a város átalakításában és fejlesztésében komoly szerepet kaphat (Perloff, 1979). Európában különösen London városvezetése érdeklődött a kulturális ipar iránt, amely kulturális fejlesztéssel, gazdasági növekedéssel és technológiai fejlődéssel állt kapcsolatban (O'Connor, 2010). Tehát már az 1970-es években felismerték a kultúra termelést felváltó szerepét, de még nem tudtak hatékony stratégiákat és politikákat kidolgozni a kulturális ipar fejlesztésére. Az 1990-es évek elején több brit nagyvárosban (Sheffield, Liverpool) kulturális negyedeket hoztak létre a kulturális és kreatív ipar fejlesztésére, amelyek sok más nagyváros kulturális ipari fejlesztéséhez mintaként szolgáltak. Ezen beruházások viszont még sokkal inkább az ingatlanfejlesztésre és a kultúrát közvetítő intézményekben rejlő lehetőségek kiaknázására, mintsem azok támogatására fókuszáltak (Freeman, 1997; Grodach, 2017).

3) Dzsentrifikáció – A harmadik narratívában a művészek, mint a dzsentrifikáció katalizátorai játsszák a főszerepet. Az 1980-as évek közepén jelentek meg az első írások arról, hogy a művészek aktív szerepet vállalhatnak a dzsentrifikációs folyamatokban, jelentősen átalakíthatják a területhasználatot a városokban (Cole, 1987; Zukin, 1982) és részesei lehetnek a lakónegyedek elszegényedése és szegregációja elleni harcnak (Diesenhaus, 1988). Nem véletlen, hogy az évtized közepére a fejlesztők és várospolitikusok figyelmé a kulturális és művészeti dzsentrifikáció irányába fordult.

A kreatív városok kialakulása és fejlődése

A kreatív gazdaság alapvetően a városokba települ és a város mérete meghatározó ebben a folyamatban. Ennek legfőbb oka, hogy a kreatív gazdaság megtelepedése pontszerű, elsősorban a városokhoz, azon belül is a nagyvárosokhoz köthető. A kreatív gazdaság térbeli egyenlőtlenségeit emellett tovább erősítették a versenyképességre fókuszáló neoliberalis regionális- és várospolitikák, amelyek infrastruktúra-beruházásokkal serkentették a kreatív és tudásintenzív tevékenységek térbeli koncentrációját a vároregiókba és nagyvárosokba. A kreatív gazdaság nagyvárosokhoz kötődésben a hagyományos közgazdasági tényezők (pl. agglomerációs tényezők, klaszterek) mellett a városi terekhez köthető előnyök (pl. kulturális

diverzitás, szabadidős terek és személyes kapcsolatrendszerek széles kínálata) éppúgy szerepet játszanak, mint a történelmi múlt. A kreatív gazdaság sikere a városokban továbbá abban is keresendő, hogy az élet és a gazdaság számtalan területén mobilizálható és használható szlogent teremtett (kreatív oktatás, kreatív ökológia, kreatív innováció stb.) (Czirfusz, 2017).

A kreatív várost a posztfordi város egyfajta megjelenési formájaként értelmezhetjük, ahol a munka, a termelés, a művészet, a szórakozás és a fizikai környezet egyfajta kölcsönös harmóniában jelennek meg. A kreatív város gazdasági alapját a technológiaintenzív szolgáltatásokat és kultúrát előállító klaszterek adják. Ezekben a klaszterekben a know-how-t felhalmozó, széles körű kompetenciákkal rendelkező, produktív munkaerő dolgozik. A klasztereket kiterjedt hálózatosodás jellemzi, amelyben fontos szerepet játszik az információáramlás (Bathelt et al., 2004; Desrochers–Leppälä, 2011). A fizikai környezet és a kulturális intézmények pedig olyan kreatív milió kialakulását teszik lehetővé, amely elősegíti a város brandingjét és fejlődését (Okano–Samson, 2010). Ezt szem előtt tartva egyre több hagyományos termelőközpont is próbálkozik azzal, hogy az előregedő épületállományát újra értelmezve és átalakítva bekapcsolódjon a termelés tudás- és kultúrintenzív formájába.

A kreatív város olyan városi komplexum, amelyben a kulturális tevékenységek a város gazdasági és társadalmi életének integrált részei és az intellektuális tőkét használja a termékek előállításában, a folyamatokban és szolgáltatásokban (Deisbury–Basu, 2010). A kreatív városok jellemzője, hogy támogatják az interakciókat és nyitottságot minden szinten, támogatják az innovatív klaszterek interakcióit és szinergiáit, valamint együttműködésüket az egyetemekkel (Özsoy et al., 2006). A kreatív városok Clark (2004) értelmezésében olyan „szórakoztató gépezetek”, amelyek magasan kvalifikált munkaerőt vonzanak és látnak el.

A kreatív városoknak Lambooy (2006) szerint négy fontos attribútuma van: a vonzóképeség, a termelékenység, az összekapcsolódás és az adaptációs képesség. A termelés szempontjából a vonzó környezet azt jelenti, hogy a kreatív és megfelelő képzettséggel rendelkező munkaerő elérhető a városban, s a város megfelelő mennyiségű és minőségű telephelyet kínál a vállalkozások számára. A fogyasztó számára a környezet, a szolgáltatások és a megfelelő fizetést nyújtó munkahelyek képezhetik a vonzó környezet alapjait. A termelékenységet gyakran az agglomerációs gazdasággal azonosítják, amelyben a cégek a rendelkezésre álló forrásokat hatékonyan és kreatívan használják. Az agglomerációs gazdaság előnyei általában a rendelkezésre álló források kedvező minőségében és árában jelentkeznek. Az összekapcsolódás, elérhetőség azt jelenti, hogy a közlekedés jól szervezett, a kapcsolatok jól elérhetők és hozzáférhetők. Az adaptációs képesség azt jelenti, hogy a gazdaság szereplői könnyen alkalmazkodnak a társadalmi és gazdasági környezetben fellépő változásokhoz (Stryjakiewicz et al., 2014).

Ahhoz, hogy egy város kreatív várossá váljon Sasaki (2010) szerint 6 alapfeltételnek kell megfelelnie:

Olyan gazdasági rendszer működik a városban, amely nemcsak a művészek és kreatívok, hanem minden dolgozó számára teszi lehetővé, hogy kreativitását fejlessze és részt vegyen a rugalmas termelésben.

Fontos az egyetemek, felsőoktatási intézmények és kutatóintézetek jelenléte, amelyek támogatják a tudományos és művészi kreativitást a városban. Jellemző az erős nonprofit szektor és a szektorhoz tartozó cégek kooperációja, amelyek támogatják a kis- és középvállalkozásokat, a kkv szektort. A városi környezet támogatja a kreatív vállalkozások alapítását és működtetését. A szociális infrastruktúra jól kiépült, támogatja a kreatív egyéneket és tevékenységeket.

A város gazdasági növekedésének köszönhetően az életminőség javul. A városban magas színvonalú társadalmi (egészségügyi, jóléti) szolgáltatások működnek. A gazdaság dinamikus

növekedése és a kulturális élet fejlődése között egyensúly van, s ugyanígy kiegyensúlyozott a termelés és a fogyasztás.

A város szabályozza a termelés és a fogyasztás térhasználatát és alapvetően a városi környezet megővésére törekszik. Az esztétikus városi terek elősegítik a kreativitás kibontakoztatását.

A lakosság részvétele a város közügyeiben biztosított, így maga a város is profitálhat a lakók kreativitásából és közügyekben való aktív részvételéből. A kistérségi autonómia és a nagytérségi közigazgatás együttműködnek egymással.

A város közigazgatásának finanszírozása stabil lábakon áll, kreatív és független személyzet dolgozik a közigazgatási rendszerben.

Hall (1998) szerint a kreatív városoknak és területeknek különböző típusairól beszélhetünk attól függően, hogy mely gazdasági ágazatok és iparágak húzzák a helyi gazdaságot: a) technológiai-innovatív városok és területek (pl. Detroit, Manchester, Glasgow, Dommel Völgy–Eindhoven, Szilícium Glen–Skócia, Szilícium Szászország–Drezda); b) kulturális-intellektuális városok (pl. London, Párizs, Bécs, Dublin, Toulouse, Heidelberg, Amszterdam); c) kulturális-technológiai városok és területek (pl. Hollywood – az amerikai filmgyártás központja, Bollywood – az indiai filmgyártás központja, Amszterdam, Rotterdam, Párizs, Milánó, Lipcse); d) technológiai-szervezeti központok (pl. London, New York, Párizs). Az említett példák is mutatják, hogy a csoportosítás rugalmas és egy város akár több kategóriába is tartozhat. Mindenesetre az ideális kreatív város ötvözi magában Weimar kulturális intézményeit, Firenze vonzerőit és közösségi részvételét, Párizs kreatív és tudásintenzív munkalehetőségeit, humán tőkéjét, oktatását és kapcsolathálóját, Eindhoven szellemi tulajdonait és innovációit, Budapest kreatív szektorának új munkahelyeit, Glasgow nyitottságát és toleranciáját, valamint Aarhus közigazgatási színvonalát (CCM, 2019).

A globalizáció folyamatában a kreatív városokra jellemző a hálózatosodás, vagyis a cégek egyre bővülő hálózata, amelyen keresztül a tehetség, a tudás és a képességek különleges koncentrációja jön létre. A globalizált világban a regionális versenyképességet alapvetően befolyásolja, hogy ezek a helyi és regionális hálózatok mennyire képesek kapcsolódni a globális innovációs és termelési hálózatokhoz (Horváthné Barsi & Lados, 2011).

A cégek és a munkaerő koncentrációjának következtében egyre nagyobb szerepet kapnak a fejlődésben az agglomerációk. Nő a városok versenye, rendkívül versenyképes és rugalmas szektorok alakulnak ki a munkaerő-piacon, s tulajdonképpen egymással versengő regionális gazdaságok mozaikja alakul ki a térben. A folyamatot decentralizációs fejlődés jellemzi, vagyis a központi agglomeráción belül, vagy rajta kívül további fejlődési pólusok jelennek meg, s a településhálózat egyre inkább az ún. policentrikus fejlődési modell irányába mozdul el. Saját kutatásaink arról tanúskodnak, hogy az elmúlt évtizedben a településhálózat fejlődése Magyarországon is a policentrikus fejlődés irányába mutat (Egedy et al., 2017).

A kreatív város koncepciójának bírálata

A 2000-es évek elején a világ nagyvárosai és városai sorra dolgozták ki kreatív város koncepcióikat és kreatív városokként próbálták definiálni magukat (Dörny et al., 2016; Peck 2012). Ezek a koncepciók azonban sok esetben nem is a kreatív gazdaság tényleges támogatásáról szóltak, hanem az uralkodó neoliberalis gazdasági doktrína keretei között a dzsentifikációs folyamatokat és a középosztály high-end fogyasztási szokásait propagálták (Peck, 2005), így lényegében neoliberalis városfejlesztési stratégiák voltak. Pratt (2011) úgy fogalmaz, hogy a kreatív város koncepciója nem más, mint a régi neoliberalis városfejlesztési stratégiák megjelenése új köntösben. Hozzá csatlakozik Grodach (2017) is, aki szerint a kreatív város koncepciójában lényegében az 1980-as évek városfejlesztési politikáit kaptuk újracsomagolva.

A kreatív város koncepcióját gyakran felülről vezérelt (top-down) folyamatként akarták keresztülvinni, amelyben az alulról jövő (bottom-up) kezdeményezéseket és javaslatokat figyelmen kívül hagyták (Miles, 2013). Pedig a kreatív negyedek fejlesztésében a helyi kontextus függvényében inkább egyensúlyozni kellene a top-down és a bottom-up megoldások között.

A kreatív gazdaság jelentősen átalakította a városok területhasználatát. Egyrészt megindult a leromló állapotú lakónegyedek megújítása többnyire (de nem kizárólagosan) a belvárosi területeken, másrészt nagy lendületet vett a kereskedelmi és üzleti negyedek építése elsősorban a város központi üzleti negyedében (a central business district, CBD) területén). A területhasználat változásainak azonban voltak negatív következményei is. A folyamat alapvetően dzsentifikációt eredményezett a városokban, ami magával hozta az alacsony keresetű, kevésbé képzett alsó társadalmi rétegek kiszorítását ezen területekről, lévén a megemelkedett lakhatási és bérleti díjakat nem tudták fizetni, illetve megszűntek a munkahelyükül szolgáló termelő kapacitások a városokban. A folyamat a polarizáció és szegregáció újraéledését, élesedését eredményezte a városokban és nem ritkán az elővárosi zónában is (lásd gated communities, beépítési szabályozások), ami sok esetben még a fordí időszakban jellemző szegregálódást is felülmúlja (Le Goix, 2005).

Gyakori bírálat a kreatív városok koncepciójával szemben, hogy újratermeli a városi egyenlőtlenségeket, de egyúttal el is rejti a következmények sötét oldalát. A városokban egymás mellett, de egymástól elszigetelve találjuk meg a globális gazdaságra rácsatlakozó magas presztízsű lakónegyedeket és a marginalizált csoportok bezárkózó közösségeit és lakónegyedeket. Létrejött egy új társadalmi és gazdasági rend, amely a rugalmasságon, az egyre erőteljesebbé váló versenyen és fogyasztáson alapul, miközben a dzsentifikáción keresztül a belvárosi negyedekben az új burzsoázia elfoglalta, kvázi elorozta az alacsonyabb státuszú rétegek lakóhelyét (Smith, 2002). Mint azt Scott (2014) is megállapítja, a legironikusabb az egészben az, hogy miközben a kreatív város elmélete a diverzitás és tolerancia fontosságát hirdeti, a koncepció maga éppen a társadalmi integráció és a jövedelmi egyenlőtlenségek csökkenésének ellenében hat.

Összefoglalás

Összefoglalásul elmondhatjuk, hogy a városfejlesztésben a 2000-es években elterjedt kreatív osztály és kreatív város elmélete rövid távú perspektívát kínáló koncepciók voltak a helyi képességekre és adottságokra alapozó hosszú távú stratégiák kidolgozásával szemben. A két elmélet gyors, előre gyártott, könnyen átvehető és adaptálható várospolitikai volt. A kreatív város és kreatív osztály elmélete azt sugallta, hogy mindenki nyerhet a koncepcióval, éppen ebben rejlett a sikere. Ugyanakkor ezek a koncepciók radikális változtatásokra a várospolitikában és a városfejlesztésben nem voltak alkalmasak (Chatterton, 2000).

A városok kreatív várossá válása nem volt mindenhol sikertörténet. A legnagyobb probléma a kreatív gazdasággal összefüggő koncepciók terén az volt, hogy az általuk generált fejlődés háttérbe szorított minden olyan próbálkozást a helyi gazdaságban, amely nem volt összeegyeztethető a mainstream fejlesztési iránnyal, vagy a város kitűzött imázsával. A kulturális politika például egyre inkább csak olyan projekteket és programokat finanszírozott, amelyek nagy tömegeket vonzanak, népszerűek és nagy irántuk a kereslet. Ez a folyamat a kreatív városok kínálatának, karakterének és narratíváinak homogenizálódásához vezetett és elutasított minden olyan új fejlődési formát, amely nem illeszkedett az intézményesített kánonba. A sokféleség, sokszínűség, heterogenitás és diverzitás helyett tehát sokkal inkább egyfajta sterilitást eredményezett a városokban (D'Ovidio, 2016).

A másik probléma a városok szempontjából az volt, hogy a kreatív gazdaság befogadására megfelelő környezet nincs jelen minden városban (Power–Nielsen, 2010). A kreatív tőke és a kreatív gazdaságban rejlő lehetőségek eltérő potenciált képviselnek a különböző városokban,

amit a városok vezetése nem mindig vett figyelembe, s gyakran olyan fejlesztéseket erőltetett rá a településre, amelynek nem voltak meg sem a gazdasági, sem a társadalmi alapjai (Namyślak, 2014; Dudek-Mańkowska–Grochowski, 2019). Az elmúlt két évtized fejlődési folyamatait figyelembe véve és összefoglalva azt mondhatjuk, hogy a kreatív város koncepciója és a kreatív városok fejlesztése egy jövőorientált zsákutca volt.

A tanulmány Egedy Tamás: A kreatív gazdaság városföldrajza a budapesti agglomeráció példáján című könyvének felhasználásával készült.

Finanszírozás: A tanulmány az NKFIH K128717 számú „Progresszív városföldrajz - A városverseny meghatározó tényezői Magyarországon” projekt támogatásával készült.

Irodalomjegyzék

1. Ashley, A. J. (2014) Negotiating risk in property-based arts economic development: Exploring the innovative but untimely development partnership between the Seattle Art Museum and Washington Mutual. *Cities*, 37. 92–103.
2. Bathelt, H., Malmberg, A. & Maskell, P. (2004). Clusters and knowledge: local buzz, global pipelines and the process of knowledge creation. *Progress in Human Geography*, 28(1), 31–56.
3. Boix, R., Hervás–Oliver, J. L. & Miguel–Molina, D. (2015). Micro-geographies of creative industries clusters in Europe: From hot spots to assemblages. *Papers in Regional Science*, 94(4), 753–772.
4. Boix, R. Lazzeretti, L. Capone, F. Propriis, de L.–Sanchez, D. (2013a). The geography of creative industries in Europe: Comparing France, Great Britain, Italy and Spain. In: Lazzeretti, L. (ed.)
5. Creative industries and innovation in Europe: Concepts, measures and comparative case studies. Series: Regions and Cities. New York: Routledge. 23–44.
6. CCM (2019). The Cultural and Creative Cities Monitor – 2019 Edition. European Commission Joint Research Centre, Ispra.
7. Chatterton, P. (2000). Will the real creative city please stand up? *City*, 4(3) 390–397.
8. Clark T. N. (2004). Introduction: taking entertainment seriously, in Clark, T. N. (ed) *The City as an Entertainment Machine*, 1–18. Elsevier, Amsterdam.
9. Cole, D. B. (1987). Artists and urban redevelopment. *The Geographical Review*, 77(4), 391–407.
10. Czirfusz, M. (2017). Creativity and culture in reproducing uneven development across Central and Eastern Europe. In: Lux G, Horváth Gy (eds.): *The Routledge Handbook to Regional Development in Central and Eastern Europe*. London; New York: Routledge. 106–119.
11. D’Ovidio, M. (2016). The creative city does not exist. *Critical essays on the creative and cultural economy of cities*. Ledizioni LediPublishing, Milano.

12. Deisbury, E.S. & Basu, S.R. 2010 The creative economy leading trade and innovation. United Nations Conference on trade and development. http://www.unece.org/ceci/ppt_presentations/2010/ic/basu.pdf
Leöltve: 2020. április 10
13. Desrochers P. & Leppälä S. (2011). Creative cities and regions: the case for local economic diversity, *Creativity and Innovation Management*, 20. 59–69.
14. Diesenhaus, S. (1988). 4 January Bankers, artists unite in creation of Brickbottom. *The Boston Business Journal*, 18.
15. Dörry, S., Rosol, M. & Thissen, F. (2016). The significance of creative industry policy narratives for Zurich's transformation toward a post-industrial city. *Cities*, 58. 137–142.
16. Dudek-Mańkowska, S. & Grochowski, M. (2019). From creative industries to the creative place brand: some reflections on city branding in Poland. *Place Branding and Public Diplomacy* 15274–287.
17. Egedy, T. (2021). A kreatív gazdaság városföldrajza a budapesti agglomeráció példáján. Budapest, Csillagászati és Földtudományi Kutatóközpont.
18. Egedy, T., Kovács, Z. & Kondor, A. Cs. (2017). Metropolitan region building and territorial development in Budapest: the role of national policies. *International Planning Studies*, 221. 14–29.
19. Freeman, C. (1997). The “National System of Innovation” in historical perspective. In: Archibugi, D. & Michie, J. (eds.) *Technology, Globalisation and Economic Performance*. Cambridge University Press, Cambridge. 24–49.
20. Frost-Kumpf, H. A. (1998). Cultural districts: The arts as a strategy for revitalizing our cities. *Americans for the Arts*.
21. Glaeser, E.L., Kolko, J. & Saiz, A. (2001). Consumer city. *Journal of Economic Geography*, 1(1), 27–50.
22. Greenberg, M. (2000). Branding cities: a history of the Urban Lifestyle Magazine. *Urban Affairs Review*, 36(2), 228–263.
23. Grodach, C. (2017). Urban cultural policy and creative city making. *Cities* 68. 82–91.
24. Hall, P. (1998). *Cities in civilization: culture, innovation and urban order*. London, Weidenfeld–Nicolson.
25. Horváthné Barsi B. & Lados, M. (2011). *Smart cities tanulmány*. Győr, MTA RKK Nyugat-magyarországi Tudományos Intézet.
26. Jacobs, J. (1961). *The Death and Life of Great American Cities*. New York: Random House.

27. Keynes, J. M. (1936). *The General Theory of Employment, Interest and Money*. London, Palgrave Macmillan.
28. Lambooy J.G. (2006). Innovative competitive cities as complex adaptive systems: An evolutionary economics approach. In: Kukliński A., Lusiński C. & Pawłowski K. (eds.) *Warsaw Conference: Towards a new creative and innovative Europe*. Wyższa Szkoła Biznesu–National–Louis University, Nowy Sącz–Warszawa: 52–60.
29. Landry, C. (2008). *The creative city: A toolkit for urban innovators* (2nd edition) London, Sterling, Earthscan.
30. Landry, Ch. (2000). *The creative city: A toolkit for urban innovators*. London, Earthscan.
31. Landry, Ch. & Bianchini, F. (1995). *The creative city*. London, Demos–Comedia.
32. Lazeretti, L. (ed.) (2012). *Creative Industries and Innovation in Europe–Concepts, Measures and Comparative Case Studies*. London, Routledge.
33. Lazeretti, L., Boix, R. & Capone, F. (2008). Do creative industries cluster? Mapping creative local production systems in Italy and Spain. *Industry and Innovation*, 15(5), 549–567.
34. Le Goix, R. (2005). Gated communities: sprawl and social segregation in southern California. *Housing Studies*, 20. 323–343.
35. Mateos–Garcia, J. & Bakhshi, H. (2016). *The geography of creativity in the UK; creative clusters, creative people and creative networks*. London: Nesta.
36. McCann, E. J. (2007). Inequality and politics in the creative city–region: questions of livability and state strategy, *International Journal of Urban and Regional Research*, 31(1), 188–196.
37. McCann, P. & Ortega–Argiles, R. (2016). Regional competitiveness, policy transfer and smart specialization. In: Huggins, R. & Thomson, P. (eds) *Handbook of regions and competitiveness: Contemporary theories and perspectives on economic development*. Cheltenham, Edward Elgar.
38. McNulty, R. (1988). The economics of amenity. *Meanjin* 47(4), 614–624.
39. Miles, M. (2013). A post–creative city? *RCCS Annual Review*. A Selection from the Portuguese Journal *Revista Crítica de Ciências Sociais*. 5.
40. Namyślak, B. (2014). Cooperation and Forming Networks of Creative Cities: Polish Experiences. *European Planning Studies*, 22(11), 2411–2427.
41. O’Connor, J. (2010). *The cultural and creative industries: A literature review*. Series: Creativity, Culture and Education Series. Newcastle upon Tyne: Creativity, Culture and Education.

42. Okano, H. & Samson, D. 2010 Cultural urban branding and creative cities: a theoretical framework for promoting creativity in the public spaces, *Cities*, 27. 10–15.
43. Özsoy, A., Aksoy, M., Dursun, P., Paker, N., Erkök, F., Uz Sönmez, F. & Uzer, E. (2006). Creativity in higher education: subproject creative universities and their creative city: regions, ITU Institutional Report on the the EUA Creativity Project 2006–2007.
44. Peck, J. (2005). Struggling with the creative class. *International journal of Urban and Regional Research*, 29(4), 740–770.
45. Peck, J. (2012). Recreative city: Amsterdam, vehicular ideas and the adaptive spaces of creativity policy. *International Journal of Urban and Regional Research*, 36(3). 462–485.
46. Perloff, H. S. (1979). Using the arts to improve life in the city. *Journal of Cultural Economics*, 3(2), 1–21.
47. Power, D. & Nielsen, T. (2010). Priority sector report: creative and cultural industries. The European cluster observatory. Stockholm, Centre for Strategy and Competitiveness at the Stockholm School of Economics.
48. Pratt, A. C. (2010). Creative Cities: Tensions within and between Social, Cultural and Economic Development. A Critical Reading of the UK Experience. *City, Culture and Society*, 1(1), 13–20.
49. Pratt, A.C. & Hutton, T.A. (2012). Reconceptualising the relationship between the creative economy and the city: Learning from the financial crisis. *Cities*, 33. 86–95.
50. Sasaki, M. (2010). Urban regeneration through cultural creativity and social inclusion: Rethinking creative city theory through a Japanese case study. *Cities* 27. 3–9.
51. Scott, A.J. (2014). Beyond the Creative City: Cognitive–Cultural Capitalism and the New Urbanism, *Regional Studies*, 48(4), 565–578.
52. Smith N. (2002). New globalism, new urbanism: gentrification as global urban strategy. *Antipode*, 34. 427–450.
53. Soja, E. W. (1989). *Postmodern Geographies. The reassertion of space in critical social theory*. London–New York, Verso.
54. Soja, E.W. & Scott, A.J. (1986). Los Angeles: capital of the twentieth century. *Environment and Planning D: Society and Space*, 4(3), 249–254.
55. Strykiewicz, T., Męczyński, M. & Stachowiak, K. (2014). Role of creative industries in the post–socialist urban transformation. *Quaestiones Geographicae*, 33(2), 19–35.
56. Vanolo, A. (2008). The image of the creative city: Some reflections on urban branding in Turin. *Cities*, 25. 370–382.

57. Zukin, S. (1995). *The Cultures of Cities*, Cambridge, Blackwell.

Oroszország változó helye a globális térben (Földrajzi szempontok az orosz-ukrán háborúhoz)

Engelberth István¹

DOI: [10.29180/978-615-6342-49-2_8](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-49-2_8)

Absztrakt

„A földrajz ellen sok, mindent lehet tenni, kivéve politizálni” – mondta Antall József miniszterelnök (1990-1993). Oroszország szerepét, lehetőségeit a globális térben döntően határozza meg kontinensnyi méretű állam földrajzi elhelyezkedése. A 2022. február 24-én korlátozott konfliktusból pusztító háborúvá vált orosz-ukrán háborút számos elemzés igyekezett értékelni, értelmezni. Az alábbi tanulmány elsősorban arra igyekszik rámutatni, számos elemzést, megközelítést is ötvözve, hogy a földrajzi-geopolitikai helyzet még egy ilyen hatalmas ország lehetőségeit is meghatározzák történelmi távlatokban. A periférián maradás, a sikertelen felzárkózás a fejlett országokhoz determinálják Oroszország lehetőségeit, mely következménye az elmúlt évtizedekben az erőtér zsugorodása a földrajzi térben. Ráadásul abban a kedvezőtlen pozícióban is van Oroszország, hogy két centrumtárság – egy felfelé törekvő Kína és egy pozícióját veszítő Európa – között fekszik. A „birodalom” gyengülése tulajdonképpen a Szovjetunió megszűnésével is folytatódott, az egykori csatolt részek (az ún. közel-külföld) is egyre inkább önállóvá válnak, sőt a folyamat Ukrajnával már magát a keleti szláv „magterületet” is elérte.

Kulcsszavak: befolyási övezet, centrum-periféria, Európai Unió, érdekszféra, közel-külföld, Oroszország, Ukrajna

Bevezetés

A földrajztudomány célja a térben meglévő különbségek bemutatása, okok és következmények feltárása. Segítségével értékelhetjük és megérthetjük ezeket, és ha szükséges tompíthatók, megszüntethetők a negatív hatások. Szemléletével, módszereivel eredményesen hozzá tud járulni más tudományok eredményeihez is, például a közgazdaság-, a politika- vagy a történettudományhoz. Fontosak a geográfiai szempontok akkor is, amikor jobban meg akarjuk érteni a 2022 február 24-én fellángolt orosz-ukrán háború természetét, okait és következményeit. A tanulmány néhány – elsősorban gazdaság- és politikaföldrajzi – szempontot kíván adni a háború hátteréhez. Mi jellemzi Oroszország változó globális szerepét a posztszovjet korszakban? Az orosz-ukrán háború beilleszthető-e az orosz nagyhatalmi tér posztszovjet korszakban történő zsugorodásába?

Oroszország helye a globális világban

Oroszország gyengülő „játékosa” a globális világunknak, nem az elmúlt évtizedek folyamatainak nyertese. Az orosz dominanciájú Szovjetunió egy globális nagyhatalom volt, stabil pillérekkel. A Földet átszövő kapcsolati hálóval rendelkezett, kiterjedt szövetségi rendszerrel (Varsói Szerződés, szocialista országok). 280 millió fős, a világon a 4. legnagyobb népessége (1991) vetekedett az USA-éval. Ütőképes hadsereggel bírt, képes volt katonai erőt alkalmazni a Földön bárhol. Számos ország számára egy minta volt, mely a hard power (katonai erő) mellett rendelkezett olyan soft powerrel (Nye, 1990) is, a kommunista ideológiával, amiben emberek tömegei hittek. Mindezek azonban megroppantak a birodalom

¹ Budapesti Gazdasági Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Kar, Üzleti Gazdaságtan Tanszék, e-mail: engelberth.istvan@uni-bge.hu

szétesésével. A hadsereg már korántsem olyan erős, például flottája napjainkra jelentősen meggyengült. Szövetségesi rendszere valójában néhány, jellemzően fejletlen országra korlátozódik. (pl. Szíria, Fehéroroszország, Észak-Korea vagy Irán). Súlyát természetesen továbbra is nyomatékosítják az atomfegyverek és jelentős nyersanyagforrásai. Új hatalmi érdekérvényesítő faktor, az 1990-es évektől globálisan is meghatározó, a szerep az olaj-, Európában a földgázexportban (Rácz, 2022).

Az orosz fejlődés a XVIII. századtól, Nagy Péter uralkodásától indulóan sok tekintetben az európai mintákat igyekezett követni. Oroszország, majd később örököse, a Szovjetunió is világhatalom lett. Azonban a gazdaság fejlettsége és a népesség jóléte sosem tudta megközelíteni a nyugati centrumtérsegek szintjét. 1991 után a Szovjetunió részekre esett, és a nyugati modell követése - a történelem során ismét - napirendre került Oroszországban. Elkezdtek kialakulni a piacgazdasági keretek, és a parlamentáris berendezkedés csirái is megjelentek. A felzárkózás azonban elmaradt, amit a gazdaság és társadalom mutatói alátámasztanak. Nem sikerült egy olyan modern, jóléti államot felépíteni, mint a II. világháború utáni évtizedekben Németországnak vagy Japánnak, Finnországnak, Dél-Koreának, esetleg egy a kínaihoz hasonló modernizációs úton elindulni. A XXI. század pedig újabb kihívásokat hoz, már India vagy Indonézia – melyek várhatóan 2050-re a világ 3. és 4. gazdaságai lesznek – is „előzni készülnek”. Oroszország történelmi távlatokban is olyan úton halad, mely pozíció- illetve súlyvesztéssel jár, így egyre kevésbé tudja érdekeit képviselni, érvényesíteni. Utóbbi megállapítás igaz a birodalom egykori területeire vonatkozóan is. Az orosz nyelvben ki is alakult egy önálló megnevezés: „közel-külföld”, mely a volt Szovjetunió nem orosz részeit jelöli. A kifejezés 1992-es megszületése (Gecse, 2014), önmagában mutatta a térvesztést.

Oroszország már rögtön 1991 után igyekezett valamilyen formában egyben tartani a posztszovjet térséget, és a befolyását is megtartani. Ilyen céllal is alakult meg a Független Államok Közössége (FÁK), amit a szakirodalom a Szovjetunió szétesésének utolsó fázisaként is értékel (Rudl, 2014). Utóbbi kijelentést tulajdonképpen igazolta, hogy később több állam kilépett a szervezetből (Grúzia, Ukrajna, Üzbegisztán). A FÁK azonban lehetőséget adott arra, hogy megalakuljon a Kollektív Biztonsági Szerződés Szervezete (KBSZSZ). Ennek kezdete az 1992-ben aláírt Kollektív Biztonsági Szerződés (Taskenti Szerződés) volt. Aláírói között volt Örményország, Kazahsztán, Kirgizisztán, Oroszország, Tádzsikisztán és Üzbegisztán, 1993-ban csatlakozott Azerbajdzsán, Grúzia és Fehéroroszország. Ám az eredetileg 5 évre szóló szerződést 1999-ben csak 6 állam hosszabbította meg, Azerbajdzsán, Grúzia és Üzbegisztán nem. A hosszabbító országok együttműködésüket egy szervezetté alakították 2002-ben, ez lett a KBSZSZ. Közben néhány posztszovjet állam 1997-ben megalapította a GUAM-csoportot (Grúzia, Ukrajna, Azerbajdzsán és Moldova), melyhez később Üzbegisztán is csatlakozott. Igaz, ez 2005-ben kilépett és (újra) csatlakozott a KBSZSZ-hez, majd 2012-ben felfüggesztette a tagságát. A FÁK és a KBSZSZ története jól mutatja, hogy a politika hogyan igyekezett kitölteni a Szovjetunió szétesésével létrejött hatalmi vákuumot, de azt is, hogy Moszkva befolyása a posztszovjet térségben csökkent. Sokat mondó, hogy Ukrajna mennyire távol tartotta magát az orosz kezdeményezésektől.

Az orosz politika jól érzékelté azt, hogy a globalizáció következményeként erősödik az államok összefogásainak, integrációinak a szerepe globális térben. Ahhoz, hogy a posztszovjet régiókban ne legyen tartós hatalmi vákuum, ahová más hatalom nyomulhat be, gazdasági együttműködés is szükséges. E célt szolgálja az Eurázsiai Gazdasági Unió. Oroszország, Kazahsztán és Fehéroroszország elnökei Aszتانában írták alá azt a szerződést, amellyel a kb. 180 milliós népességet és 2,7 ezer milliárd dollár GDP-ét felölelő integráció megkezdte működését 2015-ben. Később csatlakozott Örményország és Kirgizisztán is. A szervezet egy gazdasági integráció, ám Oroszország szempontjából fontosabbak a geopolitika célok. Ugyanis külkereskedelmének csak kb. 6%-át folytatja a tagállamokkal. (Ilyas–Vasa, 2020). A

szervezetten belül hatalmas, kb. 80%-os a súlya a népességének. Az adatok jól mutatják, hogy ez az integráció alaposan különbözik a riválistól, az EU-tól, ahol egyetlen államnak sincs ekkora súlya, befolyása, még Németországnak sem.

Az Eurázsiai Gazdasági Unió válasz a kihívásra, hogy Oroszország és közel-külföldje, mint periféria „beszorult” két – különböző fázisban lévő – centrum, az Európai Unió és Kína közé. A periféria sorsa a centrumhoz való kapcsolódás, a viszony aszimmetrikus, ahol a centrum érdekei érvényesülnek döntően. Az orosz fejlődés kérdése az, hogy melyik centrum befolyása válik erősebbé? Esetleg ki tud-e alakítani az ország egy önálló fejlődési utat, talán centrummá válva a későbbiekben? A történelmi tapasztalatok alapján az utóbbira kicsi az esély. Ha pedig ez így van, akkor a kérdés az, hogy melyik centrumhoz csatlakozva tudja jobban érdekeit érvényre juttatni? A háború következményeként vélelmezhetjük, hogy az erős európai kapcsolat esélye az elkövetkező években csekélyek. Pedig az együttműködés a Nyugat számára is előnyökkel járna, Oroszország nem lenne Kína kiemelt partnere, szövetségese, esetleg gyarmata. Ez utóbbi feltevés megjelenik a nyugati narratívákban (Gabuev, 2022). A Ukrajna megtámadása miatti szankciós politika Oroszország európai izolációját, keleti orientációját erősítheti.

Oroszország szerepe a posztszovjet térségben

Vajon mennyiben volt érdekszféra vagy éppen befolyási övezet Oroszország számára a közel-külföld a háború kitörésekor? Előbbi esetben egy állam erőszakkal, háborúval, nyers erővel kényszerít egy másikat függésbe, az érdekszféra állapotába. A befolyási övezet esetében a puhább módszerek dominálnak a „csábításban”, pénz, egyéb gazdasági eszközök, vagy akár a kultúra. A befolyási övezetbe az érdekszférával ellentétben egy állam a felkínált előnyök elfogadásával csatlakozik (részben vagy egészben önként), melyben nagy szerepet játszik a soft power (Tálas, 2022). Megítélésem szerint, teljesen elválasztani a két fogalmat egymástól nehéz, ugyanis mindkét esetben fennáll valamilyen szintű kényszer, a korlátozott szuverenitás. A közel-külföld régióját nem lehet egységesen és egyértelműen besorolni valamelyik kategóriába. Az Eurázsiai Gazdasági Unió esetében a csatlakozók hozzáférnek a nagy orosz piachoz és az olcsó energiaforrásokhoz, így az országok befolyási övezetnek tekinthetők. Azonban Ukrajna 2022-ben már nem volt definiálható orosz befolyási övezetként. Az orosz gazdasági és társadalmi modell nem volt vonzó számára. Az ország „beszorult” két hatalom közé, ám a nyugati integrációhoz közeledés útján járt az orosz-ukrán háború kitörése előtt.

Oroszország gyanakvással kezelte az EU politikai és gazdasági eszköztárában fontos szerepet játszó, 2009-ben elindított, ún. Keleti Partnerség programot. Ebben a Nyugat térnyerését látta a közel-külföld térségében, Örményországban, Azerbajdzsánban, Fehéroroszországban, Grúziában, Moldovában és Ukrajnában. A partnerség nem jelentett tagságot, de lehetővé tette a kapcsolatok intenzív fejlesztését. Ukrajna esetében az Európai Unió ennél tovább kívánt menni, beleértve a politikai és biztonságpolitikai együttműködést is, és az ország fokozatos integrálását a belső piacába. Az erről szóló egyezményt Porosenko elnök írta alá 2014 júniusában. Úgy vélem, ez a helyzet lett az egyik alapvető oka a háború kirobbanásának (Simai, 2017). A birodalmi tér újjáépítésének ukrainai kudarca ekkor válhatott egyértelművé Moszkva számára (Jielge, 2014). Az emlékezetes 2013-2014-es események után a Verhovna Rada, Ukrajna parlamentje elfogadta az ország európai integrációs törekvéseinek megvalósításáról és az EU-Ukrajna társulási megállapodás aláírásáról szóló nyilatkozatot (Kyiv Post, 2014.02.22.). Az orosz politika azt érezhette, hogy Ukrajna integrációja, a nyugati térnyerés a közel-külföldön olyan úton van, amit már csak fegyveres módon tud akadályozni. 2014-ben bekövetkezett a Krím megszállása és kitört Donbaszban a háború. Az orosz-ukrán konfliktus egyik fontos „rétege” tehát az orosz-EU összecsapás, melynek célja: Kié legyen Ukrajna? „Több geopolitikai elemzés – ezek alapján a nemzetközi közvélemény jelentős része – olyan érdekszféra-küzdelemként értelmezi a válságot, amely a nagyhatalmak között folyik,

elsősorban az USA és Oroszország, illetve az Európai Unió és az Oroszország között. Ebben a játszmában Ukrajna inkább tárgy, mint alany.” (Tálas, 2020, p. 138)

A közel-külföld megtartásának orosz szándéka azonban már 2014-ig sem volt sikeres. A balti államok önálló (nyugati) útja korán eldőlt, 2004-ben az Európai Unió, illetve a NATO tagjai lettek. A térség egyébként is teljesen más, nyugati irányultságú etnikai-nyelvi-kulturális-gazdasági közeget jelent, mint az orosz tér szláv karaktere, így a lemondás „könnyű volt”. A Kaukázus vidékén az orosz térből kiszakadt, a türk-muszlim Azerbajdzsán. Ehhez jelentős segítséget kapott egy a megerősödő regionális hatalomtól, Törökországtól, amely ezzel tulajdonképpen benyomult a posztszovjet régióba. A török politika egyébként is intenzíven építi kapcsolatait Közép-Ázsia irányába, amihez Azerbajdzsán fontos útvonal. Az önálló azeri utat jól példázza, hogy fel mert vállalni katonai konfliktust az orosz szövetséges – KBSZSZ-tag – Örményországgal. A nemzetközi jogi értelemben elfogadott moldovai (Transzisztria) és georgiai (Abházia, Dél-Oszétia) határokon belül állandó orosz katonai jelenét van napjainkban, de ennek ellenére sem minősíthetők ezek az államok orosz befolyási övezetnek. Ezt mutatja a két állam nyugati orientációja (EU- és NATO tagság igénye, részvétel a Keleti Partnerségben).

Közép-Ázsia államaiban kétségtelenül pozitívabb Oroszország megítélése, mint Közép- vagy Kelet-Európában. A régió népei nagyon sok mindent köszönhetnek az oroszoknak: modernizációs vívmányokat, például az írást, közigazgatást, egészségügy eredményeit, vasutakat. Az orosz nyelv a közvetítőnyelv a népek között és a gazdasági életben. A Szovjetunió felbomlásával ezek az államok önállóak lettek, de a szoros kapcsolat megmaradt Moszkvával. A térségben azonban találkozott a lassan fejlődő orosz és a robosztus utat felmutató kínai gazdaság. Ma már a régió legjelentősebb gazdasági partnere Kína. De ebből korántsem alakult ki éles konfliktus a két hatalom között. Hallgatólagos erőegyensúly van (átmenetileg?), katonai-biztonsági befolyása Oroszországnak, a gazdasági-pénzügyi súlya pedig Kínának nagyobb. Kérdés, hogy ez a status quo meddig lesz elfogadható a résztvevőknek? (Engelberth & Gyene 2021)

1991 után egyes területek, kisebb vagy nagyobb mértékben, de leváltak az orosz erőteréről. Ebben a történeti-politikai okok mellett a kultúrföldrajzi (pl. vallás, nyelv) tényezők is szerepet kaptak. Ukrajnának azonban más a megítélése, itt a Nyugat először jelent meg egy olyan térségben, melyet történelmileg és kulturálisan is, nagyon szoros kapcsolat fűzi az orosz világhoz. De egészen fontos a földrajzi, geopolitikai helyzete is. Egy, az európai magterülethez „folyosót” biztosító régió került a rivális nyugat érdekkörébe Zbigniew Brzezinski (1998) szerint, „Oroszország Ukrajna nélkül nem birodalom”.

Gyakori nyugati világmagyarázat, hogy Oroszország kiterjeszti birodalmát Ukrajnára és csak folytatódik az a folyamat, ami 2008-ban – Grúzia megtámadásával – kezdődött és 2014-ig továbbgyűrűzött (Vass, 2022). Oroszország kizárólagosságot kíván magának a befolyási övezetében, ezzel megvonja a jogát az ukrán népnek az önrendelkezéshez, a függetlenséghez. Putyin elnök maga nevezte Oroszország szétesését a XX. század legnagyobb geopolitikai katasztrófájának (Kremlin.ru, 2005.04.25.). A nyugati megközelítést erősíti, hogy az orosz követelések a háború megindítása előtt túlterjedtek a közel-külföld térségén. E szerint, a NATO tulajdonképpen álljon vissza az 1997-es állapotára, hatáira. Ezzel azonban a közép-európai államok szuverenitását vonta kétségbe. A javallattal létre jött volna egy pufferezóna Oroszország nyugati határai mentén Németországig. A rivális NATO, illetve az USA így nem fenyegetné közvetlenül a határait. (Pufferzóna létrehozása gyakori nagyhatalmi igény volt a történelemben.) Az szándék következménye lehet, hogy visszaállna a hatalmi vákuum Közép-Európában.

Közép-Európa határai őrzik a XX. század nyomait. Kis területű „nemzetállamok” vannak itt, ahol az etnikai határok nem esnek egybe a politikaikkal, ami azonban több háború okaként jelent meg a múltban. Történelmi tanulságaként értelmezhető, hogy egy hatalmi vákuum a

régióban, a stabilitást, ezzel pedig a gazdasági-társadalmi fejlődést veszélyeztető tényező. Súlyos konfliktusokhoz vezethetnek nemcsak regionális, hanem európai szinten is, és előbb-utóbb egy nagyhatalom kitölti az üres teret.

Európa II. világháború utáni 77 éve volt a kontinens legbékésebb időszaka. Az 1945 után Nyugat-Európa stabilitását és fejlődését az USA jelenléte biztosította, miközben a vasfüggönytől keletre a szovjet uralom játszotta ezt a szerepet. A szovjet kivonulás utáni nagyhatalmi vákuumot egyrészt az EU töltötte ki, másrészt – mivel előbbinek nincs hadserege – a NATO. Ezek biztosították a stabilitást ahhoz, hogy a térség elinduljon egy felzárkózási pályán a tőle nyugatra fekvő centrumhoz. A hatalmi vákuum kitöltésének szükségességét az érintett országok is belátták azzal, hogy euró-atlanti integrációjuk önkéntes döntéseken alapultak.

Az orosz biztonsági érdekek természetföldrajzi tényezőkkel (is) alátámaszthatók. A Kelet-Európai-síkság, melynek a keleti részén elterülő Oroszország ékszerűen nyúlik be Európába. Az ország nyugat felé nyitott, ami kedvezőtlen geostratégiai feltételeket ad. A síkság nyugat felé a Germán-alföldben folytatódik, Berlinen át egészen a Benelux-államokig. A földrajzi adottságokból következik, hogy minél nyugatabbra vannak az orosz állam, illetve egy (elméleti) pufferzóna határai, akkor ezek annál rövidebbek, tehát jobban védhetőek. Az orosz magterület (Moszkva és Szentpétervár) távolabb kerül a fenyegetéstől (stratégiai mélység), biztonsága növekszik. Ukrajna nyugati integrációjával azonban az a veszély fenyeget, hogy a NATO erői minden eddiginél közelebb (kb. 400-500 km-re) kerüljenek Moszkvához (Marshall, 2021).

A magterület féltését a földrajz mellett a történelem tanulságai is motiválják. Már a Moszkvai Fejedelemség sorsát – pl. a tatár hódítás – is meghatározta az, hogy a síkságon alig vannak természetes akadályok, melyek a védekezés hatékonyságát növelik. 1605-ben a lengyelek, 1811-ben Napóleon, 1941-ben a hitleri Németország csapatai is eljutottak Moszkváig. Az európai területek védelme azért is fontos, mert a gazdaság és a lakosság elhelyezkedése erősen nyugatra billenti az térszerkezetet. A népesség kb. $\frac{3}{4}$ -e él az ország mintegy $\frac{1}{4}$ -én, miközben az Európánál is nagyobb Szibéria lakossága csak 37 millió fő. (Statista, 2022.) Ez a térszerkezet, az ebből következő erős európai kapcsolatok – például szénhidrogén-vezetékek – azt is mutatják, hogy az ázsiai (kínai) orientáció, milyen kihívásokkal küzdhet a jövőben.

Összegzés

Oroszország egy olyan időszakban – posztszovjet korban – kezdett háborúba, amikor globális és regionális befolyása is csökkent. A visszaszorulás következményeként már a háború előtt elvesztette érdekszférájából a közép-európai államokat, majd azokat az ún. közel-külföldinek tekintett országokat, melyek kulturálisan (nyelv, etnikum, vallás) nem illeszkedtek a keleti-szláv térség népeihez. Az ukrán-orosz háború előzménye pedig az, hogy már a keleti-szláv térség egyik régiója kiválása fenyegetett. Ilyen megközelítésben a háború történelmileg, de földrajzi szempontból is azt jelenti, hogy folytatódik a Szovjetunió/Orosz Birodalom szétesése, ami kétségtelenül azzal jár, hogy a posztszovjet térség egyre inkább már nagyhatalmak, erőközpontok perifériái lesznek.

Irodalomjegyzék

1. Brzezinski, Z. (1998). Grand Chessboard: American Primacy and Its Geostrategic Imperatives. Basic Books New York.
2. Engelberth, I. & Gyene, P. (2021). A közép-ázsiai országok járványkezelési politikái. Orosz-kínai vakcinaversengés a régióban. In Sáringer, János (ed.) Fordulópontok és gazdasági növekedés Közép-Európában. (pp. 9-32). Budapest Aposztróf Kiadó

3. Estimated population size in Russia as of January 1, 2022, by federal district. Statista. <https://www.statista.com/statistics/1009384/population-size-in-russia-by-federal-district/> (2023.01.16.)
4. Gecse, G. (2014). Birodalmi gondolat és gyakorlat a nagyhatalmak 19. és 20. századi politikájában. Az orosz-, a szovjet-orosz- és a posztszovjet állam. (Doktori disszertáció, ELTE Történettudományok Doktori Iskola) <https://doktori.btk.elte.hu/hist/gecsegeza/diss.pdf> (2022.10.14.)
5. Gabuev, A. (2022). China's New Vassal. How the War in Ukraine Turned Moscow Into Beijing's Junior Partner. Foreign Affairs, 2022.08.22. <https://www.foreignaffairs.com/china/chinas-new-vassal> (2022.10.01.)
6. Ilyas Gy. & Vasa, L. (2020). Az Eurázsiai Gazdasági Unió helyzete és kilátásai. Külügyi és Külgazdasági Intézet. <https://kki.hu/wp-content/uploads/2020/04/04-Ilyash-Vasa.pdf> (2022.10.22.)
7. Jielge, W. (2014). Analyse: Die Ukraine aus Sicht der „Russkij Mir“. Bundeszentrale für Politische Bildung. <https://www.bpb.de/themen/europa/russland-analysen/nr-278/186517/analyse-die-ukraine-aus-sicht-der-russkij-mir/> (2022.10.25.)
8. Marshall, Tim (2021). A földrajz hatalma. Park Kiadó. Budapest.
9. Nye, S. J. (2020). Soft Power. <https://doi.org/10.2307/1148580>
10. Rácz A. (2022. 10.14). Geopolitikai kilátások és átrendeződések a háború nyomán. CEU Határtalan Tudás. online előadás. <https://www.youtube.com/watch?v=7I0DCh5fgEUHow> (2022.10.15.)
11. Rudl J. (2010). A Szovjetunió utódállamainak földrajza. Dialóg Campus, Budapest.
12. Simai, M. (2017). Az orosz föderáció a XXI. században. In Deák András (ed) A kérértlen integráció. A putyini Oroszország világgazdasági integrációja. (pp. 15-37). DOI: 10.1556/9789634540670
13. Tálas, P. (2020). A többdimenziós, a többszintű és a multikauzális konfliktuselemzés. In Kovács Katalin-Tálas Péter (eds.) A konfliktuselemzés módszertani iskoláiról. (pp. 128-146). Dialóg Campus, Budapest
14. Vass, R. (2022.10.19.). Jön a háborúk évtizede? Budapest Economic Forum, online előadás <https://app.hopin.com/events/budapest-economic-forum-2022/sessions/afe6afcf-d9ef-4cde-ae9c-2e1acddeb58b>

Internetes hivatkozások

1. Parliament passes statement on Ukraine's aspirations for European integration, Kiyv Post, 2014.02.22. <https://www.kyivpost.com/article/content/ukraine-politics/parliament-passes-statement-on-ukraines-aspirations-for-european-integration-320792.html> (2022.10.12.)

2. Tálás, P. (2022.10.03). Népszavazások után: Tűzszünet vagy eszkaláció. Interjú Tálás Péter, a Nemzeti Közszerológálati Egyetem Stratégiai, Védelmi Kutatóintézet igazgatójával. Inforádió, <https://www.youtube.com/watch?v=OJuBtFdNgqw&t=561s> (2022.10.15.)
3. Vlagyimir Putyin orosz elnök a 20. század hatalmas „geopolitikai katasztrófájának” ítélte a Szovjetunió megszűnését. Poszlanijje Federalnomu Szobranijju Rosszijoszkoj Federacii. (2005. 04.25.) <https://kremlin.ru/events/president/transcripts/22931/videos> (2016.05.24.) ORCID: 0000-0003-3285-322X

A fogyatékossgal élő emberek spirituális foglalkoztatási modelljének vázlata

Farkas Jácint¹ – Csillag Sára² – Fekete-Frojimovics Zsófia³

DOI: [10.29180/978-615-6342-49-2_9](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-49-2_9)

Absztrakt

Kutatócsoportunk 2022. tavaszán kezdte el vizsgálni a fogyatékossgal élő emberek foglalkoztatásának módozatait és mindezek nehézségeit a vendéglátás szektorban.

A vizsgálódásunk eddigi eredményei alapján megállapítható, hogy a hazai és az EU-s foglalkoztatási gyakorlatok az alapvetően piacgazdasági szemlélet által vezérelt – elsősorban az anyagi haszon maximalizálására törekvő gazdálkodási, és mára társadalom-formálónak is vált –, termelési mód az estek túlnyomó többségében nem képes reális foglalkoztatási, egyéni és közösségi kiteljesedési lehetőségek megélhetési bázisát biztosítani a fogyatékossgal élő emberek számára.

Mindezek miatt elkezdtek kidolgozni a spirituális gazdálkodás és a fogyatékossgal élő emberek foglalkoztatásának antropológiai és életfilozófiai „platformját”.

Bízunk abban, hogy ez az elkövetkezendő évek kutatásainak egyik izgalmas területévé válhat ez a hazánkban, és a nemzetközileg is kevésbé kutatott terület. Ez a gondolati megalapozás a mindennapok gyakorlatában is megjelenhet a későbbiekben, mint e kiszolgáltatott társadalmi csoportot alkotó emberek életének értelmesebbé, tartalmasabbá és biztonságosabbá tételének egyik új formája.

Kulcsszavak: akadálymentesség, egzisztenciális fogyatékossgal, munkaerőpiac, kapitalizmus, piacgazdaság

Bevezetés

Kutatócsoportunk 2022. tavaszán kezdte el a fogyatékossgal élő emberek foglalkoztatásának módozatait és mindezek nehézségeit vizsgálni a vendéglátás szektorban működő kis és középvállalkozások gyakorlatában, kvalitatív módszertanra építve.

A hazai és nemzetközi szakirodalom áttekintését és az elkészült interjúk elemzését követően arra a megállapításra jutottunk, hogy a fogyatékossgal élő emberek foglalkoztatási gyakorlatai hazánkban – részben hasonlatosan az EU országok ilyen típusú „praxisaihoz” –, az általánosan alkalmazott gazdasági mechanizmusok részeibe ágyazva „partikulárisan” valósulnak meg (Csillag, 2022).

Ez az alapvetően piacgazdasági szemlélet által vezérelt – elsősorban az anyagi haszon maximalizálására törekvő gazdálkodási, és mára társadalom-formálónak is vált –, termelési mód az estek túlnyomó többségében nem képes reális foglalkoztatási, egyéni és közösségi kiteljesedési lehetőségek megélhetési bázisát biztosítani a fogyatékossgal élő emberek számára (Csillag és mtsai., 2018). Mindezek miatt elkezdtek kidolgozni a spirituális gazdálkodás és a fogyatékossgal élő emberek foglalkoztatásának elméleti jellegű „platformját”.

¹ Budapesti Gazdasági Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Kar, Menedzsment Tanszék, CSFK Földrajztudományi Intézet, Budapesti Corvinus Egyetem, Corvinus Institute for Advanced Studies - Business Ethics Center, Orcid: 0000-0002-8083-0017

² Budapesti Gazdasági Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Kar, Menedzsment Tanszék, Orcid: 0000-0002-5925-1723

³ Budapesti Gazdasági Egyetem, Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar, Vendéglátás Tanszék, Orcid: 0000-0003-1642-6615, e-mail: fekete-frojimovics.zsofia@uni-bge.hu

Bízunk abban, hogy ez az elkövetkezendő évek kutatásainak egyik izgalmas területévé válhat ez a hazánkban, és a nemzetközileg is kevésbé kutatott terület. Ez a gondolati megalapozás a mindennapok gyakorlatában is megjelenhet a későbbiekben, mint a kiszolgáltatott társadalmi csoportot alkotó emberek életének értelmesebbé, tartalmasabbá és biztonságosabbá tételének egyik formája.

Rövid bevezető tanulmányunk a spirituális gazdasági és foglalkoztatási jelleg elsősorban filozófiai kereteit vizsgálja föl, ami egy lehetséges tudományos és szakmai diskurzus „nyitánya” is egyben.

Spiritualitás a gazdaságban spirituális-alapú foglalkoztatás

Meggyőződésünk, hogy a világunkat egyre inkább jellemző multi és transzdiszciplináris kutatói attitűdök a filozófiai vizsgálódás számára is tág teret biztosítanak. A gazdaság és a spiritualitás viszonyát az elmúlt közel húsz évben számos nemzetközi és hazai tudós és kutató dolgozta és dolgozza ki a mai napig is (Belwalkar és mtsai., 2018; Bouckaert & Zsolnai, 2011; Milliman és mtsai., 2018; Rima, 2020).

Eszmefuttatásunkban a Zsolnai László nevével is fémjelzett paradigma alapvetéseire építünk, miszerint a spiritualitás fogalmi keretei a filozófiai etika és pszichológia világában gyökereznek, vagyis nem feltétlenül a transzcendentális, illetve vallási dimenziók dominálnak amikor a fogalommal és cselekvési móddal dolgozunk vagy erről elmélkedünk (Zsolnai, 2022).

A Ian Mitroff által felvázolt probléma megoldási aspektusok egyike az egzisztenciális/spirituális aspektus, ami a spirituális gazdálkodás paradigmájának is az egyik alapvető eredetvidéke (Mitroff, 1998).

Mi a két eredetfogalom közül az egzisztencia létezésvilágára fogunk koncentrálni, tekintettel arra, hogy az európai, illetve az úgynevezett nyugati filozófiai diskurzus egyik meghatározó területe, amely az ember mikro- és makrokozmoszban betöltött szerepét veszi alapul és annak filozófiai analíziseit végzi el (Heidegger, 2019; Jaspers, 2008; Merleau-Ponty, 2005).

A Heidegger által megalapozott egzisztenciális emberi karakter(ek) vizsgálata egy soha véget nem érő folyamat, amely a filozófiai és a tudományos élet valamennyi szereplőjének – manapság leginkább implicit módon megvalósuló –, tevékenysége, ami az ontológia és az ismeretelmélet megközelítési módjainak határait is képes feloldani (Heidegger, 2019). Az egzisztenciális-filozófusok az embert, mint soha ki nem teljesedő lényt definiálják, azonban ez abszolút pozitív létezési célként határozódik meg (Merleau-Ponty, 2005; Jaspers, 2008).

Ez az egzisztenciális „létezési keret” önmagában tulajdonképpen lényegtelené teszi a hétköznapi értelemben vett „egészségesség” versus „fogyatékoság” megkülönböztetést. Az ember, mint minőségi utat bejáró lény a saját strukturális sajátosságainál fogva egyszerűen még biológiai értelemben sem nevezhető egészségesnek a szó legszűkebb és legtágabb értelmét figyelembe véve sem. Ezt nevezzük „egzisztenciális fogyatékoságnak”, ami az ember alapvető tulajdonságainak egyike (Farkas, 2021; Farkas és mtsai. 2022).

Itt szükséges megjegyezni, hogy például Gehlen és Adler is részben felismeri – ha nem is az általunk bevezetett értelemben – az ember általános létezésbeli fogyatékoságát, és ennek egyik kompenzációs módjaként – értelmezésünk szerint akadálymentesítési cselekedetként – határozzák meg az ember társadalomépítő tevékenységét (Adler, 1998; Gehlen, 1976). Ekképpen az emberi nem, mintegy magában hordozza az akadálymentesség igényét, melynek fizikai szublimációja, a technikai értelemben megvalósuló akadálymentesítés.

Így elérkezünk a társadalmi „építkezés” egy olyan szintjére, melyen a rendszerek összetettsége, egymásra hatása és sok esetben a másik területet hierarchikusan maga alá gyűrő struktúrák jönnek létre és szinte autonóm és izolált „blokkok” alakulnak ki az emberi közösségekben (Luhmann, 2010).

A gazdasági alrendszer számtalan kapcsolódási pontot „növeszt” a többi alrendszer felé. Ezeken a csatornákon keresztül több irányú kommunikáció és változást generáló mechanizmus zajlik, „dominanciájukban gazdát cserélnek”, illetve kiváltanak egymásra kölcsönös – kisebb vagy nagyobb – hatást (Harari, 2019).

Ez a komplexitás generálja többek között a tudományok egyre specializáltabb mivoltát, így azok egyedi nyelvezetét (Karácsony & Pokol, 2011), de ugyanez igaz például a fogyatékossgal élő emberek társadalmi integrációs törekvéseit megvalósítani szándékozó társadalompolitikai és gazdasági megoldások összetettségére is.

Így, ha nem is lineáris gondolatépítésen keresztül, de eljuthatunk egy „rendszerkomponens”: a fogyatékossgal élő emberek foglalkoztatásának elemzéséhez.

Ennek bevezetéseként tovább szükséges elemezni az ember, mint egzisztenciális létező és a spiritualitás kapcsolatát. Az antik görög filozófiában az ember kettős természetű lény, egyszerre „logosz”, vagyis organikus része a kozmikus intelligenciának, illetve mai szóhasználattal élve „egzisztencia”, azaz túlmutat a test és a lélek dualizmusán (Hadot, 2010; Frankl, 2012). Értelmezésünk szerint a fenti „definíciót” tovább gondolva az ember tudatos lény, és ez a karakterének talán legmeghatározóbb tulajdonsága is egyben.

A tudatosságot ebben a kontextusban, a Buddhista üresség-filozófia tanításainak értelmében használjuk, vagyis szubsztancia és centrum-mentes létezőt konstituáló, szervező és érzékelő „entitásként” (Farkas, 2021; Fehér, 1997; Porosz, 2018a). Ebből következőleg Zsolnai spiritualitás meghatározására, az ember felelőssége egyénileg és csoportosan is túlmutat az eddig elfogadott főáramú kereteken. Tudván, hogy a kölcsönös függésben létezés és a létezők üresség természete, a társadalmak alrendszereit is jellemzi, mint ahogy minden létező anyagi vagy szellemi entitást is a körülöttünk lévő világban. A nyugati világban is egyre elfogadottabb és feltártabb a Buddhista életgyakorlat, az etikai felelősségvállalást hangsúlyozó, elméleti és gyakorlati dimenziók összesége, melyek egyéni és közösségi pozitív hatásait számos kutatás mutatta meg (Shrivastava & Zsolnai, 2022).

Mindezek nyomán bízunk abban, hogy az olvasóban már körvonalazódik a spiritualitás egy olyan értelmezése, melyben az ember egyrésztől közel sem csak materiális pásztora a létnek (Heidegger, 2019), hanem szellemi lényként is meghatározható kozmikus, ámbár a földi világban tevékenykedő létező. Így az ember a gazdasági rendszereknek nem csupán kiszolgálója és fogyasztója, hanem azok alakítója és tudatos szereplője is (Schumacher, 1991). Ebben az összefüggésben a *homo sapiens* fizikai, mentális, szellemi stb. „fogyatékossgai” marginálisak.

Az általunk végzett kutatás, az abból származó adatok és információk elemzése még folyamatban van. Azonban az már tisztán kiolvasható ezekből, hogy mind a foglalkoztatók, mind pedig a foglalkoztatottak őrlődnek az egészséges vs. fogyatékos, illetve a nyereséges vs. humánus foglalkoztatás „malomkerekei” között.

Az interjúk mind kimondva, mind kimondatlanul tartalmazzák a fogyatékossgal élők foglalkoztatásának rendszer-idegenségét, amit a vonatkozó jogszabályok és normák igyekeznek feloldani és „kezelni”. Azonban az is tisztán kiolvasható, hogy pont ezen direktívák joghermeneutikai gordiuszi csomókat teremtenek, ezek egyik alapvető okaként a kapitalista sztenderdekhez történő merev igazodás kényszere nevezhető meg. Ennek a megoldhatatlannak tűnő helyzetnek a feloldására tettünk javaslatot az organikus jogalkotási forma kereteinek felvázolásával abban bízva, hogy a tudományos közösség ebben fejlődési potenciált lát. Így elkezdődhet egy új elméleti keret kidolgozása és vitája, majd ezek eredőjeként, a későbbiekben az új eszmeiség a jogalkotás hétköznapi szintjeire is „megérkezhet”, és arra pozitív hatást is gyakorolhat (Farkas és mtsai., 2022).

Az általunk vizsgált vendéglátóipari vállalkozások – bármennyire is a többségükben direkt módon nyílt munkaerőpiaci szereplő – tulajdonosai és üzleti vezetői, a fogyatékossgal élők foglalkoztatása legfőbb akadályaként nem a speciális akadálymentesítési szükségserűségek

megteremtését nevezték meg. Sokkal inkább a kapitalista mechanizmusok által uralt piaci verseny gyilkos iramát, mely az ún. „egészséges” foglalkoztatottak számára is már-már teljesíthetetlen fizikai és pszichikai terhelést teremt. E destruktív hatást a Covid-19 világjárvány megfékezése-kontrollálása érdekében hozott hazai és nemzetközi intézkedések primer és szekunder hatásai az eddigénél is magasabb szintre emelték.

Rövid tanulmányunk keretei nem engedik meg, hogy ezen hatásmechanizmus teljeskörű elemzését elvégezzük, vonatkoztatva azt például a kapitalista berendezkedés következtében kialakult fenntarthatatlansági dimenziókra, csak annyit jegyzünk meg, hogy a fogyasztásorientált gazdálkodási modell a funkcionális fogyatékosoktól – értve ez alatt a hétköznapi, orvosi és tudományos definíciók szerint ebbe a csoportba tartozó, mozgás, látás, hallás stb. nehézségekkel hosszútávon küzdő embertársainkat (Farkas, Raffay, és mtsai., 2022) – függetlenül is túlhajsztolt embertömeget generál. Így az egzisztenciális kiteljesedés felé vezető ösvények nem csak a funkcionális fogyatékosokkal élő emberek számára válnak szinte teljesen elzárttá, hanem tulajdonképpen valamennyiünk számára (Fromm, 2002; Han, 2015).

A spiritualitás a gazdaság világában azt is jelenti, hogy az ember – a saját fizikai és mentális állapotai ismeretében-törekszik a földi életet kiegyensúlyozott módon végig élni, vagyis a mérleg egyik serpenyőjében a fizikai létezés feltételeinek a relatív akadálymentes megteremtése, a másikban pedig a szellemi éhség és kiteljesedési „utazási” feltételeinek a megteremtése található (Jaspers, 2008).

Belátjuk, hogy a piacgazdaság farkastörvényeit és immár több évszázados automatizmusait nem változtathatjuk meg egyik pillanatról a másikra. Annyit viszont mindenképpen meg kell tennünk – mintegy nulladik lépésként –, hogy analizáljuk a kapitalizmus alapvető hibáit és feltérképezzük az emberi kiteljesedés útjait elzáró működési módjai által teremtett gátjait (Kołakowski, 1994). Ezen vizsgálódások eredményeit felhasználva mintegy „pilot projekt” gyanánt, a fogyatékosokkal élő emberek foglalkoztatását és annak társadalmi ösztönzőit érdemes lenne úgy átalakítani, hogy azok elsősorban a spirituális gazdálkodás keretei között leljenek új otthonra (Zsolnai & Flanagan, 2019).

Egy ilyen modellben a foglalkoztatás elsődleges célja az érintett személyek és az őket alkalmazó „vállalkozások” esetében az életük értelemmel történő megtöltését szolgálja, értve ez alatt az ember egzisztenciális céljainak kitűzését és az azok eléréséhez szükséges feltételek részbeni megteremtését. Ebben a gazdálkodási formában a gazdálkodás az eddigiektől gyökeresen eltérő értelmezést kap. Leginkább az ember belső szellemi mozgatórugóit működésben tartó egzisztenciális források kanalizálását értjük alatta. Ez merőben más, mint például a szociális vállalkozások hazánkban ismert modellje, tudván, hogy ezek a foglalkoztatók, elméletileg folytathatnának a spirituális „vállalkozásokhoz” hasonló, szellemi (termelő)tevékenységet, de jelenleg közel sem jellemző ez a rájuk.

A spirituális fókuszú vállalkozások életre hívása esetén elengedhetlenné válik az állami és civil szféra összefogása, hiszen a finanszírozást közösségi források bevonásával is jelentősen meg kell támogatni. Azonban a jelenlegi hazai és nemzetközi gyakorlatoktól eltérően a spirituális vállalkozásoknak elsősorban „egzisztenciális” értelemben kell rentábilis módon működniük. Ennek mind a finanszírozási, mind az elszámolási, mind pedig a sikerkritériumaira vonatkozó keretrendszerét részleteiben ki kell dolgozni. S ez a folyamat önmagában egy más tengelyű gondolkodás és szemléletmód kialakítását igényli.

Mind a filozófia, mind a szociológia és nem utolsósorban a közgazdaságtan alternatív irányzatai, eszméi és gyakorlatai tartalmazzák e spirituális szemléletmód kidolgozásához, ha úgy tetszik (újra)felfedezéséhez szükséges szellemi hajtóerők és alapanyagok sokaságát (Chirico, 2021). „Csak” kellő bátorság, nyitottság és persze kudarctűrő képesség szükséges az ösvény járhatóvá tételéhez. Mindez hasonlatos a Pierre Hadot nevével fémjelzett bölcséleti megközelítés módhoz, melynek lényege, hogy a filozófiát az aktív létet és létezését formáló

„módszerek” olvasztótégelyének tekinti. Azaz, a napjainkban megszokott analitikus vagy katedrai bölcselkedést igyekszik visszavezetni az egykor Európában is megszokott gyakorlati filozofálás tettek övezte mezejére (Hadot, 2010). Ennek komponensei különösebb szellemi erőfeszítés igénybevétele nélkül is felfedezhetők, például a már említett Heideggeri és Jaspersi filozófiai elméletek és részben gyakorlatok világaiban, továbbá Bergson intuitív bölcséletében is (Bergson, 1987).

Meglátásunk szerint mindezen létértelmezési módokat és gyakorlatokat, Pjotr Kropotkin-nak a kölcsönös segítséget fókuszba helyező evolúciós elmélete esszenciálisa tartalmazza. A filozófus és természettudós munkásságából származó következtetések az eddigieknél is explicitebb szellemi „építőanyagokkal” szolgálnak számunkra (Kropotkin, 1989).

Erre a gyakorlati és elméleti bölcséleti létezőmód alkalmazásra, illetve ennek a hiányára hívja fel a figyelmet a Buddhista életgyakorlat és filozófia „nem ártás” („ahimsa”) elve. Ennek lényege, hogy az emberi létezés szenvedéstelisége – pontosabban fogalmazva a létezés ki nem elégítő voltának a fel nem ismerése (Porosz, 2018b) –, abból fakad, hogy az emberek „tudatlanok”, azaz nem ismerik fel a tetteik által létre hozott cselekedetek rövid és hosszútávú hatásait. Vagyis akarva-akaratlanul, de ártanak egymásnak, illetve a létezésünknek otthont és lehetőséget is biztosító Föld nevű planétának (Gyatso, 2010).

Konklúzió

Összefoglalva tanulmányunk mondanivalóját, azt állítjuk, empirikusan is igazoltnak látjuk, hogy a fogyatékossgal élő emberek foglalkoztatásának megvalósítását elsősorban egy spirituális-fókuszú gazdasági keretben lenne célszerű megvalósítani. Így összeegyeztethető lehetne mindazon funkcionálisan fogyatékos személyek élethelyzete, akik az egzisztenciális létezésük jelenlegi állomásáról – minden különösebb segítség nélkül –, „betudnak lépni” a normál foglalkoztatási, avagy piaci környezetbe. A spirituális foglalkoztatók organikus szerkezetének kialakulását úgy kell elősegíteni, hogy a belépési lehetőség, a piaci „szektorokba” akadálymentesen meg tudjon valósulni.

A spirituális foglalkoztatás célja tehát az életnek történő „értelem-adásban” kell, hogy kicsúcsosodjon és ennek társadalmi mozgatórugói és hatásai messze túlmutatnak a materiális, haszonelvű gondolkodás és létezőmód szűk keretein. Meglátásunk szerint ezt az anyagelvű, napjainkra jellemző „alapállást” részben úgy lehet feloldani, ha a Polányi Károly nevéhez fűződő reciprocitás elmélet és gyakorlat - korunkhoz igazított - szellemiségét a gyakorlatban is képesek leszünk alkalmazni (Polányi, 2004). A funkcionális fogyatékossgal élő emberek egzisztenciális értelemben mintegy útjelzőként segíthetnek bennünket abban, hogy a kultúra és- társadalomteremtő alaptulajdonságaink meghaladják a materiális világszemlélet által uralt jövőképeinket. Ehhez azonban mindenekelőtt arra van szükség, hogy a múlt tapasztalatait a jelenben értelmezve, leplezetlenül kimondjuk, hogy a napjainkban alkalmazott fogyatékos foglalkoztatási modellek jelentős része a kapitalista álszentség kategóriájába tartozik. S ez még akkor is így van, ha a jelenleg meghatározó gyakorlatokat motiváló tényezők valahol a létezés mélyén, megbúvó humánus ideákon nyugszanak (Harari, 2017).

Finanszírozás: A TKP2021-NKTA-44 számú projekt az Innovációs és Technológiai Minisztérium Nemzeti Kutatási Fejlesztési és Innovációs Alapból nyújtott támogatásával, a Tématerületi Kiválósági Program 2021 (TKP2021-NKTA) pályázati program finanszírozásában

Irodalomjegyzék

1. Adler, A. (1998). *Életismeret*. Kossuth K., Budapest.
2. Belwalkar, S., Vohra, V., & Pandey, A. (2018). The relationship between workplace spirituality, job satisfaction and organizational citizenship behaviors – an empirical study. *Social Responsibility Journal*, 14(2), 410–430. <https://doi.org/10.1108/SRJ-05-2016-0096>
3. Bergson, H. (1987). *Teremtő fejlődés* (V. Dienes, Ford.). Akadémiai Kiadó, Budapest.
4. Bouckaert, L., & Zsolnai, L. (Szerk.). (2011). *The Palgrave handbook of spirituality and business*. Palgrave Macmillan, New York.
5. Chirico, F. (2021). Spirituality to cope with COVID-19 pandemic, climate change and future global challenges. *Journal of Health and Social Sciences*, 6(2), 151–158. <https://doi.org/10.19204/2021/sprt2>
6. Csillag, S. (2022). Befogadó vendéglátás? Néhány gondolat a fogyatékosággal élő emberek foglalkoztatása és a vendéglátás kapcsán. In *Gazdaság és gasztronómia. Ünnepi kötet Lugasi Andrea tiszteletére* (o. 26–36). Budapesti Gazdasági Egyetem, Budapest.
7. Csillag, S., Toarniczky, A., & Primecz, H. (2018). Dolgoznánk, ha hagynátok... Megváltozott munkaképességű emberek és a HR-rendszerek. *Vezetéstudomány / Budapest Management Review*, 49(6), 33–45. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2018.06.04>
8. Farkas, J. (2021). A szimbiotikus embertől az egzisztenciálisan fogyatékos emberig. *Educatio*, 29(3), 479–486. <https://doi.org/10.1556/2063.29.2020.3.10>
9. Farkas, J., Csillag, S., & Fekete-Frojimovics, Z. (2022). Az organikus jogalkotás a társadalmi akadálymentesség tükrében. *Jogelméleti Szemle*, 3, 65–77.
10. Farkas, J., Raffay, Z., & Dávid, L. D. (2022). Fundamental Accessibility and Technical Accessibility in Travels—The Encounter of Two Worlds Which Leads to a Paradigm Shift. *Sustainability*, 14(7), 3765. <https://doi.org/10.3390/su14073765>
11. Fehér, J. (1997). *Nágárdzsuna: A mahájána buddhizmus meslere*, Farkas Lőrinc Imre Kiadó, Kerepes.
12. Frankl, V. E. (2012). *A szenvedő ember: Patodicea-kísérlet* (Bruncsák István. & Kalocsai Varga Éva, Ford.), Budapest.
13. Fromm, E. (2002). *Menekülés a szabadság elől* (D. Bíró, Ford.). Napvilág, Budapest.
14. Gehlen, A. (1976). *Man* (Kis János & Ágh Attila, Ford.). Gondolat Book Publishing House, Budapest.
15. Gyatso, T. (2010). *Tibeti buddhizmus ; Kulcs a középső úthoz* (Váncsa István., Ford.). Noran Libro, Budapest.

16. Hadot, P. (2010). A lélek iskolája: Lelkigyakorlatok és az ókori filozófia (Á. Cseke, Ford.). Kairosz, Budapest.
17. Han, B.-C. (2015). The burnout society (E. Butler, Ford.). Stanford Briefs, an imprint of Stanford University Press.
18. Harari, Y. N. (2017). Homo Deus: A Brief History of Tomorrow (First U.S. edition). Harper, an imprint of HarperCollins Publishers, New York.
19. Harari, Y. N. (2019). 21 lessons for the 21st century. Vintage, London.
20. Heidegger, M. (2019). Being and Time (M. Vajda, G. Angyalosi, & B. Bacsó, Ford.; 3.). Osiris Publishing and Services Ltd, Budapest.
21. Jaspers, K. (2008). Mi az ember? Filozófiai gondolkodás mindenkinek (H. Saner & Kőrös László, Ford.). Katalizátor Kvk, Budapest.
22. Karácsony, A., & Pokol, B. (2011). In the Force Field of Paradigms (Fixity/characterization—Contributions to the intellectual structure of society) (Hungarian edition). Attraktor, Máriabesnyő.
23. Kołakowski, L. (1994). Metafizikai horror (I. Orosz & G. Tarnóczy, Ford.). Osiris-Századvég K, Budapest.
24. Kropotkin, P. A. (1989). Mutual aid: A factor of evolution (1. Canadian ed). Black Rose Books, Montréal.
25. Luhmann, N. (2010). Ökológiai kommunikáció: Képes-e felkészülni a modern társadalom az ökológiai veszélyekre? (B. Brunzel, Ford.). Alkalmazott Kommunikációtudományi Intézet: Gondolat, Budapest.
26. Merleau-Ponty, M. (2005). A filozófia dicsérete (S. Sajó, Ford.). Európa, Budapest.
27. Milliman, J., Gatling, A., & Kim, J. (Sunny). (2018). The effect of workplace spirituality on hospitality employee engagement, intention to stay, and service delivery. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 35, 56–65. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.002>
28. Mitroff, I. I. (1998). Smart thinking for crazy times: The art of solving the right problems (1st ed). Berrett-Koehler Publishers, San Francisco.
29. Polányi, K. (2004). A nagy átalakulás: Korunk gazdasági és politikai gyökerei (J. E. Stiglitz, Ford.; Második, átdolgozott kiadás). Napvilág Kiadó, Budapest.
30. Porosz, T. (2018a). A buddhizmus lexikona: A Buddha tanítása és a théraváda irányzat szakszavai (Második, javított és illusztrációkkal bővített kiadás). A Tan Kapuja Buddhista Főiskola, Budapest.
31. Porosz, T. (2018b). Szubjektív tudomány—Objektív tudás tanulmányok a buddhizmusról. Gondolat Tan Kapuja Buddhista Főiskola, Budapest.

32. Rima, S. D. (2020). *Spiritual Capital: A Moral Core for Social and Economic Justice* (1. kiad.). Gower. <https://doi.org/10.4324/9781003074861>
33. Schumacher, E. F. (1991). *A kicsi szép: Tanulmányok egy emberközpontú közgazdaságtanról* (I. Perczel, Ford.). Közgazdasági és Jogi K, Budapest.
34. Shrivastava, P., & Zsolnai, L. (2022). Wellbeing-oriented organizations: Connecting human flourishing with ecological regeneration. *Business Ethics, the Environment & Responsibility*, 31(2), 386–397. <https://doi.org/10.1111/beer.12421>
35. Zsolnai, L. (2022). Spirituality and economics. *Journal for the Study of Spirituality*, 12(2), 131–145. <https://doi.org/10.1080/20440243.2022.2126136>
36. Zsolnai, L., & Flanagan, B. (Szerk.). (2019). *The Routledge international handbook of spirituality in society and the professions*. Routledge, London.

Vállalkozói életszakaszok sajátosságai a fogyatékossgal élő vállalkozók esetében

Győri Zsuzsanna¹, Csillag Sára², Svastics Carmen³, Hidegh Anna Laura⁴

DOI: [10.29180/978-615-6342-49-2_10](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-49-2_10)

Absztrakt

A fogyatékossgal élő emberek vállalkozóvá válásáról és vállalkozási tevékenységükről feltáró kutatásunkat megelőzően nem zajlott még Magyarországon kutatás. Kutatócsoportunk 29 vállalkozóval készített interjút 2019-ben és 2020-ban a vállalkozói lét motivációiról, identitásáról, akadályairól és támogató tényezőiről. Jelen tanulmányban azt tekintjük át, hogy a különböző vállalkozási életszakaszokban melyek azok a tényezők, amelyek támogatták a megkérdezett fogyatékossgal élő vállalkozókat, vagy akadályként, kihívásként jelentek meg. Eredményeink alapján az egyes életszakaszok jellemzői részben hasonlítanak az általános vállalkozói tapasztalatokhoz, azonban vannak speciálisan a fogyatékossgal élő vállalkozókra jellemző kihívások, elsősorban az akadálymentesség hiánya és az előítéletek miatt. Ezek már a megszületés előtti szakaszban is jelentősek lehetnek, majd ezután is fent maradnak, meghaladásuk, leküzdésük azonban akár vállalkozói ötlet vagy egyéb sikertényező forrása is lehet.

Kulcsszavak: vállalkozói életciklusok, Adizes, fogyatékossgal élő vállalkozók

Bevezetés

A fogyatékossgal élő emberek vállalkozóvá válásáról és vállalkozási tevékenységéről feltáró kutatásunkat megelőzően nem zajlott még Magyarországon kutatás (Csillag és mtsai., 2019, 2020), és a téma sajnálatosan alulreprezentált a szabályozásban és a foglalkoztatási gyakorlatban is. Vizsgálódásunkkal ezt a hiány szeretnénk orvosolni.

2018 óta folytatott kutatásunk a vállalkozóvá válásra, mint lehetséges foglalkozási rehabilitációs eszközre kívánja felhívni a figyelmet, amely elősegítheti a fogyatékossgal élő személyek számára a munkaerőpiaci és tágabb értelemben a társadalmi integrációt, magasabb életminőséget eredményezhet. Az, hogy erről kevés szó esik az elméletben és a gyakorlatban, azért is meglepő, mert a fogyatékossgal élő emberek munkaerőpiaci integrációja mind Magyarországon, mind az Európai Unióban cél, erre az államok különböző eszközöket használnak a kvóta-rendszerektől a támogatott vagy védett foglalkoztatáson át az adókedvezményekig.

Az elmúlt években több elméleti keretre épülve elemeztük a fogyatékossgal élő emberek esetében a vállalkozói motivációk, az épségizmus, az identitás, vagy a szabadság koncepcióinak megjelenését, illetve foglalkoztunk a vállalkozói ökoszisztéma általános és speciálisan a fogyatékossgal élő személyek esetében jellemző mintázataival is.

Jelen tanulmányban azt tekintjük át, hogy a különböző vállalkozási életszakaszokban melyek azok a tényezők, amelyek támogatták a megkérdezett fogyatékossgal élő vállalkozókat, illetve akadályként, kihívásként jelentek meg.

¹ Budapesti Gazdasági Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Kar, Menedzsment Tanszék. A Fenntarthatóság Gazdasági és Társadalmi Hatásai Kiválósági Központ (CESIBUS), e-mail: gyori.zsuzsanna@uni-bge.hu

² Budapesti Gazdasági Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Kar, Menedzsment Tanszék

³ Eötvös Loránd Tudományegyetem, Bárczi Gusztáv Gyógypedagógiai Kar, Általános Gyógypedagógiai Intézet

⁴ Budapesti Corvinus Egyetem, Vezetéstudományi Intézet, Szervezeti Magatartás Tanszék

Szakirodalmi háttér

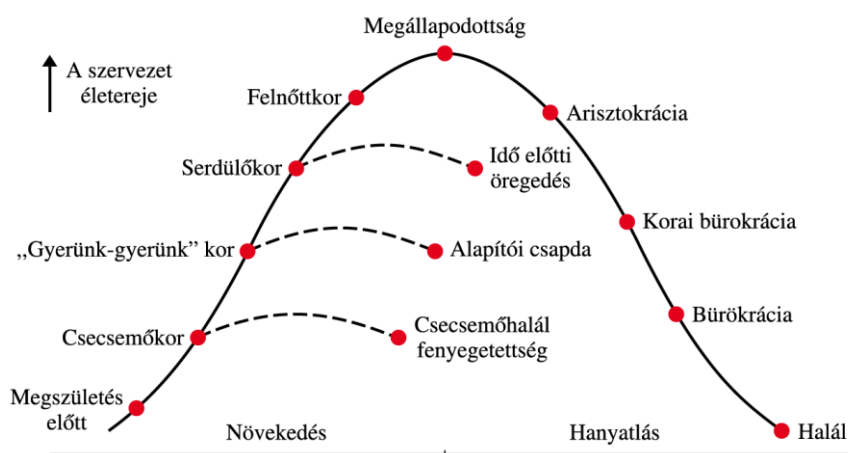
A fogyatékoság világméretű jelenség: a világ 18 éves vagy annál idősebb felnőtt lakosság körülbelül 16%-ának van valamilyen fogyatékosága (Bagheri és mtsai., 2015), így a fogyatékosággal élő emberek a világ legnagyobb kisebbségének számítanak. A WHO (2017) a fogyatékoságot gyűjtőfogalomként határozza meg, amely magában foglalja az egészségkárosodást, a tevékenységi és társadalmi részvételi korlátozottságot. A fogyatékoság széleskörű hatással van az emberek életére, befolyásolva a tanulmányi és karrierlehetőségeket, a függetlenséget, az érzelmi jólétet és a munkavégzést.

A munkaerőpiac az egyik olyan terület, ahol a fogyatékosággal élő emberek komoly nehézségekkel, akadályokkal és sztereotípiákkal szembesülnek, és ennek következtében foglalkoztatási arányuk jóval alacsonyabb az átlagnál. A tapasztalatok azt mutatják, hogy a fogyatékosággal élő személyek értelmes munkához való jogát gyakran megtagadják, diszkriminációval szembesülnek, beleértve a munkaerő-felvétel, a foglalkoztatás és a karrierépítés feltételeit (Kulkarni, 2016). A munkaerőpiaci szolgáltatások oldaláról gyakran hiányoznak a megfelelő szakmai és foglalkozási rehabilitációs, munkahelymegtartó és munkába való visszatérési programok (Hästbacka et al., 2016). Az alacsony munkaerőpiaci részvételi arány egyik lehetséges megoldása lehet az, ha a fogyatékosággal élő személyek önfoglalkoztatóvá válnak, vagy saját vállalkozást indítanak és vezetnek. Kutatások alapján a vállalkozás tulajdonlása a szakmai rehabilitáció potenciális eszközeként használható fel a munkaerőpiacra való gyorsabb és jobb beilleszkedés, végső soron pedig a társadalmi befogadás és általában véve a magasabb életminőség elérése érdekében (Kitching, 2014). Ez lazán kapcsolódik az EU egyik prioritásához: az Európa 2020 stratégia részeként a vállalkozói szellem előmozdítása, amely az európai gazdaság intelligens, fenntartható és inkluzív növekedéséhez vezet (Pagán, 2009).

Annak ellenére, hogy az elmúlt években megnőtt a tudományos érdeklődés különböző kisebbségi csoportok vállalkozásai iránt, továbbra is kevés az elméleti és empirikus kutatás a fogyatékosággal élő vállalkozókkal kapcsolatban, amelyet Cooney (2008) „elfelejtett kisebbségnek” nevez. A közelmúltban növekvő számban születtek olyan tanulmányok, amelyek a fogyatékosággal élő személyek vállalkozóként szerzett tapasztalatait (Ashley & Graf, 2018), az akadályokat és a támogató tényezőket (Kitching, 2014; Renko és mtsai., 2015; Yamamoto és mtsai., 2012), a vállalkozói motivációt (Cooney, 2008; De Clercq & Honig, 2011; Dhar & Farzana, 2017a), a stresszel és bizonytalansággal való megküzdést (Miller & Le Breton-Miller, 2017; Saxena & Pandya, 2018), a vállalkozói kompetenciákat (Bagheri et al., 2015; Bagheri & Abbariki, 2017), a vállalkozói ökoszisztémát (Csillag és mtsai., 2021), vagy a vállalkozói szabadság megélését (Hidegh és mtsai., 2022) vizsgálják. Egyes tanulmányok a fogyatékosággal élő személyek vállalkozói tapasztalatait más kisebbségi csoportok, például a nők, az etnikai kisebbségek vagy az idős vállalkozók tapasztalataihoz kapcsolják (Cooney and Licciardi 2019; Williams and Patterson 2019). A tanulmányok közös tanulsága, hogy a fogyatékosággal élő vállalkozót körülvevő tágabb és szűkebb környezet döntő szerepet játszik a vállalkozás fejlődésében és túlélésében. Ezen belül egyes tényezők erősebbek, mint más vállalkozók esetében, és vannak sajátos jellemzők is. A szakirodalom azonban eddig azt nem nagyon vizsgálta, hogy ezek a környezeti tényezők és jellemzők hogyan változnak a vállalkozási életciklusban, tehát vannak-e egyedi sajátosságai az egyes életszakaszoknak.

Az életciklus modellek közül tanulmányunkban Adizes (1979) modelljét használjuk. Ez a keretrendszer az emberi élet szakaszaihoz hasonlítja a vállalkozások életszakaszait. Ez általánosságban is érdekes párhuzam, de a fogyatékosággal élő vállalkozók vizsgálatakor azt találtuk, hogy vállalkozói motivációjukat és életútjukat nagyban meghatározza az, hogy a vállalkozás előtt, a korábbi életszakaszokban szüleik, tanáraik és kortársaik hogyan viszonyultak hozzájuk, illetve fogyatékoságukhoz.

1. ábra: A szervezeti életről Adizes-modellje



Forrás: Adizes, 1992 nyomán Poór, 2017

Ichak Adizes a modelljét a fő tevékenységek változásaira építi, nevezetesen az eredmények előállítására (P – producing results), a formális szabályok és eljárások adminisztrálására (A – administrating formal rules and procedures), a vállalkozói tevékenységre (E – entrepreneurial activity) és az egyének szervezetbe való integrálására (I – integration). A tevékenységek összetettsége mellett ez az egyetlen olyan életről modell, amely tíz különböző szakaszt használ (három szakaszt csak a vállalkozás korai életszakaszára), tartalmazza az érettséget és a hanyatlást is, és így a legerősebb hasonlóságot mutatja az emberi életről. Ezen túl a modell a vállalkozói szerepeket és jellemzőket és a szükséges támogató tényezőket hangsúlyozza a szervezeti sajátosságok helyett, így az adaptív változásokat, a kreativitást és a kockázatvállalást minden egyes szakaszban.

Az 1. ábrán az „x” tengely az időt, az „y” tengely pedig a vállalkozás méretét, érettségét és életerejét mutatja. Az élet kezdetén (megszületés előtt, csecsemőkor és ’gyerünk-gyerünk’ kor) a fő hangsúly a vállalkozói tevékenységen van, és Adizes releváns különbségeket határoz meg e kezdeti fázisok között.

A megszületés előtt a fő folyamatok és tevékenységek az ötletek létrehozásához és az elkötelezettség megerősítéséhez kapcsolódnak. Mivel a kezdő vállalkozások általában nem rendelkeznek olyan forrásokkal, amelyekből külső segítséget tudnának fizetni, minden olyan szereplő, aki rendelkezik a szükséges know-how-val, és azt biztosítani tudja, nagyon fontos. A következő, csecsemő szakaszban az előző költségeit ki kell fizetni, ami a kockázatvállalás kezdetét jelzi. Az új vállalkozásnak külső segítségre van szüksége működőtőke formájában. Fontos jellemző, hogy ebben a szakaszban a döntéshozatal főként rövid távú, erősen centralizált és „leginkább egyszemélyes show-ként írható le” (Adizes, 1979, 5. o.). A ’gyerünk-gyerünk’ szakaszban a stratégiai gondolkodás világos küldetéssel és gyors növekedéssel jön létre. E szakasz eléréséhez és túléléséhez decentralizációra és intézményesítésre van szükség. Az alapítónak delegálnia kell néhány alapvető tevékenységet a szervezeti növekedéshez, hogy elérje a következő szintet. Ehhez a folyamathoz különböző szakértők egy csoportjára van szükség.

A további növekedés során (a serdülőkorban és felnőttkorban) az adminisztratív, szervezeti szerepek és az eredmények, vállalkozói sikerek elérése a legfontosabbak. Az érettség (megállapodottság és arisztokrácia) a formális szabályok, eljárások és a tagok integrációjának szakaszaként írható le, míg a hanyatlás e szervezeti tevékenységek túlhangsúlyozása miatt

következik be (kapcsolódó szakaszok az arisztokrácia, a korai bürokrácia, bürokrácia és a halál). Ez azt jelenti, hogy a hanyatlás elkerülhető a szervezet piaci részesedésének és működőképességének folyamatos kezelésével az öregedés során. A proaktív megelőző menedzsmentfolyamatok segítenek a vállalkozásnak abban, hogy újra és újra megérkezzen és megmaradjon, vagy visszalépjen a növekedés szakaszába, amely az életciklus legtermékenyebb és leghatékonyabb szakasza.

Módszertan

Feltáró kvalitatív vizsgálatunkban 2019-ben és 2020-ban 29 fogyatékossgal élő vállalkozóval és 4 szakértővel készítettünk interjút, amelyben vállalkozóvá válásuk történetéről, motivációjukról, önképükről, identitásukról, a vállalkozóvá válást és a vállalkozást támogató és hátráltató tényezőkről, a vállalkozói ökoszisztémáról kérdeztük őket. Törekedtünk arra, hogy változatos minta jöjjön létre, bár a huszonkilenc vállalkozó közt végül csak nyolc nő volt, és a fogyatékossg tekintetében – egy hallássérült és egy további mentális egészségi problémákkal bíró személytől eltekintve – az interjúalanyoknak mozgás- vagy látássérülése volt.

Az adatelemzés során az NVivo szoftvert alkalmaztuk. A próba kódolás után (a kutatócsoport minden tagja ugyanazt az interjút kódolta, majd összehasonlították és megvitaták a témákat és a kódolás folyamatát) kettős kódolási protokollt követtünk (Creswell, 2003). A második fázisban a felmerülő altémákat azonosítottuk, az ellentmondásokat és a kétértelműségeket több csoportos megbeszélés kíséretében tártuk fel. A résztvevők anonimitását álnevek használatával biztosítottuk. A válaszadókat az interjúk előtt tájékoztattuk a vizsgálat céljáról és a részvétel lehetséges kockázatairól (Kvale, 2007).

Eredmények

A megszületés előtti szakaszt nagyban meghatározza, hogy az emberi élet korai szakaszaiban milyen körülményei voltak a vállalkozóknak, és ehhez hozzátartozik minden olyan élmény és tapasztalat, ami a vállalkozás megkezdése előtt történt. Ezek a tényezők nem vállalkozási, gazdasági szempontból, hanem az alapvető életlehetőségeket meghatározva hatnak a fogyatékossgal élő vállalkozókra. Így minden vállalkozónál releváns ebben a tekintetben a gyermekkor, a serdülőkor és ifjúkor, de azoknál, akik életük későbbi szakaszában váltak vállalkozóvá, akár a további emberi életszakaszok is. A megkérdezettek kiemelték, hogy általában ambivalens Magyarországon a vállalkozók megítélése. Egyfelől egyre inkább hangsúlyos a támogatásuk a gazdaságpolitikában és az üzleti gyakorlatban (különösen igaz ez az innovatív, jól skálázható üzleti modellek esetében), másfelől élnek a 90-es évek elejéről származó előítéletek, amelyek szerint a vállalkozó ügyeskedő, adót csal stb. Ehhez az előítélethez hozzáadódik nehézségként, hogy bár viszonylag könnyen lehet vállalkozást alapítani, a megfelelő kompetenciák és anyagi források megszerzése még mindig nehézkes, ideértve az adminisztratív terheket is. Sok a kényszervállalkozó, a „vállalkozó-kedv” nem jellemző.

A fogyatékossgal élő vállalkozók esetében ehhez még hozzáadódik, hogy a hátrányos helyzetből való indulás, az akadálymentesítés hiánya és az előítéletek éppen azokat az alapvető tulajdonságokat, készségeket és attitűdöt fogják vissza, amelyek a szakirodalom és a gyakorlat alapján a vállalkozói alkalmasság (Vecsenyi & Petheő, 2017) részei: veleszületett tulajdonságok, adottságok, mint például kreativitás, versenyszellem; tanulható, fejleszhető képességek, mint szakmai képességek és tudás, vagy kockázatvállalási képesség; pozitív, „meg tudom csinálni” attitűd; kiterjedt és komplex kapcsolati háló; sokszínű tapasztalat stb. Ezzel kapcsolatban egy fontos kitétel, hogy a korábbi életszakaszok lenyomatai jellemzően eltérnek azoknál, akik fogyatékossga veleszületett, azokétól, akiké szerzett. A szerzett fogyatékossgal élő vállalkozók döntő többsége a balesete/betegsége előtt is vállalkozó volt,

vállalkozási alkalmasságuk számos tényezője ebből fakad. A veleszületett fogyatékossgal élő személyek ezzel szemben néhány kivételtől eltekintve már gyermekkoruktól kezdve korlátozottak voltak a vállalkozói alkalmasság megszerzésében, nem csak fizikai akadályozottságuk, de például túlféltő családi vagy szegregált iskolai környezetük okán. A vállalkozói alkalmasság problémájához hozzáadódik, hogy a fogyatékossgal élő vállalkozók a vállalkozás megkezdése előtti szakaszban is szembesülnek már (ez az érettség szakaszáig döntően nem is változik) az előítéletekkel és az akadálymentesítés hiányával, amely tovább csökkenti a vállalkozás megkezdésének valószínűségét. Többen hangsúlyozták a család és az oktatás, a tanárok, valamint a vállalkozói szerepmoellek jelentőségét mind pozitív (vállalkozást elősegítő), mint negatív (akadályozó) értelemben.

Közvetlenül a vállalkozás indításakor, a csecsemőkorban az adminisztratív terhek nagyok, illetve az a kérdés merül fel élesen, hogy rendelkezik-e a vállalkozó a kellő vállalkozási tudással és készségekkel, valamint a szükséges információkkal. Itt a formális oktatási intézményeknek még van fejlődni valójuk, a megkérdezettek a tudást inkább autodidakta módon, illetve különböző szakemberektől, vállalkozóktól szerezték meg. Előfordult az az életút is, hogy a személy alkalmazottként dolgozott először és csak fokozatosan indította el vállalkozását, másokat a védett munkahelyek „jövönélkülisége” indított el a vállalkozói életpályán.

A 'gyerünk-gyerünk' korban a pozitív piaci visszajelzés egyfelől motivációs szempontból meghatározó, másfelől a vállalkozás további tevékenységének finanszírozási alapját ideális esetben az eladásokból származó bevétel jelenti. Mindkét hatás katalizálja a vállalkozás további fejlődését – aminek megalapozásáról ez a szakasz igazából szól. A piaci bevételek mellett a másik fontos forrásbevonási lehetőséget az állami pályázatok jelenthetnék, ám ezzel kapcsolatban problémák jelentkeznek mind a kínálati, mind a keresleti oldalon. Ebben a szakaszban a megkérdezett vállalkozók az akadálymentesítés hiányán kívül azt a fogyatékossg-specifikus tényezőt észlelték, hogy egyes ügyfeleknek (pl. az IT-szektorban) imponál, és akár a társadalmi felelősségvállalási tevékenységükbe is illik, hogy a neki dolgozó vállalkozó fogyatékossgal élő személy. Több esetben viszont a fogyasztói előítéletektől tartva a vállalkozók inkább eltitkolták állapotukat. Amennyiben ez nem volt lehetséges, sokszor kerültek olyan helyzetbe, hogy bizonyítaniuk kellett rátermettségüket, hogy képesek elvégezni az adott munkát – ha nem személyesen, akkor más kollegák révén.

A serdülőkorral egyre jobban érezhető a magabiztosság, a saját úton járás. Az előítéletek szerepe csökken – hiszen már van mit felmutatni vállalkozóként, ugyanakkor megjelennek új kihívások az emberi erőforrással, a munkatársakkal kapcsolatban, akiket egyfelől a cég természetes növekedése, másfelől azonban a vállalkozó fogyatékossga okán (pl. az akadálymentesítés hiányának leküzdése miatt) kell foglalkoztatni. A cégen belüli feladatok és munkamegosztás sokszor emiatt nem a hagyományos főnök-beosztott mintát követi, a több személyt is foglalkoztató vállalkozások esetén jellemzőbb volt egy intenzív partnerség és szoros együttműködés és egymásrataltság a fogyatékossgal élő vállalkozó és a nem-fogyatékos kollegák közt. Egy további jelenség, hogy bár megjelent az igény fogyatékossgal élő munkatársak alkalmazására, ezt a piaci lehetőségek és az állami támogatási formák a legtöbb esetben nem tették lehetővé. Megfigyelhető volt ugyanakkor a hasonló, fogyatékossgal élő vállalkozó, mint alvállalkozó bevonása pl. az IT szektorban.

A felnőttkorban az általános vállalkozási kultúrával kapcsolatos, már a csecsemőkornál is megjelenő problémák (a vállalkozói kultúra ambivalens volta, adminisztratív terhek, nehézkes hozzáférés a szükséges információkhoz) lesznek hangsúlyosak. Ennek az az oka, hogy eddigre a fogyatékossgukból fakadó hátrányokat a vállalkozók már kezelni tudják, így ezek az elért üzleti sikereknek, a megeremtett anyagi biztonságuknak és a megerősödött önértékelésüknek, emberismeretüknek és kommunikációs képességüknek köszönhetően szinte jelentéktelenné válnak.

Konklúzió

Végig tekintve az egyes életszakaszokban meghatározó akadályozó és támogató tényezőkön, megállapíthatjuk, hogy a vállalkozók által általánosságban tapasztalható nehézségek (pl. adminisztratív terhek, munkavállalók motiválása és megtartása, vállalkozói kultúra hiánya) és támogató tényezők (pl. finanszírozási lehetőségek, piaci kapcsolatok, családi és tanári minták, szerepmoделlek) mellett a fogyatékossgal élő vállalkozók további nehézségekkel kell, hogy megküzdjenek. Ezek nagy része a fogyatékossgal, és az azzal kapcsolatos fizikai és mentális akadálymentesítés hiányához – tehát a nem megfelelően kialakított infrastruktúrához és a többségi társadalomban élő előítéletekhez, sztereotípiákhoz, stigmákhoz – köthető.

Az akadályokkal kapcsolatban azonban fontos azt is látnunk, hogy a fogyatékossgal a vállalkozás életében több ponton is pozitívumot hordozott, segítette a vállalkozás fejlődését. Egyrészt a megkérdezett vállalkozók magukkal és alkalmazottaikkal szemben is különösen magas etikai és minőségi elvárásokat támasztanak. Ennek kiindulópontja lehet az, hogy fogyatékossgal okán megtapasztalták, hogy nekik jobban kell teljesíteni, alkalmasságukat és rátermettségüket bizonyítani. Ahhoz, hogy hasonló eredményeket érjenek el, vagy elismerést kapjanak nem csak a nyilvánvaló akadályokat kell, hogy leküzdjék, hanem azt az általános vélekedést is, hogy ők nem képesek másokhoz hasonló teljesítményekre. Másrészt azoknál, akik kifejezetten fogyatékossgal élő személyeknek szolgáltatnak vagy adnak el terméket, hitelességet ad a személyes tapasztalat, az, hogy maguk is valóban ismerik a megoldandó fogyasztói problémákat. Ezen túlmenően arra is láttunk példát, hogy a vevő vagy üzleti partner kifejezetten nyitott volt arra, hogy egy fogyatékossgal élő vállalkozóval legyen üzleti kapcsolatban vagy vele dolgoztasson. Harmadrészt úgy tűnik, hogy a fogyatékossgal élő vállalkozók pozitív identitásának alakításában is fontos szerepet kaphat a vállalkozói lét. Az esetek többségében – kivéve a nyilvánvaló kényszervállalkozókat – tisztában vannak saját teljesítményükkel, büszkék eredményeikre, hogy egy hátrányos társadalmi helyzetből sikerült vállalkozói sikereket elérni.

Az állam szerepével kapcsolatban a megkérdezett vállalkozók határozott véleménnyel bírtak. Egyrészt a fizikai akadálymentesítés elsősorban az állam feladata lenne, egyfelől a forrásbiztosítás, másfelől a szabályozás és hatékony ellenőrzés, szankciók bevezetése révén. További feladat a mentális akadálymentesítés, az előítéletek csökkentése, ami bár sokszereplős társadalmi teendő, de az államnak, mint aki az összes többi szereplő mozgásterét, lehetőségeit meghatározza, elsődleges felelőssége van ebben. Az oktatásban - akár a speciális, akár a többségi iskolákról van szó - fontos a minőségi képzés biztosítása, a diákok saját magukba vetett hitének, kíváncsiságának, kreativitásának és vállalkozókedvének, motivációinak megőrzése és fejlesztése. A felsőoktatási- és felnőttképzési programokban a szakismeretek mellett szerepet kaphat az alapvető vállalkozói készségekkel való megismerkedés, ezek elsajátítása és fejlesztése a szükséges üzleti, pénzügyi és jogi alapok biztosítása mellett. A vállalkozásfejlesztésben pedig – a munkavállalás egyéb formáinak támogatása mellett – fontos szerepe lehet a fogyatékossgal élő vállalkozók célzott támogatásának inkubátorprogramok, mikrohitel, vállalkozói klubok és egyéb lehetőségek (pl. adókedvezmények) biztosítása révén.

Köszönetnyilvánítás: A TKP2021-NKTA-44 számú projekt az Innovációs és Technológiai Minisztérium Nemzeti Kutatási Fejlesztési és Innovációs Alapból nyújtott támogatásával, a Tématerületi Kiválósági Program 2021 (TKP2021-NKTA) pályázati program finanszírozásában valósult meg.

Irodalomjegyzék

1. Adizes, I. (1979). Organizationak Passages—Diagnosing and Treating Lifecycle Problems of Organizations. *Organizational Dynamics*, Summer.
2. Ashley, D., & Graf, N. M. (2018). The Process and Experiences of Self-Employment Among People With Disabilities: A Qualitative Study. *Rehabilitation Counseling Bulletin*, 61(2), 90–100. <https://doi.org/10.1177/0034355216687712>
3. Bagheri, A., Azizi, M., & Fard, F. M. (2015). Managerial Skills Required by Entrepreneurs with Physical and Mobility Disabilities. *International Journal of Management Sciences*, 5(8), 571–581.
4. Cooney, T. (2008). Entrepreneurs with Disabilities: Profile of a Forgotten Minority. *Irish Business Journal*, 4(1), 119–129.
5. Creswell, J. W. (2003). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*.
6. Csillag, S., Győri, Z., Kóródi, E., Svastics, C., & Hidegh, A. (2021). A magyar vállalkozási ökoszisztéma és a fogyatékosággal élő vállalkozók. *Szociálpolitikai Szemle*, VII(1), 25–50.
7. Csillag, S., Győri, Z., & Svastics, C. (2019). Long and winding road? Barriers and supporting factors as perceived by entrepreneurs with disabilities. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 13(1–2), 42–63. <https://doi.org/10.1108/JEC-11-2018-0097>
8. Csillag, S., Győri, Z., & Svastics, C. (2020). Vaktában vállalkozni? Fogyatékosággal élő vállalkozók a hazai munkaerőpiacon. *Vezetéstudomány*, 51(4), 26-39. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2020.04.0>
9. De Clercq, D., & Honig, B. (2011). Entrepreneurship as an integrating mechanism for disadvantaged persons. *Entrepreneurship & Regional Development*, 23(5–6), 353–372.
10. Dhar, S., & Farzana, T. (2017). Entrepreneurs with Disabilities in Bangladesh: An Exploratory Study on Their Entrepreneurial Motivation and Challenges. *European Journal of Business and Management*, 9(36), 103-114.
11. Hidegh, A. L., Svastics, C., Győri, Z., & Csillag, S. (2022). The lived experience of freedom among entrepreneurs with disabilities. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 28(9), 357–375. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-03-2022-0222>
12. Kitching, J. (2014). Entrepreneurship and self-employment by people with disabilities (Background Paper for the OECD Project on Inclusive Entrepreneurship, o. 25 p.) [Working Paper]. OECD. <http://www.oecd.org/cfe/leed/background-report-people-disabilities.pdf>

13. Kulkarni, M. (2016). Organizational career development initiatives for employees with a disability. *The International Journal of Human Resource Management*, 27(4), 1662–1679. <http://dx.doi.org/10.1080/09585192.2015.1137611>
14. Miller, D., & Le Breton-Miller, I. (2017). Underdog Entrepreneurs: A Model of Challenge-Based Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(1), 7–17. <https://doi.org/10.1111/etap.12253>
15. Poór, J. (2017). *Menedzsment-tanácsadási kézikönyv Innováció—Megújulás—Fenntarthatóság*. Akadémiai Kiadó.
16. Renko, M., Harris, S. P., & Caldwell, K. (2015). Entrepreneurial entry by people with disabilities. *International Small Business Journal*, 1-24. <https://doi.org/10.1177/0266242615579112>
17. Saxena, S. S., & Pandya, R. S. K. (2018). Gauging underdog entrepreneurship for disabled entrepreneurs. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 12(1), 3–18. <https://doi.org/10.1108/JEC-06-2017-0033>
18. Vecsenyi, J., & Petheő, A. (2017). *Vállalkozz okosan—Az ötlettől a piacra lépésig*. HVG Kiadó Zrt.
19. World Health Organization. (2017). *World Health Statistics 2017*.
20. Yamamoto, S., Unruh, D., & Bullis, M. (2012). The viability of self-employment for individuals with disabilities in the United States: A synthesis of the empirical-research literature. *Journal of Vocational Rehabilitation*, 35(2), 117–127. <https://doi.org/10.3233/JVR-2011-0559>

A felszolgálati díj-kutatás I. rész

Hámori Antal¹

DOI: [10.29180/978-615-6342-49-2_11](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-49-2_11)

Absztrakt

A magyarországi vendéglátásban a 2005. október 1-jei hatálybalépéssel létező, több jogág (pl. közigazgatási jog, pénzügyi jog, munkajog) által érintett felszolgálati díj alkalmazása és megítélése mind az üzemeltetői, mind a hatósági (pl. adóhatósági, fogyasztóvédelmi hatósági, versenyhatósági) gyakorlatban meglehetősen tarka, széttartó képet mutat, és a vendégek körében sem vált ki osztatlan sikert, illetőleg a szakirodalmi támogatottsága is mérsékeltnak mondható. A több mint tizenhét év alatt a komplex szabályozás jogértelmezési kérdések okán is többször módosult, az ombudsman és az Alkotmánybíróság előtt is megfordult. A dolog természetéből következően a kérdéskör fogyasztóvédelmi jogi, sőt, alkotmányjogi szempontból is jelentős, például diszkriminációs és tájékoztatási vonatkozások mind a mai napig felmerülnek. A praxisban az sem egyértelmű, az sem egységes, hogy milyen feltüntetési mód a helyes. A téma a Budapesti Gazdasági Egyetem Fogyasztóvédelmi Kutatócsoportjának tevékenységében is megjelenik. A jelen tanulmány a felmerült kérdésekre nyújt egyfajta választ.

Kulcsszavak: felszolgálati díj, vendéglátás, fogyasztóvédelem, Fogyasztóvédelmi Kutatócsoport

A Budapesti Gazdasági Egyetem Fogyasztóvédelmi Kutatócsoportja

A Turizmus-Vendéglátás Intézet Vendéglátás Tanszék keretében működő, gazdaság- és jogtudományi tárgyú, tanszék-, kar-, egyetemközi Fogyasztóvédelmi Kutatócsoport (BGE Vendéglátás Tanszék Fogyasztóvédelmi Kutatócsoport, 2022) Egyetemünk víziója, missziója, értékei (együttműködés, szakmai igényesség, elkötelezettség, fejlődés, bizalom) és stratégiai céljai megvalósulása érdekében 2022. szeptember 19. napján jött létre. A Kutatócsoport a minden embert és minden vállalkozást közvetlenül érintő, nyereségességi szempontból is releváns bírságmentes, jogkövető, tisztességes vállalkozási, üzleti, gazdasági tevékenységhez, „a gazdaság és a társadalom fejlődéséhez” jelentékeny mértékben hozzájáruló, vállalkozások számára nélkülözhetetlen, jogilag is kötelezően elsajátítandó, „a gyakorlatban is jól hasznosítható, a hazai és a nemzetközi munkaerőpiac által elvárt” ismeretekkel, „naprakész gyakorlati tudással, készségekkel” szolgáló, „kollégáink számára szakmai fejlődést biztosító, támogató” fogyasztóvédelem tudományos, kutatási eredményeket oktatásba beépítő művelését, „együttal inspiráló közösséget is formálva”, „az aktív közösségi életet és az egészséges életmódot” (BGE, 2022a) is támogatni kívánja.

A Kutatócsoport első konferenciája Fogyasztóvédelmi aktualitások címmel, a következő előadásokkal 2022. október 26. napján került megrendezésre: Frivaldszky János Mindent szabad, amire fogyasztói igény van? Létezik-e természetjogi határ a terápiás gyógyítás és a transzhumanista enhancement között?; Totth Gedeon A fogyasztóvédelem és a marketing; Farkas Jácint Minek nevezzelek? A fogyatékos fogalmának bolyongása jogalkotás útvesztőiben; Fekete-Frojimovics Zsófia Paraszociális kapcsolatok hatása a fogyasztói magatartásra a vendéglátásban; Bencsik András A fogyasztóvédelem legújabbkori kihívásai – szervezeti változások szorítójában; Veres Zoltán A fogyasztói hitel jog szabályozási fejleményei másfél évtized távlatából; Hámori Antal A felszolgálati díj természete,

¹ Budapesti Gazdasági Egyetem, Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar, Vendéglátás Tanszék, Fogyasztóvédelmi Kutatócsoport, e-mail: hamori.antal@uni-bge.hu

problémáinak fenntarthatatlansága (etikai és jogi aspektusok) – küzdelem a fogyasztók védelméért, a fogyasztó kérelmezői, ügyféli státuszáért (BGE, 2022b; BGE KVIK, 2022; Veres, 2023).

A kutatás tárgya, célja, módszere, szakirodalma, jelentősége, aktualitása

A jelen tanulmány a fenti témák közül a felszolgálati díj-kutatás eredményeit hivatott – a rendelkezésre álló terjedelmi kereteken belül, fogyasztóvédelmi jogi szempontból, hatósági gyakorlatot is görcső alá véve – bemutatni. A fogyasztóvédelem jelentőségét – 2022. évi aktussal érzékeltetve – a fogyasztóvédelmi politikáról szóló 1353/2022. (VII. 21.) Korm. határozat is tükrözi (vö. pl. Hámori, 2022a; Hámori, 2020; Hámori, 2019), a felszolgálati díj témája pedig Egyetemünk – oktatásban is tükröződő – vendéglátás-kutatási területére (ld. pl. BGE, 2022c) tekintettel – a vállalkozások előtt álló jelenlegi problémákhoz és kihívásokhoz is kapcsolódva – élvez prioritást.

Tanulmányunkkal – az üzleti döntéshozók vonatkozó dilemmáira is megoldást kínálva – a vendéglátás fejlődéséhez, hatóság részéről is megjelenítendő jogkövetéséhez, vendég- és vendéglátó-elégedettségéhez kívánunk hozzájárulni. Ennek érdekében terítékre kerül a felszolgálati díj természete, problémaköre, a vonatkozó szabályozás és üzemeltetői, valamint hatósági gyakorlat, a fogyasztó contra legem kérelmezői és ügyféli mellőzését is tárgyalva. Eme utóbbi probléma esetében annak az alkotmányjogi szempontból is releváns [ld. pl. tisztességes eljáráshoz és jogorvoslathoz való alapjog – Magyarország Alaptörvénye (2011. április 25.) XXIV. cikk (1) bekezdés, XXVIII. cikk (7) bekezdés] kérdésnek a fókuszba állításáról van szó, hogy: „Kérelmező-e, ügyfél-e a fogyasztó?” E kérdés azért kerül előtérbe, mert a fogyasztóvédelmi hatóság – immáron a felügyeleti szervnek is a – gyakorlatában annak ellenére nem kérelmezőnek és nem ügyfélnek, hanem közérdekű bejelentőnek tekintik a fogyasztót, hogy a beadványok a fogyasztóvédelemről szóló 1997. évi CLV. törvény (Fgytv.) 46/A. §-a szerinti kérelmeket foglalnak magukban, amelyeket az általános közigazgatási rendtartásról szóló 2016. évi CL. törvény (Ákr.) 35. § (2) bekezdésének és 37. § (1) bekezdésének is megfelelően terjesztenek elő, és a bírósági gyakorlat – élén a Kúriával – a közvetlen érintettséget (ügyféli minőséget) és a fogyasztói kérelem Fgytv. 46/A. §-a szerinti létezését (kérelmezői minőséget) elismeri.

A tárgykör szakirodalmi feldolgozottsága – mondhatni, a dolog természetéből (specialitásából) következően – „felemás”, viszont a felszolgálati díj intézményének állami szabályozásban történő, 2005. évi megjelenésétől kezdve – a változásokra is reflektálva – kitapintható (ld. pl. Hámori, 2007; Hámori, 2016a; Hámori, 2017; Hámori, 2018): miként az alábbiakban látható, míg az általánosnak (klasszikusnak) mondható közigazgatási jogi témák, kérdések (ld. pl. „ügyfél”-státusz) gazdag szak- és kommentár-irodalommal, valamint joggyakorlattal bírnak, addig az igen speciális, mindössze a „vendéglátás”-ra korlátozott „felszolgálati díj” – érthető okoknál fogva – kevésbé jelenik meg a jogtudomány hasábjain (ld. pl. Hámori, 2016a; Hámori, 2017; egyéb vendéglátás-specifikus témához ld. pl. Hámori, 2008; Hámori, 2010a), ugyanakkor annál fontosabb, jelentősebb és szűnni nem akaró, sőt, terjedő, oktatásban is érzékelhető újabb és újabb problémák miatt egyre aktuálisabb egy – vendéglátás-kutatási területtel, vendéglátós szakokkal (ld. pl. BGE, 2022d) rendelkező – gazdasági egyetemen. A következő részekben – a kutatás módszerének megfelelően, jogforrási és szakirodalmi áttekintéssel, valamint empirikus eredményekkel is párosulva, több mint két évtizedes kutatás (ld. pl. Hámori, 2003) hozadékaként – a felszolgálati díj szabályozásáról, üzemeltetői gyakorlatáról, hatósági megítéléséről, a fogyasztó (vendég) kérelmezői, ügyféli jogállásáról (kormányhivatali és minisztériumi mellőzéséről) esik szó, amely anyag a szerzői reflexiót, következtetéseket sem nélkülözheti.

A felszolgálati díj szabályozása, üzemeltetői gyakorlata, reflexiója

A magyar állami szabályozásban 2005. október 1-jei hatálybalépéssel megengedett, borralától különböző felszolgálati díj a kereskedelemről szóló 2005. évi CLXIV. törvény (Kertv.) 2. §-ának 30. pontja szerinti vendéglátás keretében a vendégek felszolgálati közreműködésével történő kiszolgálásért felszámított külön díj; a fogyasztó részére adott számlán, nyugtán a felszolgálati díjat elkülönítetten kell feltüntetni.² A felszolgálati díjat havonta kell a vendéglátásban közvetlenül – az üzletben – közreműködőknek kifizetni; a kifizetésnek meg kell egyeznie a felszolgálati díj befolyt összegének – külön jogszabályokban meghatározott – adókkal és járulékokkal csökkentett hányadával.³ A felszolgálati díj közreműködők közötti felosztásának szabályairól, arányáról az üzemeltetőnek – ha a munkahelyen munkavállalói érdekeképviselői szervezet működik – az érdekeképviselői szervezettel kell írásban megállapodnia; ha a munkahelyen munkavállalói érdekeképviselői szervezet nem működik, a felszolgálati díj felosztásának arányáról az üzemeltetőnek a közreműködőkkel kell írásban megállapodni.⁴ A 71/2005. (IX. 27.) GKM rendelet (R.) alkalmazásában közreműködő – 2020. december 24-i hatálybalépéssel – a vendéglátó üzletben alkalmazott munkavállaló, azaz a felszolgálati díjból – az említettek szerint – minden munkavállalónak (bármilyen munkakör betöltéséről is van szó) részesülnie kell.⁵

Kutatás és hatósági gyakorlat, valamint munkavállalók számára is jelentős kérdés, hogy e szabályok, amelyek szerint a felszolgálati díj munka díjazására, jövedelemként szolgál [valójában egyfajta „teljesítmény-bérezés” – ld. Hámori (2007: pp. 304–305.); Hámori (2016a: p. 51.); Hámori (2017: pp. 32–33.)], mennyiben érvényesülnek (ismereteink – kutatási eredményeink – szerint a válasz meglehetősen lesújtó).

A felszolgálati díj említett természete: a munkavállalók azért részesülnek – a munkabéren túl – felszolgálati díjban, mert felszolgálati közreműködik, e munkavégzésből (felszolgálatból) „származik” a munkavállalók felszolgálati díjból történő részesülése [vö. Hámori (2016a: p. 53.): „A felszolgálati díj 15%-os felső határa hatályon kívül helyezésének megítélése tekintetében – véleményem szerint – meghatározó jelentősége van annak, hogy a felszolgálati közreműködésével történő kiszolgálás az üzletben, díjazás ellenében nyújtott komplex (sajátos) vendéglátó szolgáltatás szerves részét képezi (lényegi sajátja), amely miatt a munka kötelező díjazásának a vendéglátó szolgáltatás díján belül, munkabéreként kell(ene) megjelennie. A szállítási, kiszállási díj esetében a szolgáltatás nyújtása nem üzletben történik.” „A »kiszolgálás« nem önálló gazdasági tevékenység (a »semmiben« nem tud létezni).”].

Kérdés, e több jogág (pl. munkajog, pénzügyi jog) szempontjából fennálló megkülönböztetésnek, munkadíjazás-kiszervezésnek (a munka díjazása egy részének „kiemelése” a bérköltség köréből, bruttó árra tétele) van-e objektíve (tárgyilagos mérlegelés szerinti) ésszerű, etikailag, jogilag elfogadható, alkotmányos indoka például más – borralalás, teljesítménybérezéses területen lévő – munkáltatók, munkavállalók, vagy a vendégek nézőpontjából [vö. pl. egyéb területeken a munkáltatók, munkavállalók miért ne lehetnének címzettjei ilyen „kedvezménynek”, „mentességi lehetőségnek”, a munkadíjazást – közvetlenül – miért a „fogyasztó” fizesse meg; részletesen ld. Hámori (2007: pp. 306–310., 314–316.); Hámori (2016a: pp. 51–54., 57–58.); Hámori (2017: pp. 33–40.); a válasz (hivatkozásokkal): etikailag és jogilag nemleges (pozitív diszkriminációról nincsen szó)].

A Magyar Kereskedelmi és Iparkamara vendéglátó vállalkozókra vonatkozó etikai kódexe azt tartalmazza, hogy „[a] számla összegén felüli fizetés (pl. borralaló, zenekarnak szánt juttatás) a vendég döntésén alapul. Ezért kifogásolható, hogy ha a számla végösszege ezen juttatásokat automatikusan tartalmazza, kivéve az étlapon jól láthatóan feltüntetett kötelező szervizdíjat. Nem megengedett a borralalót bármely módon igényelni.”⁶ A Magyar Vendéglátók Ipartestületének Etikai Kódexe szerint „Egyértelműen jelölni kell az étlapon, hogy [...] az adott vendéglátó üzlet számít-e fel szervizdíjat, és ha igen, annak pontos mértékét.”⁷

A 2006. évben készített – nemleges választ tartalmazó – tanulmányban kifejtésre került: „Ez a megoldás ellentmond annak a koncepciónak [és szabályozásnak], hogy »a vendéglátó helyen a szolgáltatásért kifizetett ellenérték nem csak az elfogyasztott étel, ital árát foglalja magába, hanem minden olyan járulékos szolgáltatás ellenértékét, amely ahhoz kapcsolódik (az étel elkészítése, felszolgálása stb.)«8.” [Hámori (2007: p. 305.); Hámori (2016a: p. 51.)]; 2005. évi jogszabálytervezetből idézve „a felszolgálási díj” – a borraalót „kiváltandó” (részletesen ld. uo.) – „a szolgáltatás színvonalától függetlenül kötelező költséggé válik a fogyasztó számára” (uo.).

Véleményem szerint – a „kiváltás” vonatkozásában – a „borraalós” munkaköröket (tipikusan a „felszolgáló”) betöltő munkavállalókról a „munkavállalók” körére, azaz minden munkavállalóra váltás egyebek mellett (vö. pl. feszültségek kezelése) etikai és jogi – igazságossági – kérdéseket is felvet (az említett „kiszervezésen” túl ld. pl. a „felszolgálás” származtathat-e jövedelmet minden, borraalóból nem részesülő munkavállaló – pl. belső ellenőr – számára; további kérdések, problémák adódnak akkor, amikor a Kertv. szerinti vendéglátás a „kereskedelmi szálláshelyen”⁹ belül van, és egyrészt a különböző munkaköri feladatok – pl. szállodai portási és felszolgálói – „keverednek”, vagy valamilyen arányban több fajta munkakör – pl. szálláshely-szolgáltatási¹⁰ és vendéglátási – betöltéséről van szó, másrészt pl. az ügyintéző munkavállaló mindkét területre pl. „bérszámfejt” – ld. a valóság szerinti arányok megfelelő megállapítása sem lehet könnyű, mivel a felszolgálási díj az idézett jogszabályi rendelkezések szerint csak a Kertv. szerinti vendéglátás keretében jelenhet meg, egyéb, pl. szálláshely-szolgáltatási területen nem).

A termékek eladási ára és egységára, továbbá a szolgáltatások díja feltüntetésének részletes szabályairól szóló 4/2009. (I. 30.) NFGM-SZMM együttes rendelet (együttes rendelet) 6. § (2) bekezdése kimondja, hogy ha a vállalkozás valamely termék forgalmazásával közvetlen összefüggésben nyújtott szolgáltatásáért külön díjat számít fel (így különösen a felszolgálási, szállítási, kiszállási díjat), a külön díjat a termék árának feltüntetésére vonatkozó szabályok szerint, az érintett termék árával együtt (ugyanazon árkiíráson vagy árjegyzéken) kell feltüntetni.¹¹

Az ismertetett szabályok szerint a vendéglátás keretén kívül nem szabad felszolgálási díjat felszámítani, a vendéglátás keretében pedig csak akkor szabad felszámítani ezt a díjat, ha a vendégek kiszolgálása felszolgáló közreműködésével történik és azt a termék árának feltüntetésére vonatkozó szabályok szerint, az érintett termék árával együtt (ugyanazon árkiíráson vagy árjegyzéken) feltüntetik (vö. Hámori, 2007: p. 311.). Ezen utóbbi feltétel vonatkozásában utalok a 907/B/2005. számú, 2010. április 19-i AB végzés indokolásának 3. pontjára: „a hatályos jogszabályok szerint a felszolgálási díjat elkülönítetten kell feltüntetni, mégpedig a termék árának feltüntetésére vonatkozó szabályok szerint, azaz az indítványozó által kifogás tárgyává tett [százalékos] feltüntetési módot a szabályok [a jogszabályi változások következtében] nem tartalmazzák” (kiemelés: H. A.; vö. Hámori, 2007: pp. 307–308.). Ugyanakkor a gyakorlatban a felszolgálási díjat (az alábbiak szerint) továbbra is százalékban – vagy több üzletben nem „elkülönítetten” feltüntetve az árkiíráson vagy árjegyzéken – számítják fel, azaz megsértik az együttes rendelet idézett szabályát, az Fgytv. 14. § (4) bekezdését, mert az Fgytv. e bekezdése kimondja, hogy az eladási árat és az egységárat, illetve – határon átnyúló szolgáltatásnyújtás kivételével – a szolgáltatás díját Magyarország törvényes fizetőeszközében kifejezve, a fizetőeszköz nemét (forint) vagy annak rövidítését (Ft) megjelölve kell feltüntetni. A felszolgálási díj szabályozása a 2006. évben is megtámadtatott az Alkotmánybíróság előtt (1001/B/2006. sz. ügy), de Magyarország Alaptörvénye (2011. április 25.), az Alkotmánybíróságról szóló 2011. évi CLI. törvény (Abtv.) rendelkezései – és az Alkotmánybíróság sok éves lassúsága folytán – az eljárás megszűnt [XX/1081-1/2012. AB végzés (2012. január 16.), Alaptörvény 24. cikk (2) bek. e) pont, Abtv. 71. § (1) bek.]. Ezt követően az alapvető jogok biztosa előtt volt beadvány, a biztos azonban

nem fordult az Alkotmánybírósághoz [reflexióval ld. Hámori (2017: pp. 21–40.); Hámori (2018)].

A gyakorlatban tapasztalható az a probléma, hogy az együttes rendelet „árával együtt” szövegrészét – ráadásul az „ugyanazon [...]” szövegrész ellenére – számos helyen „összeolvasztják” az Fgytv. 14. § (4) bekezdése szerinti „eladási árat”, „szolgáltatás díját” szövegrésszel, vagy „az üzemeltetőkre bízzák” a „kérdést”: egy összeget tüntetnek fel [benne a felszolgálati díjjal, és akkor a felszolgálati díj vonatkozásában is mintegy „teljesül” a „Magyarország törvényes fizetőeszközében kifejezve, a fizetőeszköz nemét (forint) vagy annak rövidítését (Ft) megjelölve”, csak éppen úgy, hogy nem látszik, hány forint, vagy Ft a felszolgálati díj, és persze az érintett termék ára, hanem „mindössze” a kettő összege olvasható. Megfigyelhető pl. (négycsillagos szállodák vendéglátó üzleteiben is) „Áraink forintban értendők, tartalmazzák az ÁFA-t valamint 10% szervízdíjat.” (pl. 2022. augusztus 3., 2022. október 30., a Velencei-tónál, ráadásul e tájékoztatás az ártájékoztató eszköznek – étlapnak, itallapnak – csak az utolsó, nem borító oldalán szerepel, olyan esetben is, amikor a kiszolgálás pultnál történik), „A feltüntetett árak 10% szervízdíjat tartalmaznak.” (2022. augusztus 7. – a Velencei-tónál)], vagy az Fgytv. 14. § (5) bekezdése szerinti értelemben vett bruttó eladási áron kívül tüntetik fel a felszolgálati díjat (a termék eladási árától különbözik a felszolgálati díj), ilyenkor viszont százalékot szerepeltetnek [ld. pl. „Árainkra 12% szervízdíjat számítunk fel.” (pl. 2022. október 21.), egy budapesti (belvárosi) étterem árlapján (az említett szabályok miatt jogellenesen csak a hátsó-külső borítón) olvasható pl. 2022. november 5. napján, hogy „A számla végösszege 10% szervízdíjat tartalmaz” (a bizonylaton lévő szövegrész „Service”, az üzlet bejáratán kívül, annak közelében elhelyezett étlapon jogellenesen egyáltalán nem szerepelt tájékoztatás a felszolgálati díj alkalmazásáról, felszámításáról – ld. együttes rendelet 4/A. §)], ami – az említettek szerint – jogellenes [a vonatkozó tájékoztatási gyakorlat jogellenes voltához ld. Hámori (2016a: p. 51.), az is előfordul (pl. 2022. október 17. napján), hogy a felszolgálati díj alkalmazásával kapcsolatos tájékoztatás mindössze – az étlapon – abból áll, hogy „Szervízdíj 12,5 %”, azaz nem egyértelmű, hogy ez a feltüntetett összegben benne van, vagy azon felül kérik (az itallapon és a borlapon az említett szöveg nem szerepelt), a kérdésre adott válasz szerint további mértékről – vagyis mértéktelenségről – van szó].

Álláspontom szerint a jogszerű tájékoztatás a következő: a termékek bruttó ára, a szolgáltatások bruttó díja – említettek szerinti feltüntetése – mellett az alkalmazott mértékű felszolgálati díjat forintban, vagy Ft-ben fel kell tüntetni.

Irodalomjegyzék

1. Hámori, A. (2003). A vendéglátás fogyasztóvédelmi jogi szabályozása. Label Kereskedelmi, Szolgáltató és Kiadói Kft., Budapest, (pp. 328) ISBN 963 430 387 0, pp. 18–21.
2. Hámori, A. (2007). Felszolgálati díj a magyar jogban. In: Majoros, P. (ed) Stratégiák 2007 és 2013 között (Budapesti Gazdasági Főiskola Tudományos Évkönyv 2006). Budapesti Gazdasági Főiskola, Budapest. (pp. 440) pp. 304–316.
3. Hámori, A. (2008). A szálláshely osztályba, a vendéglátó üzlet kategóriába sorolása bejelentésének jogi természetéről. Magyar Jog, 55(6) pp. 423–428.
4. Hámori, A. (2010a). A vendéglátó üzletek kategóriába sorolásának jogi szabályozása. Magyar Jog, 57(3), pp. 164-171.
5. Hámori, A. (2010b). A vendéglátás etikája. Bodnár Nyomda Bt., Budapest, (pp. 86) ISBN 978-963-88738-1-1, pp. 33–34.

6. Hámori, A. (2016a). A felszolgálati díj és a fogyasztók védelme. *Közjogi Szemle*, 9(3), pp. 49–58.
7. Hámori, A. (2016b). *Etika. Erkölcstani alapfogalmak gazdaságetikai kitekintéssel*. Budapesti Gazdasági Egyetem, Budapest. (pp. 158) ISBN 978-963-7159-30-5, p. 111.
8. Hámori, A. (2017). A felszolgálati díj szabályozásáról az alapvető jogok biztosának eljárása kapcsán. *Debreceni Jogi Műhely*, 14(1-2), pp. 19–40.
9. Hámori, A. (2018). A felszolgálati díj és a fogyasztók védelme az alapvető jogok biztosának eljárása kapcsán. In: „Sport – Gazdaság – Turizmus” Kautz Gyula Emlékkonferencia 2017. június 8. tanulmánykötet. Széchenyi István Egyetem, Győr, ISBN: 978-615-5837-18-0, pp. 1–11.
10. Hámori, A. (2019). Az Fgytv. békéltető testületet és fogyasztóvédelmi politikát is érintő 2019. évi módosításának kritikája. *A fogyasztóvédelem fel-, illetve leértékelődése. Jog-Állam-Politika*, 11(3), pp. 37–68.
11. Hámori, A. (2020). A fogyasztóvédelem jelentősége és békéltető testületi aktualitása. *Gazdaság és Jog*, 28(6), pp. 1–6.
12. Hámori, A. (2022a). A fogyasztóvédelmi jog jelentősége. In: Bánhegyi, M., Fekete-Frojimovics, Zs. & Hámori, A. (ed) *Gazdaság és gasztronómia. Ünnepi kötet Lugasi Andrea tiszteletére*. Budapesti Gazdasági Egyetem, Budapest. (pp. 301) ISBN 978-615-6342-26-3, pp. 118–137.
13. Veres, Z. (2023). Fogyasztóvédelmi aktualitások – interdiszciplináris megközelítésben. *Konferenciabeszámoló. Iustum Aquum Salutare*, 19(1).

Jogsabályi hivatkozások

1. Ld. pl. a személyi jövedelemadóról szóló 1995. évi CXVII. törvény 1. számú melléklet 4. 4.21.; a társadalombiztosítási nyugellátásról szóló 1997. évi LXXXI. törvény 22. § (1) bek. e)-f) pont, 102/B. § (2) bek.; az adózás rendjéről szóló 2017. évi CL. törvény 50. § (2) bek.; a szociális hozzájárulási adóról szóló 2018. évi LII. törvény 1. § (10) bek.; a társadalombiztosítás ellátásaira jogosultakról, valamint ezen ellátások fedezetéről szóló 2019. évi CXXII. törvény 27. § (1) bek. a) pont; a pénztárgépek műszaki követelményeiről, a nyugtakibocsátásra szolgáló pénztárgépek forgalmazásáról, használatáról és szervizeléséről, valamint a pénztárgéppel rögzített adatok adóhatóság felé történő szolgáltatásáról szóló 48/2013. (XI. 15.) NGM rendelet 3. melléklet G) GF) 3.; vö. Hámori (2007: pp. 304., 311–313.).
2. A felszolgálati díj mértékének megállapításáról, valamint a felszolgálati díj alkalmazásának és felhasználásának szabályairól szóló 71/2005. (IX. 27.) GKM rendelet (R.) 1. § (1)–(2) bek., 3. §. Vö. Hámori (2007: pp. 304–316.); Hámori (2016a: pp. 49., 53–55., a 15%-os felső határ hatályon kívül helyezésének alaptalanságáról is írva); ld. még Hámori (2017: pp. 37–38.).
3. Ld. R. 1. § (4) bek.

4. Uo. (5) bek.
5. Uo. 2. §. Vö. Hámori (2007: p. 311.; Hámori (2016a: pp. 49–50., 55–56.).
6. Magyar Kereskedelmi és Iparkamara: A vendéglátó vállalkozók etikai kódexe, IV. 7. 4. (<https://mkik.hu/vendeglato-vallalkozok> – olvasva: 2022. október 8.); vö. Hámori (2016b: p. 111.); Hámori (2010b: pp. 33–34.); Hámori (2003: pp. 18–21.).
7. A Magyar Vendéglátók Ipartestületének Etikai Kódexe (2013. május 29., p. 19, p. 7.), 6. 6.4. (3) bek. (https://mvi.hu/images/etikai_kodex_mvi.pdf – olvasva: 2022. október 8.). Vö. Magyar Vendéglátók Ipartestülete: Tájékoztató a borraaló és a felszolgálati díj kezeléséről, illetve azok adóügyi vonatkozásairól, Budapest, 2021. május 13. (4) pp. 2–4. (https://mvi.hu/images/szakmai_anyagok/Tajekoztato_borravalo_es_felszolgalasi_dij_MVI_modositott_20210513.pdf – olvasva: 2022. október 8.). A felszolgálati díj etikai reflexiójához ld. Hámori (2017: p. 38.); Hámori (2016a: pp. 54., 57.); Hámori (2007: p. 310.).
8. Ld. 2000/124. APEH iránymutatás (a számla kötelező adattartalma vendéglátó-ipari szolgáltatás esetén – megerősítette az AEÉ 2001/11. sz. Melléklete a szakmai iránymutatások felülvizsgálatáról; Hámori (2003: pp. 16–17.).
9. Ld. pl. Kertv. 2. § 22. pont, a szálláshely-szolgáltatási tevékenység folytatásának részletes feltételeiről és a szálláshely-üzemeltetési engedély kiadásának rendjéről szóló 239/2009. (X. 20.) Korm. rendelet 2. § 11., 14. pont, 3. melléklet.
10. Ld. Kertv. 2. § 23. pont.
11. Vö. együttes rendelet 2. § (1) bek. a)-b) pont, (4) bek., 3. § (1) bek. a)-b) pont, 4/A. §.

Internetes hivatkozások

1. BGE (2022a). <https://uni-bge.hu/hu/vizio-es-misszio>
2. BGE (2022b). Tudományos hírlevél, 2022. október: Tudományos életünkben - 2022. október (uni-bge.hu)
3. BGE (2022c). Prosperitas (uni-bge.hu)
4. BGE (2022d). <https://uni-bge.hu/hu/dokumentumok/hallgatoi-dokumentumok>
5. BGE KVIK (2022). KVIK Hírek, 2022. október, pp. 6–7. (pp. 30)
6. <https://uni-bge.hu/hu/kvik/hirek/kvik-a-fogyasztovedelmi-kutatocsoport-konferenciaja>
7. BGE Vendéglátás Tanszék Fogyasztóvédelmi Kutatócsoport (2022). A Kutatócsoport tagjai. Budapesti Gazdasági Egyetem, Budapest. [dr. habil., dr. jur. Bencsik András PhD, egyetemi docens (ELTE ÁJK Közigazgatási Jogi Tanszék, MTA Állam- és Jogtudományi Bizottság, közigazgatási jogi fogyasztóvédelem); Farkas Jácint PhD,

tudományos munkatárs (BGE PSZK Menedzsment Tanszék, MTA CSFK Földrajztudományi Intézet – MTA Kiváló Kutatóhely, BCE Corvinus Institute for Advanced Studies); Fekete-Frojimovics Zsófia PhD, mb. tanszékvezető, egyetemi docens (BGE KVIK Vendéglátás Tanszék, MTA Gazdálkodástudományi Bizottság, kutatási téma: különleges fogyasztói szokások vizsgálata a vendéglátásban); dr. jur. Filó Mihály PhD, LL.M., adjunktus (ELTE ÁJK Büntetőjogi Tanszék, büntetőjogi fogyasztóvédelem); Prof. dr. habil., dr. jur. Frivaldszky János PhD, tanszékvezető, egyetemi tanár (PPKE JÁK Jogbölcseleti Tanszék, MTA Állam- és Jogtudományi Bizottság, jogfilozófiai fogyasztóvédelem); dr. Hamar Farkas PhD, főiskolai docens (BGE KVIK Közgazdasági és Üzleti Tudományok Tanszék); dr. jur. Hámori Antal PhD, egyetemi docens (BGE KVIK Vendéglátás Tanszék, MTA Állam- és Jogtudományi Bizottság, fogyasztóvédelmi jog, alkotmányjogi fogyasztóvédelem; kutatási téma: a fogyasztók etikai és jogi védelmének összefüggése, különös tekintettel a vendéglátásra); Prof. dr. habil., dr. jur. Lévainé Dr. Fazekas Judit CSc, egyetemi tanár (SZE DF ÁJK Polgári Jogi és Polgári Eljárásjogi Tanszék, MTA Állam- és Jogtudományi Bizottság, fogyasztóvédelmi jog, polgári jogi és európai jogi fogyasztóvédelem); Prof. dr. habil. Neszmélyi György Iván PhD, egyetemi tanár (BGE KKK Nemzetközi Kapcsolatok Tanszék, MTA Regionális Tudományok Bizottsága); dr. jur. Szilágyi Gábor LL.M., tanársegéd (BGE KVIK Közgazdasági és Üzleti Tudományok Tanszék, fogyasztóvédelmi szempontok a szellemi alkotások területén, pénzügyi fogyasztóvédelem); dr. Totth Gedeon CSc, ny. főiskolai tanár, szaktanácsadó (BGE KKK Marketing Tanszék, MTA Gazdálkodástudományi Bizottság); dr. jur. Veres Zoltán PhD, mb. oktató (PPKE JÁK Pénzügyi Jogi Tanszék, pénzügyi jogi fogyasztóvédelem)].

A felszolgálati díj-kutatás II. rész

Hámori Antal¹

DOI: [10.29180/978-615-6342-49-2_12](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-49-2_12)

Absztrakt

A felszolgálati díjjal kapcsolatos kutatás érinti azt az alkotmányjogi szempontból is releváns kérdést, hogy kérelmező-e, ügyfél-e a fogyasztó (vö. pl. tisztességes eljáráshoz, jogorvoslatához való alapjog)? Ugyanis a kérdés a felszolgálati díj alkalmazásával, felszámításával összefüggésben is felmerült. A fogyasztóvédelmi hatósági megítélés e tekintetben sem egyöntetű, sőt, a problémát némi hallgatás után egy 2022. szeptember 29-i helyettes államtitkári válasz tovább növeli. A dolog pikantériája, hogy a fogyasztó ügyféli és kérelmezői státuszát (közvetlen érintettségét) a jogszabályok alapján a bírósági gyakorlat – élén a Kúria ítéleteivel – és a jogtudomány, jogirodalom is elismeri, amellyel a fővárosi kormányhivatali és a minisztériumi álláspont szembe megy, s ez jogállamban különösen érdekes. A témában nemcsak a Fogyasztóvédelmi Kutatócsoport – következtetéseket levonva –, hanem az ügyészség is kutakodik.

Kulcsszavak: fogyasztó, kérelmező, ügyfél, fogyasztóvédelmi hatóság, *contra legem* gyakorlat

Kérelmező-e, ügyfél-e a fogyasztó? Fogyasztóvédelmi hatósági megítélés, minisztériumi hallgatás vs. fogyasztóvédelmi jogi álláspont

Az előző rész végén szereplő „kérdés” (a felszolgálati díj a bruttó eladási árral egy összegben vagy a bruttó eladási áron kívül tüntetendő fel) pikantériája, hogy egy konkrét esetben a fogyasztóvédelmi hatóság – az Fgytv. 2. § a) pontja szerinti fogyasztó Fgytv. 46/A. § szerinti, Ákr. 35. § (2) bekezdésének és 37. § (1) bekezdésének is megfelelő (írásban, az illetékes hatóságnál – 2021. október 5. napján előterjesztett, előző napon kelt) kérelmével¹ közérdekű bejelentésnek² minősítve – az előbbi „megoldás” (egy összegben feltüntetés) alkalmazásakor a helytelenül szervizdíjnak nevezett felszolgálati díjat nem is tekintette felszolgálati díjnak („szervizdíjnak”), mondván, hogy „nem számítanak fel valójában szervizdíjat, ez mindössze a belső elszámolásukban jelenik meg ilyen módon, így a nyugtán is”.³

A fogyasztóvédelmi hatóság álláspontja szerint „[a] nyugtán való megjelenése a szervizdíjnak nem téveszti meg a fogyasztókat, mivel látják a termékek kiírt árát, amiért pontosan annyit is fizetnek, így nem gondolhatják, hogy szervizdíjat is fizetettek velük, mivel az minden esetben hozzáadódik az egyébként fizetendő összeghez. A Hatóságnak egy esetleges tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat megvalósulásánál az ún. »átlagfogyasztót« kell alapul vennie, akit ez a gyakorlat nem téveszthet meg, mivel a feltüntetett árát fizeti meg. Szűrőpróbaszerűen megnéztünk még néhány nyugtát, de mindegyiken szereplő szervizdíjjal »növelt ár« megegyezett a kiírttal. Tehát a vállalkozás nem számít fel szervizdíjat, hanem az eladási árát bontja két részre egy belső elszámolás szerint »alapárra«, és »szervizdíjra«. Fogyasztóvédelmi szempontból a vállalkozás árfelszámítási gyakorlata nem kifogásolható. Árfeltüntetési hiányosságot az ellenőrzés során nem tapasztaltunk.” A hatóság irata szerint a fogyasztóvédelmi hatóság „Próbavásárlással egybekötött helyszíni ellenőrzést tartott” „az egységben” („A termék árát megtaláltuk a pultra kiragasztott két ártájékoztató egyikén.”)⁴ Eszerint a felszolgálati díj (helytelen elnevezéssel „szervizdíj”) csak akkor felszolgálati díj („szervizdíj”), ha az ártájékoztató eszközön a bruttó ár és a felszolgálati díj („szervizdíj”)

¹ Budapesti Gazdasági Egyetem, Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar, Vendéglátás Tanszék, Fogyasztóvédelmi Kutatócsoport, e-mail: hamori.antal@uni-bge.hu

külön szerepel (a felszolgálati díj – „szervizdíj” – a bruttó áron kívül van). Csakhogy attól, hogy a bruttó árat és a felszolgálati díj („szervizdíj”) összegét, vagy mértékét nem külön, hanem összeadva – egy összegben, egy összeggel – szerepeltetik az ártájékoztató eszközön, a felszolgálati díj („szervizdíj”) még létezik, azt alkalmazzák, felszámítják, és ezt az említett esetben a nyugta is bizonyítja, amelyen a fogyasztók látják a „szervizdíjat”, és ezért a fogyasztók gondolhatják, hogy „szervizdíjat is fizettek velük”, a fogyasztókat az a magatartás (mulasztás) téveszti meg, hogy az ártájékoztató eszközön nem szerepel a felszolgálati díj. Arra azt mondani, hogy nincsen, ami van, nem helytálló. In concreto a felszolgálati díjat („szervizdíjat”) jogsértő módon alkalmazzák, felszámítják, mert a bruttó árat és a felszolgálati díj („szervizdíj”) összegét, vagy mértékét nem külön, hanem összeadva – egy összegben, egy összeggel – szerepeltetik az ártájékoztató eszközön, amely jogsértésnek jogi értelemben nem lehet az a következménye – mintegy „jutalomként” –, hogy a hatóság arra, ami van, azt mondja, hogy nincsen, a jogsértéssel (jogsértővel) szemben nem lép fel (nem jár el), vagyis a hatóságnak megfelelően el kell járnia.

Véleményem szerint a jogsértés megtévesztés miatt is megvalósult, mert a fogyasztók az említett esetben csak a számla, nyugta kézhezvételét – akár a fizetést – követően értesülnek arról, hogy az üzemeltető felszolgálati díjat („szervizdíjat”) alkalmaz, és így lehet, hogy (több) borralalót adnak, amit egyébként nem adtak volna.

A „szervizdíj” szóhasználat – a felszolgálati díj elnevezés alkalmazása helyett – véleményem szerint jogellenes, mert a jogszabályok a felszolgálati díjat ismerik (a felszolgálati díj szabályozása által felszolgálati díj elnevezéssel lefoglalt tartalmat nem szabad „másra használni” és más névvel illetni).⁵

A fogyasztó a beadványában – az Fgytv. 2. § a)-b) pontjára, 46/A. §-ára, az Ákr. 10. § (1) bekezdésére, kúriai ítéletekre⁶ és Ákr.-kommentárra (Barabás & Szegedi, 2018: p. 118.) is hivatkozva, a 2021. október 1. napján kelt nyugtát⁷ mellékelve, „a kifogásolt magatartás elkövetésének helyét” is megadva – kérte, hogy a fogyasztóvédelmi hatóság a vállalkozással szemben, a „leírt jogsértés, tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat, felszolgálati díj (»szervizdíj«) jogellenes alkalmazása miatt, a vonatkozó jogszabályi rendelkezéseknek megfelelő határozatot hozva járjon el,” jogai, illetőleg jogos érdekei érvényesítése érdekében kérelmére induló fogyasztóvédelmi hatósági eljárás keretében folytasson le fogyasztóvédelmi hatósági eljárást; indokolásában idézve az R. 1. § (1) bekezdését, a Kertv. 2. § 30. pontját, az együttes rendelet 6. § (2) bekezdését, az Fgytv. 14. § (1)–(7) bekezdését.

A fogyasztó vonatkozó jogi szakirodalmi művekre is hivatkozva előadta, hogy a szóban forgó esetben „a kiszolgálás nem felszolgáló közreműködésével, hanem a kiszolgáló pult mögül (a pénztárgépnél) pultos által történt, a kifogásolt magatartás elkövetésének helyén egyetlen egy fogyasztói pult, asztal, szék sem volt, ételt, italt felszolgálni nem is lett volna hova”, „az említett helyen helyben fogyasztásra nem volt lehetőség, [...] ezért a tevékenység nem minősül vendéglátásnak” / „a mellékelt nyugta szerinti termék egy darab [...] chips, amelynek ára a nyugta szerint 409.- Ft; a felszámított – vállalkozás által »szervizdíj«-nak nevezett – felszolgálati díj igen magas mértékű, majd’ 20%, 80.- Ft [...]”/; „[a]zt, hogy az adott tevékenység – a kifogásolt magatartás elkövetésének helyén (nem a vállalkozás másik helyén) és időpontjában – vendéglátás-e, nem a vállalkozás elnevezése, hanem a tényleges, valóságos tevékenység dönti el: a vállalkozás szóban forgó tevékenysége nem vendéglátás”; „a vállalkozás ilyen [az együttes rendelet 6. § (2) bekezdése szerinti] tájékoztatást nem adott, és – súlyosító körülményként említve – a felszolgálati díj (»szervizdíj«) alkalmazásáról [az adott esetben] szóban sem tájékoztatott [fogyasztót], [a fogyasztó] arról mindössze a [...] csatolt nyugta alapján értesült[...]. A vállalkozás a termék forgalmazásával közvetlen összefüggésben semmilyen szolgáltatást nem nyújtott. A chips kiszolgáló pulton keresztül történő átadása nem a termék forgalmazásával közvetlen összefüggésben nyújtott szolgáltatásnak, hanem a forgalmazás részének minősül.”; „[a] vállalkozás [az adott esetben] a termék (chips) eladási

áráról sem tájékoztatott megfelelően [fogyasztót]: [a fogyasztó] írásbeli tájékoztatást nem tapasztalt[...]; „minden, 2021. október 1. napján hatályos jogszabály, amely a szóban forgó díjat szabályozza, a »felszolgálati díj«, azaz nem a »szervizdíj« elnevezést használja, ezért a »szervizdíj« elnevezés használata, amely – »homályosító« volta miatt – megtévesztő (sokakat tévedésbe ejtő és tévedésben tartó) is, jogellenes”.

A fogyasztó e beadványában azt is előadta, hogy „[a] vállalkozás szóban forgó kereskedelmi gyakorlata – az említett helyen – súlyosan tisztességtelen, megtévesztő, illetőleg agresszív (ld. az ismertetett helyzetet, kiszolgáló pultnál, pénztárgépnél – sorban – állás, néhány pillanat alatt történik a fizetés), amely naponta több száz – nagyrészt külföldi – látogatót, fogyasztót is hátrányosan, sérelmesen, vagyonilag megkárosító módon érint és érinthet”;⁸ „[a] látogatók, fogyasztók nem számítanak arra, hogy a szóban forgó, felszolgáló közreműködése nélkül, kiszolgáló pultnál (pénztárgépnél) történő forgalmazás során, azon a helyen, ahol egyébként helyben fogyasztásra sincs lehetőség ([...]), felszolgálati díjat (»szervizdíjat«) számítanak fel, és – súlyosító körülményként említve – erről előzetesen szóban sem tájékoztatják őket, így a bankkártyás vagy készpénzes fizetéskor – néhány pillanat alatt –, vagy azt követően akár észre sem veszik, hogy a végösszeg ilyen díjat – ráadásul majdnem 20%-os mértékben – is tartalmaz; amennyiben vannak is olyanok, akik észre veszik, az említett helyzetben (ld. pl. sorban állva, néhány pillanat alatt) kellemetlenül járnak; a kifogásolt kereskedelmi gyakorlat különösen tisztességtelen. Mindez a termékek eladási áráról való törvényes tájékoztatás súlyos hiányával is párosul.”⁹

A fogyasztó a fentiek alapján kérte a hatóság speciális és generális prevenciót is megfelelően szolgáló eljárását és – a sérelmére (is) elkövetett, vagyoni kárt is eredményező, a tájékoztatáshoz való jogát is súlyosan sértő jogsértések megállapításáról és azok szankcionálásáról, az elszenvedett jogsértések orvoslásáról is szóló – határozat meghozatalát,¹⁰ ez azonban – az említettek szerint – elmaradt, ezért a 2021. november 2-i beadványával – egyebek mellett az Ákr. 121. § (1)–(2) bekezdésére, az említett jogszabályi rendelkezésekre, kúriai ítéletekre, Ákr.-kommentárra és szakirodalomra, valamint a fogyasztóvédelmi hatóság kijelöléséről szóló 387/2016. (XII. 2.) Korm. rendelet (Korm. rendelet) 5. § (1) bekezdésére is hivatkozva – a fogyasztóvédelemért felelős miniszterhez fordult. A fogyasztó kezdeményezte, hogy a miniszter járjon el annak érdekében, hogy a fogyasztóvédelmi hatáskörben eljáró Budapest Főváros Kormányhivatala a fogyasztóvédelmi hatósági eljárást, mint – az Ákr. szerinti – kérelem alapján indult eljárást lefolytassa, és mind formai, mind tartalmi szempontból – az Ákr. és az Fgytv. vonatkozó rendelkezéseinek is megfelelő – jogszerű határozatot hozzon. A fogyasztó előadta, hogy az Ákr. 37. § (2) bekezdése alapján az eljárás a kérelemnek az eljáró hatósághoz történő – 2021. október 5-i – megérkezését követő napon, azaz 2021. október 6. napján indult, Budapest Főváros Kormányhivatala az említettek szerint előterjesztett fogyasztói kérelmét a 2021. október 27. napján kelt, BP/2200/07922-2/2021 iktatószámú, tájékoztatás tárgyú levelében súlyosan jogszabálysértő – az Fgytv. 46/A. §-át, az Ákr. 10. § (1) bekezdését, 35. § (2) bekezdését, 37. § (1)–(2) bekezdését is sértő – módon közérdekű bejelentésnek minősítette, ekként a fogyasztói kérelemre indult – Ákr. szerinti – eljárást nem folytatta le, Ákr. szerinti döntést nem hozott, és az Ákr. 10. § (1) bekezdése szerinti ügyféli jogállásától (minőségétől) is megfosztotta; ez a gyakorlat az alábbiak szerint alapjogsérelemmel is jár, és a Korm. rendelet 2/A. §-ában foglalt azon rendelkezéssel is szembe megy, amely szerint a fogyasztóvédelmi hatóság kérelemre indult eljárásáról van szó; mind az Fgytv. 46/A. §-a, mind a Korm. rendelet 2/A. §-a ismeri a fogyasztó kérelmét, a kérelemre indult eljárást; a fogyasztói kérelmét az Ákr. citált rendelkezéseinek megfelelően terjesztette elő; a hivatkozott kúriai ítéletek és Ákr.-kommentár szerint is ügyfélnek minősül; Budapest Főváros Kormányhivatala sem teheti meg, hogy nem vesz tudomást az Fgytv. 46/A. §-áról, a Korm. rendelet 2/A. §-áról és az Ákr. idézett rendelkezéseiről, arról, hogy a jelenleg hatályos magyar jog ismeri a fogyasztói

kérelmet, a fogyasztó ügyféli minőségét; a kérdések helyes megválaszolása a fogyasztói (alap)jogok,¹¹ a fogyasztók jogainak¹² hatékony védelme szempontjából sem érdektelen (ld. pl. döntés közlése,¹³ jogorvoslathoz való jog¹⁴), az ügyféli státusz jogellenes megtagadása pedig a tisztességes eljáráshoz való alapjogot¹⁵ is sérti.¹⁶

A fogyasztó a miniszternek címzett beadványában – Ákr.-kommentárt idézve – rámutatott arra, hogy a Kúria – mint felülvizsgálati bíróság – a Kfv.II.37.366/2016/7. számú, 2017. április 26. napján meghozott ítélete indokolásának [16]–[18] bekezdéseiben kimondta: „[...] Fogyasztóvédelmi eljárás indulhat hivatalból és indulhat kérelemre is. A fogyasztó kérelmére vonatkozó szabályokat az Fgytv. 46/A. §-a tartalmazza. E rendelkezésből levezethetően a fogyasztó jogosult kérelmet, panaszt benyújtani ahhoz a hatósághoz, amelyik a kérelmének kivizsgálására, eldöntésére hatáskörrel rendelkezik. A kérelmező (a fogyasztó) a fogyasztóvédelmi eljárásban ügyfélnek minősül, ugyanis [a Ket. 15. § (1) bekezdésére is figyelemmel] a kérelmet benyújtó félnek az ügy (azaz a kérelme) mikénti eldöntéséhez érdeke fűződik, a joga, jogos érdeke fennáll, ugyanis – fogyasztói – jogát, jogos érdekét az az ügy érinti, amellyel kapcsolatosan panaszát, minőségi kifogását, a jótállási jegy tartalmával kapcsolatos kifogását a hatóság elbírálja.”¹⁷ „A felperes álláspontjával ellentétben az ügyféli jogállást nem csak az alapozza meg, hogy a határozat az ügyfélre nézve kifejezett rendelkezést tartalmaz-e, az rá közvetlenül kihat-e, a határozat alapján szerezhethet-e jogokat, vagy keletkezik-e rá nézve kötelezettség. Ügyfélnek minősülhet a fogyasztóvédelmi eljárás sajátos céljaira tekintettel az a személy (fogyasztó is), akinek a kérelme alapján a bepanaszolt vállalkozás kerül elmarasztalásra, vele szemben hoznak szankciót, vagy kötelezik a jogsértés megszüntetésére. A kérelmet benyújtó ügyfél jogos érintettsége abban áll fenn, hogy a jogsértést elkövető, bepanaszolt vállalkozással szemben az elkövetett jogsértést a hatóság megállapítsa, azt szankcionálja, a jogsértést orvosolja. A felperes tévesen hívta fel a Ket. 29. § (8) bekezdését, mert az a hivatalbóli eljárást kezdeményezőkre vonatkozó rendelkezést tartalmazza, a perbeli esetben a hatósági eljárás fogyasztói panaszra, kérelemre indult meg. [...]”¹⁸

A fogyasztó hangsúlyozta, hogy az ügyféli minőséghez a Ket. hatálya alatt kialakult bírói gyakorlat is megkövetelte a közvetlen érintettséget, vagyis ehhez képest az Ákr. nem hozott változást.

A fogyasztó kifejtette, hogy álláspontja szerint Budapest Főváros Kormányhivatalának említett, tájékoztatás tárgyú levele tartalmában is jogszabálysértő: a vállalkozás jogellenesen – általa „szervizdíj”-nak nevezett – felszolgálati díjat alkalmaz, és ezzel például neki vagyoni kárt is okozott; egyebek mellett az Fgytv. 45/A. § (1) bekezdés a) pontjára, (2) bekezdésére, (3) bekezdés a), g) pontjára is hivatkozott; téves Budapest Főváros Kormányhivatalának azon álláspontja, hogy a vállalkozás nem alkalmaz felszolgálati díjat, a nyugták a tájékoztató levél szerint is tartalmazzák a felszolgálati díjat („szervizdíj”-at).

A fogyasztó utalt arra, hogy a felszolgálati díj szóban forgó alkalmazásának jogellenességét részletesen kifejtette a fogyasztói kérelmében: a fogyasztók a nyugta alapján értesülnek a felszolgálati díj („szervizdíj”) alkalmazásáról; a felszolgálati díj alkalmazása nem csak a tájékoztató levélben szereplő módon valósulhat meg, hanem – szabálytalanul – úgy is, ahogy azt a vállalkozás bizonyítottan megjelenítette; számtalan vendéglátó üzletben lehet tapasztalni azt a gyakorlatot, hogy az ártájékoztató eszközön (pl. étlapon, itallapon, árlapon) az szerepel, hogy „[á]raink 10% szervizdíjat tartalmaznak”, akként, hogy az ártájékoztató eszközön csak egy összeg olvasható, és senki nem gondolja komolyan, hogy az adott helyen nem számítanak fel felszolgálati díjat („szervizdíj”-at); a konkrét esetben annyi a különbség, hogy itt az ártájékoztató eszközön nem tájékoztatják erről a fogyasztókat, ezért a fogyasztók csak a nyugta alapján szembesülnek a fogyasztói kérelemben említett okok miatti jogsértéssel. Ez a súlyosító körülmény azonban nem szünteti meg a jogsértést, nem teszi a felszolgálati díj jogellenes alkalmazását jogszerűvé, hanem növeli a jogsértés súlyát; jogilag nincs olyan, hogy

eladási áron belüli „alapár”, a feltüntetendő eladási árnak tartalmaznia kell az általános forgalmi adót és az egyéb kötelező terheket is [ld. Fgytv. 14. § (5) bek.], a tájékoztató levél szerinti „alapár” jogilag nem létezik, nettó és bruttó (áfával növelt) eladási ár van, a nettó eladási áron belül jelenik meg az elábé és az árrés, egyik közé sem tartozik a „szervizdíj” (felszolgálati díj); arról van szó, hogy a vállalkozás a bruttó eladási ár és a „szervizdíj” (felszolgálati díj) együttes összegét tünteti fel az ártájékoztató eszközön, azonban a vállalkozás a fogyasztói kérelemben szereplő okok miatt nem alkalmazhat felszolgálati díjat („szervizdíjat”), mivel azonban mégis alkalmaz, ezért azzal vagyoni kárt is okoz a fogyasztóknak; a „szervizdíj” (felszolgálati díj) alkalmazására akkor is sor kerül, ha a bruttó eladási ár és a „szervizdíj” (felszolgálati díj) együttes összegét tüntetik fel az ártájékoztató eszközön; a felszolgálati díj („szervizdíj”) alkalmazása nem attól függ, hogy azt a bruttó áron kívül jelenítik meg az ártájékoztató eszközön, vagy pedig a bruttó árral együtt egy összegben, hanem attól, hogy alkalmazzák-e vagy nem; a felszolgálati díjnak („szervizdíj”-nak) sajátos pénzügyi jogi szabályozása van (ld. pl. áfa- és járuléktartalom), az a bruttó áron kívül jelenik meg; ez akkor is így van, ha az ártájékoztató eszközön feltüntetett összeg magában foglalja a bruttó árat és a felszolgálati díjat („szervizdíj”-at) is, ezen a tájékoztató levél szerinti – jogilag értelmezhetetlen – „belső elszámolás” sem változtat, vagyis valójában alkalmaznak „szervizdíj”-at (felszolgálati díjat); a vállalkozás a nyugták tartalmával maga ismerte el, hogy alkalmazott „szervizdíj”-at (felszolgálati díjat), csak hogy erre a fogyasztói kérelemben kifejtett okok miatt nem volt jogosult.

A fogyasztó a kérelmében – Fttv.-rendelkezésekre is hivatkozva – azt is részletesen leírta, hogy a vállalkozás kereskedelmi gyakorlata miatt tisztességtelen /ld. pl.: „[...] a »szervizdíj« elnevezés használata, amely – »homályosító« volta miatt – megtévesztő (sokakat tévedésbe ejtő és tévedésben tartó) is, jogellenes.” szövegrész; az ún. átlagfogyasztó sem tudja, hogy mi az a – tájékoztató levél szerinti – „belső elszámolás” nevű tétel, de a „szervizdíj” szóhasználat önmagában is megtévesztő; ld. pl. „A felszolgálati díjra vonatkozó szabályok a »szervizdíj«-ra is vonatkoznak?”, „Vajon mely pénzügyi jogi szabályok vonatkoznak a »szervizdíj«-ra?”, „Vajon a »szervizdíj«-at alkalmazó jogalany becsapja, megkárosítja a fogyasztókat, illetőleg az államot, a központi költségvetést?"/; a fogyasztók pontosan azért gondolhatják – és gondolják –, hogy „szervizdíj”-at (felszolgálati díjat) is fizettetnek velük, mert az szerepel a nyugtán, egyébként pedig, ha az nem szerepelne a nyugtán (noha a „belső elszámolásuk” részét képezné), akkor azt a NAV elől is még inkább elrejtene; az említettek szerint tehát a „szervizdíj” (felszolgálati díj) nem minden esetben adódik hozzá az „egyébként fizetendő összeghez”, és a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat kérdése nem pusztán azon múlik, hogy az ún. „átlagfogyasztó” a „feltüntetett árat fizeti meg”, mert a vállalkozás a szóban forgó kereskedelmi gyakorlatban a fogyasztói kérelemben részletesen megjelölt okok miatt jogellenesen alkalmaz felszolgálati díjat („szervizdíjat”); maga a tájékoztató levél tartalmazza, hogy a nyugtákon szereplő ár „szervizdíjjal »növelt ár«”, vagyis a vállalkozás kereskedelmi gyakorlatában alkalmazott, alkalmaz „szervizdíj”-at (felszolgálati díjat), az fogalmilag, a vonatkozó pénzügyi jogi szabályozásból is következően nem tud megjelenni a bruttó eladási áron belül; arról van szó tehát, hogy a vállalkozás úgy alkalmaz felszolgálati díjat („szervizdíj”-at), hogy az ártájékoztató eszközön a bruttó eladási ár és a „szervizdíj” (felszolgálati díj) együttes összegét tünteti fel, de ettől még a nyugták tanúsága szerint is alkalmaz ilyen díjat, amely gyakorlat a fogyasztói kérelemben részletesen kifejtett – fentiekben említett – okok miatt fogyasztóvédelmi szempontból is súlyosan jogellenes (a konkrét esetben a 409.- Ft a bruttó, a chips-szel kapcsolatos általános forgalmi adót tartalmazó ár; a vállalkozás a termék forgalmazásával közvetlen összefüggésben semmilyen szolgáltatást nem nyújtott, a chips kiszolgáló pulton keresztül történő átadása nem a termék forgalmazásával közvetlen összefüggésben nyújtott szolgáltatásnak, hanem a forgalmazás részének minősül);¹⁹ miután a vállalkozás a megjelölt okok miatt nem alkalmazhatott

felszolgálati díjat („szervizdíj”-at), a fogyasztókat jogellenesen megkárosította, s mindezt az említettek szerinti, agresszív, az ún. „átlagfogyasztó” által is csak a nyugták átadását követően észlelhető, kellemetlen módon tette.

A fogyasztó 2021. november 2-i beadványára az Innovációs és Technológiai Minisztérium Fogyasztóvédelmi Stratégiai Főosztály főosztályvezetője 2021. november 15-i, ITM_ERK/172609/2021 számú, fogyasztóvédelmi hatósági eljárás tárgyú válaszában arról tájékoztatta a fogyasztót, hogy „a megkeresést áttettük Budapest Főváros Kormányhivatala részére megvizsgálás és részletes válasz céljából”.

A fogyasztó 2022. február 4-i beadványában arról tájékoztatta a minisztériumi főosztályvezetőt, hogy Budapest Főváros Kormányhivatalától választ még mindig nem kapott, és a Kormányhivatal jogszerű határozathozatala érdekében – a fentiekben említett Fgytv.- és Ákr.-rendeletekre hivatkozva – kezdeményezte felügyeleti intézkedés megtételét. A fogyasztó e beadványában hangsúlyozta, hogy az Ákr. 37. § (2) bekezdése alapján az eljárás 2021. október 6. napján a törvény erejénél fogva megindult, az Ákr. 3. § első mondata alapján a hatóság a kérelemre indult eljárást jogszabályban meghatározott feltételek fennállása esetén legfeljebb csak hivatalból folytathatja, azaz nem indítja, a hatóságnak az eljárást – az Ákr.-ben és az Fgytv.-ben foglaltakra is figyelemmel le kell folytatnia és jogszerű döntést kell hoznia, az Ákr. 3. § második mondata alapján a hatóság az Ákr. keretei között felülvizsgálhatja a saját és a felügyelete alá tartozó hatóság döntését és eljárását; álláspontja szerint a (beadványaiban is) citált jogszabályi rendelkezések, indokolások, bírósági aktusok, kommentár- és szakirodalom alapján egyértelműen megállapítható, hogy az Fgytv. szerinti fogyasztó az Ákr. hatálya alatti fogyasztóvédelmi hatósági eljárásban ügyfél lehet,²⁰ és ezen eljárás – speciálisan az Fgytv. 46/A. §-a alapján – kérelemre indulhat (a „közvetlen érintettséget” a bírósági gyakorlat a Ket. hatálya alatt is megkövetelte).²¹

A fogyasztó kifejtette, nagyon meggyőzőnek tartja azt a kúriai érvet, hogy amikor az Fgytv. 46. § (2) bekezdése „ügyféli jogokkal ruház fel szervezeteket az általuk védett fogyasztói érdekek védelme körében”, akkor „az adott eljárásban közvetlenül érintett fogyasztónak legalább olyan terjedelmű jogosultsággal kell rendelkeznie, mint a fogyasztóvédelmi szervezeteknek”;²² a fogyasztónak joga, jogos érdeke fűződik ahhoz, hogy a hatóság lefolytassa a szóban forgó eljárást, alaposág esetén – például a jogsértő állapot, a jogsértő magatartás folytatásának, a feltárt hibák, hiányosságok megszüntetése érdekében – megállapítsa és szankcionálja a vállalkozás vonatkozó jogsértését,²³ a hatóság ilyenkor abban a kérdésben dönt, hogy a vállalkozás megsértette-e az adott fogyasztó jogát, az ügy ennek megfelelően jogvita,²⁴ a konkrét fogyasztó közvetlen érintettsége fennáll.

A fogyasztó a beadványában azt is előadta, hogy noha a jelen esetben az eljárás – 2021. október 6. napján – kérelemre indult meg, megjegyzi: az ügyféli minőségtől függetlenül az, hogy az eljárás hivatalból indult meg, mert az ügyféli minőség a közvetlen érintettségtől függ [Ákr. 10. § (1) bek.], amit a hatóságnak hivatalból kell vizsgálnia; a fogyasztó beadványának lehet kérelem- és közérdekű bejelentési része is (a fogyasztó egyben ügyfélnek és közérdekű bejelentőnek is minősülhet); ilyenkor, ha a kérelem előterjesztése jogszabályszerű,²⁵ az eljárás – az Fgytv. 46/A. §-a által is biztosítva – kérelemre induló (különben az eljárás megindulása – mint a jelen esetben is, akár a fogyasztó jogait sértve – „elhúzódhatna”), és a közérdekre tekintettel hivatalból folytatható (a fogyasztó ügyfél); ha a kérelem előterjesztése – hiánypótlásra felhívás (hatósági tájékoztatás – ld. pl. Lapsánszky, 2020) ellenére – nem felel meg a jogszabályi követelménynek,²⁶ akkor az eljárás nem kérelemre, hanem hivatalból indul meg (a fogyasztó kezdeményezése bejelentés), de ettől még a fogyasztó – az említettek szerint (közvetlen érintettség esetén) – ügyfél; a hatóság a „hivatalból indult eljárás” minősítést is felülvizsgálhatja, és az eljárást minősítheti kérelemre indult, vagy hivatalból folytatott eljárásnak (és viszont);²⁷ a kérelemre indult eljárás jogszabályban meghatározott feltételek fennállása esetén hivatalból folytatható (Ákr. 3. § első mondat – vö. pl. közérdek, a

jogsértések a fogyasztók széles körét érintik); egy korábbi ügyben a végleges hatósági határozat szerint is a vállalkozás megsértette a fogyasztó jogait; álláspontja szerint a fogyasztó ügyféli minősége (közvetlen érintettsége) a jelen esetben is fennáll, a hatóságnak – a kifejtettek szerint – kérelemre indult, vagy hivatalból folytatódó eljárás keretében kellett volna eljárnia; a hatóságnak meg kellett volna állapítania: az eljárás kérelemre indult, az eljárást a hatóság – az említett jogszabálysértésekkel – hivatalból folytatta (a hiánypótlásra felhívás, a hatósági tájékoztatás elmaradása nem eshet a fogyasztó hátrányára²⁸).

A fogyasztó ezúttal is hangsúlyozta, az eljárt hatóságok sem tehetik meg, hogy nem vesznek tudomást az Fgytv. 46/A. §-áról, a Korm. rendelet 2/A. §-áról, az Ákr. rendelkezéseiről,²⁹ arról, hogy a jelenleg hatályos magyar jog ismeri a fogyasztói kérelmet és a fogyasztó ügyféli minőségét, ellenkező esetben a fogyasztók említett alapjogai is sérülnek, és ismételten kérte, hogy a Kormányhivatal jogsértéseivel szemben hatékonyan járjanak el, annak érdekében is, hogy a hatóság tudomásul vegye, a jelenleg hatályos magyar jog ismeri a fogyasztói kérelmet és a fogyasztó ügyféli minőségét, a Kormányhivatal sem teheti meg azt, hogy az Fgytv. és az Ákr. rendelkezései szerint előterjesztett kérelemről (nem bejelentés) és az eljárásnak az Ákr. hivatkozott rendelkezésénél fogva történt megindulásáról nem vesz tudomást – ezzel törvénysértő módon egyszerűsítve a hatóság munkáját, kiiktatva a fogyasztókat az eljárásból, az ügyféli pozícióból, súlyosan – rendszeresen – megsértve a fogyasztók alkotmányos alapjogait (ld. pl. tisztességes eljáráshoz, jogorvoslathoz való alapvető jogát).

Az alkotmányjogi jogalkotásért és fogyasztóvédelemért felelős helyettes államtitkár álláspontja

A fogyasztó válasz hiányában 2022. július 22-i beadványával – a Kormány tagjainak feladat- és hatásköréről szóló 182/2022. (V. 24.) Korm. rendelet 119. § 6. pontjára (is) hivatkozva³⁰ – az igazságügyi miniszternél kezdeményezte, hogy felügyeleti eljárás keretében kerüljön megvizsgálásra a szóban forgó ügyben eljáró hatóság eljárása és döntése, ennek alapján tegye meg a szükséges intézkedést a jogszabálysértő mulasztás felszámolására [Ákr. 121. § (1) bek. a) pont], vagy gyakorolja az Ákr. 121. § (2) bekezdésében szabályozott felügyeleti jogkört, mind formai, mind tartalmi szempontból jogszerű döntés, Ákr. szerinti határozat meghozatalára kerüljön sor, mert a BP/2200/07922-2/2021. számú, 2021. október 27. napján kelt fogyasztóvédelmi hatósági irat szerinti álláspontot, annak tartalmát a beadványaiban foglaltak szerint alaptalannak, súlyosan jogsértőnek tartja (azt is megemlítve, hogy a 2021. október 4. napján kelt kérelmét írásban terjesztette elő az illetékes hatóságnál).

A fogyasztó felhívta a miniszter figyelmét a problémára: a fogyasztóvédelmi hatósági gyakorlatban az Fgytv. 2. § a) pontja szerinti fogyasztó Fgytv. 46/A. §-a szerinti kérelemre esetében a fogyasztóvédelmi hatóság részéről akkor sem tekintik a hatósági eljárást kérelemre indult hatósági eljárásnak, amikor a fogyasztó e kérelmét az Ákr. 35. § (2) bekezdésének és 37. § (1) bekezdésének megfelelően terjeszti elő, pedig ilyenkor a fogyasztóvédelmi hatósági eljárás az Ákr. 37. § (2) bekezdése alapján – a törvény erejénél fogva, kérelemre, a kérelemnek az eljáró hatósághoz történő megérkezését követő napon – megindul; e fogyasztóvédelmi hatósági gyakorlatban az említett kérelmet a Panasztv. szerinti közérdekű bejelentésnek, a fogyasztót pedig nem az Ákr. szerinti kérelmezőnek, hanem a Panasztv. szerinti közérdekű bejelentőnek minősítik, azaz az ügyféli jogállásától megfosztják, az Ákr. hatálya alól a Panasztv. hatálya alá „helyezik”, a fogyasztóvédelmi hatósági eljárást hivatalból „folytatják le”, arra hivatkozva, hogy „a beadványban foglalt kifogások és benyújtott dokumentumok tartalmi nem megfelelőse valószínűsíthetően nem csak az Ön egyedi ügyét érinthette, így azt közérdekű bejelentésként kezeltük, hiszen a beadványában előadottak és a tényállás tisztázása során feltárt jogsértések a fogyasztók széles körét érinthetik” (ld. Hámori, 2022b).

A fogyasztói álláspont szerint az említett fogyasztóvédelmi hatósági gyakorlat contra legem, az Ákr. 10. § (1) bekezdését, 35. § (1) bekezdését, 37. § (2) bekezdését, az Fgytv. 46/A. §-át is sérti, és alkotmányjogi szempontból sem tartható, mert a fogyasztók alapjogait is sérti (ld. jogorvoslathoz és tisztességes eljáráshoz való alapjog – részletesen, hivatkozásokkal ld. Hámori, 2022b: pp. 29., 77.). Ez a probléma jelenik meg a jelen ügyben is: a fogyasztó hiába terjesztette elő a kérelmét a fentiekben szereplő Ákr.-rendeleteknek megfelelően (írásban, az illetékes hatóságnál), a fogyasztóvédelmi hatóság a fogyasztó kérelmét nem kérelemnek, hanem közérdekű bejelentésnek minősítette, az eljárást pedig nem az Ákr. hivatkozott rendelkezése szerinti kérelemre indult hatósági eljárásnak tekintette, a hatóság a fogyasztót ezzel gyakorlatilag megfosztotta az Ákr. szerinti jogorvoslathoz való jogától és ügyféli jogállásától, márpedig az ügyféli státusz jogellenes megtagadása a tisztességes eljáráshoz való alapjogot is sérti.³¹ Ezen túlmenően a BP/2200/07922-2/2021. számú, 2021. október 27. napján kelt fogyasztóvédelmi hatósági irat – a kifejtettek szerint – tartalmi szempontból is, több tekintetben súlyosan jogszabálysértő (a Kormányhivatal – bármiféle indokolás nélkül – implicite azt is magáévá tette, hogy az adott tevékenység vendéglátás).

A fogyasztó 2022. július 22-i beadványára az alkotmányjogi jogalkotásért és fogyasztóvédelemért felelős helyettes államtitkár 2022. szeptember 29-i, XX-FSTR/ID/17/2/(2022) számú iratával válaszolva a következő álláspontot fogalmazta meg: „A fogyasztóvédelmi hatóság számára rendelkezésre álló, az Fgytv. 47. §-ában meghatározott jogkövetkezmények közös jellemzője, hogy azok nem a fogyasztó egyedi sérelmének orvoslására irányulnak, hanem a vállalkozással szemben a jogsértő gyakorlat megszüntetésének kikényszerítésére szolgálnak. Erre tekintettel abban az esetben, ha a fogyasztóvédelmi hatóságnak a »kérelemben« foglalt egyedi ügy elbírálására nincs hatásköre – mert az egyedi jogvita eldöntésére irányul, amihez a panaszos további, saját jogérvényesítő magatartása szükséges, például bírósági úton történő polgári jogi igényérvényesítés –, az ügyet csak a Panasztv. szerinti panaszként vagy közérdekű bejelentésként kezelheti a hatóság. Ezek alapján a fogyasztó tekintetében az eljárás nem olyan hatósági ügy, ami az ő jogvitáját dönti el, illetve jogát nem közvetlenül érinti, így nem tekinthető az Ákr. 10. §-a szerinti ügyfélnek sem, ezért az ügyféli jogainak megsértése nem merülhet fel. A megkeresésében ismertetett konkrét eset kapcsán a hatóság eljárása tehát a hatályos jogszabályi rendelkezések alapján nem irányulhat egyedi jogsérelem orvoslására, viszont a vitatott kereskedelmi megoldás alkalmazása miatt a beadvány fogyasztóvédelmi ellenőrzés megindítását szolgálhatja, amely hivatalbóli eljárásként valósulhat meg. Ennek megfelelően álláspontom szerint a fogyasztóvédelmi hatóság jogszerűen járt el a fent hivatkozott számú ügyben, ezért az Ákr. 121. §-a szerinti felügyeleti eljárás lefolytatása nem indokolt.”

A helyettes államtitkári válasz ezt követően azt tartalmazza, hogy „az Alkotmánybíróság 60/1992. (XI. 17.) AB határozatában foglaltakra figyelemmel jelen válasz nem tekinthető jogi iránymutatást tartalmazó állásfoglalásnak, így az jogi kötőerővel nem bír. Mindezek alapján az e levélben foglaltak egy esetleges peres vagy közigazgatási hatósági eljárás során állásfoglalásként, jogértelmezésként, illetve szakvéleményként nem használhatóak fel.” [2022. szeptember 29-i, XX-FSTR/ID/17/2/ (2022) számú helyettes államtitkári irat].

Következtetések

A helyettes államtitkári válasz az eddigi, kúriai ítéletek által is vallott, az Fgytv. 46/A. §-án, a citált Korm. rendelet 2/A. §-án és az Ákr. említett rendelkezésein is alapuló fogyasztóvédelmi vívmányokat – a fogyasztó kérelmezői, ügyféli státuszát, a kúriai ítéletekben foglalt érvekkel sem foglalkozva – lerombolja, valamint azokat a hibákat is jóváhagyja, amelyeket a Kormányhivatal a felszolgálati díjjal kapcsolatban – dogmatikai szempontból is – elkövetett. A helyettes államtitkár figyelmen kívül hagyja, hogy a hatályos magyar jog ismeri a fogyasztói kérelmet, az Fgytv. 46/A. §-a szerinti kérelem az Ákr. hatálya alá tartozik, az Ákr.

rendelkezései [35. § (1)–(2) bek., 37. § (1)–(2) bek.] szerinti esetben az eljárás – a törvény erejénél fogva – kérelemre indul, és – jogszabályban meghatározott feltételek fennállása esetén (ld. közérdek, a jogsértések a fogyasztók széles körét érintik) – hivatalból folytatható (Ákr. 3. § első mondat – in concreto nem pusztán egyedi jogsérelem orvoslásáról, egyedi ügy eldöntéséről van szó), a fogyasztó kérelmezői, ügyféli minőségét, jogállását (közvetlen érintettségét) a bírósági gyakorlat – élén a Kúriával – elismeri, az Ákr. kommentárja is egyértelműen fogalmaz, a fogyasztó az Ákr. 10. § (1) bekezdése szerinti ügyfél.

Az, hogy a fogyasztóvédelmi hatóság számára rendelkezésre álló, az Fgytv. 47. §-ában meghatározott jogkövetkezmények „nem a fogyasztó egyedi sérelmének orvoslására irányulnak, hanem a vállalkozással szemben a jogsértő gyakorlat megszüntetésének kikényszerítésére szolgálnak”, nem jelenti azt, hogy „a fogyasztó tekintetében” „az ügyet csak a Panasztv. szerinti panaszként vagy közérdekű bejelentésként kezelheti a hatóság”, mert az Fgytv. 46/A. §-a ismeri a fogyasztói kérelmet, a kúriai ítéletek által is kifejtettek szerint a fogyasztó jogvitájának eldöntéséről van szó, az ügy a fogyasztó jogát, jogos érdekét közvetlenül érinti (ld. különösen szerződéses jogviszony esetén) – a jogot (pl. az Fgytv. 46/A. §-át) pedig a fogyasztóvédelmi hatóságnak (pl. a kormányhivatalnak és az igazságügyi miniszternek) is be kell tartania. A helyettes államtitkár – a kúriai ítéletek által is megjelenített – azon érvekre sem tért ki, amelyek a fogyasztó ügyféli és kérelmezői jogállásáról szólnak.

Reméljük, a jelen tanulmánnyal hozzájárulhatunk ahhoz, hogy a fogyasztó kérelmezői, ügyféli státusza mihamarabb virágozhasson!

Irodalomjegyzék

1. Barabás, G. & Szegedi, L. (2018). Az ügyfél. In: Barabás, G., Baranyi, B. & Fazekas, M. (ed) Kommentár az általános közigazgatási rendtartásról szóló törvényhez. Wolters Kluwer Hungary Kft., Budapest, pp. 111., 113., 118–125.
2. Bencsik, A. (2013). A fogyasztók védelmének alkotmányi fundamentumairól. *Közjogi Szemle*, 6(1), pp. 21–31.
3. Boros, A. & Pollák, K. (2018). A hatóság döntései. In: Boros, A. & Darák, P. (ed) Az általános közigazgatási rendtartás szabályai. Nemzeti Közszerzői Könyvtár, Budapest, p. 184.
4. Fenyvesi, É. (2022). Foglalkoztatással és borraival kapcsolatos vizsgálatok a vendéglátóiparban – fókuszcsoporthoz tartozó felmérés. In: Bánhegyi, M., Fekete-Frojimovics, Zs. & Hámori, A. (ed) *Gazdaság és gasztronómia. Ünnepi kötet Lugasi Andrea tiszteletére*. Budapesti Gazdasági Egyetem, Budapest. (pp. 301) ISBN 978-615-6342-26-3, pp. 78–91.
5. Hajnal, Zs. (2013). A fogyasztói jogok egységes európai szabályozásának lehetséges irányai. PhD értekezés. Debreceni Egyetem, Debrecen, pp. 251
6. Hámori, A. (2015). Bevezetés a fogyasztóvédelmi jogba. A fogyasztók magán- és közjogi védelme. Budapesti Gazdasági Főiskola, Budapest, (pp. 152) pp. (ISBN:978-963-7159-0), pp. 72–109.
7. Hámori, A. (2017). A felszolgálati díj szabályozásáról az alapvető jogok biztosának eljárása kapcsán. *Debreceni Jogi Műhely*, 14(1-2), pp. 19–40.

8. Hámori, A. (2021). Fogyasztóvédelmi aktualitások. Javaslatok jogszabályok módosítására. *Iustum Aequum Salutare*, 17(1), pp. 66–69. (pp. 63–112.).
9. Hámori, A. (2022b). Kérelmező és/vagy bejelentő – ügyfél, harmadik személy, egyéb érdekelt? Újabb „csemege” a fogyasztóvédelmi hatóság legújabb gyakorlatából, békéltető testületi fűszerezéssel, avagy egy hibás teljesítés margójára. *Iustum Aequum Salutare*, 18(2). p. 61. (pp. 27–77.).
10. Kertész, G. & Fenyvesi, É. (2020). Rejtett gazdaság Magyarországon – feketemunka és borraaló a vendéglátóiparban. *Gazdaság és Jog*, 28(5), p. 14. (pp. 10–14.)
11. Lapsányszky, A. (2020). A hivatalbóli eljárás. In: Petrik Ferenc (ed) *A közigazgatási eljárás szabályai. Kommentár a gyakorlat számára*. 4. kiadás, I. kötet. Az általános közigazgatási rendtartás magyarázata. HVG-ORAC Lap- és Könyvkiadó Kft., Budapest, pp. 239–240.
12. Székely, Z. (2014). Ügyfél-e a rendőr az intézkedésével szembeni panasz kivizsgálására irányuló eljárásban? In: Hack, P. & Koósné Mohácsi, B. (ed) *Emberek őrzője. Tanulmányok Lőrincz József tiszteletére*. ELTE Eötvös Kiadó, Budapest, pp. 117–133.

Jogszabályi hivatkozások

1. Ld. Ákr. 35. § (1) bek.
2. Ld. a panaszokról és a közérdekű bejelentésekről szóló 2013. évi CLXV. törvény (a továbbiakban: Panasztv.).
3. Budapest Főváros Kormányhivatala Fogyasztóvédelmi Főosztály 2021. október 27. napján kelt, BP/2200/07922-2/2021 sz., tájékoztatás tárgyú irat.
4. Uo.
5. Ld. pl. 1. jogszabályi hivatkozásban szereplő jogszabályok. A helytelen „szervízdíj” - szóhasználat nem csak az említett etikai kódexekben és üzemeltetői gyakorlatban, hanem folyóiratokban, valamint szakmai szervezeti és hatósági praxisban is előfordul; részletesen (példákkal) ld. Hámori (2017: pp. 19–20., 24., 33., 39.). A „felszolgálati díj” elnevezés használata mellett az alaptalan „szervízdíj”-szóhasználat is találkozunk pl. a VJ/64/2017. sz. ügy 2019. november 20-i – húszmillió forint versenyfelügyeleti bírság megfizetésére kötelezésről rendelkező – határozatában (ld. indokolás 256. pont, háromszor); az is – tárgyhoz tartozó – probléma e versenytanácsai határozattal, hogy az indokolás 81. pontjában a felszolgálati díj „mértéke” tekintetében – az említettek szerint jogszabályellenesen, sok éves lemaradással – „legfeljebb 15%” szerepel (helytelen, hogy a határozatban hivatkozásként nem – a vonatkozó – jogszabályhely olvasható, 2009. október 19. napjától nincsen a 15%-os határ, ld. 2. jogszabályi hivatkozás). Ld. még pl. Kertész & Fenyvesi (2020); vö. Fenyvesi (2022).
6. Kúria Kfv.VI.37.076/2017/9. sz., 2017. szeptember 6. napján meghozott ítélete; Kúria Kfv.II.37.366/2016/7. sz., 2017. április 26. napján meghozott ítélete; Kúria Kfv.III.37.028/2014/4. sz., 2014. szeptember 16. napján meghozott ítélete.

7. Ld. Fgytv. 46/A. § c) pont; a nyugtán szerepel a kérelemmel érintett vállalkozás neve, valamint székhelyének címe (is) [vö. uo. a) pont].
8. „[vö. pl. Fgytv. 1. § (1) bekezdés: »(1) E törvény hatálya – a (2) bekezdésben meghatározott eltéréssel – a vállalkozások azon tevékenységére terjed ki, amely a fogyasztókat érinti vagy érintheti.« (kiemelés: fogyasztó); a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) 2. § c) pont, 3. § (1)–(4) bekezdés, Melléklet 9. pont (vö. felszolgálási díj, »szervizdíj« – a kiszolgálás, mint szolgáltatás)]”.
9. Vö. említett VJ-határozat.
10. „[vö. pl. Fgytv. 45/A. § (1) bekezdés a) pont, (2) bekezdés, (3) bekezdés a), g) pont, 47. § (1), (2), (5) bekezdés; Fttv. 2. § c) pont, 3. § (1)–(4) bekezdés, 10. § (1) bekezdés, 21. § (1) bekezdés, Melléklet 9. pont].”
11. Vö. pl. Fgytv. preambulum; a fogyasztóvédelemről szóló 1997. évi CLV. törvény módosításáról szóló 2012. évi LV. törvény indokolása, Általános indokolás első mondat: „A hazai fogyasztóvédelmi szabályozás alapjogszabálya a fogyasztóvédelemről szóló 1997. évi CLV. törvény (a továbbiakban: Fgytv.), amelynek elsődleges célja a fogyasztói alapjogok biztosítása.” (kiemelés: H. A.). Az ún. fogyasztói jogok Magyarország Alaptörvénye (2011. április 25.) szerint nem alapjogok; ld. pl. 8/2014. (III. 20.) AB határozat, 3175/2013. (X. 9.) AB határozat [vö. pl. 1270/B/1997. AB határozat (2000. május 8.), 37/2000. (X. 31.) AB határozat, 23/2010. (III. 4.) AB határozat]; Bencsik (2013); Hajnal (2013); Hámori (2015: pp. 72–109.): fogyasztói alapjogokról beszélhetünk egyrészt alkotmányjogi értelemben, annyiban amennyiben az alkotmányok (alaptörvények) tartalmazzák azokat, másrészt abban az értelemben, hogy azokból további jogok származnak (uo. p. 72.).
12. Ld. pl. Alaptörvény M) cikk (2) bek.
13. Ld. Ákr. 85. § (1)–(2) bek. [az Ákr. 85. § (2) bek. a „közvetlenül” szövegrészt nem tartalmazza]; Boros & Pollák (2018).
14. Ld. pl. Alaptörvény XXVIII. cikk (7) bek., Ákr. 1. §, 112. § (1)–(2) bek., 114. § (1) bek., 116. § (1) bek. A fellebbezés (másodfok, fellebbezési eljárás) a fogyasztóvédelmi hatósági eljárásban is 2020. március 1. napjával kizárttá vált (megszűnt); ld. Korm. rendelet 1. § (4) bek., a fővárosi és megyei kormányhivatalok működésének egyszerűsítésével összefüggő egyes kormányrendeletek módosításáról szóló 360/2019. (XII. 30.) Korm. rendelet 163. § (2) bek., 202. § (5) bek. [vö. uo. 203. § (3) bek.]; vö. Ákr. 116. § (2) bek. a) pont 2020. január 1-jétől hatályos rendelkezése [az egyes törvényeknek az egyfokú járási hivatali eljárások megteremtésével összefüggő módosításáról szóló 2019. évi CXXVII. törvény 200. §]; a fellebbezés kizárttá válásának (a másodfok, fellebbezési eljárás megszűnésének) kritikájaként ld. Hámori (2021).
15. Ld. Alaptörvény XXIV. cikk (1) bek., Ákr. 1. §.

16. Ld. pl. 3224/2017. (IX. 25.) AB határozat indokolás [32] bek.: „az ügyféli minőség jogszabályba ütköző megtagadása sérti az érintettnek a tisztességes hatósági eljáráshoz és a jogorvoslati joghoz való alapvető jogát.” Vö. Barabás & Szegedi (2018: pp. 111., 113.): „A bírói gyakorlat teljesen azonosul a 3241/2017. (X. 10.) AB határozat azon megállapításával, hogy az ügyfélképességnek alkotmányjogi relevanciája van.”; Székely (2014).
17. Vö. Fgytv. 45/A. § (1) bek. d) pont, (3) bek. d)-e) pont [(1) d): „panaszkezeléssel”; (3) d)-e): „fogyasztói panaszok intézésére”, „igények intézésére” (kiemelések: H. A.)].
18. Az elsőfokon eljáró Salgótarjáni Közigazgatási és Munkaügyi Bíróság által 2016. február 8. napján meghozott, 2.K.27.186/2015/6. számú jogerős ítélet indokolása a fogyasztó ügyféli minősége tekintetében betű szerint ugyanaz, mint egy másik ügyben, 2016. október 26-án meghozott jogerős ítélet indokolásrészében (vö. Kúria Kfv.II.37.366/2016/7. számú, 2017. április 26-án kelt ítélet indokolás [9] bek.; a jogerős ítélet indokolásában szereplő szövegrész: „fogyasztó ügyében kérelem alapján indult eljárás”); az Ákr. kommentárja kiemeli: „A [...] fogyasztó jogos érintettsége abban áll, hogy a bepanaszolt vállalkozással szemben az elkövetett jogsértést a hatóság állapítsa meg, azt szankcionálja, a jogsértést orvosolja. Az adott eljárásban közvetlenül érintett fogyasztónak legalább olyan terjedelmű jogosultsággal kell rendelkeznie, mint az ügyféli jogállással felruházott fogyasztóvédelmi szervezeteknek. A fogyasztó nem bejelentő, hanem ügyfél (Kúria Kfv.II.37.366/2016/7.; Kfv.VI.37.076/2017/9.)” – Barabás & Szegedi (2018: p. 118.) „A bírói gyakorlatban alkalmazott megkülönböztetés az Alaptörvény alapján is igazolható. Az ügyféli jogállást a XXIV. és a XXVIII. cikk védi, míg a bejelentő petíciós jogát a XXV. cikk tartalmazza: [...]” (uo. pp. 118–119.) Vö. 2/2017. (X. 2.) KMK vélemény 1.1.3. pont. A civil szervezetek ügyféli jogállásához ld. Barabás & Szegedi (2018: pp. 119–125.).
19. Citálva R. 1. § (1) bek., Kertv. 2. § 30. pont, együttes rendelet 6. § (2) bek., Fgytv. 1. § (1) bek., 14. § (1)–(7) bek., Fttv. 2. § c) pont, 3. § (1)–(4) bek., Melléklet 9. pont.
20. Ld. pl. Kúria Kfv.VI.37.076/2017/9., Kúria Kfv.II.37.366/2016/7.
21. Ld. pl. Kúria Kfv.II.37.366/2016/7. A Korm. rendelet 2/A. §-a is kérelemre indult eljárásról rendelkezik.
22. Ld. Kúria Kfv.VI.37.076/2017/9.
23. Vö. Ákr. 10. § (1) bek., 35. § (1) bek. és indokolása; Kúria Kfv.VI.37.076/2017/9., Kúria Kfv.II.37.366/2016/7. Ákr.-kommentárral.
24. Vö. Ákr. 7. § (2) bek.
25. Ld. pl. Ákr. 35. § (2) bek.
26. Vö. Ákr. 35. § (2) bek., és uo. 26. § (1) bek.
27. Ld. pl. Ákr. 3. § második mondat. Vö. pl. az Fgytv. 46/A. §-a szerinti kérelem előterjesztése jogszabályszerű, de a hatóság mégis „hivatalból indítja meg” az eljárást

– miközben az az Ákr. 37. § (2) bek. erejénél fogva (elvileg) már megindult, csak erről a hatóság nem tud, vagy nem akar tudomást venni.

28. Vö. Ákr. 35. § (2) bek.

29. Ld. pl. Ákr. 10. § (1) bek., 35. § (1)–(2) bek., 37. § (1)–(2) bek.

30. Ld. még 387/2016. (XII. 2.) Korm. rendelet 5. § (1) bek.

31. Ld. pl. 3224/2017. (IX. 25.) AB határozat indokolás [32].

Reziliencia gazdasági értelemben vett fogalmának bibliográfiai vizsgálata

Hegedűs Szilárd¹

DOI: [10.29180/978-615-6342-49-2_13](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-49-2_13)

Absztrakt

A tanulmány célja, hogy támpontot adjon a reziliencia fogalmának értelmezéséhez, továbbá rámutasson, hogy a témával kapcsolatban milyen kutatások folynak 2004-től kezdődően. A tanulmány keretében áttekintésre kerül a reziliencia fogalmának többszintű értelmezése. A kutatási módszertan bibliográfiai elemzés, amely célja, hogy feltárja a témával összefüggésben milyen kulcsszavakkal jelentek meg tanulmányok, hogyan változtak az elmúlt évek vonatkozásában, és melyek lehetnek a kutatások új, javasolt területei. A tanulmány fontos megállapítása, hogy főként banki, illetve tőzsdei kereskedésnél fontos a reziliencia vizsgálata, és a válságok hatására a téma népszerűsége jelentősen növekszik.

Kulcsszavak: ellenállóképesség, szakirodalom, Web of Science

Bevezetés

A 2020-ban kitört pandémia nyomán a közgazdasági vizsgálatok egyik meghatározó fogalma lett a reziliencia. Ennek jelentését járja körül a tanulmány, bemutatva a bibliográfiai elemzés módszertanával a fogalom meghatározó alkotóit, kutatási, elemzési trendjeit, és ezek összefüggésrendszerét. A tanulmány célja tehát, hogy eligazítást adjon a témában kutatók számára, mely forrásokat célszerű vizsgálni, hivatkozni, s időben ez milyen módozatot vett.

Irodalmi háttér

A reziliencia szó latin kifejezés, szótári értelemben (Juhász szerk. 2020) vett jelentése rugalmas ellenállóképesség. A kifejezés a természettudományokban, illetve orvosi tudományokban jelent meg, kiemelném itt a pszichológiai értelmezését: azon képesség, hogy az ember valamilyen súlyos krízis után képes magát újraszervezni (Urbán-Kovács, 2016).

A fogalom tehát kiterjed nem csak a gazdaságtudományi, hanem pszichológiai, egészségügyi, mérnöki, infrastrukturális területre. A leginkább alkalmazott, oxfordi definíció alapján: a nehézségekből való gyors kilábalás képessége, tehát a legalapvetőbb szinten a reziliencia a negatív hatások elviselésének képességét jelenti (Rutter 1993; Coutu 2002; Danes et al. 2009; Folke et al. 2010; Avery and Bergsteiner 2011; Amarapurkar et al. 2009; Cheema-Fox et al 2020). Ebből fakadóan a sokktűrő képességgel, ellenállóképességgel lehet megfelelően fordítani. A fogalom értelmezése erősen függ a területtől, többdimenziós szemléletben értelmezhető, jelen állapotban nincs arra vonatkozó egységes nézet a mérhetőségéről (Herbane, 2016; Francis – Bekera, 2014; Annarelli – Nonino, 2016, Bhamra, 2011;).

A reziliencia üzleti szakirodalomban történő alkalmazása visszanyúlik a szakirodalomban Staw et al. (1981) és Meyer (1982) munkásságára. Mindkét szerző a variáció-választás-megtartás mechanizmusaira támaszkodik, amely alapelméletét Campbell (1965) vetette fel. A reziliencia fogalmát közgazdasági, azon belül pénzügyi területben Moench vizsgálta 2009-ben, értelmezésében az ellenállóképesség kemény, illetve puha ellenállóképességre tagolható. Értékelésében egy adott rendszert úgy tervezik, hogy normál körülmények között meghatározott sávban viselkedjen. Amennyiben ezt megzavarják, a rugalmasság a rendszer azon képessége, hogy az eltérés nagyságát lehető leghatékonyabban csökkentse, és helyreállítsa a korábbi teljesítményszintet (Proag, 2014). Számos meghatározás átfedésben

¹ Budapesti Gazdasági Egyetem, Pénzügy és Számviteli Kar, Pénzügy Tanszék, e-mail: hegedus.szilard@uni-bge.hu

van más fogalmakkal, mint például a robusztusság, a hibátűrés, a rugalmasság, a túlélőképesség és a rugalmasság, agilitás.

Az alábbi képlet segítségével ad támpontot arra vonatkozóan, milyen módon lehet mérni az ellenállóképességet:

Sokkhatás alatti kibocsátás / Válsághelyzet előtti kibocsátás

Korábbi tanulmányok főként közgazdasági értelemben definiálták az ellenállóképességet. (Bruneau et al. 2003, Rose, 2005). Rose (2007) tanulmányában arra reflektál, hogy bizonyos esetekben nem lehet a gazdasági rendszert az eredeti állapothoz közelíteni, vagy azt megfelelő szinten visszaállítani. Ez esetben szükséges egy új rendszer létrehozatala. A formula meglehetősen egyszerűen, ám annál praktikusabban modellezi azt, hogy milyen döntést érdemes hozni a rendszer megújításáról vagy új rendszer kiépítéséről. Ezt az alábbi képlettel vázolja: $(Y-X)/Y$, ahol az X a rendszer helyreállítási költsége, Y pedig egy új rendszer létrehozatalának költségvonzata. Ezzel összefüggésben, ha az eredmény negatív, úgy a rendszer újrakepítése indokolt, míg 50%-ot megközelítő értéknél érdemes a rendszert visszaállítani.

Szervezetek szempontjából vizsgálva azon szervezeti képességek és a szervezeti rutinok összessége, amely a külső környezethez történő adaptációhoz szükséges (Feldman 2000; Stadler et al 2013; Wang et al 2020; Helfat és Karim 2014). A szervezeti ellenálló képesség konceptualizálása általánosságban három kategóriába sorolható: (1) a reziliencia, mint eredmény, (2) a reziliencia, mint folyamat, és (3) a reziliencia képességek (Bullough et al., 2013;2014; Duchek,2020; Belitzki et al, 2022).

Anyag és módszertan

A kutatás során a szisztematikus irodalomelemzés módszertanát alkalmaztam. Ennek során megvizsgáltam két meghatározó adatbázisban, a Google, illetve a Web of Science adatbázisban, hogy milyen gyakorisággal került értékelésre, publikálásra a reziliencia kérdésköre. A Google vonatkozásában a Google trends, és a Google Scholar-t vizsgáltam meg a reziliencia vonatkozásában.

Ezen túlmenően a Web of Science VoSViewer segítségével vizsgáltam meg a publikációk számát, azok időbeli alakulását, illetve a tárgykör részarányát. Megvizsgáltam továbbá, hogy a reziliencia fogalma mely területtel, területekkel van szoros összefüggésben.

A tanulmány célja tehát a reziliencia üzleti alkalmazásának értékelése a közgazdasági, üzleti, pénzügyi vonatkozásában.

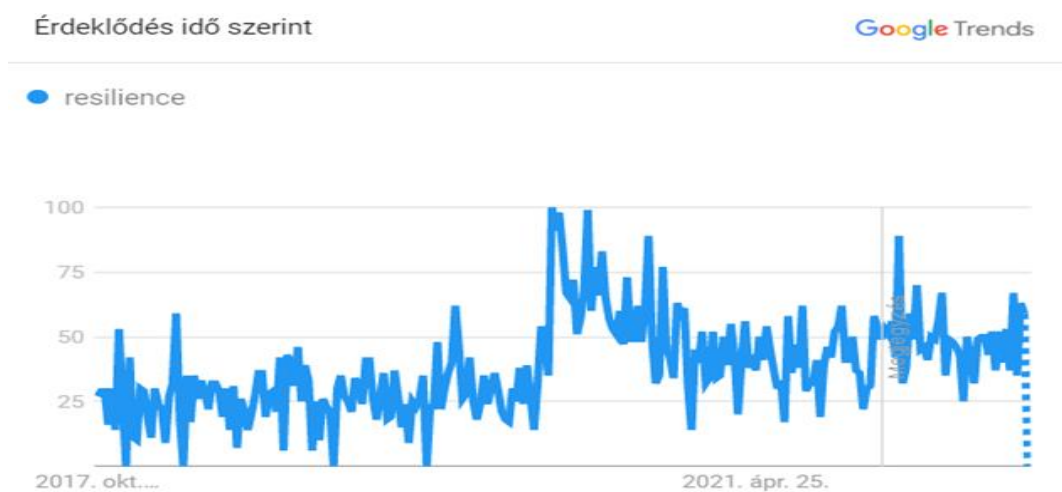
Eredmények

A Google Trends 2004-től vizsgálja, hogy a beírt kereső szóra mennyire kerestek rá relatív gyakorisággal. A reziliencia, illetve ennek leginkább pontos magyar megfelelője az ellenállóképességre való keresés 2005 júniusában volt a legmagasabb, azonban ezt látszólag semelyik makrogazdasági, mikrogazdasági fejlemény nem indokol, tekintve, hogy hazánk csatlakozott az Európai Unióhoz.

Szintén meglepő fejlemény, hogy Magyarországon az ellenálló képességre pontosan egy évvel korábban, 2004 júliusában kerestek rá a legtöbben. 2010-től a keresések száma megszűnt, 2019 júniusában figyelhető meg ismételt keresés az ellenálló képességre, tehát a pandémia kevésbé befolyásolta a keresések számát.

Ha világviszonylatban nézzük a rezilienciát, akkor 2004 a csúcspont, majd 2020 tavasza egy második fellángolás, ami azonban év végére erősen visszaesett, hozzávetőleg ennek a felére (1.ábra).

1.ábra: A reziliencia szó angol megfelelőjére történő keresések száma 2017 októberétől 2022 októberéig.

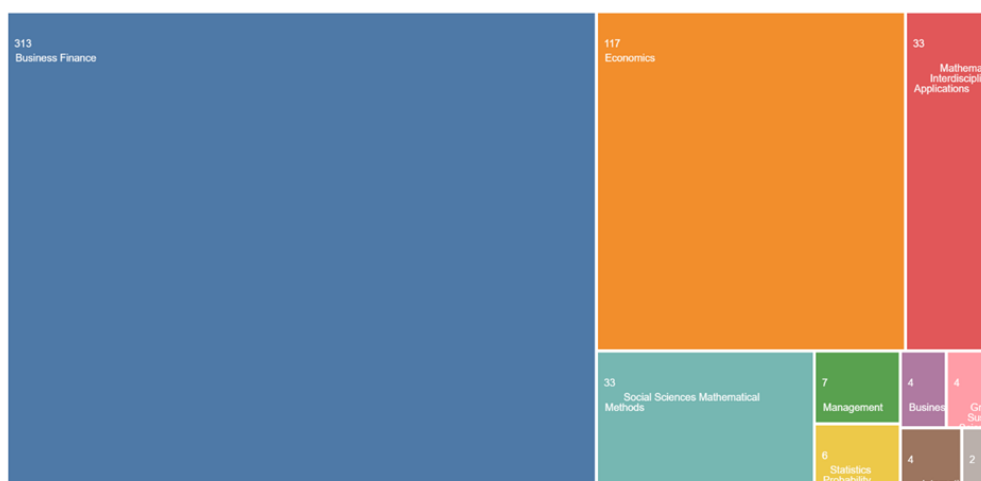


Forrás: Google Trends

Világviszonylatban Szingapúrban, Új-Zélandon és Ausztráliában volt a legnagyobb az érdeklődés a téma iránt 2004-óta, ezzel összefüggésben kapcsolódó keresések még pénzügyi tekintetben resilience meaning, resilience fund, resilience capital kulcsszavak voltak. A Google Scholaron összesen 623 találat volt a reziliencia szó angol megfelelőjére, ugyanakkor ezek nem mindegyike volt pénzügyi, közgazdasági értelemben vett reziliencia. A kézirat lezárásakor az első publikáció Virendra Proag (2014) nevéhez fűződik, azonban az alaposabb irodalomkutatás ennél mélyebb, másabb forrásfelhasználást tükröz.

A Web of Science vonatkozásában kockázat kezelés, közgazdasági elméletek, fenntarthatóság, management 5750 db találatot hozott (<https://www.webofscience.com/wos/woscc/summary/b1c435ae-82ab-4f17-95cb-4fa764608a2c-55f328ab/relevance/1>). Amennyiben a business/finance területre szűkítjük a keresést, ebben az esetben 313 találatot tár fel az elemzés. (<https://www.webofscience.com/wos/woscc/summary/da9b67b1-6d90-4624-898a-7f96891bd000-55f33c3c/relevance/1>)

2.ábra: Rezilienciával foglalkozó tanulmányok a WoS-ban



Forrás: WoS

Az időbeli dimenziókban látható, hogy a válsághelyzetek befolyásolják az ellenállóképességre történő keresést, hiszen 2008-ban növekszik meg a keresések száma, 2013-tól emelkedik 10 fölé először. Újabb lökést 2017-ben kapott a téma a nemzetközi porondon évi 30 cikkes átlaggal, és a legújabb fellendülés 2021-től tapasztalható, amikor 61 publikáció jelent meg, amely majdnem duplája, mint az egy évvel korábbinak.

A 313 cikkre a mai napig 3410 hivatkozás történt (önhivatkozás nélkül 3337), ebből 1374 hivatkozás volt ugyanúgy „Business Finance területén, az 1. táblázat alapján

1.táblázat: A vizsgált ágazatok bemutatása.

Hivatkozások területe	Megoszlás	%-ban
Business Finance	1,374	42.329%
Economics	1,199	36.938%
Business	361	11.121%
Management	358	11.029%
Mathematics Interdisciplinary Applications	183	5.638%
Social Sciences Mathematical Methods	163	5.022%
Environmental Studies	144	4.436%
Environmental Sciences	142	4.375%
Green Sustainable Science Technology	123	3.789%
Operations Research Management Science	82	2.526%

Statistics Probability	59	1.818%
Multidisciplinary Sciences	57	1.756%
Mathematics Applied	53	1.633%
International Relations	43	1.325%
Physics Multidisciplinary	37	1.140%
Social Sciences Interdisciplinary	32	0.986%
Development Studies	26	0.801%
Political Science	26	0.801%
Automation Control Systems	24	0.739%
Ethics	22	0.678%
Public Administration	22	0.678%
Computer Science Artificial Intelligence	20	0.616%
Hospitality Leisure Sport Tourism	20	0.616%
Engineering Multidisciplinary	19	0.585%
Energy Fuels	18	0.555%

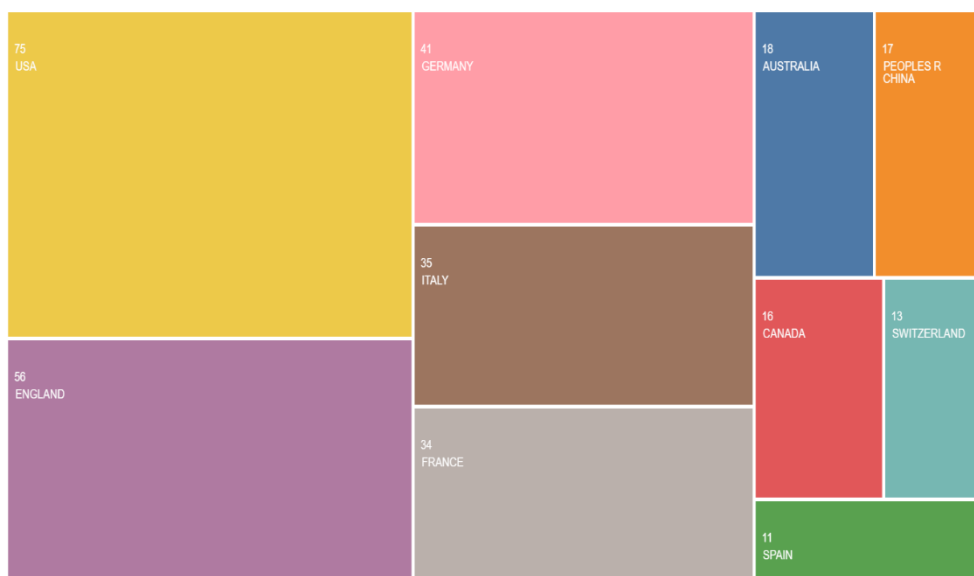
Forrás: WoS (2022)

A legtöbbet hivatkozott tanulmány Albertazzi és Gambacotta 2009-es tanulmánya, amely banki témában jelent meg, és főként ez a leginkább kutatott téma a területen.

Legtermékenyebb szerzők (4-4 publikációval):

- Alfonsi, Aurelien
- Urusov, Mikhail
- Schied, Alexander
- Fruth, Antje

3.ábra: A tanulmányok régió szerinti megoszlása.



Forrás: WoS

Cikkek származási helyét tekintve az USA (24%) és Anglia (18%) áll az élen. Megállapítható, hogy magyarországi publikáció nincsen reziliencia témakörében a tématerület vonatkozásában a WoS rendszerében.

2.táblázat: A WoS tanulmányok kulcsszavak szerinti megoszlása

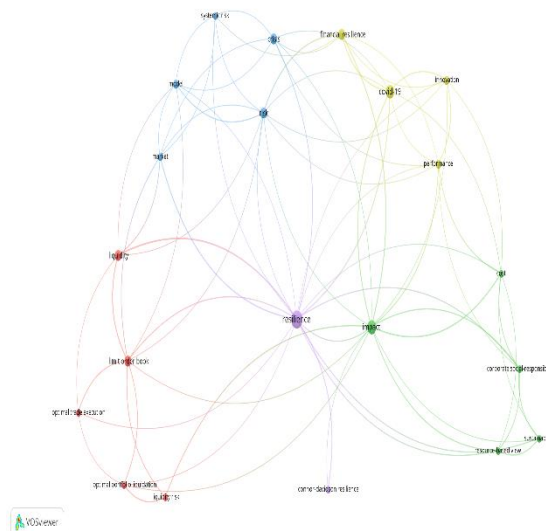
kulcsszó	előfordulás	kapcsolati erősség
resilience	16	33
impact	10	26
limit order book	6	16
covid-19	9	15
risk	6	14
financial resilience	6	13
cost	3	12
liquidity	6	12
performace	4	12
corporate responsibilitiy	3	
social		

market	3	11
crisis	6	9
innovation	4	9
resource-based view	3	9
model	4	8
sustainability	3	8
optimal portfolio liquidation	3	7
liquid risk	3	6
systemic risk	3	6
optimal trade execution	3	5

Forrás: WoS (2022)

A WoS közli, amely kulcsszavakat írják be a szerzők a kutatásaik során. Látható, hogy indikátorok, kulcs teljesítménymutatók, illetve teljesítménnyel kapcsolatos szereplők nem fordulnak elő nagy számban. Fontos azonban a likviditás, likviditási kockázattal összefüggő fogalmak alkalmazása. Alacsonyabb számban van jelen a fenntarthatósággal, társadalmi felelősségvállalással kapcsolatos fogalmi kör. A másik meghatározó szegmens a pénzügyi eszközök kereskedelmével összefüggő keresés. Meglepő módon a válsággal kapcsolatos kifejezések erőssége nem számottevő.

4. ábra: A kulcsszavak közötti összefüggések a keresésekben.



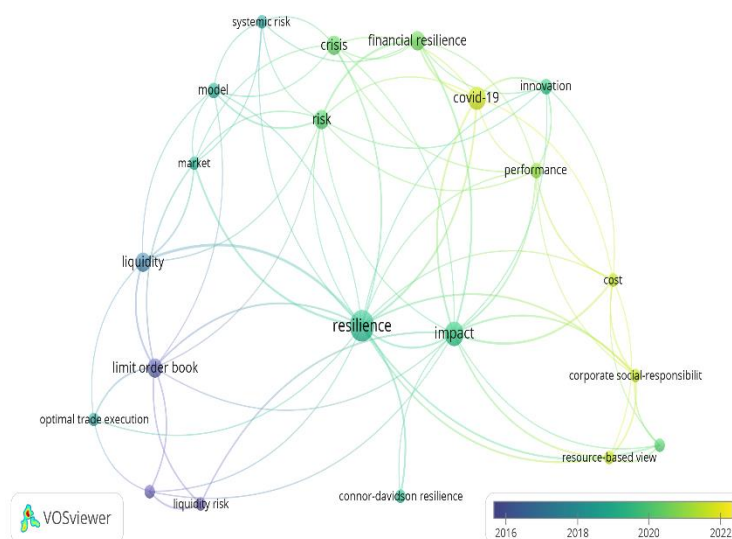
Forrás: WoSviewer

A tanulmányok összefüggésrendszerét jól szemlélteti a 4. ábra. A WoSviewer alapján négy jól elkülöníthető klaszterre lehet tagolni, amelyek:

- piros: likviditás témaköre; kék: kockázat és válság;
- sárga: covid, pénzügyi ellenállóság és innováció;
- zöld: fenntarthatóság, költség és CSR;
- kék: banki kockázat és modellezés.

A klaszterek vizsgálatában megállapítható, hogy a likviditási kockázat főként a pénzügyi eszközök kereskedésével összefüggő tanulmányokat tartalmazza. Ezen vonatkozásban főként tőzsdei elemzések kerülnek bemutatásra. A sárga és zöld színnel jelölt klaszternél jelenik meg a válságból való kilábalás során alkalmazott stratégiák, amelyek a covid kapcsán jelentek meg főként. Ezen tanulmányok a covid pandémia nyomán létrejövő válsághelyzetből a kilábalást a termékfejlesztéssel, fenntarthatóság irányába történő elmozdulással, illetve a társadalmi felelősségvállalással kapcsolatos tevékenységeket értékelik, továbbá az ellenállóképesség magasabb fokát ezen fogalmak alkalmazásával hozzák összefüggésbe. A kék színnel jelölt tanulmányok főként a banki működéssel, banki kockázatkezeléssel összefüggő tanulmányokat vizsgálja és elemzi. Ezen vonatkozásban a banküzemi működés ellenállóképességének fokozása kerül a vizsgálatok fókuszába.

5.ábra: kulcsszavak közötti összefüggések a keresésekben 2016-2022 között.



Forrás: NAV adatok alapján

2016-ben inkább likviditással, pénzügyi eszközökkel történő kereskedéssel kapcsolatban volt téma, aztán egyre inkább bejött a kockázat és válság kérdésköre és a modell alkotás vált meghatározóvá. 2021-től inkább covid, költség és CSR kapcsolódik a rezilienciához az 5. ábra tanulsága alapján. Ebből tehát érződik a válság hatása, és visszaigazolja azon felvetést, hogy a válságoknak jelentős hatása van az ellenállóképesség kutatása vonatkozásában, míg békeévekben a kutatási téma kevésbé kerül a tudományos kutatás homlokterébe.

Szólnunk kell a hivatkozásokról is. A két legtöbbet hivatkozott Emerson David J. (3 publikációra, 42 hivatkozás) és Smith Kenneth J. (3 publikáció, 42 hivatkozás ebből a körből), ők a hivatkozási súly alapján az elsők.

Ha csak darabszámot nézünk összeségében akkor Schied Alexander (3 publikáció, 212 hivatkozás) és Alfonsi Aureline (2 publikáció, 194 hivatkozás), Fruth Atnje (2 publikáció, 163 hivatkozás). Amin Hamed, Cont Rama és Minca Andreea 1-1 publikációval és 113 hivatkozással rendelkeznek, akik egy szerzői közösséget alkotnak.

Konklúzió

A kutatás igazolta, hogy a reziliencia fogalmi köre egyre nagyobb teret nyer az üzleti, közgazdasági kutatásokban. A kutatási területek főként banki, kereskedési, továbbá menedzsment, innováció, társadalmi felelősségvállalási fókusszal kerülnek megfogalmazásra. Látható azonban, hogy a vizsgálatok fókusza gyorsan képes átalakulni, hiszen a kereskedési fókuszról nagy gyorsasággal kerül át az ellenállóképesség magyarázatának menedzsment aspektusaira. Meglepő, hogy makrogazdasági, közpénzügyi kérdések nem jelennek meg a vizsgálati fókuszokban. A vállalkozások pénzügyi, kontrolling, illetve pénzügyi vonatkozásaira, különösen a kis-és középvállalkozásokra vonatkozó kutatások azonban jelentősen hiányoznak az empirikus, illetve teoretikus kutatásokból.

Szerzői hozzájárulás: A tanulmányt teljes egészében Hegedűs Szilárd készítette.

Finanszírozás: A tanulmány a Demján Sándor Alapítvány A DEMJÁN SÁNDOR – BUDAPESTI GAZDASÁGI EGYETEM VÁLLALKOZÁSFEJLESZTÉSI KUTATÓI ÖSZTÖNDÍJ támogatásával valósult meg.

Irodalomjegyzék

1. Annarelli, A., & Nonino, F. (2016). Strategic and operational management of organizational resilience: Current state of research and future directions. *Omega*, 62, 1-18.
2. Avery, G.C. and Bergsteiner, H., (2011). Sustainable leadership practices for enhancing business
3. resilience and performance. *Strategy & Leadership*, 39(3), pp. 5-15.
4. Balugani, E., Butturi, M. A., Chevers, D., Parker, D., & Rimini, B. (2020). Empirical evaluation of the impact of resilience and sustainability on firms' performance. *Sustainability*, 12(5), 1742. <https://doi.org/10.3390/su12051742>
5. Bhamra, R., Dani, S., & Burnard, K. (2011). Resilience: the concept, a literature review and future directions. *International journal of production research*, 49(18), 5375-5393.
6. Belitski, M., Guenther, C., Kritikos, A. S., & Thurik, R. (2022). Economic effects of the COVID-19 pandemic on entrepreneurship and small businesses. *Small Business Economics*, 58(2), 593-609.
7. Bruneau, M., Chang, S. E., Eguchi, R. T., Lee, G. C., O'Rourke, T. D., Reinhorn, A. M., ... & Von Winterfeldt, D. (2003). A framework to quantitatively assess and enhance the seismic resilience of communities. *Earthquake spectra*, 19(4), 733-752.
8. Bullough, A., & Renko, M. (2013). Entrepreneurial resilience during challenging times. *Business Horizons*, 56(3), 343–350
9. Bullough, A., Renko, M., & Myatt, T. (2014). Danger zone: The importance of resilience and self-efficacy for entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 38(3), 473–499.

10. Campbell, D.T. (1965). Variation and selective retention in socio-cultural evolution, in Barringer, H.R., Blanksten, G.I. & Mack, R.W. (Eds.): *Social Change in Developing Areas: A Reinterpretation of Evolutionary Theory*,
11. Cheema-Fox, A., LaPerla, B. R., Serafeim, G., & Wang, H. (2020). Corporate resilience and response during COVID-19.
12. Coutu, D.L., (2002). How resilience works. *Harvard Business Review*, 80(5), pp.46-56.
13. Danes, S.M., Lee, J., Amarapurkar, S., Stafford, K., Haynes, G. and Brewton, K.E., (2009). Determinants of family business resilience after a natural disaster by gender of business owner. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 14(04), pp.333-354.
14. Duchek, S. (2020). Organizational resilience: A capabilitybased conceptualization. *Business Research*, 13(1),215–246.
15. Feldman, M.S., (2000). Organizational routines as a source of continuous change. *Organization Science*, 11(6), pp.611-629
16. Folke, C., Carpenter, S.R., Walker, B., Scheffer, M., Chapin, T. and Rockström, J., (2010). Resilience thinking: integrating resilience, adaptability and transformability. *Ecology and society*,15(4).
17. Francis, R., & Bekera, B. (2014). A metric and frameworks for resilience analysis of engineered and infrastructure systems. *Reliability engineering & system safety*, 121, 90-103.
18. Helfat, C.E. and Karim, S., (2014). Fit between organization design and organizational routines. *Journal of Organization Design*, 3(2).
19. Herbane, B. (2016). A Business Continuity Perspective on Organisational Resilience. In *IRGC Resource Guide on Resilience*; Florin, M.-V., Linkov, I., Eds.; EPFL International Risk Governance Center (IRGC): Lausanne,Switzerland, 2016; Volume 1.
20. Hosseini, S.; Barker, K.; Ramirez-Marquez, J.E. (2016). A review of definitions and measures of system resilience. *Reliab. Eng. Syst. Saf.* 2016, 145,
21. Juhász J. (szerk) (2022): *Magyar értelmező kéziszótár I-II*. Akadémiai Kiadó, Budapest
22. Meyer, A. D. (1982). Adapting to environmental jolts. *Administrative Science Quarterly*, 27(4), 515–537.
23. Moench, M. (2009) “Adapting to Climate Change and the Risks associated with Other Natural Hazards: Methods for Moving from Concepts to Action” in *The Earthscan Reader on Adaptation to Climate Change*, pp. 249-280, Earthscan, London
24. Proag, V. (2014). Assessing and measuring resilience. *Procedia Economics and Finance*, 18, 222-229.

25. Rose, A., Liao, S.-Y. (2005): Modeling Regional Economic Resilience to Disasters: A Computable General Equilibrium Analysis of Water Service Disruptions. *Journal of Regional Science* 45(1), 75–112
26. Rose, A. (2007): Economic Resilience to Natural and Man-Made Disasters; Multidisciplinary Origins and Contextual Dimensions. *Environmental Hazards* 7(4), 383–398
27. Rutter, M., (1993). Resilience: some conceptual considerations. *Journal of adolescent health* 14(8),pp. 626-631
28. Staw, B. M., Sandelands, L. E., & Dutton, J. E. (1981). Threat rigidity effects in organizational behavior: A multilevel analysis. *Administrative Science Quarterly*, 26, 501–524.
29. Wang, T., Aggarwal, V. A., & Wu, B. (2020). Capability interactions and adaptation to demand-side change. *Strategic Management Journal*, 41(9), 1595-1627.
30. Stadler, C., Helfat, C.E. and Verona, G., (2013). The impact of dynamic capabilities on resource access and development. *Organization Science*, 24(6), pp.1782-1804. *Omega* 2016, 62, 1–18.
31. Urbán N- Kovács L. (2016): A pszichológiai reziliencia, mint integrált alkalmazkodó rendszer. *Honvédtörvös* 68(3-4) pp. 43-51
32. <https://www.webofscience.com/wos/woscc/summary/b1c435ae-82ab-4f17-95cb-4fa764608a2c-55f328ab/relevance/1> (Letöltve: 2022.09.10)
33. https://scholar.google.com/scholar?hl=hu&as_sdt=0%2C5&q=resilience&btnG= (Letöltve: 2022.09.10)

A luxustermékek és luxusszolgáltatások elméleti áttekintése

Juhász-Dóra Katalin¹

DOI: [10.29180/978-615-6342-49-2_14](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-49-2_14)

Absztrakt

Évszázadokon keresztül az emberek különböző termékeket gyűjtöttek, mivel a szép és különleges tárgyak birtoklása okozott elégedettséget számukra, napjainkban azonban egyre hangsúlyosabbá vált a különböző szolgáltatások igénybevétele és az élményszerzés. A luxus időtlen idők óta exkluzív és ritka jelenség volt, a luxustermékek és luxusszolgáltatások definiálásáról azonban nincs konszenzus, mert komplexitásuk révén számos dimenzióra, tényezőre vezethető vissza, mivel különféle nézőpontok szerint, különböző korszakokban, kultúrákban és iparáganként eltérő a jelentéstartalma. Jelen tanulmány a szakirodalom feldolgozása alapján összegzi a luxusszolgáltatások és luxustermékek meghatározó kulcsdimenzióit.

Kulcsszavak: szakirodalmi áttekintés, luxustermékek, luxusszolgáltatások, fogyasztói magatartás, élmény

Bevezetés

A luxus mindig is egyedi és különleges jelenségnek számított, a fogyasztói magatartás változásához igazodva azonban átalakultak a luxust meghatározó értékek és jellemzők, valamint az is, hogy a luxus mit jelent egy egyén, egy közösség vagy a társadalom számára.

A luxus értelmezését és vizsgálatát középpontba helyező tudományos szakirodalom többnyire nem tér ki részletesen a luxustermékek és a szolgáltatások megkülönböztetésére, ezáltal specifikusan a luxusszolgáltatások vizsgálatára fókuszáló interdiszciplináris szakirodalom még nem alakult ki (Wirtz et al., 2020). A luxus egy régebbi meghatározás alapján a latin luxus szóból ered (Nueno – Quelch, 1998), érzékszervi élvezetet jelent függetlenül annak költségétől, jelen megközelítés termékközpontú (Mitev, 2016). A szolgáltatásmarketing alaptétele a HIPI-elv, amely a szolgáltatásokat a termékektől megkülönböztető jelzőket azonosítja: H – heterogenitás (heterogeneity), I – megfoghatatlanság (intangibility), P – romlékonyság/időbeliség (perishability) és I – elválaszthatatlanság (inseparability) (Parasuraman et al., 1985, Lovelock – Gummesson, 2004), azonban a luxustermékek és luxusszolgáltatások esetében számos tényező különböző dimenziókban áll fenn az említett attribútumok mellett.

Elméleti áttekintés

A luxus észlelése és értelmezése a társadalom átalakulásával párhuzamosan változott (Juhász-Dóra, 2022), a fogyasztói magatartás és a luxus kapcsolódási pontjainak, továbbá dimenzióinak feltárása számos nemzetközi kutatás tárgya (Dubois–Paternault, 1995, Choi et al., 2020, Zhang et al., 2020). Mitev (2016) a luxustermék fogyasztását vagy luxusszolgáltatás igénybevételét élményként értelmezi, és felhívja a figyelmet a luxus különböző időszak mentén történő eltérő értelmezésére: míg a régi luxus középpontjában az egyén állt, napjainkban a luxus főleg szimbolikus jelentéssel bír, melynek célja, hogy mások felé kerüljön bemutatásra. Hagyományos értelemben a luxustermékek vagy státusztermékek, olyan termékek, amelyek birtoklása presztízst tükröz (Grossmann – Shapiro, 1998) egy adott márkájú termék pusztán használata vagy bemutatása tekintélyt és státuszt eredményez, minden funkcionális

¹ Budapesti Gazdasági Egyetem, Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar, Vendéglátás Tanszék
ORCID: 0000-0001-7564-858X, e-mail: juhasz-dora.katalin@uni-bge.hu

jellemzőtől eltekintve. Deeter-Schmelz és Ramsey (1995) egy hasonlaltal jellemzik a presztízis preferenciát: az az állapot, amelyet a vásárló akkor „érez”, amikor az egyén egy olyan ruhaüzletben vásárol, ahol a státusz, az ár, a minőség, a márkák és a divat és a légkör kombinációja egyfajta presztízsszintet érnek el, és hoznak létre együttesen. Phau és Prendergast (2000) megfogalmazása szerint a luxusmárkák exkluzivitást idéznek, ismert márkaidentitással rendelkeznek, magas a vevői márkaismertségük és az észlelt minőségük, és kiemelten fontos esetükben az értékesítési szint és az ügyfélhűség megőrzése. Beverland (2004) a luxusmárka modelljét az alábbi dimenziók mentén határozta meg: termékintegritás, értékvezérelt megjelenés, kultúra, történelem, marketing és jóváhagyás. Moore és Birtwistle (2005) kritikát fogalmaztak meg Beverland (2004) modelljével kapcsolatban, a szerzőtársak megállapítása szerint további dimenziókkal szükséges a modern luxusmárkák modelljét kiegészíteni. Számos nemzetközi kutatás született, amelyek témája a fogyasztói attitűd és a luxus fogalmi megközelítése és a dimenzióinak feltárása volt különböző kultúrák mentén (Choi et al. 2020, Wang et al. 2020, Zhang et al. 2020, Dubois – Laurent, 1996, Dubois – Paternault, 1997).

A szociológia két különböző nézőpontot taglal, két iskolát vázol fel a luxustermékek és luxusszolgáltatások irodalmának elemzésekor. Az első iskola fókuszpontját kifejezetten a luxus kutatása képezi (Han et al., 2010, Kapferer – Bastien, 2012, Ko et al., 2019), míg a másik iskola ezzel ellentétesen az egyént, a fogyasztót helyezi középpontba, és azt vizsgálja, hogy az adott szolgáltatás vagy nézőpont milyen hatással van az egyénre (Thomsen et al., 2020). A két különböző megközelítés számos újdonsággal járul hozzá a luxus komplex értelmezéséhez, de az egyértelműen megállapítható, hogy a luxus komplex értelmezése nem vizsgálható egy-egy fogyasztó mentén, és nem hozható csak a magas árral összefüggésbe (Ko et al., 2019). A második iskola az egyén és a luxus értelmezését veszi górcső alá, a fogyasztói kultúra alkotja az elméleti keretet (Wiesing, 2015), és a fogyasztók véleményét és személyes szolgáltatás észlelését vizsgálják.

Az ötcillagos szállodai szolgáltatásokkal például nem minden fogyasztó egyformán elégedett, a luxus pontos helye és meghatározása ebben a tekintetben meglehetősen komplex problémát jelent, hogy melyik vendég számára melyik szolgáltatás elem számít luxusnak. Luxus lehet az elérhetetlen, ritka, drága vagy esetleg nem szokványosnagyon különleges, vagy egy adott pillanatban váratlan meglepetésként okoz örömet. Az első iskola értelmezésében a luxustermékekhez való hozzáférés exkluzív és kizárólagos tulajdonságaik, limitált számuk, egyedi testre szabásuk és magas áraik révén csak ritka alkalommal engedheti meg a magas osztály is a beszerzésüket, ebben rejlik különlegességük. A fő mozgatórugói ennek a nézőpontnak az ár és az exkluzivitás. Az időbeliség tekintetében a ritkaság tényező emelhető ki, a ritka pillanat, amelyre már egy ideje várnak a fogyasztók, hogy elérkezzen az időpont, amikor a kezükbe vehetik a távoli országból érkező egyedi személyre szabott luxusterméket. Néhány márkájú luxustermékeket gyárt annak a ténynek ellenére, hogy nagy mennyiségben gyártáson készülnek, luxustermékeknek számítanak hírnevük és presztízstértékük miatt, ilyen termékek például a Chanel ruhák vagy a Ferrari autók. A termékek a tárgyi jellemzőik miatt exkluzivitást kölcsönöznek a tulajdonosainak, de már a vásárlás folyamata is lehet egy fogyasztói élmény. Piaci trend, hogy a luxustermékeket értékesítő üzletekben a személyre szabott kiszolgálás mellett lehetőség van ital vagy étel elfogyasztására, egy kényelmes ülőalkalmatosságon való megpihenésre, kényelmes és élvezhető környezetet biztosítva a vásárlók számára.

Az 1. táblázat a luxusszolgáltatások kulcsdimenzióinak szakirodalmi összegzését demonstrálja. Két tényező, az exkluzivitás és az ár szinte az összes definícióban megtalálható. Kapferer és Bastien (2012) megállapítása szerint az ár nem lehet a luxus meghatározó faktora. Ko és szerzőtársai (2019) elméleti összefoglaló tanulmányukban rámutattak arra, hogy számos luxus témakört vizsgáló szakirodalom alap kiindulópontját az képezi, hogy a

termékeket magas áron értékesítik, és a vevői vagy fogyasztói exkluzivitás emiatt a presztízzsel kapcsolható össze. Habár első ránézésre számos alapvető hasonlóságot vélhetünk felfedezni az összesítő táblázat szerint, alapvető különbség, hogy egyes meghatározások esetében az ár meg sem jelenik a kulcstényezők között, csakis az exkluzivitás.

1. táblázat: A luxusszolgáltatások kulcsdimenzióinak szakirodalmi áttekintése

Szerzők	Definíció	Kulcsdimenziók	Szolgáltatással kapcsolatos aspektusok
Wirtz et al. (2020)	A luxusszolgáltatások olyan rendkívüli hedonikus élmények, amelyek exkluzív jellegűek. Az exkluzivitás lehet monetáris, társadalmi és hedonikus jellegű. A luxust az objektív szolgáltatási jellemzők és a fogyasztó szubjektív felfogása együttesen határozza meg. Ezek a tulajdonságok együttesen a szolgáltatást a „folytonosságba” helyezik, kezdve a mindennapi luxustól (vagyis alacsony szintű exkluzivitással és rendkívüli jelleggel) az elit luxusig (vagyis magas szintű exkluzivitással és rendkívüli jelleggel képviselve).	- nem tulajdonjog - exkluzivitás (azaz monetáris, társadalmi és hedonikus exkluzivitás) - objektív minőségi jellemzők és szubjektív észlelés - „folytonosság”	Szolgáltatás fókusz, a szolgáltatásspecifikus jellemzőket luxus környezetben vizsgálja.
Holmqvist et al. (2020)	A luxus olyan hedonikus eszképzizmus, amely során a hagyományos luxuscikkek olyan jellemzői, mint az exkluzivitás, az esztétika és az autentikusság teszik fényűzővé az élményt.	- exkluzivitás - esztétika - eszképzizmus - autentikusság	Élmény fókusz, nem terjed ki a szolgáltatásspecifikus jellemzőkre.
Ko et al. (2019)	A luxus termék vagy szolgáltatás kiváló minőségű, autentikus értéket kínál, rangos, magas árhoz méltó, és kapcsolatot teremt a fogyasztóban.	- minőség - ár - presztízs - autentikusság - kapcsolat	Termék fókusz
Kapferer – Laurent (2016)	A luxus ritka, kiváló minőségű, magas árakhoz vezet	- minőség - ár - kuriózum	Termék fókusz
Kastanakis– Balabanis (2014)	A státusz megszerzése a luxusfogyasztás alapvető célja az egymástól függő fogyasztók számára, míg az önálló önképű fogyasztók a hedonizmusra, az utilitarizmusra és az önkommunikációra összpontosítanak.	- státusz - hedonizmus - önkép	Termék fókusz
Dion – Arnould (2011)	A luxus egyszerre kínálhat örömet és státuszt. A luxus nem a tárgyról szól, hanem a fogyasztók tárgyvaló kapcsolatáról. Önmagában egyetlen tárgy sem belső fényűzés, a luxus a konkrét kontextusban tárgyasul.	- státusz - öröm - kapcsolat	Luxuscikkek kiskereskedelmi fókusza nem terjed ki a szolgáltatásspecifikus Jellemzőkre.
Tynan et al.	A luxuscikkek elegendő értéket biztosítanak a	- minőség	Érték fókusz

(2010)	fogyasztóknak a magas ár kompenzálásához. A luxuscikkek és -szolgáltatások jellemzői a minőség, a magas ár, a kuriózum, az exkluzivitás, a presztízs és a hitelesség, amelyek élmények révén szimbolikus és hedonikus értékeket kínálnak.	- ár - exkluzivitás, presztízs - kuriózum - autentikusság - élmény	a luxusszolgáltatásokra, mint a luxuscikkek kiegészítőire utal, nem terjed ki a szolgáltatás jellemzőire.
Kapferer – Bastien (2009)	A luxus olyan társadalmi kapcsolat, emberi kapcsolatban áll, két okból: (1) a luxuscikkek kézzel készülnek és (2) a luxuscikkeket kiemelkedő személyes szolgáltatás kíséri	- szaktudás - státusz, exkluzivitás - emberi kapcsolat - örökség	Termék fókusz elismeri, hogy a luxuscikkeknek kiváló szolgáltatást kell nyújtaniuk, nem terjed ki a szolgáltatásspecifikus jellemzőkre
Berthon et al. (2009)	Azt állítja, hogy a luxusmárkák nincsenek lehatárolva. A luxus három aspektusára összpontosít: a luxuscikkek minőségére (funkcionális), a hedonikus vásárlói tapasztalatokra (tapasztalati jellegűek), valamint a presztízs és az exkluzivitás jeleire mások számára (szimbolikus).	- minőség - presztízs, exkluzivitás - fogyasztói élmény	Termék fókusz
Atwal – Williams (2009)	A kizárólagossággal, a státusszal és a minőséggel járó hagyományos luxust és a demokratizált luxust olyan megfizethető áruként hívja fel, amelyek elég minőségi és törekvési lehetőséggel bírnak ahhoz, hogy megkülönböztessék más termékektől (kölcsonvették Silverstein et al. 2004-től)	- minőség - exkluzivitás, státusz	Élmény fókusz, nem terjed ki a szolgáltatásspecifikus jellemzőkre.
Vickers – Renand (2003)	A luxuscikkek a személyes és társadalmi identitás szimbólumai, és a luxuscikkekhez kapcsolódó státusz fontos részei.	- státusz - identitás szimbóluma	Termék fókusz
Grossman – Shapiro (1998)	A luxus olyan áru, amely tekintélyt kölcsönöz a tulajdonosnak, a hasznosságtól függetlenül.	- presztízs - magas ár	Termék fókusz

Forrás: Saját szerkesztés Wirtz et al (2020) alapján

A luxusszolgáltatások értelmezését elősegíti a luxusszolgáltatások dimenzióinak a feltárása (Wirtz et al., 2020). Megállapítható, hogy az exkluzivitás az, ami a luxusszolgáltatásokat a hétköznapi szolgáltatásoktól megkülönbözteti, az élményközpontú megközelítés pedig megkülönbözteti a luxuscikkeket a luxusszolgáltatásoktól.

A luxusszolgáltatásokat vizsgáló szakirodalom központi eleme az élmény, míg a luxustermékeket elemző szakirodalom az ár és a presztízs tényezőket helyezik a kutatások középpontjába. A szabályozás, az elérhetőség kontrollja vagy megakadályozása, a társadalmi kizárólagosság megjelenik a luxusszolgáltatásokkal kapcsolatos szakirodalomban. A jelenség, hogy egy esemény zártkörű, vagy csak meghívásos alapon valósulhat meg a részvétel, lehetővé teszi, hogy a társadalom egy kiemelt célcsoportjának szóljon csak az esemény,

biztosítva az exkluzivitást. A luxustermékek esetében ezzel a jelenséggel nem, vagy kevésbé találkozunk, ugyanis egy alacsonyabb rangú vagy társadalmi rétegből származó fogyasztó is igénybe vehet magas áron vagy exkluzív szolgáltatásokat, ha képes a magas árat megtéríteni. További alapvető különbséget képez, hogy a luxustermékek kézzelfoghatók, a termékek minőségével kapcsolatos észlelési és fogyasztói vélemény formálása kevésbé komplex, mint a megfoghatatlan szolgáltatások esetében, amelyek különböző fogyasztói elégedettséget válthatnak ki számos külső tényező befolyásoló hatása révén (Holmqvist et al., 2020).

Összegzés

A luxustermékek tárgyi jellemzőik alapján azonosíthatóak, kézzelfogható és a megfigyelés útján tapasztalható minőségi jellemzőik a luxuskategóriájuk pontos jelölésére ad lehetőséget, kiváltva ezzel a luxus fogalmának általános értelmezésével kapcsolatos esetleges téves megítéléseket. A luxusszolgáltatások jellegükből fakadóan a luxus tényezői nem alapozhatóak csak a tárgyi jellemzők alapján megfoghatatlanságuk miatt, a szubjektív észlelésük vizsgálatára van lehetőség. A feldolgozott szakirodalom arra is rávilágít, hogy a fogyasztók a luxusszolgáltatások igénybevétele és a luxustermékek vásárlása alkalmával egyszerre élményt is keresnek (Dubois et al., 2015, Dion – Arnould, 2011). Mivel a luxusszolgáltatások igénybevétele a luxusszolgáltatásokat igénybe vevő vendégkör esetében gyakori jelenség, ezáltal egyre nagyobb kihívást jelent napjainkban a szolgáltatók részéről exkluzív élményt és az elvártnál magasabb minőségű szolgáltatást nyújtani a fogyasztók számára.

A luxusipar egy paradoxonra épül: minél kívánatosabb a fogyasztó számára a luxustermék vagy a luxusszolgáltatás, annál magasabb lesz az eladások vagy az igénybevételek száma, de minél nagyobb mértékű az értékesítés, annál kevésbé lesz kívánatos (Holmqvist et al., 2022).

Annak ellenére, hogy a luxusszolgáltatások értékesítésének a növekedése nemzetközi szinten nagyobb mértékű, mint a luxustermékeké (Müller-Stevens – Berghaus, 2014), a témát lehatároló kutatások száma meglehetősen alacsony, így a jövőben a vizsgált téma további kutatási irányokat jelöl.

A luxusszolgáltatásokat a kutatások többsége kvantitatív módszerekkel vizsgálja különböző szempontok és mérési modellek alapján (Thomsen et al., 2020), azonban ahhoz, hogy a luxus további dimenziói is feltárára kerüljenek, a jövőben célszerű lenne a luxusszolgáltatások vizsgálatát kvalitatív módszerek alkalmazásával bővíteni. A luxusszolgáltatások kutatása alkalmával a vizsgált minták száma az esetek többségében alacsony, mivel a szűkösség és az exkluzivitás a luxuskontextus meghatározó eleme, ezért a témában a további feltáró jellegű kutatások indokoltak.

Irodalomjegyzék

1. Atwal, G. – Williams, A. (2009). Luxury brand marketing—the experience is everything! *Journal of Brand Management*, Vol. 16 No. 5-6, pp. 338-346. <https://doi.org/10.1057/BM.2008.48>
2. Berthon, P., Pitt, L., Parent, M., Berthon, J.P. (2009). Aesthetics and ephemerality: observing and preserving the luxury brand, *California Management Review*, Vol. 51 No. 1, pp. 45-66.

3. Beverland, M. (2004): Uncovering “theories-in-use”: building luxury wine brands, *European Journal of Marketing*, Vol. 38 No. 3/4, pp. 446-466. <https://doi.org/10.1108/03090560410518648>
4. Choi, Y. K., Seo, Y., Wagner, U., Yoon, S. (2020). Matching luxury brand appeals with attitude functions on social media across cultures, *Journal of Business Research*, Volume: 117, pp. 520-528. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.10.003>
5. Deeter-Schmelz, D. R., Ramsey, R. (1995). A conceptualization of the functions and roles of formalized selling and buying teams, *Journal of Personal Selling & Sales Management* 15 (2), pp. 47-60.
6. Dion, D. – Arnould, E. (2011). Retail luxury strategy: assembling charisma through art and magic, *Journal of Retailing*, Vol. 87 No. 4, pp. 502-520. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2011.09.001>
7. Dubois, B. – Laurent, G. (1996). The Functions of Luxury: a Situational Approach to Excursionism, in *NA - Advances in Consumer Research*, Volume 23, eds. Kim P. Corfman and John G. Lynch Jr., Provo, UT: Association for Consumer Research, pp. 470-477.
8. Dubois, B. – Paternault, C. (1995). Observations: Understanding the world of international luxury brands: The "dream formula", *Journal of Advertising Research*, 35(4), pp. 69–76.
9. Dubois, B. – Paternault, C. (1997). Does Luxury Have a Home Country? An Investigation of Country Images in Europe. *Marketing and Research Today: The Journal of the European Society for Opinion and Marketing Research*, Volume: 25, pp. 79-85.
10. Grossman, G.M. – Shapiro, C. (1988). Foreign counterfeiting of status goods, *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 103 No. 1, pp. 79-100. <https://doi.org/10.2307/1882643>
11. Han, Y.L., Nunez, J.C., Drčze, X. (2010). Signaling status with luxury goods: the role of brand prominence, *Journal of Marketing*, Vol. 74 No. 4, pp. 15-30. <https://doi.org/10.1509/jmkg.74.4.015>
12. Holmqvist, J., Diaz Ruiz, C., Peñaloza, L. (2020). Moments of luxury: Hedonic escapism as a luxury experience. *Journal of Business Research*. Volume 116, pp. 503-513. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.10.015>
13. Holmqvist, J., Wirtz, J., Fritze, M. P. (2022). Managing the Exclusivity of Luxury Service Experiences, In B. Edvardsson, B. Tronvoll (Eds.), *The Palgrave Handbook of Service Management*, Palgrave Maxmillan Publishers.

14. Juhász-Dóra, K. (2022). A luxusszállodai miliő transzformációjának időbeli dimenziói, *Turizmus Bulletin* 22/1, pp. 13-25. <https://doi.org/10.14267/TURBULL.2022v22n1.2>
15. Kapferer, J.N., Laurent, G. (2016). Where do consumers think luxury begins? A study of perceived minimum price for 21 luxury goods in 7 countries, *Journal of Business Research*, Vol. 69 No. 1, pp. 332-340. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.08.005>
16. Kastanakisa, M. N., Balabanis, G. (2014). Explaining variation in conspicuous luxury consumption: An individual differences' perspective, *Journal of Business Research* Volume 67, Issue 10, pp. 2147-2154. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.04.024>
17. Ko, E., Costello, J. P. and Taylor, C. R. (2019). What is a luxury brand? A new definition and review of the literature, *Journal of Business Research*, Vol. 99 (June), pp. 405-413. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.08.023>
18. Lovelock, C. H. (1983). Classifying Services to Gain Strategic Marketing Insights, *Journal of Marketing*, Volume 47, Issue 3, pp. 9-20. <https://doi.org/10.1177/002224298304700303>
19. Lovelock, C.H. – Gummesson, E. (2004). Whither services marketing? In search of a new paradigm and fresh perspectives, *Journal of Service Research*, Vol. 7 No. 1, pp. 20–41. <https://doi.org/10.1177/109467050426>
20. Mitev, A. (2016). Luxustermékek márkázása IN: Bauer, A. – Kolos, K. szerk. Márkamenedzsment, Akadémiai Kiadó, Budapest.
21. Moore, C. M. – Birtwistle, G. (2005): The nature of parenting advantage in luxury fashion retailing - the case of Gucci group NV, *International Journal of Retail and Distribution Management*, 33, (4): 256-270, ISSN: 0959-0552
22. Müller-Stewens, G. – Berghaus, B. (2014). The market and business of luxury: An introduction. In B. Berghaus, G. Müller-Stewens, & S. Reinecke (Eds.), *Management of luxury: A practitioner's handbook*. Kogan Page Publishers.
23. Nueno, J. L. – Quelch, J. A. (1998). The mass marketing of luxury. *Business Horizons*, 41(6), 61.
24. Parasuraman, A., Valarie A. Zeithaml, V. A., Berry L. L. (2018) A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research, *Journal of Marketing*, <https://doi.org/10.1177/002224298504900403>
25. Phau, I. – Prendergast, G. (2010). Conceptualizing the country of origin of brand, *Journal of Marketing Communications*, (6), pp. 159 -170. <https://doi.org/10.1080/13527260050118658>

26. Thomsen, T., Holmqvist, J., von Wallpach, S., Hemetsberger, A., Belk, R. (2020). Conceptualizing unconventional luxury, *Journal of Business Research*, Volume 116, August 2020, pp. 441-445, <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.01.058>
27. Tynan, C., McKechnie, S., Chhuon, C. (2010). Co-creating value for luxury brands, *Journal of Business Research*, Vol. 63 No. 11, pp. 1156– 1163. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2009.10.012>
28. Vickers, J.S., Renand, F. (2003). The marketing of luxury goods: an exploratory study – three conceptual dimensions, *The Marketing Review*, Vol. 3, pp. 459-478. <https://doi.org/10.1362/146934703771910071>
29. Wang, Y., John, D., R., Griskevicious, V. (2020). Does the devil wear Prada? Luxury product experiences can affect prosocial behavior, *International Journal of Research in Marketing*, In Press, <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2020.04.001>
30. Wiesing, L. (2015). *Luxus*, Berlin: Suhrkamp Verlag
31. Wirtz, J., Holmquist, J., Fritze, M., P. (2020). Luxury Services, *Journal of Service Management*, 31 (4), pp. 665-691., <https://doi.org/10.1108/JOSM-11-2019-0342>
32. Zhang, Y., Xiong, Y., Lee, T.J. (2020). A Culture-oriented model of consumers' hedonic experiences in luxury hotels, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45 pp. 399-409. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.07.009>

Blokklánc technológiák alkalmazási lehetőségei az ellátási láncokban **Keresztes Éva Réka¹, Kovács Ildikó², Horváth Annamária³, Zimányi Krisztina⁴**

DOI: [10.29180/978-615-6342-49-2_15](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-49-2_15)

Absztrakt

A blokklánc (blockchain) az üzleti életben egy forradalmian új, osztott adatbázis-technológián alapuló alkalmazás, amely hitelesített, digitalizált megoldásokat nyújt kis- és nagyvállalkozások számára, ezzel az ellátási lánc szereplői között üzleti bizalmat építve. A tanulmányban sorra vesszük ezen újszerű technológia üzleti előnyeit, valamint alkalmazásának akadályozó tényezőit. Primer kutatásunk során célul tűztük ki azon cégek tapasztalatait tanulmányozni, amelyek már alkalmazzák a blokklánc technológiát üzleti tevékenységük részeként. Szakértői mélyinterjúkat készítettünk a technológiát biztosító üzleti szereplőkkel, akik rendelkezésre bocsátják rendszerüket a szállítmányok nyomon követésére, hitelesítésére és azonosítására, valamint az ellátási lánc és a logisztikai folyamatok menedzselésére. Összegezve megállapítható, hogy a meglévő blokklánc alapú fejlesztési megoldásokat kínáló szolgáltatók már jelen vannak a piacon, azonban még nem jelentkezett jelentős felhasználói igény a magyarországi ellátási láncban részt vevők körében.

Kulcsszavak: blokklánc, ellátási lánc, azonosítás és nyomon követés

Bevezetés

A nemzetközi szállítványozó vállalatcsoport, az A.P. Moller – Maersk és az IBM (International Business Machines) együttműködve fejlesztette a blokklánc-alapú digitális technológiát, a Tradelens-t, amely a globális ellátási lánc szereplői körében is egyre népszerűbbé vált (Maersk, 2019). Az új technológia megjelenését az ellátási láncban a Harvard Business School esettanulmányban dolgozta fel "Maersk: Betting on Blockchain" címmel (Lal & Johnson, 2018). Adódhat a kérdés, hogy a kriptovaluta, a bitcoin megjelenésével népszerűvé vált blokklánc technológia miként jelenhet meg a logisztika és az ellátási lánc területén? Ez a kutatási kérdés vezetett a 2019-ben induló kutatássorozatunkhoz, amely a blokklánc ellátási láncban való alkalmazására fókuszál. Kutatásunk első állomásaként 2019. november 14-én a Budapesti Gazdasági Egyetem Magyar Tudomány Ünnepe hangozott el "A blokklánc szerepe a logisztikai folyamatokban" című szakmai előadás. Vizsgálatunk következő része egy szakirodalmi összefoglaló elkészítése volt, amely a 2020. január 10-11-én Kínában megrendezett "Digitalization in International Trade and E-commerce" című nemzetközi konferencián került bemutatásra, és "Role of Blockchain Technology on Supply Chain" címmel került publikálásra (Horváth, 2020). Ez egy empirikus tanulmányhoz vezetett, amely a blokklánc lehetséges alkalmazásait vizsgálta az ellátási láncban. Ezzel összefüggésben szakértői mélyinterjúkat készítettünk, amelyek segítették a vizsgált terület

¹ Budapesti Gazdasági Egyetem, Külkereskedelmi Kar, Társadalomtudomány Módszertan Tanszék, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8532-5063>, e-mail: keresztes.Eva@uni-bge.hu

² Budapesti Gazdasági Egyetem, Külkereskedelmi Kar, Marketing Tanszék, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7440-1630>

³ Budapesti Gazdasági Egyetem, Külkereskedelmi Kar, Nemzetközi Kereskedelem és Logisztika Tanszék, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6621-4605>

⁴ Gábor Dénes Főiskola, Gazdaságtudományi és Műszaki Tanszék, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1365-261X>

alaposabb megértését. Kutatásunk első átfogó összegzése 2022-ben jelent meg "Exploratory Analysis of Blockchain Platforms in Supply Chain Management" címmel egy nemzetközi szakmai folyóiratban, valamint "Supply Chain Enhancement with Blockchain" címmel egy nemzetközi tudományos konferencia kiadványában (Keresztes et al., 2022a; Keresztes et al., 2022b).

Irodalmi háttér

Az Ipar 4.0-hoz kapcsolódó technológiák elősegíthetik az új üzleti modellek kialakítását, azonban a vállalatvezetők számára kihívást jelent, hogy mely technológiákba és mikor fektessenek be. A termelésben és az ellátási láncok területén számos új digitális technológia van kialakulóban, köztük a blokklánc alkalmazása, amely a folyamatok digitalizálásában lényeges és egyre inkább elterjedt technológia (Queiroz et al., 2018). A blokklánc használata az ellátási láncok olyan problémáinak megoldásához vezethet, mint például az egyre összetettebb hálózatok kezelése, figyelembe véve a kulcsfontosságú kritériumokat (például átláthatóság, gyorsaság, agilitás), amelyek napjainkban az ellátási láncokat jellemzik (Ganeriwalla et al., 2018). Az ellátási láncsal kapcsolatos területeken egyre nagyobb az érdeklődés a blokklánc mint új technológia iránt mind az üzleti életben, mind a tudományos életben (Queiroz et al., 2018; Rodrigues et al., 2021; Keresztes et al., 2022a). Jelentősége az ellátási lánc menedzsmentje szempontjából magában foglalja az információáramlás megbízhatóságának és biztonságának, az ellátási lánc műveletei irányításának, a termékbiztonságnak, a hitelességnek és a legitimitásnak a biztosítását az ellátási lánc hálózata mentén, beleértve az upstream tevékenységek beszállítóit, például a nyersanyag-beszállítókat, az alkatrészgyártókat, a részegységek beszállítóit, valamint a downstream tevékenységek partnereit, például a nagy- és kiskereskedőket és a végfelhasználókat (Bateman & Bonanni, 2019; Cole et al., 2019; Keresztes et al., 2022a; Zelbst et al., 2020).

Gurtu és Johny (2019) szakirodalmi áttekintésükben összefoglalták a blokklánc technológia legjelentősebb előnyeit, amelyek indokolhatják annak alkalmazását az ellátási láncban. Ezek közül kiemelték az "smart contract" használatát, az ellátási lánc pénzügyi folyamatainak kezelésére való képességet, az ellátási lánc átláthatóságának javítását és a nyomon követhetőséghez való hozzájárulását. A blokklánc technológia ellátási láncban való alkalmazását a következő célokkal is magyarázzák: (1) a bizalom, a megbízhatóság és az információbiztonság kiépítése, (2) az ellátási lánc sebezhetőségének és összetettségének kezelése, (3) a termékbiztonság, a hitelesség és a legitimitás elérése, (4) valamint a visszaélések megelőzése (Wang et al., 2019).

A jelenlegi hagyományos globális ellátási láncok jellemzően többlépcsősek, hosszú átfutási idővel, amelyek befolyásolják a végső fogyasztóknak nyújtott szolgáltatás szintjét. A blokklánc technológiával az ellátási láncok racionalizálhatók azáltal, hogy egyes résztvevők szerepe megszűnik az ellátási láncban. Az ellátási lánc valamennyi kulcsfontosságú szereplője egy biztonságos hálózatba integrálható, ami segít a teljes ellátási lánc szolgáltatási szintjének emelésében, amely mind a vevők, mind az eladók számára előnyös.

A blokklánc technológiákat az ellátási láncban Petersen és szerzőtársai (2017) három csoportba sorolják: termékazonosítás, termék nyomon követése, és az ellátási lánc pénzügyeinek kezelése. A termékazonosítási megoldások a szállítmányra vagy más logisztikai objektumra vonatkozó információk szolgáltatására összpontosítanak. A blokklánc decentralizált jellege lehetővé teszi az ellátási láncban részt vevő vállalatok számára az adatok egyszerű megosztását. A termékkövetés esetében a cél az információáramlás javítása, a termék eredetének nyomon követése az út szakaszainak ismeretében. Az ellátási lánc

pénzügyeinek kezelése lényegében egy automatizált fizetési folyamat, amely “smart contract” alkalmazást használ.

A blokklánc technológia nem önálló technológia, működése nagymértékben függ a megfelelő mennyiségű és minőségű adat rendelkezésre állásától, ezért más megoldások, például a nagytömegű adatkezelés (Big Data) vagy a hálózatba kötött intelligens eszközök (Internet of Things, IoT) kombinációját igényli. A logisztikai és ellátási lánc folyamatok nagyobb átláthatóságának és nyomon követhetőségének eléréséhez a blokklánc technológiával egyes esetekben olyan technológiákat kell integrálni a rendszerbe, mint a globális helymeghatározó rendszer (Global Positioning System, GPS) vagy a rádiófrekvenciás azonosítás (Radio Frequency Identification, RFID), amelyek bemeneti adatokat szolgáltatnak a blokklánc számára. Tekintettel arra, hogy a blokklánc egy metatechnológia, mindig szükség lesz ezekre a támogató technológiákra (Sheel & Nath, 2019). A blokklánc technológia alkalmazása az ellátási lánc és logisztika területén számos előnnyel jár, azonban széles körű alkalmazását számos tényező akadályozhatja. Szakértői felmérések és kutatói elemzések alapján az 1. táblázatban összefoglalt előnyök és hátrányok azonosíthatók.

1. táblázat: A blokklánc használatának előnyei és akadályozó tényezői

Előnyök	Akadályok/hátrányok
Termékek nyomon követhetősége	Fenntarthatósági problémák
Az ellátási lánc átláthatósága	A mérhető megtérülés (Return On Investment, ROI) hiánya
Gyorsaság/tranzakciós sebesség	A partnereknél már meglévő rendszereknek való megfelelés, interoperabilitás
Hatékonyság	Tisztázatlan fejlesztési és működési költségek
Valós idejű információcsere	Fenntartások az adatok széles körű, nem megbízható felek általi rögzítésével kapcsolatban.
“Smart contract” alkalmazások a jóváhagyott tranzakciók automatikus ellenőrzésére és végrehajtására	A tranzakciókkal kapcsolatos biztonsági aggályok
A digitális személyazonosság ellenőrzése a beszállítói menedzsmenthez	A blokklánc egyediségének kérdésessége
Zavarok csökkentése intelligens szerződésekkel	Az adatvédelmi és szabályozási irányelveknek való megfelelés hiánya
Informatikai, valamint adminisztratív tranzakciós költségek csökkentése	Az információmegosztás hiánya, a vállalatirányítási rendszer szükségessége
A partnerek közötti bizalom kialakítása a konténerlogisztikában	A blokklánc jelenlegi kapacitása nem elegendő a jövőbeli ellátási lánc igényeihez
A hamisítás és a szürke piaci veszteségek elkerülése	Szervezeti kihívások, értékelés és teljesítményértékelés
“Okosabb” és biztonságosabb élelmiszerellátáshoz kapcsolódó biztonság	Kereslet nagyfokú volatilitása, a nyersanyagok határokon átnyúló beszerzése, just-in-time gyártás
Információbiztonság	Magas energiaköltségek
Hitelesítési eljárás	A privát blokkláncon a transzparencia csökken és az adatredundancia nő
Egyszerű tranzakciós megoldás, amely információ-, készlet- és pénzáramlásból áll	A kisebb üzleti hálózatok esetében az ismeretlen biztonsági és adatintegritási rendszerek miatt hiányoznak az alkalmazási eredmények.
Digitalizált információk IoT-érzékelők, blokklánc és QR-kódok (Quick Response) segítségével	Blokklánc-fejlesztési és mérnöki ismeretek hiánya
Agilitás	

Forrás: Casino et al. 2019, Dasaklis et al. 2022, Deloitte 2022, Drljevic et al. 2022, Dujak & Sajter 2019, Gaur & Gaiha 2020; Gurtu & Johny 2019, HSF Research 2020, Keresztes et al. 2022a, Ledger Insights 2018, McKinsey 2017, Moosavi et al. 2021, Raja Santhi & Muthuswamy 2022, Rejeb et al. 2022, Tan et al. 2022, TechTarget 2021

Azonosítás és nyomon követés

A végső fogyasztók és felhasználók egyre inkább igénylik a termék eredetével kapcsolatos tájékoztatást, például a termék alapanyagára és gyártási körülményeire vonatkozó információkat. Ez az ellátási láncok átláthatóságát, azaz a láncban részt vevő vállalatok közötti információmegosztást feltételezi (Bateman & Bonnani, 2019). Az ellátási láncok átláthatóságának szükségességét a nagyobb és összetettebb ellátási láncok kialakulása is ösztönzi. Az ellátási láncok átláthatósága a tagok és a végső fogyasztók számára is biztosíthatja a kockázatok csökkentését (Zelbst et. al., 2019). A nyomon követhetőség és a láthatóság az átláthatóság alapvető összetevői. Ez magában foglalja az információk megosztását az ellátási lánc szereplőivel, ami nyitottságot és kommunikációt igényel. A blokklánc technológia azért képes az átláthatóság elérésére, mert képes egy megmásíthatatlan láncolatot létrehozni, így az adatokat sem közvetlenül, sem véletlenül nem lehet utólag megváltoztatni. A blokklánc egy úgynevezett elosztott adatbázisú megoldás (Distributed Ledger Technology, DLT), amelynek jelenleg egyedülálló tulajdonsága – szemben a központi adatbázis-technológiákkal –, hogy nem lehet kikapcsolni, megsemmisíteni vagy megváltoztatni (Sík, 2017; Lányi, 2018). Decentralizált jellegéből adódóan a blokklánc biztonságosabb, mint a központi adattárolás, és jobban védhető a külső támadásokkal szemben. Összességében a blokklánc technológia az a technológia, amely lehetővé teszi – globális szinten – a logisztikai és ellátási lánc folyamatok során keletkező dokumentumok, tranzakciók és egyéb adatok tárolását, valamint a teljes folyamat digitalizálását.

A blokklánc technológia ellátási láncokban való alkalmazásának üzleti előnyei

Kutatásunkban a Forbes Blockchain 50-es listáján szereplő top cégeket vizsgáltuk, amelyek mindegyike rendelkezik blokklánc kapcsolattal és legalább egymilliárd dolláros bevétellel vagy piaci értékkel. A Forbes Blockchain 50 2022-es listáján a blokklánc technológiát alkalmazó vállalatok 56%-a az Egyesült Államokban, 24%-a Ázsiában (14%-a Kínában) van bejegyezve, 16%-a pedig Európában található (Forbes, 2022). A tizenhat vizsgált, ellátási láncsal kapcsolatos eset közül a legjelentősebb jellemzők a nyomon követhetőség (9), a fenntarthatóság (7), az időmegtakarítás (6), a költségmegtakarítás (4) és a hamisítás megelőzése (2). A tizenhat ellátási láncsal kapcsolatos vállalkozás közül nyolc a gyártás, három a kiskereskedelem, három a fintech és banki ágazat, egy a távközlés és egy a karbantartás területén működik. Az általuk leggyakrabban említett blokkláncplatformok a Hyperledger Fabric (9) és az Ethereum (3) (Keresztes et al., 2022a).

A Phil Fersht által alapított HFS Research (2020) kutatása szerint a vállalati blokklánc bevezetésének legnépszerűbb felhasználási területe minden ágazatban az ellátási lánc menedzsmentje, amelynek középpontjában a származás (track-and-trace, azaz azonosítás és nyomon követés) áll (19%). A második legnépszerűbb felhasználási mód a dokumentumkezelés, azon belül az iratkezelés (16%). A harmadik legnépszerűbb a blokklánc ágazatspecifikus felhasználása, ideértve a biztosítási kárigények feldolgozását, a viszontbiztosítást, a vállalatok közötti egyeztetést, elszámolást és hitelezést (15%). A kereskedelemmel kapcsolatos felhasználások a nemzetközi kereskedelemre irányulnak, beleértve a kereskedelemfinanszírozást, valamint az energia- és árukereskedelmet (12%). A pénzügyi kifizetéseket (8%) az ügyfélazonosítás követi, beleértve a digitális pénztárcákat, a KYC (Know Your Customer) és más, digitális identitáshoz kapcsolódó kezdeményezéseket (7%). Az ügyfélményt érintő esetek a hűségkezelés, a hűségprogramok és az ügyfélbevonás körébe tartoznak (6%). A megfelelés-irányítást (6%) a pénzügy és a számvitel (4%) követi. A Forbes Blockchain Top 50-ben szereplő vállalatok közel egyharmada alkalmazza az ellátási lánc blokklánc megoldásait, amely 13%-kal magasabb arányt jelent, mint a HFS Research (2020) 640 blokklánc felhasználási esetet tartalmazó mintájában.

Eredmények

Betekintés a szakértői interjúkba

Primer kutatásunk során a blokklánc használatának folyamatát vizsgáltuk nemzetközi példák alapján, különös tekintettel a magyar gyakorlatra. Első lépésben feltérképeztük a blokklánc szolgáltatókat, hogy kiderítsük, elérhető-e a technológia Magyarországon, és ha igen, milyen feltételek szükségesek a használatához, illetve a gazdasági élet mely területein jelenthet gazdasági előnyöket az alkalmazása. Az informatikai megoldásokat szállító cégek pontos számát nem lehet meghatározni, de az elmúlt években számos olyan startup vállalkozás alakult, amely alapvetően ezzel a tevékenységgel foglalkozik. A kutatás eredményességének biztosítása érdekében olyan informatikai szereplőkkel készítettünk interjút, amelyek komplex megoldásokat szállítanak, és a nemzetközi gazdasági életben is jelen vannak. Ennek alapján került kiválasztásra a GS1 (Global Standards) Magyarország Nonprofit Zrt. és az IBM Magyarország Kft.

GS1 Magyarország Nonprofit Zrt. gyakorlata

A GS1 egy nemzetközi szervezet, amely több évtizedes tapasztalattal rendelkezik a globális szabványok terén, és több mint 20 ágazatban és közel 150 országban mintegy kétmillió vállalat számára nyújt szabványosított azonosító megoldásokat a hatékony üzleti kommunikációhoz (GS1, 2022). A hazai tagszervezet, a GS1 Magyarország Nonprofit Zrt. gyakorlatán keresztül kívánjuk bemutatni a globális azonosításon alapuló szolgáltatásokat. Az üzleti megoldásaikat jellemzően az ellátási láncokban használják, amelyek tapasztalataik alapján egyre hosszabbak és összetettebbek. Ugyanakkor az üzleti életben új elvárások jelennek meg: magasabb minőség, gyorsaság, jobb eredmények, alacsonyabb költségek. A távközlést támogató megoldások (például szélessávú internet (5G), digitális szolgáltatási infrastruktúrák használata) iránti igény is fontos. Az elektronikus aláírás, az e-számlázás, amelyek egy központosított hálózati rendszeren keresztül történnek, szintén megjelenik. A kifejlesztett eDelivery (az Európai Unió által kifejlesztett szabványosított üzenetküldő rendszerek) megfelelhetnek ezeknek az igényeknek. Mivel partnereik a blokklánc technológia integrációját is figyelembe vették, kifejlesztették a GS1 és az eDelivery szabványokon alapuló IDDA (Integrated Delivery by Digital Assistance) rendszert, amely a rendelési üzeneteket, szállítási értesítéseket, fordított logisztikát, számlákat kezel, a blokklánc pedig hitelesíti és könyveli az üzenetátvitelt. A szükséges technológiai háttér a következőkből áll: az IDDA privát blokkláncként működik, egyszerű módot biztosít a felhasználó számára az adatfelvételre, majd feldolgozza az adatokat és továbbítja azokat a fogadó oldalra. A rendszer moduláris felépítésű. Az IDDA továbbítja az adatokat a fogadó vállalat erőforrás-tervezési (Enterprise Resource Planning, ERP) rendszerének, és így integrálódik azzal. Ez azonban azt eredményezi, hogy a kis- és középvállalati (KKV) szektorban működő cégek háttérbe szorulhatnak, mivel Magyarországon még mindig alacsony az ERP-felhasználók száma körükben. A GS1 fő partnerei a feldolgozó és szolgáltató iparágakból, valamint az élelmiszer-ellátási láncokban részt vevő vállalatok közül kerülnek ki. Az interjú során a jövő technológiai irányaként a felhő- és blokklánc-alapú szolgáltatásokat jelölték meg. A blokklánc technológia előnyeként a nyomon követhetőség által teremtett biztonságot emelték ki, különösen a végfelhasználó és a tudatos vásárló számára. Úgy látják, hogy Magyarországon még mindig nagy a bizonytalanság és a bizalmatlanság az ilyen típusú megoldásokkal szemben, és hogy még nem lehet integrálni azokat a helyi informatikai infrastruktúrába.

Az IBM Magyarország Kft. gyakorlata

A cég jól ismert, hiszen az IBM egy amerikai székhelyű multinacionális informatikai vállalat, a kft. pedig annak magyarországi leányvállalata. A cégcsoport ma már egyértelműen a hibrid

felhő és a mesterséges intelligencia (Artificial Intelligence, AI) fejlesztések élvonalába tartozik. Mindemellett elmondható, hogy az IBM megoldása bekerült az Enterprise Management 360 (Kurton, 2020), egy nemzetközi tapasztalattal rendelkező szakértői testület top 10-es blokklánc platform listájára. Az IBM a Hyperledger nyílt platformú blokklánc-technológiát fejleszti. A közösségi finanszírozású működés támogatásának majdnem 40%-át az IBM biztosítja. A rendszer megbízhatósága a kulcs, hiszen a blokklánc technológia nélkül is mindent meg lehet oldani más technológiával, de a blokklánc technológia a bizalom hozzáadott értékét nyújtja, amely biztosítja a tranzakciók érvényességét.

Fontos kiemelni, hogy a blokklánc technológia szempontjából kétféle adat létezik: on-chain és off-chain. Azokat az adatokat, amelyek fontosak, hogy mindenki számára hozzáférhetőek legyenek, és adatvédelmi szempontból nem érzékenyek, célszerű on-chain-en tartani. Ezeknek az adatoknak a méretét érdemes redukálni, mert ahogy nő a tranzakciók száma, úgy nő az adatbázis is, amelyben az adatokat tárolják. (A Magyar Nemzeti Bank például jelenleg a hitelintézetek és a biztosítók közötti kapcsolatra alkalmaz blokklánc-megoldást. Ott például a jelzáloghitelekhez kapcsolódó hitelek volumene egy év alatt mintegy 4-6 gigabájtnyi adatot generál a tranzakciókból.) A rendszer egyik kulcsfontosságú területe az ellátási lánc támogatása, amelyben az IBM több gazdasági ágazat vállalatával együttműködve szerzett tapasztalatokat. A Food Trust megoldás kifejezetten az élelmiszer ellátási láncához kapcsolódik, függetlenül a minőségbiztosítási rendszertől (Hazard Analysis and Critical Control Points, HACCP). Fontosnak tartják az élelmiszerek nyomon követhetőségét és az élelmiszerek beérkezési körülményeit. Rendelkeznek például olyan dobozokkal, amelyek folyamatosan figyelik a hőmérsékletet és a páratartalmat. Blokklánc megoldást használnak, hogy a nyomon követhetőség érdekében az ellátási lánc teljes hosszában hozzáférjenek az adatokhoz. Egy speciális szolgáltatás keretében a dobozban lévő élelmiszerek mintáit ötpercenként ellenőrizhetik.

Magyarországon, magyar tulajdonú cégben nincs referenciájuk. Az IBM váci gyára viszont a Sterling Supply Chain blokklánc megoldást használja az ellátáshoz. Ezzel kapcsolatban egy érdekes tény érdemes kiemelni. A Covid-19 világjárvány miatt a gyáregységek leálltak, mivel chiphiány alakult ki a piacon. Az IBM-nél azonban a blokklánc-alapú kommunikáció révén rálátást kaptak a vállalatcsoport készleteire, és az adatok segítségével optimalizálni tudták a termelést és az ellátást, így még ekkor is folyamatos volt a termelés szinte minden IBM gyárban. Sőt, még az is elmondható, hogy míg az iparági versenytársak 20-30%-os kapacitáskiesést és termelékenységromlást tapasztaltak a gyártás területén, addig az IBM-nek nem volt ilyen problémája. Lényegében nem az IBM az egyetlen szereplő ebben a megoldásban, hanem a beszállítók is fontos szerepet játszanak. A beszállítás optimalizálását úgy kell elvégezni, hogy minden szereplő számára a legjobb megoldást nyújtsa. Az IBM a partnereknek is megadja, hogyan optimalizálhatják termelésüket és kínálatukat. Az optimalizálás tehát az IBM megoldásának jelentős eredménye. Ezzel a blokklánc-alapú technológiával az IBM megmutatta, hogy mennyivel hatékonyabb a működés, ha az információk átadhatók az egységek között, és hogyan lehet hatékonyan támogatni az ellátási lánc optimalizálását. A szakértői interjúk alapján a blokklánc technológia alkalmazásának legfontosabb tapasztalatait a 2. táblázat tartalmazza.

2. táblázat: A blokklánc technológia alkalmazásának kiemelt tapasztalatai

	IBM Magyarország Kft.	GS1 – IDDA
Platform	Egy nyílt platformú blokklánc alap.	Saját fejlesztés.
Milyen szerepe van a vállalkozásnak a működésben?	Az IBM adja a technológiát, az üzemeltetést és a managementet.	Enterprise megoldásokat nyújtanak: egy-egy cég igényeire személyre szabott szolgáltatást nyújtanak.
ERP integráció	Rendkívül fontos a hatékonysághoz.	
Eszközigény a használathoz	Nem kell nagy beruházás.	

Tudásigény a használathoz	Nem kell mély ismeret.	
Jelenleg a gazdaság melyik ágazatában látja a legnagyobb hasznosulást?	Élelmiszeripar, szolgáltatási szektor és a közigazgatás.	
Előnyök	Megbízhatóság, bizalom, adatvédelem, a folyamatok optimalizálása, hatékonyság-növelés.	
	Az információk átláthatósága az üzleti egységek között; nincs állásidő, nincs kapacitásvesztés.	A tranzakciók naplózása és rögzítése; a blokklánc hitelesíti és elszámolja az üzenetátvitelt.
Hol hasznosulnak az előnyök leginkább?	Az ellátási lánc szereplőinél és a végfelhasználóknál.	
Akadályok	A KKV szektor tagjai nem mindegyike képes arra, hogy a szükséges infrastruktúrát fenntartsa, hiszen jelentős az elmaradásuk az ERP használatában is.	
	A blokklánc helyett más technológiák is alkalmazhatók; a cégek vállalatirányítási rendszere is bővítheti moduljait oly módon, hogy kezelni tudja a nyomon követhetőséget.	Kompatibilitási probléma a régi rendszerekkel, ha a vállalatok részéről nincs motiváció a teljes nyomon követhetőség kezelésére; ha nincs erre kényszer az ellátási lánc egészében, a technológia túl gyorsan változik ahhoz, hogy a nagyvállalatok alkalmazzák.
Mi gyorsíthatja a fejlődést?	Ha olyan résztvevők vesznek részt a folyamatban, akik nincsenek kapcsolatban, de a tranzakciókat igazolni kell; ha a folyamatok optimalizációja nagyobb hangsúlyt kap, mert a gazdaságosság feltétele lesz.	A nagyvállalatoknak kell „kikényszerítenie” az ilyen jellegű innovációt.

Forrás: A szerzők saját összeállítása a szakértői mélyinterjúk alapján

Összegzés

A blokklánc egy osztott adatbázis technológián alapuló, forradalmi hatású alkalmazás, amely üzleti megoldásként hiteles információt nyújt és bizalmat épít az ellátási lánc szereplői között. Jelen tanulmányban sorra vettük a blokklánc technológia ellátási láncokban való alkalmazásának üzleti előnyeit, valamint használatának akadályozó tényezőit és esetleges hátrányait. Primer kutatásunk során azon vállalatok menedzsment tapasztalatainak feltérképezését tűztük ki célul, amelyek már beépítették ezt a technológiát az üzleti folyamataikba. Az adatgyűjtés során szakértői mélyinterjúkat készítettünk az üzleti élet szereplőivel, akik a blokklánc technológiát a szállítmányok nyomon követésére, hitelesítésére, azonosítására, valamint az ellátási lánc és a logisztikai folyamatok kezelésére használják. Habár a piacon jelen vannak a meglévő technológiai alapú, fejlesztési megoldásokat kínáló vállalatok, az ellátási lánc ágazatában Magyarországon hiányzik még a nagyobb volumenű felhasználói igény, amely jelenleg inkább a pénzügyi területen érvényesül.

Irodalomjegyzék

1. Bateman, A. & Bonanni, L. (2019). What Supply Chain Transparency Really Means, Harvard Business Review, August 20, 2019
2. Casino, F., Dasaklis, T. K., & Patsakis, C. (2019). A systematic literature review of blockchain-based applications: Current status, classification and open issues. Telematics and Informatics, 36, 55–81. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2018.11.006>

3. Dasaklis, T. K., Voutsinas, T. G., Tsoulfas, G. T., & Casino, F. (2022). A Systematic Literature Review of Blockchain-Enabled Supply Chain Traceability Implementations. *Sustainability*, 14(4), 2439. <https://doi.org/10.3390/su14042439>
4. Deloitte. (2022). Using Blockchain to Drive Supply Chain Transparency. *Future Trends in Supply Chain*. Letöltés helye: <https://www2.deloitte.com/us/en/pages/operations/articles/blockchain-supply-chain-innovation.html>, Letöltés ideje: 2022.11.10.
5. Drljevic, N., Aranda, D. A., & Stantchev, V. (2022). An Integrated Adoption Model to Manage Blockchain-Driven Business Innovation in a Sustainable Way. *Sustainability*, 14(5), 2873. <https://doi.org/10.3390/su14052873>
6. Dujak, D., & Sajter, D. (2019). Blockchain Applications in Supply Chain. In *SMART Supply Network, EcoProduction*. Edited by Arkadiusz Kawa and Anna Maryniak. Cham: Springer, pp. 21–46.
7. Ganeriwalla, A., Casey, M., Shrikrishna, P., Bender, J. P. & Gstettner, S. (2018). Does Your Supply Chain Need a Blockchain? BCG publications. Letöltés helye: <https://www.bcg.com/publications/2018/does-your-supply-chain-need-blockchain.aspx>, Letöltés ideje: 2022.11.10.
8. Gaur, V., & Gaiha, A. (May–June 2020). Building a Transparent Supply Chain. *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2020/05/building-a-transparent-supply-chain>
9. GS1. (2022). IDDA rendszer, Letöltés helye: <https://gs1hu.org/idda>, Letöltés ideje: 2022.11.10.
10. Gurtu, A., & Johny, J. (2019). Potential of blockchain technology in supply chain management: A literature review. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 49(9), 881–900. <https://doi.org/10.1108/IJPDLM-11-2018-0371>
11. HFS Research. (2020). HFS Top 10 Enterprise Blockchain Services 2020 Excerpt for IBM, Letöltés helye: https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/en_gl/topics/advisory/hfs-top-10-enterprise-blockchain-services-2020-excerpt-for-ey.pdf Letöltés ideje: 2022.11.20.
12. Horváth, A. (2020). Role of Blockchain Technology on Supply Chain, In: Kaoru, Natsuda; Amadea, Bata-Balog (szerk.) *Digitalization in International Trade and E-Commerce: Konferenciakiadvány*, Budapest, Magyarország: Budapesti Gazdasági Egyetem. 76-90. o.
13. Keresztes, É.R., Kovács, I., Horváth, A. & Zimányi, K. (2022a). Exploratory Analysis of Blockchain Platforms in Supply Chain Management. *Economies*, 10(9), 206. <https://doi.org/10.3390/economies10090206>
14. Keresztes, É.R., Kovács, I., Horváth, A. & Albarasneh A. (2022b). Supply chain enhancement with blockchain. In: Memet, ŞahİN; Amanzholova A. (szerk.) 3. Baskent

International Conference on Multidisciplinary Studies: Full Texts Book, Ankara, Törökország: Iksad Global – 2022, pp. 679-688. 10 p.

15. Kurton, M. (2020). Top 10 Blockchain Platforms to Explore in 2020, Enterprise Management 360. Letöltés helye: <https://em360tech.com/top-10/top-10-blockchain-platforms-explore-2020> Letöltés ideje: 2022.11.02.
16. Lal, R. & Johnson, S. (2018). Maersk: Betting on Blockchain, Harvard Business School Publishing, Letöltés helye: <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=54373> Letöltés ideje: 2022.11.02.
17. Lányi, M. (2018). Blokklánc technológia a logisztika szolgálatában. Bányai Közlemények, 1(1). 5-10.
18. Ledger Insights. (2018). Cap Gemini: Supply Chain Blockchains Lack Clear ROI. Letöltés helye: <https://www.ledgerinsights.com/cap-gemini-supply-chain-blockchain-lacks-roi/>, Letöltés ideje: 2022.11.02.
19. McKinsey. (2017). Blockchain Technology for Supply Chains—A Must or a Maybe? Letöltés helye: <https://www.mckinsey.com/business-functions/operations/our-insights/blockchain-technology-for-supply-chains-a-must-or-a-maybe>, Letöltés ideje: 2022.11.02.
20. Maersk. (2019). TradeLens blockchain-enabled digital shipping platform continues expansion with addition of major ocean carriers Hapag-Lloyd and Ocean Network Express, Letöltés helye: <https://www.maersk.com/news/articles/2019/07/02/hapag-lloyd-and-ocean-network-express-join-tradelens>, Letöltés ideje: 2022.11.02.
21. Moosavi, J., Naeni, L. M., Fathollahi-Fard, A. M., & Fiore, U. (2021). Blockchain in supply chain management: A review, bibliometric, and network analysis. Environmental Science and Pollution Research, 28, 1–15. <https://doi.org/10.1007/s11356-021-13094-3>
22. Petersen, M., Hackius, N. & von See, B. (2017). Mapping the Sea of Opportunities: Blockchain in Supply Chain and Logistics, working paper, Kühne Logistics University
23. Queiroz, M. M., Telles, B. R. & Bonilla, S. H. (2018). Blockchain and supply chain management integration: a systematic review of the literature, Supply Chain Management: An International Journal, Emerald Publishing Limited. ISSN 1359-8546. DOI 10.1108/SCM-03-2018-0143
24. Raja Santhi, A. & Muthuswamy, P. (2022). Influence of blockchain technology in manufacturing supply chain and logistics. Logistics, 6(1), 15. <https://doi.org/10.3390/logistics6010015>
25. Rejeb, A., Rejeb, K., Keogh, J. G., & Zailani, S. (2022). Barriers to Blockchain Adoption in the Circular Economy: A Fuzzy Delphi and Best-Worst Approach. Sustainability, 14(6), 3611. <https://doi.org/10.3390/su14063611>

26. Sheel, A. & Nath, V. (2019). Effect of blockchain technology adoption on supply chain adaptability, agility, alignment and performance, *Management Research Review*. Emerald Publishing Limited 2040-8269 DOI 10.1108/MRR-12-2018-0490
27. Sík, Z. (2017). A blockchain filozófiája, avagy a fennálló társadalmi rendek felülvizsgálatának kényszere. *Új magyar közigazgatás*, Vol. 10. No.4. / 2017. elérhető: www.kozszov.org.hu › UMK_2017 › 06_Blockchain_filozofiaja
28. Tan, C. L., Tei, Z., Yeo, S. F., Lai, K-H., Kumar, A., & Chung, L. (2022). Nexus among blockchain visibility, supply chain integration and supply chain performance in the digital transformation era. *Industrial Management & Data Systems*. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/IMDS-12-2021-0784>
29. TechTarget. (2021). 8 Blockchain Security Risks to Weigh before Adoption. TechTarget. https://www.techtarget.com/searchcio/tip/8-blockchain-security-risks-to-weigh-before-adoption?utm_source=PDF&utm_medium=Pillar&utm_campaign=BlockchainforBusiness
30. Wang, Y., Han, J. H. & Beynon-Davies, P. (2019). Understanding blockchain technology for future supply chains: a systematic literature review and research agenda, *Supply Chain Management: An International Journal*, 24(1), 62–84. Emerald Publishing Limited [ISSN 1359-8546] [DOI 10.1108/SCM-03-2018-0148]
31. Zelbst, P.J., Green, K.W., Sower, V. E. & Bond, P.L. (2019). The impact of RFID, IIoT, and Blockchain technologies on supply chain transparency, *Journal of Manufacturing Technology Management*, Emerald Publishing Limited 1741-038X DOI 10.1108/JMTM-03-2019-0118

A szépségverseny játék múltja és lehetséges jövője

Komaromi György¹

DOI: [10.29180/978-615-6342-49-2_16](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-49-2_16)

Absztrakt

A szépségverseny játék (beauty contest game) hangsúlyosan tárgyalt modell a játékelméletben és a kísérleti közgazdaságtani kutatásokban, melynek oka, hogy a játék maga egyszerű és több olyan tulajdonsággal rendelkezik, melyek központi szerepet foglalnak el a közgazdasági gondolkodásban: Nash-egyensúly, dominancia elv szerinti megoldás, korlátozott racionalitás, adaptív gondolkodás. Az alábbi tanulmány bemutatja a játék koncepcióját, fejlődését és használatát a kísérleti közgazdasági kutatásokban.

Kulcsszavak: Játékelmélet, Szépségverseny játék, Kísérleti közgazdaságtan

A játék eredete és szerkezete

John Maynard Keynes 'A foglalkoztatás, a kamat és a pénz általános elmélete' című műve (Keynes, 1936) szerint, amikor a befektetők részvénybefektetéseiket választják ki, akkor ugyanúgy gondolkodnak, mint az olvasók az újságokban, amikor szépségversenyek alkalmával szavaznak. A több mint száz éve töretlenül népszerű játék során 100 kép közül az olvasóknak kell kiválasztani a 6 legszebbet, és aki a szavazók által legnépszerűbb képre szavaz, az ajándékot nyer. Keynes (1936., p178) szerint: „Nem arról van szó, hogy azokat válasszuk ki, akik a legjobb meggyőződésünk szerint valóban a legcsinosabbak, sőt még azokat sem, akiket a közvélemény valóban csinosnak tart. Eljutottunk ahhoz a harmadik fokhoz, ahol arra használjuk az intelligenciánkat, hogy kitaláljuk: a közvélemény szerint mi lesz a közvélemény. Azt hiszem, hogy vannak olyanok, akik negyedik, az ötödik és a még magasabb fokozatot gyakorolják.²”

Moulin Harvé matematikus alkotta meg a játék formai leírását (Nagel et al., 2017), amely p-szépségverseny játékként (p-beauty contest game, guessing game, inentől BCG játék) ismert a kísérleti közgazdaságtanban. A BCG játék szerkezete hagyományosan a következő (Nagel, 1995 és Ho et al., 1998): a kísérleti alanyok külön-külön tippelnek egy számot 0 és 100 között, mégpedig úgy, hogy megpróbálják eltalálni a játékban résztvevők tippjének az átlagának a kétharmadát (ebben a játékban tehát $p = 2/3$).

A tiszta szerkezete miatt a BCG játék hatékonyan kínálja fel a legkézenfekvőbb módot a résztvevők (alanyok) számára a stratégiájuk kialakítására, azaz az egyéni tippjeik megadására. A gondolkodás 1. szintjén az alanyok véletlenszerűen választanak egész számot a 0-100 intervallumon belül. Azok az alanyok, akik feltételezik, hogy mindenki más véletlenszerű számot mondott (ez már a gondolkodás 2. szintje), azoknak megnyílik a lehetőségük egy követendő „nyerő” stratégiára, hogy a 0 és 100 közötti véletlen tippek várt átlagának (50-nek) kétharmadát, azaz 33-at tippeljenek. Amikor valaki úgy véli, hogy a többi alany eljutott a gondolkodás 2. szintjére, akkor az ő domináns stratégiája, hogy a 33 kétharmadát, azaz 22-t tippeljen. Ők jutnak el a gondolkodás 3. szintjére. A 4. szintre jutók 15-öt, az 5-dikre pedig 10-et tippelnek (egész számok esetén) és így tovább. A játékon belül a kísérleti szereplők tipikusan a fenti logika mentén alakítják ki a tippjüket (Ho et al., 1998, Bosch-Domenech et al., 2002, Camerer et al., 2004, Marx et al., 2022) és így mérhetővé válik, hogy hány lépéssel (szinttel) gondolkoznak előre a játék résztvevői.

¹ Budapesti Gazdasági Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Kar, Pénzügy Tanszék, ORCID: 0000-0003-2999-4515, e-mail: dr.komaromi.gyorgy@gmail.com

² Fordította: Erdős Péter.

Ezzel az iteratív gondolkodással tovább haladva eljutunk a játék Nash-egyensúlyához, ami a 0 szám tippelése jelenti, ami egyben a nyerő érték is. Gyakorlatban azonban az egy körös a BCG játékokban – legyenek azok laboratóriumi kísérletek vagy újságban meghirdetett játékok azaz egyfajta field experimentként) – azok körülményeitől függetlenül (Bosch-Domenech et al., 2002) sohasem jutnak el az alanyok a Nash-egyensúlyhoz. A BCG játékokban a nyerő szám mindig lényegesen magasabb, mint a 0. Az elméleti megoldás, azaz a Nash-egyensúly akkor alakulna ki, ha az alanyok tökéletesen előre gondolkodnának, azaz végtelen (vagy legalábbis nagyszámú) gondolkodási szintre jutnának el, más szóval minden információt tökéletesen és racionálisan dolgoznának fel. A gyakorlati életben azonban nem ez a helyzet.

A közgazdasági jelentőségéről

A BCG-játék kísérlet állhat egy tippelési körből (one shot experiment) vagy n számú körből (n -times repeated experiment), melyek így a statikus döntést, illetve dinamikus gondolkodást, stratégiákat teszi megfigyelhetővé. A statikus döntés során a játékos alapkérdése, hogy milyen szintű előre gondolkodást tételez fel a játékos a többi játékosról.

Általános is megadható az egykörös BCG-játék, melyben n számú alany választ egy számot, úgy, hogy $x_i \in [0; 100]$, és az az alany nyer, akinek a tippje legközelebb van az átlag és p szám szorzatához, ahol $p < 1$. A fenti szisztematikus gondolkodás és stratégia kialakítás tipikus, de az egykörös BCG játékok során több tippelési stratégiát követnek a résztvevők Bosch-Domenes és szerzőtársai (2002) alapján:

1. egy fix számot választanak (fixed point argument),
2. a dominancia elv szerinti választás a stratégiák közül (itt a választott szám $100p$), (iterated elimination of weakly dominated strategies),
3. legjobb válasz stratégiát követhetik (ez felel meg a fent említett szisztematikus gondolkodásnak), és amennyiben a gondolkodási szintekkel (k) fejezzük ki az adott játékos választását, akkor elmondható, hogy k -szintű játékos által választott tipp $50pk$ értékkel egyenlő (iterated best reply model).
4. legjobb választ stratégiát követik azzal a feltételezéssel, hogy minden résztvevő legalább a gondolkodás 2. szintjére eljutott (iterated best reply model with nondegenerate beliefs),
5. vagy korábbi tapasztalati adatokat felhasználva (pl. egy saját kísérlet eredménye alapján) választanak számot.

Bármelyik stratégia követése esetén a szereplők viselkedése korlátozottan racionális, mivel nem minden információt és nem mindig helyesen dolgozzák fel, vagy értelmezik a döntéseik kialakítása során. A BCG játékot tehát nem lehet modellezni teljesen racionális szereplők döntéseivel, ezért viselkedéstani és kísérleti modellek, mint például Camerer és szerzőtársainak (2004) kognitív hierarchia modellje, azonban mégis jó közelítéssel becsüli a különböző gondolkodási szintekre építő gondolkodást.

Camerer és szerzőtársai (2004), illetve Marx és szerzőtársai (2022) rendszerezik és összehasonlítják a különböző egy körös BCG-játékokat. Egy tipikus játék esetén az átlag tipp 20-50 közé esik, amely igen nagy szóródást mutat. A játékok eredménye (azaz az átlag nagysága)

több tényezőtől függ (pl. a választott p értéktől). Közgazdasági szempontból azonban az a lényeges, hogy a kísérleteknél a stratégiai gondolkodás mely feltételei befolyásolják leginkább a végeredményt: a) résztvevők matematikai ismeretei (pl. középiskolások vagy befektetési alap menedzserek vagy esetleg játékelméltre specializálódott kutatók vettek-e a részt a kísérletben), b) a döntés meghozatalára adott idő, c) a pénzügyi (vagy egyéb) ösztönző nagysága helyes tippelés esetén. Ezen mindhárom tényező (ismeret, idő, pénz) növelésének következménye, hogy a résztvevők több lépéssel gondolkodnak előre, azaz az átlag tipp egyre alacsonyabb lesz.

A többkörös BCG játék esetén vizsgálható válik a dinamikus stratégiai gondolkodás. A sorozatban játszott kísérlet során, ahol tipikusan 10 körben történik a kísérlet, a résztvevők megismerik az előző kör eredményét. Az előző körben nyerő szám (azaz az előző kör tippjei átlagának kétharmada) ismeretében az alanyok számára lehetőség van ezt az új információt beépíteni a következő körben követett stratégiájukba. Az előző kör nyerő száma kiindulási ponttá (anchor) válik a következő körben, a játékosok alkalmazkodnak az új körülményhez és a többkörös játékok során már átlagosan 4 kör alatt kialakul a Nash- egyensúly (Camerer et al., 2004, Nagel et al., 2017). Itt is érvényes, hogy az ismeret, idő és pénz pozitívan kihat az átlagokra és így ezen tényezők növelésével az átlag kevesebb körben éri el a Nash-egyensúlyt. Az empirikus, kísérleti kutatások rávilágítanak arra is (Nagel et al., 2017), hogy ezek a tényezők a résztvevők tanulási, adaptálási sebességét befolyásolják. A többkörös BCG játékok során a naiv (irracionális) szereplők nem tűnnek el, de körről körre az eredményre való kihatásuk csökken. A többkörös változatban az eredmény hamarabb konvergál a Nash-egyensúlyhoz, ha a kísérleti alanyoknak több információjuk van a játék korábbi köreinek eredményéről, részleteiről, illetve a többi résztvevő viselkedéséről, döntéseiről. Nagel és szerzőtársai (2017) kiemelik, hogy abban az esetben, ha a nyerhető összeg mértéke függ az átlagtól, akkor a fenti konvergencia lassabb. Komáromi (2007) 10 körös BCG játéka során 1 Ft és 10.000 Ft között kellett a résztvevőknek tippelni, és minden körben az adott forint összeget nyerte meg az az alany, aki az átlag kétharmadához a legközelebb volt. Ebben a változatban 10 kör alatt sem alakul ki a Nash-egyensúly, a konvergencia pedig megfordult 4-6 kör között ideiglenesen, majd megközelítette, de nem érte el a Nash-egyensúlyt. A résztvevők által követett stratégiák a következők voltak: iteráló stratégia dominancia-elv alapján, trend becselő stratégia az előző átlag alapján, kamikáze stratégia (a megnyerhető pénzösszeg csökkenése miatt többen emelni kívánták az átlagot), random vagy fix szám stratégia. A BCG játék ezen változatai is bizonyítják az alanyok alkalmazkodási képességét és hajlandóságát egy új keretrendszerhez, melyekre kvázi racionális (logikus) viselkedési választ adnak.

Lehetséges kutatási irányok

A BCG játék kiválóan alkalmas arra, hogy mélységében tanulmányozhassuk általa a gazdasági aktorok döntéshozatali folyamatait, az azt befolyásoló valós tényezőket. Marx és szerzőtársai (2022) kimutatták, hogy a játékban résztvevők döntéseiket szándékoktól vezérelve és tudatosan hozzák. Nem alakul ugyan ki tipikusan a Nash-egyensúly, de a kísérletek kimenete jó eséllyel megjósolható a korábban felsorolt paraméterek segítségével. Viselkedési heurisztikák, pszichológiai minták magyarázhatják a racionális döntéstől való eltéréseket, melyek teljes feltérképezése még nem történt meg.

Új irányt jelent az agyi jelenségek vizsgálata MRI és fMRI-vel (funkcionális mágneses rezonanciavizsgálattal), mellyel nyomon követhető, hogy a döntési folyamatok során, hogy milyen agyi területek aktívak inkább a különböző tippelési stratégiákat követve (Nagel et al., 2017), amely szintén a racionális viselkedéstől való eltérés idegtudományi (neuroscientific) magyarázatában hozhat előrelépést.

A mikroökonómiai megközelítés mellett a makroökonómiai problémák megértésében is segíthet a BCG játék tanulmányozása, például a piaci szereplők információ feldolgozásának, az exogén jelzésekre (signal) történő reakcióinak elemzésében (Nagel et al., 2017).

Irodalomjegyzék

1. Bosch-Domenech, A., Montalvo, J. G., Nagel, R., & Satorra A. (2002). One, Two, (Three): Newspaper and Lab Beauty Contest Experiments. *The American Economic Review*, 92(5), pp. 1687-1701.
2. Camerer, C. F., Ho, T-H. & Chong, J-k. (2004). A Cognitive Hierachy Model of Games. *The Quarterly Journal of Economics* 119(4), pp. 861-898.
3. Hanaki, N., Koriyama, Y., Sutan An., & Williger M. (2019). The strategic environment effect in beauty contest games. *Games and Economic Review*, 113, pp. 587-610. <https://doi.org/10.1016/j.geb.2018.11.006>
4. Ho, T-H., Camerer, C., & Weigelt, K. (1998). Iterated Dominance and Iterated best response in Experimental „p-Beauty Contests”. *The American Economic Review*, 88(4), pp. 947-969.
5. Keynes, J. M. (1936). *The General Theory of Employment, Interest and Money*. Palgrave Macmillan.
6. Komáromi, Gy. (2007). Intuitive decision-making in a repeated beauty contest game. *Periodicals of Implicit Cognition*, 2(2), pp. 13-16.
7. Nagel, R. (1995). Unraveling in guessing game: an experimental study. *The American Economic review*, 85(5), pp. 1313-1326
8. Nagel, R., Bühren, Ch., & Frank, B. (2017). Inspired and inpiring: Harvé Moulin and the discovery of the beauty contest game. *Mathematical Social Sciences*, 90, pp. 191-207 <https://doi.org/10.1016/j.mathsocsci.2019.09.001>
9. Marx, R., & Lehmann-Waffenschmidt, M. (2022). The Keynesian beauty contest revisited. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 204, pp. 164-181 <https://doi.org/10.106/j.jebo.2022.2022.06.029>

A szálak összeérnek...

A globális értékláncok jelentősége és mérésének dilemmái

Koppány Krisztián¹, Gáspár Tamás²

DOI: [10.29180/978-615-6342-49-2_17](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-49-2_17)

Absztrakt

A globális értékláncok (Global Value Chains, GVCs) kutatása napjaink egyik legdinamikusabban fejlődő területe. Csakhogy az elméleti megközelítés nem egységes, s a mérés sem magától értetődő. A különböző iskolák által alkalmazott, egymástól eltérő elemzési keretek eltérő eredményekhez vezetnek, s jelentős mértékben különböző képet festenek a globális láncok világgazdasági súlyáról, szerepéről. A cikk betekintést nyújt a GVC-k és szereplőik teljesítményének számbavételére szolgáló keretrendszerekbe, ezek dilemmáiba, s számszerűen is bemutatja, hogy pusztán a GVC-k jelentőségének megítélésében mennyire meghatározó a módszertani háttér.

Kulcsszavak: globális értékláncok, globális input-output táblák, globális értékláncok dekompozíciója, participáció, kitettség, reziliencia

Bevezetés

A 2000-es évektől kezdve a korábinál lényegesen nagyobb jelentőségre tettek szert, s ezáltal a gazdaságkutatók számára önálló, jól definiált kutatási témát adtak a világgazdaságon átívelő, több ország közreműködésével, bekapcsolódásával működő termelési hálózatok, az ún. globális értékláncok. Ezek mind a mai napig meghatározók, egyes termékek előállításában különösen.

A Jövő Értékláncai Kiválósági központ egyik kutatási iránya a globális értékláncok szerkezetének, országonkénti és ágazati sajátosságainak, valamint stratégiai fejlesztési lehetőségeinek (upgrading) vizsgálata (Gáspár et al., 2022, 2020, Antalóczy et al., 2021, 2019). Ennek keretében kutatócsoportunk a globális értékláncok és teljesítmények mérésének módszertanával, mutatórendszerével és korlátaival, felhasználhatósági kereteivel is foglalkozik.

A termelők, vevők és beszállítók értékláncainak megfelelő megértéséhez persze többféle megközelítés, a különböző megismerési módszereket alkalmazó kutatók együttműködése, értékeiknek láncja is szükséges. Az értékláncokban közreműködő szereplők személyes megkérdezése, a primer adatfelvételek, illetve a meglévő szekunder adatbázisok, globális input-output táblák felhasználása, valamint az új és újszerű modellek, módszerek kialakítására és velük új empirikus eredmények elérésére való törekvés, illetve az ezek széles körben érthető, didaktikus, oktatási célokra is alkalmas bemutatása jól megfér egymás mellett, sőt remekül kiegészíti egymást. A szálak tehát több szempontból is összeérnek...

Jelen tanulmányunk a globális értéklánc problémakörnek a magvát, a GVC-k mérési és értelmezési lehetőségeit tekinti át rámutatva, hogy ez a csupán módszertaninak tűnő dilemma maguknak a globális értékláncoknak a világgazdasági súlyáról ad nagyon eltérő képet. Bemutatjuk a GVC-k történeti kibontakozását és az elemzésüket adó nemzetközi input-output táblák felépítését. Összevetjük a Koopman és Wang nevével fémjelzett értelmezési

¹ Széchenyi István Egyetem, Nemzetközi és Alkalmazott Közgazdaságtan Tanszék, Gazdaságmodellező kutatócsoport; Budapesti Gazdasági Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Kar, Számvitel Tanszék, Jövő Értékláncai Kiválósági Központ, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4235-5817>, e-mail: koppany.krisztian@uni-bge.hu

² Budapesti Gazdasági Egyetem, Külkereskedelmi Kar, Nemzetközi Gazdaságtan Tanszék, Jövő Értékláncai Kiválósági Központ, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6932-1994>

rendszereket, és empirikusan is megmutatjuk a globális értékláncok jelentőségét a két iskola eltérő értelmezése alapján. A tanulmány végén kitérünk arra is, hogy a világgazdaság aktuális válságjelenségei mindenkit rádöbentettek az értékláncoknak való kitettségre, az ellenállóképesség (reziliencia) fokozásának szükségességére, ami újabb módszertani és stratégiai kihívásokat jelent.

A globális értékláncok kialakulása és fejlődése

A globális értékláncok nemzetközi méretekben szervezett gazdasági szereplők és folyamatok egy termék/szolgáltatás koncepciójától a létrehozásán át a végső felhasználásig, beleértve annak utóéletét is (Fernandez-Stark & Gereffi, 2022). Megjelenésük az utóbbi évtizedek világgazdaságában bekövetkezett jelentős mennyiségi és minőségi átalakulás eredménye.

A második világháború utáni lendületes fejlődés a termelés koncentrációját és a nagy, belsőleg heterogén vállalati rendszerek kialakulását hozta. Az 1980-90-es évek szemléletváltásával a kisvállalkozások forradalma, ezzel együtt a kombinátokba szervezett termelés kihelyezése (outsourcing) és a vertikális specializáció vált jellemzővé (Milberg, 2004). A hálózatosodás eredményeként alakultak ki és váltak jelentőssé a GVC-k a 2000-es években. Ezekben a rendszerekben többségében önálló, saját tulajdonú beszállítók és továbbfeldolgozó vállalatok kapcsolódnak össze. Bár az egyes fázisok hozzáadottérték-tartalma nagyon eltérő, jelentős beruházás vagy tőkevagyon nélkül is be tudnak kapcsolódni fejletlenebb országok és termelők. Ahogy a 2008-as válságig a GVC-k komplexitása egyre nőtt, úgy jelentek meg később a gazdasági, egészségügyi és politikai válságok hatására a deglobalizációs jelenségek: az értékláncok újjászervezése, rövidülése, földrajzi átszervezése (reshoring, nearshoring), széttöredezése (Philips et al., 2022).

A globális input-output táblák

A globális értékláncok kvantitatív elemzésére az ún. nemzetközi vagy globális (világ) input-output táblák megjelenésével a 2010-es évek első harmadának végétől nyílt lehetőség. Gáspár és Koppány (2020) részletesen bemutatja a ma rendelkezésre álló, szabadon hozzáférhető, illetve a zárt körben vagy díjfizetés ellenében felhasználható táblarendszereket. Egyes adatbázisok kizárólag magukat a világ input-output táblákat tartalmazzák, míg mások az ezekből számított mutatószámokat is.

A globális input-output táblák általános szerkezete látható az 1. táblázatban. A táblák sorirányban az egyes országágazatok termelő- illetve végfelhasználásra történő értékesítésének (outputjának), oszlopirányban pedig beszerzéseinek és hozzáadott értékének (inputjainak) szerkezetét mutatják. Nagy méretük miatt (egy-egy táblarendszer akár 25 millió cellaértéknyi információt is tartalmaznak évente) feldolgozásuk az általános gazdaságkutató infrastruktúrát meghaladó számítástechnikai kapacitást igényel. A tábla különböző részeivel, mátrixaival és vektoraival végzett megfelelő matematikai műveletek eredményeként számíthatók az egyes országágazatok közvetett kapcsolatait is kifejező globális értéklánc mutatók. A mutatók számítását, nagyságát és értelmezését nagyban befolyásolja, hogy az értékláncok felbontására milyen modellkeretet, ún. dekompozíciós sémát alkalmazunk.

1. táblázat: A világ input-output táblák általános felépítése.

		Termelőfelhasználás										Végző felhasználás						Kibocsátás				
		Ország#1			...			Ország#m-1			Többi ország (Rest of the World, ROW)			Ország#1		...			Ország#k-1		ROW	
		Ág#1	...	Ág#n	...	Ág#1	...	Ág#n	Ág#1	...	Ág#n	Háztartási fogyasztás (HC)	Egyéb	...	HC	Egyéb	HC		Egyéb			
		Ág#1	...	Ág#n	...	Ág#1	...	Ág#n	Ág#1	...	Ág#n				HC	Egyéb	HC		Egyéb			
Ország#1	Ág#1																					
	...																					
	Ág#n																					
...	...																					
	...																					
	...																					
Ország#m-1	Ág#1																					
	...																					
	Ág#n																					
ROW	Ág#1																					
	...																					
	Ág#n																					
Hozzáadott érték																						
Kibocsátás																						

m = a gyártó és termelőfelhasználó országok száma
 n = a gyártó és termelőfelhasználó ágazatok száma
 k = a végfelhasználó országok száma
 s = a végfelhasználó szektorok száma

Forrás: saját szerkesztés

Globális értékláncok dekompozíciója: két elméleti iskola

A globális értékláncok elemzésére, felbontására két elméleti iskola jött létre. Elsőként a bruttó export dekompozíciójára épülő Koopman-féle megközelítés (Koopman et al., 2014) jelent meg és terjedt el széles körben. A séma összhangban van a globális input-output adatbázisok összeállítására irányuló kezdeti motivációkkal. A világkereskedelemmel foglalkozó kutatók ugyanis azt tapasztalták, hogy a hagyományos külkereskedelmi statisztika által alkalmazott bruttó export szemlélet a GVC-k elterjedése miatt egyre nagyobb torzításokhoz vezet. A kivitelre kerülő termékek értéke – különösen az értéklánc vége felé közeledve, az egyre halmozottabban jelentkező importtartalmak következtében – mind inkább eltér az egyes országágazatok valódi gazdasági teljesítményétől, hozzájárulásától. Ez a gondolat vezetett az ún. Trade in Value Added (TiVA) koncepció kialakulásához (Johnson & Nougera, 2012), amely a globális értékláncokon megvalósuló értékáramlást hozzáadottérték-kereskedelmként fogja fel, s figyelembe veszi és megkülönbözteti az importált gazdasági teljesítményt, a saját hozzájárulást, valamint az exportált hozzáadott értéket. Az ezt megvalósító modellkeret gyakorlati alkalmazására, eredményeinek számszerűsítésére nem kerülhetett volna sor a világ input-output táblák összeállítása nélkül.

Később egy másik, versengő koncepció is megjelent, a Wang-féle dekompozíciós séma (Wang et al., 2017), amely az előzővel ellentétben nem a bruttó exportot, hanem a bruttó hozzáadott értéket, illetve a végtermékek értékét bontja fel a korábbtól némiképp eltérő, s talán még konzisztensebb, zártabb és logikusabb formában. A Wang-modell a gazdasági teljesítményt lokális (ezen belül teljesen, felhasználás szempontjából is hazai – az ún. pure domestic, illetve teljesen hazai előállítású, de exportra kerülő – ez utóbbi az ún. tradicionális külkereskedelm), valamint egyszerű és globális értéklánc komponensekre bontja. Egyszerű GVC-k esetén a termelés során, a félkésztermékek áramlásakor csupán egyetlen, a komplexeknél több határátlépés is történik.

A Wang-féle dekompozíciós keret a backward/upstream és a forward/downstream szemléletet egyaránt támogatja. Backward irányban megállapítható, hogy egy adott országágazat végtermékének értékéhez mekkora bruttó hozzáadott értékkel járultak hozzá a világ országainak különböző ágazatai a vizsgált időszak alatt; forward szemléletben pedig az, hogy az egyes országágazatok hozzáadott értékéből mennyi került az egyes országok

végtermékeibe. Az ezekből az értékekből képzett arányszámok, megoszlási viszonyszámok adják a GVC-elemzés legfontosabb indikátorait.

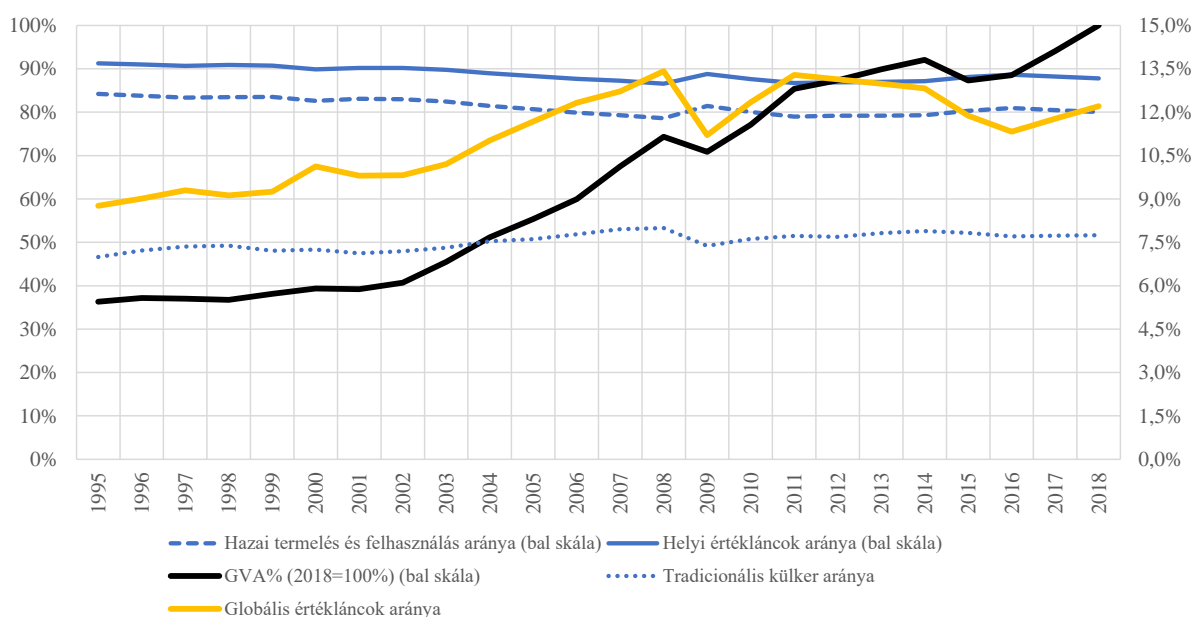
Participáció és a GVC-k súlya a világgazdaságban

A GVC-elemzés leggyakrabban használt indikátorai az ún. participációs mutatók, amelyek globális értékláncokban való részvétel mértékét fejezik ki, s mindkét dekompozíciós séma szerint kiszámíthatók. A Koopman-modellben a bruttó export importált hozzáadott érték hányada a hátratekintő (backward), a hazai hozzáadott érték indirekt exportjának bruttó export hoz viszonyított aránya pedig az előretekintő (forward) participáció. A Wang-féle modellben az egyszerű és komplex értékláncokból származó hozzáadott érték komponensek végterméken belüli aránya a backward, a hozzáadott értékből az egyszerű és komplex értékláncokon közvetítésével hasznosuló komponensek aránya pedig a forward participáció. A backward és forward komponens összege a teljes participáció.

Mondanunk sem kell, hogy a Koopman- és a Wang-féle séma az eltérő kategóriák, a különböző mutatószám-tartalmak, de különösen az eltérő viszonyítási alapok miatt (bruttó export az első esetben, bruttó hozzáadott érték, illetve a végtermékek értéke a másodikban) eltérő, nem egyszer nagyságrendileg eltérő eredményeket ad. Az eltérő végeredmények pedig más-más képet festenek a GVC-k világgazdaságban betöltött szerepéről.

A bruttó export felbontásán alapuló Koopman-féle séma teljességgel figyelmen kívül hagyja a kizárólag az országok határain belül zajló, lokális értékláncokon megvalósuló gazdasági (termelési és felhasználási) tevékenységeket. Pedig – annak ellenére, hogy a GVC-k valóban jelentős expanzió mentek keresztül, s a globális növekedéssel szoros korrelációt mutattak az elmúlt évtizedekben – továbbra is lokális teljesítmények adták a globális hozzáadott érték meghatározó részét (nagyjából 80-85%-át). Az ICIO (Inter-Country Input-Output) táblákkal (OECD, 2021) végzett számításaink alapján a hagyományos nemzetközi kereskedelem aránya 7,5% körül mozgott, a globális értékláncoké pedig az 1995-ös 8,8%-ról 2008-ra 13,4%-ra való növekedés után a 2010-es években inkább csökkent. Csak 2017-2018-ban mutatott újra növekedést, s kapaszkodott vissza a 12,2%-os szintre. Mindezek jól nyomon követhetők a 2. ábrán.

2. ábra: A globális hozzáadott érték és egyes GVC-komponenseinek aránya 1995 és 2018 között.



Forrás: saját számítás és szerkesztés a 2018. évi ICIO adatok alapján

A globális értékláncok elemzésének további problémái és aktuális kihívásai

A globális értékláncok elemzésének nemcsak az előbbi keretrendszer-választási dilemma jelenti az egyetlen problémáját. A participációs mutatók mellett számos további indikátor (pozíció, értékláncok hossza, fizikai távolság, határátlépések száma stb.) számítása és értelmezése vet fel kérdéseket és ad munkát a kutatók számára. Az elmúlt évek világgazdasági sokkhatásai (a COVID-járvány miatti lezárások, az orosz-ukrán háború miatti gazdasági szankciók, az energiaválság, az értékláncok megszakadásának, egyes országágazatok, beszállítói és értékesítési útvonalak átmeneti vagy tartós kiesésének tovagyrűző hatásai) felszínre hozták a GVC-knek való volumen- és árkitettség problémáját, amely a lokális és globális értékláncok előbbieken megismert arányai ellenére jelentős. Olyan mutatókra van szükség, amelyek segítségével azonosíthatók a stratégiai értékláncok és a kritikus szereplők, feltárhatók és feloldhatók a szűk keresztmetszetek, s megmutatható, hogy az ellátási láncok milyen jellegű átszervezésével lehet a kitettség okozta kockázatokat mérsékelni, az ellenállóképességet (rezilienciát) pedig fokozni. Ebben nagy szerepe van a mikro-, a makro- és a világgazdasági szemlélet, a pozitív és a normatív irányzat, a kvantitatív és a kvalitatív megközelítés egymásmellettségének, egymáshoz való közeledésének és szinergiáinak, amelyet a Jövő Értékláncai Kiválósági Központban a bevezetésben is jelzett módon igyekszünk képviselni, megvalósítani és kihasználni.

Irodalomjegyzék

1. Antalóczy, K., Gáspár, T. & Sass, M. (2019). The Specialties of the Pharmaceutical Value Chains in Hungary. *Acta Oeconomica* 69: S2 pp. 41-72., 32 p.
2. Antalóczy, K., Gáspár, T. & Sass, M. (2021). A gyógyszeripari értéklánc sajátosságai Magyarországon. *Közgazdasági Szemle* 68: pp. 645-673., 29 p.
3. Fernandez-Stark, K. & Gereffi, G. (2019). Global value chain analysis: A primer. In *Handbook on global value chains* (pp. 54-76). Edward Elgar Publishing.
4. Gáspár, T. & Koppány, K. (2020). A globális értékláncok mérése nemzetközi ÁKM-ek alapján. *Statisztikai Szemle*, 98(9), 1035–1065. <http://doi.org/10.20311/stat2020.9.hu1035>
5. Gáspár, T., Natsuda, K & Sass, M. (2020). Backward linkages in the Hungarian automotive industry: Where are the links concentrated? In: Šaroch, S (szerk.) *ICAI 2020: Proceedings of the 1st International Conference on Automotive Industry 2020* Mladá Boleslav, Csehország: Škoda Auto University (2020) 289 p. pp. 100-111., 10 p.
6. Gáspár, T., Sass, M. & Vlčková, J. (2022). Automotive GVCs in Czechia and Hungary – a comparative analysis. In: Saroch, Stanislav (szerk.) *ICAI 2022: Proceedings of the 2nd International Conference on Automotive Industry 2022* Mladá Boleslav, Csehország: Škoda Auto University 250 p. pp. 59-69., 11 p.
7. Johnson, R. C. & Noguera, G. 2012. Accounting for Intermediates: Production Sharing and Trade in Value Added. *Journal of International Economics*, 86 (2): 224–36
8. Koopman, R., Wang, Zh. & Wei, Sh.-J. (2014). Tracing value-added and double counting in gross exports. *American Economic Review*, Vol. 104. No. 2. pp. 459–494. <https://doi.org/10.1257/aer.104.2.459>

9. Milberg, W. (2004). The Changing Structure of International Trade Linked to Global Production System: What Are the Policy Implications? Working Paper. No. 33. Policy Integration Department, World Commission on the Social Dimension of Globalization, International Labour Office. Geneva.
10. OECD (2021). OECD Inter-Country Input-Output Database, <http://oe.cd/icio>, <https://www.oecd.org/sti/ind/inter-country-input-output-tables.htm>
11. Phillips, W., Roehrich, J., Kapletia, D. & Alexander, E. (2022). Global Value Chain Reconfiguration and COVID-19: Investigating the Case for More Resilient Redistributed Models of Production. California Management Review, 2022, Vol. 64(2) 71–96
12. Wang, Z., S. Wei, X. Yu & K. Zhu, K. (2017). Measures of Participation in Global Value Chain and Global Business Cycles. NBER Working Paper No. 23222, NBER, Cambridge, MA.

A laktanya, az idegenforgalom és a média szerepe a szöuli Ithevon sajátos dzsentrifikációjában

Koudela Pál¹

DOI: [10.29180/978-615-6342-49-2_18](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-49-2_18)

Absztrakt

Szöul központjában, Jongszan negyedben található egy viszonylag kis területű városrész, Ithevon, mely mára egyszerre népszerű lakóhely és kiemelt idegenforgalmi desztináció. A terület azonban nem mindig volt ilyen magas státuszú, évtizedekig az ott elhelyezkedő amerikai laktanya nyomta rá bélyegét mind általános megítélésében, mind a helyi szolgáltatások összetételének vonatkozásában. Részben a laktanya elköltözése, részben azonban éppen hosszú jelenlétének tovább gyűrűző következményeként az elmúlt két évtizedben gyökeresen megváltozott a terület tevékenysége, sajátos társadalmi pozíciója, az idegenforgalomba való integrációja és így általános imázsa is, ami rohamos növekedéshez vezetett a lakóingatlanok árában és az vendéglátóipari egységek forgalmában egyaránt.

Kulcsszavak: dzsentrifikáció, városfejlesztés, Szöul, városi társadalom, idegenforgalom

Bevezetés

Egy városrész sajátos jellegét sokféleképpen értelmezhetjük a társadalmi nemek vonatkozásában is. A városok ugyanis nem csupán a társadalmi-gazdasági vagy a faji-etnikai egyenlőtlenségek területi leképeződései, hanem ugyanolyan mértékben mutatják a nemek közti társadalmi különbségeket is. A nemek kérdéséhez a területiség szemszögéből sokféleképpen közelíthetünk. Az egyik legjellemzőbb problémához a huszadik század második felében a nyugati országokban mindenütt megjelenő szuburbanizáció vezetett, amikor a kertvárosok területi hódításával a férfiak által dominált munkaerőpiac egyfajta sajátos szegregációba zárta a nőket saját otthonukban. Ez e területi-társadalmi korlát csupán a női foglalkoztatási arányok növekedésével kezdett felbomlani, majd a belvárosi területek (újra) felértékelődésével, és a Szöul esetében is számottevő jelentőségű dzsentrifikációval váltott irányt. Ugyancsak segítette a „kertvárosi csapda” feloldásában, hogy a belvárosi területeken fokozatosan megjelentek az egyszemélyes, a női egykeresős és a meleg háztartások is.

A városok a nemek mentén történő strukturális és szimbolikus megosztottságát, a nők dominálta kertvárosok és a férfiak által kisajátított belváros kettősségét Susan Saegart (1980) fogalmazta meg. A kertvárosi nő szimbolikus megtestesítésében jelentős szerepet játszottak a reklámok, irodalom, televízió és a filmek, melyekben a gazdasági és városi életben meghatározó erőviszonyok nemi különbségei kaptak megerősítést. A kertváros a nők, a család és a magánélet helyszíne, ezzel szemben a városközpont a férfiak, a munka és a közélet területe – sugallta minden kulturális médium. A lakóhely és a munkahely területi elkülönülése a társadalom patriarchális strukturális alapjait fejezi ki: ebben a területi-társadalmi elrendezésben a férfiak fizetett munkája egyértelműen értékesebbnek mutatkozik, mint a nők által végzett feladatok. A közgazdaságtan a háztartásokat nem a termelés, hanem a vásárlóerő és fogyasztás helyszíneként definiálja. Még a „munkába utazás” fogalma is azt sugallja, hogy a háztartás nem a termelés helyszíne – fogalmazta meg Ann Markusen (1980).

Az ingatlanpiac társadalmi hatásain túl a személyautó-közlekedés szerepének növekedése és a várospolitikai ugyancsak szerepet játszott a mára normává vált területi szegregáció

¹ Budapesti Gazdasági Egyetem, Külkereskedelmi Kar, Nemzetközi Gazdaságtan Tanszék, e-mail: koudela.pal@uni-bge.hu

létrejöttében. A kertvárosi élet az ingázással rengeteg idő és energiaveszteséget eredményez, és a nagycsaládok, kapcsolatháló felbomlásához és társadalmi tőkevesztéshez vezet – Szöul esetében ez a zöldöv hatásaként egyértelműen kimutatható, ám nem érezhető a hagyományos nyugati gender probléma; nincs nemi megosztottság a város lakó- és munkahelyi területei, más szavakkal a nemek közti területfoglalás tekintetében. Nem mintha a koreai társadalom ne lenne patriarchális: ez jól érzékelhető a férfiak és nők által vezetett városi háztartások jövedelme közti különbségekben (Mansury – Baek 2019). Szöul ökológiai fejlődése egyszerűen nem hozott létre a nyugati nagyvárosokra jellemző területi rendszert, mint ahogy a konfuciánus hagyományokra épülő társadalmi értékrendszer sem olyan mértékben individualista, mint amennyire az amerikai.

A dzsentrifikáció azonban Koreában is a hagyományos városi-társadalmi rend felbomlásához vezet a megszokott térhasználati szokások és térfelfogás erodálása révén. A terület „kisajátításának” legjellemzőbb formái az etnikai szigetek, ám a társadalmi nemek vonatkozásában is találunk hasonló példát a Szöul Ithevon negyedében, Jongszan kerületben.² Szöul különösen fontos város a nyugaton és hazánkban is jól ismert dzsentrifikációs folyamatok vizsgálatában, egyrészt, mert a Koreai Köztársaság urbanizáltsága kiemelkedő, s a fővárosban és agglomerációjában koncentrálódik az ország népességének fele, másrészt, mert az 1970-es évek óta tartó rohamos fejlődés csupán részben tudható be spontán urbanizációs és piaci folyamatoknak, nagymértékben hozzájárult a városirányítás is, harmadrészt, mert a 21. század elején az ország deklarálta multikulturális értékrendet hirdetett, ám kérdéses, hogy egy átfogó társadalompolitikai program milyen utakon hat a hétköznapi gazdasági tevékenységekre. Mindez a fővárosban sokszoros területi fregmentációhoz vezetett, melynek sajátos példája Ithevon városrész átalakulása. Ez utóbbi jelentőségét pedig a dzsentrifikáció egy ritka és egyedi formája adja, mely nem köthető a tudatos városfejlesztéshez, sem az adott terület lakóhelyi vagy gazdasági beruházáson alapuló felértékelődéséhez. Itt a dzsentrifikációs folyamatot a terület szimbolikus jellegének társadalmi elfogadásához lehet társítani.

Módszerek

A városrész sajátos fejlődését és a főváros, valamint az országos turisztikai jelentőségének megváltozását, annak okait a terület történeti átalakulásával, a terület társadalmi összetételének és a vendéglátóegységek összetételének és koncentrációjának bemutatásával és az érintett intézmények (laktanya, közterek, szobrok, éttermek, bárók) helyváltoztatásával, szerepkörének megváltozásával ismertetjük. A változást generáló okokat azonban olyan okozati láncban lehet elrendezni, melyben az időben történő változások országos és városi szintű társadalmi tényezőkhöz is köthetők. Ezek képlékenyebb magyarázó változók, közvetlen lokális hatásukat csupán érzékeltetni tudjuk. Mindezek szükségessé tették a narratív megközelítés és az elérhető statisztikai adatok kombinálását.

Homo Hill átalakulásának sajátos körülményei

Ithevon kulturális átalakulásának eredményeképp számos sajátos enklávé jött létre, s formálódik nap mint nap: itt található az Iszlám utca, közelében Szöul egyetlen mecsetével, de van itt Afrikai utca és vigalmi negyed is. Az Iszlám utca meglehetősen múltra tekinthet vissza: a mecset 1976 óta áll, és azóta egyfajta klub szerepet is betöltött a város muszlim lakói számára, az Afrikai utca világa, melynek lakói nagyrészt Nigériából érkeztek, pedig az előbbi egyfajta mellékhatásaként formálódott azzá a sajátos közeggé, amilyennek ma látjuk. Az egységesen Homo Hill névre hallgató aprócska utca³ alapvetően a meleg és transgender bárók egyfajta

² Ithevon dzsentrifikációjáról további részleteket találhat itt: (Koudela 2020).

³ Usadan-ro 12-gil

csomópontja, ám egyértelműen saját térként is szolgál a szöuli LGBTQ⁴ közösség számára. Az utca nappal csendes, éjjel éli szórakoztató és társadalmi életét, ám nem csupán fizikai másságával sajátítja ki a környéket. Itthon, mint társadalmi tér korlátozott lehetőségekkel rendelkezett, s ez lehetővé tette a multikulturális csoportok beáramlását. Itthon eleve „másnak” definiálták az emberek, így a területet és a területre érkezőket kevésbé korlátozták a kirekesztő társadalmi normák. A normatív korlátok hiánya eltérő jellegű és szerepű kisebbségek számára egyaránt lehetőséget biztosított a terület használatához. Ekként vált egyfajta menedékké azok számára, akiket a társadalom megbélyegzett, s akik a szexualitásuk, a szexuális másságuk miatt marginalizálódtak a többségi városi társadalomban.

Itthon hosszú évtizedeken át fogadta be az amerikai laktanyát, ami a környéket alapjaiban alakította át: fokozatosan a katonákat kiszolgáló bárók, éttermek, lebujok és bordélyházak váltak meghatározóvá, így a környék lakóhelyi jellege csökkent és leértékelődött. A terület egyúttal szimbolikus értelmet is nyert a szöuliak számára, szolgáltatásai, habár elsősorban az amerikai katonáknak szóltak, az évek múlásával egyre inkább elérhetővé váltak a város lakói számára is; a környéket ma sokan a „nyugati hatás” által megformált területként értelmezik (Lee 2015). A nyugati kultúrához tartozás egyúttal azt is jelentette, hogy a terület kikerült a város hagyományos értékrendjének hatásköréből, ami ott történik, az nem a város felelőssége. Más szavakkal olyasmit is eltérnek, amit másutt nem, kulturális földrajzi értelemben Itthon elszigetelődik a város többi részétől.

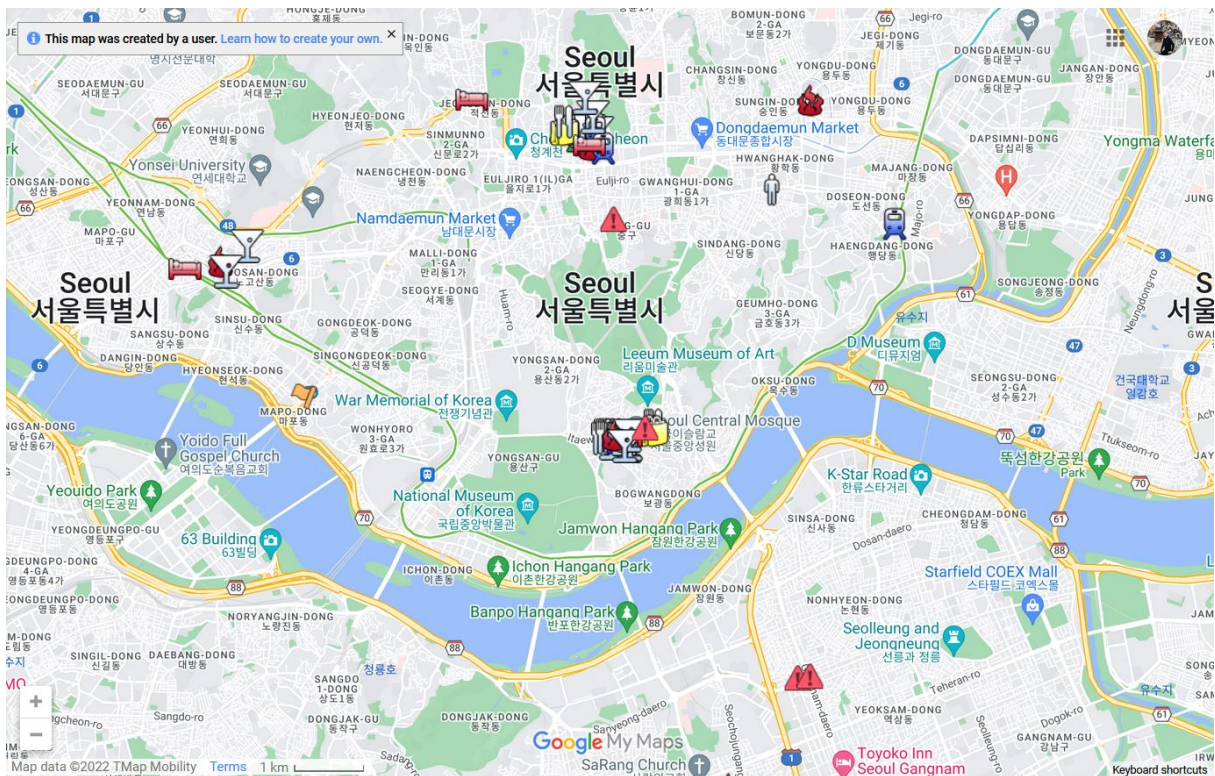
A koreai társadalom évszázados hagyományai és értékrendje elutasította a heteroszexualitástól eltérő szokásokat, s ennek a normának nem csupán a kirekesztés, hanem a szándékos figyelmen kívül hagyás, a láthatatlanná tétel is hangsúlyt adott. Legalábbis így volt az 1990-es évek közepéig (Seo 2001). A szexualitásuk tekintetében mások a társadalmi párbeszédéből egyszerűen kimaradtak, így egyrészt kénytelenek voltak tompítani identitásuk és beállítódásuk kimutatásán, másrészt közösségi találkozóhelyek az ezredforduló előtt egyáltalán nem, s újabban is alig jöhettek létre Szöulban. Ebben a társadalmi pusztaságban Itthon felszabadító légköre jóval nagyobb szabadságot adott az identitás kifejezésére (Kim 2007).

A nyugati kultúra beáramlása Itthonba az emancipációval együtt a hedonizmust is magával hozta, különös tekintettel arra, hogy a földrajzi elszigetelődés eredetileg a „kaszárnya-kultúra” térnyerésének kedvezett. A koreai háború után Itthonban helyet kapó amerikai fegyveres erők határozottan a város amerikanizálódásának ösztönzőjévé váltak, ám egyúttal szórakoztatónegyedévé is alakították a környéket. A szórakoztató egységek hírnevet szereztek a városrészeknek, s az hamarosan az egész város számára a hedonizmus központjává vált. Mivel egy igen kis területről van szó (1.37 km²), s mivel a nemiség meghatározó eleme volt a helyi szórakoztatóiparnak, így ezt a karakterét máig megőrizte. A maszkulinitás és a militáris jelleg egyaránt részévé vált a dél-koreai nacionalizmust megtestesítő, a laktanya szomszédságában felállított háborús emlékműnek. Bármennyire is felszabadító érzést kölcsönöz a normakontroll hiánya, a férfiasság hangsúlyozása eredetileg heteroszexuális jelleget kölcsönzött Itthonnak. Itthonban hamar létrejöttek a katonák szórakoztatására szolgáló bárók, ahol lányokat is találhattak, kialakult a mára Hooker Hillre keresztelt kis utca is. Jól mutatja ezt ma is a kereskedelmi egységek koncentrációja (lásd 1. kép). A homoszexualitás megjelenése a környéken csupán egyfajta másodlagos hatásként értelmezhető. A terület által sugallt nemi szabadosság jóval vonzóbb környezet volt a melegek számára Szöul bármely más részénél. Homo Hill csak egy-két percre fekszik Hooker Hilltől, s igazán kiváló hely a coming out-ra, sok amerikai katona látogatta már a múltban is – ahogy egyikük egy interjúban meg is jegyezte: „Ez egy idegen ország. Ha hazamégy az Államokba, ki tudja meg?” (Rowland – Yoo 2012). Noha a meleg- és LGBTQ bárókat a szórakoztatóipar hozta létre, létrehozásuk nagy

⁴ Leszbikus, Meleg, Biszexuális, Transznemű, Queer

segítség volt a közösségek formálódása számára. Az éppen csak fejlődésnek indult meleg közösségek számára a homoszexualitás jelenléte melegágynak bizonyult. Ithevon így vált funkcionális szerepkörében piroslámpás negyedből (vagy amellett) meleg városrészé, egyúttal szimbolikusan is átformálva a rendelkezésre álló teret. Ithevon ugyan hamar a meleg identitás kifejeződésévé vált, mindez jelenleg azonban csupán a területenkívüliséget jelenti, a város egészének értékrendjén, hozzáállásán vagy szokásain mit sem változtat: a melegek továbbra is láthatatlanok és kirekesztettek Szöul többségi társadalmában.

1. kép A meleg bárok és éttermek Szöulban



Forrás: Google Maps

Homo Hill, egy szűk kis sikátor, azonban különleges hely. Nem egyszerű szórakoztatónegyed, a város és az ország számára, nemzetközi szerepe is egyre erősebb a meleg közösségen belül; 1998 óta ad helyszínt a Szöuli Queer Film és Video Fesztiválnak, és 2000 óta a Koreai Másság Kulturális Fesztivál záró multságainak, 2002-ben pedig az egész rendezvénynek is helyet adott (Kim 2007; SQCF). A nagyjából 110 méter hosszú utcában mindössze tíz bár található, mégis a meleg társadalmat reprezentálja Szöulban, sőt az egész országban. Noha melegok és leszbikusok politikai értelemben továbbra is láthatatlanok maradtak, a közösségformálódás szemszögéből a hely jelentősége kiemelkedő. Habár a Homo Hillről nem készült a Castro negyedhez hasonló vizsgálat (Castells 1983), annak tapasztalatai alapján pontosan tudhatjuk milyen fontosak a bárok a közösségek számára, a területi koncentráció és az ott zajló fontos rendezvények pedig a területiség, a területi reprezentáció, az ahhoz kapcsolódó identitás és az intézményesülés szempontjából. Társadalomföldrajzi szempontból csupán egyetlen meghatározó jellemzővel tudjuk elkülöníteni Ithevont, a városrészben élő külföldiek arányával. Még a szomszédos Hannam városrészben is csupán 3 070 külföldi élt 2020-ban, ami az ott élő 23 704 fős népesség kevesebb min 13%-át teszi ki, noha ott található az ENSZ negyed. A külföldiek száma a 9 222 fős Ithevon-1 (ez a déli része Ithevonnak, ahol a

Homo Hill is található) városrészben 2 361 volt 2020-ban, ami a népesség 25,5%-t jelenti (Yongsan Statistical Yearbook 2020: 66) (Lásd 1. táblázat).

1. táblázat. A népesség és a külföldiek száma Ithevonban, Szöulban és Koreában (2020).⁵

	Népesség	Külföldiek		
		Összesen	Férfi	Nő
Ithevon-1	9 222	2 361	1 609	752
Szöul	9 736 027	226 569	103 937	122 632
Korea	51 466 658	1 093 891	610 466	483 425

Forrás: Yongsan Statistical Yearbook 2020, KOSIS – Korean Statistical Information Service
Ithevonról azonban fontosabb mondanivaló, hogy létrehozza és megváltoztatja a tér által megtestesített attitűdöket, az egyetlen hely, ahol Szöulban bárki nyíltan vállalhatja másságát (Schober 2014).

Mára Homo Hill a maszkulin, heteroszexuális és nacionalista területi jellegétől is megfosztotta Ithevont, ami a katonai jelenléttel vagy a háborús emlékművel oly erősen itta bele magát évtizedeken át a helyről alkotott képzetekbe. A bárók neve beszédes: why n³t?, SOHO⁶, Always Homme, Unique (UNIQ), OZ, Miracle, Genie, Trance, Queen és EAT ME all night long. Az utcában éjszakánként számos fiatal gyűlik össze, melegek és heteroszexuálisok egyaránt, nemcsak a bárók nevei angol szójátékok, hanem a drag queenek és a pincérek is ugyancsak folyékonyan beszélnek angolul, s másodlagos fizetőeszközként amerikai dollárt is elfogadnak. Az is megszokott, hogy a vendégek, vagy akár az arra járók az utcán fel-alá sétáló drag queen-ekkel fényképet készítsenek (Schober 2014). Ám a meleg, ill. LMBTQ közösséget a tér diszkurzivitásának egyéb elemei is hozzásegítik ahhoz, hogy a többségi társadalom számára fokozatosan láthatóvá váljon. Teszik ezt úgy, hogy egyúttal a sajátosságához kapcsolódó misztifikációtól is megfosztják.

Kiemelt személyek és a társadalmi tér kapcsolata

Jane Jacobs óta tudjuk, hogy egy önálló döntéshozással nem, és érdekérvényesítéssel is csak kismértékben rendelkező terület számára mennyire fontos a területet reprezentáló személy(ek) társadalmi beágyazottsága. Mind politikai, mint közéleti téren Harvey Milk vált a legismertebb ilyen személyiséggé, akinek megemlézéseit különösen indokolt. Noha Milk közszerepvállalása és politikai tevékenysége kiemelkedő, a következő példa mégis megérdemli a párhuzamba állítást.

Hong Szokcshon, közismert színész, televíziós személyiség volt az első közszereplő Dél Koreában, aki nyilvánosan felvállalta homoszexualitását 2000-ben (Cho 2009; Hong Sukchun talks). Ez a társadalom számára meglepetésszerű, új jelenség volt, s a média is egy évtizedes szankcióval reagált rá, ez idő alatt Hong semmilyen munkát, szerepet nem kapott (Chun 2001). Kénytelen volt hát más tevékenység után nézni, s a fentiek tükrében nem meglepő, hogy Ithevonban talált menedékre, ahol első barátjával, egy holland férfival megismerkedett (Schober 2014), s ahol utóbb éttermet nyitott. A kapcsolat nem tartott sokáig, vendéglői azonban népszerűek és sikeresek lettek, Hong közismert vendéglátóvá vált. Nyilvános megítélését és személyiségét mindez, legalább részben, rehabilitálta – Ithevon egyik legnépszerűbb utcáját, a World Food Street-et gyakran kezdték Hong Szokcshon

⁵ Szöul és Korea adatai 2021-re vonatkoznak.

⁶ Arra utal, hogy az azonos nevű New York-i városrész volt a melegjogi mozgalmak szülőhelye.

utcaként emlegetni, tekintettel arra, hogy nyolc virágzó éttermet is üzemeltet benne. Elsőként egy olasz vendéglőt nyitott, Ithevon főutcájának Homo Hillre vezető lejáratajának sarkán (Kim 2013). Ez éppen egy időben történt a bordélyházak kényszerű bezárásával, ami ugyancsak lendületet adott annak, hogy a megüresedő helyek közösségi térré váljanak a meleg közösség számára (Zatko 2011).

Hong Szokcshon végül 2010-ben visszatérhetett a média világába is, s habár mára nyilvánosan felvállalt homoszexualitását a nagyközönség is elfogadta, a mássággal szemben a koreai társadalom továbbra is igen elzárkózó maradt. Biztosan így van ez a média és a közszereplők világában. Hong üzleti tevékenysége a tér jelentését azonban tovább formálta: vállalkozói sikere sokat jelent a meleg és az alternatív életformát követők és a terület turisztikai fellendülése számára egyaránt: Ithevont barátságos és biztonságos helyé változtatta a Koreában mindenképpen a társadalom peremére szoruló „mátság” számára. Televíziós szereplésével a köztudatban is oldotta a közbeszédben olyannyira jellemző Ithevont-hoz kapcsolódó feszültséget, s talán nemzetközi hírneve is segített mind ebben: 2004-ben a Time magazin Ázsia Hősének választotta. Coming outját követően Szöul meleg éjszakai élete jelentős mértékben fellendült.

2. táblázat. A vendéglátóipar piacméretének alakulása Koreában (2000-2010)

	2000	2005	2010
Értékesítés (2000 állandó áron, millió won)	35 472 249	46 252 523	67 565 817
Vállalkozások száma (egységek)	570 576	531 929	586 297

Forrás: Koreai éttermek évkönyve (2013)

Hong személye szimbolizálja mindazt a társadalmi változást, ami Ithevont, s azon keresztül a koreai városi társadalmat érte a 21. század elején. Üzleti tevékenysége pedig egyszerre lett példamutató, s változtatta meg a környék kereskedelmi jellegét. Ithevon korábban leromlott, a társadalom peremére szorult városrész volt, melynek megítélése negatív, az ott élő elfogadása pedig csupán a katonák jelenétének szükségszerűségéhez volt köthető egy átlagos szülői számára. Hong Szokcshon televíziós személyiségként és éttermei révén is elfogadást hozott az általában kirekesztett társadalmi csoportok számára. Az éttermei hatással voltak a tágabb területre is, ami az ott található vendéglátás egészére kedvezően hatott, ezt mutatja, hogy míg a vendéglátó egységek száma alig változott, forgalmuk a kétszeresére nőtt (2. táblázat).

3. táblázat. Vállalkozások és alkalmazottak száma a Jongszanban iparági besorolás szerint (2012)

Kategória	Üzletek száma (%)	Alkalmazottak száma (%)
Koreai éttermek	1 277 (51.4)	4 148 (39.2)
Kínai éttermek	115 (4.6)	565 (5.3)
Japán éttermek	118 (4.7)	557 (5.2)
Nyugati éttermek	231 (9.3)	1578 (14.9)
Egyéb éttermek	69 (2.7)	357 (3.3)

Forrás: Országos Statisztikai Hivatal, Országos Vállalkozási Felmérés (2012)

Fontos kiemelni, hogy egy terület társadalmi integrációját és idegenforgalmi szerepkörét is jelentősen befolyásolja az éttermek összetételének sokfélesége. Szöulban számos etnikai kisebbség hozott létre szegregációt, melyek egy része önálló területi identitást, egy másik része kedvező piaci helyet is tudott szerezni hozzá. Kiemelhető közülük a francia negyed, mely infrastruktúrafejlesztéséhez és intézményeihez a várostól is kapott támogatást, ami közvetlenül is kedvező irányba befolyásolta az ott működő vállalkozások piaci helyzetét. Ithevonban azonban kifejezetten multikulturális jelleget mutat a vendéglátóipari egységek kínálatának vegyes földrajzi összetétele (3. táblázat).

4. táblázat. Üzletek és alkalmazottak száma Szöulban, Jongszan kerületben és Ithevon városrészben (2020)

Területi egység	Üzletek száma	Alkalmazottak száma
Szöul	1 211 053	5 868 926
Jongszan	31 507	154 288
Ithevon 1	1 271	4 005
Ithevon 2	551	1 196

Forrás: Szöul Metropolitan City, lakosok regisztrációs és demográfiai adatai

Ithevon kis terület még Jongszanon belül is. Sem az éttermek, sem az üzletek népességhez viszonyított száma (4. táblázat) önmagában nem mutatja meg eléggé Jongszan, vagy akár Ithevon sajátos idegenforgalmi és társadalom- és gazdaságföldrajzi jelentőségét, ám a meleg bárók és éttermek elhelyezkedése egyértelműen kiemelt jelentőséget kölcsönöz a területnek, hasonló szerveződés nincs másutt Koreában.

Hong ugyanakkor nem Harvey Milk, mint ahogy Ithevon átalakulása sem mérhető a Castro negyed San Franciscón túlmutató idegenforgalmi és szimbolikus jelentőségéhez. A területiség szimbolikája és a személyhez kötött társadalmi nyilvánosság azonban itt is jelentős mértékben segített a meleg közösségnek, hogy kilépjen az árnyékból, s jelenlétével hozzájáruljon az elfogadásához is, mint ahogy az is figyelemre méltó, hogy Ithevon egyre nagyobb földrajzi távolságból vonz oda turistákat. A területet meghatározó markáns társadalmi jelenlét ugyanakkor kölcsönhatásban áll a térrel: erőt nyer belőle s egyben visszahat rá, így a terület identitását és a közfelfogásban kijelölt helyét is folyamatosan alakítja. A térről alkotott, a hozzá kapcsolódó retorika átformálta magát a köznyelvet is, a homoszexualitással kapcsolatos hétköznapi szóbeszéd megközelítését és nyelvhasználatát is – még ha magára az értékrendszerre nem is volt alapvető hatással (Lee 2015). Homo Hill továbbra is egy sötét mellékutca, egy kis sikátor, ami a homoszexualitás, mint társadalmi jelenség kizorítottságát is jelképezi, s habár már nem tabu beszélni róla, a közbeszédnek még nem része, nem hétköznapi beszédtema, nem része a hétköznapi térről alkotott fogalmaknak és az arról való gondolkodásnak; más kisebbségi területekkel szemben semmilyen hivatalos támogatást nem kap, sem anyagi-adminisztratív, sem jelképes formában.

Ithevon sajátos helye a koreai főváros dzsentrifikációjában

Szöulban számos, a nyugati nagyvárosokban is megfigyelt és alaposan tanulmányozott dzsentrifikációs mintával találkozhatunk. Láthatunk lakóhelyfejlesztéseket, mellyel olyan magasabb bérletű lakóházak válnak dominánssá az adott városrészben, amit a korábbi munkás lakók alacsony jövedelmeik miatt már nem képesek megfizetni. Kiemelkedő példa Szöulban a városfejlesztési beruházás okozta dzsentrifikációra a Cshonggjecshon patak revitalizációja. Érdekes példák a park, mint beruházói eszközre a Kjongi Vonal Park és a Skygarden

fejlesztési projektek, melyek ugyancsak jelentős áremelkedést váltottak ki az üzleti bérletek és a lakások piacán és ezáltal üzlet, ügyfél és lakosságcsere indukáltak az érintett városrészekben (Koudela 2020, 2021).

A dzsentifikáció spontán módon is bekövetkezhet, melyre Szöulban is látunk példákat. Sok esetben a beköltözők első hulláma, éppen az olcsósága és a városközpontokhoz való közelsége miatt költözik az adott területre, gyakran fiatal művészek közül kerülnek ki a beköltözők, akik számára a városrész elhelyezkedés és „patinája” teszi azt vonzóvá. Ezzel egyúttal sajátos atmoszférát hoznak létre, ami önmagában is felértékeli a területet, s mire az orvosok, ügyvédek és üzletemberek is megérkeznek, az ingatlanárak olyan magasba szöknek, hogy a művészek nagyrésze kénytelen tovább költözni. (Clay 1979; Kerstein 1990) Hasonló folyamat zajlott le Szöul Hongte nevű kerületében is, ami leginkább nyüzsgő művészeti életéről és az indie zene koreai otthonaként ismert. A kerület kormányzati beruházások révén indult fejlődésnek 1999 és 2005 között, ám a művészek, az ingatlantulajdonosok és a mérnökök között feszültség alakult ki – a tulajdonosok spekulációinak révén a bérletek minden ellenőrzést elvesztettek, ami végül a világmárkák üzleteinek és az elegáns kávéházaknak kedvezett, míg a zenei stúdiók és maguk a művészek kénytelenek voltak alacsonyabb bérletű területekre – sokan közülük Ithevonba – költözni. (Cho, M–H. 2010)

Ithevon átalakulását a városrészben megjelenő kulturális vállalkozók indították, ám tudni kell hozzá a következőket. Koreában a legmagasabb a felsőfokú végzettségűek aránya a 25-34 éves népességben belül: míg az OECD országok átlaga 40%, addig Koreában a fiatalok kétharmada felsőfokú végzettséggel rendelkezik. Ugyanakkor a munkanélküliség közöttük az országos átlaghoz képest meglehetősen magas – ez viszonylag általános jelenség a fejlett gazdaságokban. A művészeti ágban tevékeny fiatalok egy jellemző megoldásként – és ez sem csak Korea sajátja – gyakran művészeti vállalkozásba kezdenek, hogy máskülönben akadozó karrierjüket egyengessék. Ithevon átalakulásában kezdeményező erőt jelentett, hogy a két profil nem vált szét. (Kim, J Y 2016) A Homo Hill vendéglátóipari és társadalmi szerepkörének átalakulása egybe esett Ithevon kulturális és művészeti szerepkörének fellendülésével, ezt mindenképpen figyelembe kell venni az előbbi értékelésekor.

Összefoglalás

Homo Hillt létrejöttéhez sajátos módon éppen úgy az amerikai hadsereg meleg katonái hozták létre a történeti kontextust, mint a Castro negyedhez San Franciscóban fél évszázaddal korábban. A társadalmi intézményesülési folyamatok központi szereplői, nem meglepő módon, ugyancsak a bárók és éttermek, s a társadalom alulról történő mobilizálása éppúgy jelentős változásokat ért el, mint ahogy a korlátjai is megmutatkoztak. Egyelőre nem hoztak létre olyan mély területi és politikai változásokat, mint San Franciscóban, és nem változtatták meg a város kulturális képét, ám Ithevon arculatának fejlődését, annak multikulturális jellegét, a szabadság atmoszféráját nagymértékben elősegítették. Noha Ithevon nagyon kis kiterjedésű terület, s a városban inkább tekinthető szegregációnak, mint a környezet szerves részének, szimbolikus átalakulása egyértelműen a multikulturalizmus felé, s nem a kirekesztettség irányába halad. Mindez Szöulban többpólusú átalakulásként értelmezhető, hiszen a kerületben legalább ennyire jelentős szerepe van az Iszlám utcának, a közeli mecsettel, vagy a sztriptíz bárokkal és prostituáltakkal zsúfolt Hooker Hillnek.

Irodalomjegyzék

1. Castells, M. (1983). *The City and the Grassroots*. London: Edward Arnold.
2. Cho, J. (2009). Breaking the Gay Taboo in South Korea. ABC News, May 27, 2009. <https://abcnews.go.com/International/story?id=7351116> (letöltve: 2022. 10. 22.)
3. Cho, M-H. (2010). Envisioning Seoul as a world city: the cultural politics of the hong-Dae cultural district. *Asian Studies Review*, 34(3) 329–347.
4. Chun, S. (2001). Defying the Stigma of a Gender Change. *Korea JoongAng Daily*, June 1, 2001. <http://koreajoongangdaily.joins.com/news/article/Article.aspx?aid=1889733> (letöltve: 2022. 10. 22.)
5. Clay, P. (1979). *Neighborhood Renewal: Middle-class Resettlement and Incumbent Upgrading in American Neighborhoods*. Lexington: Lexington Books.
6. Hong Suk-chun talks about coming out of the closet. *The Korea Herald*, February 4, 2013. <http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20130204000707> (letöltve: 2022. 10. 25.)
7. Kerstein, R. (1990). Stage Models of Gentrification: An Examination. *Urban Affairs Quarterly*, 25(4) 620–639.
8. Kim, J. (2007). Queer Cultural Movements and Local Counterpublics of Sexuality: A case of Seoul Queer Films and Videos Festival. *Inter-Asia Cultural Studies*, 8(4), 617–633.
9. Kim, J. Y. (2016). Cultural entrepreneurs and urban regeneration in Itaewon, Seoul. *Cities*, 56(2) 132–140.
10. Kim, Y. (2013). Itaewon: Going Gangnam Style?. *The Korea Times*, February 14, 2013. http://www.koreatimes.co.kr/www/news/art/2014/04/203_130484.html (letöltve: 2022. 10. 22.)
11. Koreai éttermek évkönyve 2013, Élelmiszerinformációs Központ, Szöul.
12. KOSIS – KOREAN Statistical Information Service. <https://kosis.kr/eng/> (letölve: 2023.01.20)
13. Koudela P. (2020). A városfejlesztés három útja Szöulban. *Tér Gazdaság Ember*, 8(3), 81–108.
14. Koudela P. (2021). Dzsentrifikáció Szöul belvárosában – Cshonggyecshon / Gentrification in Seoul's downtown – Cheonggyecheon. *Földrajzi Közlemények*, 145(1) 32-49. <https://doi.org/10.32643/fk.145.1.3>
15. Lee, E. Y. (2015). *The rhetorical landscape of Itaewon: Negotiating new transcultural identities in South Korea*. PhD Dissertation, Bowling Green State University.
16. Lee, E. Y. (2015). *The rhetorical landscape of Itaewon: Negotiating new transcultural identities in South Korea*. PhD Dissertation, Bowling Green State University.

https://etd.ohiolink.edu/apexprod/rws_olink/r/1501/10?clear=10&p10_accession_num=bgsu1429226367 (letölve: 2023.01.20)

17. Mansury, Y. & Baek, K-H. (2019). Gender inequality among urban households in South Korea. *Regional Science Policy & Practice*, 11(1), 23–38.
18. Markusen, A. R. (1980). City Spatial Structure, Women's Household Work, and National Urban Policy. *Signs*, 5(3), 22–44.
19. Országos Statisztikai Hivatal, Országos Vállalkozási Felmérés (2012), <https://data.seoul.go.kr/dataList/103/S/2/datasetView.do> (letöltve: 2023.01.20)
20. Rowland, A. & Yoo, K. C. (2012). Work to turn S. Korea Army post into urban oasis to begin in 2017. *Stars and Stripes*, 2 May <https://www.stripes.com/news/work-to-turn-s-korea-army-post-into-urban-oasis-to-begin-in-2017-1.176104> (letölve: 2023.01.20)
21. Saegart, S. (1980). Masculine Cities and Feminine Suburbs. *Signs*, 5(3), 92–111.
22. Schober, E. (2014). Itaewon's Suspense: Masculinities, place-making and the US Armed Forces in a Seoul entertainment district, *Social Anthropology*, 22(1), 36–51.
23. Seo, D. (2001). Mapping the Vicissitudes of Homosexual Identities in South Korea. *Journal of Homosexuality*, 40(3-4), 65–78.
24. Szöul Metropolitan City, lakosok regisztrációs és demográfiai adatai, <https://data.seoul.go.kr/dataList/419/S/2/datasetView.do> (letöltve: 2023.01.20)
25. Seoul Queer Cultural Festival (SQCF) History <http://sqcf.org/history> (letöltve: 2020. 04. 16.)
26. Yongsan Statistical Yearbook (2020). (용 산 통 계 연 보) Seoul: Yongsan-gu Office (용산구청장)
27. Zatko, M. (2011). *The Rough Guide to Seoul*. London: Rough Guides.

Helymarketing, mint kutatási téma - szekunder kutatási eredmények a hazai publikációkra vonatkozóan

Majláth Melinda¹, Reicher Regina Zsuzsanna², Pecze Krisztina³, Kolnhofer-Derecskei Anita⁴

DOI: [10.29180/978-615-6342-49-2_19](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-49-2_19)

Absztrakt

2022 októberében a Budapesti Gazdasági Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Karán Településmarketing kutatócsoport alakult Reicher Regina Zsuzsanna⁵ vezetésével. A kutatócsoport célja – többek között – a helymarketing izgalmas területén primer kutatásokat végezni úgy, hogy lehetőség szerint ebbe a folyamatba a Hallgatókat is bevonjuk – mind a TDK (Tudományos Diákköri Konferencia), mind a kutatómódszertani ismeretek erősítésének szándékával. Ennek érdekében először feltérképezzük a településmarketing témakörében eddig megjelent szakirodalmakat és kutatási irányokat, valamint a publikációs lehetőségeket. Ebben a cikkben kifejezetten a hazai publikációkra irányult a figyelmünk, melyek az Magyar Tudományos Akadémia IX. osztályán belül ezzel a – regionális gazdaságtan és a gazdaságtudományok (azon belül elsősorban a marketing) határterületén fekvő – témával foglalkoznak. A cikk célja az eddig megjelent hazai publikációk feltérképezése fellelhetőség, időbeli alakulás és relevancia szempontjából. Eredményeink egyértelműen jelzik, hogy az elmúlt 3 évtizedben a településmarketing kutatása elmélyült és kiszélesedett: sokféleképpen közelítették meg a témát, kialakultak egyértelmű viszonyítási pontok, hivatkozási alapok.

Kulcsszavak: helymarketing, regionális gazdaságtan, szekunder kutatás, településmarketing

Bevezetés

Philip Kotler, a marketing egyik legismertebb ikonja már 1986-os munkájában bevezette a helymarketing (place marketing, geographical marketing) fogalmát. Kotler értelmezésében a helymarketing „célja az egyes helyek iránti attitűd és viselkedés kialakítása, fenntartása és megváltoztatása”. (Kotler 1986, p. 690.). Ennek érdekében azt javasolja a régióknak, településeknek, hogy ahelyett, hogy kormányzati programokra és segítségre várnak, proaktív módon, üzleti szervezetként gondolkodva, vonzó termékként definiálják településüket különböző célcsoportjaik (lakók, vállalkozások, turisták, befektetők) számára. Ehhez az infrastruktúra modernizálása, helyi vállalkozások ösztönzése, egyedi helyi attrakciók, szolgáltatás-barát kultúra révén vezet az út – emellett pedig ők is külön kiemelik az ezekről való hatékony kommunikáció fontosságát (Kotler et al., 2002). A helymarketing témája tehát a regionális gazdaságtan és a marketing tudományterületének összefonódásaként értelmezhető.

A hazai szakirodalomban Piskóti szerint a helymarketing:

„egy sajátos településpolitikai, fejlesztési eszköz, melynek célja, hogy előmozdítsa a lakók és a település érdekében munkálkodó, cselekvő intézmények, cégek, egyének igényeinek, érdekeinek kielégítését” (Piskóti, 2022, 11. old), valamint „a társadalmi marketing olyan

¹ Budapesti Gazdasági Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Kar, Üzleti Gazdaságtan Tanszék, e-mail: majlath.melinda@uni-bge.hu

² Budapesti Gazdasági Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Kar, Menedzsment Tanszék

³ Budapesti Gazdasági Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Kar, Menedzsment Tanszék

⁴ Budapesti Gazdasági Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Kar, Üzleti Gazdaságtan Tanszék

⁵ A kutatócsoport tagjai: Kádár Beáta (Sapientia), Kolnhofer-Derecskei Anita, Majláth Melinda, Pecze Krisztina.

integrált megjelenése, ahol az üzleti és társadalmi érdekek, marketingmódszerek modell értékűen összehangolhatók” (Piskóti, 2022, 2.old).

Ez a jelenlegi, domináns megfogalmazás a városmarketinget (helymarketinget) „probléma-, ügyorientált társadalmi marketing”-ként értelmezi (Piskóti & Papp-Váry, 2018 p44.) .Mindezt pedig úgy kell megvalósítania, hogy a célcsoportok érdekeit felméri, azok felé igyekszik vonzó kínálatot kialakítani és ezt hatékonyan kommunikálni a célcsoportok felé.

A helymarketing hazai publikációi

Az első fontos aspektus magának a „hely”-nek a definiálása. Piskóti (2018) a helymarketingen belül megkülönböztet ország-, régió-, megye-, járási-, és településmarketinget. Ezek a szintek összekapcsolódnak, hiszen a nagyobb egység stratégiája határozza meg – részben – a kisebb egység feladatait, az egyes szinteken belül pedig a régiók, megyék, települések versenyeznek egymással (Piskóti, 2018). Érdekes újdonság, hogy egyes esetekben ennél kisebb egységekre is irányulhatnak a témában kutatások pl. egyes településrészekre (pl. Kiss et al., 2021., a budapesti bulinegyedről túlturizmus fókusszal).

Hazánkban a helymarketing – elsősorban elméleti megközelítésben – a hazai önkormányzati rendszer kialakulásával, tehát a rendszerváltást követően született meg. A városfejlesztés marketing-szemléletű megközelítése és a régiók közötti verseny és együttműködés a globalizáció erősödésével, a nemzetközi körfogásba való bekapcsolódással további lökést, ösztönzést kapott. A kutatott terület szempontjából kiemelten fontos és releváns a hazai szakirodalom vizsgálata, hiszen a településmarketing - definíció szerint - igényli a helyi adottságok és lokális problémák ismeretét, valamint azt is, hogy az e területre vonatkozó írások gyakorlati felhasználás céljából szülessenek, és ennek megfelelően magyar nyelven – vagy magyar nyelven is – megjelenjenek.

Elsőként a témában született könyveket vettük számba. A MeRSZ (Magyar Elektronikus Referenciamű Szolgáltatás) adatbázisa 23 találatot jelez „településmarketing” szóra, ám ezek nagy része azért jelenik meg találatként, mert hivatkozva valahol Piskóti legalább egyik korábbi publikációját. Itt a keresésnél a gazdaság, turizmus, marketing és regionális gazdaság témakörök kapcsán jelennek meg könyvek. („Helymarketing” keresőszóra csak 6 kiadvány jelenik meg). Piskóti és szerzőtársai már 1997-ben publikálták tankönyvüket Régió- és településmarketing címmel, amire később más hazai szerzők is előszeretettel támaszkodtak. A könyv súlyát jelzi, hogy a mai napig ez a könyv, illetve ennek későbbi kiadásai a témában legtöbbször hivatkozott művek. Szintén az elsők között (2002-ben) jelent meg Kozma Gábor: Terület- és településmarketing tankönyve, mely geográfus és földrajz szakos hallgatóknak készült, és több kiadást is megért. A szerző a téma nemzetközi tekintélyének számító Gregory Ashworth-szel dolgozhatott együtt – aki Voogh-gal közösen írta az „A város értékesítése” című, 1997-ben magyarul is megjelent könyvét – így műve szintén releváns alapot ad a hazai publikációkhoz. Érdemes még megemlíteni a Buskó Tibor László és Tózsza István által írt 2018-as Településmarketing jegyzetet, amely kifejezetten önkormányzati szaktanácsadó készítéshez készült.

1. táblázat A helymarketing témaköreire vonatkozó publikációk száma a Google Scholar, az MTMT (Magyar Tudományos Művek Tára) és a MATARKA (Magyar folyóiratok tartalomjegyzékeinek kereshető adatbázisa) adatbázisában (2022. okt. 25-i állapot)

Kifejezés	Találatok száma		
	Google Scholar	MTMT	MATARKA (kulcsszó)
Helymarketing	142	13	2
Országmarketing	75	1	2
Régiómarketing	78	18	3

Megyemarketing	16	0	1
Településmarketing	722	127	25
Városmarketing	528	55	29

Forrás: MTMT, Google Scholar, MATARKA, 2022. 10. 25-i letöltés alapján; saját szerkesztés

A témában publikált szélesebb körű hazai irodalmak felkutatását először a Google Scholar és az MTMT és a MATARKA adatbázisát vizsgálva tettük meg. A Google Scholar oldalán végzett első keresésünk a „településmarketing vagy városmarketing vagy helymarketing” keresőszavakra irányult. Ez 1130 találatot generált (2022. október 25.), helymarketing kifejezés nélkül pedig 1080 találatot kaptunk. Megfigyelhető, hogy a hazai szóhasználatban nem az általánosabb jelentésű „helymarketing” kifejezés terjedt el, hanem a település- és a városmarketing kifejezések, illetve a régiómarketing. Hasonló tapasztalatok levonhatók mind az MTMT mind a MATARKA felületén végzett keresések eredményeiből, ezt mutatja a 1. táblázat.

Közelebről megvizsgálva a publikációk időbeli eloszlását, a településmarketing keresőszóra a Google Scholar-ban 2022. október 25-i állapot szerint 722 találatot kapunk (amiből néhány a téma vagy nyelv miatt nem releváns, így itt 690 publikációval számoltunk), az MTMT-ben pedig 127-et. Mivel a városmarketing kifejezés is gyakran használatos a település jellegének megfelelően, így a keresést erre a fogalomra is elvégeztük (Itt a Google Scholar 528 találatából 507 volt releváns). Az alábbi táblázat mutatja a publikálás éve alapján a gyakoriságokat a két keresőszóra kapott találatokra.

A táblázat adatai azt mutatják, hogy a 90'-es évek óta a Google Scholar-ban folyamatosan növekszik a településmarketinggel és a városmarketinggel foglalkozó hazai publikációk száma. Az MTMT-ben ehhez képest nagyobb visszaeséseket is láthatunk a 2006-2010 közötti időszakban, illetve a 2016-2020 közötti időszakokban. Az újabb, 2021-2025 közötti 5 éves periódusra vonatkozóan a számok biztatóak, hiszen ebből az időszakból még nem telt el 2 év, és a publikációs számok nagyjából ennek az aránynak megfelelően alakulnak az előbbi 5 éves periódushoz viszonyítva.

2. táblázat: A településmarketinggel és városmarketinggel foglalkozó, magyar nyelvű publikációk száma megjelenés ideje szerinti bontásban

Időszak	Településmarketing kifejezés		Városmarketing kifejezés	
	Google Scholar	MTMT	Google Scholar	MTMT
-1990	0	0	2	0
1991-1995	1	2	12	4
1996-2000	29	7	38	13
2001-2005	53	26	36	3
2006-2010	110	20	64	5
2011-2015	187	35	112	16
2016-2020	242	18	176	10
2021-2022	68	19	67	4
Összesen	690	127	507	55

Forrás: <https://scholar.google.com/>; <https://m2.mtmt.hu/>; saját szerkesztés

A településmarketing témakörében leggyakrabban hivatkozott műveket a Google Scholar és az MTMT idézettségi adatai alapján azonosítottuk. A témát annak teljes komplexitásában bemutató, már fentebb említett könyvek (Piskóti és társai (1997 és 2002), Kozma (2002) és

Tózsza (2014)) idézettsége jelentős, ezeken túl pedig a Tér és Társadalom című folyóirat több cikke dominálja a leggyakrabban idézett művek listáját (Enyedi (1995), Kozma (1995), Rechnitzer (1995), Fojtik (1999), Jankó (2002)).

A helymarketing interdiszciplináris volta indokolja, hogy a regionális gazdaságtan oldaláról is megvizsgáljuk a témával kapcsolatos hazai publikációkat. Az MTA IX. szakosztályán belül a Regionális Tudományokhoz és a Gazdaságtudományokhoz kapcsolható folyóirat-lista képezte a kutatásunk kiindulási alapját. A regionális tudományokhoz köthetően a listán 59 magyar kiadású, és magyar nyelvű (vagyis hazai célközönség számára szóló) folyóirat szerepel, ebből nyolcat soroltak „A”, azaz legmagasabb minősítésű kategóriába.

3. táblázat: A városmarketing/településmarketing témában megjelent publikációk száma a Regionális Tudományokhoz és Gazdaságtudományhoz tartozó A kategóriás folyóiratokban

Folyóirat címe	Online oldal	Hányszor szerepel az archívumban találat a marketing kifejezésre?	Hány köthető a város/település-marketing témához?
Földrajzi Értesítő (1950-2008)	https://adt.arcanum.com/hu/collection/FoldrajziErtesito/	88	5
Jogtudományi Közlöny	https://orac.hu/Jogtudomanyi_Kozlony	0	0
Közgazdasági Szemle	http://www.kszemle.hu/	156	0
Statisztikai Szemle	https://www.ksh.hu/statszemle	539	113
Szociológiai Szemle	https://szociologia.hu/szoc-szemle	0	0
Tér és Társadalom	https://tet.rkk.hu/index.php/TeT	193	35
Területi Statisztika	https://www.ksh.hu/terstat	100	7
Új Magyar Közigazgatás	https://kozszov.org.hu/index.php/uj-magyar-kozigazgas	nincs online keresője	nincs online keresője
Sigma	https://www.sigma.ktk.pte.hu/	4	0

Forrás: táblázatban szereplő honlapok; saját szerkesztés

A gazdaságtudományokhoz kapcsolhatóan 48 hazai folyóirat van, ebből mindössze 3 „A” kategóriás (Közgazdasági Szemle, Statisztikai Szemle és Sigma). Mindegyik folyóirat kiadóját, illetve hivatalos online oldalát felkerestük. Az archívumokban a marketing kifejezésre kerestünk, majd ezt szűkítettük a város- és településmarketing kifejezésre. Látható, hogy a témában releváns magas minősítésű A kategóriás folyóiratok közül a 2008-ig a Földrajzi Értesítő, majd a Tér és Társadalom szerepel fontos forrásként. A Központi Statisztikai Hivatal által kiadott két folyóirat ugyancsak jelentős számban jelentetett meg a

témában cikkeket. A Tér és Társadalom folyóiratának 1995-ben megjelent 9. évf. 1-2. száma kifejezetten a településmarketing témakört járja körül. Ebből a számból három összegző cikket szeretnénk kiemelni, elsőként a városmarketinget bemutató Kozma Gábor anyagát, aki a városmarketinget „a várospolitikai újfajta, piacközpontú megközelítéseként” definiálja (Kozma, 1995). A marketing oldaláról Törőcsik Mária (1995) cikkét, mely a települések, területek identitása (Corporate Identity) alapján indul el. Végül a fenti keresés esetében irányadó anyagnak tartjuk még Rechnitzer János összefoglaló munkáját, amely a település és területfejlesztést járja körbe regionális gazdasági szempontból a marketing szemüvegén át. Ez utóbbi két cikk kitűnően rámutat a téma két tudományterületről (marketing, illetve regionális gazdaságtan) való vizsgálódására, hiszen mindkettő a településfejlesztésben hasznosítható marketing eszközöket és gyakorlatot elemzi. Később, 2000-ben Gordon Tamás már konkrét mérésen alapuló rangsort állít fel a nagyvárosok között, rámutatva a városmarketing lehetséges mérésének módszertanára (Gordon, 1995).

A téma regionális voltából adódóan, a korábban említett település-, városmarketing, helymarketing keresőszavakon túl a településfejlesztés, területfejlesztés, regionális és vidékfejlesztés, település- és területidentitás keresőszavak is alkalmasak lehetnek a helymarketinggel összefüggő kutatások megalapozásához.

Az A kategória mellett a B, C, és D kategóriás folyóiratok ugyancsak publikációs lehetőségként jelennek meg ilyen jellegű cikkek szerzői számára, sőt kereséseink során találtunk kifejezetten erre a témára hangolt különszámokat is (mint például a Gradus folyóirat 8. évfolyam 4. száma 2021-ben Kecskemét településmarketing témájában). Ebben a tanulmányban – a limitált terjedelem miatt – nem tértünk ki ezek elemzésére.

A jövőben kutatásunkat kiterjesztjük a nemzetközi irodalom feltérképezésére, mely során a szisztematikus irodalmi feldolgozás lépéseit (systematic review process) követve (Phillips & Barker 2021), kirajzolódhat az a kutatási rés, ahova majd az empirikus primer kutatásainkat irányítjuk.

Irodalomjegyzék

1. Ashworth, G. J., & Voogd, H. (1997). A város értékesítése: marketingszemlélet a közösségi célú várostervezésben. Közgazdasági és Jogi Kiadó.
2. Enyedi, Gy. (1995). Városversenyt, várospolitikát, városmarketinget. Tér és Társadalom, 9(1-2), 1-3. doi: 10.17649/TET.9.1-2.321
3. Fojtik, J. (1999). Városmarketing az Interneten – lehetőségek és eredmények Tér és Társadalom, 13: 1-2 pp. 75-88. doi.org/10.17649/TET.13.1-2.513
4. Gordos, T. (2000). A városmarketing néhány kérdése, Tér és Társadalom, 14(2-3), o. 183–193. doi: 10.17649/TET.14.2-3.585.
5. Jankó, F. (2002) A hely szelleme, a településimage és településmarketing, Tér és Társadalom 16: 4 pp. 39-62. doi: 10.17649/TET.16.4.862
6. Kiss, K., Molnár-Csomós, I. E., & Kincses, F. (2021). Buli van? – Mitől lehet vonzó Budapest VII. kerülete a hazai fogyasztók számára?. Turizmus Bulletin, 21(4), 43-51. doi: 10.14267/TURBULL.2021v21n4.5 –

7. Koltai, Z. (2006). A magyar lakosság és vállalati szféra lakó-, illetve telephelyválasztásának szempontjai. *Területi Statisztika*, 3, 240-254.
8. Kotler, P. (1986). *Principles of Marketing*, Prentice-Hall
9. Kotler, P., Haider, D., & Rein, I. (2002). *Marketing Places: Attracting Investment. Industry, and Tourism to Cities, States, and Nations*, The Free Press, New York. ISBN 978-0-7432-3636-2
10. Kozma, G. (1995). Városmarketing mint a helyi gazdaságfejlesztés egyik lehetséges eszköze, *Tér és Társadalom*, 9(1-2), o. 37–54. doi: 10.17649/TET.9.1-2.326.
11. Kozma, G. (2002). *Terület- és településmarketing - Geográfus és földrajz tanár szakos hallgatók számára*, Kossuth Egyetemi Kiadó, Debrecen, 150p.
12. Kozma, G. (2007.) *Terület- és településmarketing. Egyetemi jegyzet*, 4. javított és bővített kiadás, Kossuth Egyetemi Kiadó, Debrecen, 178. p.
13. Phillips, V., Barker, E. (2021). Systematic reviews: Structure, form and content. *Journal of Perioperative Practice*. 31(9):349-353. doi:10.1177/1750458921994693
14. Piskóti, I., Dankó, L., Schupler, H., Büdi, L. (1997). *Régió és településmarketing Miskolc, Magyarország: Miskolci Egyetem*, 362 p. ISBN: 9636613141
15. Piskóti, I. (2018). *Bács-Kiskun megye marketingstratégiája 2018-2024, vitaanyag.* <https://docplayer.hu/116012446-Bacs-kiskun-megye-marketingstrategiaja.html>
Letöltve 2022. nov. 13.
16. Piskóti, I. (2022). *A coopetition-modell új dimenziói a helymarketingben,* https://start.uni-neumann.hu/telemarket/kiadvanyok/2022-1/03_Piskoti_Istvan.pdf
Letöltve 2022. nov. 11.
17. Piskóti, I., Papp-Váry, Á. (2018). A sikeres városmarketing keretrendszere – a 10 legfontosabb összetevő. *Márkamonitor No 2*. p.44-46.
18. Rechnitzer, J. (1995). Vázlatpontok a településmarketing értelmezéséhez és kidolgozásához, *Tér és Társadalom*, 9(1-2), o. 5–16. doi: 10.17649/TET.9.1-2.322.
19. Töröcsik, M. (1995). Település- és területidentitás kialakítása marketing eszközökkel, *Tér és Társadalom*, 9(1-2), o. 17–23. doi: 10.17649/TET.9.1-2.323.

Szisztematikus szakirodalmi áttekintés a marketing, valamint a változás- és válságmenedzsment közötti összefüggésekről: A lehetséges kapcsolódási pontok feltérképezése

Máté Zoltán¹, Oravecz Titanilla², Pólya Éva³

DOI: [10.29180/978-615-6342-49-2_20](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-49-2_20)

Absztrakt

Jelen felgyorsult világunkban a változás állandó jelenség, amely folyamatosan lépéseket követel a gazdasági szereplőktől. A tanulmány elsősorban marketing aspektusból vizsgálja a változásokat, valamint annak egyik speciális esetét, a válságok menedzselését. Ennek érdekében összegyűjtöttük és szisztematikus áttekintés keretében szintetizáltuk a marketing és a változás-, valamint válságmenedzsmenttel kapcsolatos kutatási eredményeket a PRISMA modell alapján. A vizsgálat elsődleges célja a jövőbeli kutatási irányok azonosítása a szakirodalom szisztematikus elemzése alapján. A kutatást a Budapesti Gazdasági Egyetem, Változás és Alkalmazkodás Kutatóműhely keretein belül végezzük. A Kutatóműhely 2022 őszi alakult azzal a céllal, hogy olyan magas minőségű alkalmazott kutatásoknak adjon teret, amelyek eredményei beépíthetők az oktatásba, és amelyek alkalmasak arra, hogy a gazdasági élet szereplői is hasznosítsák azokat. A szisztematikus adatgyűjtés során 372 darab cikk került beazonosításra, a nem releváns publikációk kizárása után összesen 112 releváns cikket elemeztünk. A vizsgálatba bevont irodalmak jellemzően általános menedzsment, digitalizáció, marketing, stratégiai menedzsment, változásmenedzsment, turizmus és COVID-19 témakörében jelentek meg.

Kulcsszavak: marketing, változásmenedzsment, válságmenedzsment, PRISMA modell, szakirodalmi áttekintés

Bevezetés

Az elmúlt években végbement gazdasági és társadalmi események jelentős hatás gyakoroltak mind a gazdasági, politikai, mind a szociokulturális rendszerekre. Ezek az események alapjaiban befolyásolták a vállalati marketing tevékenységeket, a kereskedelem és a fogyasztói magatartás számos területét, hiszen sok esetben atipikus viselkedési formákat eredményeztek (Zaky et al., 2022), melyre az egyes piaci szereplők nem mindig készültek fel időben. A válság, amivel ezen szereplőknek szembe kellett nézniük és meg kellett küzdeniük egy olyan kiszámíthatatlan eseménysorozatot testesített meg, amely számos zavaró körülménnyel járt együtt, súlyosan próbára téve teljesítményüket, valamint az érdekelt felek elvárásait. A normális rend destabilizálódott, ami jelentős beavatkozást igényelt és instabilitást teremtett (Moi – Cabiddu, 2022). A válságok nem lineáris és kiszámítható események, hanem inkább időbeli részesemények sorozatát foglalják magukban, amelyek jelentős negatív következményekkel járhatnak a vállalatok számára, ha nem kezelik őket megfelelően (Lai – Wong, 2020). Az elmúlt időszak elsősorban külső okokra visszavezethető válság, amely olyan előre nem látható és elkerülhetetlen helyzetből adódott, amely nem kapcsolódott közvetlenül a vállalkozásokhoz (Thakur – Hale, 2022).

A válság által előidézett változásokhoz történő minél gyorsabb alkalmazkodás létfontosságú a kis- és középvállalkozások számára versenyképességük megőrzése érdekében. A nehéz időkben a szervezeteknek rugalmasnak kell lenniük, és olyan alkalmazkodó stratégiákat kell

¹ Budapesti Gazdasági Egyetem, Külkereskedelmi Kar, Marketing Intézet

² Budapesti Gazdasági Egyetem, Külkereskedelmi Kar, Marketing Intézet, e-mail: oravecz.titanilla@uni-bge.hu

³ Budapesti Gazdasági Egyetem, Külkereskedelmi Kar, Marketing Intézet

alkalmazniuk, amelyek hatékonyan reagálnak a változó környezetre (Shi et al., 2021). A rugalmasság megközelítésére egyre inkább a holisztikus megközelítés jellemző, amely a rugalmasságot különböző vállalati területek (technológia, emberi erőforrások, műveletek, marketing, pénzügy és menedzsment) együttesére vonatkoztatja (Phillips – Wright, 2009). A jelenlegi üzleti környezet továbbra is gyorsan változó, viharos és kiszámíthatatlan, a rugalmasság iránti igény és a változásra történő megfelelő reagálás egyre égetőbbé válik.

Kutatási kérdések és célok

A Budapesti Gazdasági Egyetem a Változás és Alkalmazkodás Kutatóműhely keretein belül a válságok és konfliktusok hatását vizsgáljuk, jellemzően a marketing és kereskedelem különböző területein. A változásokhoz történő alkalmazkodás létfontosságú, az ehhez szükséges legfontosabb marketingstratégiai döntések ismerete pedig elengedhetetlen a vállalkozások számára. Ebben a folyamatban a fogyasztói attitűdök kutatása továbbra is aktuális kérdés, hiszen a vállalati marketing stratégia és az ebből következő cselekvési programok megalapozásához a termékkel és szolgáltatásokkal kapcsolatos fogyasztói attitűdök ismerete a jelenlegi piaci viszonyok, az intenzív versenykörülmények között mind fontosabbá válik. A vállalkozásoknak naprakész információkkal kell rendelkezniük a fogyasztói magatartásban bekövetkezett változásokról, ezért a kutatás kitér a legújabb vásárlói trendek megismerésére is (tudatos tervezés; bevásárló lista; takarékoskodás; pánikvásárlás, digitalizáció, online vásárlás; fenntarthatóság témájának háttérbe szorulása stb.). Ennek érdekében a tanulmány a marketing és a változás-, valamint válságmenedzsment összefüggéseit vizsgálja szisztematikus szakirodalmi áttekintés keretében. Célunk a témán belül a jövőbeli lehetséges kutatási irányok azonosítása az eredmények alapján.

Anyag és módszer

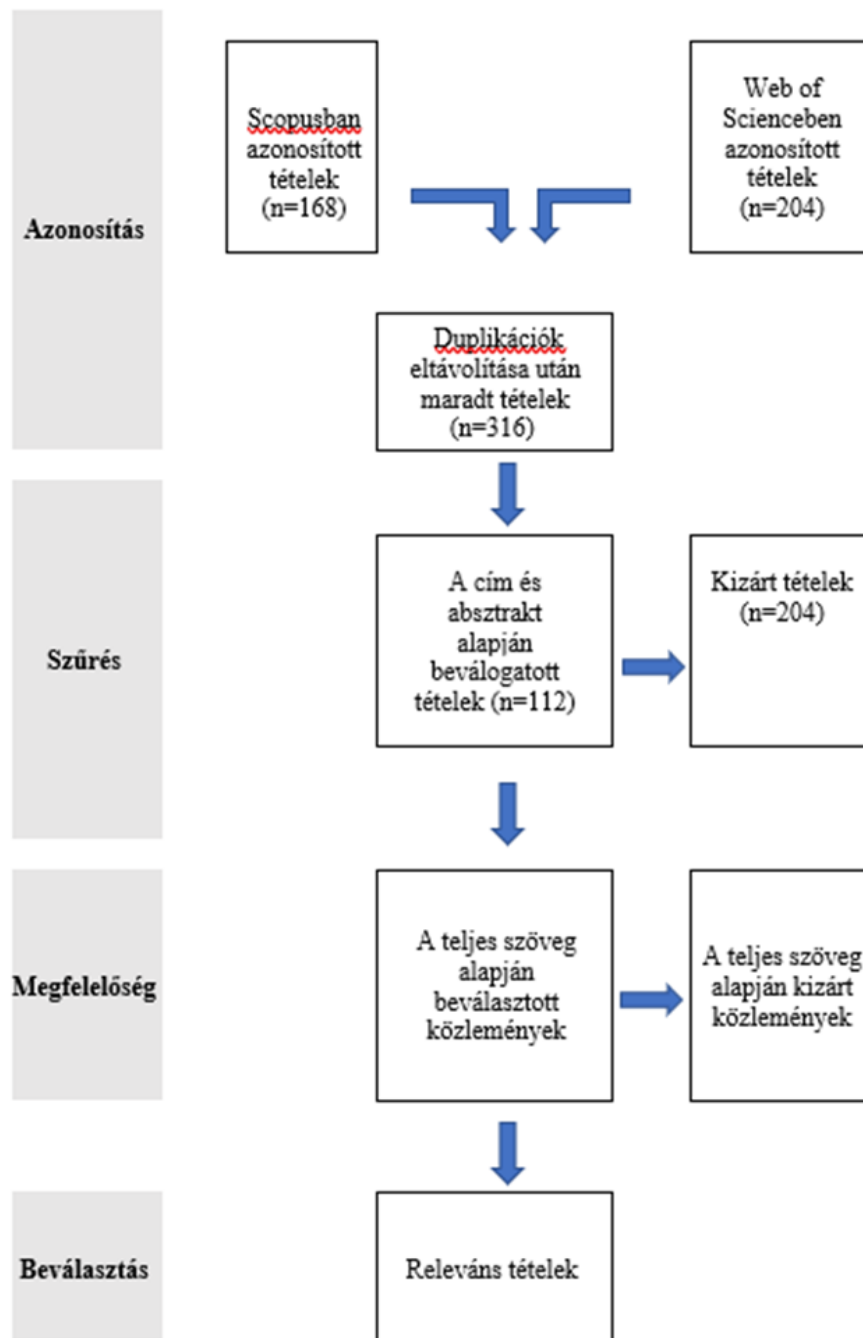
A szisztematikus adatgyűjtési és elemzési folyamat a PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses) irányelvek alapján valósult meg (Kamarási – Mogyorósy, 2015; Page et al., 2021). Első lépésként a felülvizsgálati protokoll, a pontos azonosítási, szűrési, beválasztási, kizárási és megfelelőségi kritériumok, valamint a keresési stratégia került meghatározásra. A cél olyan publikációk kiválasztása volt, amelyek egyszerre foglalkoznak a marketinggel, valamint a változás-, és válságmenedzsmenttel kapcsolatos kérdésekkel a „Business, Management and Accounting” tárgyterületen. Az adatgyűjtés 2022 október 29-én történt a Scopus és a Web of Science online adatbázisok használatával. A keresést a 2008-as válságot is érintő (2007-ben vagy később megjelent, 2022-ig bezárólag), angol nyelvű tudományos cikkekre korlátoztuk, amik a Scopus adatbázisban a „Business, Management and Accounting”, a Web of Science adatbázisban a „Business” és „Management” tárgyterülethez tartoznak. A keresés során a „marketing” és „változásmenedzsment”, valamint a „marketing” és „válságmenedzsment” kulcsszavakat használtuk angol nyelven, a publikációk címére, absztraktjára és kulcsszavaira vonatkozóan.

Eredmények

A szűrés összesen 372 cikket eredményezett, ebből 168 a Scopus és 204 a Web of Science adatbázisban volt elérhető. A duplikátumok eltávolítása után 316 cikk került felülbírálatra a címük és absztraktjuk alapján. Ha a felülbírálati döntés során a cím és az absztrakt áttekintése nem volt elegendő, úgy a cikkek többi részét is megvizsgáltuk. A nem releváns cikkek kizárása után 112 releváns cikk kerül részletes elemzésre a jövőben, ebből 42 publikáció a változásmenedzsment, 70 publikáció válságmenedzsment témakörben. Az irodalmak kiválasztásának folyamatát az 1. ábra mutatja be, a PRISMA modell alapján. A kutatás jelenleg a megfelelőség vizsgálatának szakaszában tart, ami azt jelenti, hogy a teljes szövegek tanulmányozása után döntünk arról, hogy az adott publikáció releváns-e vagy sem, vagyis

bekerül-e a végső elemzésre szánt adatbázisba.

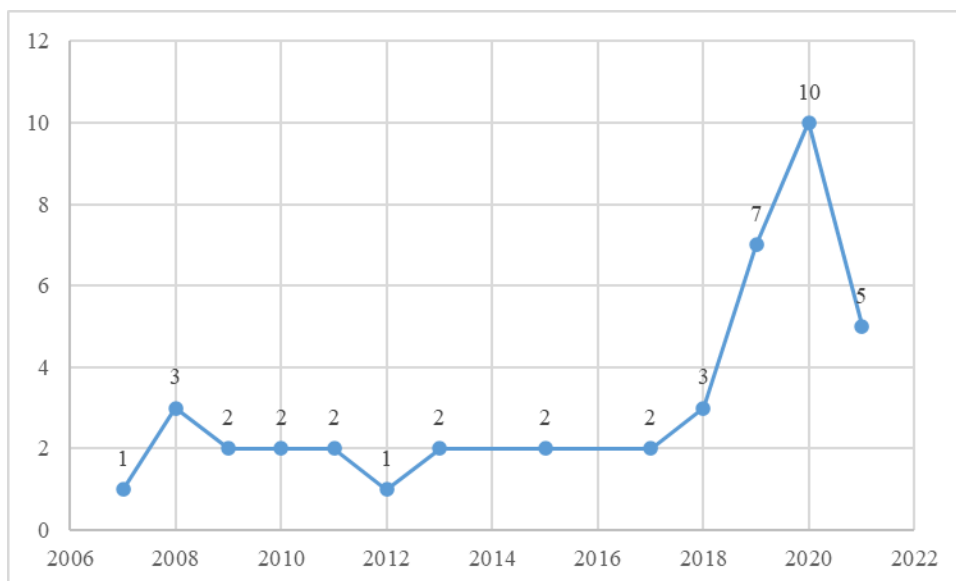
1. ábra: A szakirodalom kiválasztásának folyamatábrája a PRISMA modell alapján.



Forrás: saját munka

A szűrés alapján kiválasztott cikkek időbeli eloszlása jól szemlélteti a téma egyre növekvő aktualitását és jelentőségét. A marketing és változásmenedzsment kapcsolatát vizsgálva megállapíthatjuk, hogy 2019-től jelentősen megnövekedett a cikkek száma az előző évek egyenletes eloszlásához képest, 2020-ban keletkezett a legtöbb publikáció. A 2. ábra az adott évben megjelent kiválasztott publikációt számát mutatja be.

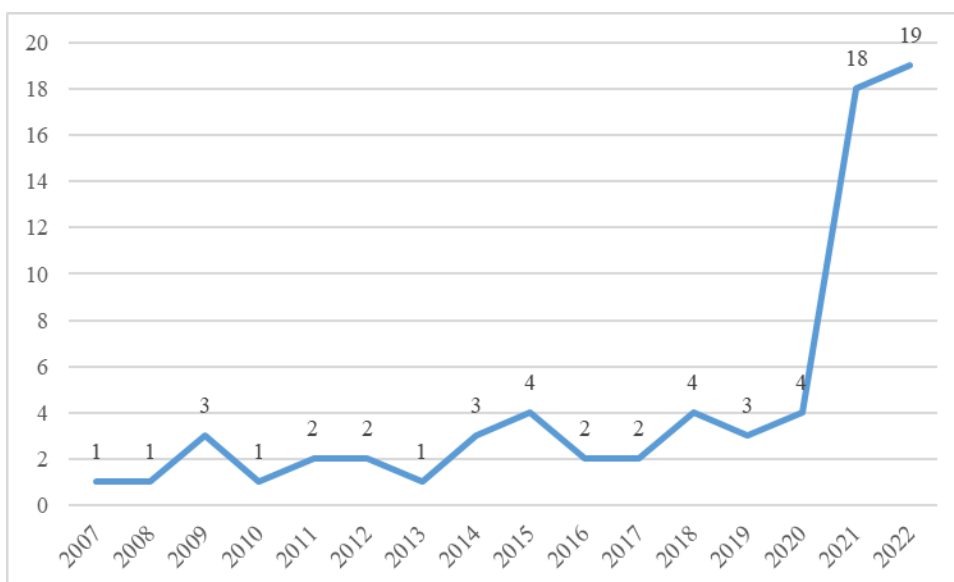
2. ábra: A marketing és változásmenedzsment témakörben megjelent publikációk száma 2007 és 2022 között.



Forrás: saját munka

A válságmenedzsment témakörben hasonló ugrásszerű növekedés figyelhető meg a publikációk időbeli eloszlását vizsgálva az elmúlt évek alapján (3. ábra). 2021-ben 18, 2022-ben eddig 19 cikk keletkezett a témában.

3. ábra: A marketing és válságmenedzsment témakörben megjelent publikációk száma 2007 és 2022 között.



Forrás: saját munka

A marketing és változásmenedzsment témában keletkezett cikkek jellemzően öt fő csoportba voltak besorolhatók. A legtöbb publikáció (15) általánosan a válságmenedzsment témával foglalkozott, általános menedzsment témában 8 tanulmány, stratégiai menedzsment témában 7 cikk jelent meg, marketing területen szintén 7 cikket jegyeztek. A marketing témához 5

publikáció volt szorosan köthető. Témakörönként a publikációk szerzőit, a tanulmány megjelenésének évével az 1. táblázat szemlélteti részletesen. A digitalizáció kérdése a cikkek többségében felmerült. A publikációk jelentős része érinti a stratégiai menedzsment területeit, több cikk keletkezett márkázással, kommunikációval és innovációval kapcsolatban.

1. táblázat: A marketing és változásmenedzsment témakörben megjelent publikációk témakörönként, 2007 és 2022 között.

Témakör	Szerző(k)	Évszám
Általános menedzsment	Pereira, VR; Maximiano, ACA; Bido, DD	2019
	Durmanov, A; Bartosova, V; Drobyazko, S; Melnyk, O; Fillipov, V	2019
	Popescu, DI	2017
	Currey, P; Somogyi, S; Ariyawardana, A	2017
	Jebarajakirthy, C; Thaichon, P	2015
	Tariq, MU	2013
	Hlavinka, K	2011
	Keillor, BD	2007
Digitalizáció	Tohanean, D; Buzatu, AI; Baba, CA; Georgescu, B	2020
	Kaiser, I; Stummer, C	2020
	Federico, F	2020
	Lee, PY; Lau, KW	2019
	Ivancic, L; Vuksic, VB; Spremic, M	2019
Marketing	Shi, FF; Shi, D; Weaver, D; Chavez, CES	2021
	Kuoppakangas, P; Suomi, K; Clark, P; Chapleo, C; Stenvall, J	2020
	Mero, J; Tarkiainen, A; Tobon, J	2020
	Urbinati, A; Chiaroni, D; Chiesa, V; Frattini, F	2020
	Levin, E; Thaichon, P; Quach, S; Lobo, A	2018
	Lau, KC; Lim, L	2018
	Kaufmann, HR; Vrontis, D; Czinkota, M; Hadiono, A	2012
Stratégiai menedzsment	Karpenko, Y; Kuznetsova, I; Chykurkova, A; Matveyeva, M; Hridin, O; Nakonechna, K	2021
	Pumaleque, AAP; Carbajal, NC; Silva, MVN; Pumaleque, LBP	2021
	Jami Pour, M; Hosseinzadeh, M; Amoozad Mahdiraji, H	2021
	Fayyaz, A; Syed, J	2020
	Chebbi, H; Yahiaoui, D; Sellami, M; Pappasolomou, I; Melanthiou, Y	2020
	Koskinen, KU	2015
	Schiavone, F	2011
Változásmenedzsment	Vrtana, D; Rosnerova, Z; Krizanova, A	2021
	Al Bazie, N; Braganza, A	2020
	Sicakyuz, C; Yuregit, OH	2020
	Purcell, WM; Chahine, T	2019

	O'Reilly, C; Binns, AJM	2019
	Dasser M	2019
	Gupta S	2018
	Popescu DI, Popa I	2013
	Finney, S; Scherrebeck-Hansen, M	2010
	van de Vrande, V; Vanhaverbeke, W; Gassmann, O	2010
	Phillips, PA; Wright, C	2009
	Hameri, AP; Hintsu, J	2009
	Coelho, F; Easingwood, C	2008
	Davidaviciene, V	2008
	Haynes, BP; Marja Rasila, H; Nenonen, S	2008

Forrás: saját munka

A marketing és válságmenedzsment témában keletkezett publikációk központi témája jellemzően a Covid-19 járvány okozta válság volt (21). A turizmus és vendéglátás területén is magas a publikációk száma (11), a koronavírus-járvány hatásával a turizmus területén 10 publikáció foglalkozott. A KKV-k válaszreakciót a válságokra több cikk is elemzi, jellemzően marketing vagy menedzsment témakörben (2. táblázat). Marketing területen kiemelten magas a publikációk száma (20), menedzsment területen 8 tanulmányt találtunk.

2. táblázat: A marketing és válságmenedzsment témakörben megjelent publikációk témakörönként, 2007 és 2022 között.

Témakör	Szerző(k)	Évszám
COVID-19	Salama WME, Mansour H,	2022
	Fillis I, Lehman K, Rentschler R, Lee B	2022
	Kogut CS, Mejri K	2022
	Zaky A, Mohamed H, Saxena G	2022
	Gkouna O, Tsekouropoulos G, Theocharis D, Hoxha G, Gounas A	2022
	Russo-Spena T, Cristina M, Kaartemo V, Caputo F, Marzullo M	2022
	Leonidou LC, Aykol B, Fotiadis TA, Marinova S, Christodoulides P	2022
	Thakur R, Hale D	2022
	Ozanne LK, Chowdhury M, Prayag G, Mollenkopf DA	2022
	Moi L, Cabiddu F	2022
	Pedersen CL, Ritter T	2022
	Kubiczek J, Derej W	2021
	Almutairi FA	2021
	Abuhussein T, Barham H, Al-Jaghoub S	2021
	Ratten V,	2021
	Salamzadeh A, Dana LP,	2021
	Salam MT, Imtiaz H, Burhan M	2021
	Chan J, Gao YX, McGinley S	2021
	Burhan M, Salam MT, Hamdan OA, Tariq H,	2021
	Schoeman A, Bick G, Barnardo C,	2021

	Opute AP, Iwu CG, Adeola O, Mugobo VV, Okeke-Uzodike OE, Fagbola O, Jaiyeoba O	2020
COVID-19, Turizmus	Majumdar R	2022
	Bianchi C	2022
	Femenia-Serra F, Gretzel U, Alzua-Sorzabal A,	2022
	Salem IE, Elkhwesky Z, Ramkissoo H,	2022
	Seyfi S, Rastegar R, Rasoolimanesh SM, Hall CM,	2021
	Kukanja M, Planinc T, Sikosek M	2020
	Lai IKW, Wong JWC	2020
	Ritchie BW, Jiang Y,	2018
	Smart K, Ma E, Qu H, Ding L,	2015
	Li B, Zhang T, Hua N, Wang Y,	2009
Turizmus	Avraham E,	2021
	Nguyen DN, Kumakura M, Kudo S, Esteban M, Onuki M,	2021
	Nair BB, Dileep MR,	2020
	Oliveira A, Huertas A	2019
	Beirman D,	2018
	Salman D, Tawfik Y, Samy M, Artal-Tur A	2017
	Pappas N,	2015
	Antonova B, Zapletalova S	2014
	Israeli AA, Mohsin A, Kumar B,	2011
	Jauhari V,	2009
Scott N, Laws E, Prideaux B,	2007	
Marketing	[No author name available],	2022
	Layton R, Domegan C, Duffy SM	2022
	Hudders L, Lou C, de Brabandere M	2022
	Sharma RW	2022
	Lu LJ, Navas J	2021
	Khraim H, Afaishat TAL,	2021
	Sharpe S,	2021
	Scholz J, Smith AN	2019
	LaGree D, Wilbur D, Cameron GT,	2019
	Jang S, Kim J, Song R, Kim H	2018
	Jakubanecs A, Supphellen M, Helgeson JG	2018
	Salvador AB, Ikeda AA	2018
	Devine A, Boluk K, Devine F,	2017
	Balog A,	2015
	Williams M, Buttle F,	2014
	Barnes NG, Jacobsen SL,	2014
	Helm S, Tolsdorf J	2013
Pang A,	2012	
Perl Y, Israeli AA,	2011	
Greyser SA	2009	
Menedzsment	Zhabin AP, Suraeva MO, Evdokimov AN, Polynova LV, Akopyan	2016

DA, Chertykovtsev VK, Grigoryants IA,	
Ciravegna L, Brenes ER	2016
Gao HB, Xie JH, Wang Q, Wilbur KC	2015
Brivot M, Cho CH, Kuhn JR,	2015
Zagelmeyer S, Heckmann M, Kettner A	2012
Meng J	2010
Ciutacu C, Chivu L, Iorgulescu R	2009
Priporas C-V, Poimenidis I,	2008

Forrás: saját munka

Összegzés és konklúzió

Az elmúlt évek gazdasági és társadalmi eseményei (COVID-19 pandémia, orosz-ukrán háború stb.) jelentős hatással voltak a gazdasági, politikai és szociokulturális rendszerekre, melyek nagymértékben befolyásolják a marketing, a kereskedelem (termékek és szolgáltatások), illetve a fogyasztói magatartás számos területét, kiemelten a digitális vonalon. A fogyasztói attitűdök kutatása kiemelten fontos kérdés, hiszen a vállalati marketing stratégia és az ebből következő cselekvési programok megalapozásához a termékkel és szolgáltatásokkal kapcsolatos fogyasztói attitűdök ismerete a jelenlegi piaci viszonyok, az intenzív versenykörülmények között mind fontosabbá válik. A kutatás célja, hogy olyan innovatív tudományos teljesítmény szülessen, amely az oktatásba történő integrálása révén erősíti a Budapesti Gazdasági Egyetem magas minőségű képzéseit, lehetővé teszi belföldi, illetve nemzetközi pályázati projektekbe történő bekapcsolódását, illetve későbbi kutatási projektek elindítását. A Változás és Alkalmazkodás Kutatóműhely első projektje tekintetében a fő kutatási irányok kiválasztását a szakirodalom szisztematikus elemzésével kezdtük, melyet jelent tanulmány ismertet részletesen.

Szerzői hozzájárulások: Minden szerző elolvasta és elfogadta a kézirat közzétett változatát.

Irodalomjegyzék

1. Kamarási, V., & Mogyorósy, G. (2015). Szisztematikus irodalmi áttekintések módszertana és jelentősége. Segítség a diagnosztikus és terápiás döntésekhez. *Orvosi Hetilap*, 156(38), 1523-1531. <https://doi.org/10.1556/650.2015.30255>
2. Lai, I.K.W. & Wong, J.W.C. (2020). Comparing crisis management practices in the hotel industry between initial and pandemic stages of COVID-19. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 32 No. 10, pp. 3135-3156.
3. Moi, L. & Cabiddu, F. (2022). Navigating a global pandemic crisis through marketing agility: evidence from Italian B2B firms. *Journal of Business & Industrial Marketing*, Vol. 37 No. 10, pp. 2022-2035. <https://doi.org/10.1108/JBIM-01-2021-0034>
4. Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D. & Moher, D. (2021). The PRISMA 2020 statement: an updated guideline for reporting systematic reviews. *Systematic reviews*, 10(1), 1-11. <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1003583>

5. Phillips, P. A., & Wright, C. (2009). E-business's impact on organizational flexibility. *Journal of Business Research*, 62(11), 1071-1080. doi:10.1016/j.jbusres.2008.09.014
6. Shi, F., Shi, D., Weaver, D. & Samaniego Chavez, C.E. (2021). Adapt to not just survive but thrive: resilience strategies of five-star hotels at difficult times. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 33 No. 9, pp. 2886-2906. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2020-1194>
7. Thakur, R. & Hale, D. (2022). Strategic crisis response: managerial implications and direction for recovery and survival. *Journal of Business & Industrial Marketing*, Vol. 37 No. 10, pp. 1959-1973. <https://doi.org/10.1108/JBIM-01-2021-0029>
8. Zaky, A., Mohamed, H., & Saxena, G. (2022). Conceptualising the panic buying phenomenon during COVID-19 as an affective assemblage. *European Journal of Marketing*. doi:10.1108/ejm-11-2020-0796

Családi vállalkozások kutatása a Budapesti Gazdasági Egyetemen

Radácsi László¹, Csákné Filep Judit², Timár Gigi³

DOI: [10.29180/978-615-6342-49-2_21](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-49-2_21)

Absztrakt

Annak ellenére, hogy a családi vállalkozásokat a világ számos gazdaságában kiemelt fontosságú szereplőnek tekintik, Magyarországon sokáig hiányzott az ezen cégekre irányuló kiemelt figyelem. Jelen tanulmány összefoglalja a családi vállalkozás kutatás magyarországi előzményeit, beleértve a témához kapcsolódó tudományos publikációk számának alakulását, módszertani megközelítését és tematikai fókuszát. A szerzők áttekintik továbbá a Budapesti Gazdasági Egyetemen az elmúlt években zajló, családi vállalkozásokat vizsgáló kutatásokat, valamint bemutatják a Családi Vállalkozás Kutatási Program céljait és legfontosabb tudományos és tudományhasznosítás területén elért eredményeit.

Kulcsszavak: családi vállalkozás, utódlás, szakirodalmfeldolgozás, Magyarország

Bevezetés

A családi vállalkozásokat (CSV) a világ számos országában a gazdaság kiemelt fontosságú szereplőnek tekintik, amelyek működése, fenntarthatósága, kihívásainak kezelése a gazdaság sikerének kritikus tényezője (Mera & Bermeo, 2017; Kelley et al., 2020). Nemzetgazdasági jelentőségük miatt a családi vállalkozások a tudományos világ mellett a szakpolitika számára is kiemelt jelentőséggel bírnak (Craig & Mioores, 2010, „A magyar mikro-, kis- és középvállalkozások...”, 2019). Az elmúlt évtizedekben a családi vállalkozásokhoz kapcsolódó kutatások térszerkezése felgyorsult, kifejezetten a témának szentelt magas minőségű folyóiratok jelentek meg (Family Business Review 1988-tól, Journal of Family Business Strategy 2010-től, Journal of Family Business Management 2011-től). Rovelli és munkatársai (2022) a családi vállalkozás kutatás elmúlt harminc évét áttekintve vázolják fel a téma jelentőségének és hatásának növekedését. A szakterület kutatói szerint még további empirikus és elméleti kutatásokra van szükség annak érdekében, hogy megértsük és – szabályozóként, tanácsadóként, vezetőként – képesek legyünk hatékonyan támogatni ezen vállalkozások fejlődését. A szakirodalom elemzése azt is világossá teszi, hogy leginkább a fejlett országok vállalkozásairól rendelkezünk ismeretekkel, és elméleti modelljeink is ezen gazdasági-társadalmi kontextusból származnak (Kása et al., 2017).

Magyarországon sokáig hiányzott az ezen cégekre irányuló kiemelt figyelem. A családi vállalkozások vizsgálata akkor került az érdeklődés homlokterébe, amikor világossá vált, hogy a rendszerváltás környékén alapított magyar családi cégek hamarosan tömegesen néznek szembe az utódlás kihívásával – esetleges elbukásuk pedig komoly nemzetgazdasági kihívást jelenthet (Filep & Szirmai, 2016).

Családi vállalkozás kutatás Magyarországon

Magyarországon a vállalkozások generációváltása jelentette égető kérdések hatására élenkült meg a családi vállalkozások iránti tudományos érdeklődés, a téma feldolgozása a haza doktori képzés keretei között is elkezdődött (Csákné Filep, 2012). Tudományos és szakpolitikai szempontból is fontos kérdésként a családi vállalkozások összes vállalkozáson belüli arányának meghatározása jelentkezett. Habár a nemzetközi szakirodalom alátámasztotta, hogy

¹ Budapesti Gazdasági Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Kar, Menedzsment Tanszék

² Budapesti Gazdasági Egyetem, Budapest LAB Vállalkozásfejlesztési Iroda

³ Budapesti Gazdasági Egyetem, Budapest LAB Vállalkozásfejlesztési Iroda, e-mail: timar.gigi@uni-bge.hu

a vállalkozások döntő többsége családi vállalkozásként működik, Magyarországon sem korábban, sem jelenleg nem zajlik olyan átfogó és rendszeres hivatalos statisztikai adatgyűjtés, amely megbízható eredményekkel szolgálna a családi cégek arányáról (Miller et al., 2003; Winter et al., 2004; Miller et al., 2006; Casson, 2009; Mandl, 2008). A 2000-es évek elejétől a magyar családi vállalkozások öntudata egyre erősödött, ennek egyértelmű jele volt, hogy két, napjainkban is aktív családi vállalkozásokat tömörítő civil, elsősorban egymás közötti tudásmegosztásra és érdekképviselőre koncentráló szervezet is megalakult. 2009-ben a Felelős Családi Vállalatokért Magyarországon Egyesület (FBN-H, <https://www.fbn-h.hu/>), majd 2014-ben a Családi Vállalkozások Országos Egyesülete (CSAVE, <https://csave.hu/>). A Budapesti Gazdasági Egyetemen (BGE) 2016 tavaszán megrendezett „Alkalmazott Tudományok Fóruma” nemzetközi tudományos konferencián először volt központi téma a generációváltás.

A családi vállalkozások jelentőségét felismerve 2017-ben két hazai egyetem is létrehozott kifejezetten a téma kutatására fókuszáló műhelyt. A Budapesti Gazdasági Egyetemen létrejött a Budapest LAB Vállalkozásfejlesztési Iroda (<https://budapestlab.hu/>) által koordinált, Dr. Radácsi László által vezetett Családi Vállalkozás Kutatási Program, a Budapesti Corvinus Egyetemen pedig a Dr. Drótos György által vezetett Corvinus Családi Vállalatok Központ (<https://www.uni-corvinus.hu/fooldal/kutatas/intezeti-kutatokozpontok/csaladi-vallalatok-kozpont/#accordion-item-1004>).

2017-ben megkezdődött a külhoni (erdélyi, kárpátaljai, felvidéki és vajdasági) magyar családi vállalkozások helyzetének felmérése is, amelyhez a Miniszterelnökség Nemzetpolitikai Államtitkárság által meghirdetett „2017 – a külhoni magyar családi vállalkozások éve” program nyújtott keretet (Czaller et al., 2017).

Publikációk

Bár a családi vállalkozások megismerésére vonatkozó tudományos törekvések egyre fokozottabban jelennek meg Magyarországon, a téma kutatása nemzetközi összehasonlításban még gyermekcipőben jár. A megjelent magyar nyelvű publikációk között a gyakorlati szempontú, tudományosan kevésbé megalapozott munkák vannak többségben. A téma iránti kezdeti kutatói figyelmet a vállalkozásokban jelentkező utódlási problémák serkentették, a generációváltás azóta is a családi vállalkozás kutatás legjelentősebb tudományos érdeklődésre számot tartó területének tekinthető.

A családi vállalkozásokra irányuló akadémiai figyelem a témában publikált írások számában is tükröződik. Kizárólag a magyar nyelvű publikációkra fókuszálva a „családi vállalkozás” keresőszóra a Magyar Tudományos Művek Tára (MTMT) 2022. november 16-án 209 találatot adott.

Egy 2021-ben végzett elemzés alapján a családi vállalkozás és a családi vállalat kulcsszavakra kapott MTMT keresés eredményei a következő megoszlást mutatják:

1. táblázat: Az MTMT családi vállalkozás kulcsszóra adott találatainak megoszlása (MTMT lekérdezés alapján saját szerkesztés)

Megjelenés típusa	Darabszám (kulcsszavankénti bontásban: családi vállalkozás, családi vállalat)
Folyóiratcikk	45 +10
Könyvrészlet	46 + 3
Könyv	4 + 0
Egyéb konferenciaközlemény	1 + 1
Egyéb konferenciakötet	1 + 0

Disszertáció	5 + 0
Egyéb	25 + 5
Összesen	127 + 19

A megjelenéstípusok megoszlása alapján a legtöbb publikáció a könyvrészlet kategorizálást kapta. (A listát részletesen áttekintve kiderül, hogy az ebbe a kategóriába tartozó publikációk döntő többségét különböző konferenciák absztraktkötetei adják, amelyek nem tekinthetők a klasszikus értelemben vett könyvnek, hozzáférésük korlátozott, az esetek többségében kizárólag az adott konferencia résztvevői számára biztosított.) A négy, könyvként megjelölt megjelenésből egy nem Magyarországon született publikáció, hanem Szlovákiában megjelent magyar nyelvű közlemény, kettő valójában working paper, egynek pedig a címében ugyan szerepel a családi vállalkozás kifejezés, de valójában a motorizáció fejlődésének áttekintését tartalmazó mű. Az egyéb kategóriában – számos konkrét elérhetőség és pontos hivatkozás nélküli megjelenés mellett – tanulmányok és konferencia előadások szerepelnek.

Az elemzés mélyítése érdekében a találati listákon szereplő 55 folyóiratcikket tételesen áttekintettük, és részletesebben megvizsgáltuk a 2010-2020 között megjelent magyar nyelvű, a Magyar Tudományos Akadémia Gazdaság és Jogtudományok Osztályának referált folyóiratlistáján szereplő kiadványban megjelent, gazdálkodási és menedzsment témájú 16 cikket. A 16 tanulmány módszertani megközelítés szempontjából vegyes képet mutat. 5 cikk a családi vállalkozásokkal kapcsolatos valamely résztema szakirodalmának felvázolására vállalkozott, 5 cikk esetében kvantitatív, szintén 5 cikk esetében kvalitatív, míg 1 írás esetében kevert módszertan alkalmazásával végeztek kutatást. Pozitív tendencia, hogy míg 2016-ig a vizsgált cikkek 60% volt szakirodalom feldolgozás, addig 2017 és 2020 között ez az arány 18%-ra csökkent, köszönhetően annak, hogy egyre több empirikus adatfelvétel eredményeit bemutató munka született.

A vizsgálatba került cikkek a feldolgozott témakörök szempontjából négy fő kategóriába sorolhatók: definiálással, a családi vállalkozások arányának meghatározásával egy tanulmány foglalkozik. A legtöbb írás a vezetés, menedzsment, értékek, identitás témakörben született (6 cikk), amit a kifejezetten utódlással kapcsolatos cikkek (5 cikk) követtek, a pénzügyek, kontrolling csoportba pedig négy cikk került.

BGE-s előzmények a CSV kutatásban

A 2010-es években a témához kapcsolódóan a BGE számos európai együttműködésben zajló projektben vett részt.

Az „INSIST – Intergenerational Succession in SMEs’ Transition” projekt témája a generációváltás problémái a családi vállalkozások vezetésében volt. A BGE előzetes vizsgálatai kimutatták, hogy míg a generációváltás elméleti kutatása gazdag eredményekben, addig kevés képzés célozta meg prioritásként a területet. Kézenfekvő tehát, hogy a projekt a partnerországokra vonatkozó kezdeti összehasonlító kutatás után tananyagfejlesztést tűzött ki célul, melynek eredménye segíti a generációváltás levezénylését mind a tulajdonlás, mind a menedzsment átadása szempontjából. A tananyag részeként a generációváltás általános stratégiai, jogi és pénzügyi, szociális és kulturális és végül mentorálási kérdései jelentek meg. A „FAME – Family Business Sustainability and Growth” projekt célja egy innovatív mesterképzési specializáció tananyagainak kifejlesztése volt.

A „Mentorcert – Üzleti mentorképzés és tanúsítás” projekt céljai a kkv-mentorok különböző szintjeinek meghatározása és kompetenciáik szektorális továbbfejlesztése volt.

A „Trust Me – Training for Unique Skills and Techniques for Mentoring” képzési program a mentoráláshoz szükséges egyedi készségek és technikák fejlesztését célozta. A projekt fő célja egy nemzetközileg elismert (szak)képzés kidolgozása volt jövőbeni kkv-mentorok számára, akik az új tudással, ismeretanyaggal és szociális készségekkel képesek kkv-vezetőkkel/tulajdonosokkal folyamat-tanácsadóként együttműködni.

A BGE a fentiek mellett tagja volt a „STEP – Successful Transgenerational Practices - Generációkon átívelő sikeres vállalkozói gyakorlatok” kutatási konzorciumnak is.

A CSV-k mint a BGE kiemelt kutatási fókusz

A Budapesti Gazdasági Egyetem 2016-ban elfogadott stratégiájában rögzítette a vállalkozáskutatást mint fókuszterületet. A stratégia kimondta, hogy a BGE kiemelt figyelmet fordít a kis- és középvállalkozásokra, azon belül pedig a családi vállalkozásokra. A BGE a fenti stratégiai fókuszhoz kapcsolódóan hozta létre a Budapest LAB vállalkozáskutatási kiválósági központot 2017-ben, amely az egyetem vállalkozáskutatási aktivitásainak jelentős részét fogja össze és koordinálja.

A Családi Vállalkozás Kutatási Program

Célok

A Budapesti Gazdasági Egyetem 2017-ben indította el Családi Vállalkozás Kutatási Programját (CSVKP), amivel elsőként állt neki hazai kutatócsoport a CSV-k szisztematikus vizsgálatának. A Program elsődleges célja a családi vállalkozások jellegzetességeinek, működésének, növekedésének, konfliktusainak megismerése, valamint egy – addig hiányzó – megalapozott definíció kialakítása után a szakirodalomból megismert szempontok különböző megoszlásai mellett az ily módon kialakuló sokaság nagyságának becslése volt.

A kutatási program korai eredményeként megszületett a családi vállalkozások megalapozott definíciója is. (Kása et al., 2019) Családi vállalkozásnak tekintjük azokat:

- A – amelyek önmagukat családi vállalkozásnak tartják, vagy
- B – ahol a cég legalább 51 százaléka egy család tulajdonában van, és
- C – a család részt vesz a vállalkozás irányításában, vagy
- D – a családtagok alkalmazottként részt vesznek a vállalkozás működtetésében, vagy
- E – a vezetés és a tulajdonlás átadása részben vagy teljes mértékben a családon belül valósul meg.

E feltételek alkalmazásával két definíciót fogalmazzunk meg:

Definíció 1 (#1): $\{A(B+CDE)\}$

Családi vállalkozások definíciós operacionalizálása és arányuk becslése 153

A második definícióból kivesszük az A feltételt, azaz itt nem szerepel a vállalkozások önmegítélése:

Definíció 2 (#2): $\{B+CDE\}$

Ezek alapján #2 \square #1.

A BGE amellett, hogy rendszeresen ismételt reprezentatív adatfelételek segítségével kutatja e területet, számos témában kvalitatív módszertant használó „mélyfúrás” végzett és végez, kiemelt figyelemmel a családi és nem családi vállalkozások közötti különbségek és hasonlóságok feltárására, az utódlás, a családi vállalkozói identitás, az innováció, a HR stratégiák és a felelősségvállalás témakörére. Tekintettel arra, hogy a családi cégek egyedisége hosszú távon bontakozik ki, 2021-ben elindult a családi cégeket longitudinális megközelítésben vizsgáló programelem is.

A tudományos törekvések célja a családi cégek feltérképezése és megértése területén alkalmazott tudományok egyetemeken nem kizárólag magas minőségű tudományos publikációk létrehozása, hanem azok mellett a szakpolitika támogatása az adatalapú döntéshozatalt lehetővé tévő ismeretanyaggal. Szintén kiemelt fontosságú az eredmények mielőbbi visszaforgatása az egyetemi oktatásba – ennek érdekében oktatási segédanyagok, esettanulmányok rendszeres közzététele is. Emellett az egyetem harmadik missziós tevékenységének részeként e speciális vállalkozói csoporttal kapcsolatos tudatosság, a feléljük

irányuló figyelem növelése, valamint a létrehozott tudással az érintett csoport közvetlen támogatása is fontos célként jelent meg.

Eredmények

A BGE-n zajló családi vállalkozás kutatás az elmúlt években az egyetem egyik prosperáló kutatási irányává vált. 2017 és 2022 között a témában harmincöt tudományos publikáció és negyven konferenciamegjelenés valósult meg. A családi vállalkozások kutatása a Nemzeti Kutatási Fejlesztési és Technológiai Hivatal által meghirdetett Tématerületi (korábban: Intézményi) Kiválósági Program önálló moduljává vált, és a BGE számos kutató és oktató kollégája számára jelent kutatási és publikációs lehetőségeket.

A 2020-ban alapított, a magyar nyelvterületen dolgozó vállalkozáskutatókat összefogó „Vállalkozáskutatói és Elemzői Hálózat” éves konferenciáin a BGE munkatársai rendszeresen megjelenítik a CSVKP eredményeit.

2020-tól a Budapesti Gazdasági Egyetem az 1999 óta létező Global Entrepreneurship Monitor nemzetközi kutatási projekt magyar partnere. 2022-től kezdődően a felnőtt lakosság körében végzett nagymintás, reprezentatív felmérés részeként a családi vállalkozásokra fókuszáló blokk is részét képezi a hazai lekérdezésnek.

A BGE számára kiemelt jelentőséggel bír, hogy a családi vállalkozások kutatásában Kelet-Közép-Európa meghatározó egyetemi szereplőjévé váljon, ezért a Budapest LAB 2021-ben először online formában, majd 2022-ben már személyes részvétellel rendezte meg a „Central and Eastern Europe Family Business Research Workshop”-ot, amely rendezvény a régió családi vállalkozás kutatóinak biztosít lehetőséget a tudásátadásra és kapcsolatépítésre.

A harmadik missziós tevékenységhez kapcsolódóan a kutatási eredmények szakpolitikai felhasználásának kiemelkedő példája, hogy a BGE szakértőként támogatta a kormányzat által 2019-ben elfogadott kkv-stratégiát („A magyar mikro-, kis- és középvállalkozások...”, 2019) generációváltó vállalkozásokat támogató területének kidolgozását, valamint 2022 őszétől részt vesz annak felülvizsgálatában. A BGE munkatársai emellett közreműködtek az IFKA Iparfejlesztési Közhasznú Nonprofit Kft. „Evolúció” programjának generációváltást segítő moduljának előkészítésében. A SEED Kisvállalkozásfejlesztési Alapítvány felkérésére a BGE kutatói készítették a családi vállalkozások mentorálását célzó Országos Vállalkozói Mentorprogramjának előzetes tanulmányait. A kutatási eredményeket emellett felhasználták az Magyar Fejlesztési Bank Generációváltási Tőkeprogramjának kidolgozása során is.

Disszemináció

A kutatások eredményeinek az érintettek számára minél közvetlenebb hasznosíthatósága érdekében a BGE a családi vállalkozás kutatás esetében is kiemelt figyelmet fordít az eredmények közérthető formában való bemutatására, széles körben elérhető kommunikációjára. Az elmúlt években a CSVKP kapcsán számos, az üzleti szféra és kiemelten a családi vállalkozások számára szervezett rendezvényen mutattuk be nagy érdeklődés mellett az eredményeket. A kutatócsapat egyik tagja, Prof. Dr. Heidrich Balázs évek óta zsűritagja a K&H Bank Családi Vállalatok Kiválósági Díjának.

A minél direktebb tudásátadás támogatására a családi vállalkozások vezetőinek szóló konferenciasorozatot szerveztünk. Az „Utódlásra felkészülni” konferenciát a Budapest LAB vállalkozó partnerrel együttműködve eddig három alkalommal, alkalmanként száz fő fölötti résztvevővel rendezte meg. Az eredmények kommunikációjának fontos felülete a Budapest LAB saját blogja, a tudatos tudománykommunikáció eredményeként azonban emellett 2017 és 2022 között összesen 72 nem fizetett sajtómegjelenés számolt be a kutatási program eredményeiről.

A családi vállalkozások támogatása a tudásteremtés mellett kiemelet figyelmet kap a tudásátadás során is. A kutatási eredmények az oktatásban való lehető leggyorsabb

megjelenítése mellett a családi vállalkozások támogatásának egyéb módjait is kidolgozta az egyetem. A Vállalkozásfejlesztés mesterképzési szak fókuszában a kis- és közepes, valamint családi vállalkozások állnak, az egyetem szorgalmazza a családi vállalkozást vezető, vagy azt átvenni készülő jelöltek programban való részvételét. A BGE Vállalkozás- és Gazdálkodástudományi Doktori Iskola programja 2020 óta önálló kurzus keretében oktatja a családi vállalkozások jellegzetességeit. A Budapest LAB a kézirat leadásával egyidőben dolgozik egy kifejezetten családi vállalkozások átvevői számára fejlesztett, a kutatások eredményeit modern, interaktív, tréning jellegű módszertanok segítségével átadni képes intenzív kurzus kidolgozásán.

Összegzés

A családi vállalkozások tudományos megalapozottságú vizsgálata Magyarországon a 2010-es években kapott lendületet. A téma elsősorban a CSV-ok generációváltási kényszere miatt jelent meg a szakmai és tudományos közösségek, valamint a szakpolitika látómezőjében. A 2017 és 2022 között eltelt öt év alatt jelentős növekedésnek indult a családi vállalkozások jellemzőivel, problémáival foglalkozó publikációk száma, ebből a növekedésből nagy arányban vették ki részüket a Budapesti Gazdasági Egyetem kutatói. A BGE Családi Vállalkozás Kutatási Programja több tematikus szalon és idődimenzióban vizsgálja a családi cégeket. A Programban résztvevő kutatók aktívan részt vesznek a téma szakpolitikai fejlesztéseiben, valamint a családi vállalkozói közösség megszervezésében, tájékoztatásában. A tudásátadás kiemelt célpontja az egyetemi oktatás gazdagítása, a témáról rendelkezésre álló tudás átadása az alap-, mester- és doktori képzésben tanuló hallgatók számára. Ezen tudományos és disszeminációs aktivitások egyetemi centruma a Budapest LAB vállalkozásfejlesztési kiválósági központ, amely nemcsak a tudományos kutatások koordinálásával, hanem rendezvények szervezésével, szakpolitikai tanácsadással is igyekszik a hazai családi vállalkozások meghatározó támogatójává válni.

Finanszírozás: A TKP2021-NKTA-44 számú projekt az Innovációs és Technológiai Minisztérium Nemzeti Kutatási Fejlesztési és Innovációs Alapból nyújtott támogatásával, a Tématerületi Kiválósági Program 2021 (TKP2021-NKTA) pályázati program finanszírozásában valósult meg.

Irodalomjegyzék

1. Casson, M., Yeung, B., Basu, A., & Wadson, N. S. (ed.) (2009). The Oxford handbook of entrepreneurship Oxford University Press, Oxford
2. Craig, J. B., & Moores, K. (2010). Championing Family Business Issues to Influence Public Policy: Evidence From Australia. *Family Business Review*, 23(2), 170–180. <https://doi.org/10.1177/0894486510366426>
3. Czaller L., Csité, A., & Geambaşu, R. (szerk.) (2017). Húzóerők – jelentés a külföldi magyar családi vállalkozások helyzetéről. Budapest Hétfő Kutatóintézet és Nemzetpolitikai Kutatóintézet: https://vallalkozokeve.kormany.hu/download/f/ca/fl1000/Csaladi_webre_OK.pdf
4. Csákné Filep J. (2012). Családi vállalkozás—Fókuszban az utódlás = Family businesses—Focusing on succession (PhD értekezés, Budapesti Corvinus Egyetem). <http://phd.lib.uni-corvinus.hu/660/>

5. Filep, J., Szirmai, P. (2006). A generációváltás kihívásai a magyar KKV szektorban. *Vezetéstudomány* XXXVII. évf. 2006. 6. szám, p. 16-24.
6. Kása, R., Radácsi L., & Csákné Filep J. (2017). Családi vállalkozások Magyarországon; Budapest LAB Working Paper Series 4-2017 <https://budapestlab.hu/wp-content/uploads/2018/04/WP-4-2017.pdf> (2022. 11.15.)
7. Kása, R., Radácsi, L., & Csákné Filep, J. (2019). Családi vállalkozások definíciós operacionalizálása és hazai arányuk becslése a kkv-szektoron belül. *Statisztikai Szemle*, 97(2). 146–174. <https://doi.org/10.20311/stat2019.2.hu0146>
8. Kelley, D., Gartner, W. B., & Allen, M. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor Family Business Report*. Babson Park: Babson College Press, Babson Park, MA.
9. Mandl, I. (2008). Overview of family businesses relevant issues. Final report, KMU Forschung Austria <https://docplayer.net/5004871-Overview-of-family-business-relevant-issues.html> (2022. 11.15.)
10. Mera, P., & Bermeo, C. (2017). Importance of family businesses in a country's economy. *Revista Publicando*, 4(12), 506–531.
11. Miller, D. & Le Breton - Miller, I. (2003). Challenge versus advantage in family business. *Strategic Organization*, vol. I(I) <https://doi.org/10.1177/1476127003001001222>
12. Miller, D. & Le Breton-Miller, I. (2006). Family governance and firm performance: agency, stewardship, and capabilities. *Family Business Review*, vol. XIX., no. 1., 73-87. <https://doi.org/10.1111/j.1741-6248.2006.00063.>
13. Rovelli, P., Ferasso, M., De Massis, A., & Kraus, S. (2022). Thirty years of research in family business journals: Status quo and future directions. *Journal of Family Business Strategy*, 13(3), 100422. <https://doi.org/10.1016/j.jfbs.2021.100422>
14. Winter, M., Danes, S. M., Koh, S. K., Fredericks, K. & Paul, J. J. (2004). Tracking family businesses and their owners over time: Panel attrition, manager departure and business demise. *Journal of Business Venturing*, 19, 535-559 [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(03\)00061-2](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(03)00061-2)
15. A magyar mikro-, kis- és középvállalkozások megerősítésének stratégiája 2019-2030 (2019). Innovációs és Technológiai Minisztérium. Budapest, 2019. november 5.
16. <https://www.insist-project.eu/> (2022.11.15.)

17. <https://www.fame-programme.eu/> (2022.11.15.)
18. <https://www.mentorcert.eu/index.php/en/> (2022.11.15.)
19. <https://budapestlab.hu/index.php/trust-me-segitseg-bizalmi-alapon/> (2022.11.15.)

A fenntartható fejlődés emberi erőforrás pillérének méréséről

Sándorné Kriszt Éva¹

„Ha meg akarsz érteni valamit, figyeld a kezdetét, és kövesd a fejlődését.”
(Arisztotelész)

DOI: [10.29180/978-615-6342-49-2_22](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-49-2_22)

Absztrakt

A tanulmányban a fenntartható fejlődés négy alappillére közül az emberi erőforrásokkal foglalkozunk. Keressük az oktatás és a humánerőforrás fejlesztésének összefüggéseit. A fő célkitűzéseket a Nemzeti Fenntartható Fejlődési Keretstratégia határozza meg. A tudás-oktatás területére fókuszálva felhasználjuk a nemzetközi felmérések, a PISA és a TIMSS eredményeit. Kutatjuk a minőségi oktatás, az oktatásban eltöltött idő és az oktatási rendszer szelektivitásának kérdéseit. Vizsgáljuk hogyan hasznosulhat minél jobban a tudás a társadalomban és a gazdaságban, továbbá kitérünk az élethosszig tartó tanulás folyamataira is. A következtetések során pedig eljutunk az emberi erőforrás, mint alappillér helyzetének méréséhez és nemzetközi összehasonlításához szükséges indikátorokhoz.

Kulcsszavak: emberi erőforrások, tudástőke, oktatás, felsőoktatás eredményességének mérése, fenntarthatóság

Bevezetés

A Nemzeti Fenntartható Fejlődési Keretstratégia négy alappillére közül az emberi erőforrások az, amelyik az oktatással szoros kapcsolatban áll. Ezért ez a felsőoktatás számára, amely a jövő humánerőforrás utánpótlását biztosítja, megkülönböztetett figyelmet érdemel. Ahogy arról korábbi tanulmányokban már írtunk, ismét beleütközünk a számszerűsítés, azaz a mérés, mérhetőség nehézségeibe (Sándorné, 2014). Az emberi erőforrások területén kijelölt célrendszer négy fő területre fókuszál: a demográfiára, az oktatási rendszer eredményességére, az egészségmutatókra, valamint a társadalmi egyenlőtlenségek és kohézió kérdésére. Ezek közül számunkra, mint a felsőoktatás szereplői számára, kiemelt jelentőséggel az oktatási rendszer eredményességének kérdése áll.

Az emberi erőforrások területéhez kapcsolódó fő célkitűzések

A Nemzeti Fenntartható Fejlődési Keretstratégia a következő csoportokba sorolva tárgyalja a fő célkitűzéseket az emberi erőforrásokkal kapcsolatban:

- népesség, demográfia,
- tudás - oktatás,
- egészség,
- szegénység.

A felsoroltak közül a tudás-oktatás területére fókuszálunk tanulmányunkban és áttekintjük az idetartozó témaköröket, amelyek a következők:

- minőségi oktatás,
- az oktatásban töltött idő növelése,
- az oktatási rendszer szelektivitásának csökkentése,
- a tudás jobb hasznosítása a társadalomban és a gazdaságban,

¹ Budapesti Gazdasági Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Kar, Alkalmazott Kvantitatív Módszertan Tanszék, e-mail: kriszt.eva@uni-bge.hu

- a fenntarthatóság, értékeinek és gyakorlatának megjelenése az élethosszig tartó tanulás teljes folyamatában.

A fenntarthatósági fordulatot sürgető Globális vitairat szerint „A tudás jelenti az új fenntartható közgazdaságtan alapját” (Asztalos, 2022. 62. old.)

Új erőforrásként megjelenik az adat és az adatelemzés. A tudás- és az információszerzés és a hatalmas adatbázisok kezelése, szelektálása az adatbányászat előtérbe kerülése, a statisztikai jártasság nélkülözhetetlensége a körülöttünk lévő folyamatok megértésében az oktatási rendszertől is új működést várna el, megreformálva évszázados működésüket. Azt tapasztaljuk, hogy ezen a téren még sok teendőnk van akár országos, akár nemzetközi szinten tekintünk az oktatásra.

A fenntartható fejlődés célrendszere szempontjából a magyarországi oktatási rendszert két irányban kívánatos fejleszteni.

Egyrészt az oktatási rendszer minden szintjén kiemelt szerepet kell szánni a fenntarthatóságra nevelésnek, ezzel szemléletet formálva a fiatalság körében és biztosítva a következő generációk fenntarthatósági szemléletének természetes kialakulását.

Másrészt az oktatási minőségének javításával megteremthető a tudás alapú társadalom, amellyel növekedhet a gazdasági teljesítmény és az általános társadalmi tőke. Itt ismét előkerül a mérhetőség kérdése: hogyan lehet mérni az oktatás teljesítményét?

A mérőeszközök gondos megválasztása, az állandóság, az összehasonlíthatóság mind stabil indikátorrendszert kíván. Nemzetközi összehasonlításban két ilyen nagy rendszer létezik a PISA és a TIMSS.

A PISA (Programme for International Student Assessment) vizsgálat célja annak felmérése, hogy a közoktatás kereteit hamarosan elhagyó 15 éves tanulók milyen mértékben rendelkeznek azokkal az alapvető ismeretekkel, amelyek a mindennapi életben való boldoguláshoz, a továbbtanuláshoz vagy a munkába álláshoz szükségesek.

A TIMSS-vizsgálatok (Trends in International Mathematics and Science Study) az IEA (International Association for the Evaluation of Educational Achievement) szervezésében négyévenként követik egymást, a 2015-ös mérés 57 ország részvételével zajlott.

A felmérések egyik célja a 4. és 8. évfolyamos tanulók teljesítményének vizsgálata a matematika és a természettudományok területén. Segítségével nemcsak az országon belüli matematikai és természettudományi teljesítményjellemzők követhetők nyomon, hanem az is, hogy az egyes országok tanulóinak eredményei miben térnek el egymástól. A vizsgálat célja a trendek felrajzolása és elemzése. A felmérés az általános iskola negyedik és nyolcadik évfolyamát vizsgálja.

A legtöbbet idézett nemzetközi teszt az OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development, Gazdasági Együttműködési és Fejlesztési Szervezet) országok körében végzett PISA-teszt (a PISA az OECD nemzetközi diákértékelési programja.), amely három fő területen méri a diákok teljesítményét: matematika, szövegértés, természettudományok. 2018-ban végzett legfrissebb elemzés eredményeit 2019-ben tette közzé az OECD.

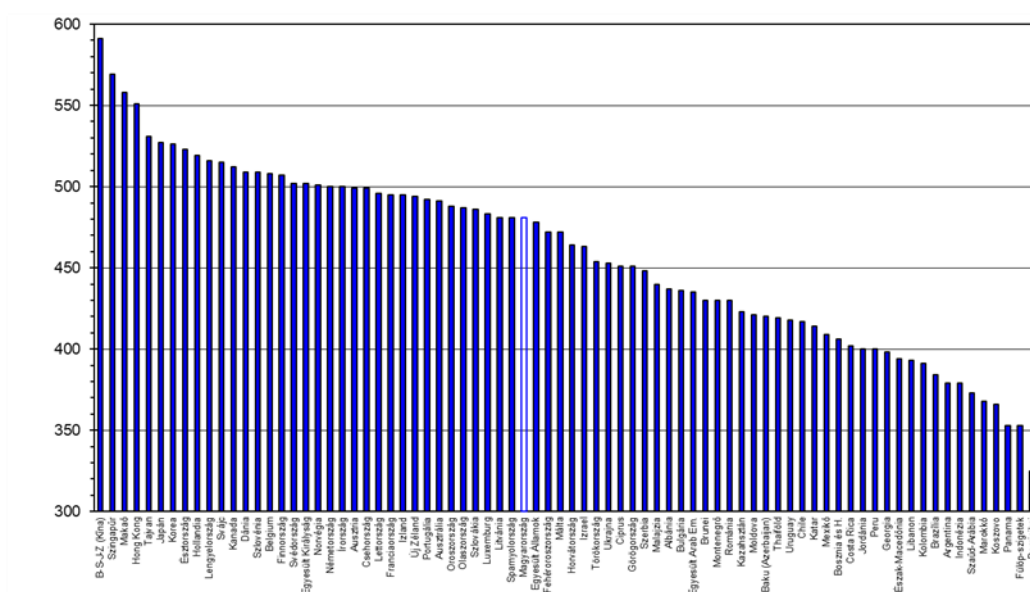
Minőségi oktatás

A PISA tesztek egyéni kompetenciákat pontoznak már 22 éve. A két fő fókusz eredetileg a szövegértés és a matematika volt, 2006 óta mérik a természettudományos műveltséget is (Aranyi-Aszalós, 2022).

A PISA-teszt rendszeres felmérései szerint még nagyok a különbségek az Európai Unió (EU) tagországai között is az alapkészségeket gyengén teljesítők arányában.

A gyengén teljesítők aránya a matematika területén a legmagasabb, uniós szinten körülbelül 22% (lásd 1. sz. ábra).

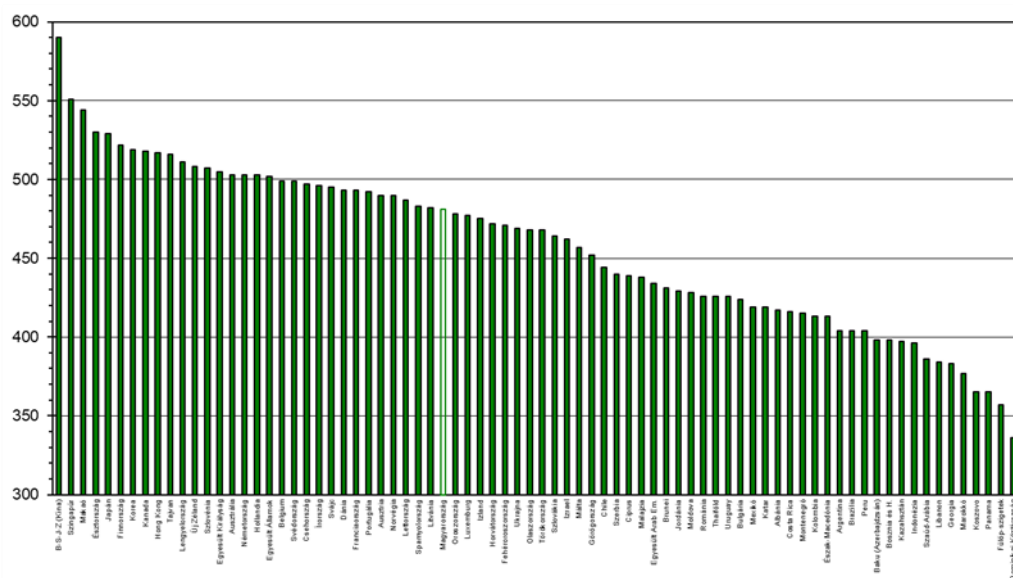
1. ábra: A PISA 2018 matematika eredményei



Forrás: OECD

Magyarország a középmezőnyben helyezkedik el, Észtország 8. helye azonban figyelemre méltó, különösen úgy, hogy ezt az eredményt az utóbbi tíz évben érte el. (lásd: 1. sz. ábra).

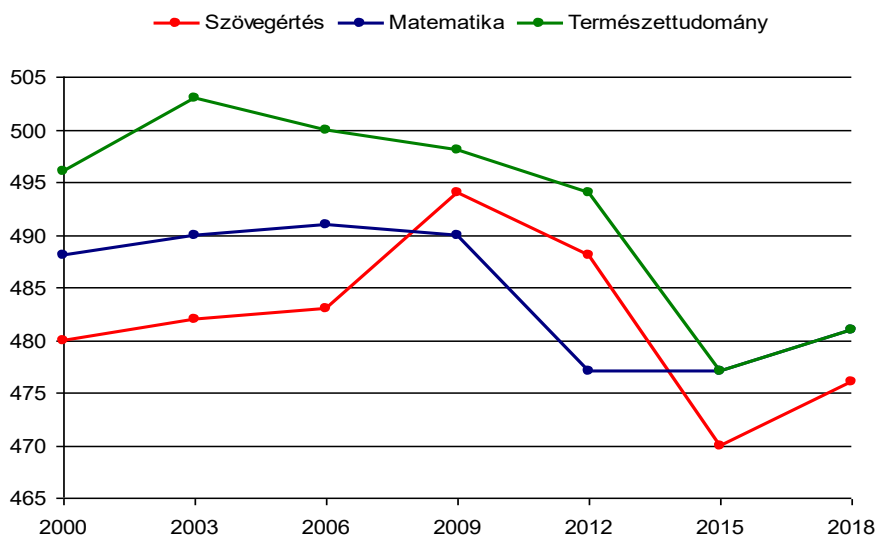
2. ábra: A PISA 2018 természettudomány eredményei 2000 és 2018 között



Forrás: OECD

A természettudományos készség esetében is a középmezőnyben helyezkedik el hazánk (lásd: 2. sz. ábra).

3. ábra: A magyarországi PISA eredmények változása 2000 és 2018 között



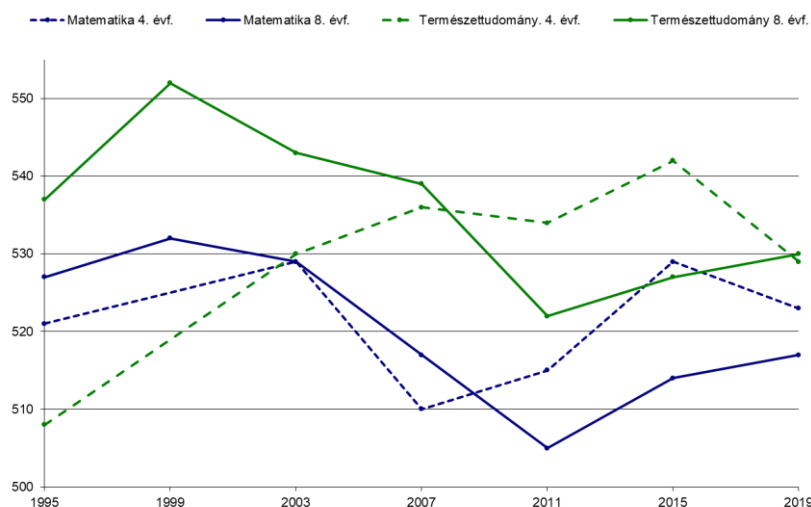
Forrás: OECD

A matematika és a természettudomány eredményei már 2015-ben is megegyeztek, és ez az utóbbi mérésnél sem változott: a két görbe együtt fut. A változás trendjét a teljes 18 éves periódusban vizsgálva azt látjuk, hogy ebben az időszakban – különböző ingadozásokkal – sokat romlott tanulóink teljesítménye.

Az olvasás-tanítás történetileg a magyar közoktatás egyik legproblematisabb területe volt. A szövegértés gyenge szintje kihat a többi tanulmányi területre is, azért annak fejlesztése, illetve a közoktatásban a hatékonyabb fejlesztéshez szükséges feltételek megteremtése a legégetőbb feladatok közé tartozik. (lásd: 3. sz. ábra).

Az időbeli alakulásra fókuszáló TIMSS eredmények is hasonló következtetésre juttathatnak bennünket, bár a 8. osztályosok matematika és természettudományos ismereteinek 2015 és 2019 közötti növekedése biztatónak látszik (lásd: 4. sz. ábra).

4. ábra: A TIMSS eredmények változása 1995 és 2019 között



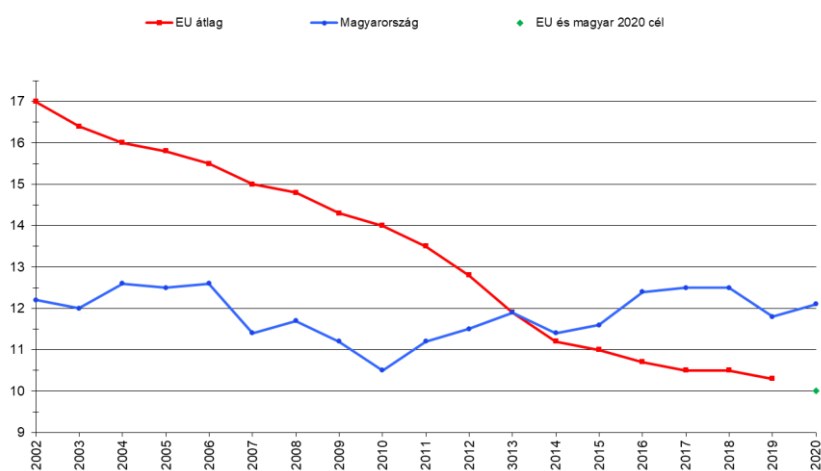
Forrás: Csapó B. [2021]: Emberi erőforrás: Tudás NFFT konferencia 2021. október 11.

Az oktatásban töltött idő növelése

A korai iskolaelhagyók aránya, mint kiemelt indikátor szerepel nemzetközi összehasonlításban is és a KSH (Központi Statisztikai Hivatal) kulcsindikátorai között is jelen van.

Az iskolai lemorzsolódás az egész Európai Unió egyik legnagyobb oktatási problémája, amelyet az a tény szemléltet leginkább, hogy 2020-ban kitűzött oktatáspolitikai célok közül a korai iskolaelhagyás csökkentése volt az egyik legfontosabb. A definíció szerint az számít korai iskolaelhagyónak, aki legalább alsó középfokú végzettséggel rendelkezik (ez nálunk az általános iskola felső tagozata), és az adatfelvételt megelőző négy hétben semmilyen képzésben nem vett részt. Az indikátor azt adja meg, hogy a 18-24 éves korosztályban milyen az így értelmezett iskolaelhagyók százalékos aránya.

5. ábra: Az iskolát korán elhagyók arányának alakulása Magyarországon és az EU országainak átlaga 2002 és 2020 között



Forrás: Nemzeti Fenntartható Fejlődés Keretstratégia – 4. Előrehaladási Jelentés 45. old.

A Központi Statisztikai Hivatal a fenntartható fejlődés mérésére 15 db kulcsindikátort használ. Az indikátorokat a négy alappillér köré csoportosítja. Az első csoportba az emberi erőforrások indikátorai tartoznak; a termékenységi arányszám, a nélkülözés, a várható élettartam, az oktatási kiadások a GDP százalékában, mellett kulcsindikátor a kilépés sz oktatásból elnevezésű mutató. A tudástőke szempontjából számunkra most ez utóbbi bír kiemelt jelentőséggel.

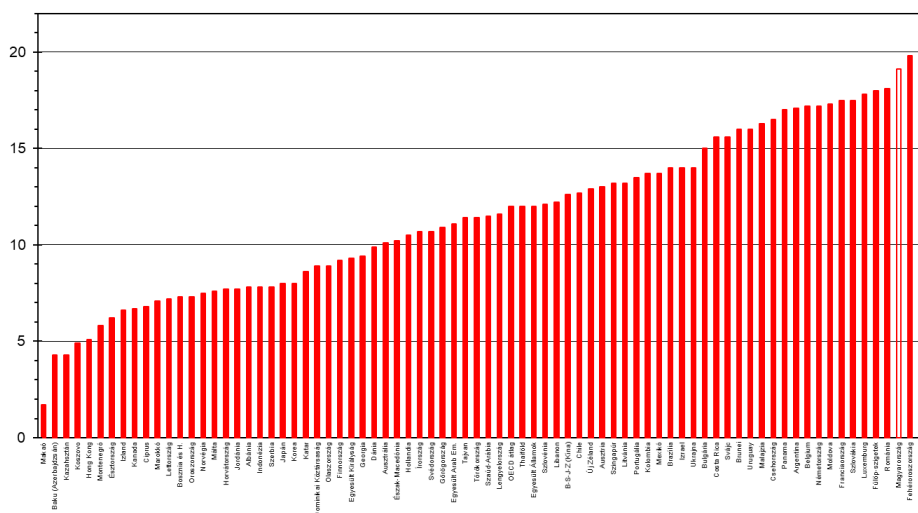
A korai iskolaelhagyók aránya 2002 óta kisebb ingadozásokat mutat hazánkban, és csökkenéseket csak időszakosan látunk. 2011 óta újra kismértékben ingadozva emelkedik és elmarad az EU átlagától, amely csökkenése az elmúlt két évtizedben folyamatos és jelentős. Ezzel együtt az EU átlag sem érte el 2020-ra a kívánatos célként megjelölt arányt. A korai iskolaelhagyók számát és arányát alapvetően két tényező befolyásolja: az iskolarendszertől alacsony iskolai végzettséggel, vagy végzettség nélkül kikerülők aránya és a felnőttoktatásban való részvételi arány. Magyarországon 2010 után a 18–24 évesek körében nőtt a korai iskolaelhagyók aránya. Ebben feltehetően szerepet játszott, hogy 2012-ben a tanköteles kor 18-ról 16 évre változott. A fiatalok végzettség nélküli kiáramlását az oktatásból a közfoglalkoztatási programok is támogatták, akkor is, ha tudjuk, hogy azok eredeti célja a munka világába való integráció volt.

A férfiak körében hazánkban 2020-ban a korai iskolaelhagyók aránya 12,9% volt a nőknél pedig 11,3%, ami azt jelenti, hogy a 2020. évre kitűzött EU célértéket nem sikerült teljesíteni. Ezt csak tompítja, hogy az EU országainak sem sikerült elérni a kívánt 10%-ot (lásd: 5. sz. ábra).

Az oktatási rendszer szelektivitásának csökkentése

A magyar oktatási rendszer nemzetközi összehasonlításban az egyik legszelektívebb. mi azt jelenti, hogy a tanulóknak már nagyon fiatal korában eldől a tanuláshoz való viszonya és későbbi életpályáját is nagyban meghatározza a családi társadalmi háttér. Ezt mutatja a PISA 2018 felmérésnek az az elemzése, amely az olvasási készségnek a tanulók társadalmi háttére által megmagyarázott hányadát mutatja be (lásd: 6. sz. ábra). A vizsgált 78 ország között Magyarország a 76. helyet foglalja el.

6. ábra: A PISA 2018 olvasási készség – a tanulók társadalmi háttére által megmagyarázott variancia (%)



Forrás: Csapó B. [2021]: Emberi erőforrás: Tudás NFFT konferencia 2021. október 11.

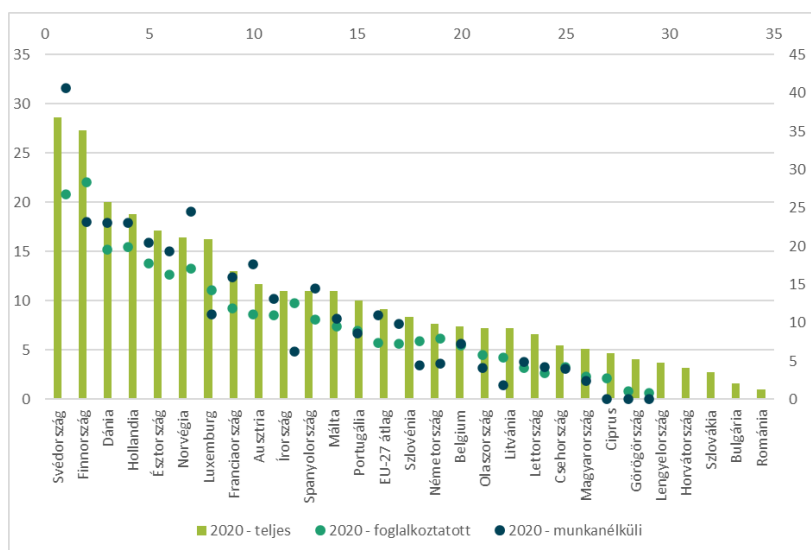
A tudás jobb hasznosítása a társadalomban és a gazdaságban

Folyamatosan visszatérő probléma és kérdés, hogy az oktatás hogyan tegyen eleget a munkaerőpiaci elvárásoknak, miközben hosszabb távon maradandó tudást is adjon. Évek óta hangsúlyozzák a gazdaság szereplői, hogy elsősorban kompetenciákat várnak el a munkavállalóktól, úgymint: digitális készségek, informatikai tudás, idegennyelvismeret, jó kommunikációs készség, csoportmunkára való alkalmasság.

Élethosszig tartó tanulás

Az egész életen át tartó tanulás (Lifelong Learning) fogalmába az Európai Bizottság meghatározása szerint „beletartozik minden olyan, az ember élete során végzett tanulási tevékenység, amelynek célja a tudás, a készségek és kompetenciák fejlesztése személyes, polgári, társadalmi és a munkavállalási perspektívából.”, olvasható a NFFS-4. EHJ-ben (Nemzeti Fenntartható Fejlődési Keretstratégia – 4. Előrehaladási Jelentésben).

7. ábra: A felnőttképzésben részt vevő 25-64 éves korosztály aránya foglalkoztatottság szerint az EU-ban, 2020



Forrás: Nemzeti Fenntartható Fejlődési Keretstratégia – 4. Előrehaladási Jelentés 47. old.

Az adatok figyelve azt láthatjuk, hogy Magyarországon alacsonyabb a munkanélküliek között a felnőttképzési részvétel, mint a foglalkoztatottak körében, (lásd: 7. sz. ábra), holott a felnőttképzés intézménye lehetőséget teremtene a munkanélküliek munkaerőpiaci reintegrációját.

A hazánkban használatos felnőttképzés fogalma a felnőttképzési törvényben található meg, amelyben azt az iskolarendszeren kívüli képzésekre használják. Lényeges jellemzője, hogy a képzés résztvevői nem állnak tanulói vagy hallgatói jogviszonyban a képző intézménnyel.

A felnőttképzés általában, a már idősebb korosztályhoz kapcsolódik és sok szegmense lehetséges, a továbbiakban a felsőoktatás szerepére fókuszálunk és azt vizsgáljuk hogyan járulhat hozzá a népesség képzettségi szintjének emeléséhez.

Következtetések

A fenntartható fejlődés emberi erőforrás alappillére több indikátorral vizsgálható, ezek között nézőpontunkból kiemelkedő a tudás tőke helyzetének és alakulásának vizsgálata.

Ennek mérése sem ragadható meg egyetlen mutatóval, miután számos szegmense létezik. Az oktatás minőségén át az élethosszig tartó tanulásig, megállapíthatjuk, hogy nemzetközi összehasonlításban majdnem minden területen még sok teendőnk van, hogy minél inkább felzárkózzunk az előttünk járó országokhoz, különösen figyelve az Európai Unió átlagához való közeledésre.

A felzárkózási törekvések és fejlesztések mellett az utóbbi években visszavetettek a tudástőke gyors gyarodását a COVID-19 járvány is. Ennek vizsgálatára azonban most nem tudunk kitérni, de a jövőben érdemes részletesen ezt is megvizsgálni.

Azt kijelenthetjük, hogy ez az elemzésünk is hozzájárult az NFFT (Nemzeti Fenntartható Fejlődési Tanács) stratégiai ajánlásának alátámasztásához, miszerint: „fenntarthatósági fordulatra van szükség, amely előtérbe helyezi a természeti erőforrások megóvását, valamint a humán erőforrásaink területén kiemelten kezeli az oktatást és az egészségügyet”. (NFFT 4.EHJ. 2021. 7. old.).

Irodalomjegyzék

1. A fenntartható fejlődés indikátorai Magyarországon, 2021. [2022]. KSH Központi Statisztikai Hivatal, ISSN 2064-0307.
2. Asztalos Péter Hugó [2022]: „A tehetség és kreativitás a gazdasági növekedés valódi forrása. Új fenntartható közgazdaságtan. Globális vitairat. MNB
3. Csapó B. – Nikolov M. – Molnár Gy. [2012]:
Az oktatás szerepe a nemzeti erőforrások fejlesztésében NFFT Műhelytanulmány 09.
https://www.nfft.hu/documents/1238941/0/NFFT_mt_9_oktatas_2012.pdf/c283e3c9-554b-e19b-5015-a4ec3a2d0f0d?t=1614022301442 (2023.01.17.14:26)
4. Csapó B. [2021]: Emberi erőforrás: Tudás NFFT konferencia 2021. október 11.
5. Aranyi-Aszalós V. [2022]: Mit mutat a PISA tükör? – A diákok tudását mérő nemzetközi mutatószám módszeréről, korlátairól és eredményeiről, ÖSSZKÉP az inspiráló tudásért. https://osszkep.hu/wp-content/uploads/2022/03/pisa_osszkep.pdf (2023.01.17.14:44)
6. Nemzeti Fenntartható Fejlődési Keretstratégia – 4. Előrehaladási Jelentés (2019-2020). [2021]. NFFT.
https://www.nfft.hu/documents/1238941/0/NFFFS_4EHJ_vegso_20211209+%281%29.pdf/e367a91c-aaa6-a167-9827-908b56c4edbf?t=1639057622491 (2022.08.10. 10:25).
7. PISA OECD results 2018. <https://www.oecd.org/pisa/publications/pisa-2018-results.htm> (2023.01.17. 14:52)
8. Sándorné Kriszt Éva: [2014]. A felsőoktatás küldetésének értelmezése és teljesítményének mérhetősége. KözGazdság IX. évfolyam, 1. szám 61-80. old. ISSN: 1788-0696.

A HR architektúra jelentősége

Szászvári Karina¹, Csillag Sára², Csizmadia Péter³, Bácsi Katalin⁴

DOI: [10.29180/978-615-6342-49-2_23](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-49-2_23)

Absztrakt

Tanulmányunkban egy tudásintenzív középvállalat esetén keresztül vizsgáljuk az emberi tőke jellemzőinek, az emberi erőforrás (HR) folyamatok és a foglalkoztatás módjának kapcsolatát. Ehhez a HR architektúra modell koncepcióját használjuk fel, amely mélyebb elemzéshez járul hozzá. Az egy szervezeten belül feltárt különböző HR gyakorlatok más HR konfigurációt és foglalkoztatási mintázatot alkotnak, amely rámutat a HR stratégia és a kontextus jelentőségére is.

Kulcsszavak: HR architektúra, HR gyakorlat, HR stratégia, tudásintenzív kis- és középvállalat (kkv)

Bevezetés

A tudásintenzív kis- és középvállalatok (továbbiakban KKV) esetében egyre nagyobb hangsúly helyeződik a tudás, azaz ebben az esetben az emberi tőke kezelésére és megtartására. A stratégiai emberi erőforrás menedzsmentben az emberi tőke kezelése, az emberek foglalkoztatása tágabb perspektívát kap, az emberi erőforrás gyakorlatokat a vállalati működéssel összefüggésben vizsgálják. Egyes megközelítések szerint a HR gyakorlatok sztenderdizálhatók, míg mások úgy vélik, hogy egy-egy munkavállalói csoportra szükséges ezeket a gyakorlatokat specializálni, így biztosítható az eltérő munkavállalói csoportok hatékony menedzselése (Miles és Snow, 1984). A HR stratégiai jelentősége, hogy kijelöli a hozzá illeszkedő gyakorlatokat: a HR gyakorlatok nem univerzálisak, sokkal inkább kontextusba ágyazottak (Wright et al., 2001). Ennek megfelelően különböző szervezeteknél, különböző szervezeti helyzetekben eltérő HR berendezkedések lehetnek sikeresek, azaz nincs egyetlen üdvöztető megoldás. A HR architektúra és a HR konfigurációk összefüggésének és fogalmainak bemutatása után kutatási módszertanunkat ismertetjük, majd egy konkrét vállalati eseten keresztül mutatjuk be, hogy mindezek mit jelentenek a gyakorlatban.

Emberi erőforrás architektúra

A HR architektúra elmélet (Lepak és Snell 1999, 2002) stratégiai keretbe ágyazza és összekapcsolja az adott vállalatban tevékenykedő emberi tőke jellemzőit és a foglalkoztatás módját, és ezekhez emberi erőforrás konfigurációkat kapcsol. A modell alapvetése, hogy a humán tőke típusainak függvényében változhatnak a foglalkoztatás körülményei, amelynek következtében a vállalatok eltérő mértékben fektetnek be az emberi erőforrásba. A humán tőke jellege alapján a vállalatok eltérő foglalkoztatási stratégiát választanak és az eltérő foglalkoztatási stratégiák következményeként eltérő HR gyakorlatokat alakítanak ki, különösen a munkaerőbiztosítás, megtartás és a fejlesztés területén (Lepak és Snell, 2002). Cikkünkben egy vállalati eseten keresztül mutatjuk be ezeket az összefüggéseket.

¹ Budapesti Gazdasági Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Kar Menedzsment Tanszék, e-mail: szaszvari.karina.agnes@uni-bge.hu

² Budapesti Gazdasági Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Kar Menedzsment Tanszék

³ Budapesti Gazdasági Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Kar Menedzsment Tanszék

⁴ Budapesti Gazdasági Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Kar Menedzsment Tanszék

HR konfigurációk

Lepak és Snell (1999) HR architektúra elméletében négyféle foglalkoztatási formát különböztet meg: tudás alapú, munkakör alapú, szerződéses és partnerségen alapuló. Alapvetően a humán tőke egyediségében és stratégiai értékében látják a HR konfigurációt meghatározó tényezőket. Az egyediség arra utal, hogy az emberi tőke mennyire vállalatspecifikus, sajátos, ritka. Ha a humán tőke egyedi jellegű, akkor nehezen szereshető meg, és kevésbé átruházható, ezért a vállalatok nagyobb hajlandóságot mutatnak arra, hogy befektessenek pl. képzés-fejlesztés formájában. A humán tőke stratégiai értéke potenciál a vállalat számára, amellyel a hatékonyság és az eredményesség növelhető, a vállalati siker fokozható. A két dimenzió segítségével négy eltérő foglalkoztatási mód definiálható (Lepak és Snell, 1999, 2002).

1. ábra. Az emberi tőke jellemzői és a foglalkoztatási módok

Egyediség	Magas	4. negyed Partnerségen, szövetségen alapuló kapcsolat Együttműködésen alapuló HR konfiguráció	1. negyed Tudásalapú foglalkoztatás Elköteleződés alapú HR konfiguráció
	Alacsony	3. negyed Szerződéses kapcsolat Szabályokon alapuló HR konfiguráció	2. negyed Munkakör alapú foglalkoztatás Termelékenység alapú HR konfiguráció
		Alacsony	Magas
		Stratégiai érték	

(Forrás: Lepak és Snell, 1999, 2002, 520.o.)

Tudásalapú foglalkoztatás. Ha az emberi tőke egyszerre értékes és egyedi, akkor a vállalat nagy valószínűséggel ezekre a munkavállalókra úgy tekint, mint akik nagyban hozzájárulnak a vállalat stratégiai céljaihoz, sőt, az ő tudásukra építi a vállalat a stratégiai céljait is. Ebben az esetben a HR gyakorlatok a munkavállalók tudásának fejlesztésére, az elkötelezettség növelésére és ezzel együtt a hosszú távú foglalkoztatásra irányulnak. A rátermettség, az alkalmasság, a fejlődésre való képesség a foglalkoztatás kulcskérdése az aktuális tudással, illetve teljesítménnyel szemben. A tudás hasznosulása érdekében előszeretettel alkalmazzák a bevonást és a felhatalmazást, a megtartás érdekében növelik a munkahelyi biztonságot, a teljesítményértékelés fejlődésorientált, folyamatos fejlesztést biztosítanak, jutalmaznak a tudásbővítést és tudásmegosztást, a javadalmazásban pedig a hosszú távú elemeket (pl. részvényopció) részesítik előnyben. (Lepak és Snell, 2002) Ez kapcsolható az emberi erőforrás menedzsment (HRM) szakirodalomban „make”-nek nevezett stratégiához (Bokor et al 2014, Becker 2009)

Munkakör alapú foglalkoztatás. Az emberi tőke értéke ebben az esetben magas, ugyanakkor kevésbé egyedi. Ebben a modellben a munkaerőt érdemes foglalkoztatni, mert a stratégiához való hozzájárulásuk kritikus, a szervezeti célokhoz jelentős mértékű hozzájárulásuk várható, ugyanakkor készségeik nem megkülönböztető jellegűek a versenytársakhoz képest. Ebben az esetben a HR gyakorlatok a munkatársak tudásának akvizíciójára irányulnak a fejlesztéssel szemben, azaz az aktuális munkaköri feladatok és az egyén illeszkedése közötti kapcsolatot

tartják szem előtt, teljesítményt várnak tőlük, amiért piaci bért fizetnek. Ez a HR berendezkedés termelékenységfókuszú, bár a foglalkoztatás itt is hosszú távra irányul, elsősorban az adott munkakörben nyújtott teljesítmény teremti meg ennek az alapját (Lepak és Snell, 2002). Ez kapcsolható a HRM szakirodalomban „buy”-nak nevezett stratégiához (Bokor et al., 2014, Becker, 2009).

Szerződéses munka. Olyan emberi tőkét feltételez, amely nem különösebben egyedi és a vállalati stratégiához való hozzájárulása sem jelentős. Ilyenkor a vállalatok a feladat ellátását tartják szem előtt, ezért rövid távú, általában szerződéses kapcsolatokat alakítanak ki, növelve a foglalkoztatás rugalmasságát, és ezzel együtt csökkentve a foglalkoztatás költségeit. A tranzakciós kapcsolat a megállapodásokban rögzített módon történő feladat teljesítésén alapul, a képzés csak a teljesítéshez szükséges minimumra korlátozódik, a bérezés pedig órábérben vagy teljesítménybérben történik. (Lepak és Snell, 2002)

Szövetségek/partnerségek. Az emberi tőke egyedisége, megkülönböztető jellege erőteljes, ugyanakkor a stratégiához való hozzájárulás mértéke elenyésző, így általában nem éri meg belsőleg alkalmazni. Jellemzően kölcsönösen előnyös együttműködésekben - pl. kutatás-fejlesztés területén - érvényesül a humán tőke ilyen jellegű alkalmazása, ráadásul úgy, hogy a vállalat számára ez többnyire nem jelent (jelentős) költséget. A kapcsolat alapját az információcseré és együttműködés jelenti, így a HR gyakorlatok a kapcsolat kialakítására és fenntartására, és a bizalom kialakítására irányulnak. A felek a kölcsönösen előnyös outputok hangsúlyozása mellett kollektív ösztönzőkkel segítik elő az információ- és tudásmegosztást, és ezzel a köztük lévő kapcsolat fejlődését. (Lepak és Snell, 2002)

Az egyes HR konfigurációk önmagukban konzisztensek, és egyes vállalatok az erőforrásaik minőségének függvényében, azaz a foglalkoztatottak különböző csoportjai esetén akár több konfigurációval is dolgozhatnak sikeresen pl. a cégek a szerződéses foglalkoztatást alkalmazzák, ha a munkavállalói képességek általános jellegűek és könnyen beszerezhetők a munkaerőpiacról, viszont a versenyképesség szempontjából kritikusabb munkavállalók hosszú távú foglalkoztatása érdekében erőfeszítéseket tesznek.

Akár ugyanazon jellemzőkkel rendelkező munkavállalói csoportok alkalmazása során is elképzelhető, hogy a vállalatok eltérő HR konfigurációt alkalmazhatnak. Lepak és Snell (2002) a jelenség mögött erőforráshiányt feltételez, azaz különösen a turbulens iparágakban vagy időszakokban a fejlesztés helyett a termelékenységet hangsúlyozó HR konfigurációt használják, hogy a hozzájárulás közvetlenül és gyorsan tetten érhető legyen.

Tudásalapú foglalkoztatás, tudásmunkások foglalkoztatása

Lepak és Snell (2002) kutatásai szerint az elkötelezettségen alapuló HR-konfiguráció használata szignifikánsan nagyobb a tudásalapú foglalkoztatás esetén, ugyanakkor a tudásmunkások alkalmazásával kapcsolatos HR konfigurációk mutatták a legnagyobb változatosságot is.

Monks és munkatársai (2013) tudásmunkások körében végzett kvalitatív kutatása is eltérő HR konfigurációkat azonosított. Az IT szektorban az elkötelezettség alapú konfiguráció mellett termelékenység alapú konfiguráció is megjelent. Feltárták, hogy a vállalkozások ez utóbbi esetben a költségcsökkentésben és hatékonyságnövelésben látták az alkalmazkodás módját, az ehhez kapcsolódó HR filozófia a munkatársak termelékenységét hangsúlyozta, ami alapján a HR rendszert (gyakorlatokat és folyamatokat) kialakították. Bár a vállalatok sikeresen működtek, tudásmunkásaik a foglalkoztatásról kedvezőtlenül nyilatkoztak, ennek következtében nagyobb valószínűséggel hagyták el a céget.

Kutatásmódszertan

Kutatócsoportunk a kis és középvállalatok HR gyakorlatának vizsgálatával foglalkozik (Csillag et al., 2019., Hidegh et al., 2019, Csizmadia et al., 2022, Szászvári et al., 2022). Jelen írásunk fókuszában a tudásintenzív középvállalatok HR architektúrája és HR gyakorlatai

állnak. Ehhez a célhoz az esettanulmány módszertan illeszkedik, amelyben a helyi kontextus feltárása és megértése volt az elsődleges cél (Bryman, 1992), illetve az instrumentális esettanulmánynak (Gelei, 2002) megfelelően a vizsgált vállalat helyi gyakorlatának megismerése, a feltárt elméleti és gyakorlati irodalom kiegészítése, árnyalása, a helyi viszonyokra vonatkozó összefüggések bemutatása. Az esettanulmány elméleti alapú tipikus eset (Gelei, 2002, Yin, 2004), azaz egy-egy elméleti konstrukció példájának tekinthető.

Az esettanulmány elsősorban félig strukturált interjúkra (összesen 9 interjú, ebből 3 vezetői, 6 munkatársi), másodsorban pedig dokumentumelemzésre (vállalati honlap, éves jelentések, vállalati újság, HR irányelvek és stratégiai dokumentumok) épül. Kitching (2007) is hangsúlyozza, hogy a személyes interjú alkalmas módszer lehet a KKV-k HR gyakorlatának feltárására, mert a KKV tulajdonosok és munkavállalók nem feltétlenül tudják a kérdőíves megkérdezésben azonosítani a HR gyakorlatok jellemzőit.

Az interjúk során a szervezet céljait, történetét és kritikus eseményeit, a HR tevékenység alakulását, jártuk körbe. Az adatgyűjtés során a vizsgált egység maga a vállalat volt, az egyes folyamatok, mechanizmusok feltárását az interjúalanyok ezekről való észlelése határozta meg.

MegaBit

A vállalatot 2000-ben alapította 16 magánszemély. Alapításkor két fő tevékenységük volt: az informatikai tanácsadás, tesztelés és az informatikai projektek vezetése, illetve a minőségügyi tanácsadás. A vállalat első nyolc évében szervezeti szempontból az egyszerűség, a költséghatékony működés és a családiasság dominált. Fontos szempont volt a diverzifikáció, és az üzleti lehetőségekre való gyors reagálás, a rugalmasságot új üzletágak nyitása, illetve a kevésbé jövedelmező üzletágakból való kilépés biztosította. A vezetők a tanácsadói munkájuk mellett végeztek vezetői feladatot, központi funkcionális szervezeti egységek - a minimális adminisztráción kívül - nem voltak, a központi HR is csak 2010 után jelent meg. Az utóbbi években két fiatalabb, kisebb üzletág nyílt: az adatbányászattal foglalkozó (BigData, 17-18 fős), illetve az ügyfélmenedzsment (CRM) rendszerekkel foglalkozó (SalesForce, 30 fő) csapat. A cég 2016-ban már 170 körüli munkavállalóval dolgozott, 2020 elején elérte a 250 főt. 2017-ben állt fel a toborzás-kiválasztással és az elkötelezettséggel foglalkozó HR szervezet. 2019 óta a menedzsment öt személyes, akik egy-egy funkcionális területért felelősek (ügyvezetés, pénzügy, HR, üzletfejlesztés, üzemeltetés és kereskedelem), és közülük már senki nem dolgozik tanácsadóként.

A vállalat munkatársainak többsége a munkáját az ügyfeleknél kihelyezve végzi, általában szoros együttműködésben az ügyfél munkavállalóival. A munkavégzési rendszer tekintetében a vállalat szűk specializációban alkalmazza a munkatársak tudását, elsősorban kész szakemberekre van szükség, akik már a szakmájukban felkészültek és önállóan, magabiztosan, egy-egy terület specialistáiként elvégzik a rájuk bízott feladatokat. A beszámolók általában arra utalnak, hogy a tagok munkája kötött, kevés vertikális és horizontális mozgást tesz lehetővé, a munkavállalókat látszólag vonják be a döntéshozatalba, a tudás birtokosai a munkatársak a maguk erőteljes autonómiájával, a környezetet pedig, amely a működés sajátosságai miatt is erőteljesen tagolt, elkülönülés és individualizmus jellemzi, és mindez alacsonyabb bizalmi légkörrel jár együtt. Ugyanakkor két üzletág esetén – BigData és SalesForce – a munkavállalókat bevonják a döntéshozó és problémamegoldó folyamatokba, lehetőséget biztosítanak számukra a tudás és a szakmaspecifikus készségek egymással történő megosztására.

A toborzás-kiválasztás sok éven keresztül kizárólag informális csatornákon, barátok és ismerősök behozatalával történt, ami még mindig fontos csatorna, ezt a tulajdonosok még mindig fontos feladatuknak érzik.

A vállalat nagyobb részére a kész szakember alkalmazása jellemző („buy” stratégia), és csak az új területeken kap hangsúlyt a szakember fejlesztés, a tudás vállalati generálása („make”

stratégia). A vállalat üzleti modellje arra épül, hogy szakmailag jól képzett, nagymértékben specializált tudással rendelkező, azonnal munkába állítható, már referenciával rendelkező („kész”) szakembereket közvetít a partnerek felé, akiknek a feladataik ellátásában nagyfokú autonómiát biztosít, az ezzel együtt járó egyéni felelősség mellett.

A Big Data üzletág – eltérően a szakértői/tanácsadói területektől –, az új, még tapasztalatlan vagy kevés munkatapasztalattal rendelkező munkaerő foglalkoztatására és betanítására alapoz. Itt elsősorban a tanulási és az együttműködési készség van a fókuszban az individuális teljesítmény helyett. A fejlesztő fókuszú megközelítést támogatja az alkalmazott újszerű technológia, amelynek a munkaerőigényét a munkaerőpiac nem tudja kielégíteni, ezért a munkatársak belső fejlesztése elkerülhetetlen.

A képzés-fejlesztés területe sem egységes. A vállalat nagy részében a kész tudás azonnali alkalmazása jellemző, és csak az új területeken kap hangsúlyt a tudás vállalati generálása, a képzés-fejlesztés. Azaz elsősorban „buy”, másodsorban „make” stratégiát alkalmaznak.

A cégnél meghatározó módon nincsenek kötelező képzések. A tréninghez való hozzáférésnek, képzési lehetőségeknek nincs rendszere, szervezésük ad-hoc módon és egyéni alapon történik. Az alapítástól kezdve évente kétszer van csapatépítő tréning, amin bárki részt vehet. Ezen kívül rendszeresen vannak olyan soft skill tréningek, amelyek a cég szervez és finanszíroz, de a tréningen töltött munkanapokért a munkavállalók nem kapnak fizetést.

Általánosságban a képzésekkel kapcsolatosan ellentétes nézetek vannak: a vállalat által finanszírozott képzéseket kockázatosnak tartják, a növekvő tudással a munkatársak elvesztését valószínűsítik, illetve a karriermenedzsment szükségességét érzik, sőt ebben látják a megtartás egyik pillérét. Ez a működés a szakmai identitással szemben szűk teret hagy a szervezeti identitás kialakulásának és ezzel összefüggésben az elkötelezettség növelésének. A karrierperspektívák viszonylagos szűkössége egyéni szinten magában hordozza a beragadás („lock-in”) kockázatát, ami már a termelékenység csökkenéséhez vagy vállalat elhagyásához is vezethet. Továbbá elvesznek a szervezeti rugalmasság olyan elemei, amelyek a kollektív erőforrások hatékony felhasználására épülnek, mint például a munkakörgazdagítás, a csoportmunka és általában a kooperatív részvételre épülő munkaszervezeti megoldások.

A két kisebb, fiatal üzletágban szisztematikusabb a beillesztés és maga a képzés is. Az általuk képviselt „make” stratégia megjelenésének köszönhetően megjelentek az új területeken az onboarding és további tudásmenedzsment eszközök, például tudásplatform, kötelező képzések alkalmazása: csak az új területeken jellemző, hogy a munkatársak szakmai előrehaladását figyelemmel kísérik (képzési terv, mentor támogatása az egyéni fejlődés érdekében). Szemben más vállalati egységekkel itt türelmesek a betanulási folyamat során, nem követelik meg a tudás azonnali alkalmazását termelési célból.

Formális teljesítményértékelési rendszer nincs, de a múltban voltak erre irányuló törekvések, amelyek a létszám növekedése miatt elmaradtak. A kétirányú információáramlást biztosító munkavállalóktól kért visszajelzések, felmérések visszaszorultak, ha történt ilyen, azok eredményeit nem használták fel. Az új üzletágakban már felismerték, hogy fejlesztésközpontú teljesítménymenedzsmentre van szükség. Értékelési szempontként a fejlődést és a csapatteljesítményt fogalmazták meg, a teljesítményértékelés céljaként pedig a fejlődés mellett az egyéni motiváció fenntartását. Ennek a kialakítása még folyamatban van. A csapatteljesítmény felértékelődésével az individualizmus ellenpéldáját láthatjuk az új üzletágakban.

A vállalat nagy részére az ösztönzési rendszer egyéni szintű, piaci alapú, tranzakciós modellje jellemző. A ledolgozott napok száma (tanácsadói napi díj) alapján. A vállalat vonzereje a munkavégzésre jellemző magas autonómia biztosítása mellett a piaci bérekhez képest magas ellentételezésben azonosítható. Az ösztönzési rendszernek is látható a szerepe van a képzésekhez való kedvezőtlen viszonyulásban: a tanulás, illetve a tudásátadás időszakához

nem rendelnek díjazást. A vállalat kisebb részére jellemző elkötelezettségen, tudásfejlesztésen alapuló működési területeken az ösztönzés nem anyagi természetű formáit is alkalmazzák.

Eredmények és következtetések

Ahogy a lenti táblázatban is látszik, a MegaBit HR gyakorlatait elemezve megállapítható, hogy az egyes HR gyakorlatok és folyamatok szorosan kapcsolódnak a vállalat költséghatékonyságra épülő stratégiájához, amely így elsősorban a termelékenység alapú HR konfiguráció jellemzőit mutatja. A két kisebb, új üzletágban azonban az elkötelezettség kerül fókuszba, az egyes HR folyamatok is ezt a működést segítik elő. A szervezet egészét tekintve a toborzás-kiválasztás és a képzés-fejlesztés esetében az alkalmazott HR konfiguráció besorolása egyértelmű, azonban a többi HR alrendszer esetében vannak mind a munkakör- mind a tudásalapú foglalkoztatásra jellemző jegyek.

2. ábra. Az azonosított HR gyakorlatok.

HR gyakorlat	MegaBit	Két kisebb, új üzletág
Munkavégzés	Specialisták, szűk területen önállóan működnek	projekt alapú munkavégzés
Toborzás, kiválasztás	„buy” stratégia, felkészült szakembereket keresnek	„make” stratégia, fiatalokat és kezdőket is felvesznek
Képzés, fejlesztés	Kevés, képzés saját hozzájárulással	mentoring, on-the-job képzések, tudásmegosztás
Teljesítmény-értékelés	nincs formális értékelés	Fejlődésfókuszú, egyéni és csoportos
Jutalmazás	piacinál magasabb bérek, napidíj	bér és egyéb ösztönző elemek is

Forrás: saját szerkesztés a MegaBit esettanulmány alapján

Összességében az esettanulmány alapján az a következtetés vonható le, hogy az eltérő kontextus miatt akár egy szervezeten belül is megjelenhetnek eltérő HR gyakorlatok (Wright et al., 2001), amelyek eltérő HR konfigurációt eredményeznek. Ahogy Monks és szerzőtársai (2013) is kiemelték, mindkét gyakorlat eredményes lehet. Az interjúk rámutatnak azonban arra is, hogy a fenti kettősség egyrészt biztosítja a szervezet külső rugalmasságát, másrészt azonban konfliktusokat okozhat a szervezeten belül, amelyek kezelése már középtávon stratégiai kérdéssé válik.

Irodalomjegyzék

1. Becker, G. S. (2009). Human capital: A theoretical and empirical analysis, with special reference to education. University of Chicago Press. ISBN: 0-226-04109-3
2. Bokor, A., Szóts-Kováts, K., Csillag, S., Bácsi, K. & Szilas, R. (2014). Emberi erőforrás menedzsment, Budapest, Aula Kiadó, ISBN: 9789639698260
3. Bryman, A. (1992). Research methods and organization studies. London: Routledge. ISBN: 0415084040
4. Csillag, S., Csizmadia, P., Hidegh A. L. & Szászvári K. (2019) What makes small beautiful? Learning and development in small firms. Human Resource Development International, 22(5), 453-476. <https://doi.org/10.1080/13678868.2019.1641351>
5. Csizmadia, P., Csillag, S., Szászvári, K., & Bácsi, K. (2022). To learn and let learn? Characteristics of the learning environment in knowledge-intensive medium-sized enterprises. Journal of Workplace Learning, 34(7), 661-674 <https://doi.org/10.1108/JWL-09-2021-0120>
6. Eisenhardt, K. (1989). Building Theories from Case Study Research. The Academy of Management Review, 14(4), 532-550. <https://doi.org/10.2307/258557>
7. Gelei, A. (2022). A szervezeti tanulás interpretatív megközelítése: A szervezetfejlesztés esete. Doktori (PhD) értekezés. Budapesti Corvinus Egyetem, Gazdálkodástani Doktori Iskola. http://phd.lib.uni-corvinus.hu/171/1/gelei_andras.pdf, Letöltés: 2022.10.21.
8. Hidegh, A., Csillag, S., Csizmadia, P. & Szászvári, K. (2019): Magyarországi kis- és középvállalkozások készség-szükségletei. Munkaügyi Szemle, 62(6), 6-12.
9. Kitching, J. (2007). Regulating employment relations through workplace learning: a study of small employers. Human Resource Management Journal, 17(1), 42-57. <https://doi.org/10.1111/j.1748-8583.2007.00019.x>
10. Lepak, D.P & Snell, S.A. (1999). The human resource architecture: toward a theory of human capital allocation and development. Academy of Management Review, 24(1), 31–48. <https://doi.org/10.5465/amr.1999.1580439>
11. Lepak, D.P. & Snell, S.A. (2002). Examining the human resource architecture: the relationships among human capital, employment and human resource configurations. Journal of Management, 28(4), 517–543. <https://doi.org/10.1177/014920630202800403>
12. Miles, R. E., & Snow, C. C. (1984). Designing strategic human resources systems. Organizational dynamics, 13(1), 36-52. [https://doi.org/10.1016/0090-2616\(84\)90030-5](https://doi.org/10.1016/0090-2616(84)90030-5)
13. Monks, K., Kelly, G., Conway, E., Flood, P., Truss, K., & Hannon, E. (2013). Understanding how HR systems work: the role of HR processes and HR practices. Human Resource Management Journal, 23(4), 379-395. <https://doi.org/10.1111/j.1748-8583.2012.00207.x>

14. Stake, R. E. (1994). Case Study: Composition and Performance. *Bulletin of the Council for Research in Music Education*, 122, 31-44.
<http://www.jstor.org/stable/40318653>
15. Szászvári, K., Csillag, S., Csizmadia, P., & Bácsi, K. (2022). Tanulni és tanulni hagyni? Munkahelyi tanulás és tanulási környezet tudásintenzív középvállalatokban. *Vezetéstudomány /Budapest Management Review*, 53(2), 41–54.
<https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2022.02.04>
16. Wright, P. M., Dunford, B. B., & Snell, S. A. (2001). Human resources and the resource based view of the firm. *Journal of Management*, 27(6), 701–721.
<https://doi.org/10.1177/014920630102700607>
17. Yin, R. K. (2004). *The case study anthology*. Sage. ISBN: 9780761929260

A családbarát egyetem értelmezése a hallgatók szemszögéből

Szegedi Krisztina¹, Juhász Tímea², Győri Zsuzsanna³

DOI: [10.29180/978-615-6342-49-2_24](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-49-2_24)

Absztrakt

A cikk egy magyar egyetem példáján azt mutatja be, hogy milyen tényezők befolyásolják a hallgatók életminőségét, hogyan értelmezhető a családbarát egyetem a hallgatók szerint, valamint milyen szerepe lehet az intézménynek a hallgatói életminőség javításában. A nagymintás kérdőíves felmérés eredményei azt mutatják, hogy a hallgatók életminősége a fizikai és mentális jólétüktől függ leginkább. A nők és a családos hallgatók számára különösen lényeges a tanulás-munka-család egyensúlya. A családbarát egyetem misszióját akkor tölti be, ha csökkenti a hallgatók tanulási terheit, gyermekelhelyezési szolgáltatást nyújt, családi rendezvényeket szervez a hallgatók számára és jó példákat mutat be a családbarátság fejlesztésére.

Kulcsszavak: egyetemi hallgató, családbarát egyetem, tanulás és magánélet összehangolása

Bevezetés

Az egyetemi hallgatók életminősége (quality of life) az életükkel való elégedettséget fejezi ki, ami jelentősen befolyásolja őket egyetemi sikerességükben. A hallgatók életminősége számos tényezőtől függ, mint például a fizikai és lelki egészség, az önbecsülés, az életszínvonal, a munka, a játék, a tanulás, a kreativitás, a barátságok, a testvéri kapcsolatok, a család, a szomszédok és tágabb közösség (Sugara, 2020).

A szakirodalom az egyetemi hallgatók esetében sok esetben azt vizsgálja, milyen tényezők befolyásolják pozitív és negatív irányban a szubjektív jóllétüket (subjective well-being), és ezek alapján a szerzők gyakran javaslatokat tesznek az egyetemek vagy az állami szervek számára arra, hogy hogyan lehet elősegíteni a jóllét és az életminőség javulását.

Viszonylag kevés cikk foglalkozik közvetlenül a családbarátság és az életminőség kapcsolatával az egyetemi hallgatók körében, Kutatásunk célja annak vizsgálata volt, hogy milyen tényezők befolyásolják a hallgatók életminőségét, hogyan értelmezhető a családbarát egyetem a hallgatók szerint, milyen szerepe lehet az intézménynek az életminőség javításában.

Szakirodalmi háttér

Az egyetemi hallgatók esetében két szempontból is értelmezhető a család, és így a családbarátsággal kapcsolatos elvárások is különböző módokon jelennek meg. Fiatallabban a család a szülőkkel és testvérekkel való kapcsolatot jelenti, amelyet egyfelől össze kell egyeztetni a tanulmányokkal, másfelől fontos, az életminőséget meghatározó erőforrásként jelenik meg. Később, a saját párkapcsolat és családalapítás kapcsán a hallgató már szülő szerepbe kerül, amely újabb kötelezettségeket és megoldandó kihívásokat, valamint újabb, az életminőséget pozitívan meghatározó kapcsolatokat is jelent.

Gault és munkatársai (2017) szintén azt hangsúlyozzák, hogy az egyetemeknek lehetőséget kell biztosítani a társadalmi mobilitásra, jobb munkaerőpiaci helyzetbe kerülésre a családos

¹ Budapesti Gazdasági Egyetem, Külkereskedelmi Kar, Nemzetközi Kereskedelem és Logisztika Tanszék, A Fenntarthatóság Gazdasági és Társadalmi Hatásai Kiválósági Központ

² Budapesti Gazdasági Egyetem, Külkereskedelmi Kar, Társadalomtudományi Módszertan Tanszék, A Fenntarthatóság Gazdasági és Társadalmi Hatásai Kiválósági Központ

³ Budapesti Gazdasági Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Kar, Menedzsment Tanszék, A Fenntarthatóság Gazdasági és Társadalmi Hatásai Kiválósági Központ, e-mail: gyori.zsuzsanna@uni-bge.hu

hallgatóknak is, ehhez pedig érdemes több dimenzió (pl. lakhatás, szolgáltatások, mentorálás, pénzügyi támogatás, gyermekmegőrzés) összehangolásával felkészülni.

Liebhardt és munkatársai (2011) ulmi orvostanhallgatók esetén vizsgálták a gyermekvállalásnak a karrierre való hatását, Goulden és munkatársai (2011) pedig azt, hogy Amerikában milyen eszközökkel lehet a kutató nőket az akadémiai pályán tartani. Mint az előbbiek, ezek a források is kiemelik, hogy egyfelől az egyéni boldogulás meghatározó tényezője, másfelől társadalmi érdek is az egyetemi tanulmányok családbarátosságának növelése. Ha a hallgatók nem tudják összeegyeztetni tanulmányaikat a családi kötelezettségekkel – és az említett kutatások szerint ez a probléma elsősorban a nőket érinti –, akkor karrierlehetőségeik beszűkülnek, amely társadalmi szinten is csökkenti a humán erőforrást.

A hallgatók életminőségét jelentősen befolyásolja a stressz, amely kiégéshez vezethet. A hallgatók kiégése következtében rosszabb lesz a teljesítményük, sokszor hiányoznak vagy teljesen kimaradnak az iskolából (Bask és Salmela-Aro, 2013). Az egyetemi hallgatók életminőségét és a stressz összefüggését vizsgáló szisztematikus szakirodalmi elemzésükben Ribeiro és szerzőtársai (2018) megállapították, hogy a stressz negatívan hat az életminőségre és összefüggésbe hozható az alvásproblémákkal és a kiégéssel.

Kleiveland és szerzőtársai (2015) norvég nővérképzésben résztvevő egyetemistákat vizsgálva megállapították, hogy 33%-uk közepes vagy magas stressz-szintet élt át, ami negatív kapcsolatban állt az életminőségükkel, különösen felsőbb évfolyamon. Portugál pszichológus hallgatók vizsgaidőszakban mért adata ennél még magasabb volt, 55%-uk értékelte stresszesnek a vizsgaidőszakot az értékelés és a túlterhelés miatt (Simões et al., 2023). Paro és szerzőtársai (2014) orvostanhallgatók esetén állapították meg, hogy a női hallgatók életminősége alacsonyabb, mint a férfiaké és a kiégés területén is különbség mutatkozott, mivel a nőknél magasabb volt az érzelmi kimerültség, a férfiaknál pedig a személytelené válás (depersonalizáció) értéke volt a magasabb.

Van Vendeloo és szerzőtársai (2014) holland ortopéd gyakornokokat kérdeztek meg és az derült ki, hogy 18%-uknak volt rossz az életminősége, 47%-uk elégedetlen volt a munka és a magánélet egyensúlyával és a rezidensek 28%-ánál mutatkoztak a kiégés tünetei. Taylor és szerzőtársai (2013) 1074 alapképzésben résztvevő amerikai hallgatót bevonva a felmérésbe, 9,5%-uknál tapasztalták, hogy krónikus álmatlanságban szenvednek, ők szignifikánsan rosszabb alvásról, fáradtságról, depresszióról, szorongásról, stresszről és életminőségről számoltak be. 1086 iráni orvostanhallgató esetén azt állapították meg, hogy a férfi hallgatók, valamint azok, akik a családjukkal élnek és azok, akik naponta végeznek fizikai tevékenységet mind fizikailag, mind mentálisan jobb életminőséggel rendelkeznek (Jamali et al., 2013). A szülőkkel élő hallgatók jobb egészségi életminőségét megerősítette 1624 belgrádi, különböző területen tanuló egyetemista felmérése is (Pekmezovics et al., 2011).

A covid járvány hatásait vizsgálva az Egyesült Arab Emirátusban 1400 hallgatót vizsgálva megállapították, hogy a betegség és az egyetemek bezárása miatti bizonytalanság növelte a stresszt és a szorongást, ez különösen igaz volt a női hallgatókra, ugyanakkor az online tanulással járó új értékelési megközelítéssel kapcsolatban a megkérdezettek csaknem fele úgy vélte, hogy ez csökkentette az otthoni terhelést és a stresszt (Mosleh et al., 2022).

A szakirodalom vizsgálta azt is, hogy milyen tényezők befolyásolják a kiégést, illetve hatnak a kiégés megelőzésre. Egy libanoni orvostanhallgatók körében folytatott tanulmány célja az volt, hogy megvizsgálja az érzelmi intelligencia közvetítő szerepét a személyiségjegyek és az életminőség között. Az eredmények azt mutatják, hogy a magasabb lelkiismeretesség szignifikánsan összefügg a nagyobb érzelmi intelligenciával és az alacsonyabb életminőséggel (Maalouf et al., 2022). A családi társadalmi-gazdasági státusz szintén fontos tényező, mivel a magasabb családi társadalmi státusszal rendelkezők magasabb jövedelemmel és társadalmi tőkével rendelkeznek, lelkesebbek, pozitívabb a hozzáállásuk, így kevésbé jellemzi őket a

kiegés (Luo et al., 2016). Shankland és szerzőtársai (2018) rámutattak arra, hogy a hallgatói kiegészítés megelőzéséhez fontos az optimista beállítottság, de még attól is lényegesebb az összetartozás érzése.

CohenMiller és munkatársai (2018) kazahsztáni vizsgálatukban arra a kérdésre keresték a választ, mitől lesz családbarát egy egyetem a nemzetközi oktatók és hallgatók számára. Bevonáson alapuló kutatásukban azt találták, hogy a legfontosabb négy összetevő a közösségi érzés, a biztonság, a pénzügyi támogatás és a nyújtott szolgáltatások, rendelkezésre álló infrastruktúra. Ez a négy tényező határozza meg, hogy könnyen és biztonságosan összeegyeztethető-e a munka vagy tanulás és a magánélet.

A kutatás módszere

A Budapesti Gazdasági Egyetemen 2021 nyarán indult az a kutatás, amely azzal foglalkozott, hogy miképpen tudják az egyetemi polgárok, dolgozók és diákok a tanulást és a munkát összehangolni. A hallgatói kutatást megelőzte egy mélyinterjú alapuló felmérés, amely során a kutatók az intézetben dolgozó vezetőkkel, oktató-kutató kollégákkal, és az oktatást segítő munkatársakkal beszélgettek. Ebben a kutatásban 31 dolgozó vett részt. A vizsgálatban alapvetően arra voltak a kutatók kíváncsiak, hogy miképpen értékelik a megkérdezettek az életminőség kérdését, hogyan vélekednek a munka és magánélet összehangolásának a problematikájáról. A kutatásban résztvevők az életminőségi aspektusaiból leginkább az egészséget és a családot jelölték meg leggyakrabban a fontosság szempontjából. Továbbá a vezetőket említették a munka és magánélet összehangolás problematikájának leginkább kitett egyéneknek. Felvetették azonban a hallgatók érintettségét is.

A második vizsgálat kvantitatív felmérés volt, amelyen a hallgatók önkéntesen és anonim módon vehettek részt.

A kérdőív jellemzően zárt kérdésekből állt, amelyek minimális és metrikus változókra épültek, az utóbbiak 5 fokozatú Likert-skálák voltak, ahol az egyes az egyáltalán nemet, míg az ötös érték a teljes megfelelést, egyetértést jelentette.

1. táblázat: A kérdőív a következő szerkezetet követte:

Hallgatói specifikáció	Az életminőség kérdései	Tanulás és magánélet összehangolása a felsőoktatási tanulmányok során
Nem Életkor Milyen évfolyamon tanul az egyetemen? Van-e gyermeke? Van-e gondozást igénylő hozzátartozója?	Az életminőség kategóriáinak fontossági sorrendje Az intézmény szerepe az életminőség javításában	A tanulás és a magánélet összehangolási lehetőségei Milyen a családbarát egyetemi kultúra? Milyen eszközöket biztosít az egyetem az összehangolásához? kellene az összehangoláshoz?

Forrás: saját kutatás

A minta elemzéséhez egy- és többváltozós statisztikai módszereket használtak a szerzők és az SPSS 28-as programot.

A kérdőíves felmérésre 2022 tavaszán került sor, a megkérdezett hallgatók száma 1188 fő. 31,8%-a a megkérdezetteknek férfi volt, 68,2%-a nő. Évfolyam alapján 17,8%-a első-, 27,6%-

a másod-, 50,0%-a harmad-, 2,5%-a negyed- és 2.1%-a ötödéves volt. A válaszolóknak a 97,2%-ának nem volt gyermeke.

Eredmények

A kutatás rákérdezett arra, hogy mely életminőségi tényezőket tartanak fontosnak a válaszadók. A felsorolt aspektusok közül a hallgatók legtöbben az egészségügyi jólétre és a pszichés állapotra szavaztak. Legkevésbé volt fontos számukra a karrier és az anyagi jólét. Ez utóbbiak leginkább az ötödévesek számára voltak kardinálisak, valószínűleg azért, mert ők már a munkavállalás kapujában állnak. Az ANOVA vizsgálatok azt is igazolták, hogy a személyes jólét és az egészség a nők számára fontosabb volt, mint a férfiaknak, és ugyanígy a családosok életében erőteljesebb szerepet játszottak, mint a nem családosok esetében. Nem volt meglepő az az eredmény sem, hogy a családi élet a nőknek és a családosoknak volt lényeges. A kutatások azt igazolták, hogy nemenként, évfolyamonként, és a családi kötöttségek alapján lehet számos életminőségi aspektus fontosságát különbözőként értékelni.

A vizsgálatok arra is fókuszáltak, hogy a tanulmányok során érezhetnek-e a hallgatók kiégést és stresszt. Ezzel az állítással a megkérdezettek mintegy 66%-a értett egyet. Természetesen az elemzések azt is igazolták, hogy a kiégés egyik forrása lehet, ha a tanulmányi elvárások erősödnek. Ezzel párhuzamosan az is igaz, hogy a követelmények emelkedésével a megkérdezettek kevésbé tudnak odafigyelni olyan lehetőségekre, mint a hobbi, a kikapcsolódás, és ezek csökkenése és hiánya növelheti a kiégés veszélyét. A kötetlenebb tanulás a felmérésben résztvevő diákok közel 63%-a szerint elősegíti a munka és a magánélet egyensúlyát. Minden harmadik válaszadó szerint a tanulmányok mellett nehéz a családra is odafigyelni.

A tanulás és a magánélet minél optimálisabb összehangolásához mindenképpen fontos a diákok szerint, hogy jók legyenek az időmenedzsmentben, az együttműködésében. Persze rugalmasnak és motiválnak is kell lenniük az összeegyeztetéshez. Többek között ezek a tulajdonságok kellene ahhoz, hogy jól össze tudják hangolni a tanulást és a családot a hallgatók, amelyek megítélésében elsősorban a nemek alapján lehetett különbséget azonosítani.

A válaszok alapján az egyetem a tanulás, a munka és a magánélet összehangolás tekintetében segíteni tud a diákoknak például a gyermekelhelyezés biztosításában, a családi rendezvények szervezésében, ahol megjelennek a hallgatók családtagjai is. Továbbá fontosnak vélték a kérdésben a megkérdezettek az oktatási terhelés átcsoportosítását (30,5%), és pozitív vállalati gyakorlatok bemutatását (37,4%) is.

Végezetül a hallgatók úgy gondolják, hogy a kérdésben egyrészt a HÖK (Hallgatói Önkormányzat) képviselheti a hallgatókat, fontos a nyitott ajtó politikája, továbbá az is, ha saját maguk is kiállhatnak a kérdéseikkel, illetve anonim módon is megoszthatják véleményüket.

Összegzés

Kutatásunk során az egyetemi hallgatók életminőségének és jólétének vizsgálata alapján megállapítottuk, hogy az leginkább az egészségi jóléttől és a pszichés állapottól függ. A fizikai és lelki egészség fontossága a korábbi kutatásokban is erőteljesen jelen volt (Sugara, 2020). A hallgatóknak ugyanakkor több, mint fele érzi magát stresszesnek, ez magasabb arány, mint a hasonló külföldi felmérésekben mért arány (Kleiveland et al., (2015); (Simões et al., 2023).

A hallgatók jóléte kapcsán különbség fedezhető fel a hallgatók neme alapján, a nők számára ugyanis fontosabb a tanulás, a munka és a magánélet összehangolása. A nők nagyobb érintettsége összecseng Goulden és munkatársai (2011) valamint Paro és szerzőtársai (2014) kutatási eredményével. A kutatási eredményeink azt mutatják, hogy nemcsak a nők számára,

hanem a családosok számára is lényeges a munka és a magánélet egyensúlya. Eredményeink alapján megállapítható, hogy a női hallgatók számára az egészség és a család az életminőség két legfontosabb tényezője, ez megegyezik az egyetemi oktatók és nem oktató kollégák preferenciáival.

A magyar hallgatók a családbarát egyetemről elsősorban a tanulási terhek csökkentését, gyermekelhelyezési szolgáltatást, családi rendezvények szervezését és jó példák bemutatását várják el. Az elvárt szolgáltatás és a közösségi érzés megegyezik korábbi kutatási eredményekkel, (CohenMiller et al., 2018) de érdekes módon a biztonság és a pénzügyi támogatás jelen felmérésünkben nem jelent meg hallgatói elvárásaként.

Irodalomjegyzék

1. Bask, M., and Salmela Aro, K. (2013). Burned out to drop out: exploring the relationship between school burnout and school dropout. *European Journal of Psychology of Education* volume 28, pages511–528 doi: 10.1007/s10212-012-0126-5
2. CohenMiller, A.S., Sagitova, R., Ogay, S., Tselenko, Y., Shakhmanova, A. and Saburova, A. (2018). What is a Family-Friendly University Campus? A Pilot Study to Develop Student Research and Provide Practical Results. *American Journal of Qualitative Research* December 2018, Vol.2, No.2, pp. 103-119
3. Gault, B., Noll, E. and Reichlin, L. (2017). Discussion Papers 2016 Invitational Symposium The Family-friendly campus imperative, supporting success among community college students with children. Association of Community College Trustees
4. Goulden, M., Mason, M. A. and Frasc, K. (2011). Keeping Women in the Science Pipeline. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* Vol. 638, Work, Family, and Workplace Flexibility (November 2011), pp. 141-162.
5. Jamali, A., Tofangchiha, S., Jamali, R., Nedjat, S., Jan, D., Narimani, A., Montazeri, A. (2013). *Medical Education*, 47 (10), pp. 1001-1012. doi: 10.1111/medu.12247
6. Kleiveland, B., Natvig, G. K., Jepsen, R. (2015), Stress, sense of coherence and quality of life among Norwegian nurse students after a period of clinical practice. *PeerJ* 3:e1286; DOI 10.7717/peerj.1286
7. Liebhardt, H., Stolz, K., Mörtl, K., Prospero, K., Niehues, J. and Fegert, J. (2011). Starting a family during medical studies? Results of a pilot study on family friendliness in the study of medicine at the University of Ulm. *GMS Zeitschrift für Medizinische Ausbildung* 2011, Vol. 28, No. 1. ISSN 1860-3572 doi: 10.3205/zma000726
8. Luo, Y., Chen, A., & Wang, Z. (2016). Effect of parental rearing styles on learning burnout of middle school students: The mediating role of self-concept. *Psychological Development and Education*, 32(1), 65-72.
9. Maalouf, E., Hallit, S., Obeid, S. (2022). Personality traits and quality of life among Lebanese medical students: any mediating effect of emotional intelligence? A path

analysis approach. *BMC Psychology* (2022) 10:28 <https://doi.org/10.1186/s40359-022-00739-2>

10. Mosleh, S.M., Shudifat, R.M., Dalky, H.F., Almalik, M.M., Alnajar, M.K. (2022). Mental health, learning behaviour and perceived fatigue among university students during the COVID-19 outbreak: a cross-sectional multicentric study in the UAE. *BMC Psychology* (2022) 10:47 <https://doi.org/10.1186/s40359-022-00758-z>
11. Paro, H. B. M. S., Silveira, P. S. P., Perotta, B., Gannam, S., Enns, S. C., Giaxa, R. R. B., Bonito, R. F., Martins, M. A., Tempski, P. Z. (2014). Empathy among Medical Students: Is There a Relation with Quality of Life and Burnout? *PLoS ONE* 9(4): e94133. doi:10.1371/journal.pone.0094133
12. Pekmezovic, T., Popovic, A., Kistic, T. P., Gazibara, T., Paunic, M. (2011). Factors associated with health-related quality of life among belgrade university students. *Quality of Life Research* Volume 20, Issue 3, pp. 391 – 397. 10.1007/s11136-010-9754-x
13. Ribeiro, Í. J. S., Pereira, R., Freire, I. V., de Oliveira, B. G., Casotti, C. A., Boery, E. N. (2018). Stress and Quality of Life Among University Students: A Systematic Literature Review. *Health Professions Education*. Volume 4, Issue 2, June 2018, pp. 70-77. <https://doi.org/10.1016/j.hpe.2017.03.002>
14. Simões, C., Costa, A., Morais, C., Gomes, A.R. (2023). Adaptation to Stress in Psychology Graduate Students. In: , et al. *Occupational and Environmental Safety and Health IV. Studies in Systems, Decision and Control*, vol 449. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-12547-8_27
15. Shankland, R., Kotsou, I., Vallet, F., Bouteyre, E. Dantzer, C., Leys, C. (2018). Burnout in university students: the mediating role of sense of coherence on the relationship between daily hassles and burnout. *Higher Education* 78, 91–113 (2019). <https://doi.org/10.1007/s10734-018-0332-4>
16. Sugara, G. S., Rakhmat, C., Nurihsan, J., Iffiandra, I. (2020). Quality of Life and Burnout among University Students. *Universal Journal of Educational Research*, 8(8), 3742 - 3750. DOI: 10.13189/ujer.2020.080855.
17. Taylor, D. J., Bramoweth, A.D., Grieser, E.A., Tatum, J.I., Roane, B.M. (2013). Epidemiology of insomnia in college students: relationship with mental health, quality of life, and substance use difficulties. *Behavior Therapy*. Volume 44, Issue 3, Pages 339 – 348. 10.1016/j.beth.2012.12.001
18. van Vendeloo, S. N., Brand, P. L. P., Verheyen, C. C. P. M. (2014). Burnout and quality of life among orthopaedic trainees in a modern educational programme: importance of the learning climate. *The Bone & Joint Journal* Vol. 96-B, No. 8. pp. 1133-1138. <https://doi.org/10.1302/0301-620X.96B8.33609>

Épületek ökológiai lábnyoma: fából vagy betonból építsünk?

Szigeti Cecília¹, Szennay Áron², Major Zoltán³

DOI: [10.29180/978-615-6342-49-2_25](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-49-2_25)

Absztrakt

Az építés és építőipar egyik legjelentősebb természeti erőforrás-fogyasztó és jelentős mennyiségű széndioxid (CO₂) kibocsátásért felelős (Kumar és mtsai., 2021), valamint az egyik legnagyobb anyagáramot jelentő emberi tevékenység. Kutatásunk célja annak meghatározása, hogy az építőiparban mekkora környezeti hatás kerülhető el innovatív, környezetbarát technológiák alkalmazásával. Elemzésünkben a környezeti hatást – korábbi kutatásainkhoz hasonlóan – az ökológiai lábnyom mutatóval mértük. Az alkalmazott minta két, hasonló méretű, kb. 100 m² alapterületű családi házat tartalmazott, ahol a Ház 1 egy gerendaház, amely, kizárólag fa, illetve faipari termékekből épült, míg a Ház 2 a manapság bevett, betonszerkezetes, falazóblokkos technológia alkalmazásával készült. A vizsgálatban kizárólag azokat az elemeket szerepeltettük, amelyek a két épület esetében eltérnek, a potenciálisan hasonló tételeket (pl. alapozás, tetőfedés, gépészet stb.) figyelmen kívül hagytuk. Számításaink alapján a Ház 2 megépítéséhez a Ház 1-hez képest közel négyszer annyi (11,17 vs. 39,88 tonna) CO₂ kapcsolódik. Ennek elsődleges oka, hogy a Ház 1 lényegesen kisebb térfogatú, tömegű, ezáltal környezetterhelésű anyag beépítését igényli.

Kulcsszavak: környezeti hatások mérése, ökológiai lábnyom, lakóépületek

Bevezetés

Az építés és építőipar egyik legjelentősebb természeti erőforrás-fogyasztó és jelentős mennyiségű CO₂ kibocsátásért felelős (Kumar és mtsai., 2021), valamint az egyik legnagyobb anyagáramot jelentő emberi tevékenység. Az anyaghasználat növekedése és a természeti erőforrásaink csökkenése közötti egyértelmű korreláció miatt minimális feladat, hogy az építőipar anyaghasználata lassabban növekedjen, mint a kapcsolódó nemzeti termék (Bruttó Hazai Termék, GDP) növekedése (Beleznay, 2021). Ezen cél, valamint a minimális feladaton túlmutató valódi fenntarthatóság elérése érdekében szükséges az egyes projektek környezeti hatásainak mérése, illetve a mérési adatok alapján a folyamatok optimalizációja, az innovatív, kisebb környezetterhelésű anyagok, módszerek és folyamatok alkalmazása.

Korábbi kutatási eredményeink arra utalnak, hogy a vállalkozások környezetterhelése – a felhasznált anyagok kivételével – egy könnyen használható online kalkulátor által meghatározható (Szennay, Szigeti, és mtsai., 2021; Szigeti és mtsai., 2021). Mivel az anyaghasználat csak néhány szektor, így például az építőipar esetében játszik fontos szerepet, ezért egy, az online kalkulátort kiegészítő, ún. szatelit kalkulátort terveztünk és teszteltünk két családi ház mintáján. A tapasztalatok alapján az ökológiai lábnyom számítás ebben az esetben is könnyen standardizálható, hisz a házak teljes környezetterhelését néhány, nagyobb volumenben felhasznált és kifejezetten nagy környezeti hatású tétel (pl. beton, betonacél, falazóelemek, szigetelés) határozza meg (Szennay, Major, és mtsai., 2021)

¹ Budapesti Gazdasági Egyetem, A Fenntarthatóság Gazdasági és Társadalmi Hatásai Kiválósági Központ; Pénzügyi és Számviteli Kar, Menedzsment Tanszék, e-mail: szigeti.cecilia@uni-bge.hu

² Budapesti Gazdasági Egyetem, A Fenntarthatóság Gazdasági és Társadalmi Hatásai Kiválósági Központ; Budapesti Gazdasági Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Kar, Pénzügy Tanszék

³ Széchenyi István Egyetem Győr, Építész-, Építő- és Közlekedésmérnöki Kar, Közlekedésepítési és Vízmérnöki Tanszék

Jelen írásban egy, a kutatási folyamat későbbi szakaszában fejlesztett, még nem publikált, standardizált építőipari kalkulátort tesztelünk két eltérő építési technológiával készült, egy faszerkezetes, illetve egy, ma bevettnek tekinthető betonszerkezetes, falazóblokkokból épült családi ház mintáján. Célunk annak meghatározása, hogy mennyiben tekinthető környezettudatos választásnak egy gerendaház építése a leginkább elterjedt technológiákhoz képest.

A cikk 2. fejezete az építőipar üvegházgáz-kibocsátáshoz való hozzájárulását, innovatív trendjeit, valamint a környezeti hatás számítás elméleti háttérét foglalja össze. Az azt követő fejezetekben előbb az alkalmazott vizsgálati módszertant és a mintát, majd az eredményeinket bemutatjuk be. Az anyag az eredmények diszkussziójával és összefoglalásával, valamint a limitációkkal és a lehetséges további kutatási irányok felvázolásával végződik.

Szakirodalmi háttér

Globálisan az építőipar az összes erőforrás 50%-át, az összes energia 45%-át használja fel (Anzagira és mtsai., 2019). Ezért az éghajlatváltozás elleni küzdelem egyik legfontosabb eszköze az építőipar szén-dioxid-kibocsátásának csökkentése lehet. Ezek az erőfeszítések magukban foglalják magát a zöld épület (green building, GB) koncepciót, a különböző tanúsítási rendszereket és a fenntartható építőanyagok használatát (Labaran és mtsai., 2022). Egy épület akkor tekinthető zöld épületnek, ha a minősítő értékelési folyamat alapján mind a tervezése, mind a kivitelezése képes teljesíteni a meghatározott környezeti teljesítmény minimális szintjét. Ilyen zöld épület minősítési eszközök például a LEED (Leadership in Energy and Environmental Design), a BREEAM (Building Research Establishment Environmental Assessment Method), a Green Star, a CASBEE (Comprehensive Assessment System for Built Environment Efficiency) stb. (Anzagira és mtsai., 2019). Bár az építőipar közvetlen környezeti lábnyoma viszonylag kicsi, ezek a számok jelentősen megnőnek, ha figyelembe vesszük a felhasznált anyagok előállításához kapcsolódó CO₂ kibocsátást is: egy brit tanulmány szerint az ország szénlábnyomának több mint fele közvetlenül vagy közvetve az infrastruktúra építéséhez és használatához kapcsolódik (Jackson, 2020). Bár az épületekhez köthető CO₂ kibocsátásának csökkentésére irányuló törekvés jól ismert és széles körben elfogadott, a megvalósítása mégsem egyszerű. Magyarországon a probléma különösen jelentős, mert szakértői becslések szerint jelenleg az épületállományunk több, mint 95%-a elavult (Belezny, 2021).

A CO₂ kibocsátás csökkentésének egyik lehetősége az innovatív anyagok felhasználása. Egy tanulmány szerint egy 120 méteres felhőkarcoló építéséhez fa felhasználásával az épület szén-dioxid-kibocsátása 75%-kal csökkenthető (Holthaus, 2020). A fa épületek hatékony és más megoldásoknál (pl. földalatti tárolás) biztonságosabb szén megkötési lehetőségnek is tekinthetők, hiszen az alapanyag a fotoszintézis során a légköri CO₂-t építik be, amely végül az épület fog tárolni. További előny, hogy a fa ebben az esetben végső soron CO₂ intenzív építőanyagokat helyettesít, tehát további kibocsátás takarítható meg (Churkina és mtsai., 2020). Modelleredmény szerint 2100-ig az városokba költöző népesség 90%-ának lakhatása is megoldható közepesen magas (mid-rise) fa épületekben, amely jelentős mértékben csökkentheti a CO₂ kibocsátást (Mishra és mtsai., 2022). A szerzők kiemelik, hogy az intézkedés várhatóan nem jár a mezőgazdasági termelés nagyobb csökkentésével, ugyanakkor jelentős mennyiségű új erdő telepítésére, sőt a jelenleg nem védett erdők kitermelésének a fokozása szükséges, amely komoly tervezési, monitorozási és szabályozási igényt jelent.

Másik lehetőség, hogy a vasbeton helyett egy betonból és szén-szál-erősítésből álló kompozit anyagot használnak (carbon concrete, CC). A szén-szálak szakítószilárdsága körülbelül hatszorosa az acélénak, így a CC viszonylag alacsonyabb betontartalommal tervezhető, így cementet és adalékanyagot lehet megtakarítani (Mostert és mtsai., 2022). Ez azért lényeges, mert világszerte a cement és az acél az építőipar anyagokkal kapcsolatos kibocsátásának két

legjelentősebb forrása. A cementgyártás felelős a globális szén-dioxid-kibocsátás 7%-áért, az acélgyártás az összes kibocsátás 7–9%-áért, amelynek fele az építésben kerül felhasználásra (Beleznay, 2021).

A körforgásos gazdaság irányába való elmozdulás megvalósítható az újrahasznosított adalékanyagok építési termékekbe való beépítésével, ami hozzájárulhat a hulladéklerakókba kerülő hulladék mennyiségének csökkentéséhez. A könnyűbeton (lightweight concrete, LWC) alkalmazása környezetvédelmi és gazdasági szempontól is jelentős (Hoffman és mtsai., 2003). Egy kutatócsoport a települési szilárd hulladék égetési hamuból, salakból és márványiszapból készült mesterséges adalékanyagokat használt fel az LWC előállítására, amely nem szerkezeti alkalmazások felé orientálható (Farina és mtsai., 2022).

A fenntartható építés megvalósításának másik módja a meglévő technológiák hatásainak jobb mérése. Ennek megkönnyítésére számos eszközt fejlesztettek ki. Az épületinformációs modellezés (Building Information Modeling, BIM) használata például a beépített anyagok típusának és pontos mennyiségének, illetve a kapcsolódó munkafolyamatok tervezése, ismerete és optimalizációja által lehetőséget kínál az épületek szén-dioxid-kibocsátásának csökkentésére (Liu és mtsai., 2022), egyes fejlettebb változatai komplex létesítmény menedzsmenttel akár az épület egész életciklusa során. Számos kezdeményezés létezik az építőiparban a szén-dioxid vagy szén-dioxid-egyenérték mérésére. A szén-dioxid-kalkulátorok két módszertani csoportba sorolhatók. Az egyik megközelítésben a felhasználók úgy végeznek értékelést, hogy minden egyes felhasznált elemet vagy anyagot kézzel beírnak egy táblázatba, majd az eszköz hozzárendel egy szén-dioxid-kibocsátási tényezőt az adott elemhez. A második megközelítés egy meglévő adathalmazt vesz alapul, amely lehet mennyiségi leltár vagy BIM-adatok formájában, és automatikusan hozzárendel egy kibocsátási tényezőt minden egyes elemhez (Jackson, 2020). Sok építőipari vállalat főként azokat a szén-dioxid-kibocsátásokat hozza nyilvánosságra, amelyek felett teljes mértékben rendelkezik ellenőrzéssel és információval, ami azt jelenti, hogy a további kibocsátáscsökkentés esélye veszélybe kerülhet (Labaran és mtsai., 2022). Míg egyes eszközök ágazatspecifikusak, és mint ilyenek, speciális adatkészleteket igényelnek, mások, mint például az Atkins Carbon Critical Knowledgebase, minden ágazatban használhatók. A legtöbb eszköz az Inventory of Carbon and Energy (ICE) adatbázist használja, amely egy szabadon hozzáférhető, megtestesült szén- és energiaadatbázis az építőanyagokra vonatkozóan (Hammond & Jones, 2008). Az adatbázist 2019-ben frissítették, ami azt jelenti, hogy az építőipar számára valószínűleg még sokáig ez lesz a "go to" adatbázis. Vannak olyan eszközök, amelyek segítségével a felhasználók kiválaszthatják az igényeiknek leginkább megfelelő nemzeti adatbázist (Jackson, 2020). Egyes felmérések azt mutatják, hogy a jelenlegi digitális eszközökkel sikerült automatizálni a szénlábnyom (carbon footprint, CF) számításokat, de a fejlettségi szint még messze van az intelligens számításoktól, mivel az eszközöket nem lehet könnyen adaptálni (Yan és mtsai., 2022).

A környezeti hatásvizsgálatok túlmutathatnak a CF-számításokon, egyes kutatócsoportok különböző számításokat végeznek. Az épületek életciklus-értékelése (life-cycle analysis, LCA) alapvető eszközzé vált az építőipar környezeti hatásainak minimalizálásában és annak lehetővé tételében, hogy az építőipari ágazat a fenntarthatóság felé mozduljon el (Fenner és mtsai., 2018). A környezeti teljesítményt a globális felmelegedési potenciál (global warming potential, GWP), a fosszilis erőforrások szűkössége (fossil resource scarcity, FRS), az ásványi erőforrások szűkössége (mineral resource scarcity, MRS) és a vízlábnyom (water footprint, WF) alapján értékelik; a kumulatív energiaigényt (cumulative energy demand, CED) az energiateljesítmény (Leão és mtsai., 2022), az anyag-, energia- és éghajlati lábnyom (Mostert és mtsai., 2022) alapján. Pulselli és szerzőtársai (2008) kidolgozták az Emergy Investment Ratio (EIR) szintetikus fenntarthatósági mutatót építőipari alkalmazásokhoz. Az eredményeik azt mutatták, hogy a cement- és betongyártás nagymértékben függ a külső erőforrás-

áramlásoktól. Ezenkívül az EIR magas értéke gyenge versenyképességre utalt a külső instabilitásokkal szembeni nagyfokú érzékenység miatt. Bastianoni és munkatársai (2006) az ökológiai lábnyom (ecological footprint, EF) mutatót használják az épületek építésének környezeti hatásának kiszámítására két olaszországi épülettípus tanulmányozásával és összehasonlításával. Az egyes lakóépületekre vonatkozó számítások során az EF nem tartalmazza a közvetetten elfoglalt földterületet, az építési és bontási hulladéklerakókat és a bontási energiát. Ennek eredményeképpen a számított teljes EF némi pontatlanságot tartalmazhat. Az "életciklus-ökológiai lábnyom" (LCEF) e módszer továbbfejlesztése az építőanyagok környezeti hatásainak értékelésére (Kumar és mtsai., 2021). Az ökológiai lábnyom mutató használata jó megoldásnak tekinthető, mert más kalkulátorokkal ellentétben a növekedésnek is felső határt szab (Tóth & Szigeti, 2016).

Módszertan és az alkalmazott minta

A vizsgálatban két, kb. 100 négyzetméter alapterületű, sátozott családi ház ökológiai lábnyomát számszerűsítettük. A Ház 1 egyszintes, valamennyi statikai, építő és kiegészítő eleme fából, illetve faipari termékből készült. Ezen épületről egy nem szabványos kimutatás állt rendelkezésünkre a beépítésre kerülő anyagok mennyiségéről és minőségéről. A Ház 2 a korszerű építési módszereknek megfelelően vasbeton szerkezettel, téglafalakkal épült, továbbá tetőtér beépítéssel és garázzsal is rendelkezik. Ebben az esetben a magyar gyakorlatban általánosan alkalmazottnak tekinthető – (árazatlan) tervezői költségbecslés állt rendelkezésünkre. Mivel mindkét épület esetében hasonló méretű és típusú alapozással, ablakokkal és tetőfedéssel alkalmazható, ezért a vizsgálatban az azonosnak tekinthető tételeket figyelmen kívül hagytuk. Ennek megfelelően a Ház 2 esetében az építőiparban elterjedt árazatlan költségbecslésből csupán az alábbi lapokat vettük alapul: (1) helyszíni beton és vasbeton munka (kivéve aljzatbeton építés); (2) előregyártott épületszerkezet; (3) falazás és egyéb kőművesmunkák; (4) ácsmunka; (5) vakolás és rabilolás; (6) Könnyűszerkezet építés.

Az ökológiai lábnyom kalkulációkat négy lépésben hajtottuk végre. Elsőként a kimutatások transzformációját végeztük el, vagyis az azonosítottuk, hogy az abban feltüntetett tételek anyagát (pl. beton, természetes fa, poli(vinil-klorid) [PVC] stb.), továbbá átszámítottuk azokat a kalkulációban preferált mértékegységre (pl. m², m³, db stb.). Az azonos mértékegység lehetővé teszi, hogy a különböző kiserelésben (pl. 10, 15 vagy 30 cm vastagságban) felhasznált anyagokat a kalkuláció során aggregáljuk.

A második lépésben az azonosított és közös mértékegységre átszámított anyagféleségeket a teljes épületre vonatkozóan aggregáltuk. Ezt az indokolja, hogy a kimutatások logikája az építkezés munkafolyamatait tükrözi, ami azt jelenti, hogy egy anyagféleség nem csak többféle kiserelésben, hanem több munkafolyamatban vagy több tételben is előfordulhat.

Egyes anyagféleségeknél további mértékegység konverzióra van szükség, ugyanis előfordulhat, hogy az EF adatbázisban a preferált mértékegységtől eltérő mértékegységben kifejezett fajlagos érték szerepel. Fontosnak tartjuk kiemelni, hogy a preferált mértékegység a költségvetés tételeinek összevonását szolgálja, így elsősorban a tervezői szempontot tükrözi. Ugyan ez a legtöbb esetben megfelel az EF adatbázisban szereplő mértékegységgel, néhány kisebb tétel (pl. PVC dilatációs profilok stb.), valamint a nyílászárók esetében további kiegészítő kalkulációkra van szükség.

A tényleges EF számítás, vagyis az azonosított és összevont anyagféleségek fajlagos EF értékek általi értékelését a negyedik lépésben végeztük el. A fajlagos értékeket (Hammond & Jones, 2008) Inventory of carbon and energy 1.6a változata alapján határoztuk meg. A felhasznált anyagféleségek és az inventory-ban szereplő tételek nem feltétlen voltak egymással megfeleltethetők, ezért az inventory-ba számos új elemet vettünk fel (pl. falazóelemek). Hasonlóan, új elemek felvételét alkalmaztuk abban az esetben, ha az inventory

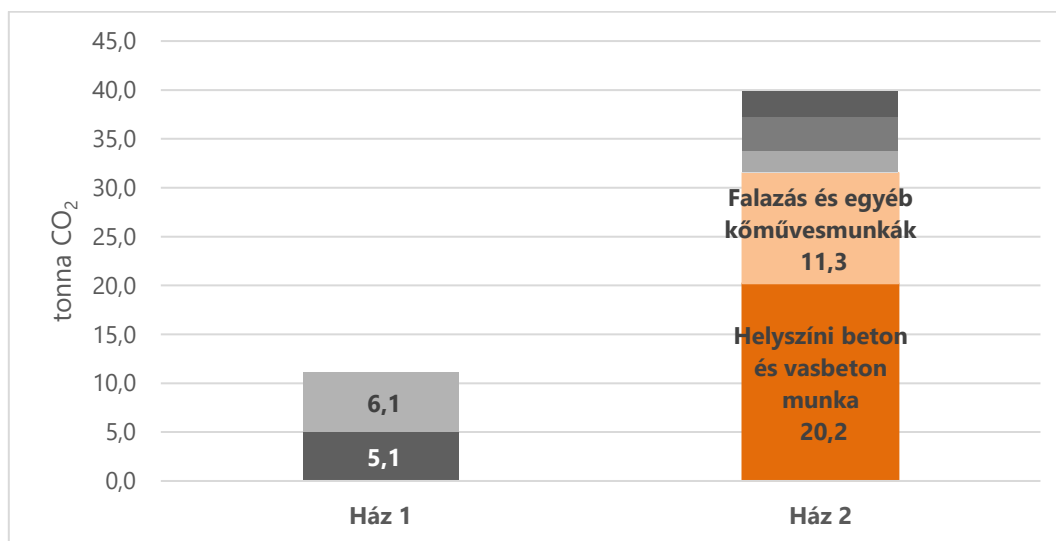
fajlagos értéke – műszaki okokból kifolyólag – viszonylag tág intervallumot zár be. Ilyen esetben valós termékek adatainak felvételével igyekeztünk az intervallumból a ténylegesen beépített anyagfélésegeknek leginkább megfelelő értéket kiválasztani. Figyelemmel arra, hogy a legtöbb fajlagos érték kg CO₂/kg mértékegységben áll rendelkezésre, ezért szükséges a vizsgált anyagfélések tömegének meghatározása. Ehhez szakmai útmutatókat (pl. Dr Palotás, 1981; Hammond & Jones, 2008), adott esetben termékek adatlapjait használtuk fel.

Eredmények

Eredményeink alapján a vizsgált családi házak vizsgálatba bevont anyagféléseinek környezetterhelése jelentősen eltérő: a Ház 1-be 11,17 tonna, míg a Ház 2-be 39,88 tonna CO₂ kerül beépítésre, ami rendre 3,8, illetve 13,5 globális hektár ökológiai lábnyomnak felel meg (ld. 1. ábra). Fontosnak tartjuk hangsúlyozni, hogy ez az érték a két háztípus potenciálisan eltérő elemeire vonatkozik, így elsősorban az alapozás, tetőfedés, szigetelés, nyílászárók és a gépészet nem került figyelembevételre.

A jelentős eltérést elsősorban a különböző anyagfélések eltérő környezetterhelése okozza, másodsorban a két családi ház eltérő felépítése okozza. A faszervezetű Ház 1 valamennyi eleme valamilyen faipari termék, a statikai tartóváz 659 darab különböző méretű fűrészelt léceket tartalmaz, amely együttesen csaknem 25 m³, illetve 11 tonna faanyagot jelent. Az építőlemez, szigetelések, kiegészítő faanyagok további 15,1 m³ különböző fa építőlemez, léceket, illetve hajópadló beépítését jelenti. Ezzel szemben a Ház 2 a pillérek, a monolit vasbeton födémlemez, illetve a lépcső jelentős mennyiségű, összesen 41,1 m³ betonra, illetve 3,88 tonna kapcsolódó betonacélra van szükség, amely önmagában a Ház 1 teljes számított környezetterhelésének csaknem kétszeresét, 20,23 tonna CO₂ beépítését jelenti. A téglafalazat szintén jelentős, a Ház 1-gyel összemérhető beépített CO₂ mennyiséget okoz (11,29 tonna).

1. ábra: A vizsgált családi házakba épített CO₂ mennyisége és eloszlása



Forrás: saját szerkesztés

Diszkusszió és összefoglalás

Kutatásunk céljaként annak vizsgálatát tűztük ki, hogy az építőiparban mekkora környezeti hatás kerülhető el innovatív, környezetbarát technológiák alkalmazásával. Elemzésünkben a környezeti hatást – korábbi kutatásainkhoz hasonlóan – az ökológiai lábnyom (EF) mutatóval mértük. Az alkalmazott minta két, hasonló méretű, kb. 100 m² alapterületű családi házat

tartalmazott, ahol a Ház 1 egy gerendaház, amely, kizárólag fa, illetve faipari termékekből épült, míg a Ház 2 a manapság bevett, betonszerkezetes, falazóblokkos technológia alkalmazásával készült. A vizsgálatban kizárólag azokat az elemeket szerepeltettük, amelyek a két épület esetében eltérnek, a potenciálisan hasonló tételeket (pl. alapozás, tetőfedés, gépészet stb.) figyelmen kívül hagytuk. Számításaink alapján a Ház 2 megépítéséhez a Ház 1-hez képest közel négyszer annyi (11,17 vs. 39,88 tonna) CO₂ kapcsolódik. Ennek elsődleges oka, hogy a Ház 1 lényegesen kisebb térfogatú, tömegű, ezáltal környezetterhelésű anyag beépítését igényli. A nagy mennyiségben építendő anyagok közül a helyszíni beton és vasbeton munkák emelhetők ki, ugyanis a beton sűrűsége és fajlagos környezetterhelése kifejezetten magas. Ez azt jelenti, hogy a beton alkalmazását nélkülöző építési technológiák környezeti szempontból rendre kiemelten hatékonyak tekinthetők. Ezt az eredményt mérsékeli a különböző épületszerkezetek eltérő várható élettartama. Ugyan a tervezett élettartam egy kisblokkos (pl. téglá) szerkezetű épület esetén is 50 év, a tapasztalatok alapján egy megfelelően felépített épület valós élettartama ezt lényegesen meghaladhatja, amelyre jó példát kínálnak Budapest belső kerületeinek 19. század végén, 20. század elején épült bérházai, amelyek a két világháború, valamint az 1956-os forradalom hatásai ellenére statikailag megfelelő állapotban vannak. Hasonló példák hozhatók a faszervezetű házak esetén is, bár a rendszeres karbantartás, kártevőirtás azok esetében kiemelt jelentőséggel bír. További szempontként említhető az éghajlat szerepe. A faépületek elsősorban a kisebb hőingással jellemezhető alpesi, Skandináv, illetve észak-amerikai területeken jellemzők, ahol megfizethető, helyi és megfelelő minőségű faanyag is rendelkezésre áll.

A vizsgálatban szereplő Ház 1 és Ház 2 összehasonlíthatóságát a technológia mellett az épületek mérete is korlátozza, hisz a Ház 2 tetőtérbeépítéssel rendelkezik, amely befolyásolja a födém műszaki paramétereit, további lépcső kiépítését is szükségessé teszi. A födém tetőtér beépítés miatti többlet környezetterhelése nem ismert, a lépcső azonban 2,6 m³ beton felhasználását teszi szükségessé, amely a kapcsolódó betonacél nélkül 0,85 tonna CO₂ beépítését jelenti. Ez a Ház 2 vizsgálatba bevont környezetterhelésének 2,12%-a.

A két épület vizsgálata során két további szempontot emelnénk ki. Egyrészt ugyan megfelelő szigeteléssel a Ház 1 a Ház 2-höz mérhetően alacsony energiaszükségletű épület lehet, a lényegesen kisebb beépített tömeg következtében a hőtartó képessége feltétlenül alacsonyabb lesz, ennek következtében hűvös időben elengedhetetlen a hőmérséklet folyamatos szinten tartása. Másrészt a faszervezetű épületek – megfelelő szigetelés és nyílászárók alkalmazása mellett – áteresztik a párákat, ezáltal a belső levegő páraszintje folyamatosan a természetes szinten lesz.

Összefoglalva az eredmények alapján a Ház 1 a tetőtér beépítés, illetve a várható élettartam eltéréseit figyelembe véve is kedvezőbb környezetterhelési jellemzőkkel rendelkezik.

Eredményeink legfőbb limitációját a minta nagysága jelenti, hisz mindkét technológia esetén csupán 1-1 épületet vizsgáltunk. Mindazonáltal a bemutatott példák tipikusnak mondhatók, az adatigénylés során külön felhívtuk a kivitelező vállalkozás figyelmét arra, hogy az átlagos igényeket tükröző épület adatait adja meg. A következtetések robusztusságát azonban növelné, ha nagyobb és diverzebb minta állna rendelkezésre. A nagyobb mintán végzett kutatás mellett másik potenciális kutatási irány lehet más, alternatív építési módok vizsgálata, így a modern, vályogból épült épületeké, vagy akár a sokkal inkább bevett gipszkartonos változatoké.

Finanszírozás: A TKP2021-NKTA-44 számú projekt az Innovációs és Technológiai Minisztérium Nemzeti Kutatási Fejlesztési és Innovációs Alapból nyújtott támogatásával, a Tématerületi Kiválósági Program 2021 (TKP2021-NKTA) pályázati program finanszírozásában valósult meg.

Irodalomjegyzék

1. Anzagira, L. F., Duah, D., & Badu, E. (2019). A conceptual framework for the uptake of the green building concept in Ghana. *Scientific African*, 6, e00191. <https://doi.org/10.1016/j.sciaf.2019.e00191>
2. Bastianoni, S., Galli, A., Niccolucci, V., & Pulselli, R. M. (2006). The ecological footprint of building construction. *The Sustainable City IV: Urban Regeneration and Sustainability*, 1, 345–356. <https://doi.org/10.2495/SC060331>
3. Beleznay, É. (2021). Szakértői tanulmány az építési ágazat karbon lábnyom csökkentésére (NFFT Műhelytanulmány). Nemzeti Fenntartható Fejlődési Tanács. https://www.nfft.hu/documents/1238941/0/NFFT_Epitoipar_20210316+%281%29.pdf/eb8d7060-6829-48a4-0926-37f1cc3400da?t=1621501854096
4. Churkina, G., Organschi, A., Reyer, C. P. O., Ruff, A., Vinke, K., Liu, Z., Reck, B. K., Graedel, T. E., & Schellnhuber, H. J. (2020). Buildings as a global carbon sink. *Nature Sustainability*, 3(4), Art. 4. <https://doi.org/10.1038/s41893-019-0462-4>
5. Dr Palotás, L. (Szerk.). (1981). *Mérnöki Kézikönyv – I. kötet*. Műszaki Könyvkiadó.
6. Farina, I., Moccia, I., Salzano, C., Singh, N., Sadrolodabae, P., & Colangelo, F. (2022). Compressive and Thermal Properties of Non-Structural Lightweight Concrete Containing Industrial Byproduct Aggregates. *Materials*, 15(11), Art. 11. <https://doi.org/10.3390/ma15114029>
7. Fenner, A. E., Kibert, C. J., Woo, J., Morque, S., Razkenari, M., Hakim, H., & Lu, X. (2018). The carbon footprint of buildings: A review of methodologies and applications. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 94(C), 1142–1152. <https://ideas.repec.org/a/eee/rensus/v94y2018icp1142-1152.html>
8. Hammond, G. P., & Jones, C. I. (2008). Embodied energy and carbon in construction materials. *Proceedings of the Institution of Civil Engineers - Energy*, 161(2), 87–98. <https://doi.org/10.1680/ener.2008.161.2.87>
9. Hoffman, L., Józsa, Z., & Nemes, R. (2003). Üveghulladékból könnyűbeton adalékanyag—„Geofil-Bubbles” – felhasználási lehetőségek. *Építőanyag*, 55(1), 13–17. <http://dx.doi.org/10.14382/epitoanyag-jsbcm.2003.3>
10. Holthaus, E. (2020). *Thee Future Earth A Radical Vision For Whats’s Possible In The Age Of Warming*. HarperCollins Publishers.
11. Jackson, D. J. (2020). Addressing the challenges of reducing greenhouse gas emissions in the construction industry: A multi-perspective approach [PhD thesis, The University of Edinburgh].

<https://era.ed.ac.uk/bitstream/handle/1842/36968/Jackson2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

12. Kumar, A., Singh, P., Kapoor, N. R., Meena, C. S., Jain, K., Kulkarni, K. S., & Cozzolino, R. (2021). Ecological Footprint of Residential Buildings in Composite Climate of India—A Case Study. *Sustainability*, 13(21), Art. 21. <https://doi.org/10.3390/su132111949>
13. Labaran, Y. H., Mathur, V. S., Muhammad, S. U., & Musa, A. A. (2022). Carbon footprint management: A review of construction industry. *Cleaner Engineering and Technology*, 9, 100531. <https://doi.org/10.1016/j.clet.2022.100531>
14. Leão, A. S., Araujo, M. C., de Jesus, T. B., & Almeida, E. dos S. (2022). Is the Soil-Cement Brick an Ecological Brick? An Analysis of the Life Cycle Environmental and Energy Performance of Masonry Walls. *Sustainability*, 14(19), Art. 19. <https://doi.org/10.3390/su141912735>
15. Liu, Z., Li, P., Wang, F., Osmani, M., & Demian, P. (2022). Building Information Modeling (BIM) Driven Carbon Emission Reduction Research: A 14-Year Bibliometric Analysis. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(19), Art. 19. <https://doi.org/10.3390/ijerph191912820>
16. Mishra, A., Humpenöder, F., Churkina, G., Reyer, C. P. O., Beier, F., Bodirsky, B. L., Schellnhuber, H. J., Lotze-Campen, H., & Popp, A. (2022). Land use change and carbon emissions of a transformation to timber cities. *Nature Communications*, 13(1), Art. 1. <https://doi.org/10.1038/s41467-022-32244-w>
17. Mostert, C., Bock, J., Sameer, H., & Bringezu, S. (2022). Environmental Assessment of Carbon Concrete Based on Life-Cycle Wide Climate, Material, Energy and Water Footprints. *Materials*, 15(14), Art. 14. <https://doi.org/10.3390/ma15144855>
18. Pulselli, R. M., Simoncini, E., Ridolfi, R., & Bastianoni, S. (2008). Specific energy of cement and concrete: An energy-based appraisal of building materials and their transport. *Ecological Indicators*, 8(5), 647–656. <https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2007.10.001>
19. Szennay, Á., Major, Z., & Beke, J. (2021). Ecological footprint satellite calculators to determine the environmental impact of material usage of SMEs. In J. Nikodem & R.
20. Klempos (Szerk.), 12th IEEE International Conference on Cognitive Infocommunications (CogInfoCom 2021): Proceedings (o. 677–680).

Városi ökológiai lábnyom és a zöldterületek

Szigeti Cecília¹, Czédli Herta²

DOI: [10.29180/978-615-6342-49-2_26](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-49-2_26)

Absztrakt

A városi lakosság számának és arányának növekedése, a városok szétterjedése komoly kihívások elé állítják a jelen és a jövő generációit. A városi zöldterületek megőrzése, gazdasági, környezeti és humánegészségügyi szempontból is meghatározó jelentőségű. Az építőipar nagyon jelentős erőforrás felhasználással, környezetterheléssel járó iparág de a városi zöldterületek beépítése a környezetterhelésen túl számos további aspektusból is hozzájárul az emberi életminőség romlásához. A városi zöldterületek mennyiségének megőrzése és minőségének javítása a városfejlesztés és a fenntarthatóság egyik központi kérdése lehet.

Kulcsszavak: zöldterületek, ökológiai lábnyom, városok szétterjedése

Bevezetés

Tanulmányunk az építőipari ökológiai lábnyom kutatásunkat megalapozó irodalomkutatás. Építőipari ökológiai lábnyom számításunk első eredményeiből (Szennay et al., 2021) arra következtethetünk, hogy az épületek felújítása jelentősen (egy nagyságrenddel) kisebb ökológiai lábnyom terheléssel jár, mint új épületek létrehozása. A különbséget főként az anyagfelhasználás mennyisége jelenti. Kutatásunk jelenlegi szakaszában arra keresünk választ, hogy a városi zöldterületek megóvása, az épületfelújítások preferálása a városok szétterjedésével szemben milyen további előnyökkel jár.

A zöldterület ún. területfelhasználási kategória, az OTÉK jogszabályi előírásai vonatkoznak rá. Tekintettel arra, hogy a zöldterületeket a zöldfelületi rendszer kiemelt tagjaiként tartjuk számon (Iváncsics & Filepné, 2019), az ún. klímaadaptív települési zöldterületek egyre kiemeltebb funkciót és értéket képeznek. A városi zöldterületek közé sorolják a zöldfelületek (városi parkok, közparkok és szabadterei sportterületek), valamint a természetközeli területek (erdők, cserjés, gyepes, ligetes területek) mellett az összes sportterületet, a strandokat és fürdőket, a temetőket, állatkerteket, vidámparkokat és a városokban található vízfelületeket is. Vagyis mindazon természetes, vagy épített környezeti elemet, amely alkalmas arra, hogy kielégítse az embereknek a szabadidő eltöltésével kapcsolatos különböző igényeit (Csapó & Baranyai, 2014). A zöldterület a nem beépítésre szánt területek egyik önálló területhasznosítási kategóriáját jelenti, ami állandóan növényzettel fedett közterületként jelenik meg és a közparkokat (amelynek növényzettel borítottsága minimum 70%), valamint a közkerteket (minimum 60%) foglalja magába. Ezek beépítésére vonatkozóan az OTÉK (Országos Településrendezési és Építési Követelményekről szóló 253/1997. Korm. rendelet) tartalmaz előírásokat: a zöldterületen elhelyezhető pihenést és testedzést szolgáló építmény (sétaút, pihenőhely, tornapálya, gyermekjátszótér stb.), vendéglátó épület, a terület fenntartásához szükséges épület legfeljebb 3%-os beépítettséget jelenthet (Karancsi et al. 2016). A városi zöldterületek használatát azok mérete, mennyisége és minősége határozza meg (Huerta & Cafagna, 2021).

¹ Budapesti Gazdasági Egyetem, A Fenntarthatóság Gazdasági és Társadalmi Hatásai Kiválósági Központ; Budapesti Gazdasági Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Kar, Menedzsment Tanszék, e-mail:

szigeti.cecilia@uni-bge.hu

² Debreceni Egyetem, Műszaki Kar, Építőmérnöki Tanszék

Szakirodalmi háttér

Az urbanizáció által támasztott kihívások sokrétűek, a zöldterületeket figyelmen kívül hagyó urbanizáció káros társadalmi, fizikai hatásokat okoz a lakosság számára (Anguluri & Narayanan, 2017). A városi ökológiai rendszer megléte az emberi túlélés egyik alapvető eleme a városokban, mivel az emberek számára a szükséges szolgáltatások közvetve vagy közvetlenül az ökoszisztéma-funkciókból, ökoszisztéma-szolgáltatásokból származnak (Bolund & Hunhammar, 1999). A városlakók által felhasznált ökoszisztéma-szolgáltatások, ezen belül az ellátó szolgáltatások jelentős részét a városon kívül, gyakran a településtől távoli területeken állítják elő (Folke et al., 1997., Kiss et al., 2021), ahogy ezt az ökológiai-lábnym számítás koncepciója is kifejezi (Rees & Wackernagel, 1996, Harangozó et al., 2019).

2050-re a Föld népességének mintegy 70%-a lesz városlakó (Debnath et al., 2014), hazánkban ez az arány 82% körül várható. A jövő városai komoly környezeti, demográfiai, szociológiai, ökológiai és ökonómiai kihívásokkal fognak szembesülni. A növekvő városi lakosság miatt a közterületek sokkal jelentősebb szerepet kapnak. Az élhető közterek, zöldterületek, parkok, utcák, a városi zöld mozaikok környezetegészségügyi szerepe, közösségi funkciója és kialakítása felértékelődik. A városi ökoszisztéma-szolgáltatások hiánya különböző vizsgálatok szerint statisztikai kapcsolatba hozható egészségügyi kockázatokkal, energiafelhasználással, vagy a mentális egészséggel (Kiss et al., 2021, McPhearson és Simpson, 2003, Tzoulas et al., 2007, Tiwary et al., 2009). A szétterülés folyamata a legtöbb város körül szabályozatlanul, tervezői kontroll nélkül ment végbe, jelentős feszültségeket gerjesztve (Kovács, 2017). A feszültségek egyik forrása a népesség kirajzása, vagyis az a jelenség, hogy a városi népesség tömeges kiköltözésével a munkahelyek és lakóhelyek korábbi viszonylagos területi egyensúlya felborult, ezért egyre több munkavállaló kényszerült arra, hogy ingázzon. A feszültségek másik forrása zöldterületek zsugorodása. Az egyre növekvő beépített területek aránya következtében egyre nagyobb igény mutatkozik a zöldterületek iránt: indikátorszerepet töltenek be, gazdaságra ható szerepük van, kulturális-szociális élet színtere, rekreációs sportolási lehetőséget biztosít. A városi zöldterület garantálja a település élhetőségét, a városi területek biológiai aktivitásértékét növeli, mindemellett kiegyensúlyozott-harmonikus környezetet teremt és javítja a környezet- és humánegészségügyi mutatókat. A városi zöldterületek értékelése történhet ökológiai minőség, esztétikai szempontok, ökoszisztéma szolgáltatások és használhatóság alapján. Az ökológiai és társadalmi szempontok értékelésbe való beépítése nélkülözhetetlen, a lehatárolás és az egyes elemek értékeléséhez megfelelő indikátorok megválasztása szükséges (Zöldinfrastruktúra-hálózat fejlesztése, 2017). A társadalmi háttér, a szolgáltatások iránti igényben tapasztalható különbségek még összetettebbé teszik az ökoszisztéma szolgáltatásokkal kapcsolatos kérdéskört, és jelzik a természeti-társadalmi kontextus fontosságát (Wagner és Gobster, 2007). A vállalatok működésük során hatást gyakorolnak a természeti környezetre, azonban nem csak okozói, hanem elszennvedői is a környezeti elemek állapotában beálló negatív változásoknak. Ez nem csak azokra a szektorokra igaz, melyek közvetlenül is a természeti környezetre építkeznek, mint például a mezőgazdaság és a turizmus, hanem minden egyéb iparágra is, hiszen minden vállalat számára egyre költségesebbé válnak a természeti erőforrások által nyújtott szolgáltatások (Széchy & Zilahy, 2018). A természet által inspirált, fenntartható vállalkozások azonban más világszemlélettel rendelkeznek, és olyan megújító termék- és szolgáltatásinnovációkat hajtanak végre, amelyek regenerálják a természeti szolgáltatásokat, újra összekötik az embert a természettel (regenerative eco-innovations). Világnézetük az alapja egyfajta környezeti bölcsesség, amely felismeri, hogy az ember a természet része, ezért a korlátozott erőforrásokat nem szabad csak saját emberi igényeink kielégítésére használni (Ócsai, 2018).

Ha az emberiséget a természet részének tekintjük, akkor a városok az ökoszisztémák globális hálózataiként értelmezhetők. A valódi, természetes ökoszisztémákkal összehasonlítva az

antropogén eredetű ökoszisztémák éretlennek minősülnek, hiszen a gyors növekedés, az erőforrások (energia, víz) nem hatékony és gazdaságos felhasználása, az önszabályozás képességének hiánya mutatkozik meg (Bolund & Hunhammar, 1999, Haughton & Hunter, 2003). A városokban az anyagoknak a természetes ökoszisztémákban jellemző zárt ciklusa helyett az átáramlás figyelhető meg, amely a növekvő városi termeléshez és fogyasztáshoz kötődő magas szennyezési értékek kialakulásáért felelős (Kiss et al., 2021). Amennyiben városi zöldterületekről gondolkodunk, integrált szemlélet és komplex megközelítések-javaslatok szükségesek. Városökológiai szempontból a szupraindividuális kérdések vizsgálata mellett szükséges elemezni a városok más közegekhez kötődő környezeti problémáit, a városszerkezet térbeli sajátosságait, a városmorfológiai jellemzőket, a tervezési elméletek városépítési hatásait (Kissfazekas & Gurdon, 2014) ökológiai módszertani megközelítésekkel (Nagy, 2008). A városi ökoszisztéma szolgáltatások értékelése az ökoszisztéma állapottól a ténylegesen igénybe vett ökoszisztéma-szolgáltatás értékeléséig terjed (Kiss et al., 2021). Tekintettel arra, hogy a zöldterületeket a zöldfelületi rendszer kiemelt tagjaiként tartjuk számon (Iváncsics & Filepné, 2019), az ún. klímaadaptív települési zöldterületek egyre kiemeltebb funkciót és értéket képeznek.

A zöldinfrastruktúra értelmezése során gyakran nem az elemekből indulnak ki, hanem az egyes természetközeli területek és a társadalom kölcsönhatásának viszonyát értékelik: a gazdasági jelentőséget, a szolgáltatási képességet és a fenntarthatóságot. (McMahon, Benedict, 2002, EC 2012, EC 2013). Koncepcionális szemléletmóddal megközelítve a zöldinfrastruktúra célja ökoszisztéma szolgáltatások biztosítása, a környezeti-klimatikus kockázatos csökkentése és a városi lakosság megtartása. Multifunkcionális erőforrás a városi zöldinfrastruktúra, hiszen javakat és szolgáltatásokat biztosít, pl.: életminőség, munkahelyteremtés.

A városi zöldterületek szürke infrastruktúrája elsősorban az olyan létesítmények hálózatára utal, mint az utak, az akadálymentesített kialakítás, a világítási rendszerek és a zöldterületek utcabútorai (Xu et al, 2022).

Zöldinfrastruktúra elemek: fa, fasor, park vagy kiterjedt zöldfelület, vízfelületek, városi szövetek (Iváncsics & Filepné 2019). A minőség- ökoszisztéma szolgáltatások-funkciók hármassztruktúrája révén végeztek értékeléseket:

1. minőség: ökológiai állapot, esztétikum, egyedi jellemzők,
2. ökoszisztéma szolgáltatások: ökológiai minőség, társadalmi-gazdasági értékesség, összehasonlító jellemzők,
3. funkciók: használati, társadalmi szempontú megközelítés (Iváncsics & Filepné 2019, Berényi et al. é.n.).

A városi zöldterületek komplex értékelése során szükséges figyelembe venni a városkörnyéki területeket is (pl. véderdők, szuburbán erdők, vízgyűjtők), amelyek fontos szerepet töltenek be a szolgáltatások létrejöttében (La Rosa & Privitera, 2013), valamint a városokból kifelé irányuló anyag- és energiaáramlás miatt is érintettek (Pickett et al., 2001, Kiss et al., 2021).

Városi zöldterületekkel kapcsolatos kutatások

Magyarország környezeti jövőjével kapcsolatosan a hazai kutatások az 1980-as évek végén kezdődtek és már a kutatások korai szakaszában azonosították a zöldterületek csökkenésével járó problémákat (Hideg, 2019). A zöldterületek fontos és egyre növekvő szerepet játszanak egy nagyváros életében, az alábbi tényezők miatt:

1. szoros kapcsolat áll fenn az idősebb felnőttek szubjektív jóléte és a városi zöldterületek különböző jellemzői között (Xu et al., 2022),

2. a városi zöldterületek a lakosok után a városok második legjelentősebb biológiai alkotóelemei (Li et al., 2022),
3. a jól kialakított városi zöldfelületek a települést bekapcsolják a régió tájszerkezetébe (Karancsi et al., 2016),
4. jelentősen csökkenthető a városi hősziget hatás kialakulása (Pomázi & Szabó, 2008),
5. jótékony hatással van a fizikai és mentális egészségre (Jóna, 2021),
6. a mentális egészség és a társadalmi kapcsolatok fejlesztése révén hozzájárul a jólléthez (Reyes-Riveros et al., 2021).

A városi zöldterületek elemzésének módszereként a legtöbb tanulmány társadalmi felméréseket használ a zöldterületek minőségével, a parkok által nyújtott előnyökkel vagy szolgáltatásokkal, illetve az emberek által végzett tevékenységekkel kapcsolatos felfogások felmérésére (Stoia et al., 2022). A városi közterületek és az emberi jólét kapcsolatának értékelésére leggyakrabban használt módszerek elsősorban a zöldterület használói felfogásának tanulmányozására irányulnak (Reyes-Riveros et al., 2021).

Általános elméleti és módszertani szempontok állnak rendelkezésre a települési ökoszisztéma-szolgáltatások és zöldterületek értékeléséhez. Az értékelés során figyelembe kell venni a következő tényezőket: területspecifikusság, földrajzi adottságok, lokális éghajlati körülmények, biodiverzitás, társadalmi háttér, városi ökoszisztéma-szolgáltatásokhoz való hozzáférés.

Az ökoszisztéma-szolgáltatásokhoz való hozzáférés lehetősége vagy hiánya jól érzékelhető összefüggést mutat az egészségi állapottal, az életminőséggel és környezeti igazságossági kérdéseket vet fel (Ernstson, 2013, Derksen, et al., 2017, Kiss et al., 2021). Szakirodalmi adatok támasztják alá, hogy egyes egészségügyi szempontból érzékenyebb, sérülékenyebb társadalmi csoportok (kisgyermekes családok, idős emberek) gyakran nagyobb részarányban élnek olyan városrészekben, ahol a beépítettség hatására a hőstressznek való kitettség jóval nagyobb a kialakuló hőszigetek miatt, pl.: régi építési technológiájú korszerűtlen lakótelepek, belvárosi hőszigetek környezetében lévő lakások, alacsony zöldfelület-ellátottságú városrészek (Kiss et al., 2021). A városi zöldterületek gyalogos távolságon belül történő biztosítása minden lakos számára a várostervezés egyik fő kihívásává vált. A kereslet-kínálat összetett index (demand–supply composite index, DSCI) új módszert kínál a zöldterületek elérhetőségének feltérképezésére a városok különböző társadalmi-gazdasági csoportjai számára (Farkas et al., 2022).

Az ökológiai lépték, a társadalmi, gazdasági kontextus, a zöldterületek kvalitatív és kvantitatív állapota, a városi faállományok heterogenitása, a használat típusa-intenzitása, az ökoszisztémák szerkezete-állapota, az ökoszisztéma funkciók, mint tényezők együttesen vesznek részt az ökoszisztéma-szolgáltatások biztosításában városi környezetben (Escobedo et al., 2011, van Oudenhoven et al., 2012).

A zöldterületekkel összefüggésben egy adott ökológiai folyamatot és annak az emberi jólétre való hatásmechanizmusát különböző modellekkel, értékelési eljárásokkal is lehet jellemezni a vizsgálandó szolgáltatások mennyiségének, a rendelkezésre álló releváns adatok függvényében (Kiss et al., 2021).

Szakirodalmi adatok számos releváns módszert mutatnak be alkalmazhatóság, illetve hiányosságok szempontjából (Kiss et al. 2021):

- Biotope Area Factor: a zöldfelületek és a teljes terület arányán alapult (Landschaft Planen & Bauen és Becker Giseke Mohren Richard, 1990).
- Green Space Factor (GSF): szolgáltatáspecifikus súlytényezőket rendeltek az eredeti mutató egyes zöldfelület-kategóriáihoz (Farrugia et al., 2013).

- Green Points: az élőhelyek minőségét jellemző, szakértői pontozással egészítették ki a GSF-alapú értékelést (Farrugia et al., 2013).
- Urban Green Space Indicator (Annerstedt van der Bosch et al., 2016): széles körben alkalmazott általános zöldfelület-ellátottsági indikátor, egészségügyi összefüggések elemzéséhez felhasználható (Huang et al., 2017, Rahman és Zhang, 2018).

Zöldterületek Budapesten

Magyarország fővárosát, Budapestet választották a DSCI működésének tesztelésére. Az eredmények azt mutatják, hogy függetlenül attól, hogy milyen típusú lakóövezetet veszünk figyelembe, a magasabb egy főre jutó jövedelemmel rendelkező fiatalok és középkorúak nagyobb valószínűséggel férnek hozzá a zöldterületekhez (Farkas et al., 2022). Budapest várostérség fenntarthatatlanságát részben demográfiai tényezők (7,6%-os népességnövekedés a vidék 7,7%-os csökkenésével szemben), részben pedig az egy főre jutó ökológiai lábnyom értékének emelkedése okozza (különösen az agglomerációban 2,73-ról 2,92 gha/főre), amelyeket a kínálati oldalon nem egyensúlyoz ki a biokapacitás (Kovács et al., 2022). Budapesten a lakosság számára szabadon elérhető és a rekreációs igényeknek megfelelő városi zöldterületek aránya igen alacsony, a hasonló méretű és lakosságszámú városok zöldterület ellátottságát vizsgálva azt lehet megállapítani, hogy a főváros az alsó harmadba esik. A ténylegesen elérhető, közcélú, minőségi zöldterület aránya átlagosan kb. 5-6 m²/fő, a belső kerületekben ez az érték 1 m²/fő alatt van.

Budapest zöldinfrastruktúra koncepciója világos jövőképet, célrendszert határoz meg, több pillér mentén. A koncepció célja integrált megközelítéssel biztosítani és bővíteni az ökoszisztéma-szolgáltatásokat, csökkenteni a környezeti-klimatikus kockázatokat, biztosítani a rekreációs igényeket, különböző funkciójú jól megközelíthető közhasználati zöldterületek fejlesztése (Budapest zöldinfrastruktúra koncepciója, 2017).

A város beépített területeit a következő funkciójú területek adják: lakóterületek, intézményi közösségi területek, irodaterületek, kereskedelmi-szolgáltató területek, többfunkciós városias területek, gazdasági területek, rekreációs területek, különleges területek, használaton kívüli beépített területek.

A városi zöldterületek hasznosságuk ellenére igen sok veszélynek vannak kitéve: beépítés, a terület szélének igénybevétele (benzinkutat vagy gépkocsiparkolókat építenek), ideiglenes elfoglalás (pl. építkezések során), közműépítkezések (zöldterületen áthaladó vezetékek körében a növényzet elpusztul), lakossági károkozás (Virág, 2003).

Budapest élhetőségét, a terület környezetegészségügyi állapotát, a főváros lakosságának egészségét jelentősen meghatározó tényező a városi szabadterületek minősége és szerkezeti elhelyezkedése. A zöldfelületek és a napi rekreáció területeinek eloszlása egyenetlen, Budán jóval több található, mint Pesten (Budapest zöldinfrastruktúra koncepciója, 2017). Budapest területének átlagos zöldfelület-intenzitása 52%, amely egyenetlen eloszlást mutat. A zöldfelület-intenzitás csökkenése az elővárosi zóna területén dominál. A beruházások kapcsán több tényező említhető, melyek zöldfelület-intenzitás csökkentésében játszanak szerepet: lakóterületek fejlesztése, gyorsforgalmi út, autópálya-hálózat, elkerülő utak, ipari parkok, kereskedelmi központok, logisztikai létesítmények. Kevés és rossz állapotú zöldfelület áll rendelkezésre: alacsony közpark-, közkert-ellátottság; egyenetlen térbeli eloszlás jellemzi a fővárost (Major, 2021).

A World Health Organization (WHO) ajánlásokban szereplő 9 m²/fő átlagos értéket figyelembe véve megállapítható, hogy közcélú zöldfelület növelésre szorul Budapest a referencia-érték megközelítése érdekében. A Zöldfelület-intenzitás növelése egyértelműen javítaná a város ökológiai-társadalmi-turisztikai-gazdasági mutatóit.

Konklúziók

Az ökológiai lábnyom növekedése közvetlenül is veszélyt jelent a világ számára. A városok ökológiai lábnyoma a nagy népesség koncentráció és az ehhez kapcsolódó fokozódó igény a lakások és más épített infrastruktúra iránt, önmagában is komoly kockázatokkal jár. Irodalomkutatásunk azt támasztja alá, hogy a zöldterületek csökkenése tovább rontja a városok élhetőségét. Az így keletkező problémák egymást erősítve komoly kockázatot jelenthetnek. A városi zöldterületek megőrzése és fejlesztése így a fenntarthatóság egyik központi kérdése lehet, amelyet a várostervezés és a közpolitikai döntések meghozatalánál fontos figyelembe venni.

Finanszírozás: A TKP2021-NKTA-44 számú projekt az Innovációs és Technológiai Minisztérium Nemzeti Kutatási Fejlesztési és Innovációs Alapból nyújtott támogatásával, a Tématerületi Kiválósági Program 2021 (TKP2021-NKTA) pályázati program finanszírozásában valósult meg.

Irodalomjegyzék

1. Anguluri R., Narayanan P. (2017): Role of green space in urban planning: Outlook towards smart cities. *Urban Forestry & Urban Greening*. Volume 25, July 2017, p. 58-65.
2. Annerstedt van der Bosch M., Mudu P., Uscila V., Barrdahl M., Kulinkina A., Staatsen B., Swart W., Kruijze H., Zurlite I. & Egorov A.I. (2016): Development of an urban green space indicator and the public health rationale. *Scandinavian Journal of Public Health*, 44, 159–167.
3. Berényi E., Kondor A. Cs. & Szabó B.: A zöldterületek szerepe a lakóhelyi migrációban Budapesten Kérdőíves kutatások hat mintaterületen. *Városi zöld könyv*. p. 12-16. http://www.mtafki.hu/konyvtar/kiadv/Varosi_Zold_Konyv.pdf
4. Bolund P. & Hunhammar S. (1999): Ecosystem services in urban areas. *Ecological Economics* Vol. 29, Issue 2, p. 293-301
5. Budapest zöldinfrastruktúra koncepciója (2017): letöltés ideje: 2022. 10. 27.) <https://budapest.hu/Documents/V%C3%A1ros%C3%A9p%C3%ADt%C3%A9si%20F%C5%91oszt%C3%A1ly/II.%20k%C3%B6tet%20-%20Koncepci%C3%B3.pdf>
6. Budapest 2030 (2013): Hosszú távú városfejlesztési koncepció p.1-218. (Letöltés ideje: 2022. 10. 27.) https://urb.bme.hu/segedlet/cimlap/Budapest_2030.pdf
7. Csapó, T. & Baranyai G. (2014). Zöldterületek Budapesten. *Településföldrajzi Tanulmányok*. 3. évfolyam 1. szám. 124-137.
8. Debnath A. K., Chin H. C., Md. Haque M., Yuen B. (2014): A methodological framework for benchmarking smart transport cities. *Cities*. Volume 37, April 2014, p. 47-56.

9. Derkzen M., Nagendra H., Van Teeffelen A.J.A., Purushotham A. & Verburg P.H. (2017): Shifts in ecosystem services in deprived urban areas: understanding people's responses and consequences for well-being. *Ecology and Society* 22(1):51.
10. EC 2012: The Multifunctionality of Green Infrastructure. Science for Environmental Policy, In -depth report. European Commission, DG Environment News Alert Service, p.37.
11. EC 2013: Környezetbarát Infrastruktúra - Európa Természeti Tőkéjének Növelése. A Bizottság közleménye az Európai Parlamentnek, a Tanácsnak, az Európai Gazdasági és Szociális Bizottságnak és a Régiók Bizottságának, Brüsszel, p.12.
12. Ernstson H. (2013): The social production of ecosystem services: A framework for studying environmental justice and ecological complexity in urbanized landscapes. *Landscape and Urban Planning* 109, 7-17.
13. Escobedo F.J., Kroeger T. & Wagner J.E. (2011): Urban forests and pollution mitigation: Analyzing ecosystem services and disservices. *Environmental Pollution* 159, 2078-2087.
14. Farkas J. Zs, Kovács Z., Csomós Gy. (2022): The availability of green spaces for different socio-economic groups in cities: a case study of Budapest, Hungary. *Journal of Maps*. DOI: 10.1080/17445647.2022.2079433
15. Farrugia S., Hudson M.D. & McCulloch L. (2013): An evaluation of flood control and urban cooling ecosystem services delivered by urban green infrastructure. *International Journal of Biodiversity Science, Ecosystem Services & Management* 9, 136-145.
16. Harangozó, G., Kovács, Z., Kondor, A. Cs & Szabó, B. 2019. A budapesti várostérség fogyasztási alapú ökológiai lábnyomának változása 2003 és 2013 között. [Changes in the household consumption-based ecological footprint of Budapest metropolitan region between 2003 and 2013] *TERÜLETI STATISZTIKA* 59. 1 pp. 97-123. , 27 p.
17. Hideg, É., Mihók, B., Gáspár, J., Schmidt, P., Márton, A., Fabók, V. & Báldi, A. (2019) *Környezeti jövőkutatás - Magyarország 2050. Ökológiai Kutatóközpont Tanulmányai*, 4. Ökológiai Kutatóközpont, Tihany. ISBN 978-615-5799-05-1
18. Houghton G. & Hunter C. (2003): *Sustainable Cities*. Taylor Francis Group. p. 1-368. <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9780203645567/sustainable-cities-graham-houghton-colin-hunter>
19. Huang C., Yang J., Lu H., Huang H. & Yu L. (2017): Green Spaces as an Indicator of Urban Health: Evaluating Its Changes in 28 Mega-Cities. *Remote Sensing* 9(12):1266

20. Huerta, C. M. & Cafagna, G. (2022). Snapshot of the Use of Urban Green Spaces in Mexico City during the COVID-19 Pandemic A Qualitative Study. *Int. J. Environ. Res. Public Health*, 18, 4304.
21. Iváncsics, V. & Filepné Kovács K. (2019): A zöldinfrastruktúra lehetséges felmérési módszere Keszthely példáján. *Tájökológiai lapok* 17 (2): 193-208.
22. Jóna, L. (2021) Közterületek és a növényzet jelentősége a jövő nagyvárosaiban. *Városok - Tervezés - Ingatlanpiac*. 208-213. o.
23. Karancsi, Z. Szalma, E; Oláh, F. & Horváth, G. (2016): A városi parkok és szerepük az idegenforgalomban Szeged példáján. Megjelent: Pajtókné Tari Ilona. *Magyar Földrajzi Napok 2016. konferenciakötet: VIII. Magyar Földrajzi Konferencia, XVI. Geográfus Doktoranduszok Országos Konferenciája, Oktatás-módszertani és Földrajztanári Konferencia*. (2016) ISBN:9786155297762 pp. 695-708.
24. Kiss M., Báthoryné Nagy I. R., Buzás K., Csöszi M., Gulyás Á., Lenkei P., Mészáros R., Pinke Zs. & Tanács E. (2021): A városi ökoszisztéma szolgáltatások értékelése – Az ökoszisztéma állapottól a ténylegesen igénybe vett ökoszisztéma-szolgáltatás értékelésig. A közösségi jelentőségű természeti értékek hosszú távú megőrzését és fejlesztését, valamint az EU biológiai sokféleség stratégia 2020 célkitűzéseinek hazai szintű megvalósítását megalapozó stratégiai vizsgálatok projekt, Ökoszisztéma-szolgáltatások projektjelem. Agrárminisztérium, Budapest, pp. 52. 10.34811/osz.varos.tanulmany
25. Kissfazekas K. & Gurdon B. (2014): A várostest morfológiája. *Építés – Építészettudomány* 42 (3–4) 173–205 DOI: 10.1556/EpTud.42.2014.3–4.5
26. Kovács, Z. (2017): Városok és urbanizációs kihívások Magyarországon. *Magyar Tudomány*. <http://www.matud.iif.hu/2017/03/06.htm>
27. Kovács, Z; Farkas, J Zs; Szigeti, C. & Harangozó, G (2022): Assessing the sustainability of urbanization at the sub-national level: the Ecological Footprint and Biocapacity accounts of the Budapest Metropolitan Region, Hungary *SUSTAINABLE CITIES AND SOCIETY* 84 Paper: 104022 , 12 p.
28. Major A. (2021): Így változott Budapest zöldfelületeinek nagysága az elmúlt évtizedekben.(Letöltés ideje: 2022. 10. 27.)
29. <https://www.portfolio.hu/gazdasag/20210830/igy-valtozott-budapest-zoldfeluleteinek-nagysaga-az-elmult-evtizedekben-498116>

30. La Rosa D. & Privitera R. (2013): Characterization of non-urbanized areas for land-use planning of agricultural and green infrastructure in urban contexts. *Landscape and Urban Planning*, 109, 94–106.
31. *Landschaft Planen & Bauen*, Becker Giseke Mohren Richard (1990): The biotope area factor as an ecological parameter – principles for its determination and identification of the target. Berlin: Senate Department for Urban Development, Berlin
32. Li, X., Xia, G., Lin, T., Xu, Z., & Wang, Y. (2022) Construction of Urban Green Space Network in Kashgar City, China. *Land*, 11(10), 1826. MDPI AG. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.3390/land11101826>
33. McMahon E.T. & Benedict M.A. (2002): Green infrastructure: Smart Conservation for the 21st Century. *Sprawl Watch Clearinghouse Monograph Series*, The Conservation Fund, Washington, p.32.
34. McPherson E.G. & Simpson J.R. (2003): Potential energy savings in buildings by an urban tree planting programme in California. *Urban Forestry & Urban Greening* 2, 73-86.
35. Nagy I. (2008): *Városökológia*. Dialóg Campus Kiadó, Pécs, 336 p.
36. Ócsai, A. 2018 A vállalkozások ökológiai tudatossága. *Vezetéstudomány - Budapest Management Review*, 49 (9). pp. 2-19. DOI <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2018.09.01>
37. Pickett S.T.A., Cadenasso M.L., Grove J.M. (2001). Urban ecological systems: Linking terrestrial ecological, physical, and socioeconomic components of metropolitan areas. *Annual Review of Ecology and Systematics*, 32, 127–157.
38. Pomázi, I. & Szabó, E. (2008) A városi anyagáramlás változása Budapesten. *Területi Statisztika*. 2008/6 675-685. o.
39. Rahman, K.M.A. & Zhang D. (2018): Analyzing the Level of Accessibility of Public Urban Green Spaces to Different Socially Vulnerable Groups of People. *Sustainability* 10(11):3917
40. Rees W.E. & Wackernagel M. (1996): Urban ecological footprint: Why cities cannot be sustainable – And why they are a key to sustainability. *Environmental Impact Assessment Review*, 16, 223–248.
41. Reyes-Riveros, R., Altamirano, A., De La Barrera, F., Rozas-Vásquez, D., Vieli, L. & Meli, P. 2021 Linking public urban green spaces and human well-being: A systematic

- review, *Urban Forestry & Urban Greening*, Volume 61, (2021) 127105, <https://doi.org/10.1016/j.ufug.2021.127105>.
42. Stoia, N. L., Niță, M.R., Popa, A. M. & Iojă, I.C. (2022). The green walk—An analysis for evaluating the accessibility of urban green spaces. *Urban Forestry & Urban Greening*, Volume 75, 127685, <https://doi.org/10.1016/j.ufug.2022.127685>.
43. Széchy A. & Zilahy, Gy. (2018) Vállalati környezeti menedzsment Magyarországon – az elmúlt 20 év tapasztalatai Környezet, gazdaság, társadalom. Tanulmányok Kerekes Sándor 70. születésnapja tiszteletére. Kaposvári Egyetem Gazdaságtudományi Kar, Kaposvár 168-179. o.
44. Szennay, Á., Major, Z. & Beke, J. (2021) Ecological footprint satellite calculators to determine the environmental impact of material usage of SMEs. In: *IEEE International Conference on Cognitive Infocommunications (szerk.) 12th IEEE International Conference on Cognitive Infocommunications (CogInfoCom 2021) : Proceedings Online kiadás, Nemzetközi: IEEE (2021) 1,098 p. pp. 677-680. , 4 p.*
45. Tiwary A., Sinnott D., Peachey C., Chalabi Z., Vardoulakis S., Fletcher T., Leonardi G., Grundy C., Azapagic A. & Hutchings T.R. (2009): An integrated tool to assess the role of new planting in PM10 capture and the human health benefits: A case study in London. *Environmental Pollution* 157, 2645-2653.
46. Tzoulas K., Korpela K., Venn S., Yli-Pelkonen V., Kazmierczak A., Niemela J., James P. (2007): Promoting ecosystem and human health in urban areas using Green Infrastructure: A literature review. *Landscape and Urban Planning* 81, 167-178.
47. van Oudenhoven, A.P.E, Petz, K., Alkemade, R., Hein, L., de Groot, R.S. (2012): Framework for systematic indicator selection to assess effects of land management on ecosystem services. *Ecological Indicators* 21, 110-122.
48. Virág B. (2003): Zöldterületek Budapesten. http://www.vki.hu/~tfleisch/~humanokologia/dolgozatok/virag-balazs_zoldteruletek-bp-en.pdf
49. Wagner M.M. & Gobster P.H. (2007): Interpreting landscape change: measured biophysical change and surrounding social context. *Landscape and Urban Planning* 81, 67-80.
50. Xu, T., Nordin, N.A. & Aini, A.M. (2022). Urban Green Space Subjective Well-Being of Older People: A Systematic Literature Review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 19(21):14227. <https://doi.org/10.3390/ijerph192114227>

51. Zöldinfrastruktúra-hálózat fejlesztése (2017): A zöldinfrastruktúra-hálózat felmérésével és fejlesztésével kapcsolatos hazai és nemzetközi tapasztalatok, jó gyakorlatok feldolgozása, adatigények meghatározása. MTA Ökológiai Kutatóközpont Ormos Imre Alapítvány Budapest Letöltés ideje: 2022. 10. 27.) http://www.termeszetvedelem.hu/_user/browser/File/Taj/KEHOP_TK_ZI/ZI_tanulmany_II_kotet.pdf

'Talented student', 'future leader' or 'you' – student naming in highly ranked business schools' mission statements

Zsuzsanna Géring¹, Gábor Király², Réka Plugor³, Márton Rakovics⁴, Réka Tamássy⁵

DOI: [10.29180/978-615-6342-49-2_27](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-49-2_27)

Abstract

Organisations usually address their stakeholders in their external communication. We can argue, that in case of higher education institutions, the most important stakeholders are the students. Accordingly, to answer the question how students are addressed by business schools, we have investigated the mission statements of the top 100 business schools based on Times Higher Education list in 2019. These expressions are not only identity markers delineating the ideal students, but also invoke different feelings and images. Our results highlighted the complex nature of business schools balancing between academic and business-related professional language use.

Keywords: business schools, external communication, labelling, students, mission statements

Introduction

Organisations in their external communication almost always address their most important stakeholders and often reflect on and emphasise the value they create for these parties. This is because they need to justify their existence in the social arena. Moreover, in a competitive situation, they emphasise their unique value compared to others. Higher education institutions (HEIs) are in a special position in this sense, since there is considerable normative pressure to justify their *raison d'être* and show what social role(s) they play. They are also in a quasi-market situation in which they are competing for the best and brightest students. So, it is not a surprise that one of the most important and most often utilised arguments in this regard is the value they offer to the short and long-term lives of their students. That is why it is an interesting question how these institutions address their main stakeholders, that is, the students.

In order to answer this question, we have investigated the mission statements of highly ranked business schools gathering and analysing the various expressions these institutions utilise for describing students. The different expressions are much more than simple synonyms. These terms can be considered identity markers, that is, they identify groups thereby delineating the outlines of the ideal (prospective) students. In this manner, this type of naming has both inclusive and exclusive functions. Furthermore, these expressions also differ in terms of their respective connotational space surrounding them. In other words, they invoke different

¹ Budapest Business School University of Applied Sciences, Future of Higher Education Research Centre, ORCID: 0000-0002-8242-950X, e-mail: gering.zsuzsannamargit@uni-bge.hu

² Budapest Business School University of Applied Sciences, Future of Higher Education Research Centre, ORCID: 0000-0002-4329-725X, e-mail: kiraly.gabor@uni-bge.hu

³ Budapest Business School University of Applied Sciences, Future of Higher Education Research Centre, Centre for Sustainable Work and Employment Futures, University of Leicester, Leicester, United Kingdom, ORCID: 0000-0001-7684-6203

⁴ Budapest Business School University of Applied Sciences, Future of Higher Education Research Centre, Eötvös Loránd University, Budapest, Hungary, ORCID: 0000-0002-5830-4870

⁵ Budapest Business School University of Applied Sciences, Future of Higher Education Research Centre, Doctoral School of Sociology and Communication Science, Corvinus University of Budapest, Hungary, ORCID: 0000-0003-1470-8192

impressions, feelings, ideations, as well as future images, both building on and shaping the collective, shared understanding of what it means to be a student.

Labelling (or naming), therefore, is an important discursive tool. As James Paul Gee explained, it is part of the “recognition work” and is closely connected to visibility and identification (Gee, 2011, p. 20). This recognition work, as well as gaining and maintaining visibility, are essential for international highly ranked business schools since they are especially sensitive to customer-needs and operate in a highly market-oriented segment of global higher education.

Based on the above-mentioned arguments, the main question of this brief research paper might be formulated as follows: in the international arena of business schools, what expressions can we find to identify and describe students? To be more specific: Is there a strong emphasis on marketisation utilising a quasi-personal and informal language of consumerism based on ‘you’ as student? Or can we find traces of a profit-oriented outlook stressing professional future identities? The former question is connected to the literature criticising business-schools while the latter is more characteristic in the general academic discourse about higher education.

As for the structure of the paper, it follows the usual template of research papers. The next section discusses the conceptual background, which is followed by the methodological details of our research. The third section focuses on the main results, while the concluding section offers an additional interpretative layer by showing how naming students can be considered a discursive act.

Conceptual framework

Higher education institutions are complex social actors, and as such, they are connected to numerous communities. Among them the students are the most important stakeholder group (Jongbloed et al., 2008). This in itself made it necessary to constantly address and engage them with targeted and active communication. Furthermore, due to global competition between the universities and the increasing financial pressure the HEIs are turning into organisational actors, who strategically plan their own actions to reach their predefined goals by implementing management processes and tools, such as stakeholder management or strategic organisational communication (Krücken – Meier, 2006). Among these management and communication tools, mission statements are one of the prominent ones. Accordingly, our focus is on the highly ranked business schools’ mission statements.

Looking at the relevant literature, we can find long lists of purposes a mission statement could or should attain. These contain, for example, the reason for being (Fugazzotto 2009), the commitment to a specific plan, or they provide guide to activities (Woodrow 2006) or inspire and motivate through shared sense of purpose (Morphew – Hartley 2006).

However, most of the research dealing with the analysis of HEI’s missions concluded that they are homogenous (Davies – Glaister 1996, Özdem 2011), too general or just mirror the policy documents (James – Huisman, 2009). Therefore, they are not effective enough. Nevertheless, as Morphew and Hartley (2006) pointed out, the mission statements have a normative function, that is, even their mere existence legitimates the given organization as an organization, because a mission statement is one of the identifying elements of the organizational field. This legitimising power is there even if the content of the missions is not specific enough to reach all the above -mentioned purposes.

Moreover, and this was not mentioned in the literature, the mission statements have a discursive power, as well. They have a discursive power at the organizational and general level, for example, by naming the relevant and most important stakeholder groups. Therefore, even if the mission statements are not effective enough to moving an institution to a given direction or providing long-term goals and structure, they can be regarded as a discourse (or,

at least, a slice of a discourse) where these institutions ‘talk about’ their social role and purposes and identify their most important communities. Regarding the latter one, we analysed whether and how the highly ranked business schools address their main stakeholders, namely, the students.

However, quite little research focused solely on the students either as the main audience (e.g., Sauntson – Morrish, 2010) or as their naming on websites, which could lead to latent institutional logic (Lažetić, 2019). These analyses connect the marketisation of higher education both to the enhanced online communication of HEIs and to the content and labelling approaches they apply on these platforms. However, as the examples indicate, these results suggest bipolar proposition. That is, the HEIs are either addressing their present and prospective students in a marketized manner as customers, or in an academic-claimed manner as novices (Lazetic, 2019). In our research, we will keep an open mind in order to explore whether the naming of students in the mission statements is polarized by this duality or is it more complex. Especially, because our analysis focuses on highly ranked business schools’ communication, which is a special case.

A business school is the very part of a university where the mission-related subjects (like marketing-communication, stakeholder management, consumer-targeting etc.) are taught and researched. Accordingly, we could expect them to excel in these platforms and communication. However, business schools were criticized fiercely in the last twenty years for their lack of ethical considerations and efforts to maintain the neoliberal economic approach without taking into account social and environmental consequences and responsibility (e.g., Rocha et al., 2021; Schlegelmilch, 2020). Therefore, we could expect them to be more cautious in their external communication. These diverse forces provide a complex environment to highly ranked business schools and make it quite ambiguous what we can expect from them when we look at their student-related naming strategies.

Methodology

The highly ranked business schools were identified using the Times Higher Education (THE) World University Ranking List, which is one of the globally accepted and acknowledged ranking lists. THE provides not only a general world-wide ranking but also sub-rankings by subjects. From the latter one we concentrated on the ‘business and economics’ list in 2019.

As a next step we searched the website of each university’s business school, especially those that present the school to the general public (i.e., the ‘About us’ sections). This way we were able to collect the explicit mission statements from the web pages. We identified 97 institutions that had either explicit mission statements or they had statements on their webpages that could be regarded as mission statements, but they have not labelled them as such. The three institutions that did not have mission or mission-like statements were the University of Vienna, Paris Sciences et Lettres – PSL Research University Paris and The University of Tokyo. We excluded them from further analysis.

Results

Identified names of student groups in mission statements

The mission statements of the 97 institutions were analysed to see how they described their subjects. Out of the 97 there were 14 (15%) which did not contain any description about the subjects (or their future students) of their mission or mission-like statement, for example Michigan Ross’s statement was: ‘We are committed to building a better world through business.’ In this case it is not clear who they are/would be acting for, who their future students would be(come); whereas Harvard University stated: ‘We educate leaders who make a difference in the world’, which is clearly about ‘leaders’.

In the end, we were able to identify and code the subjects of the mission statements of 83

organisations, so we obtained 9 main categories (Table 1) based on how they spoke about their future students. For example, we grouped together those who used expressions like 'graduates', 'learners', 'undergraduates', 'postgraduates' as well as 'students' and we divided 'leaders' and 'business leaders' as there seemed to be two distinct categories.

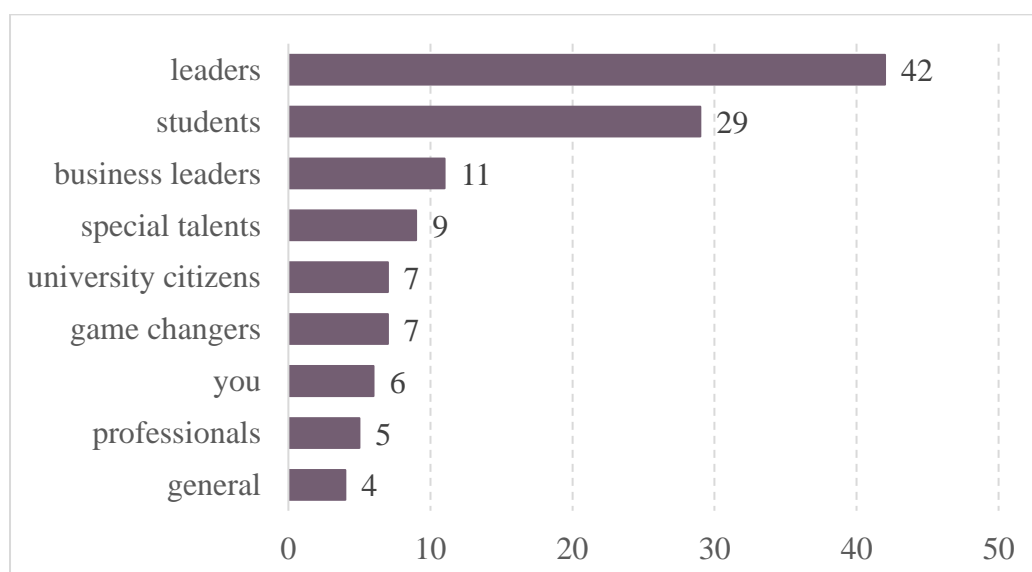
Table 1. Identified naming categories and the exact expressions used in mission statements

No	Category	Used expressions
1	students	students, graduates, undergraduates, postgraduates, learners
2	business leaders	business leaders, business elite, builders of enterprises
3	leaders (not business)	leaders, executives
4	you	you
5	special talents	courageous thinker, bold thinkers, inquisitive minds, independent minds, top talent, core talents, first-class talent, extraordinary people, exemplary citizens
6	game changers	change maker, people who leave a mark on the world, future international decision-makers, innovator, pioneers, entrepreneurs, difference makers
7	professionals	professionals, experts, people in business
8	university citizens	alumni, our people, our community, new scholars and teachers, academics, scholars, academic specialist
9	general expressions	both young and experienced people, individuals, our stakeholders, our main stakeholders

Source: own research

Figure 1 below displays the frequency of the 9 categories that we identified with 'leaders' occupying the prime spot (42 mentions out of 83), followed by 'students' (29 mentions out of 83). From this analysis the words 'leader', 'student' and potentially 'you' stood out, so we decided to investigate further these words within our texts.

Figure 1. Number of mission statements using the given categories' expressions (n=83)

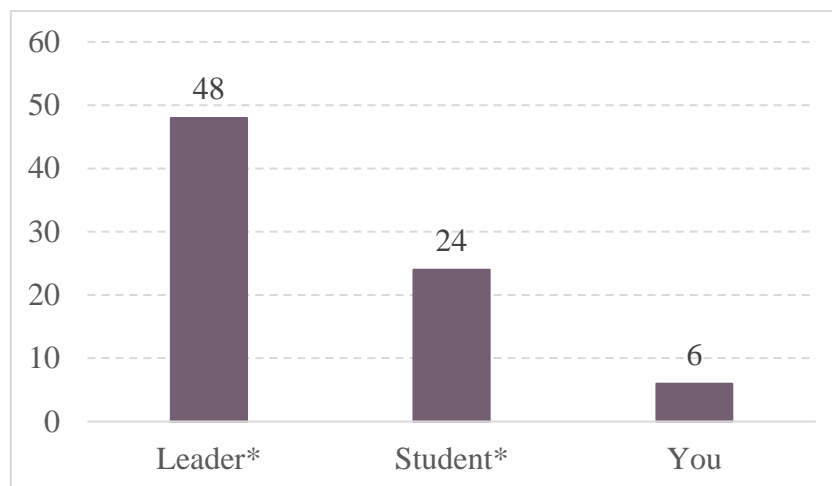


Source: own research

Specialities related to ‘student’, ‘leader’ and ‘you’ expressions

We looked at the frequency of the words ‘leader’, ‘student’ and ‘you’ within our mission statement texts. Figure 2 below displays the frequency of each of them.

Figure 2. The number of mission statements using ‘leader’, ‘student’ or ‘you’ expressions



Source: own research (*Exact word and its plural form as well.)

It is apparent that mission statements overwhelmingly use the word ‘leader’ whereas ‘you’ is very rarely used. Table 2 contains the adjectives used with the words ‘students’ and ‘leaders’ or ‘business’ leaders’. It is interesting to note that there is a separation between ‘leaders’ and ‘business leaders’ in the sense that mission statements that use one they do not use the other. It might be worth investigating qualitatively what the differences in perceptions are when opting for one against the other. By looking at the adjectives it is apparent that the qualities of ‘leaders’ and ‘business leaders’ are intertwined.

Table 2. Adjectives connected to ‘students’, ‘leaders’ and ‘you’ expressions

Label	Connected adjectives
students	talented, local
business leaders	innovative, purposeful and ethical future, tomorrow's, forward-thinking, next generation of, global
leaders (not business)	wise, transformational, principled, tomorrow's, innovative, ethical, responsible, current, future, global, purposeful, effective, aspiring, dynamic, insightful, a new kind of, brave, entrepreneurial, social, next
you	-

Source: own research

Overall, there is a stronger preference among Top 100 business schools to refer to ‘leaders’ in their mission statements followed by ‘students’ whereas ‘you’ is almost entirely missing.

Conclusions

In conclusion, the analysed mission and mission-like statements do mirror some of the presented concepts on the marketization of higher education and their signs in the external language use of HEIs, specifically in the case of business schools. However, there are some

differences and variabilities that deserve to be highlighted. These notions, we believe, help nuance the understanding of mission statements as an interdiscursive mix instead of being strictly marketized or academic.

On the one hand, almost 15% of the analysed mission statements do not mention their (future) students explicitly. That is, according to Fairclough (1993), a characteristic of ‘the institutional voice of a traditional university’, as with the impersonal texts the school presents itself on a take-it-or-leave-it basis, without deliberately addressing the students’ needs. In addition, the label ‘student’ is present in almost quarter of the mission statements and is also a labelling choice still closer to the ‘traditional academic advertising’ (Fairclough, 1993). Although it is explicit, it is also impersonal due to the third person naming and it addresses the students in their academic role in the institutions. These labelling techniques do not show the signs of the marketization of higher education but adhere to the more traditional ‘academic’ language use.

Concerning the use of ‘you’ that is also considered to be a linguistic tool of the marketization of higher education (Fairclough, 1993; Lažetić, 2019) for its role as a means of synthetic personalization, it was the least frequently used label in our corpus. This does not mean, of course, that the mission and mission-like statements of the top-ranked business schools do not show the signs of the marketization of public discourse, but rather that the mission statement is a moving structure (Askehave, 2007) which does not employ this tool of marketization. On the contrary, some scholars argue that the mere existence of mission statements in higher education is itself the consequence and tool of the marketization of HE (Sauntson – Morrish, 2010). Furthermore, the highly ranked business schools seem to much more prefer the terms ‘leader’ and ‘business leader’. While both labels are used in third person, they are generally part of the managerial language use. Moreover, these labelling methods mirror a discursive construction of a professional identity that is detached from the students’ academic role and persona and is in close connection with the predicted future success on the labour market. Therefore, they do not present school as a solely academic institution, but rather a hub that is interested in preparing its customers for future economic success instead of focusing on learning for the sake of learning. Thus, in the case of business schools, ‘leader’ and ‘business leader’ labels seem to take over the role of ‘you’ in that they construct and contribute to the marketization of higher education.

Project funding: This paper was prepared as part of the project ‘The future of business education’ funded by National Research, Development and Innovation Office, Hungary (FK127972).

References

1. Askehave, I. (2007). The Impact of Marketisation on Higher Education Genres – the international student prospectus as a case in point. *Discourse Studies*, 9(6), 723-742. <https://doi.org/10.1177/1461445607082576>
2. Davies, S. W., & Glaister, K. W. (1996). Spurs to higher things? Mission statements of UK universities. *Higher Education Quarterly*, 50(4), 261-294.
3. Fairclough, N. (1993). Critical Discourse Analysis and the Marketization of Public Discourse: The Universities. *Discourse & Society*, 4(2), 133-168. <https://www.jstor.org/stable/42888773>

4. Fugazzotto, S. (2009) Mission Statements, Physical Space, and Strategy in Higher Education. *Innovative Higher Education* 34(5), 285-298, doi: 10.1007/s10755-009-9118-z
5. James, H. – Huisman, J. (2009) Missions statements in Wales: the impact of markets and policy on congruence between institutions. *Journal of Higher Education Policy and Management*, 31(1), 23-35, <http://dx.doi.org/10.1080/13600800802559229>
6. Jongbloed, B., Enders, J., & Salerno, C. (2008). Higher education and its communities: Interconnections, interdependencies and a research agenda. *Higher education*, 56(3), 303-324.
7. Gee, J. P. (2011). *An Introduction to Discourse Analysis. Theory and Method*. Routledge: London
8. Krücken, G., & Meier, F. (2006). Turning the university into an organizational actor. *Globalization and organization: World society and organizational change*, 241-257.
9. Lažetić, P. (2019). Students and university websites—consumers of corporate brands or novices in the academic community? *Higher Education*, 77(6), 995-1013.
10. Morphew, C. C. & Hartley, M. (2006) Mission Statements: A Thematic Analysis of Rhetoric across International Type. *Journal of Higher Education*, 77(3), 456-471, doi: 10.1080/00221546.2006.11778934
11. Özdem, G. (2011) An analysis of the Mission and Vision Statements on the Strategic Plans of Higher Education Institutions. *Educational Sciences: Theory & Practice* 11(4), 1887-1894
12. Rocha, H., Pirson, M., & Suddaby, R. (2021). Business with Purpose and the Purpose of Business Schools: Re-Imagining Capitalism in a Post Pandemic World: A Conversation with Jay Coen Gilbert, Raymond Miles, Christian Felber, Raj Sisodia, Paul Adler, and Charles Wookey. *Journal of Management Inquiry*, 30(3), 354–367. <https://doi.org/10.1177/1056492620970279>
13. Sauntson, H., & Morrish, L. (2010). Vision, values and international excellence: The ‘products’ that university mission statements sell to students. In *The marketisation of higher education and the student as consumer* (pp. 87-99). Routledge.
14. Schlegelmilch, B. B. (2020). Why Business Schools Need Radical Innovations: Drivers and Development Trajectories. *Journal of Marketing Education*, 42(2), 93–107. <https://doi.org/10.1177/0273475320922285>

15. Woodrow, J. (2006) Institutional mission: the soul of Christian higher education. *Christian Higher Education*, 5(4), 313-327.
<http://dx.doi.org/10.1080/15363750600860778>

The first experiences of the BEE Mentor Programme at the Faculty of International Management and Business of the Budapest Business School, University of Applied Sciences

Gabriella Horváth-Csikós¹, Tímea Juhász² and Ahmad Hajeer³

DOI: [10.29180/978-615-6342-49-2_28](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-49-2_28)

Abstract

The study presents the first experiences and results of the BEE Mentor Program, which started in September 2022 at the Faculty of International Management and Business of Budapest Business School, University of Applied Sciences with the guidance and support of lecturers from the Department of Languages for International Business. The aim of the programme is to support the integration of foreign students studying at the faculty and to develop their soft skills. The study involves 69 foreign students, and the authors share some simple results of a questionnaire survey carried out at the start of the project. The first findings confirm that students expect a lot from the mentoring programme, especially in terms of developing their soft skills.

Keywords: soft skills, university students, mentoring

Introduction

The need for the programme emerged in 2016/17, when the first Stipendium Hungaricum (SH) students arrived at the Faculty of Finance and Accounting for a full study program. The BEE Mentor Programme is open to all incoming foreign students to become mentees and it welcomes Hungarian and foreign students - who already attend Budapest Business School and are more experienced students - to become mentors for the freshmen.

In many cases, foreign students come from very distant countries and continents, and often this is the first time for them to be away from their families. The unknown culture of the university brings new challenges that they need to solve and manage. The new and unfamiliar habits of the culture, as well as the new language of the country, are just some of the challenges the incoming students must face. In case the incoming foreign students join our programme, they do not have to cope with the arising issues alone.

The BEE Mentor Program is led and supervised by lecturers from the Department of Languages for International Business. There are 3 divisions in the programme. The first division is Administration and Orientation division, of which responsibilities involve the following tasks: organizing and managing the mentor-mentee couples, confirming that students are familiar with the different digital platforms of the university (CooSpace, Moodle, Neptun), helping and guiding them through the login process, taking care of emergency situations or medical needs that students might face during the academic year.

The second division is the Mid-semester Activities division. Mentors in this team are responsible for organizing cultural and social events for the international students and the main aim of this division is to allow students to learn more about the Hungarian culture while socializing with other Hungarian or foreign students at BGE. The mentors in the Mid-

¹ Budapest Business School University of Applied Sciences, Faculty of International Management and Business, Department of Languages for International Business, e-mail: horvath-csikos.gabriella@uni-bge.hu

² Budapest Business School, Faculty of International Management and Business, Department of Methodology for Social Studies

³ Budapest Business School, Faculty of International Management and Business, Department of Languages for International Business, Department of Languages for International Business

semester Activities division are in charge of planning, budgeting and organizing events, working in close cooperation with the Marketing division to advertise upcoming events through social media, creating a budget while receiving guidance and support from other mentors and ensuring harmonious and friendly group dynamics.

The third division is the Marketing and Communication Division. This division is responsible for managing all BEE Mentorship social accounts including posting information regarding events, news, and updates, answering incoming questions/messages from the students, and maintaining a fun and open environment where students can share their opinions and ideas about various topics. They are also responsible for adding new students to the group after confirming their programme and faculty.

Literature background / Hypotheses development

The importance of internationalization in higher education has been expeditiously increasing during the last five decades. This caused the quantity of international students to grow (de wit & Altbach, 2020). According to Thomson and Esses (2016), the academic aspect should not solely receive the entire attention of the institutions of higher educational, but also the social experience of the international students. One method that has been proven to enhance the social experience of international students is pairing them with local students who could help them tackle the challenges of moving into a new environment (Hughes & Wisker, 1998).

Among the numerous definitions that have been proposed with respect to mentoring, the present investigation adopts the definition that was put forward by Castanheira (2016). Her definition regards mentoring as a process in which “a more experienced person (the mentor) gives support to a less experienced person (the mentee) across a wide range of issues relevant to work and professional development” (Castanheira, 2016, p. 337). In 2011, Gresham and Clayton conducted a study in the University of Newcastle in Australia to reveal the impact of participating in peer mentorship programs on international students. Gresham and Clayton (2011) mentioned that their program helped establish strong relationships and connections. Moreover, it assisted international students in understanding the local environment. Furthermore, this program improved the efficiency of the international students in managing their every day life in the host university.

It has been established that the soft skills of not only the mentors but also the mentees play a crucial role in the process of mentoring (Castanheira, 2016). Soft skills are also known as non-cognitive skills. Non-cognitive skills can be defined as the “attitudes, behaviors, and strategies that are thought to underpin success in school and at work, such as motivation, perseverance, and self-control. They are usually contrasted with the ‘hard skills’ of cognitive ability in areas such as literacy and numeracy” (Gutman & Schoon, 2013, p. 2).

In an attempt to employ technology to help the job seekers of the European Union develop their skills to meet the need of the market, The European Commission Directorate General for Communications Networks, Content & Technology co-funded the so-called Skills Match project. This project identified 36 soft skills divided into 4 categories (see Table 1).

Table 1. The 36 soft skills as reported by the SkillsMatch project

self-image and vision of the world	context and performance related	social interaction	methodological, intuitive, and lateral thinking
Accountability	Customer focus	Coaching	Conflict resolution
Patience	Diligence	Networking	Creativity
Self-control	Respect privacy	Ethical behavior	Organization
Entrepreneurship	Personal develop-	Negotiation	Decision making

	ment		
Goal orientation	Positive attitude	Leadership	Manage quality
Motivation	Reliability	Motivate others	Strategic thinking
Self-management	Efficiency	Communication	Problem-solving
Resilience	Respect the environment	Respect for diversity	Critical thinking
Initiative	Adaptability	Teamwork	
Tenacity			

Source: Skillsmatch.eu, 2022

The aim of the current study is to investigate the aspect of social interactions. Therefore, the following table (see Table 2) includes the definitions of the nine skills that are listed under the category of social interaction. These skills are coaching, networking, ethical behavior, negotiation, leadership, motivating others, communication, respect for diversity and teamwork.

Table 2. The social interaction soft skills and their definitions

Skill	Definition
Coaching	Guide or teach others by providing relevant knowledge and support. Offer suggestions about the best course of action.
Networking	Keep track of the people in your personal professional network and stay up to date on their activities.
Ethical behavior	Conduct workplace activities according to accepted principles of right and wrong, including fairness, transparency, and impartiality.
Negotiation	Communicate with others with the intention of reaching a mutual understanding or to resolve a point of difference.
Leadership	Guide and direct others towards a common goal, often in a group or team.
Motivate others	Get to know what drives and stimulates individuals to achieve goals and personal growth.
Communication	Engage with others, face-to-face, in a wide range of situations, using strategies appropriate to context and purpose.
Respect for diversity	Have an active role in promoting social justice and confronting discrimination in the workplace based on cultural identity.
Teamwork	Work confidently within a group with each doing their part in the service of the whole.

Source: Skillsmatch.eu, 2022

Methods

In September 2022, the BGE Faculty of International Management and Business launched its BEE Mentor Program. Before the launch of the programme, the researchers forwarded a questionnaire for mentors and mentees. The aim of the survey was to find out what the participants' expectations of the programme were and how the participants' soft skills they thought would develop during the project. As a next step, the study authors plan to ask the mentors after six months and after one year how the objectives for which they entered the program were fulfilled.

Among other things, the general objective set by the authors of the research phrased was whether the soft skills of the participants in the study would be positively affected by the mentoring programme. In the first part of the research, the authors of the study launched a

quantitative survey. A questionnaire designed by the authors was completed by mentors and mentees. The researchers used a self-administered questionnaire and deliberately did not use questionnaires previously used in other researchers' research. The questions in the questionnaire typically consisted of situational questions. This method uses skills-based questions. During the tests, the interviewers present a sample situation, where the candidate responds to it and selects the most appropriate answer for the situation from the possible solutions offered. STAR questions are commonly used in job interviews. STAR (Situation-Task-Action-Result) stands for situation, task, action, and result. The use of this interview strategy is particularly useful when answering competency-based questions.

As mentioned above, in the first step of the study, the researchers looked at what soft skills the mentored students felt strong in themselves at the start of the program, what they wanted to strengthen and what they expected from the program. To identify and select the soft skills, the authors did not use self-listed soft skills, but instead worked with the social interaction and methodological group of skills from the 36 soft skills identified by the Skill Match project (skillsmatch.eu, 2022). In this project, 36 key soft skills have been grouped into four categories by the project organisers. These categories were: self-image and worldview, context and performance-related, peer interaction, and methodological, intuitive and lateral thinking (see Table 1). Of these, in the first study, the researchers analysed nine soft skills (coaching, networking, ethical behaviour, negotiation skills, leadership, motivating others, communication, respect for diversity, teamwork skills), which fell into the social interaction and methodology group. These skills were selected first because they are the easiest way to examine changes in participants over the course of a project year.

The questions in the questionnaire were grouped into three research question categories, which are summarised in Table 3:

Table 3. Specification of the sample

Specification of the sample	Soft expectations	skill of	Evaluating situations
Gender Age Nationality Work experience Why they joined the programme	Which soft skills do respondents feel strong in	Which soft skills do they think will be strengthened during mentoring?	Evaluating given situations

Source: authors' own research

In the first survey, 69 students responded, but the sample is still being collected because there were students who arrived later for visa and other reasons. The questionnaire was analysed using univariate and multivariate methods: frequency and mean tests, ANOVA, etc. using SPSS version 28. The present paper presents some results of the research, without claiming completeness.

Results

52.2% of respondents were male and 47.8% female. The average age was 22.4 years. 29% of the respondents were under 20 years old, 66.7% were between 21 and 30 years old and 4.3% were between 31 and 40 years old. By continent, 23.2% were European, 52.2% Asian, 17.4% African and 7.2% American. In terms of work experience, 17.4% have never worked, while 44.9%, for example, have more than one year of work experience.

Around 61% of the respondents wanted to develop their soft skills. This was one of the most common reasons why students chose to join the mentoring programme. The authors looked at the mentors' soft skills related to peer interaction. Here, as mentioned earlier, nine skills were analysed in the light of specific situations. For each soft skill, the authors conceptualized three situations and asked how respondents reacted to these situations. The questions were categorical although in the responses the authors sought to provide answers that would move each situation from complete disinterest to complete cooperation. The following tables show the coaching and networking situations and the frequency of responses.

Table 4. Situations for coaching (%)

Your mentored partner asks you for advice on where to buy special spices (spices from his country)? What do you say?	%
I can't help him because I don't know such places.	2.90
I will tell him to ask his senior fellows about it.	8.70
I am trying to find it out on the internet.	49.30
I offer him to go shopping with him.	29.00
I will post his question in the BEE Mentor FB group.	10.10
You see that your mentored fellow is not well informed about the traffic in Budapest. What do you do?	0%
It is not my business, he'll learn it.	0
I give him a map, he'll find it.	2.90
I show him the GPS and we find the streets on it.	31.90
I download some apps and we try to get to know Budapest together.	44.90
We make several test trips together to make him aware of the difficulties.	20.30
Your mentored fellow has problems using the university's Neptun system to record subjects. What do you do?	%
I don't bother, he will have to learn it himself.	0%
I tell him to go to the student's office where they will show him.	4.30
I give him a description of the Neptun system and if he has any questions, I'll answer them.	30.40
We enter the system together and I watch him explore it.	26.10
Together we log in and I help him take the subjects.	39.10

Source: authors' own research

The responses clearly show that there is still much to be learned from each other and from mentors in the field of coaching. When asked to rate their coaching soft skills on a scale of one to five (one being weak and five being strong), the average was 3.46, i.e., moderately strong, and the majority expected the mentoring programme to strengthen this soft skill.

Table 5. Situations for coaching (%)

One or more mentored peers have not communicated with you for a week or two. What do you do when this happens?	%
I don't bother, it's not my job.	1.4
I don't think I would notice that a mentored partner is not contacting me.	5.8
He'll look for me if he needs me.	31.9
I ask around in the Facebook group to see who knows about him.	13
I'll reach out in person or by phone.	47.8
It is Sunday afternoon. Your mentored partner calls to say he has a toothache. What do you do at this time?	%
I ask him to let me talk to his roommate and we'll figure out how we can help.	17.4
I go to him, so he won't be alone.	5.8
I post on the BEE Mentor FB group for advice.	21.7
I'll tell him to take painkiller.	21.7
I call a dentist on duty and take my mentored partner there.	33.3
Do you follow the academic progress of your closest mentored peer?	%
I don't, it's not my job.	5.8
I'll ask how he's doing.	26.1
We sit down to discuss grades, and I encourage him to study better if he has a lower grade in something.	20.3
We work out effective ways to learn.	29,0
I put him in touch with people who can help if he has a problem, or I teach him.	18.8

Source: authors' own research

The project organisers will also have to improve the cooperation, with an initial average of 3.42 respondents, and in this area the students are very optimistic that they will improve (average: 4.29).

Conclusion

The main of the study was to measure the soft skills of the mentees who participated in the BEE Mentorship Program. The first results show that students are very open to the programme and mentors are also hard working in helping international students to integrate. It is likely that over time, lasting relationships between the mentors and the mentees would develop throughout their university studies. The researchers aim to repeat the investigation every six months to see how the soft skills of the participants are developing in the mentoring

programme. The results of this study may serve as a guide to those who wish to design programmes that aims to develop the soft skills of the mentors in BEE Mentorship Programme or in similar programmes. This might be achieved by identifying the soft skills that need to be developed and focusing on them. The current study concentrated on the context of Budapest Business School. However, it might be interesting to see the results from other universities as this might yield important implications. Therefore, and for further research, similar studies that take different context into considerations are encouraged.

References

1. Castanheira, P. S. (2016). Mentoring for educators' professional learning and development. *International Journal of Mentoring and Coaching in Education*, 5(4), 334–346.
2. de Wit, H., & Altbach, P. G. (2020). Internationalization in higher education: Global trends and recommendations for its future. *Policy Reviews in Higher Education*, 5(1), 28–46. <https://doi.org/10.1080/23322969.2020.1820898>
3. Gresham, R., & Clayton, V. (2011). Community connections: A programme to enhance domestic and international students' educational experience. *Journal of Higher Education Policy and Management*, 33(4), 363–374. <https://doi.org/10.1080/1360080x.2011.585736>
4. Gutman, L. M., & Schoon, I. (2013). The impact of non-cognitive skills on outcomes for young people: A literature review. Education Endowment Foundation.
5. Hughes, S., & Wisker, G. (1998). Improving the teaching and learning experiences of overseas students. In C. Rust (Ed.), *Improving student learning: Improving students as learners* (pp.136-149). Oxford Centre for Staff & Learning Development
6. Soft skills definitions. SkillsMatch. (2020, February 18). Retrieved August 25, 2022, from <https://skillsmatch.eu/soft-skills-definitions/>
7. Thomson, C., & Esses, V. M. (2016). Helping the transition: Mentorship to support international students in Canada. *Journal of International Students*, 6(4), 873–886. <https://doi.org/10.32674/jis.v6i4.323>

Soft skills on sale – how students consider soft skills and corporate expectations

Gabriella Horváth-Csikós¹, Tímea Juhász² and Tamás Gáspár³

DOI: [10.29180/978-615-6342-49-2_29](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-49-2_29)

Abstract

This paper introduces the research team and its research results on soft skills. By making a clarification on the scope of soft skills and the literature approaches, our research focus falls on detecting how employees, mainly students of the future labour market, and employing companies, mainly those who sharply face the changing world, rank and evaluate soft skills, as well as how these can be harmonised and developed. The data collection is based on surveys, and the analysis uses statistical methods. The results express that there are frictions in the demand and supply side of the labour market in terms of soft skills, but agents see paths and methods to improve them and to match to the changing world.

Keywords: soft skills, university students, employers' expectations

Introduction

The Soft skill research team has been working since 2020 with the aim of detecting, evaluating, and comparing the supply and demand side of soft skills. Theoretical and methodological foundation of the scope of soft skills and their measurement has been a determining pillar since the beginning. The scope is being extended, and the measurement is also altered to the evaluation and improvement of soft skills. The first part of the empirical research is focused on employees, mainly university students, who are to become the determining layer of the labour market in ten years' time. This research aims not only at tracing what knowledge and image students possess in terms of the necessary soft skills but also how they evaluate and rank these skills. The next stage was a survey on the employers' side: what skills they experience to need for an improving performance in the global economic transition. The increasing database of these surveys enable the team to match and compare the demand and supply side, as well as conduct research on how soft skills can be developed, and how the two sides can be harmonised.

The future aims of the research team is an international comparison in terms of Central-Eastern Europe, Europe and worldwide scope. In addition, anticipation and foresight skills play a particular role in management, the analysis of which the team also sets as a target.

The present global economic transition, on the base of an emerging new technological era, has created a highly volatile, uncertain, complex, and ambiguous arena for business and everyday life. These circumstances call for qualities, knowledge, and skills of the human resource different from the former economic structures. An increasing number of literature sources have been recognising the importance of soft skills and contribute to their articulation.

Hard skills are knowledge-specific skills and are mainly related to qualifications and papers. Soft skills are a set of personal qualities that the employer would like to know about the candidate at the first personal meeting or at the job interview. Soft skills include -among others- personality, behaviour, intelligence level, communication and problem-solving skills,

¹ Budapest Business School, Faculty of International Management and Business, Department of Languages for International Business, e-mail: horvath-csikos.gabriella@uni-bge.hu

² Budapest Business School, Faculty of International Management and Business, Department of Methodology for Social Studies

³ Budapest Business School, Faculty of International Management and Business, Department of International Economics

interests, and motivation. Furthermore, workload and stress tolerance, decisiveness, and the ability to work independently are also required soft skills from new candidates entering the labour market.

Understanding soft skills fundamentally determine the operation, management, and performance of companies; in addition, they hasten the emergence of new management cultures. The research of soft skills is a new perspective of understanding global value chains, too: how effectively they can operate and how soft skills influence the international structuring of global value chains.

The aim of this study is to investigate the role and the value of soft skills on the labour market. The study focuses on some research questions as follows:

1. How do students rate soft skills?
2. How well do students think these skills match employers' expectations?
3. What tools can be used to develop soft skills?
4. Literature background / Hypotheses development

Soft skills play an important role in the quality performance of any job. Professional experience and expertise are essential but communicating successfully with colleagues or cooperating with them in teams is also important for the smooth running of the company.

Soft skills – or in other words interpersonal skills – are a set of social skills, such as communication skills, empathy, and openness. It includes all the skills we use in our everyday life when communicating with other people. Soft skills are used and applied not only in our private lives but also at our workplaces.

Our skill sets determine whether we can solve or avoid a conflict, deliver a good presentation, manage our time and submit materials precisely and effectively lead our team. We use soft skills in many different situations every day, so developing them can make a huge difference to our lives. At most companies, usually work is carried out in teams, therefore it can be very expensive for a company if colleagues do not or cannot work well together, therefore interpersonal skills have become much more valued on today's labour market. Even in a job interview, it is crucial to be able to quickly find the right tone with your future boss. Later, when it comes to promotions or bonuses, assertive communication, active listening and negotiating skills can play an important role.

Soft skills are the common language of empathy, collaboration, team building, resilience and agility transforming organizations. According to Lepeley, human and social challenges cannot be solved only with hard skills (Lepeley, 2021); soft skills are inevitable.

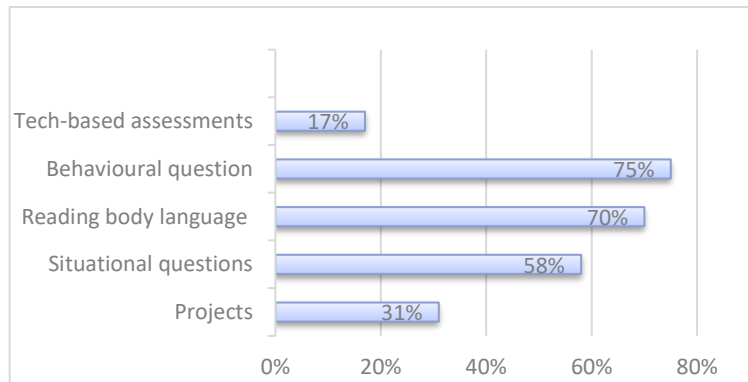
Soft skills are increasingly needed and are in increasing demand (Scheerens et al., 2020). Soft skills are not so easily acquired; they are typically learned over time by individuals as they gain more experience in their jobs as appropriate (Rasli et al., 2020). Soft skills are often viewed as personality traits and behaviours that individuals either possess or not.

Despite the importance of soft skills, the most frequent ways to measure them have not changed over the past few decades. Companies rely on asking interview questions and observing candidates' body language at job interviews. Situational interview questions ask respondents to explain how they would react to hypothetical questions in the future while behavioural interview questions ask interviewees to explain how they have dealt with actual situations in their past. STAR (Situation, Task, Action, Result) questions are usually used in job interviews. The acronym STAR is a contraction of the words: situation, task, action, and result. The use of this interview strategy is particularly useful in responses to competency-based questions, which typically begin with phrases such as "Describe a time when..." and "Give an example of a situation when..." These interview questions are questions that ask about how the interviewee has behaved in the past, how they have managed certain work or

personal situations.

According to the LinkedIn research (2019) the most common ways to assess soft skills at a job interview are the following: Behavioural questions (75%), Reading body language (70%), Situational questions (58%), Projects (31%), and Tech-based assessments (17%). Figure 1 shows the percentage of the frequency of each way to assess soft skills.

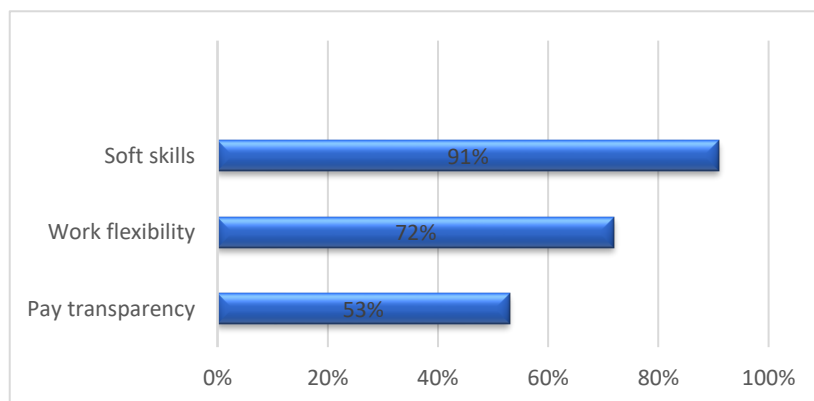
Figure 1. The most common ways to assess soft skills



Source: LinkedIn

Figure 2 represents the three trends transforming our workplace according to the LinkedIn research. The figure shows the percentage of talent professionals who agree these trends are very important to the future of recruiting and HR. The trends are the following: Pay transparency 53%, Work flexibility 72% and Soft skills 91%.

Figure 2. The 3 trends transforming your workplace



Source: LinkedIn

The McKinsey study (2020) predicts that as automation transforms the skills, companies' need and demand for creativity will rise sharply by 2030.

The study summarizes the soft skills companies need but have hard time finding them. These soft skills are the following:

1. Creativity
2. Persuasion
3. Collaboration

4. Adaptability
5. Time Management

Soft skills together with hard skills complement each other perfectly and only in this way can the best results and sustainable long-term success be achieved (Tripathy, 2021).

The study of Kumar et al (2022) emphasized the importance of the benefits of soft skills and why these skills are important for students as well as for employees. The study also discussed the difference between soft skills and hard skills, the significance of the soft skills and the necessary steps to improve soft skills. The results of their research summarized that students who acknowledge the importance of soft skills early can master their studies with better grades and can finish their student obligations sooner and with less obstacles. Moreover, they can make more connections with people who may be important for them in the future, and, of course, these students can present themselves more effectively, which will help them in their career prospects.

The results of Miller et al. (2015) stated that practice-oriented training should be given more emphasis by educational institutions and universities in order to help future employees enter the labour market with good skill sets, good presentation skills, time management skills and empathy.

When the lack of soft skills in a job becomes tangible, the so-called soft skill gap may appear, which means that the interpersonal or soft skills are not equal to hard or technical skills. Staff turnover and low loyalty at the workplace, difficulty in retaining employees, low corporate morale, poor communication within the company, high workplace stress, reduced productivity, and lack of work satisfaction are all examples of the symptoms of soft skill gap.

The results of the research of Nagaraju show that the provision of mentoring and training increases job satisfaction and loyalty among employees increases flexibility and adaptability, and significantly increases productivity (Nagaraju, Archana M. V, 2015).

Fortunately, more companies realize the importance and advantages of mentoring practice, which might support the professional and personal development of the company's employees. Therefore, it is inevitable for the leaders to support the establishment of a corporate culture, where knowledge is value, knowledge-transfer is supported, and innovation and development is considered a core value. Effective knowledge-management requires new roles and responsibility from the leaders and employees, as well. It is necessary that the participants of the process can observe their own work from multiple perspectives, express their opinions, able to make and receive critical remarks and must be suitable and willing to share their knowledge with each other. Its success depends on several factors such as trust, cultural indifference, lack of reception, communicational problems, and the attitudes of the participants, etc. (Bencsik, 2009).

Mentoring is often the missing link, which connects the new employees with his future workplace successes (Levinson and McKee, 1978). If the previous does not exist, the latter should also be missing.

Methods

The research on the role and value of soft skills in the labour market was carried out by the research team between 2020 and 2022. The first phase of the research involved the employee side and focused mainly on quantitative questions on how the supply side of the market perceives soft skills and the extent to which these skills meet employers' needs. The researchers then asked employers what their expectations were in soft skills and what supply they faced.

In the first part of the study, 500 future employees were surveyed, while a year later, 416 employers were reached by the survey organisers. This short survey presentation summarises

some of the findings on the supply side.

The participants in the research were university students who were students at MATE (Magyar Agrár-és Élettudományi Egyetem, Hungarian University of Agriculture and Life Sciences). At the time of the research, there were around 13 000 students studying at the institution's five campuses, in five locations across the country. Students were studying a wide range of subjects, from agricultural sciences to engineering, arts, and economics. This was one of the reasons why the authors conducted their first round of research at this university.

The sample collection method was the snowball method, and most of the questionnaires were completed by respondents on social networking sites. No interpretability problems were encountered by the questionnaire fillers during the pilot survey, so the authors did not change the questions. The questionnaire consisted of closed and open questions. Of 28 questions, one was open-ended, the rest were closed, and there were nominal and metric variables. The questionnaire was designed by the authors themselves and deliberately did not use previous sets of questions. The structure of the questionnaire is presented in Table 1.

Table 1. The employee questionnaire

Specification of the	Soft skill analysis	Soft and hard skills in the labour market
Place of residence	Soft skill interpretation	What are your expectations in terms of soft and hard skills?
Age	Respondents' soft and hard skills	What value do soft skills have in the labour market?
Highest level of education	Employer expectations of soft skills	Alternatives for the development of soft skills and

Source: authors' own research

The questions were analysed using SPSS version 28 and Amos version 28 with univariate and multivariate analyses such as frequency and mean tests, cross tabulations, correlation, and factor tests.

Results

In the following, the authors present some of the research findings.

In terms of place of residence, the largest proportion of respondents in the study were from Central Hungary (44.4%) and Northern Hungary (21.6%). In terms of highest educational attainment, 49% had a high school diploma, 50.6% were graduates, and 0.4% had a doctorate degree. By gender, 31.4% of the sample were male and 68.6% were female.

Respondents typically disagreed that soft skills can be learned in school and that education also prepares students for labour market challenges. However, a majority saw soft skills such as communication skills, problem solving, leadership, teamwork as more important than technical skills in the labour market. There was almost unanimous agreement that it is important to measure soft skills in the job interview, in addition to mapping professional knowledge. In addition, they saw the assessment and continuous development of soft skills as an essential training function, in some jobs, as much as vocational training. It is no coincidence that this led the respondents to conclude that the key to success in leadership is the existence and application of leadership soft skills.

Respondents were asked to assess what they thought were the expectations of the labour market in terms of the strength of their soft skills. On a five-point Likert scale, one was not at all typical, while five was completely typical.

Table 2. What are students' expectations of young people's skills

Skills	Employee		
	Valid N	Mean	Std.Devi.
professional knowledge	500	3.95	0.83
language skills	500	4.21	0.777
IT skills	500	4.15	0.729
good communication skills	500	4.22	0.776
critical thinking	500	3.4	0.999
leadership skills	500	2.83	0.972
entrepreneurial skills	500	2.91	1.111
ability to work in a team	500	4.45	0.69
ethical and moral skills	500	3.59	1.137
strategic thinking	500	3.59	1.051
time management skills	500	4.01	0.913
planning and organisation skills	500	3.79	0.915
presentation skills	500	3.74	1.06
self-awareness	500	3.07	1.183
problem-solving skills	500	4.32	0.806
empathy	500	3.15	1.162
creativity	500	3.63	1.09
flexibility	500	4.46	0.757
emotional intelligence	500	3.04	1.148

Source: authors' own research

The importance of hard skills was not questioned by the respondents, so professional skills, language skills and IT (Information Technology) skills were rated as strong requirements. The authors asked respondents to what extent they felt that they could meet the employer's requirements. Here again, respondents were asked to rate their compliance on a five-point Likert scale. A score of one indicated strongly disagree while a score of five indicated strongly agree. The results show that for the hard skills, respondents judged that the majority could meet these requirements (mean professional knowledge: 3.7, mean language knowledge: 3.69, mean IT knowledge: 3.89).

When looking at soft skills, the authors found that the four most expected skills according to students were the ability to deal with stressful situations and conflicts, good communication skills, problem-solving skills, the ability to work in a team, and flexibility. In meeting these expectations, the mean for stress situations was 3.8, the mean for good communication skills was 4.01, the mean for problem solving skills was 4.21, and the mean for teamwork skills was 4.23. The compliance for these skills was even stronger than for hard skills.

The survey also analysed which skills respondents thought might need external help to develop, i.e., the involvement of a trainer/coach. The top five according to the students were communication, conflict management, decision-making, self-assertion, and motivation.

The question was asked whether the respondents were willing to invest financially in the development of these skills and whether they preferred group or individual training. In the question on payment, the respondents could choose between three variable values: yes, no or do not know whether they would pay for the development. As for the type of training solution,

they had to select one of the options: individual, group or both. The authors used SPSS AMOS 28 to analyse the questions. The regression values of the model showed that the students' fundamental belief in the different forms of development in leadership maturity training was that 55% of the students believed that group and individual development could only be successful together. However, almost 25% of students considered individual training to be the appropriate form. There was no significant relationship between expectations of a particular skill and financial gain among students. An interesting message from the research was that 40% of students would have paid for opportunities to develop skills. Finally, the research asked what more could usefully be learned in education to better prepare students for entering the labour market. Here, the authors were basically looking for suggestions on soft skills. Many ideas were received. For example, job interview situations, improvement of presentation techniques, introduction of the subject of debates, improvement of etiquette, etc. were mentioned.

Conclusion

The paper summarises some of the research results of the researchers, focusing on the employee side: how students rank the importance of different soft skills and how they think they meet the expectations of companies.

The results support that even if professional knowledge, information technology skills and language are taken as fundamentals, soft skills are also determining. In additions, students emphasise the soft skills that help navigating in the volatile, uncertain, complex, and ambiguous world: resilience in conflicts, teamwork, problem solving skills and communication.

The research unfolds a determining friction; namely, that these soft skills are ranked as most influential, but the present education system contributes very little to improve them, as students feel. Moreover, it seems that it is not the formal education system that enables people to acquire soft skills but rather the workplace and informal relations.

However, students argue that soft skills can be developed either by personal experience or by external trainings. Mainly resilience and communication skills demand coaching, partly on their own, partly in teamwork, for which a great number of students are willing to pay. In terms of high education, mock interviews, presentation skills and debate courses could contribute to a more efficient preparation for the business world.

Author Contributions: All authors have read and agreed to the published version of the manuscript.

References

1. Bencsik, A. (2009). A tudásmenedzsment emberi oldala. Győr, Z-Press Kiadó Kft.
2. Draft 2012 Joint Report of the Council and the Commission on the implementation of the Strategic Framework for European cooperation in education and training (ET2020 Retrieved: 12 December 2022 <https://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0902:FIN:EN:PDF>
3. Global Talent Trends 2019, LinkedIn. <https://business.linkedin.com/talent-solutions/resources/talent-strategy/global-talent-trends-2019>, Retrieved: 12 December 2022

4. Kumar, A., Singh P. N., Anshari S., Pandey S. (2022). Importance of Soft Skills and Its Improving Factors, World Journal of English Language 12(3), DOI: 10.5430/wjel.v12n3p220
5. Lepeley, M.T. (2021). Soft Skills for Human Centered Management and Global Sustainability, DOI: 10.4324/9781003094463-1-2
6. Levinson, D.J., Darrow, C.N., Klein E.B., Levinson, M.H. & McKee, B. (1978). The seasons of a man's life. Balantine Books. New York.
7. Mckinsey (2020). <https://www.mckinsey.com/featured-insights/future-of-work/jobs-lost-jobs-gained-what-the-future-of-work-will-mean-for-jobs-skills-and-wages>, Retrieved: 12 December 2022
8. Miller, J. D., Large, M. M., Rucker, K. J., Shoulders, K., & Buck, E. B. (2015). Characteristics of U.S. agricultural communications undergraduate programs. Journal of Applied Communications, 99(4), 76-90. <https://doi.org/10.4148/1051-0834.1063>
9. Nagaraju, B. and Archana. M.V. (2015) Job Satisfaction through Training and Development Program. A Case Study of J. K Tyre Ltd., Mysore. Journal of Business and Management, 17, 5-13.
10. Rasli, M., Ghani, F. A., Razali, N. H. A., Razak, S. F. F. A., Razak, M. Z. A., Embong, F., Salleh, N. S. A., Idris, R. S. N. R., & Rani, S. M. (2020). Do Soft Skills Really Matter? At the 9th International Economics and Business Management Conference (IEBMC 2019).
11. Scheerens, J., van der Werf, G., & Boer, H. (Eds.). (2020). Measurement of Soft Skills in Education. In Soft Skills in Education (pp.141- 189). https://doi.org/10.1007/978-3-030-54787-5_6
12. Tripathy, M. (2021). Relevance of Soft Skills in Career Success. MIER Journal of Educational Studies Trends & Practices, 10(1), 91-102. Retrieved from <http://www.mierjs.in/index.php>, Retrieved: 12 December 2022

