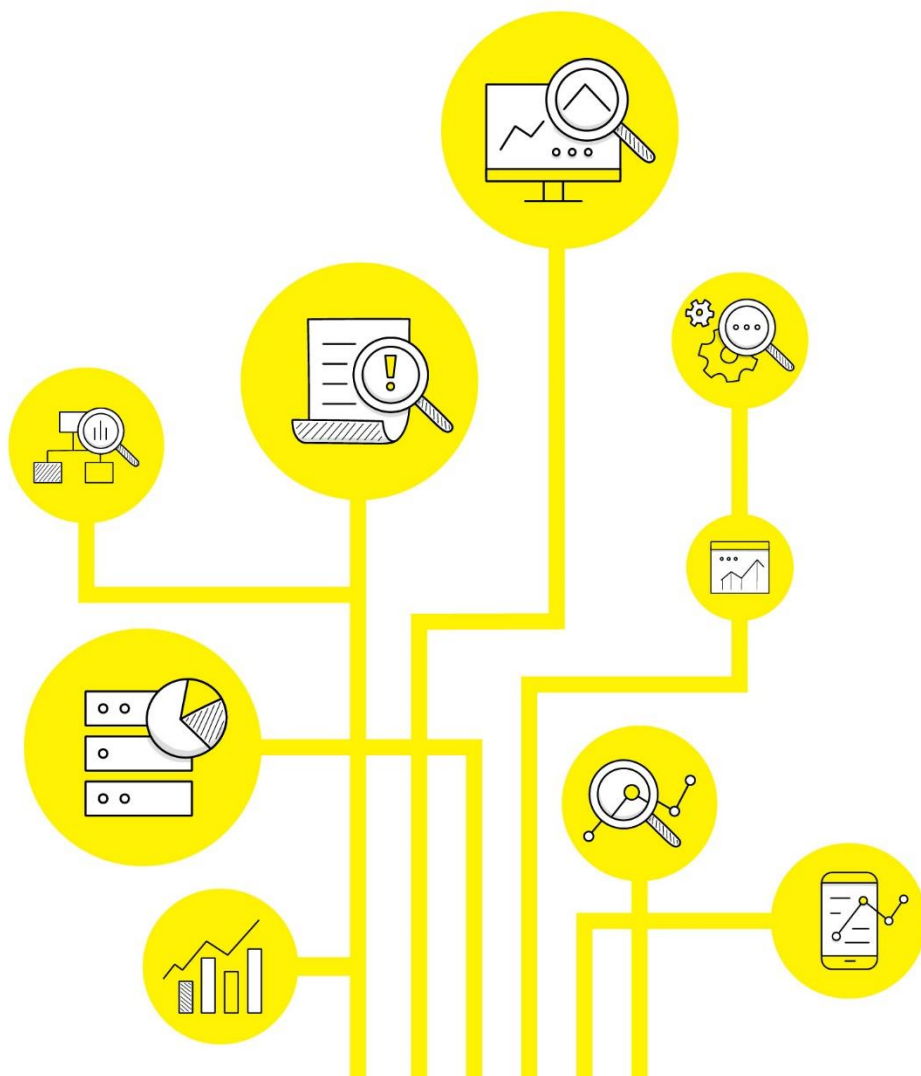


Szemelvények a BGE kutatásaiból 2023



Szemelvények a BGE kutatásaiból II. kötet

Szerkesztő:

Dr. habil. Szegedi Krisztina

Szakmai lektorok:

Dr. Szóka Károly, Dr. Varga Erika Erzsébet

Borítóterv:

Dusza Eszter

ISBN: 978-615-6342-76-8

DOI: [10.29180/978-615-6342-76-8](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-76-8)

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

ÁBEL István, HEGEDŰS Szilárd, NAGY Gyula, TÓTH Orsolya Éva - A vállalati haszonkulcs és az infláció: új elem az infláció magyarázatában	7
Éva Jázmin BALOG, Harshavardhan Reddy KUMMITHA - The Social Impact of Tourism social Enterprises in Hungary	15
BESENYEI Mónika - Az ESG közigazgatási szektorban való alkalmazásának lehetőségei	25
BÍRÓ Lóránt - Képi adatelemzés során használt RGB indexek összehasonlítása strukturált hasonlósági index (SSIM) alapján	36
CSÁK Éva - A corporate language jelentősége és alkalmazhatósága a német üzleti nyelv oktatásában	45
CSÁNYI Eszter - A szaknyelvek jellemzői	53
CSÁNYI Eszter, VIRÁGH Árpád - Nyelvtanulás. Nyelvtanulás? Nyelvtanulás!	59
CSONGRÁDI Gyöngyi, ENGELBERTH István, TÓTH Arnold - A Japán működőtőke sajátos szerepe egy perifériális térségben Magyarországon (Salgótarján)	68
CSULAK Gergely - A nem csak keserű komló...	74
FEKETE-FROJIMOVICS Zsófia, SZÓKE Andrea, DEBRECENI János - A BGE hallgatók paraszociális kapcsolatainak felmérése a gasztronómia területén	83
FŰZI Beatrix, SZENDREI-PÁL Eszter - Oktatókkal szembeni elvárások egyetemi álláshirdetések alapján	89
GARAI Ábel, SZIGILI Krisztina, DOBÁK Dóra, FORMAN Norbert - A digitális transzformáció hatása a gyógyszerár működésére	96
Lőrinc GARAI, András HORVÁTH - Analyzing afterimage strength and duration test results with k-means clustering	103
Tamás GÁSPÁR - Futures literacy as a special soft skill – concept of a new research	113
Simran HAJALIYEV - Exploring the Investment Potential of ACE (adventure, cultural, and ecotourism) Tourism Fusion in Azerbaijan: A Synergistic Approach to Innovative Investment Strategies	121
HARSÁNYI Dávid, HUKNÉ Kiss Szilvia, ZARÁNDNÉ Vámosi Kornélia, KOVÁCS Ildikó - “Hogyan mondjam el neked?” – avagy milyen kommunikációs megoldásokkal érhetőek el az egyetemi hallgatók?	133
HÁMORI Antal - A felszolgálati díj- és az ügyfél-, kérelmező-kutatás legújabb eredményei	142
HORVÁTH Róbert, MAJOR Zoltán, SZENNAY Áron, SZIGETI Cecília - Villamos vasúti pályaszerkezetek ökológiai lábnyomának elemzése	149
KÉTYI András, TÖRÖK Judit - Interdiszciplináris, partnercégek bevonásával megvalósuló projektalapú tanulás koncepciója a BGE három karának együttműködésében	156
KISFÜRJESI Nóra - Likvid fogyasztói magatartás és marketing kihívásai Magyarországon	162
KOLNHOFER-DERECSKEI Anita, REICHER Regina Zsuzsanna, REMSEI Sándor - Fenntarthatóság a településmarketingben	171
Judit KÓNYI, Katalin KISS, Péter Tamás VICZAI - Teaching Soft Skills in Higher Education	176

KOUDELA Pál - A gazdaságtudomány ajándéka a nemzetbiztonságnak: Oliver Haywood szerepe a játékelméletben	182
András KOVÁCS, Vanda PAPP, Ibolya VÁRNAI - Reconsidering Places and Spaces in Retail Business	189
KOVÁCSNÉ Székely Iлона, MAGYAR Norbert, JAKUSCHNÉ Kocsis Tímea - A Statisztika kurzusok keretében oktatott ismeretek alkalmazása a kutatói gyakorlatban	196
László Zoltán KUCSÉBER, Róbert CSOMA - The Dividend Policy Analysis of Big Tech and GAFAM Companies from a sustainability view	201
Harshavardhan Reddy KUMMITHA, Zsuzsanna KANDI -Tourist perception on smart tourism experiences: The case of Budapest as a smart tourism destination	206
NAGY Adrienne, SZEIDL Klaudia, SZALÓK Csilla, ROZGONYINÉ DROTÁR Nikolett, PETYKÓ Csilla - Szabadulósobák Budapesten – kreatív szolgáltatók a városi turizmusban	215
NÉMETH Tamás, SZIGETI Cecília - Zöld gondolat az élenjáró vállalatok álláshirdetéseiben	225
Zouhair SAMIR - Socio-economic impacts of sustainable development on agriculture in Morocco	232
POCSAI Erzsébet - Eladósodási folyamatok és azok szabályozásának lehetőségei a szubszuverén szinten	243
SOLTÉSZ Martina, GARAI Ábel - A 2020 utáni magyarországi bankolási szokások változásának kvantitatív vizsgálata	250
SZEIDL Klaudia - Újratöltődés – megújulás – fennmaradás: a magyarországi tájházak fenntarthatóság szempontú vizsgálata	255
SZEIDL Klaudia, PETYKÓ Csilla, NAGY Adrienne - "Budapest, Budapest, te csodás!" - A Z generáció és Budapest kapcsolata a turizmusban	265
SZEMPLÉR Tamás - A közép- és kelet európai EU-tagok egyetemei az ENSZ fenntartható fejlődési célkitűzései tükrében	276
SZENNAY Áron - Pénzügyi tudatosság a magyar kkv szektorban	283
SZIGETI Cecília, CZÉDLI HERTA Mária, MAJOR Zoltán - „Zöld” közúti vasúti vágányok a városi környezet fenntarthatóságának szolgálatában	292
SZIGILI Krisztina, DOBÁK Dóra, FORMAN Norbert, GARAI Ábel - A lean menedzsment és egy gyógyszerár kapcsolódási pontjai	300
THUMA Orsolya - A fenntarthatósági törekvések útjában álló pszichológiai akadályok	308
TÓTH Arnold, CSONGRÁDI Gyöngyi, HAUBER György - A pénzügyi kultúra szerepe és a megértését megalapozó kutatások	315
László TÓTH, Kende RADOS - On the emergence of identity economics: a review	320
TÓTH-TÉGLÁS Tünde, SZÁSZVÁRI Karina, REICHER Regina, KOLNHOFER-DERECSKEI Anita - A hagyományos szakirodalmi keresési eljárások korlátjai egy új kutatási téma feldolgozása során	327
VICZAI Péter Tamás, KISS Katalin, KÓNYI Judit - A fordítás művészete az oktatás szemszögéből	332

A vállalati haszonkulcs és az infláció: új elem az infláció magyarázatában

ÁBEL István¹ –HEGEDŰS Szilárd² –NAGY Gyula³ –TÓTH Orsolya Éva⁴

DOI: [10.29180/978-615-6342-76-8_1](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-76-8_1)

Absztrakt

Az infláció 2021-et követő felgyorsulásával kapcsolatban sokféle vélekedés látott napvilágot, köztük a hagyományos elmélet szerinti keresletoldali és kínálatoldali magyarázatok. Ezek empirikus megalapozottsága hiányos, így új magyarázatokra van szükség a jelenlegi helyzet értékeléséhez és megfelelő gazdaságpolitikai válaszok meghatározásához. Az új megközelítések között kiemelt szerephez jutott a vállalatok árakban érvényesített nyereségképzési lehetősége. A hagyományos elmélet szerint a vállalatok nem tudnak visszaélni az áremeléssel, mert ez a piaci részarányuk elvesztésével járna és a versenytársaknak juttatna előnyt. A mai sajátos helyzetben azonban sok jel mutat arra, hogy a domináns vállalatok visszaélhetnek az erőfölényükkel és ez az infláció növekedését táplálhatja. A kérdést a magyar vállalati adatok felhasználásával elemezzük ebben a kutatásban.

Kulcsszavak: infláció, haszonkulcs, EBITDA

Bevezetés

Az infláció hosszú időn keresztül tapasztalt alacsony szintjéről 2021-ben a világ számos országában jelentősen megemelkedett és nagyon hamar negyvenéves rekordokat döntött a fejlett gazdaságokban is. A jelenség kiváltó okainak feltérképezése során találkozhatunk olyan vélekedésekkel, amelyek a *keresleti* tényezőket hangsúlyozzák, nevezetesen a Covid-19 miatt bevezetett korlátozásokat, majd azok lecsengését követően az addig elhalasztott fogyasztói kereslet felfutását említik. Az Egyesült Államokban a Covid-19 miatti válság enyhítésére különösen nagy költségvetési kiadásokat, közvetlen jövedelempótló és likviditás bővítő gazdaságpolitikai lépéseket alkalmaztak, így ott a keresletoldali magyarázatok terjedtek el, míg az Európai Unióban, különösen az eurozónában inkább a nominális bérnövekedés által indukált gyors ütemű áremelkedéssel kapcsolatos magyarázat volt domináns. E vélekedések közgazdasági megalapozottsága azonban kérdéses, és az empirikus vizsgálatok sorra cáfolták az ilyen megközelítéseket. Kutatásunkban egy új elem, a vállalati erőfölény érvényesítésének inflációs hatásait vizsgáljuk.

Az inflációval kapcsolatos vélekedésekről

Az Egyesült Államok esetében a gazdaságpolitika hibáit középpontba állító magyarázatokat részletesen cáfolta Ferguson és Storm (2023). Az Európai Unió esetében a Bizottság (2022) ugyan megállapítja, hogy a nominális jövedelmek 2021-ben mért 4 százalékos emelkedése 1,9 százalékponttal meghaladta a pandémiát megelőző 2013-2019 közötti évek átlagát, azonban a bérek alakulása összességében visszafogott növekedést mutatott, sőt, a reálbérek 2022-ben és

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

² Budapesti Gazdasági Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Kar, Pénzügy Tanszék, e-mail: hegedus.szilard@uni-bge.hu; A szerző a Demján Sándor Alapítvány ösztöndíjasa, a tanulmányban való részvétele az Alapítvány támogatásával valósult meg.

³ Budapesti Gazdasági Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Kar, Pénzügy Tanszék, e-mail: drnagy.gyula@uni-bge.hu

⁴ Budapesti Gazdasági Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Kar, Pénzügy Tanszék, e-mail: toth.orsolya@uni-bge.hu

2023-ban egyaránt jelentősen csökkentek. A Nemzetközi Munkaügyi Szervezet (ILO) (2022) jelentése szerint 2022 első felében a reálbérek globálisan 0,9 százalékkal csökkentek, Kínát nem számítva pedig 1,4 százalékkal, ami 2008 óta eddig egyszer sem fordult elő. Az Európai Unióban a Covid előtt még 1-2 százalékos reálbér növekedés volt, 2021-ben ez már megszűnt, 2022 első felében viszont már 2,4 százalékos csökkenés volt megfigyelhető. Kelet-Közép-Európában a 2021-ben még relatíve magas, 3,3 százalékos reálbér emelkedést ugyanilyen mértékű negatív változás követte a jelzett időszakban. Miután a Covid-19 következtében az Egyesült Államokban és Kanadában az alacsony bérű foglalkoztatottak milliói veszítették el a munkahelyüket, a reálbér növekedés 2020-ban 4,3 százalékkal nőtt, majd a következő évben lecsökkent nullára, 2022 első felében pedig már itt is 3,2 százalékkal zsugorodott. Stiglitz – Baker (2022) szerint alaptalan a bér-ár spiráltól való félelem, mert az Egyesült Államokban a nominális bérnövekedés 2022 májusára (a háromhavi átlagok alapján évesített) 6 százalékról 4,4 százalékra lassult.

Mások szerint az egyes érintett szektorokban a pandémia elleni küzdelem során bevezetett korlátozó intézkedések nyomán a globális ellátási láncokban felmerült zavarok, szűk keresztmetszetek (pl. chip-hiány) okoztak problémát, vagyis *kínálati* oldalról táplálták az inflációt. Az inflációval kapcsolatos sokszínű vélekedéseket tekinti át Ábel – Nagy (2022). Az újabb keletű felfogásokat elemezve Stiglitz – Regmi, (2022) öt fő tényezőt azonosított ezzel összefüggésben. 1. Az orosz-ukrán háború által felgyorsított világgpiaci energia- és élelmiszer áremelkedés 2022-ben együttesen 2,9 százalékponttal járult hozzá az Egyesült Államokban a 2022 októberében mért 7,7 százalékos inflációhoz, míg a járványt megelőzően az energiaár alakulása inkább deflációs hatású volt. 2. Az egyéb alapvető termékek áremelkedése is jelentős volt (különösen a gépkocsik és alkatrészek, valamint a teherszállítás esetében). 3. Az egyes szektorokban fellépő kínálati problémák miatt a kereslet a helyettesítő termékek iránt gyorsabb ütemben növekedett, mint amilyen mértékben a túlkínálattal rendelkező termékeknél az ármérséklődés bekövetkezne, ugyanis a nominális árak lefelé rugalmatlanok, így ez is árfelhajtó hatású volt. 4. A megnövekedett lakásbérleti díjak (területi és ingatlantípustól függően) 0,6 százalékponttal vették ki a részüket az Egyesült Államok 2022 októberi inflációjából. A Stiglitz – Regmi (2022) által említett ötödik tényező a vállalatok piaci erejére vezethető vissza, nevezetesen arra, hogy a költségeik növekedéséhez képest az áraikat nagyobb mértékben növelték.

Stiglitz – Regmi (2022) szerint az Egyesült Államokban 1960 és 1980 között a vállalati haszonkulcs (árbevétel és az eladott áruk beszerzési értéke – ELÁBÉ – közötti eltérés) átlagosan 26 százalékkal haladta meg a marginális költségeket, és azt követően is folyamatosan, emelkedett, bár lassú ütemben. Az átlagos haszonkulcs 2021-ben 72 százalékkal volt magasabb a határkölségnél. Lapavitsas et al. (2022) szerint sem a bér-ár spirál magyarázza az infláció növekedését, hanem a profit túlságosan gyors növekedése. Nagy-Britanniában 2021 októberétől az árszínvonal emelkedés 60 százaléka volt visszavezethető a vállalati profitok növekedésére, miközben a bérnövekedés hozzájárulása mindössze 8 százalék volt. Nersisyan – Wray (2022) idézi Matt Stoller (2021) felmérését, amely szerint az Egyesült Államokban szintén az infláció 60 százalékáért tehető felelőssé a növekvő vállalati profitok. A becslése szerint ez egy átlag amerikaiak évente 2.126 dollárjába kerül. Egy másik kutatás, Glover et al. (2023) legfrissebb kimutatása szerint az Egyesült Államokban a haszonkulcs növekedése 2021-ben több mint 50 százalékkal járult hozzá az inflációhoz (*greedflation*), ami számottevően nagyobb mértékű volt, mint a megelőző évtizedben. A vállalatok ár érvényesítési képességének erősödéséről adott nagyon részletes áttekintést Weber – Wasner (2023).

Elemzésünk a továbbiakban a vállalati profitok növekedésének inflációs következményeivel foglalkozik. Az Egyesült Államok vállalataira vonatkozóan Konczal – Lusiani (2022) által elvégzett haszonkulcs felmérés módszertanát alkalmaztuk hazai

vállalkozásokra, és a kiinduló tanulmányhoz hasonlóan azt vizsgáltuk, milyen összefüggések tárhatók fel az árak, a vállalati nyereségesség és a piaci erő vonatkozásában.

A vállalati haszonkulcs változása

Konczal, M. – Lusiani, N. (2022) a piaci felárakat vizsgálta az Egyesült Államokban az 1955 és 2021 közötti időszakban. Tanulmányukban De Loecker et al. (2020) módszertanát vették alapul és fejlesztették tovább, amely a piaci felárakat (*markup*) az árbevétel és az eladott áruk beszerzési értéke (ELÁBÉ) hányadosaként értelmezték, bizonyos korrekciós tényezőkkel. A szerzők három szempontot vizsgáltak: a cégméret és felárak alakulását, a felárak mozgását ágazati dimenzióban, továbbá a 2021-es felárakra ható prediktív tényezőket.

Az amerikai példa azt mutatta, hogy a De Locker et al. (2020) módszertanával számolt felárak a pandémia ellenére is számottevően növekedtek. Különösen a korábbi időszakban is legnagyobb árréssel rendelkező cégek árrése nőtt nagyot, ágazati szempontból a pénzügyi szektor, az olajipar, és ingatlanpiac árai mutatták a legnagyobb emelkedést.

Kutatásunkban De Locker et al (2020) és Konczal – Lusiani (2022) megközelítését alkalmaztuk a magyar vállalati adatokkal elvégzett elemzésben. Itt is azt vizsgáltuk, hogy a vállalati haszonkulcs változása hozzájárult-e az infláció gyorsulásához. Az elemzett mintánk az Orbis adatbázisból származott, azon társaságokat tartalmazta, amelyek 2013-2021 között minden évben éves beszámolót nyújtottak be Magyarországon. Az adatok lekérdezésének szempontjait a 2000. évi C. törvénnyel összhangban adtuk meg, vagyis az árbevétel 2,4 milliárd Ft-ot, a mérlegfőösszeg 1,2 milliárd Ft-ot, valamint a foglalkozotti létszám 50 főt meghaladó legyen, amely feltételek közül legalább 2 feltétel minden évben teljesüljön. Az adat lekérdezés több évre adott keresztmetszeti mintáján panelvizsgálatot alkalmaztunk, vagyis csak azon cégeket vettük figyelembe, amelyeknek minden évre rendelkezésre állnak adatai. Így összesen 1.987 vállalat maradt a mintában. Ez a minta ugyan nem tekinthető reprezentatívnak, de az éves beszámolót beadó cégek meghatározó hányadát lefedi.

A vizsgált változók a következők voltak:

- Árrés (Értékesítés nettó árbevétele / Eladott áruk beszerzési értéke – (Sales / COGS⁵)
- EBITDA⁶ haszonkulcs (Üzemi eredmény amortizációval növelve / Értékesítés nettó árbevétele)

A vizsgálati időhorizontot 2014-2021 közötti időszakban állapítottuk meg.

A vizsgált változókkal leíró statisztikai elemzéseket, trendszámításokat, továbbá varianciaelemzést végeztünk, ez utóbbit ágazati szegmensben. Az EBITDA haszonkulcs változásának okait regresszióelemzéssel teszteltük.

Eredmények

Az eredmények ismertetését az árbevétel (Sales), valamint az eladott áruk beszerzési értékének (ELÁBÉ – COGS) mintabéli aggregált összegének bemutatásával kezdjük. Az adatok alapján megállapítható, hogy az árbevétel növekedési üteme 2014-2016 között jelentősen meghaladta az ELÁBÉ, az eladott áruk beszerzési értékének növekedési ütemét. E trendet megtörte a 2017 és 2019 közötti időszak, amely során nagyobb mértékben nőtt az ELÁBÉ, mint az árbevétel. 2020-ban ismét az árbevétel növekedési üteme volt magasabb, ám mindkét változó visszaesést mutatott a pandémia nyomán. 2021-ben az ELÁBÉ növekedési üteme jelentősen meghaladta az árbevétel növekedését.

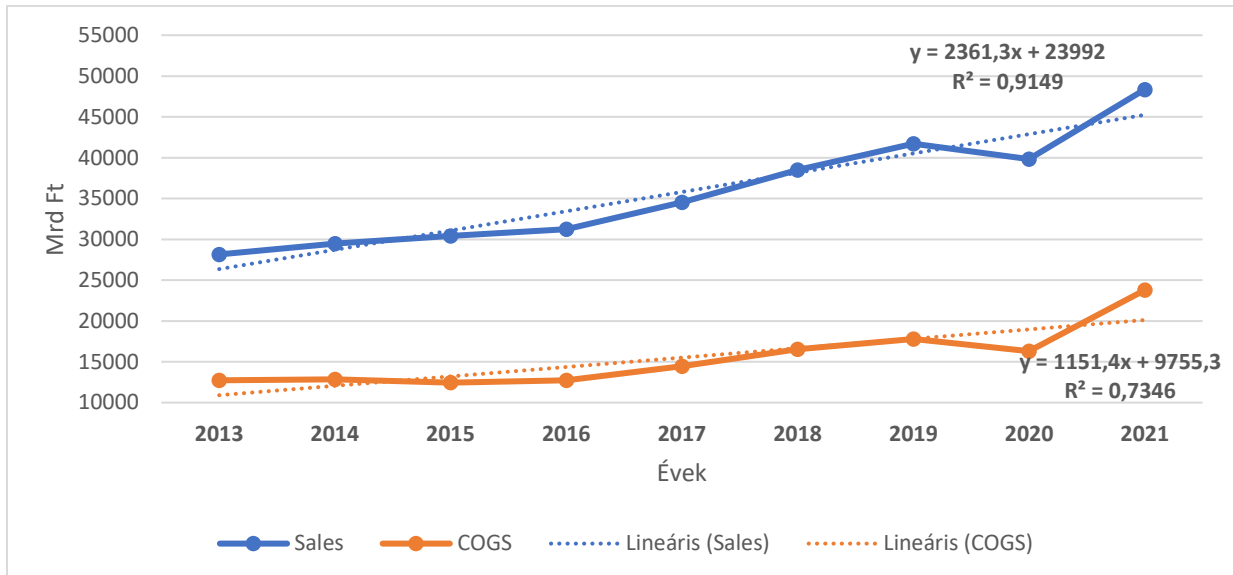
Önmagukban a növekedési ütemek azonban tévútra vihetnek, hiszen az 1. ábrából látható, hogy 2016-tól nyílik az „olló” az árbevétel és az ELÁBÉ között, amely a kiugró értéknek

⁵ Cost of goods sold

⁶ Earnings before interest, taxes, depreciation, and amortization

számító 2021-es évben is megfigyelhető. Ezen megállapítást alátámasztja, hogy a két változó aránya 2021-ben mutatta a legmagasabb értéket.

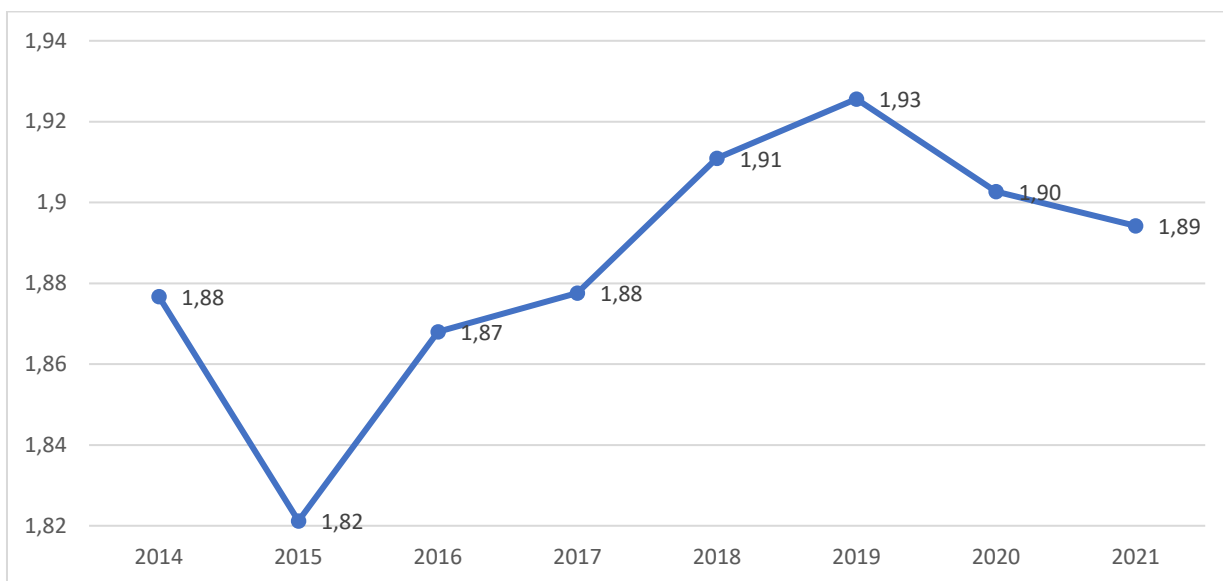
1. ábra: Az árbevétel (Sales) és az eladott áruk beszerzési értéke (ELÁBÉ – COGS) alakulása 2013-2021 között, $N=1.987$



Forrás: Orbis (2023) adatok alapján saját szerkesztés

Jóllehet Konczal és Lusiani (2022) és De Locker et al. (2020) elemzéseikben főként az ELÁBÉ-ra helyezték a hangsúlyt, a magyar adatok kapcsán az anyagi típusú költségszerkezetben főként az anyagköltségeket és igénybe vett szolgáltatásokat kell nagyobb fontosságúnak tekinteni. A tendenciák azonban mindkét említett elem kapcsán megegyeznek az ELÁBÉ-nál ismertetett folyamattal. A hazai tendenciák e tekintetben hasonlóak mint az Egyesült Államokban tapasztaltak.

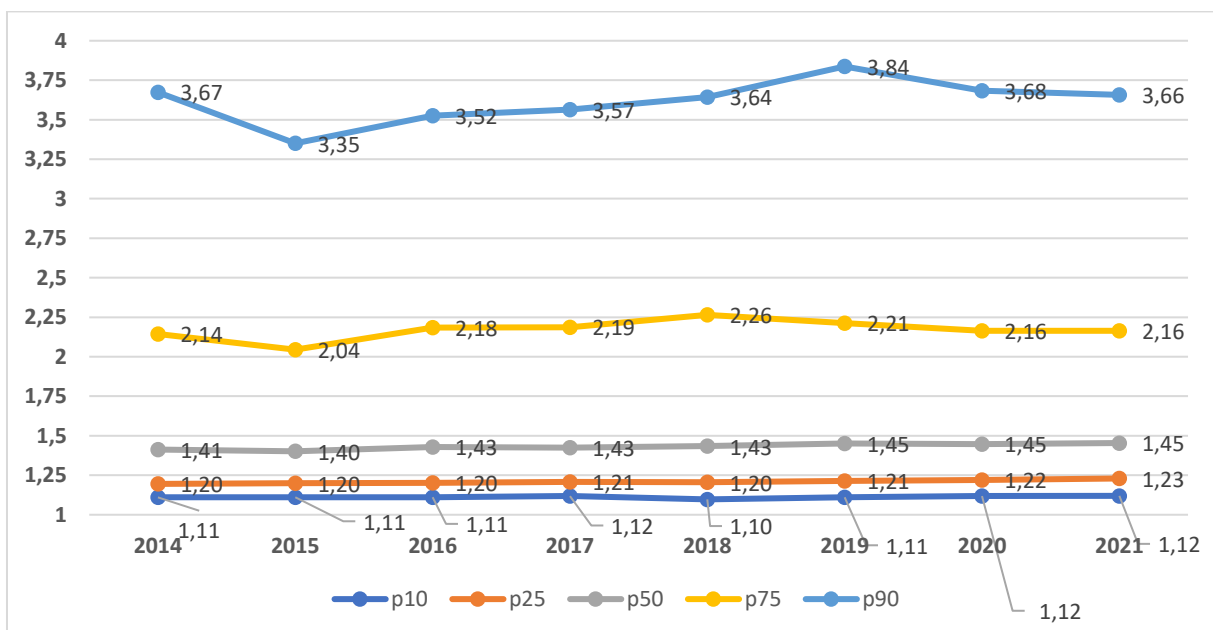
2. ábra: Az árbevétel (Sales) és az eladott áruk beszerzési értéke (ELÁBÉ – COGS) hányadosának átlagos értéke 2014-2021 között



Forrás: Orbis (2023) adatok alapján saját szerkesztés

Az árbevétel ELÁBÉ-re vetített értéke 2015 és 2019 között dinamikusan növekedett, azonban a növekvő trendet megtörte a pandémia hatása. Ezek alapján megállapítható, hogy De Locker et al. (2020) módszertanával kalkulált átlagos felár alakulása Magyarországon 2020-2021 között nem mutatja az Egyesült Államokban megfigyelhető dinamikus bővülést, sőt a korábbi növekvő trend az amerikaival ellentétben csökkenésbe fordul (2. ábra).

3. ábra: Az árbevétel (Sales) és az eladott áruk beszerzési értéke (ELÁBÉ – COGS) hányadosának megoszlása 2014-2021 között



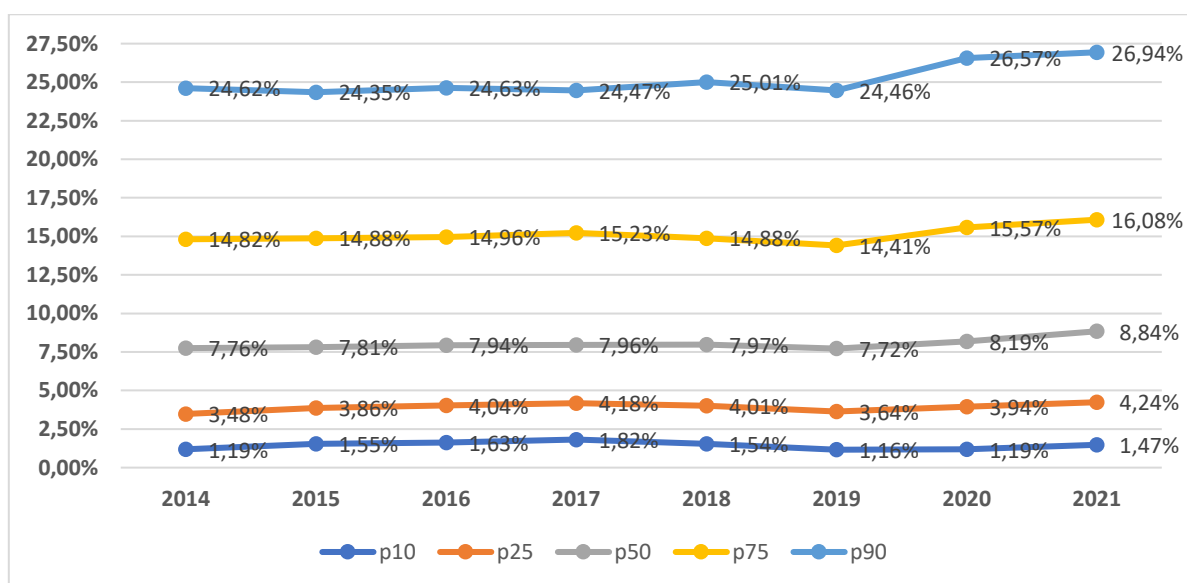
Forrás: Orbis (2023) adatok alapján saját szerkesztés

De Locker et al (2020) tanulmánya megállapította, hogy az általuk definiált árrés 2015-től jelentősen növekedett, és ez a növekedés főként a legnagyobb árrést produkáló társaságokat érintette, amelyet a felső percentilissel azonosított. Szintén megállapítást nyert vizsgálataikból, hogy minden vizsgált kvartilisben és percentilisben a legnagyobb értéket 2021-ben érték el a mintába került társaságok, ezzel magyarázva a piaci erő jelenségét.

Ezzel szemben a magyar mintán nem igazolódott az amerikai mintán tapasztalható jelenség, hiszen az árrés a medián feletti szegmensekben visszaesett a pandémia nyomán, a mediánnál pedig stagnálásba fordult. Csupán a medián alatti szegmensekben figyelhető meg csekély mértékű árrés emelkedés a teljes vizsgált időszakban. Ennek oka lehet, hogy az ELÁBÉ értéke nagyobb volumenben nőtt, mint ahogyan azt a társaságok az árbevételben realizálni tudták. Mivel az ELÁBÉ jelenléte meglehetősen ágazatspecifikus, javarészt a kereskedelmi szektorban jelentkezik, ebből fakadóan leszűrhető, hogy ezen tényezőt ágazati jellegzetességek is befolyásolhatták (3. ábra).

Mivel a piaci erőfölény alkalmazásának hipotézise a magyar mintán 2020-ban és 2021-ben nem igazolódott, ezért a teljes üzemi szintű profitot vettük górcső alá. Ennek a módszernek a legfontosabb előnye, hogy az ELÁBÉ mellett minden más üzemi szintű költséget és ráfordítást egyaránt tartalmaz, függetlenül a számviteli struktúrától⁷. Az EBITDA margin, vagy másnéven haszonkulcs a magyar gyakorlatban nem alkalmazott mutatószám, ugyanakkor megfelelő fokmérője az üzemi szintű profitabilitásnak. Az EBITDA ebben az aspektusban az amortizációtól megtisztított üzemi-üzleti eredményt jelenti, amelyet az árbevétellel osztottunk. Erre vonatkozó vizsgálatot Konczal és Lusiani (2022) nem végzett el, mi azonban a továbbiakban a haszonkulcs függvényében értékeljük a kapott eredményeket.

4. ábra: Az EBITDA haszonkulcs megoszlása 2014-2021 között



Forrás: Orbis (2023) adatok alapján saját szerkesztés

Szembevető különbség az árrésnél bemutatott elemzéssel szemben, hogy az EBITDA haszonkulcs növekvő pályán mozgott, sőt a pandémia éveit jelentősen növekedett, több szegmensben rekordértéket elérve! Így történt az összes szegmensben, tehát ebben a tekintetben a legsikeresebb évnek a 2021-es év tekinthető a vizsgált időszakban. Ez visszaigazolja az amerikai mintán tapasztalható fejleményeket, vagyis a piaci erő jelenségével éltek a társaságok,

⁷ Forgalmi vagy összköltség eredménykimutatás

mivel a magasabb profit elérése érdekében nagyobb mértékben voltak képesek árat emelni, még a legalacsonyabb szegmensekben is. Ebből tehát jól látszik, hogy az inflációs hatásokban a társaságok növekvő profitját meghatározó árbevétel növekedés is jelen volt (4. ábra).

Az ágazati jellemzőket az EBITDA haszonkulcs 2021-es, 2020-as, valamint 2021-2020 közötti, továbbá 2021 és 2014-2019 közötti átlagos értékhez mért változásával teszteltük. Ez utóbbi változók során a Konczal és Lusiani (2022) által javasolt módon jártunk el, az EBITDA haszonkulcs változásának számítása során a különböző évekhez kapcsolódó értékeket kivontuk egymásból, így kaptuk meg a 2021 és 2020, valamint a 2021 és 2014-2019 közötti átlagos érték közötti differenciát. Az F-próba feltételei teljesültek, a Levene statisztika minden változó vonatkozásában meghaladta a kritérium értéket, ahogyan az F-próba értékei is szignifikánsak voltak.

Következtetés

A 2021-től felgyorsult infláció okainak elemzése során a keresleti és kínálati tényezők mellett új elemként merült fel a vállalatok gyors ütemben növekvő profitja. Az empirikus vizsgálatok kimutatták, hogy miközben a nominális bérnövekedés reálisan nem fenyeget bér-ár spirál bekövetkezésével, az infláció gyorsulása jelentős mértékben vezethető vissza a vállalati nyereség megugrására. A vállalatok piaci erejüket kihasználva ugyanis a költségeiket jóval meghaladó mértékben növelték áraikat.

Az Egyesült Államokban elvégzett felmérésben De Loecker et al. (2020) módszertanára alapozva Konczal – Lusiani (2022) a cégméret és a piaci felárak (*markup*) alakulását, ez utóbbiak ágazati dimenzióban történő mozgását vizsgálta, és kimutatta ennek az infláció növekedéséhez való hozzájárulását. Az amerikai elemzés hazai vállalati környezetben történt elvégzése során – a piaci felár helyett az EBITDA haszonkulcs alakulása alapján – megállapítható volt, hogy a vállalatok kihasználva piaci erejüket fokozták nyereségüket, javították ár érvényesítő képességüket, ami hozzájárult a magyarországi infláció növekedéséhez.

Irodalomjegyzék

Ábel István – Nagy Gyula (2022): Vélekedések az inflációról: Megalapozatlan feltételezések és megdönthetetlen elméletek *Külgazdaság* 66: 9-10, pp. 44-75 (2022) <https://doi.org/10.47630/kulg.2022.66.9-10.44>

De Loecker, Jan – Eeckhout, Jan – Unger, Gabriel (2020): The Rise of Market Power and the Macroeconomic Implications. *The Quarterly Journal of Economics* 135 (2): 561–644. <https://doi.org/10.1093/qje/qjz041>

European Commission, Directorate-General for Employment, Social Affairs and Inclusion (2022): Labour market and wage developments in Europe: annual review 2022, Publications Office of the European Union, <https://data.europa.eu/doi/10.2767/128906>

Ferguson, Thomas – Storm, Servaas (2023): Myth and Reality in the Great Inflation Debate: Supply Shocks and Wealth Effects in a Multipolar World Economy. Working Paper No. 196, *Institute for New Economic Thinking*. <https://doi.org/10.36687/inetwp196>

Glover, Andrew – Mustre-del-Rio, Jose – von Ende-Becker, Alice (2023): How Much Have Record Corporate Profits Contributed to Recent Inflation?, *Economic Review, Federal Reserve*

Bank of Kansas City, Vol. 108 no.1, pages 23-34, January.
<https://doi.org/10.18651/er/v108n1glovermustredelriovonendebecker>

ILO (2022) Global Wage Report 2022–23, The impact of inflation and COVID-19 on wages and purchasing power, International Labour Organization, Geneva
<https://doi.org/10.54394/zlfg5119>

Konczal, M. – Lusiani, N. (2022): Prices, Profits, and Power: An Analysis of 2021 Firm-Level Markups. *Roosevelt Institute*, June 2022. http://rooseveltinstitute.org/wp-content/uploads/2022/06/RI_PricesProfitsPower_202206.pdf

Lapavistas, Costas – Meadway, James – Nicholls, Doug (2022): The True Causes of Inflation: Weak Production and High Profits, Sept 2022 <https://gftu.org.uk/wp-content/uploads/2022/09/The-Real-Causes-of-inflation.pdf>

Nersisyan, Yeva – Wray, L. Randall (2022): What’s Causing Accelerating Inflation: Pandemic or Policy Response? Working Paper No. 1003, March 2022, *Levy Economics Institute*, <https://doi.org/10.2139/ssrn.4049894>

Stiglitz, Joseph E. – Baker, Dean (2022): Inflation Dos and Don’ts. Project Syndicate Jul 8 <https://www.project-syndicate.org/onpoint/us-inflation-supply-side-causes-and-solutions-by-joseph-e-stiglitz-and-dean-baker-2022-07>

Stiglitz, Joseph E. – Regmi, Ira (2022): The Causes of and Responses to Today’s Inflation. *Roosevelt Institute* <https://doi.org/10.1093/icc/dtad009>

Stoller, Matt (2021): Corporate Profits Drive 60% of Inflation Increases. BIG, Dec. 29. <https://mattstoller.substack.com/p/corporate-profits-drive-60-of-inflation>

Weber, Isabella M. – Wasner, Evan (2023): Sellers’ Inflation, Profits and Conflict: Why can Large Firms Hike Prices in an Emergency? *Review of Keynesian Economics*, Vol. 11 No. 2, Summer 2023, pp. 183–213.

The Social Impact of Tourism social Enterprises in Hungary

Éva Jázmin BALOG¹, Harshavardhan Reddy KUMMITHA²

DOI: [10.29180/978-615-6342-76-8_2](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-76-8_2)

Abstract

In spite of tourism social entrepreneurship's (TSE) role in generating social value and transformation, little is currently known about how to do so. Using the literature on entrepreneurship and the logic of the tourism industry, how individuals perceive the impact that tourism has had on society in the past, how that impact has changed. Fifteen interviews were conducted with key informants in different tourism enterprises in Hungary. The results identified that tourism social enterprises require key resources like natural, financial, human capital and political and institutional for social value creation tourism development. The findings also indicate that these resources have an impact on social value creation at two levels: the individual stakeholders' level and stakeholders' involvement and collaboration is critical for tourism enterprises for creating social value at tourism destinations.

Keywords: tourism social entrepreneurship, social value creation, tourism development, tourism stakeholders.

Introduction

Tourism destinations in many low- and middle-income countries, are facing number of socio-economic problems (Aquino et al., 2018; Dahles et al., 2020). Tourism activities are considered a relevant tool for marginalised communities in those countries, and there is a constant search for strategies to ensure the greatest share of this benefits to reach the poorest segments of these countries' communities (Kummitha, 2020). An increasing number of entrepreneurship studies in tourism identified that the capitalist approach taken by tourism social Enterprise (TSE) business models has been vigorously promoting communities and social development at tourism destinations (Jørgensen et al., 2021). Despite the role of TSE to promote society as Vinodan and Meera (2021, p,988) comment that "over decade there has been steady growth in number of social entrepreneurial organizations are making a difference in tourism industry for their significant creativity, capital improvement, innovation and entrepreneurial orientation in the destination and community development".

The increasing literature suggest that residents' participation in TSE organizations has become reciprocal and local level economic, social, cultural, ecological and political dimensions can be met for shaping destination development (Bertella and Romanelli, 2017.). TSE addresses the multidimensional targets from grass-root level while facilitating the social and economic improvement of communities. However, little attention has been paid to assess how the

¹ Budapest Business University, Department of Tourism, Faculty of Commerce, Hospitality and Tourism, e-mail: jazmin.balog.e@gmail.com

² Budapest Business University, Department of Tourism, Faculty of Commerce, Hospitality and Tourism, e-mail: kummitha.harshavardhan@uni-bge.hu, Corresponding author

individuals perceive the social impact that tourism has had on society in the past; only a few studies have paid attention to this line of research. For example, Bruton et al.'s (2013) study proved how host communities are participating in resource management and mobilization process of TSE. Altinay et al. (2017) investigate community participation in Tourism based social enterprise activities and it is seen as a way to generate sustainable tourism destinations. Furthermore, the level of participation depends on their perceived benefits from tourism (Ryu et al.,2021). Lee and Jan (2020) emphasize that the perceived benefits determine the residences attitude towards TSE may change from positive to negative. Moreover, social enterprises consider communities as the critical stakeholders who may support TSE formation and development at different stages (Anquio et al.,2018). Accordingly, residential participation in TSE may change over time based on the level of tourism benefits from TSE (Kummitha,2020).

The researchers impressed upon the importance of community development and creating social value, which we believe Hungary should also focus more on, both out of the principle benefits it brings and the glaring need the country has for it. It is clear that social entrepreneurship is a good tool for community development, and that it can work comfortably with tourism. It is, however, to be discovered how communities themselves can utilize these for their gain, as research in this field is entirely lacking. To be able to build a strategy for Hungarian communities to use this model, identifying the shortcomings and needs tourism and communities have, it is essential to study what the local entrepreneurs perceive these to be. It is worth emphasizing how communities that struggle continuously rely on tourism enterprises, social enterprises, and a combination of the two, deliberately researching the community-building benefits of tourism social entrepreneurship still manages to remain uncommon.

The aim of the research is to show how individuals perceive the impact that tourism has had on society in the past, how that impact has changed, if at all; and to gain insight into the possible future of tourism's societal impact. The research analysis shall enable me to get and give a better understanding of how the social impact of tourism has either lessened, heightened or merely changed.

The aim of this research is to answer the following research objectives:

How the social impact of tourism enterprises is perceived in the eyes of entrepreneurs currently involved with the field?

What kind of changes the pandemic brought in terms of the impact of tourism enterprises?

Literature review

The importance of tourism to the community development

Tourism enterprises are the basis on which the tourism industry lies. They establish, build, form, operate, and sustain the industry. This sector relies on businesses to accommodate the market and fuel the industry (Solvoll et al., 2015), and these enterprises serve a pivotal role in delivering desired community development outcomes. Numerous researchers in the field state that while tourism's impact on the economy is researched and analyzed in-depth, the social impact it has in the world, on Hungary even more so, is nowhere near sufficiently observed, especially considering the impact it already had, the impact it still has, and the impact it is expected to continue to have going forward in the future. As such, it is quintessential for us to regard this matter as the responsibility it is.

Disorganization in research

Solvoll et al. (2015) agree that the amount of research conducted in the field of tourism entrepreneurship, including the attention paid to the importance of the entrepreneurs, has been on the rise in the last decade, the findings however are overall disorganized. The information gathered in this field is highly dispersed, making it difficult to formulate a cohesive consensus to build upon.

As many researchers have done, they also point out how the tourism industry has been one of the most rapidly growing sectors of the economy. This is due to the increasing individual wealth, desire to travel, venues' newfound exposure on the internet, technological advancements, and the increasing accessibility of travel. As customer interests changed, and the need for innovation rose, larger and more developed tourism enterprises have come to show their ability to provide for the new circumstances, while smaller entrepreneurs have not been able to do the same.

Responsible business practices in tourism

In order to successfully operate within tourism entrepreneurship and be able to have a positive impact on society, observing responsible business practices is key. Brookes et al. (2014) elected to investigate this route in their research. In order to be able to provide for employees through stable employment and a steady work environment, contribute to the industry, develop the community, and contribute to society, a business must employ a responsible operational strategy, also known as Corporate Social Responsibility, or CSR, a term often used by corporations in their business agenda.

As sustainability became more and more of a trend, and the dire ecological footprint we leave became a more pressing issue, tourism businesses becoming purposefully eco-conscious and proactive in protecting the planet, instead of just remaining passive and avoiding doing harm became an expectation of both consumers and organizations concerned with the tourism sector.

And yet, in spite of the obvious benefits, the majority of businesses still fail to employ these practices, due to a variety of factors, including a lack of willingness to put resources into the change, lacking said resources in the first place, fear of losing income, and non-progressive governments failing to support or encourage this change, to mention some.

Social impact of tourism in Hungary

While the subject is shown to be getting more attention, especially with rising socio-economic issues, the topic is still far from being researched in excess, as the emphasis lies more heavily on its economic influence. Wang et al. (2021) impresses that as tourism evolves, more attention is being paid to the social impact that tourism has, but the number of research-focused studies is far from adequate, especially those conducted for the sole purpose of research. He emphasized his puzzlement at the lack of direct social research done in tourism at a time when the social impact is so transformative and impactful to everyday life. While he does recognize the increase in the number and quality of research, he believes that the economic focus these researchers have in order to attempt to forecast the industry for more income makes many of these results unhelpful from a social perspective.

Tourism social entrepreneurship

Aquino et al. (2018) pointed out how the always ongoing research into finding ways to develop the tourism industry and make it more sustainable leaves the industry with several alternative practices, one of which is adopting tourism social entrepreneurship.

An observation many other research papers have also pointed out was the fact that many smaller branches of innovative tourism practices, including tourism social enterprises, have a significant and undeniable positive impact on society, with no evidence to explain how this benefit is allowed to formulate, and yet barely any research is being done into the matter, thus keeping our knowledge of community development disorganized and narrow. There are many communities in less advanced parts of the world that have limited solutions to their social problems. Tourism is a constant that most communities can exploit, making it a very important facet of the economy. Even when governments cannot or will not aid a community financially, value creation through tourism is more often than not a possibility. As such, tourism enterprises are becoming a more and more common tool in modern community development.

The newfound goal of social aid that tourism can take in such cases further cements the necessity and relevancy of the tourism industry, something that is necessary both in general evolutionary terms and in order to adapt to the recent changes the world is facing.

SMEs in Hungary

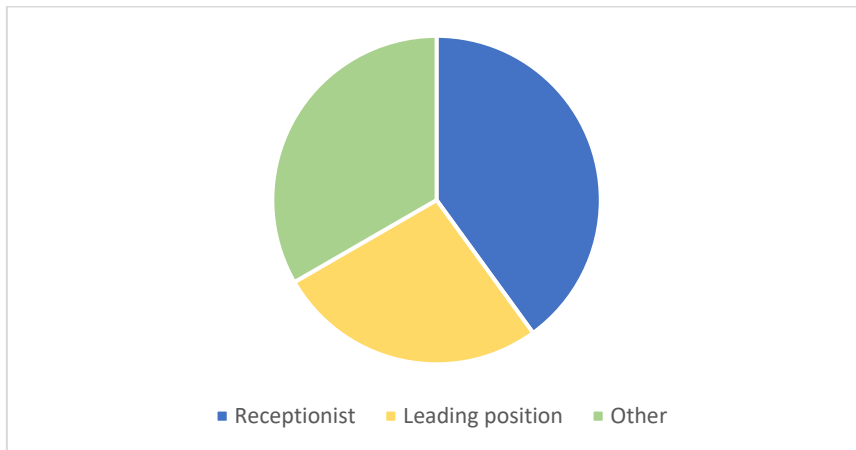
Turcsányi et al. (2012) emphasize that the role of tourism and other sectors closely linked to it, such as trade, public services, transport, and commerce, in the socio-economic processes of the world, including in Hungary, is one of the largest and most dynamically developing sectors in the world and in society. This sector has a higher than the average number of small and medium-sized enterprises in the country, but large enterprises also take up a substantial portion. They play an important role in the national economy by providing employment and improving the living conditions of the population. They contribute to nearing the international standard of payments, helping less fortunate regions to catch up, and, last but not least, helping to preserve natural and cultural assets.

Research methodology

Population of study

The participants of this study were Hungarian representatives of the country's tourism sector, meaning managers, receptionists, organizers, administrators, and other entrepreneurs who are or have been affiliated with the tourism sector in Hungary and are still actively working in the field at the time of their interview. A variety of ages and gender also served as a factor in the selection process, with the participants' ages ranging from 22 to 60.

Figure 1: *Position of participants*



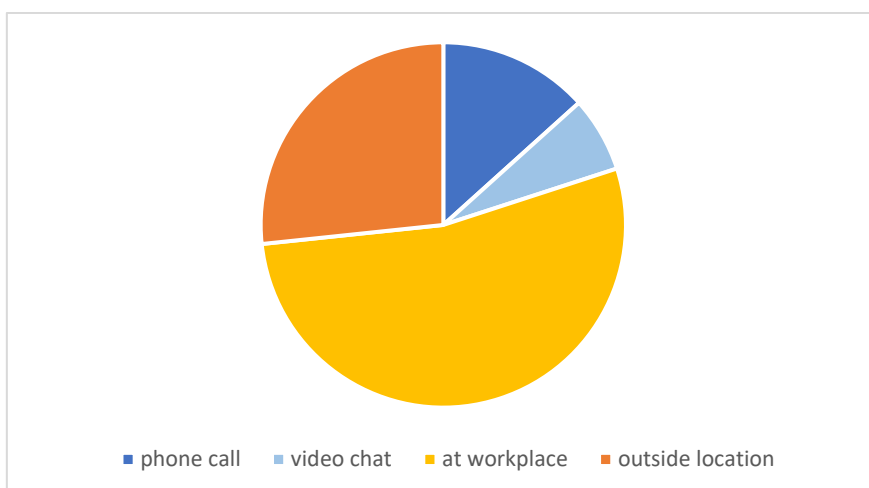
Source: *authors' own research based on the positions of the participants of the interviews*

Data collection

We decided to employ qualitative method research. We deemed this appropriate due to the aim of this paper being to investigate the recent opinions, and the way they have shifted in light of the recent years in order to formulate new opinions.

When the interviews were set up, the participants got to choose how they wished to conduct their interviews, their options being in person at their workplace or at an outside location, or digitally through video chat or the phone. For most of these interviews, we visited the participants at a pre-discussed time at their places of employment during work hours. Some participants chose a third location, one person chose a video chat conversation, and the remaining interviewees decided on taking the questions via phone calls.

Figure 2: *Chosen Location and Medium*



Source: *authors' own research based on the participants' personally chosen individual interview circumstances*

The interviews were structured, and all included the same questions regardless of the person's position. When selecting participants, choosing more than one representative of an enterprise

was a priority achieved in most cases. This serves to show the differences in knowledge between representatives of their given enterprise, the perspective of different positions, and the level of insight in different fields. The majority of the participants work at Budapest-based establishments, due to the low number of responses the interview requests have received from entrepreneurship not located in the capital.

The interview design

We have arranged 15 in-depth interviews, ranging from ten to thirty minutes in duration. The questions were formulated by taking inspiration from frameworks set up before the formulation of this research. The result of these interviews shows how the different tourism entrepreneurs perceive the position of the industry as of late. Some of the enterprises represented belong to chains and international corporations, and a number of entrepreneurs from individually owned businesses also participated.

The main goal of the questions prepared for the interviews was to gain an understanding of the impact they have experienced, how they perceive it, and to measure their professional outlook on this segment in Hungary, along with the prospects that tourism is believed to have.

Research results

Q1) Are you satisfied with the monetary benefits of your employment?

Respondents Answer: When asking this question, it was clarified that monetary benefits include, but are not limited to salary. There was a noticeable divide between the answer of those in leading positions and all others. Without exception, every participant in a leading position was overall satisfied with the monetary aspects of their positions. However, the answers of the remaining participants were more varied. It did, however, turn out to appear as a general consensus that the salaries have not quite followed the inflation in prices.

Q2) What sort of resources do you think are the most needed for running tourism entrepreneurship?

Respondents Answer: When asked this question, the three most common replies were monetary funds, human resources, and infrastructure. At least two of these three replies were included in all the answers.

Other replies included exceedingly hospitable treatment, professional knowledge, and knowledge of the local area, such as the sights, restaurants, transportation, and other local amenities that may interest the guests.

Cultural resources and natural resources were notably missing from the answers of all participants, proving that social values and sustainability are absent on the list of priorities in Hungarian tourism entrepreneurship, social resources however are recognized as a matter of import, but primarily from a profit perspective. This proves the lack of conscious business approach that Hungary exhibits in most fields of the economy.

Q3) What are your strategies for mobilizing said resources?

Respondents Answer: As human resources were mentioned by everyone, the mobilization strategy of this resource has received great amounts of consideration all over. Retaining the hired employees was emphasized by every leader, which goes to show the difficulties that

establishments have been recently facing regarding the employee turnover rate that has been unavoidable in tourism since the pandemic lockdowns and the consequent financial issues that have started affecting people's livelihoods and ended up making good and loyal employees even more precious a commodity.

Q4) How important of a role do you think tourism entrepreneurship serves in society in Hungary?

Respondents Answer: The answers to this question showed that entrepreneurs perceive those directly employed in tourism to be the most impacted. Many said that people with no higher education or qualifications, and students who are in the process of acquiring qualifications are the parts of society that are the most benefiting from tourism.

Overall, the replies reflected that all participants perceive tourism to be a significant influence on society, but they had difficulty putting their opinions into words, and the majority have not given the matter too much thought prior to hearing the question.

Q5) What is and has been your tourism enterprise's role in the changes in the social impact of tourism?

Respondents Answer: The Budapest-based participants generally agreed that their hotels have not contributed enough in the past, partially due to it not being a priority, as it is neither mandated nor supported by the government in a monetary way. Every participant mentioned the employment of students at their businesses, which is a highly reoccurring aspect in the perception of the participants.

An important observation made on this topic during the process of analysing the results of the interviews was the fact that most involved enterprises have only contributed when it benefitted their cause and was convenient for them. Contributing to the social sphere with conscious, deliberate business strategies is nigh unheard of, so much so that it did not appear to have ever been considered a priority to the leadership layer in the past.

Q6) What changes did the pandemic bring to your tourism enterprise?

Respondents Answer: Several of the entrepreneurs reported vast differences in their places of employment. Several positions not strictly essential to day-to-day operations were suspended. In the case of businesses that had to fire their workforce, finding new employees, rebuilding their teams, and coaching said new employees remains an expensive and time-consuming challenge to the majority of businesses.

Another change that was observed in several cases was the newfound dependency hotels have on OTA-s, or Online Tourism Agencies. Their significance has been on the rise for years now due to how convenient and quick reserving through these sites is, but when the pandemic came, many tourists lost their trust in direct reservations and started to reserve almost exclusively through such sites, as they ensure safety and client discretion that customers trust more.

While the pandemic was predominantly negative to business, some entrepreneurs attempted to take advantage of the months spent in lockdown by developing both their properties and the knowledge of their employees.

Q7) How did your tourism entrepreneurship sustain during COVID?

Respondents Answer: This was a matter where the ownership of businesses made the greatest difference. For those belonging to big corporations or companies, such as the hotels asked,

losses were minimal. Some businesses were able to earn some income during the pandemic by renting out their rooms for longer-term use to home-office workers, students forced out of their dorms, or those in need of COVID isolation hotels.

The tourism enterprise sector was forced into finding ways to make the task that needed completing completable by fewer people. Many have also shared that regardless of how long their enterprise spent closed, it took them approximately a year to start earning profit instead of just earning back the operational costs.

Q8) How are your tourism entrepreneurship's recovery strategies following the pandemic?

Respondents Answer: The focal point of the recovery strategies brought up was to find innovative alternatives to keep operating and earning income. Some achieved this by lowering prices, offering discounts, targeting organized tourist groups, or renting out long-term.

Another important aspect was the budget. Some hotels recovered financially by requesting support from their owners, franchise, and investors. What seemed to be a common point, however, was the lack of a concrete, rigid recovery strategy, due to the rapidly fluctuating state of the economy making flexibility essential to the survival of all tourism-related businesses.

Taking advantage of all occurring possibilities was also of high importance. Elevating the standards in order to be able to charge a higher price, and marketing well around events contributed greatly to the recovery efforts. Keeping a professional, dedicated, and reliable team of employees was another essential aspect of recovery.

Conclusion

A conclusion that we have reached during the analysis of the interviews that we have conducted is the fact that despite the level of professionalism that these entrepreneurs have, despite the level and length of their training, the length that the careers they have had, let it be just a few years, or decades spent in the industry, the social aspect and social consideration of tourism entrepreneurship in Hungary is so underdeveloped, unconsidered an unprioritized and disregarded that these professionals have not had the opportunity to get proficient in this aspect. However, as Hungary is gradually catching up, so to speak, to the rest of the world, the economy began slowly but surely aligning with the economic system of the west, and all of the separate sectors of the economy are following. Tourism has proven itself to be no exception, adapting to the tourism of the rest of the world by analysing more, and moving towards becoming more conscious regarding business structure, sustainability, impact, and development most importantly.

The entrepreneurs we have spoken to included well-trained, seasoned professionals who lead successful businesses, and yet they were shown to have shortcomings in the matters asked of them. During and after the interviews, many of them admitted to such shortcomings, which leads to the reasonable conclusion that there is reason to believe in development in the near future of this field.

After these interviews, we have concluded that the majority of current tourism entrepreneurs are excellent candidates to work and operate a modern system of tourism if given the proper opportunities, education, and adequate funding.

However, we must say that overall, the positive social impact of tourism is, unfortunately, lacking due to the above-mentioned resources not being provided. Hungary, Budapest in particular, has the makings to be an opportune place for positive social impact and change, but time and the previously mentioned resources must be provided first. Due to this, the direction of positive change that the Hungarian tourism sector is heading towards is severely hindered, by possibly decades, therefore we propose bringing attention to the magnitude and nature of the changes that funding, education, and opportunities could bring Hungary's social sphere.

Our research is limited by the interview participant profile. The majority of the answering entrepreneurs are from Budapest, meaning that the findings reflect the impact of urban tourism significantly more than rural tourism. The reason behind the nature of the participant profile is the lack of opportunity, because we did not receive affirmative replies from entrepreneurs that we have contacted outside of Budapest. The novelty and lack of precedent of similar studies done in Hungary was another limiting factor. The topic of social impact is low on the list of priorities for Hungarian enterprises, and the topic needs further research.

References

- Altinay, L., Sigala, M., & Waligo, V. (2016). Social value creation through tourism enterprise. *Tourism Management*, 54, pp. 404-417. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.12.011>
- Aquino, R., Lück, M. and Schänzel, H., 2018. A conceptual framework of tourism social entrepreneurship for sustainable community development. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 37, pp. 23-32. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.09.001>
- Bertella, G. and Rossi Romanelli, C., 2017. Tourism Initiatives Developed through Collaboration with Foreign Organizations: The Emergence of Responsible Practices in Cuba. *Tourism Planning & Development*, 15(3), pp. 260-276. <https://doi.org/10.1080/21568316.2017.1349688>
- Brookes, M., Altinay, L. and Ringham, K. (2014). Successful implementation of responsible business practice. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, Vol. 6 No. 1, pp. 77-84. <https://doi.org/10.1108/WHATT-10-2013-0044>
- Bruton, G. D., Ketchen Jr, D. J., & Ireland, R. D. (2013). Entrepreneurship as a solution to poverty. *Journal of business venturing*, 28(6), pp. 683-689. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.05.002>
- Dahles, H., Khieng, S., Verver, M. and Manders, I., 2019. Social entrepreneurship and tourism in Cambodia: advancing community engagement. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(6), pp. 816-833. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1706544>
- Jørgensen, M., Hansen, A., Sørensen, F., Fuglsang, L., Sundbo, J. and Jensen, J., 2021. Collective tourism social entrepreneurship: A means for community mobilization and social transformation. *Annals of Tourism Research*, 88, p.103171. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103171>
- Kummitha, H.R. (2020). STAKEHOLDERS INVOLVEMENT TOWARDS SUSTAINING ECOTOURISM DESTINATIONS: THE CASE OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AT MANGALAJODI ECOTOURISM TRUST IN INDIA. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 29(2), pp. 636-648. <https://doi.org/10.30892/gtg.29220-495>

- Lee, T. H., & Jan, F. H. (2019). Can community-based tourism contribute to sustainable development? Evidence from residents' perceptions of the sustainability. *Tourism Management*, 70, pp. 368-380. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.09.003>
- Solvoll, S., Alsos, G.A. and Bulanova, O. (2015) "Tourism Entrepreneurship – Review and future directions," *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 15(sup1), pp. 120–137. <https://doi.org/10.1080/15022250.2015.1065592>.
- Ryu, K., Roy, P. A., Kim, H., & Ryu, H. B. (2020). The resident participation in endogenous rural tourism projects: A case study of Kumbalangi in Kerala, India. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 37(1), pp. 1-14. <https://doi.org/10.1080/10548408.2019.1687389>
- Turcsányi, K. (2012). Turisztikai mikro- és kisvállalkozások a magyarországi régiókban. *Közép-Európai Közlemények*, 5(2), pp. 138–144. <https://ojs.bibl.u-szeged.hu/index.php/vikekkek/article/view/12112>
- Vinodan, A. and Meera, S., 2021. Potential for social entrepreneurship in tourism in the city of Chennai. *International Journal of Tourism Cities*, 7(4), pp. 986-1007. <https://doi.org/10.1108/IJTC-08-2020-0171>
- Wang, M., Rasoolimanesh, S. and Kunasekaran, P., 2021. A review of social entrepreneurship research in tourism: knowledge map, operational experiences, and roadmaps. *Journal of Sustainable Tourism*, pp. 1-22. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.2007255>

Az ESG közigazgatási szektorban való alkalmazásának lehetőségei

BESENYEI Mónika¹

DOI: [10.29180/978-615-6342-76-8_3](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-76-8_3)

Absztrakt

Bár a közigazgatási szféra meghatározó szereplője valamennyi ország gazdaságának, egy modern államban fontos szerepet kell játszania a fenntartható fejlődési célok elérésében, és nem csak végrehajtó szerepben. Az ESG (E – environmental/környezet, S – social/társadalom, G – governance/vállalatirányítás) kétségtelenül egy olyan forradalmi eszköz, amely a pénzügyi eszközök révén teremt versenyelőnyt a fenntarthatóan, teszi ezt kisebb kockázattal működő szervezetek számára oly módon, hogy „pénzügyi szektorban a befektetési döntések meghozatalakor figyelembe veszik az ESG szempontokat, ami a fenntartható gazdasági tevékenységekbe és projektekbe történő hosszú távú befektetések növeléséhez vezet” (EC, 2023). A közigazgatás bevonása az ESG törekvésekbe létfontosságú lenne, mert gazdasági súlya nem elhanyagolható még akkor sem, ha a szereplőket a közvetlen szén-dioxid-kibocsátás szempontjából rangsoroljuk. Azonban nem szabad megfélemlíteni a közigazgatás közvetett hatásáról (mint a példamutatás, a munkavállalók szemléletformálása vagy az állami beruházások általi gazdaságformálás). Megfontolandó lenne kiterjeszteni a jelentéstételi kötelezettséget mind az állami vállalatokra, mind pedig a közigazgatási szervekre. Ehhez szükséges ezen szektorok jelentéstételi keretrendszerbe való bevonása és a megfelelő jelentések elkészítéséhez támogatás nyújtása. A piaci szereplőkkel ellentétben a közintézmények esetében az ESG-jelentéstételi kötelezettség bevezetése hatékony lehet a központi szándék esetén. Nem szabad figyelmen kívül hagyni, hogy a legtöbb közintézmény számára (hasonlóan az üzleti szektorhoz) az adatgyűjtés jelenthet akadályt. Ugyanakkor a működési (környezeti, társadalmi, irányítási) és gazdálkodási adatok információs rendszerbe való integrálása az ESG-n túlmutató előnyökkel is járna.

A közigazgatás szerepe

Amikor a közigazgatás szerepvállalását és feladatait kívánjuk új szemszögből – esetünkben a fenntarthatóság vonatkozásában – megvizsgálni, érdemes áttekinteni azokat a kapcsolódási pontokat és összefüggéseket, amelyek mentén ezek a szerepek, felelőségek és feladatok értelmezhetők. A Magyary-féle definíció, miszerint a közigazgatás az állam adminisztrációja (Józsa, 2019) túlságosan általános ahhoz, hogy kapaszkodót nyújtson a további elemzésekhez.

Lőrincz Lajos szervezeti szempontú megközelítése szerint a közigazgatás az alrendszerei, az egyes szervek, a szervezet tevékenységei és funkciói, valamint a személyi állomány, amelyből az utóbbi alrendszer az, amely „a szervezetet és a funkciórendszert mozgásba hozza és mozgásban tartja” (Imre, 2016, old.: 1).

A közigazgatás egy komplexebb, rendszerszintű értelmezése szerint a közigazgatás, mint végrehajtó hatalmi ág, amely ilyen módon az állami stratégiák és célkitűzések megvalósítása érdekében kötelező döntéseket hozhat, és amelyek betartatásához állami kényszert is

¹ Budapesti Gazdasági Egyetem, Külkereskedelmi Kar, Társadalomtudomány Módszertan Tanszék, e-mail: besenyei.monika@uni-bge.hu

alkalmazhat, valamint „közszolgáltatásokat szervez és biztosít” a létrehozott közigazgatási szervezeti rendszer segítségével (Balázs, 2018).

Azonban ez a megközelítés sem könnyíti meg, hogy a fenntarthatósági feladat- és célrendszer, amely az államok szempontjából egyre inkább nagyobb hangsúlyt kap, a közigazgatás szintjén jól értelmezhető legyen. Ehhez a legközelebb az 1 táblázatban bemutatásra kerülő modellel jutunk, amelyet a francia közigazgatás tudományi modellként mutat be Patyi András. Az itt megjelenő csoportosítás már alkalmas lehet arra, hogy az Egyesült Nemzetek Szervezete (ENSZ) Fenntarthatósági Célokot és az az ESG területeket illeszteni tudjuk az egyes modellbéli funkciókhoz.

1. táblázat: A közigazgatás területei

1. Állami szuverenitás	2. Gazdasági funkciók	3. Társadalmi funkciók	4. Kulturális és nevelési funkciók
külső szuverenitás belső szuverenitás politikai funkciók	pénzjegykibocsátás speciális ágazatok (energia, hulladék, közművek, mezőgazdaság) gazdasági és pénzügyi koordináció, területi tervezés beruházási és hitelrendszer, adórendszer, árszabályozás	egészségügy lakás- és városépítés érdekvédelem és egyes társadalmi rétegek védelme egyed társadalmi struktúrák védelme és átalakítása	tudományos kutatás oktatás tájékoztatás műemlékvédelem

Forrás: Patyi, 2017, p. 19.

A Fenntarthatóság közigazgatási és társadalmi vonatkozásai

A fenntarthatósággal összefüggő (fenntarthatatlanság) kérdések kutatása a 20. század közepére vált világszerte népszerűvé a társadalmi-gazdasági fejlődés következtében végbemenő környezetkárosító hatások egyre nyilvánvalóbbá válásával. A téma jelentőségét felismerve mára számos egyetem és kutatóközpont foglalkozik a fenntarthatósági átmenet kérdésével (STRN, 2019). Tekintettel arra, hogy a kezdeti időszak inkább a felelőtlenség és a problémák azonosításának időszaka volt (Takala, 1991), a fenntarthatósági átmenetről csak akkortól beszélhetünk, amikor nagy társadalmi-technikai rendszerek, hosszú távú, többdimenziós és alapvető átalakítása történik meg (Markard, Raven, & Truffer, 2012). A fenntarthatósági átalakulás nem egy passzív történetet jelent, vagy egyes intézkedések hatására végbemenő pozitív változásokat, hanem azt, amikor összehangoltan, több terület (társadalom, technológia) összefogásával tudatosan és tervezetten megy végbe a folyamat, amelynek a célja és iránya is jól meghatározott (Avelino, Grin, Pel, & Jhagroe, 2016).

A fenntartható fejlődés klasszikus hármas optimalizálása² azt jelenti, hogy a környezet, a társadalom (egyén) és a gazdaság harmóniáját igyekszünk célként kitűzni³. Ez a gazdasági működés szempontjából azt jelenti, hogy a társadalmi jóllét megteremtését a természeti erőforrások takarékos használata révén kell megvalósítani, azaz „a fenntartható fejlődés az emberi életminőség javulását jelenti úgy, hogy közben a támogató ökoszisztémák eltartóképességének határain belül maradunk” (Természeti Erőforrások Gazdaságtana) (Kerekes, A környezetgazdaságtan alapjai, 1998, old.: 24).

A fenntartható fejlődés egy olyan kifejezés, amelyet mindenki szívesen használ, de kevesen biztosak benne, hogy mit jelent pontosan (Daly, 1997). A fenntartható fejlődés fogalmának és tartalmának meghatározása újra és újra napirendre kerülő kérdés (Lélé, 1991, Costanza & Patten, 1995, Kates, et al., 2005, Holden, et al., 2016). Többek között a mérhetőség szempontjából lenne fontos egyértelműsíteni, hogy mit értünk fenntartható fejlődés alatt. Így az is megállapítható lenne, hogy mi nem fenntartható, így változások iránya értelmezhető és korrigálható lenne. Sajnos azonban a fenntarthatósági kihívások úgynevezett „vad” vagy „komplex” (wicked) problémák, amelyeknek éppen az az egyik jellemzőjük, hogy nincs egy jó megoldás. Többek között az alábbi jellemzőkről ismerhető fel egy „vad” probléma: „Nincs általános egyetértés abban, hogy mi a probléma. A probléma-megoldási folyamatnak nincs végső pontja. A megoldásnak nincs azonnali és egyértelmű tesztelési lehetősége. Nincs egy jól meghatározható, átfogó megoldás-készlet, amiből választhatnánk, a vad probléma ellentmondásossága számos módon magyarázható, és a magyarázat megválasztása meghatározza a probléma megoldásának karakterét.” (Pryshlakivsky & Searcy, 2013, old.: 114) A vad problémák megszelídítésének egyik módja, ha pontosan körül határoljuk, mely részterület fenntarthatóságát, vagy a fenntarthatóság melyik részterületét szeretnénk tanulmányozni.

Az ENSZ 2030-ig szóló fenntartható fejlődési iránymutatása értelmében a fenntartható fejlődési célokat a nemzeti tervekbe és stratégiákba be kell építeni annak érdekében, hogy meghatározhatók legyenek az alapszintek és a megvalósítható legyen a hatékony adatgyűjtés.

A mérhetőség tehát ebben az esetben fontos részét képezi a célok elérésének (ENSZ, Promotion of sustained economic growth and sustainable development, 2019). Ezek a célkitűzések kormányzati szinten határoznak meg feladatokat. Ennek értelmében pedig a közigazgatásnak is reagálnia kell ezekre az új globális és lokális kihívásokra, így mind a feladatrendszerében, mind pedig szervezeti felépítésében és konkrét feladataiban is olyan jelentős változások állnak be, amelyek új ismereteket, új kompetenciákat és új eszközöket igényelnek. Ennek egyik következménye, hogy a modern közigazgatás 1. táblázatban felsorolt hagyományos feladatai mellett megjelennek a fenntarthatósággal szorosabban összefüggő feladatok. Ilyen például a klímaváltozás, a környezetszennyezés és a vízhasználat vagy tiszta energia biztosítása, amely nem csak a környezeti, de társadalmi oldalon is számos megoldandó feladatot jelent, mint a termelés, mind pedig az elosztás és a tárolás szempontjából. „Új és a klasszikus közigazgatási feladatokhoz (belügy, külügy) képest egyre növekvő figyelmet és hatékony megoldást igénylő

² A hármas optimalizálás (Triple bottom line: TBL, People, Planet, Profit) meghatározás John Elkingtontól, a Sustain Ability alapítójától származik.

³ További definíciók és magyarázatok: A fenntartható fejlődés olyan fejlődés, amely biztosítja a jelen szükségleteinek a kielégítését anélkül, hogy lehetetlenné tenné a jövő generációk szükségleteinek a kielégítését. (Kerekes, A környezetgazdaságtan alapjai, 1998)

A fenntartható fejlődés egy olyan viszonyrendszert (kultúrát) jelent az emberek és környezetük között, amely nem sérti a jövő generációk létezésének esélyeit. Ehhez környezeti szempontból fenntartható módon kell nyúlni erőforrásainkhoz, vagyis azokat a megújulásuk mértékén kell használni. hivatkozás

kihívást jelent az államok számára a klímaváltozás, a légkör felmelegedése s az ezzel járó számtalan negatív egészségügyi és környezeti hatás megfelelő kezelése.” (Józsa, 2019, old.: 10)

Természetesen a környezeti és más fenntarthatósági ügyek nem kezelhetők csupán belügyként. „hatékony megoldást igénylő tudja biztosítani költséges monitoring és veszélyelhárító rendszerek kiépítését, a város- és vidéktervezés új szabályozását és összehangolását. E körben olyan új állami és társadalmi összefogást igénylő feladatokról van szó, melyek esetében az egyes országok erőfeszítése csak részleges sikerekkel járhatnak, az összehangolt, tervszerű fellépés – több okból is – elengedhetetlen.” (Józsa, 2019, old.: 10)

A jelenleg zajló 4. ipari forradalom, jelentős átalakulást hoztak a mindennapi életük valamennyi területén. A technológiai és a társadalmi változások együttesen gyakorolnak hatást a különböző társadalmi és gazdasági szektorokra (pl. oktatás, ipar, mezőgazdaság, szolgáltatások, és így a foglalkoztatás) és a szektorok átalakulása visszahat a technológiára és a társadalomra magára is. Ez pedig további kihívások elé állítja a közigazgatást, amelynek lépést kell tartania az exponenciális fejlődéssel.

A technológia fejlődése azt is eredményezi, hogy egyre több információ áll a rendelkezésünkre, és ezeket egyre hatékonyabban tudjuk használni. Látszólag ez azt is jelentheti, hogy hatékonyabbak lettünk és jobban tudjuk kezelni a kihívásokat. Valójában azonban nem ez a helyzet. „Naivitás vagy cinizmus azt állítani, hogy a gazdasági növekedés fogja megoldani a környezeti gondokat, hiszen éppen ellenkezőleg: az okozza őket. Különösen, ha a gazdasági növekedés – mint sajnos a fejlődő országokra ez jellemző – a nem éppen élvonalbeli technológiák alkalmazására, valamint a környezetintenzív gazdasági szektorok felfutására épül (intenzív, monokultúrás mezőgazdaság, bányászat, nehézipar, vegyipar, nem fenntartható erdőgazdálkodásra alapuló bútóipar stb.)” (Boda, 2006, old.: 5.) A fentiekből is, és a 2015-ben elfogadott ENSZ (ENSZ, Sustainable Development Goals, 2015) fenntartható fejlődési célokból is jó látszik, hogy a XXI. századra elérteztünk arra a pontra, amikor már képesek vagyunk felismerni a probléma rendkívüli összetettségét, súlyosságát és sürgető voltát.

Bár a célokhoz cselekvési tervek és indikátorok (UN, 2018) is társulnak mára, annak még csekély jelei mutatkoznak, hogy ezzel a kihívással képesek lennénk megbirkózni. Elméletek és számítások születtek ugyan arra vonatkozólag, hogy mi a kockázata annak, ha nem leszünk lépéseket (Stern, 2006), illetve az egyes fő kockázati tényezők gazdasági elemzése is évről évre olvasható (WEF, The Global Risks Report 2018, 2018), de vélhetőleg a kényszer hiányában ezek csak tudományos szinten találtak megértő közönségre.

Kétségtelenül vannak kedvező tendenciák és törekvések (elektromos járművek, megújuló arányának növekedése stb.) de ezek összességében nem képesek megfordítani a folyamatokat. Miközben egyre többen emelik fel a hangjukat annak érdekében, hogy a döntéshozók vegyék figyelembe a globális fenyegetéseket, és radikális lépéseket tegyenek a probléma megoldása érdekében.

Az ESG mint az ENSZ Fenntartható Fejlődési Célok megvalósításának gazdasági eszköze

Mivel az Európai Unió (EU) az „első klímasemleges kontinenssé” kíván válni ennek megvalósítása érdekében számos eszköz fejlesztéséhez kezdett hozzá. Ezek egyik központi eleme az ESG⁴ és az EU-taxonómia⁵, amely a piaci szereplőkre vonatkozó szélesebb körű szabályozás részét képezi, mint például a fenntartható pénzügyi közzétételi rendeletet (Finance

⁴ https://finance.ec.europa.eu/sustainable-finance_en

⁵ <https://ec.europa.eu/sustainable-finance-taxonomy/>

Disclosure Regulation – SFDR)⁶ és a vállalati fenntarthatósági jelentésről szóló irányelvet Corporate Sustainability Reporting Directive – CSRD)⁷. A vállalatok már jelentős lépéseket tettek annak érdekében, hogy reagáljanak az ESG-jelentésre vonatkozó szabályozás elvárásaira. De ez az aktivitás várhatóan tovább fokozódik, ahogy tovább szélesedik a kötelezettek köre, és további szabályozásokat fogadnak el vagy léptetnek hatályba. Ezek közül kiemelkedik az EU-taxonómia, amelytől azt várjuk, hogy meghatározza és mérhetővé teszi, hogy mi minősül fenntarthatónak és mi nem (Pettingale, Maupou, & Reilly, 2022).

Fontosabb feladat lenne tehát a közigazgatás jelentéstételi szerkezetének a meghatározása. Nemcsak a szektor kiemelt társadalmi felelősség miatt – bár ez a fő szempont kell legyen –, hanem a gazdasági, foglalkoztatási és társadalmi szempontok miatt is. Nyilvánvaló, hogy ezek a szempontok szorosan összefüggenek, de mivel az ESG egyik alapvető feladata, hogy a jelentéstételi eszközökkel hatást gyakoroljon a gazdaságra, kiemelt jelentőségű, közigazgatási szektort a megfelelő súllyal kezelje.

2. táblázat: *A magyar közigazgatás társadalmi-gazdasági jelentősége számokban kifejezve*

Év	Alkalmazottak száma: Közigazgatás és védelem; kötelező társadalombiztosítás (NACE: O)	Alkalmazottak aránya a teljes foglalkoztatotti létszámhoz viszonyítva	Átlagos éves bérköltség (a munkáltatói kiadások alapján) milliárd forint
2017	474,79	10,44%	2 089,92
2018	437,72	9,50%	2 097,01
2019	419,73	9,04%	2 204,70
2020	406,57	8,83%	2 343,31
2021	424,85	9,17%	2 528,00

Forrás: KSH, 2022, HR portal, 2022

Amíg nem létezik a közigazgatási szektorra vonatkozó ágazati szabvány addig a tevékenységek alapján be lehet sorolni az egyes közigazgatási funkciókat, például a SASB⁸ ágazati szabványok megfelelő használatával. Így nem szükséges arra várni, hogy megszülessen a hiányzó ágazati szabvány, ha van szándék az ESG közigazgatási bevezetésére.

E kapcsolatok egy része magától értetődő, mások viszont kreativitást igényelnek.

SASB ágazati besorolás: Szolgáltatások/Szakmai és kereskedelmi szolgáltatások

⁶ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32019R2088>

⁷ https://finance.ec.europa.eu/capital-markets-union-and-financial-markets/company-reporting-and-auditing/company-reporting/corporate-sustainability-reporting_en

⁸ SASB (Sustainability Accounting Standards Board) Fenntarthatósági Számvetési Szabvány Testület <https://sasb.org/>

Közigazgatási funkciók: Állami szuverenitás: külső szuverenitás, belső szuverenitás, politikai funkciók. Gazdasági funkciók: nemzeti valuta kibocsátása. Társadalmi funkciók: bizonyos társadalmi struktúrák védelme és átalakítása. Oktatás: tájékoztatás, örökségvédelem.

Ez természetesen nem azt jelenti, hogy az ágazatok azonosak, hanem azt, hogy a működési struktúrájuk kellőképpen hasonló ahhoz, hogy az ágazati szabvány használható legyen. Továbbá a közigazgatás azon többi része számára, amely nem illeszkedik egyik konkrét szektorba sem, szintén a „Szolgáltatások/szakmai és kereskedelmi szolgáltatások” szabványok használatát javaslom, mivel ez elég széleskörű, és átfedésben van a közszolgáltatások többi részével a SASB leírása szerint. Amint egy adott szervezet kiválasztotta a számára leginkább megfelelő egy vagy több ágazati szabványt, megkezdheti a lényegességi elemzést, amely az adatgyűjtés és a kulcsmutatók kiválasztásának, és így az ESG jelentés elkészítésének alapja.

Következtetések

Mivel a közigazgatás áthatja a gazdaság egészét, és a modern államban döntő szerepet kellene játszania a fenntartható fejlődési célok elérésében, azt látjuk, hogy a klasszikus "szennyező" iparágak még mindig a fenntarthatósági kezdeményezések középpontjában állnak.

Az ESG kétségtelenül forradalmi jelentőségű fenntarthatósági eszköz lehet, ha olyan kötelezettségekkel párosul, amelyek nemcsak megkövetelik az auditált ESG jelentések nyilvánosságra hozatalát, hanem ha az azokban szereplő mutatók jelentős hatást gyakorolnak a szervezetek piaci pozíciójára.

A közigazgatási szektor bevonása létfontosságú lenne nem csak azért, mert gazdasági súlya nem vonható kétségbe még a karbonkibocsátás szempontjából sem. De ebben a tekintetben is új dimenziókat jelentene az ESG egyik legnagyobb vállalása, azaz a „scope 3” kibocsátások mérése és csökkentése, aminek révén a teljes indirekt karbon-hatás nyomon követhető lenne. Ez az egyik legelőremutatóbb kezdeményezés az externáliák internalizálására.

A tanulmányban kevés szó esett a szociális dimenzióról. Ez további elemzés tárgyát képezik éppen a közszféra jellegéből adódóan, hiszen a közigazgatás éppen a közjó szolgálatára szolgál. Az eredeti szándék szerint a közigazgatás a közjó szolgálatára létrehozott intézmény: „pro bono publico”.

Az ESG alkalmazásához a következő feladat az érintettek azonosítása és a párbeszéd megkezdése. Mindezek a kezdeményezések támogató fogadtatásra számíthatnak, és közszféra proaktivitása sokszorosán megtérül a katalizátor hatás és az üzleti szféra átállásának felgyorsulása révén.

Irodalomjegyzék

Agárdi, I., & Alt, M. (2021). A mbiltárca elfogadásának generációs különbségei: az X és Z generáció összehasonlítása. *Statisztikai Szemle* 99(11), 1049-1079.

Avelino, F., Grin, J., Pel, B., & Jhagroe, S. (2016). The politics of sustainability transitions. *Journal of Environmental Policy & Planning*, 18(5), 557-567. doi:10.1080/1523908X.2016.1216782

Balassa, M. (1981). A tájházak muzeológiai és műtárgyvédelmi kérdései. . *Miskolci Hermann Ottó Múzeum Közleményei*.

Balassa, M. (1997). A tájházakról. *A Kriza János Néprajzi Társaság Értesítője*, 15.

Balázs, I. (2018). A közigazgatás. *Internetes Jogtudományi Enciklopédia*. (A. JAKAB, & B. FEKETE, szerk.) Budapest.

Barua, A. (2021. július 28.). *A spring in consumers' steps: Americans prepare to get back to their spending ways*. Forrás: Economics Spotlight: <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/economy/us-consumer-spending-after-covid.html>

Bedal, K. (1993). *Historische Hausforschung*. Bad Windsheim.

Berecki, I. (2014). A tájház-hálózat lehetséges szerepe a megtalált, megőrzött hagyomány újraélhetővé tételében. *Kárpát-haza Szemle*, 2. , 22-25.

Bereczki, I. (2009). *Tájházak Magyarországon*. Forrás: tajhazszovetseg.hu: <https://www.tajhazszovetseg.hu/tajhaz-akademia/>

Bereczki, I. (2022. május 20). *Pályázatok nyújtotta fejlesztési lehetőségek tájházak számára*. Tájházi Műhely, Szentendre. Letöltés dátuma: 2023. július 19, forrás: <https://www.youtube.com/watch?v=DGkbTmuE9fc>

Berey, K. (1978). Népies törekvések és a népi építészet kutatása a század első felének magyar építészetében. *Ethnographia*, LXXXIX., 434-453.

Besenyei, L. (2016). A generáció váltás forradalma. *Opus et Educatio*, 371-378.

Boda, Z. (2006. 04 01). *A gazdasági globalizáció környezeti hatásai*. Letöltés dátuma: 2018. 04 08, forrás: Eszmélet: http://www.eszmelet.hu/boda_zsolt-a-gazdasagi-globalizacio-kornyezeti-hatasai/

Costanza, R., & Patten, B. C. (1995). Defining and predicting sustainability. *Ecological Economics*, 15(3), 193-196. Forrás: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/0921800995000488>

Daly, H. E. (1997). *Beyond Growth: The Economics of Sustainable Development*. Boston: Beacon Press.

EC. (2023). *Overview of sustainable finance*. Forrás: Directorate-General for Financial Stability, Financial Services and Capital Markets Union: https://finance.ec.europa.eu/sustainable-finance/overview-sustainable-finance_en

Elsevier. (2018). *Science Direct*. Letöltés dátuma: 2018. 04 11, forrás: <https://www.sciencedirect.com/science/search>

ENSZ. (2015). *Sustainable Development Goals*. Letöltés dátuma: 2018. 09 25, forrás: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/>

ENSZ. (2019). *Promotion of sustained economic growth and sustainable development*. Letöltés dátuma: 2022. 11 30, forrás: <https://www.un.org/sg/en/content/chapter-ii-promotion-sustained-economic-growth-and-sustainable-development>

European Travel Commission. (2020). *Study on Generation Z Travellers*. Brussel: European Travel Commission.

Formádi, K., Petykó, C., Szalók, C., Jusztin, M., & Holczerné Szentirmai, Á. (2019). motivált utazók, inspiráció és élménykeresők - avagy az Y generáció utazási szokásainak elemzése. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok, IV. évfolyam 4. szám*, 11-22.

Füzes, M. (1997). A népi építészter védelme. In *Magyar néprajz IV. Életmód* (pp. 309-311, 320-323).

Gémesi, G. (2011). *Új világ, új generációk*. Forrás: vikote.blog.hu: http://vikote.blog.hu/2011/08/05/uj_vilag_uj_generaciok

GFN. (2018). *Country Trends*. Letöltés dátuma: 2018. 04 13, forrás: <http://data.footprintnetwork.org/#/countryTrends?cn=5001&type=BCpc,EFCpc>

Holden, E., Linnerud, K., & Banister, D. (2016). The Imperatives of Sustainable Development. *Sustainable Development*, 213-226. doi:doi.org/10.1002/sd.1647

HR portal. (2022). *Bérekalkulátor*. Letöltés dátuma: 2022. 12 06, forrás: HR Portal : <https://www.hrportal.hu/berkalkulator.html>

Imre, M. (2016). A közigazgatás kapcsolata a gazdasággal, az államszocializmus és a rendszerváltoztatás gazdasági- gazdaságirányítási átalakulásai Lőrincz Lajos munkásságának tükrében. *Pro Publico Bono – magyar közigazgatás*(3), 152–173.

Józsa, Z. (2019). A közigazgatás funkciói és feladatai. In JAKAB András – KÖNCZÖL Miklós – MENYHÁRD Attila – SÜLYÖK Gábor (Szerk.). Budapest.

Kállai, E. (2010). A nemzeti és etnikai kisebbségi jogok országgyűlési biztosának jelentése a kisebbségi kulturális jogok érvényesülésének vizsgálatáról. . Budapest.

Kates, R. W., Parris, T. M., & Leiserowitz, A. A. (2005). Editorial-What Is Sustainable Development? Goals, Indicators, Values, and Practice. *Environment*, 1-13. Forrás: <http://www.environmentmagazine.org/Editorials/Kates-apr05-full.html>

Kerekes, S. (1998). *A környezetgazdaságtan alapjai*. Letöltés dátuma: 2018. 04 11, forrás: <http://mek.oszk.hu/01400/01452/html/fenntarthato/index.html>

Kerekes, S. (2018. 03). Kergetjük a lehetetlent A fenntartható fejlődés vad probléma de szelídíteni lehet és érdemes. *Magyar Minőség*, old.: 5-13.

Kökény, L., & Jászberényi, M. (2022). Hogyan utazik a Z generáció? Utazással kapcsolatos szokások és döntési folyamatok vizsgálata. In T. Rátz, G. Michalkó, & M. Zsarnóczky, *Együttműködés, partnerség, hálózatok a turizmusban. Turmiuzs Akadémia (11)* (old.: 187-196).

Székesfehérvár, Budapest: Kodolányi János Egyetem, Csillagászati és Földtudományi Kutatóközpont Földrajztudományi Intézet, Magyar Földrajzi Társaság,.

Krupa, A. (2009). Néhány gondolat a népi emlékházakról. In *Szlovák néprajzi gyűjtemények Magyarországon* (pp. 11-13). Budapest: Legatum Kft.

KSH. (2022). 20.1.1.9. *Number of employed persons by industries, economic branches and sex – NACE Rev. 2 [thousand persons]**. Letöltés dátuma: 2022. 12 06, forrás: https://www.ksh.hu/stadat_files/mun/en/mun0009.html

Leal Filho, W., Salvia, A., & Paço, A. e. (2022. Július 20). The influences of the COVID-19 pandemic on sustainable consumption: an international study. *Environmental Sciences Europe*, 34(54).

Lélé, S. M. (1991). Sustainable development: A critical review. *World Development*, 19(6), 607-621. Forrás: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/0305750X9190197P>

Magyarországi Tájházak Szövetsége. (2020). *Alapszabály*. Forrás: Magyarországi Tájházak Szövetsége: http://www.tajhazszovetseg.hu/sites/default/files/tajhazszovetseg_alapszabaly_2020.pdf

Markard, J., Raven, R., & Truffer, B. (2012). Sustainability Transitions: An emerging field of research and its prospects. *Research Policy*, 41, 955-967. doi:10.1016/j.respol.2012.02.013

Márkus, É. (2010). *Zur Volkskunde der Ungarndeutschen*. Budapest: Trezor Kiadó.

McCrinkle, M. (2009). *The ABC of XYZ Understanding the Global Generations*. McCrinkle Research.

McCrinkle, M., & Wolfinger, E. (2010). Az XYZ ábécéje. A nemzedékek meghatározása. *Korunk, III. folyam*, 13-18.

Meretei, B. (2017). Generációs különbségek a munkahelyen. *Vezetéstudomány*, 10-18.

Morelli, J. (2011). Environmental Sustainability: A Definition for Environmental Professionals. *Journal of Environmental Sustainability*, 1(1), 1-9. doi:10.14448/jes.01.0002

MúzeumDigitár adatbázis. (2020. 12 17). Forrás: *MúzeumDigitár*: <https://hu.museum-digital.org/index.php?t=museum>

Nagy, K. (2016). Az oktatás gazdasági értékei. *Opus et Educatio*, 3(3), 312-323. Forrás: http://epa.oszk.hu/02700/02724/00008/pdf/EPA02724_opus_et_educatio_2016_03_312-323.pdf

Népi Építészeti Program. (2023). Forrás: [telekialapitvany.hu](https://www.telekialapitvany.hu): <https://www.telekialapitvany.hu/nepi-epiteszeti-program/>

NKA. (2023). Forrás: nka.hu: <https://nka.hu/kiemelt-kategoriak/szervezet/rolunk/nemzeti-kulturalis-alap/>

NKA. (2023). Forrás: nka.hu: <https://nka.hu/kategoria/kiemelt-kategoriak/archivum/palyazati-felhivasok/>

Pál, E., & Töröcsik, M. (2013). *Irodalmi áttekintés a Z generációról*. Pécs: Pécsi Tudományegyetem. Letöltés dátuma: 2023. július 22, forrás: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://ktk.pte.hu/sites/ktk.pte.hu/files/images/szervezet/intezetek/mti/pal_torocsik_irodalmi_attekintes_a_z_generaciorol_2013.pdf

Patyi, A. (2017). *Aközizgatási működés jogi alapjai*. Budapest: Dialóg Campus Kiadó.

Pettingale, H., Maupeou, S. d., & Reilly, P. (2022. Április 4). *EU Taxonomy and the Future of Reporting*. Letöltés dátuma: 2022. 10 10, forrás: Harvard Law School Forum on Corporate Governance : <https://corpgov.law.harvard.edu/2022/04/04/eu-taxonomy-and-the-future-of-reporting/>

Piui, S. (2010). Generation Z - A New Type Of Consumers. *Analas of the University of Petrosani Economics*, 10(1), 289-298.

Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants I-II. *On the Horizon*, Vol. 9. No.

Pryshlakivsky, J., & Searcy, C. (2013). Sustainable Development as a Wicked Problem. In S. Kovacic, & A. Sousa-Poza, *Managing and Engineering in Complex Situations Topics in Safety, Risk, Reliability and Quality* (old.: 109–128.). Dordrecht: Springer.

Rest, A. (2002). From “Environmental Education” to “Education for Sustainable Development”. *ENVIRONMENTAL POLICY AND LAW*, 79-85.

Ross, M. (2004). Interpreting the new museology. *Museum and Society*, 84-103.

Rugani, B., & Caro, D. (2020. Október 1). Impact of COVID-19 outbreak measures of lockdown on the Italian Carbon Footprint. *Science of The Total Environment*, 373.

Sætra, H. S. (2021. Július). A Framework for Evaluating and Disclosing the ESG Related Impacts of AI with the SDGs . *Sustainability* , 13(15).

Schultz, É., & Szeidl, K. (2020). A visitor survey of the competitiveness of local museums in Hungary. In A. Aubert, *"Elérési utak a turizmusban - Fenntartható, intelligens és befogadó városi modellek" X. Országis Turizmus Konferencia* (old.: 45). Pécs.

Schwab, K. (2015. január 14). *The Fourth Industrial Revolution: what it means, how to respond*. Forrás: World Economic Forum: <https://www.weforum.org/agenda/2016/01/the-fourth-industrial-revolution-what-it-means-and-how-to-respond/>

Simpson, M. (1996). *MAking Representations Museums in the Post-Colonial Era*. London: Routledge.

Stern, N. (2006). *Stern Review on the Economics of Climate Change*. London: Government of the United Kingdom. Forrás: http://unionsforenergydemocracy.org/wp-content/uploads/2015/08/sternreview_report_complete.pdf

Streit, E. (2014). A fiatal generáció utazási döntéseinek marketingszempon্তু elemzése. *E-CONOM*, 66-78.

STRN. (2019). *Sustainability Transitions Research Network*. Letöltés dátuma: 2019. 03 24, forrás: <https://transitionsnetwork.org/>

Szmirkó, G. (2019). X, Y, Z - avagy (bor)fogyasztásói generációváltás. *Borászati Füzetek*, 29(4), 42-46. Letöltés dátuma: 2023. július 19, forrás: <https://magyarmezogazdasag.hu/2019/09/02/xy-zavagy-borfogyasztoigeneraciovalta>

Takala, M. (1991). Environmental Awareness and Human Activity. *International Journal of Psychology*, 26(5), 585-597. doi:10.1080/00207599108247146

Tari, A. (2011). *Z generáció: klinikai pszichológiai jelenségek és társadalom- lélektani szempontok az információs korban*. Budapest: Tercium.

turizmus.com. (2021). *Így utazik a magyar Z generáció*. Letöltés dátuma: 2023. július 19, forrás: turizmus.com: <https://turizmus.com/utazas-kozlekedes/igy-utazik-a-magyar-z-generacio-1177715>

Twenge, J., & Kasser, T. (2013). Generational changes in materialism and work centrality, 1976-2007: associations with temporal changes in societal insecurity and materialistic role modeling. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 883-897.

UN. (2018). *Sustainable Development Goal indicators website*. Letöltés dátuma: 2018. 04 11, forrás: <https://unstats.un.org/sdgs/>

UNWTO, & WYSE Travel Confederation. (2011). *AM Reports - Voluma 2: The power of youth travel*. Forrás:

http://www.platma.org/index.php/mod.publicaciones/mem.descargar/fichero.publicaciones_WYSETC-UNWTO-Reportv21DEFrightjustified_50a034a5%232E%23pdf/chk.656d41b175c921950a0b05d258cf-ae09

WEF. (2018). *The Global Risks Report 2018*. Geneva: World Economic Forum. Forrás: <https://www.weforum.org/reports/the-global-risks-report-2018>

WEF. (2019). *The Global Risks Report*. Geneva: World Economic Forum. Forrás: http://www3.weforum.org/docs/WEF_Global_Risks_Report_2019.pdf

WEF, W. E. (Rendező). (2016). *The Fourth Industrial Revolution* [Film]. Forrás: <https://www.youtube.com/watch?v=ChbjZHW2Wwk>

Képi adatelemzés során használt RGB indexek összehasonlítása strukturált hasonlósági index (SSIM) alapján

BIRÓ Lóránt¹

DOI: [10.29180/978-615-6342-76-8_4](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-76-8_4)

Absztrakt

Napjainkban a drónok segítségével nemcsak részletes, nagyfelbontású felvételeket készíthetünk, hanem a felvételeket ki is értékelhetjük a képfeldolgozásban használt módszerekkel. Jelen esetben ezek egyrészt a különböző szűrőket (zaj, szín, él stb.), másrészt a spektrumsávokból számolt indexeket jelentik. Az indexek alkalmazása jelenleg a mezőgazdaságban bevett gyakorlat (normalizált vegetációs index: NDVI, normalizált vörös határ index: NDRE), melyekhez a R (vörös), G (zöld) és B (kék) sáv mellett különböző infravörös tartományban használt sávokat alkalmaznak. Ezen kívül számos olyan index található a szakirodalomban, melyek csak az RGB sávokból számolhatók és különböző célú felhasználásúak. Munkám célja, hogy a szakirodalomban jelenleg megtalálható RGB indexeket (37 db) objektív módon összehasonlítsam, csoportosítsam. Legfontosabb kérdés, hogy hány csoportba lehet őket sorolni, objektív matematikai módszerrel, valamint az egyes csoportok mely RGB indexeket tartalmazzák, tehát mely indexek adnak közel azonos eredményt. Ehhez egy tesztképen kiszámoltam a 37 db RGB indexet, majd a strukturális hasonlósági index módszerével páronként összehasonlítottam az eredményképeket. Ennek eredményeképpen a vizsgált 37 db indexből 28 darabot 7 csoportra lehetett szűkíteni – vagyis a csoportokba tartozó indexek megegyeznek –, míg a maradék 9 db index egyik másik indexel sem mutatott hasonlóságot. A csoportok jellemzésére 1-1 kiválasztott index alapján vizsgáltam az eredményképet.

Kulcsszavak: képfeldolgozás, index, drón, RGB, SSIM

Bevezetés és célkitűzés

Napjainkban a drónok segítségével nemcsak részletes, nagyfelbontású felvételeket készíthetünk, hanem a felvételeket ki is értékelhetjük a képfeldolgozásban használt módszerekkel. Jelen esetben ezek egyrészt a különböző szűrőket (zaj, szín, él stb.), másrészt a spektrumsávokból számolt indexeket jelentik. Az indexek alkalmazása jelenleg a mezőgazdaságban bevett gyakorlat, azonban ezek az indexek az RGB sávok mellett különböző infravörös tartományban használt sávokat alkalmaznak. Ezen kívül számos csak RGB sávokat tartalmazó index létezik, melyek leggyakoribb célja a drágább infravörös sávok (NIR, RedEdge) felhasználásával képzett NDVI és NDRE indexek eredményeihez hasonló, csak RGB sávok felhasználásával képzett indexek létrehozása.

¹ Budapesti Gazdasági Egyetem, Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar, Üzleti Elemzés Módszertan Tanszék, e-mail: biro.lorant@uni-bge.hu

Munkám célja, hogy a szakirodalomban jelenleg megtalálható leggyakoribb RGB indexeket (37 db) objektív módon összehasonlítsam, csoportosítsam. Természetesen nem céлом az összes – szakirodalomban fellelhető – index feldolgozása, hiszen mindig újabb és újabb indexeket hoznak létre, melyek általában egy adott növényi kultúrára jellemzők. Legfontosabb kérdés, hogy hány csoportba lehet őket sorolni, objektív matematikai módszerrel, valamint az egyes csoportok mely RGB indexeket tartalmazzák, tehát mely indexek adnak közel azonos eredményt. Nem volt céлом az indexek alkalmazhatóságát vizsgálni, vagyis milyen növényzetre alkalmazták, valamint mi az adott index eredményképének az értelmezése. Csupán matematikai módszerrel szerettem volna összehasonlítani az indexeket és felhívni a figyelmet az esetleges redundanciákra.

Anyag és módszertan

Első lépésként a szakirodalomban megtalálható legfontosabb RGB indexeket gyűjtöttem össze, melyek a következők (1. táblázat).

1. táblázat: Feldolgozott RGB indexek (saját szerkesztés)

Index	Név	Képlet	Hivatkozás
BCC	Blue Chromatic Coordinate Index	$B/(R+G+B)$	De Swaef et al. 2021
BGI	Simple blue-green Ratio; Blue Green Pigment Index	B/G	Zarco-Tejada et al. 2005
BI	Brightness Index	$((R^2+B^2+G^2)/3)^2$	Richardson & Wiegand 1977
BRVI	Blue Red Vegetation Index	$(B-R)/(B+R)$	De Swaef et al. 2021
CIVE	Color Index of Vegetation	$0,441r - 0,881g + 0,385b + 18,78745$	Kataoka et al. 2003
ExB	Excess Blue	$1,4b - g$	Mao et al. 2003
ExG	Excess Green	$2g - r - b$	Woebbecke et al. 1995
ExGR	Excess Green-Excess Red	$ExG - 1,4r - g$	Meyer & Neto 2008
ExR	Excess Red	$1,4r - g$	Mao et al. 2003
GCC	Green Percentage Index	$G/(R+G+B)$	Richardson et al. 2007
GLI	Green Leaf Index	$(2G-R-B)/(2G+R+B)$	Louhaichi et al. 2001
GR	Simple red-green Ratio	G/R	Gamon & Surfus 1999
GRVI	Green Red Vegetation Index	$(G-R)/(G+R)$	Motohka et al. 2010
HI	Primary Colors Hue Index	$(2*R-G-B)/(G-B)$	Escadafal et al. 1994

HUE	Overall Hue Index	$\text{atan}(2*(B-G-R)/30,5*(G-R))$	Escadafal et al. 1994
I_{KAW}	Kawashima index	$(R-B)/(R+B)$	Kawashima & Nakatani 1998
IOR	Iron Oxide Ratio	R/B	Segal 1982
I_{PCA}	Principal Component Analysis Index	$0.994* R - B + 0.961* G - B $ $+ 0.914* G - R $	Saberioon et al. 2014
MGRVI	Modified Green Red Vegetation Index	$(G^2-R^2)/(G^2+R^2)$	Bending et al. 2015
MPRI	Modified Photochemical Reflectance Index	$(G-R)/(G+R)$	Yang et al. 2008
MVARI	Modified Visible Atmospherically Resistant Vegetation Index	$(G-B)/(G+R-B)$	Yang et al. 2008
NDI	Normalized Difference Index	$128*(((G-R)/(G+R))+1)$	Mcnairn & Protz 1993
NGBDI	Normalised Green Blue Difference Index	$(G-B)/(G+B)$	Du & Noguchi 2017
NGRDI	Normalised Green Red Difference Index	$(G-R)/(G+R)$	Gitelson et al. 2002
RCC	Red Chromatic Coordinate Index	$R/(R+G+B)$	De Swaef et al. 2021
RGBVI	Red Green Blue Vegetation Index	$(G^2-(B*R))/(G^2+(B*R))$	Bending et al. 2015
PRI	Photochemical Reflectance Index	R/G	Gamon et al. 1997
SAVI	Soil Adjusted Vegetation Index	$(1,5*(G-R))/(G+R+0,5)$	Li et al. 2010
SCI	Soil Color Index	$(R-G)/(R+G)$	Mathieu et al. 1998
SI	Spectral Slope Saturation Index	$(R-B)/(R+B)$	Escadafal et al. 1994
TGI	Triangular Greenness Index	$G-0,39*R-0,61*B$	Hunt et al. 2013
VARI	Visible Atmospherically Resistant Vegetation Index	$(G-R)/(G+R-B)$	Gitelson et al. 2002
VDVI	Visible Band-Difference Vegetation Index	$(2G-R-B)/(2G+R+B)$	Wang et al. 2015
VEG	Vegetative Index	$G/(R^{0,667}*B^{0,334})$	Hague et al. 2006
VIgreen	Vegetation Index Green	$(G-R)/(G+R)$	Gitelson et al. 2002
vNDVI	Visible NDVI	$0,5268*(r^{-0,1294}*g^{0,3389}*b^{-0,3118})$	Costa et al. 2020

WI	Woebbecke Index	$(G-B)/(R-G)$	Woebbecke et al. 1995
----	-----------------	---------------	-----------------------

R : vörös sáv, G : zöld sáv, B : kék sáv, r : $R/(R+G+B)$, g : $G/(R+G+B)$, b : $B/(R+G+B)$,

Az RGB indexekhez felhasznált tesztkép (1. ábra) DJI Mavic Mini forgószárnyú quadcopter drónnal készült JPG formátumban, 2022. 06. 06-án Csákányospusztán (Vértess hegység). A felvételen látható, hogy alacsony, illetve magasabb rendű növényzet, árnyék, kopár földút és fehér mészkőrakás is látható, így a felvétel jó lehetőséget ad az indexek teszteléséhez. A felvételek készítéséhez használt kamera paraméterei az alábbiak (URL¹):

- Szenzor típusa: 1/2.3" CMOS
- Effektív pixel: 12 M
- Képméret: 4000 x 3000 px
- Látószög: 83°
- Fókusz távolság: 24 mm
- Blende: f/2,8
- Záródő: 4-1/8000 s

1. ábra: Az RGB indexekhez felhasznált tesztkép (saját szerkesztés)



Az 1. ábrán látható felvétel RGB sávjaiból QGIS programmal számoltam ki az egyes indexeket az 1. táblázatban látható képletek alapján, majd minden létrehozott képet két formátumban mentettem le. Első verzióban „hamisszínű” képet hoztam létre – minden index esetében azonos színskálával, ahol a vörös szín a negatív, vagy 0 értéket, míg a kék szín a pozitívabb értékeket jelenti. Így könnyedén össze lehet hasonlítani az elkészült index képeket. Második verzióban az indexképet szürkeárnyaltos képként mentettem le, hiszen az objektív összehasonlítást végző matematikai módszer csak szürkeárnyaltos JPG ábrákat kezel.

Az indexképek páronkénti összehasonlítása a strukturális hasonlósági index (Wang et al. 2004) alapján történt, melynek eredményeképpen egy -1 és $+1$ közé eső értéket kapunk, ahol a -1

jelenti a két kép teljes különbözőségét, míg a +1 a teljes egyezést. Az összehasonlításokat Python környezetben „scikit-image” programcsomaggal (van der Walt et al. 2014) végeztem, amelyben megtalálható a SSIM módszere is (URL²).

Eredmények és azok értékelése

Az összehasonlítások eredményeképpen egy hasonlósági mátrixot kaptam, amely megadja az egyes indexek páronkénti hasonlósági értékét. Csak olyan indexeket vettem megegyezőnek, melyek páronkénti SSIM értéke $\geq 0,9$. A hasonlósági mátrix értékei alapján teljes egyezést (a képletek megegyeznek, így SSIM = 1) mutatnak az alábbi indexek:

- ExG = GCC
- GLI = VDVI
- GRVI = MPRI, NDI, NGRDI, VIgreen (természetesen ezen indexek egymással is megegyeznek)
- I_{KAW} = SI

További hasonlóságok vizsgálata során 7 olyan csoportot kaptam (2. táblázat), melyek esetében az indexek SSIM értéke $1,0 > x \geq 0,9$.

2. táblázat: Hasonló indexek csoportjai (SSIM $1,0 > x \geq 0,9$) a kiválasztott indexekkel (saját szerkesztés)

1. csoport	2. csoport	3. csoport	4. csoport	5. csoport	6. csoport	7. csoport
GRVI	BCC	CIVE	HI	GLI	IOR	I _{PCA}
ExGR	BRVI	ExG	MVARI	VDVI	VEG	TGI
ExR	I _{KAW}	GCC				
MGRVI	NGBDI					
MPRI	RGBVI					
NDI	SI					
NGRDI						
SAVI						
SCI						
VARI						
VIgreen						

A 37 db indexből 28 db indexet tartalmaz a fenti 7 csoport. E csoportokból kiválasztottam egy-egy jellemző indexet, amely jól jellemzi az adott csoportot (az eredményképek vizuális összehasonlításával), melyek a következők: MGRVI, RGBVI, GCC, MVARI, GLI, VEG, TGI. A fennmaradó 9 db index egyedinek tekinthető, vagyis nem hasonló egyik indexel sem, ezek a következők: BGI, BI, ExB, GR, HUE, RCC, PRI, vNDVI, WI.

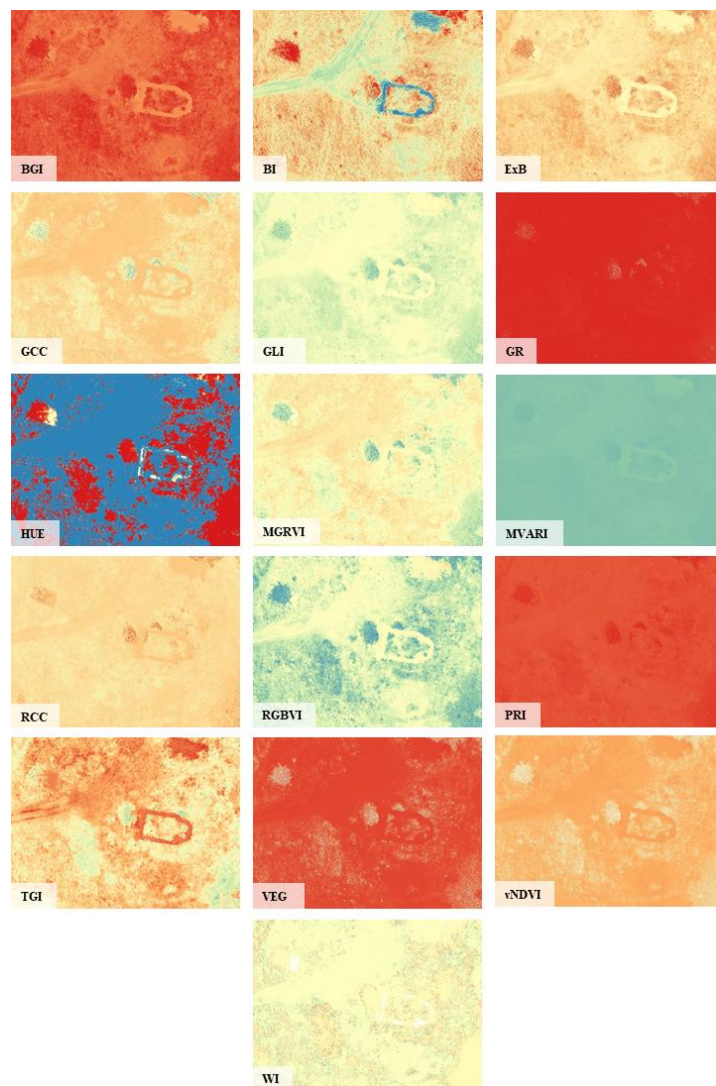
Így végeredményként a 38 db index összesen 16 db különböző indexnek tekinthető, amelyek az alábbiak (az alkalmazhatóságot figyelmen kívül hagyva): BGI, BI, ExB, GCC, GLI, GR, HUE, MGRVI, MVARI, RCC, RGBVI, RGI=PRI, TGI, VEG, vNDVI, WI (2. ábra).

Következtetés és összefoglalás

A szakirodalomban megtalálható leggyakoribb 37 db RGB index objektív hasonlóság módszerrel történő vizsgálata alapján tehát 16 önálló indexről lehet beszélni. Fontos kiemelni, hogy ez nem jelenti azt, hogy a redundáns indexek feleslegesek lennének, hanem csak azt, hogy képi adatfeldolgozás során egy kérdés megválaszolásához akár több indexet is alkalmazhatunk, amely valószínűleg hasonló eredményt ad. Az összehasonlítások során figyelmen kívül hagytam az adott indexek eredeti felhasználhatóságát, vagyis milyen típusú növényzeten alkalmazták először. Az adott probléma megoldásánál azonban figyelembe kell venni ezt a szempontot is, mielőtt az indexet kiválasztjuk.

További vizsgálat lehet akár többfajta növényzeten megvizsgálni és értelmezni a 16 típusú indexet. Talán a legfontosabb kérdés az, hogy mely index ad leginkább hasonló eredményt, mint az NDVI, valamint az NDRE index, mivel így kiváltható lenne a multispektrális kamerák használata a drónokkal való adatelemzés folyamatában.

2. ábra: Összehasonlítás eredményeként kapott egyedi indexek (saját szerkesztés)



Irodalomjegyzék

- Bendig, J., Yu, K., Aasen, H., Bolten, A., Bennertz, S., Broscheit, J., Gnyp, M.L.; Bareth, G. (2015) *Combining UAV-based plant height from crop surface models, visible, and near infrared vegetation indices for biomass monitoring in barley*. International Journal of Applied Earth Observation and Geoinformation, Amsterdam, v. 39, p. 79-87.
- Costa, L., de Morais N.L., Ampatzidis, Y. (2020) *A new visible band index (vNDVI) for estimating NDVI values on RGB images utilizing genetic algorithms*. Computers and Electronics in Agriculture. 172. <https://doi.org/10.1016/j.compag.2020.105334>.
- De Swaef T, Maes WH, Aper J, Baert J, Cougnon M, Reheul D, Steppe K, Roldán-Ruiz I, Lootens P. (2021) *Applying RGB- and Thermal-Based Vegetation Indices from UAVs for High-Throughput Field Phenotyping of Drought Tolerance in Forage Grasses*. Remote Sensing 13(1):147. <https://doi.org/10.3390/rs13010147>
- Du M, Noguchi N. (2017) *Monitoring of Wheat Growth Status and Mapping of Wheat Yield's within-Field Spatial Variations Using Color Images Acquired from UAV-camera System*. Remote Sensing. 9(3):289. <https://doi.org/10.3390/rs9030289>
- Escadafal, R., Belghit, A., Ben-Moussa, A. (1994) *Indices spectraux pour la télédétection de la dégradation des milieux naturels en Tunisie aride*. In: Guyot, G. réd., Actes du 6eme Symposium international sur les mesures physiques et signatures en télédétection, Val d'Isère (France), 17-24 Janvier 1994, 253-259.
- Gamon, J.A., Surfus, J.S. (1999) *Assessing leaf pigment content and activity with a reflectometer*. New Phytologist, 143:105-117. <https://doi.org/10.1046/j.1469-8137.1999.00424.x>
- Gamon, J.A., Serrano, L., Surfus, J.S. (1997) *The Photochemical Reflectance Index: An Optical Indicator of Photosynthetic Radiation Use Efficiency across Species, Functional Types, and Nutrient Levels*. Oecologia, 112(4):492–501. <http://www.jstor.org/stable/4221805>
- Gitelson, A., Kaufman, Y., Rundquist, D. (2002) *Novel Algorithms for Remote Estimation of Vegetation Fraction*. Remote Sensing of Environment. 80:76-87. [https://doi.org/10.1016/S0034-4257\(01\)00289-9](https://doi.org/10.1016/S0034-4257(01)00289-9).
- Hague, T., Tillett, N.D., Wheeler, H. (2006) *Automated crop and weed monitoring in widely spaced cereals*. Precision Agriculture, Berlin, v. 7, n. 1, p. 21-32.
- Hunt, E.R. Jr., Doraiswamy, P.C., McMurtrey, J.E., Daughtry, C.S.T., Perry, E.M., Akhmedov, B. (2013) *A visible band index for remote sensing leaf chlorophyll content at the canopy scale*. Publications from USDA-ARS / UNL Faculty. 1156.
- Kataoka, T.; Kaneko, T.; Okamoto, H.; Hata, S. (2003) *Crop growth estimation system using machine vision*. In: IEEE/ASME INTERNATIONAL CONFERENCE ON ADVANCED INTELLIGENT MECHATRONICS, 2003, Kobe. Proceedings [...]. Piscataway: IEEE, v. 2, n. 1, p. 1079-1083.
- S. Kawashima, M. Nakatani (1998) *An Algorithm for Estimating Chlorophyll Content in Leaves Using a Video Camera*. Annals of Botany. 81(1):49–54, <https://doi.org/10.1006/anbo.1997.0544>
- Li, Y., Chen, D., Walker, C.N., Angus, J.F. (2010) *Estimating the nitrogen status of crops using a digital camera*. Field Crops Research, Amsterdam, v. 118, n. 3, p. 221-227.

- M., Louhaichi, M.M. Borman, D.E. Johnson (2001) Spatially Located Platform and Aerial Photography for Documentation of Grazing Impacts on Wheat. *Geocarto International*. 16:1. 65-70. DOI: [10.1080/10106040108542184](https://doi.org/10.1080/10106040108542184)
- Mao W., Wang Y., Wang Y. (2003) *Real-time detection of between row weeds using machine vision*. ASABE Annual Meeting. Las Vegas, NV
- R. Mathieu, M. Pouget (1998) *Relationships between satellite-based radiometric indices simulated using laboratory reflectance data and typic soil colour of an arid environment*. *Remote Sensing of Environment*, 66:17-28.
- McNairn, H., Protz, R. (2014) *Mapping Corn Field Residue Cover on Agricultural Fields in Oxford County, Ontario, Using Thematic Ma*. *Canadian Journal of Remote Sensing*. 19.
- Meyer, G. E.; Camargo Neto, J. (2008) *Verification of color vegetation indices for automated crop imaging applications*. *Computers and Electronics in Agriculture*, Athens, v. 63, n. 2, p. 282-293.
- Motohka, T., Nasahara, K.N., Oguma, H., Tsuchida, S. (2010) *Applicability of green-red vegetation index for remote sensing of vegetation phenology*. *Remote Sensing*, Amsterdam, v. 2, n. 10, p. 2369-2387.
- Richardson, A. J., Wiegand, C. (1977) *Distinguishing Vegetation from Soil Background Information*. *Photogrammetric Engineering and Remote Sensing*, 43:1541-1552.
- Richardson, A.D., Jenkins, J.P., Braswell, B.H., Hollinger, D.Y., Ollinger, S.V., Smith, M.-L. (2007) *Use of digital webcam images to track spring green-up in a deciduous broadleaf forest*. *Oecologia*. 152:323-334.
- Saberioon, M.M., Amin, M.S.M., Anuar, A.R., Gholizadeh, A., Wayayok, A., Khairunniza-Bejo, S. (2014) *Assessment of rice leaf chlorophyll content using visible bands at different growth stages at both the leaf and canopy scale*. *International Journal of Applied Earth Observation and Geoinformation*, Amsterdam, v. 32, p. 35-45.
- Segal, D. (1982) *Theoretical Basis for Differentiation of Ferric-Iron Bearing Minerals, Using Landsat MSS Data*. *Proceedings of Symposium for Remote Sensing of Environment, 2nd Thematic Conference on Remote Sensing for Exploratory Geology*, Fort Worth, TX, pp. 949-951.
- Z., Wang, A.C. Bovik, H.R. Sheikh, E.P. Simoncelli (2004) *Image quality assessment: from error visibility to structural similarity*. *IEEE Transactions on Image Processing*. 13(4):600-612. <https://doi.org/10.1109/TIP.2003.819861>.
- van der Walt, S., Schönberger, J.L., Nunez-Iglesias, J., Boulogne, F., Warner, J.D., Yager, N., Gouillart, E., Yu, T. and the scikit-image contributors (2014) *scikit-image: Image processing in Python*. *PeerJ* 2:e453 <https://doi.org/10.7717/peerj.453>
- Wang, X., Wang, M., Wang, S., Wu, Y., (2015) *Extraction of vegetation information from visible unmanned aerial vehicle images*. *Nongye Gongcheng Xuebao/Transactions of the Chinese Society of Agricultural Engineering*, vol. 31, no. 5, p. 152–159.
- Woebbecke, D. M.; Meyer, G. E.; Bargen, K. V. O. N.; Mortensen, D. A. (1995) *Color indices for weed identification under various soil, residue, and lighting conditions*. *Transactions of the ASAE*, Michigan, v. 38, n. 1, p. 259-269.
- Yang, Z., Willis, P., Mueller, R. (2008) *Impact of band-ratio enhanced AWIFS image to crop classification accuracy*. *Pecora* 17:18–20.

P.J. Zarco-Tejada, A. Berjón, R. López-Lozano, J.R. Miller, P. Martín, V. Cachorro, M.R. González, A. de Frutos, (2005) *Assessing vineyard condition with hyperspectral indices: Leaf and canopy reflectance simulation in a row-structured discontinuous canopy*. Remote Sensing of Environment. 99(3):271-287. <https://doi.org/10.1016/j.rse.2005.09.002>.

Internetes hivatkozások

URL¹: <https://www.dji.com/hu/mavic-mini/specs>, letöltés ideje: 2023. 07. 08.

URL²: https://scikit-image.org/docs/dev/auto_examples/transform/plot_ssim.html, letöltés ideje: 2023. 07. 08.

A corporate language jelentősége és alkalmazhatósága a német üzleti nyelv oktatásában

CSÁK Éva¹

DOI: [10.29180/978-615-6342-76-8_5](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-76-8_5)

Absztrakt

A corporate language (CL) napjainkban a vállalati kommunikáció szakemberei figyelmének fókuszába került, mivel nagymértékben hozzájárulhat az adott cég marketingkommunikációs tevékenységének eredményességéhez. Az egységes vállalati nyelvhasználat a versenytársaktól való elkülönülés, a megkülönböztethetőség kiemelt eszközévé válhat. Tanulmányom első részében felvázolom a corporate language, azaz a vállalati nyelvhasználat fogalmát, helyét és szerepét a vállalati arculat modelljében. Hangsúlyozom, hogy a corporate language a szaknyelv-kutatók számára nem új keletű fogalom, hiszen számos megközelítést ismerünk a gazdasági szaknyelvek rétegződésnek leírására irányuló kutatásokból. A szakirodalom áttekintését követően a tanulmány néhány bevált módszert ismertet, amelyek segítségével a hallgatók egy konkrét vállalat munkatársai által megfogalmazott szövegfajtákból kiindulva saját maguk fedezték fel a nyelvben rejlő lehetőségeket. Az eredmények azt bizonyítják, hogy az általános jelenségekre következtető induktív munkafolyamat, az aktuális írásbeli és szóbeli szövegfajtákkal és műfajokkal történő szembesülés nagymértékben növeli a hallgatók aktivitását és a tanulás hatékonyságát.

Kulcsszavak: marketingkommunikáció, üzleti nyelv, corporate language, vállalatspecifikus nyelvhasználat, szaknyelvvoktatás

Bevezetés

Üzleti nyelvi kurzusaink indításakor szaknyelvvoktatóként minden alkalommal azt a célt tűzzük ki magunk elé, hogy a képzés profiljának megfelelően a lehető legtöbb írásbeli és szóbeli gazdasági jellegű szövegfajttal ismerkedjenek meg a hallgatóink. A célok megfogalmazásánál azonban az a dilemma is a látóköreinkbe kerül, hogy vajon mindazon tartalmak, amelyeket a legfrissebb kurzuskönyvek közvetítenek a nyelvtanuló számára, valóban használatosak-e a céges világ mindennapjaiban. Vajon milyen módon tudnánk közelebb hozni a tényleges vállalati kommunikációt a tanterem falaihoz? Ehhez a tanítási szándékhoz és a cél megvalósításához kínál tanulmányom néhány módszert példák bemutatásával.

Szakirodalmi áttekintés

A gazdasági nyelvekről azért célszerű többes számban beszélni, mert a különböző szakmák által behatárolt kommunikációs közegekben más-más nyelvi eszközök dominanciája érvényesül. A gazdasági nyelvek fogalomkörébe tartozik mind az elméleti gazdaságtudomány

¹ Budapesti Gazdasági Egyetem, Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar, Gazdasági Szaknyelvek Tanszék, e-mail: agynecsak.eva@uni-bge.hu

nyelvezete, mind az egyes szakterületek (kereskedelem, pénzügy, turisztika stb.) szakembereinek üzleti szándékú nyelvhasználata. A gazdasági nyelvek határainak kijelölésére, tipologizálásra és meghatározására a szaknyelvkutatás területén számos kísérlet történt.

Ma is kiindulópontként szolgál Hoffmann közismert definíciója: „Fachsprache ist die Gesamtheit aller sprachlichen Mittel, die in einem fachlich begrenzten Kommunikationsbereich verwendet werden, um die Verständigung zwischen den in diesem Bereich tätigen Menschen zu gewährleisten“ (Hoffmann 1984: 53). A szaknyelv azoknak a nyelvi eszközöknek az összessége, amelyek különböző szakmák által behatárolt kommunikációs területeken az adott szakemberek kommunikációját biztosítják (ford.: a szerző).

Fluck (1991) sem fogadja el a gazdasági szaknyelv fogalmát és feltételezi, hogy ugyanannyi szaknyelv van a gazdaság területén, mint ahány szakterület. Ha a szaknyelvek száma a gazdaság területén sem térben, sem időben nem számszerűsíthető, egyetérthetünk abban, hogy a gazdasági szaknyelv olyan gyűjtőfogalom, amely különbözőképpen szegmentálható egyéb alcsoportokra. Bolten (1992) szerint magába foglalja:

- a gazdasági jellegű szaknyelvek tudományos-elméleti szintjét,
- a gazdaság adott területeinek szakmai nyelvezetét,
- a szakirányú köznyelvet, azaz a szakmán kívüli kommunikációt.

Továbbá hangsúlyoznunk kell, hogy az ily módon elválasztott gazdasági nyelvterületek önmagukban is differenciált alrendszeret képeznek, amelyeket bizonyos nyelvi eszközök és műfajok dominanciája és gyakorisága jellemez.

Egyetemünkön elsősorban a második réteghez kötődő szóbeli és írásbeli szövegtípusok és műfajok mentén oktatjuk az üzleti nyelvet. A szaknyelvkutatás során tipikus szóbeli és írásbeli szövegfajtákkal szembesülünk, melyek a német esetében többek között a következők lehetnek: Gebrauchsanleitung (használati utasítás) Arbeitsvertrag (munkaszerződés) Geschäftsbericht (üzleti jelentés), Allgemeine Lieferbedingungen (általános szállítási feltételek), Kaufvertrag (adás-vételi szerződés), Firmenpräsentation (cégbemutató).

Hundt a gazdasági-üzleti nyelvhasználat még szűkebb dimenzióját különíti el az ún. intézményi gazdasági nyelv fogalmának meghatározásával. Az intézményi gazdasági nyelv bizonyos hatóságok, pl. bankok, biztosítók, multinacionális cégek szakmai diskurzusra és nyelvhasználatára jellemző (Hundt 1995). Hundt felismerését követve Helene Kurt kizárólag a Lufthansa légitársaság intézményspecifikus nyelvhasználati területeinek, pl. az elvámolás és a poggyászkidás nyelvhasználatát térképezi fel a Vállalati kommunikáció az intézményi kommunikáció tükrében c. munkájában (Kurt 2001). Egyet kell értenünk azzal a megállapítással is, hogy ahány vállalat, annyi nyelvhasználati szintér.

A szaknyelvkutatók megközelítése összecseng a mai céges kommunikáció legújabb trendjével, az ún. corporate language körülírásával, jelentőségének előtérbe helyezésével. Burel (2016) sajnálatosnak tartja, hogy az üzletemberek a nyelvhasználatot a vállalati siker szempontjából régóta csak puha készségként, ún. „soft skill”-ként periferikusan kezelik. A növekvő verseny miatt azonban egyre több cég ismeri fel a cég nyelvezetének fontosságát. A vállalat központi értékeit közvetítő következetes vállalati nyelvhasználat olyan erőt hordozhat, amely egyedi módon szólítja meg a kommunikációs partnereket mind a vállalaton belüli, mind a vállalaton kívüli interakciók során. Fokozottan érzékelhetők azok a törekvések, amelyek arra irányulnak, hogy a megállapított vállalati értékek nyelvi eszközökké alakíthatók helyesírási normák, egységes megfogalmazások és stílusjegyek formájában. Jelentős lépés ebben az irányban a szövegezési építőelemek gyűjteménye, a cégen belüli szótár vagy nyelvi kalauz.

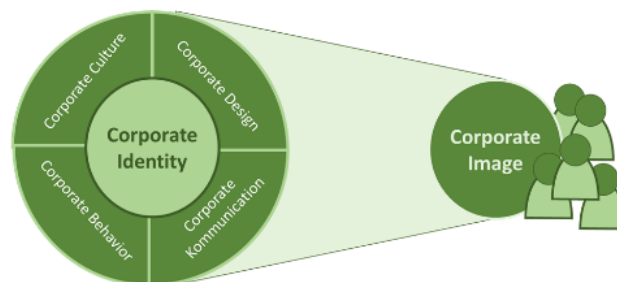
Hans-Peter Förster, a *corporate wording* terminus megalkotója a St. Gallen-i üzleti főiskola docense, marketing- és médiaszakértője. Az általa megalkotott fogalmat a pontos meghatározás és a használati körök rendszerezése után levédette (Förster 1994). Az új fogalom használata a német szakirodalomban azonban nem egységes. A *corporate wording* mellett a

corporate language, illetve a natív változat, az *Unternehmenssprache / unternehmensspezifische Sprache* egyaránt megjelenik a szakmai közegekben.

Számunkra a Gabler gazdasági lexikon digitális változatában feltüntetett meghatározás a mérvadó: „Die Corporate Language ist eine einheitliche unternehmensspezifische Sprache, die ein wesentlicher Bestandteil des Corporate Behavior ist. Sie übt einen erheblichen Einfluss auf die Corporate Identity nach innen wie nach außen und damit auf das Corporate Image aus. (A corporate language egy egységes, vállalatspecifikus nyelv, amely a vállalati magatartás lényeges alkotóeleme. Jelentős befolyást gyakorol a szervezeti arculatra mind befelé, mind kifelé, és ezáltal a szervezeti imázsra egyaránt (ford. a szerző). Ennek megfelelően tanulmányomban a *corporate wording* és *corporate language* esetében ekvivalensként a következő megnevezéseket használom: *vállalatspecifikus nyelv*, ill. *vállalatspecifikus nyelvhasználat*).

A marketingszakértők egyetértenek abban, hogy a corporate language (CL) a szervezeti arculattal (corporate identity / CI) szoros kapcsolatban áll. Megoszlanak a vélemények azonban abban, hogy hol helyezhető el a CI modelljében. Bastian Foerster, a Német Marketingintézet munkatársa megállapítja, hogy a vállalat megjelenése, azaz a corporate design (CD) a szervezeti arculat (CI) legismertebb komponense, mely az egész vállalat vizuális megjelenésére vonatkozik, pl. a logó, a névjegykártya, a levélpapír tipográfiája stb. A modell minden szegmensét körbejárja, és eközben megemlíti a vállalatspecifikus nyelvhasználatot. Magyarázata során azonban nem kellő alaposággal ad számot szerepéről, nem is helyezi el a modellben, bár hangsúlyozza, hogy valahol a vállalati kultúra fogalomkörének közelében helyezhető el (Foerster 2018).

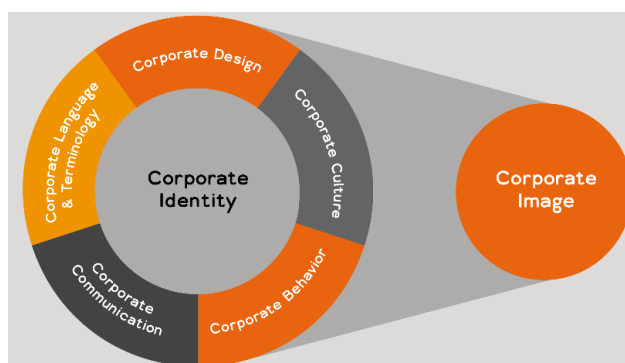
1. ábra: A szervezeti arculat komponensei (Német Marketingintézet)



Forrás: Deutsches Institut für Marketing (2018)

A Lionbridge szövegezési, fordítási, marketingfejlesztési szakszolgáltatói platform 2019-ben megalkotott modelljében már elkülönített helye van a vállalati nyelvnek és terminológiának. A modell az új szemléletmód kialakításának törekvéseit közvetíti. A szakértő csapat leszögezi, hogy a vállalati nyelv fontos szerepet játszik a vállalat és a márka identitásának és hatásának kialakításában. Befolyásolja a vállalati kommunikáció egészét, a belső üzenetküldéstől a webes tartalmakon, a sajtóközleményeken és az éves jelentéseken át a reklámszlogenekig.

2. ábra: A szervezeti arculat komponensei



Forrás: *Lionbridge Marketing Development Platform (2019)*

Annika Schach, a Hannoveri Főiskola Alkalmazott Public Relations (PR) tanszékének professzora és a német PR Akadémia tudományos vezetője a vállalat nyelvét szintén a vállalati arculat modelljébe integrálja és megállapítja, hogy a vállalat megjelenése (CD) mellett a vállalatspecifikus nyelvhasználat (CL) is fontos kommunikációs megkülönböztetési kritériumot képez. Így a vizuális megjelenés szabályozásához hasonlóan kell a vállalatspecifikus nyelvi követelményeket is meghatározni az egységes márkaimázs biztosítása érdekében. A vállalatspecifikus nyelvhasználat (CL) tehát a cég munkatársaival megismertetett, elfogadott és intézményesített nyelvhasználat, amely a stratégiai vállalatvezetés és -tervezés, továbbá a márkáépítés szerves része kell, hogy legyen (Schach 2015).

Kutatási kérdések, módszerek és eredmények

A szakirodalomban felvázolt tendenciákat és a corporate language jelentőségének előtérbe kerülését figyelembe véve szaknyelvoktatóként arra a kérdésre keresem a választ, hogy milyen módszertani lépések szükségesek a céges kommunikáció műfajainak megismertetésére és melyek azok az eredmények, amelyek elérhetők az adott módszer alkalmazásának segítségével.

A következőkben szeretném ismertetni azokat a módszertani kísérleteimet, amelyek arra irányultak, hogy egy-egy konkrét vállalat honlapjáról kiindulva, különböző szövegfajtákat önállóan felfedezve hatékonyan dolgozzanak hallgatóink az német üzleti nyelvi órán. Miután felismerték és feltárták az adott műfajra jellemző lexikai elemeket, grammatikai jelenségeket és stílusjegyeket, ezek ismeretében önálló szövegeket alkottak. A munka minden esetben jelenléti formában zajlott, de alkalmazható online formában is.

A cég bemutatkozása a honlap nyitólapján

A hallgatók saját mobiltelefonjuk segítségével rákerestek a Bosch-Gruppe kezdőoldalára. Átolvasták csoportokban a vállalat történetét a kezdetektől napjainkig. Eközben utánanéztek javasolt online szótároldalakon az ismeretlen szavak jelentésének, és elkészítették az idegen szavak, kifejezések listáját. A szövegek értelmezése után megbeszélték azt is, hogy milyen hatással volt rájuk a szöveg, milyen képet alkottak az adott vállalat arculatáról. Az előfeltételezéseiket általában igazolni tudták, amikor elnavigáltak a további menüpontokra.

A „Karriere” alponban könnyen rábukkantak az aktuális állásajánlatokra. Ezek újabb vitatémát szolgáltatott arra vonatkozóan, hogy mely álláskiírásokat pályáznák meg szívesen, milyen lépéseket kell ahhoz tenni, hogy alkalmasak legyenek az adott elvárásoknak.

A honlapelemzés során a hallgatók figyelme mindvégig fenntartható volt, mert bele tudtak helyezkedni a cég mindennapjaiba, meg tudták fogalmazni, hogy ők személy szerint milyen feladatot tudnának ott vállalni, elegendőek-e ehhez kompetenciáik és nyelvtudásuk.

A feladat összefoglalása, eredmények:

Szövegtípusok: online-cégbemutató, álláshirdetés

Forrás: <https://bosch.de>

Munkaforma: jelenléti oktatás, 3-4 fős csoportok

Fejlesztési terület: lexikai ismeretek bővítése, szövegértés fejlesztése, vitakészség kialakítása

Tanulási eredmény: A hallgató képessé válik a korábban magyar nyelven már elsajátított ismeretei kifejtésére idegen nyelven, a véleményalkotás, elemzés és érvelés idegen nyelvi eszközeinek használatára, a megfelelő szakmai szókincs alkalmazására, továbbá adekvát grammatikai szerkezetek használatára.

Reklámszlogenek

Sokat és sokan elemezték már a stilisztikai vizsgálatok keretében a különböző szövegfajtaikat és megállapították, hogy a reklám nyelvezetére szintaktikai tekintetben a legjellemzőbb az elliptikus, azaz hiányos mondat, lexikai tekintetben pedig a szójáték (Kegyes-Kovács 2012).

A Porsche reklámanyelvére jellemző egyszavas mondatok akár kezdő szinten is bevethetők voltak, pl.: „*All die Rennsiege. Die Träume. Unsere Fans. Tausende von Ideen. Bewahren wir in unseren Herzen.*“ De az összefüggő szövegek is jól értelmezhetők alacsonyabb szintű nyelvtudás segítségével is, és sokat elárulnak az adott cég szakspecifikus nyelvhasználatáról: „*Es geht um alles. Um einen unverrückbaren Maßstab. Um einen Sportwagen, den es in dieser Form nur ein einziges Mal gibt. Der seit Generationen fasziniert. Dem unser Herzblut gehört. Unser Blick geht dabei nach vorn. Nicht zur Seite, niemals zurück.*“ Kitértünk a reklámok üzeneteire, hiszen a Porsche esetében a szlogenek nemcsak azt a tényt sugallják, hogy az autók kiváló közlekedési eszközök, hanem szubjektívált formában saját akaratauk, harcos kedvük van és a jövőbe tekintenek.

A Mediamarkt vállalatspecifikus nyelvhasználata kiváló kiindulópontot adott további reklámszlogenek értelmezésére. Nem csak új kifejezések, hanem akár kisebb történetek, országismereti jellegű szociokulturális elemek kerültek a nyelvórai beszélgetések fókuszába. A cég honlapjáról elindulva a kínálatokhoz elnavigálva egy egész csokorra való reklámszlogen kínálkozott feldolgozásra. A „*Tiefpreisschicht*” kapcsán felelevenítettük a *Frühschicht*, *Spätschicht* munkaerőpiaci témából már ismert szakszavakat, és következtettünk a reklámüzenetre. A homonímiától („*Frohes Nest*“ < *Frohes Fest*, „*EM schon, denn schon*“ < *Wenn schon, denn schon*, „*Hin&Web*“ < *hin und weg*, „*Auf zum großen Sparathon*“ < *Marathon*), az alliteráción át („*Das Mega-Marken-Sparen*“, „*Das große Euro Osterhasenrasen*“) eljutottunk a *Frühshoppen* szójátékig. Felidéztek a délnémet és osztrák *Frühshoppen* hagyományt, amely vidéki területeken kezdődött és a vasárnapi istentisztelet utáni késő délelőtti összejöveteleket jelenti a kisvendéglők törzsasztalainál. A szlogen erre a szokásra utal a vasárnap délelőtti vásárlást reklámozva.

A feladat összefoglalása, eredmények:

Szövegtípus: reklámszlogenek

Forrás: <https://www.porsche.com/germany/aboutporsche/service/porsche/germany/>;
<https://www.mediamarkt.de/>

Munkaforma: jelenléti oktatás, 3-4 fős csoportok

Fejlesztési terület: A reklámszlogen megismerése

Tanulási eredmény: A hallgató a reklámszlogen gyűjtése és értelmezése során képessé válik a reklámüzenetek felismerésére, azok megfogalmazására. A szójátékok lehetőséget biztosítanak a szókincsfejlesztés mellett szociokulturális sajátosságok értelmezésére.

Online-reklámlevél

A Lufthansa kezdőoldala egyben foglалásoldal is, továbbá a hirdetések, reklámlevelek és akciók az első menüpontok között fellelhetők. A munkacsoportok a „Buchen & Managen” menüpontból kiindulva az „Angebote und Destinationen” linkre kattintva választottak maguknak célpontot. Az alábbiakban egy választott desztinációhoz kapcsolódó reklámlevelet és az azzal történő munkafolyamatot mutatom be.

Ihr Wunschflug von Budapest nach Köln

Suchen Sie nach günstigen Flügen von Budapest nach Köln? Werfen Sie einen Blick auf unsere Angebote, um den besten Preis für Ihren Flug zu finden. Finden Sie Angebote und Aktions-Preise für Flüge nach Köln (CGN) im Januar 2024 ab 52.800 HUF.

Ob Sie nun Ihren Urlaub in Deutschland verbringen wollen oder zu einem Geschäftstermin nach Köln reisen, ein Lufthansa Flug bietet Ihnen eine bequeme Reise von Ungarn zu Ihrem Zielort.

Wir stellen zudem sicher, dass Ihre Zeit an Bord möglichst entspannend ist. So wird Ihr Flug von Budapest nach Köln besonders genussreich. Sie müssen nur den Monat angeben, in dem Sie zu fliegen wünschen. Der kostengünstigste Flug von Budapest nach Köln ist für nur 52.800 HUF im Januar 2024 erhältlich.

A hallgatók előzetes szakmai ismereteik alapján önállóan felismerték a reklámlevél tipikus stílusjegyeit. Egyértelmű volt a felszólító módú alakok dominanciája (*Suchen Sie..., Werfen Sie...*) és az *akár-akár* szintaktikai szerkezet hatásossága (*Ob... oder...*). Szembetűnő volt továbbá a biztosságot és a kényelmet kifejező lexikai elemek megléte (*sicherstellen, entspannend, genussreich, bequem, kostengünstig*) és a szűkítő jelentésű mondat célcsoportra irányuló üzenete (*Sie müssen nur...*). Az elemzési munkaszakasz után azt a feladatot kapták a hallgatók, hogy általuk kiválasztott magyarországi desztinációhoz saját megfogalmazású reklámlevelet írjanak a megismert lexikai, grammatikai és stilisztikai jegyek alkalmazásával. A szövegalkotási feladat könnyen teljesíthető volt, és a sikerélmény sem maradt el az óra végén a kész szövegek plénumban történő bemutatása során.

A feladat összefoglalása, eredmények:

Szövegtípus: reklámlevél

Forrás: <https://www.lufthansa.com/de/de/en/homepage>

Munkaforma: jelenléti oktatás, 2-3 fős csoportok

Fejlesztési terület: a reklámlevelek felépítésére, nyelvezetére és stílusára vonatkozó ismeretek

Tanulási eredmény: A hallgató képessé válik a vállalatok írásbeli kommunikációjának alapvető szövegfajtájának, a reklámlevélnek önálló, szótári segítség igénybe vétele nélküli megalkotására, a speciális szövegszerkesztési technikák készségszintű alkalmazására.

Konklúzió

A corporate language, azaz a vállalatspecifikus nyelvhasználat a reklámipar szempontjából napjainkban egyre inkább előtérbe kerül, tagadhatatlan szerepe van egy adott cég egyedi arculatának kialakításában. Mára több reklámszakember felismerte, hogy a nyelvhasználat

külön figyelmet érdemel a márkapozicionálás, értékképzés és az imázs-kampányok szempontjából, mert növeli a cég ismertségét, kiemeli a márkát a többi hasonló ágazati termék közül és pozitív attitűdöket alakít ki a céggel szemben. Ez a tény a gazdasági nyelv oktatója szempontjából azzal a tanulsággal jár, hogy érdemes a szaknyelvet az egyes vállalatok szemszögéből kezelni. Célszerű folyamatosan figyelni a legújabb trendeket, és ezek alapján alakítani az üzleti nyelv tolmácsolását hallgatóink felé.

Az egy speciális esetből általános jelenségekre következtető induktív munkafolyamatok hatékonyak és lendületesnek bizonyultak. Mivel a szaknyelvi órán nem egy tankönyvi szöveg, hanem egy konkrét cég aktuális üzleti helyzete került fókuszba, a tanulási folyamattal egy időben megjelenő szóbeli és írásbeli szövegfajták, a valós adatokkal, többek között az aktuális, állás hirdetésekkel való szembesülés nagymértékben növelték a hallgatói aktivitást és a figyelem folyamatos fenntartását. A cégek honlapjai köré szerveződő munkafolyamatok azért is bizonyultak hatékonyak, mert a hallgatók saját érdeklődési körüknek megfelelően egyénileg választhattak ki tartalmakat, saját elképzeléseik és munkatempójuk szerint nyomoztak és az eredményeket saját felfedezésként mutathatták be.

Irodalomjegyzék

Burel, S. (2016): Angewandte Unternehmenskommunikation aus linguistischer Perspektive in Forschung, Praxis und Lehre. In: Karstens, I. – Busch, A. (Hrsg.). *Handbuch Wirtschaftskommunikation: Interdisziplinäre Zugänge zur Unternehmenskommunikation*. Francke Verlag: Tübingen. 561-577

Bolten, J. (1992): Fachsprache oder Sprachbereich? Empirisch-pragmatische Grundlagen zur Beschreibung der deutschen Wirtschafts-, Medizin- und Rechtsprache. In: Bungarten, Th. (Hrsg.) *Beiträge zur Fachsprachenforschung*. Bd. 1 Attikon: Tostedt. 57-72

Fluck, H-R. (1991): *Fachsprachen. Einführung und Bibliographie*. Gunter Narr Verlag: Tübingen

Foerster, B. (2018): *Corporate Identity – Definition und Einordnung* <https://www.marketinginstitut.biz/blog/corporate-identity/> (2023.07.21.)

Förster, H-P. (1994): *Konzepte für eine unternehmerische Schreibkultur*. Frankfurt-New York: Campus Verlag.

Hoffmann, L. (1984) *Kommunikationsmittel Fachsprache. Eine Einführung*. Berlin: Akademie-Verlag. <https://doi.org/10.1515/9783112473924>

Hundt, M. (1995): *Modellbildung in der Wirtschaftssprache: Zur Geschichte der Institutionen- und Theoriefachsprachen der Wirtschaft. Reihe Germanistische Linguistik. Band 150*. Gunter Narr Verlag: Tübingen. <https://doi.org/10.1515/9783110954685>

Kegyes-Kovács (2012): Logisztikai szolgáltatások kommunikációja. *GÉP–A Gépipari Tudományos Egyesület műszaki, vállalkozási, befektetési, értékesítési, kutatás-fejlesztési, piaci információs folyóirata*. LXIII. évf., 4. szám. Miskolc: Miskolci Egyetem. 43-47

Kurt, H. (2001): *Unternehmenskommunikation im Horizont der Institutionenkommunikation – das Unternehmen Lufthansa als Institution*. Grin Verlag: München.

Schach, A (2015): *Advertorial, Blogbeitrag, Content. Strategie. Neue Texte der Unternehmenskommunikation.* SpringerGabler:Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-05492-2>

Internetes hivatkozások

Bosch-Gruppe <https://www.bosch.de/> (2023.07.21.)

Porsche Deutschland GmbH <https://www.porsche.com/germany/aboutporsche/service/porsche-germany/> (2023.07.21.)

Mediamarkt <https://www.mediamarkt.de/> (2023.07.21.)

Lufthansa <https://www.lufthansa.com/de/de/en/homepage> (2023.07.21.)

Német Marketingintézet (Deutsches Institut für Marketing) <https://www.marketinginstitut.biz/blog/corporate-identity/> (2023.07.21.)

Lionbridge Marketingfejlesztési Platform <https://www.lionbridge.com/blog/content-creation/how-do-you-define-and-manage-your-corporate-language/> (2023.07.21.)

Videók kommunikációs tréningekhez <https://eniqma.info/trainingsvideos> (2023.06.02.)

Hans-Peter Förster weboldala <https://hans-peter-foerster.de> (2023.06.02.)

Gabler Wirtschaftslexikon <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/corporate-language-27814/version-251456> (2023.06.02.)

Corporate Design Manual, a Hannover-Rück csoport fogalomtára <https://corporate-design.hannover-rueck.de/404563/corporate-wording> (2023.06.02.)

A szaknyelvek jellemzői

CSÁNYI Eszter¹

DOI: [10.29180/978-615-6342-76-8_6](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-76-8_6)

Absztrakt

Magyarországon az 1990-es évektől egyre több publikáció, PhD dolgozat, kandidátusi értekezés jelent meg a szaknyelvkutatás területén, a kutatók véleménye és álláspontja azonban még a mai napig sem egységes. A szaknyelvek elemzésére számos módszer áll rendelkezésünkre, azonban ez a vizsgálat minden esetben interdiszciplináris megközelítést kíván. Az egyes tudományágak átfedésben és folyamatos kölcsönhatásban vannak egymással, ami a szaknyelvek globális, több oldalról történő tanulmányozását teszi szükségessé.

Kulcsszavak: szaknyelv, általános nyelv, szaknyelvek elhatárolása, interdiszciplinaritás

Bevezetés

A társadalomban bekövetkezett változások mindinkább indokolják a szaknyelvek szerepére, használatára vonatkozó vizsgálatok, kutatások számának emelkedését.

A szaknyelvek tanulmányozásához a kutatónak egyszerre van szüksége nyelvészeti és a választott szakterületre vonatkozó szakismeretre. Gazdasági háttérismeretek nélkül nem végezhető a gazdasági szaknyelvek nyelvészeti feltárása és leírása sem.

A szaknyelv abban különbözik az általános nyelvtől, hogy a köznyelvet egy nyelvrendszer minden beszélője megérti és használja, míg a szaknyelvet csak egy bizonyos szakterületen alkalmazzák, a kifejezések egyértelműen definiáltak és tipikus nyelvi eszközrendszere van.

A szaknyelveket azért hozták létre, hogy a társadalomban végbemenő civilizációs fejlődést nyomon tudjuk követni. Segítségükkel nemcsak aktív résztvevői lehetünk e fejlődés folyamatának, hanem a mások által megteremtett vívmányokat is igénybe tudjuk venni. Szaknyelvek nélkül nem lehetséges az újítások megvalósítása, átvétele vagy alkalmazása. Innováció nélkül azonban nem létezik fejlődés sem (Fóris, 2010).

A szaknyelvek definiálásának nehézségei

A szaknyelv meghatározása nehézségekbe ütközik, mivel a szaknyelv olykor a nyelvhasználatot, olykor a felhasznált nyelvi eszközöket, máskor pedig a speciális alkalmazási területet jelenti, ugyanakkor sokszor mindezek együttesét értjük alatta (vö. Kohn, 1988). A szaknyelvek definiálásának és tulajdonságaik meghatározásának egyik nehézsége, hogy a szerzők valamihez viszonyítva tesznek ezekre kísérletet. Ez hol a köznyelv (Hoffmann, 1984;

¹ Budapesti Gazdasági Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Kar, Pénzügyi és Gazdálkodási Szaknyelvek Tanszék, e-mail: csanyi.eszter@uni-bge.hu

Szabó, 2001), hol az általános nyelv (Seibicke, 1959; Jumpelt, 1959/60), hol a nemzeti nyelv (Pusztai, 1988; Bańcerowski, 2004), vagy a standard (Jumpelt, 1959/60), illetve a természetes nyelv (Bańcerowski, 2003; Heltai, 2004). Minthogy azonban e fogalmak tartalma és egymáshoz való viszonya sem teljesen tisztázott, a viszonyítás problémás.

Én Kurtán (2003) meghatározása alapján a szaknyelveket csoportnyelvnek, alnyelvnek, nyelvi stílusnak és nyelvváltozatnak tekintem. Egyidejűleg osztom azonban számos kutató véleményét, miszerint a szaknyelv a nemzeti nyelven belül a társadalmi nyelvváltozatok közé tartozik. Egy folyamatosan bővülő terminológiával bír, és elsősorban egy szakmai körhöz tartozó beszédközösség kommunikációs eszköze, egyben a szakmai kör, a beszédközösség tagjainak összetartozását és a többi társadalmi csoporttól való elhatárolódását is erősíti (vö. Drozd, 1964; Sebestyén, 1981; Grétsy, 1988; Kiss, 1995; Szűcs, 2014).

A szaknyelvek jellemzői

A szaknyelveknek több közös jellemzője van. Megállapíthatjuk, hogy mindegyikük szakspecifikus és speciális. Az adott szakterület szakismeretével, módszereivel, feladataival és megközelítési módjával való szoros kapcsolat különbözteti meg őket az általános nyelvtől, amely inkább univerzális és nem feltételez szakismeretet. A szaknyelvi kifejezések elveszítették univerzális jellemzőiket azért, hogy kiszakították őket az értelmük szerint összefüggő szavak környezetéből, amelyben eredetileg álltak. Jelentésük ezáltal egyértelművé vált, azonban elveszítették annak a lehetőségét, hogy új jelentéseket vegyenek fel, változásokon menjenek keresztül.

Seibicke (1959) szerint sem a szinonimáknak, sem a kétértelműségnek nincs helye a szaknyelvek esetében. Az egyértelműség, a jelentéstartalom meghatározása és megmagyarázása, a pontosan körülhatárolható „jelentés” azok a jellemzők, amelyek a szaknyelvet meghatározzák. A szaknyelvek mind egy közös töről fakadnak, ami nem azonos az általános nyelv szellemi alapjával.

Jumpelt (1959/60) úgy véli, hogy a szaknyelvek az általános nyelv affektív funkciójával ellentétben ábrázoló funkcióval bírnak, tehát nem érzelmeinket fejezik ki. Egy másik jelentős különbség abban áll, hogy a szaknyelvi megnyilvánulás lényege a szakszavakban és nem a mondatalkotásban keresendő. Azt is hozzáteszi, hogy a szaknyelv szegényebb a grammatikai funkciókban, és inkább a nominalizáció jellemző rá. A standard nyelvvel ellentétben szinte kizárólag az írásbeli kommunikációban vannak jelen, szóbeli információcserében csak ritkán fordulnak elő. Azonban éppen Jumpelt megfogalmazása óta tudjuk, hogy a szaknyelvek a szóbeli diskurzusokban és az írásbeli megnyilvánulásokban is egyaránt előfordulnak.

Pusztai (1975) elsősorban a szókincsben fellelhető különbségekben látja a szaknyelvek és a köznyelv közti eltéréseket. Azonban ő is leszögezi, hogy a szaknyelvi szókincs és a köznyelv tartalmaznak azonos kifejezéseket, amelyek csupán jelentésükben mutatnak fel különbségeket, illetve jelölnek különböző fogalmakat. Fontos eltérésnek tartja, hogy egy szakszó minden kontextusban ugyanazt jelenti, míg a köznyelvi szavak környezetüktől függően új és újabb árnyalattal (érzelmi, hangulati stb.) ruházhatók fel. Pusztai 1988-as írásában egyértelműen állást foglal a szaknyelvek rendszerként (még ha nem is autonóm) történő ábrázolása mellett (vö. Hoffmann 1984), mikor azt mondja: „Rendszerszemlélet nélkül szaknyelvkutatásról nem lehet szó.” (Pusztai 1988:130). Úgy véli, a szaknyelv az irodalmi – és a köznyelvhez viszonyított különbségek rendszere, amelyek olyan differenciált ismérveket alkotnak, ami által

a szaknyelv a nemzeti nyelv egyik változatává, azaz alárendelt fogalmává válik (vö. Hoffmann 1984).

Kalverkämper (1990) szintén rendszerszemléletű megközelítésről szól, mikor azt írja, hogy a szaknyelv egy szakterülethez, illetve cselekvéshez kapcsolódó speciális tudást jelent, amely segítségével megérthetjük a szakmai összefüggéseket és az egyes tényeket és ezeket rendszerezni is tudjuk. Véleménye szerint ugyanakkor vannak olyan szakterületek (pl. technika, informatika, sport), amelyekkel szinte mindenki találkozik, és amelyek szóhasználata éppen ezért a legtöbb ember számára ismert. Ezek szakmai szókincse beépül az általános nyelvbe, ott állandósul és ezáltal már sokan nem is tekintik azt szakmainak. Éppen ezért minden a tárgyról, tényállásokról, cselekedetéről (röviden a világról) szóló kommunikációt szakmainak kell tekinteni a jellemzők gazdagságát tekintve. A kommunikáció ebből a szempontból két pólus között, a szaknyelvektől az ún. köznyelv irányába mozgó skálán szemléltethető. A szakemberek közti kommunikációra a kifejezések változatossága, gazdagsága jellemző (szakmához köthető nyelvhasználat például egy vállalat éves beszámolójának részei), míg a „laikusok” közti nyelvhasználatban a szakmai jellemzők szegénysége figyelhető meg (mindennapi életben alkalmazott szakmai kifejezések pl. mosópor összetevői).

A szaknyelvek hat alapvető ismérvét Szabó (2011) a következőképpen fogalmazza meg:

- egy adott szakterülethez tartozó egyedek szakterületi vonatkozású kommunikációja,
- a köznyelvre épül,
- jellegzetes, egyedi szókincs,
- megfogalmazási módja sajátos, esetenként bonyolult,
- fejlesztése szigorú (gyakran nemzetközi) szabályok alapján történik,
- gyorsabban fejlődik, mint a köznyelv, de rövidebb élettartalmú.

Láthatjuk, hogy a szaknyelvkutatással szemben támasztott modern kihívás, a nemzetközi egységesítés is helyet kapott az ismertetőjegyek között. Ennek fontos szerepe van a nyelvészetben is tapasztalható globalizációs hatások megértésében, a technikai fejlődés felgyorsulása által végbemenő változások és ezek hatásainak nyomon követésében.

A szaknyelvkutatásban rejlő dilemmákat Kurtán (2003, 2014) is összefoglalja: „A definiálás nehézsége a fogalom interdiszciplinaritásából ered, és szorosan összefügg a háttérben álló felfogásokkal. Mind a szaktudományok, mind a nyelvészet és társtudományai gyors fejlődésével, bővülésével a szaknyelv fogalma is újabb és újabb szemszögből került megvilágításba.” (Kurtán 2003:37).

Bañcerowski (2004) a szaknyelvek kialakulását a munka differenciálódásában látja és „technolektusoknak” nevezi őket. Szerinte az egyes szakmai közösségek, szakmai kommunikációjuk lebonyolítása érdekében hozzák létre a szaknyelveket. A jellemzőket tekintve az általános nyelv és a szaknyelvek között funkcióbeli eltérések is kimutathatók. Hisz míg a technolektusok elsődleges rendeltetése az egyes szakmai eszközök, fogalmak (a nemzeti nyelvben nem található vagy más értelemben használt) megnevezése, addig „Azok a funkciók viszont, amelyek a természetes nyelv lényegét érintik, mint például az expresszív, az impresszív, valamint a poétikai funkció, nem tartoznak a technolektusok funkciókészletéhez.” (Bañcerowski 2004:446). A nemzeti nyelv és a technolektusok is dinamikusan, folyamatosan fejlődnek. Bár a szakkifejezések egyes tudományágakhoz tartoznak, mégis egymással szoros kölcsönhatásban fejlődnek, s a köztük húzódó határvonalak elmosódtak (vö. Borgulya, 2004; Heltai, 2004; Szabó, 2001).

Bodnár (2010) Hoffmann (1984) alapján a következő jellemzőket sorolja fel a szaknyelvekkel kapcsolatban:

- pontosan, egyszerűen, világosan és logikusan épülnek fel,
- hiányoznak belőlük az érzelmi elemek,
- állandó kapcsolatban vannak a köznyelvvvel,
- konkrét jelentéssel bíró terminus technicusokat használnak,
- más stílusrétegek eszköztárait (is) használják,
- gazdagok szimbólumokban, számokban, képletekben.
- Cikkében Bodnár rámutat arra, hogy az előbbi felsorolásból hiányoznak a grammatikai ismérvek, amelyeket Hoffmann egy későbbi írásában már maga is kiegészített a következőkkel:
- a szaknyelvi stílusra jellemző a főnévi igeneves szerkezet gyakorisága,
- többszörös jelzős szerkezeteket alkalmaz,
- sokszor használ felsorolást,
- jellemző rá a kijelentő mód és
- a szenvedő igealakok nagy számú előfordulása.

Heltai (2010) a szakmai nyelvhasználat fontos jellemzőjeként a szakmai stílust és a szakmai terminológia alkalmazását hangsúlyozza. A szakmai szövegekre a szaknyelvi frazeologizmusok nagymértékű használata jellemző. A szakmai diskurzusban (is) ugyanazt a célt szolgálják a kollokációk és a formulaszerű elemek, mint a köznyelvi kommunikációban. Megkönnyítik mind a beszélő, mind a hallgató részéről a megértést, egyértelművé és szakmaivá teszik a stílust, és jelzik a szakmai kommunikációs partnerek szakmai hovatartozását is. A szaknyelvi frazeológiát éppúgy, mint a köznyelvit, „két fő összetevőre oszthatjuk: a szaknyelvi lexikai frázisokra és a szaknyelvi kollokációkra” (Heltai 2010:186). A köznyelvi frazeológiában a sokrétű, színes kifejezések eltérő pragmatikai funkciókkal jelennek meg, a szaknyelvi frazeologizmusoknál kevesebb pragmatikai funkció és lexikai frázis figyelhető meg. Ezeknél inkább „az explicit szövegszerkesztéssel kapcsolatos lexikai frázisok” (Heltai 2010:186) gyakoribbak (pl., mint ahogy azt az előző fejezetben említettük, összefoglalva az elmondottakat).

Heltai (2010) úgy véli, hogy tipikus még a variálhatók kollokációk használata, egy főnév több, de korlátozott számú melléknévvel, vagy tárgyként több, de ugyancsak korlátozott számú igével állhat együtt (pl. óriási/drámai mértékű csökkenés, meglepő/átlagon felüli növekedést regisztrál). Ezen kívül gyakorta találkozhatunk ún. terpeszkedő szerkezetekkel, amelyek a köznyelvi kommunikációban ritkábban fordulnak elő (pl. Zahlung leisten – (be)zahlen /fizet/, einen Auftrag erteilen – beauftragen /megbízást ad – megbíz/).

Szűcs (2014) szerint az alapvető eltérés a köznyelv és a szaknyelv szókincsében mutatható ki. Úgy véli, hogy míg a tudományos stílus a szakszerűségre, az egyértelműségre, a pontosságra, a logikus felépítésre törekszik, addig a társalgási stílusban érzelmkifejezésekkel, tájszavakkal, archaikus és szleng kifejezésekkel is gyakorta találkozhatunk.

Konklúzió

A szaknyelvek kutatása Magyarországon is egyre inkább előtérbe kerül. A 90'-es évek óta egyre több publikáció, értekezés jelent meg a szaknyelvkutatás területén, azonban a mai napig sincs egységes álláspont azzal kapcsolatban, mi az, amit szaknyelvnek tekinthetünk, kik a

szaknyelvek használói és melyek azok a tulajdonságok, amelyek a szaknyelveket az általános nyelvtől elhatárolják.

Létezik-e egyáltalán szaknyelv? Eltér-e a szaknyelv az általános nyelvtől? Ha igen, mi

alján határolható el a köznyelvtől? Csak szókincsében lehetők fel eltérések vagy vannak egyéb jellemzők is, melyek különbséget mutatnak? Az erre a témára irányuló kérdéseket a végtelenségig lehetne sorolni, de bízunk benne, hogy egyre nagyobb figyelem irányul erre a nyelvészeti „problémára” és hamarosan egyre több kérdésre tudunk választ adni.

Irodalomjegyzék

Bañcerowski, Janusz (2003). A szaknyelvek szerepe a civilizációs fejlődésben. Magyar Nyelvőr, 277–82. <http://www.c3.hu/~nyelvor/period/1273/127302.pdf> [2023.05.12]

Bañcerowski, Janusz (2004). A szaknyelvek és a szaknyelvi szövegek egyes sajátosságairól. Magyar Nyelvőr, 446–52. <http://www.c3.hu/~nyelvor/period/1284/128406.pdf> [2023.06.12]

Bodnár Ildikó (2010). Szaknyelv és stilisztika. In: Dobos Csilla (szerk.), Szaknyelvi kommunikáció. Segédkönyvek a nyelvészet tanulmányozásához. 110. Miskolci Egyetem, Miskolc. Tinta Könyvkiadó: Budapest

Borgulya Istvánné (2004). Kultúraközi, szakmai és szervezeti kommunikáció. In: Borgulya Istvánné (szerk.), Kultúraközi, szakmai és szervezeti kommunikáció. PTE Közgazdaságtudományi Kar, Pécs http://www.gvkm.ktk.pte.hu/files/tiny_mce/File/Konyvek/KulturakozisZakmaiEsSzervezetiKommunikacio/komm04.pdf [2023.06.05]

Drozd, Lubomir (1964). Grundfragen der Terminologie in der Landwirtschaft. In: Von Hahn (Hrsg.) (1981): Fachsprachen. Wissenschaftliche Buchgesellschaft: Darmstadt

Fóris Ágota (2010). A szaknyelvkutatás modelljei és módszerei: szociolingvisztikai megközelítés <http://www.c3.hu/~magyarnyelv/10-4/foris0104.pdf> [2023.06.05]

Heltai Pál (2004). Terminus és köznyelvi szó In: Dróth Júlia (szerk.), Szaknyelv és szakfordítás. Tanulmányok a Szent István Egyetem Alkalmazott Nyelvészeti Tanszékének kutatásaiból és kutatási témáiról. Szent István Egyetem, Gödöllő, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar.

<http://nyelvikozpont.szie.hu/sites/default/files/files/Szaknyelv%20%C3%A9s%20szakford%C3%ADt%C3%A1s%202004.pdf> [2023.06.13]

Heltai Pál (2010). A szaknyelvi frazeológia kérdései. In: Dobos Csilla (szerk.), Szaknyelvi kommunikáció. Segédkönyvek a nyelvészet tanulmányozásához. 110. Miskolci Egyetem, Miskolc. Tinta Könyvkiadó: Budapest

Hoffmann, Lothar (1984): Kommunikationsmittel Fachsprache. Akademie Verlag: Berlin.

Grétsy László (1988). A szaknyelvek és a csoportnyelvek jelentősége napjainkban. In: Kiss Jenő - Szűts László (szerk.), A magyar nyelv rétegződése. 1-2. A magyar nyelvészek IV. nemzetközi kongresszusának előadásai. I. 85-108. Akadémiai Kiadó, Budapest

Jumpelt, Rudolf Walter (1959/60). Fachsprachen-Fachworte als Problem der Dokumentation und Übersetzung. In: Von Hahn (Hrsg.) (1981), Fachsprachen. Wissenschaftliche Buchgesellschaft: Darmstadt

Kalverkämper, Hartwig (1990). Gemeinsprache und Fachsprachen - Plädoyer für eine integrierende Sichtweise. In: G. Stickel (Hrsg.), Deutsche Gegenwartssprache. Tendenzen und Perspektiven. Berlin, New York 1990, 88-133 (=IdS Jahrbuch 1989)

Kiss Jenő (1995): Társadalom és nyelvhasználat. Nemzeti Tankönyvkiadó: Budapest

Kohn, Kurt (1988). „Fachsprachen und Fachübersetzen. Psycholinguistische Dimensionen der Fachsprachenforschung.“ In: C. Gnutzmann (Hrsg.), Neue Perspektiven des fachbezogenen Fremdsprachenunterrichts. Tübingen: Narr, 39-64.
http://www.researchgate.net/publication/272743165_Fachsprache_und_Fachbersetzen_Psycholinguistische_Dimensionen_der_Fachsprachenforschung [2023.06.21]

Kurtán Zsuzsa (2003): Szakmai nyelvhasználat. Nemzeti Tankönyvkiadó: Budapest

Kurtán Zsuzsa (2014). Szaknyelv az oktatásban – kutatási irányzatok és alkalmazások. In: Veszelszki Ágnes – Lengyel Klára (szerk.), Tudomány, Technolektus, Terminológia. A tudományok és szakmák nyelve. Éghajlat Könyvkiadó: Budapest. pp. 171-181.

Pusztai István (1975). Szaknyelv és műhelyzsargon. Magyar Nyelvőr 109/3.

Pusztai István (1988). A szaknyelvi kutatások kérdései (kitekintés). In: Kiss J. és Szűts L. (szerk.), A magyar nyelv rétegződése. A magyar nyelvészek IV. nemzetközi kongresszusának előadásai. I. 120-129. Akadémiai Kiadó: Budapest

Sebestyén Árpád (1981). „A nyelv területi tagolódása és társadalmi rétegződése” témakör tantervi helyzetéről. Különlenyomat a Magyar Nyelvőr 1981. évi 3. számából.

http://mnytud.arts.klte.hu/szlang/tanulmanyok/mny-nyr/sebestyen_arpad1981.pdf
[2023.07.02]

Seibicke, Wilfried (1959). Fachsprache und Gemeinsprache. In: Von Hahn (Hrsg.) (1981), Fachsprachen. Wissenschaftliche Buchgesellschaft: Darmstadt

Szabó István Mihály (2001). A szaknyelv jelentősége az ezredforduló Magyarországon.
<http://www.matud.iif.hu/01jun/szabo.html>. [2023.06.10]

Szűcs Gábor (2014). Terminusok vagy szakkifejezések? In: Veszelszki Ágnes – Lengyel Klára (szerk.), Tudomány, Technolektus, Terminológia. A tudományok és szakmák nyelve. Éghajlat Könyvkiadó: Budapest. pp. 61-71.

Nyelvtanulás. Nyelvtanulás? Nyelvtanulás!

CSÁNYI Eszter¹, VIRÁGH Árpád²

DOI: [10.29180/978-615-6342-76-8_7](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-76-8_7)

Absztrakt

A globalizáció és a növekvő mobilizáció miatt egyre fontosabbá válik a használható idegennyelv tudása. Különösen igaz ez ránk, magyar anyanyelvűekre, hiszen a becslések szerint mindössze 15 millió ember beszél magyarul a világon (Fejes, 2010), ami a jelenlegi kb. 8 milliárdos népességhez viszonyítva elenyésző (Ritchie, 2023).

Az idegen nyelvek ismerete azonban nem csak a nemzetközi szinten történő megjelenés szempontjából elengedhetetlen, hanem itt Magyarországon is számos előnnyel jár. Aki idegen nyelvtudással bír, annak jobb esélyei vannak a munkaerő piacon, az naprakész információkhoz tud eredeti nyelven hozzáférni, tájékozódni, és ezáltal reális(abb) képet alkotni a világban zajló eseményekről. A cikk röviden összefoglalja az idegen nyelvek helyzetét az Európai Unióban (EU), illetve Magyarországon, és az idegennyelv használatban és az oktatásban bekövetkezett változásokat. Kitér a Nemzeti Alaptanterv többször módosított nyelvtanítással kapcsolatos előírásaira, valamint a diplomához szükséges sikeres nyelvvizsga megszerzésének eltörlésére is.

Kulcsszavak: nyelvpolitika, nyelvoktatás, idegen nyelvek, idegen nyelv ismerete

Nyelvpolitika és az idegen nyelvek ismerete az Európai Unióban

Ahhoz, hogy teljesebb képet kapjunk a nyelvoktatás hazai helyzetéről, mindenképpen szükséges az EU nyelvpolitikájával is foglalkozni. Az EU egyik alapvető pillére a nyelvi sokszínűség tiszteletben tartása. „Az Európai Unióról szóló szerződés (EUSZ) 3. cikke kimondja, hogy az Unió „tiszteletben tartja saját kulturális és nyelvi sokféleségét” (<https://www.europarl.europa.eu/factsheets/hu/sheet/142/language-policy>). A mobilitás előmozdítása és a kultúrák közti együttműködés segítése érdekében az EU alapvető prioritásának tekinti a nyelvtanulást és az ehhez kapcsolódó projektek finanszírozását. Ezek közül kiemelendő az Erasmus+ Program, amely 2021-2027 között kínál együttműködési és mobilitási lehetőséget diákoknak, szakembereknek, gyakornokoknak és mindazoknak, akik egy másik uniós országban kívánnak bizonyos időt tanulással vagy munkával eltölteni. A külföldi tartózkodások elsődleges célja a nyelvtanuláson, nyelvvizsgán túl mások kultúrájának megismerése és megértése.

Az Erasmus+ Program is segítséget kíván nyújtani a 2017. november 17-én, Göteborgban a tisztességes munkafeltételekről és a növekedésről tartott szociális csúcstalálkozón kiadott közleményben foglaltak eléréséhez, miszerint 2025-re „az anyanyelven túl mindenki két másik nyelvet ismer” (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/?uri=COM:2017:673:FIN>). A 2021-es Erasmus+ Program útmutatójában az alábbiakat olvashatjuk: „A nyelvi támogatás biztosítására létrehozott lehetőségek célja a mobilitás hatékonyabbá és eredményesebbé tétele, a tanulási teljesítmény növelése és ezáltal hozzájárulás a program egyedi célkitűzéséhez”

¹ Budapesti Gazdasági Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Kar, Pénzügyi és Gazdálkodási Szaknyelvek Tanszék, Üzleti Gazdaságtan Tanszék, e-mail: csanyi.eszter@uni-bge.hu

² Budapesti Gazdasági Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Kar, Pénzügyi és Gazdálkodási Szaknyelvek Tanszék, Üzleti Gazdaságtan Tanszék, e-mail: viragh.arpad@uni-bge.hu

(<https://erasmus-plus.ec.europa.eu/document/erasmus-programme-guide-2021-version-3>.
12. o.).

A Budapesti Gazdasági Egyetemen (BGE), a Neptun rendszerből lekért adatok alapján a 2022/23-as tanévben 157 Erasmussal külföldre kiutazó magyar hallgató volt. Ez a szám (kb. 0,001%) meglehetősen alacsony, ha azt nézzük, hogy az egyetemen aktív magyar hallgató a 2022/23. tanév I. félévében 17243 fő, a tanév II. félévében pedig 14596 fő volt.

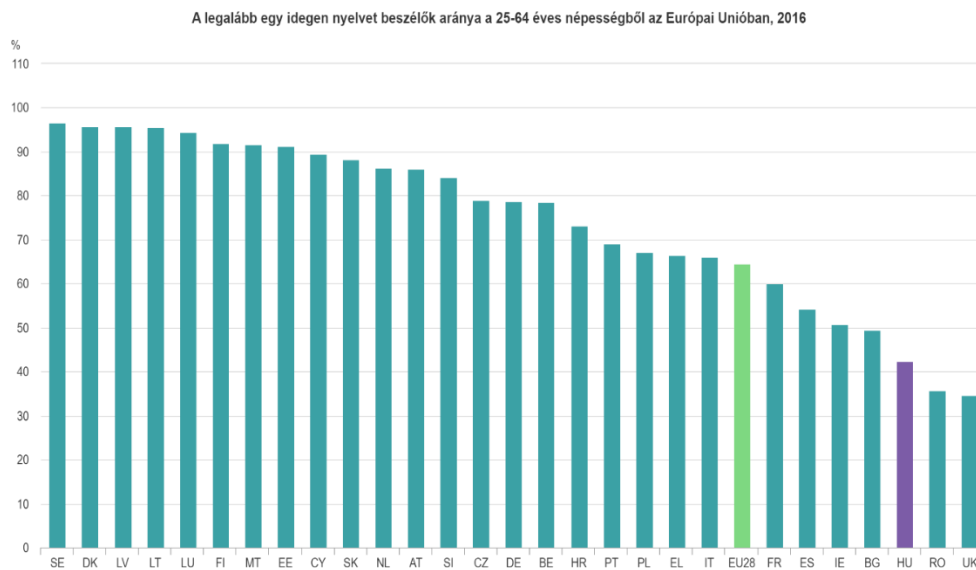
Az EU nyelvpolitikáját megnézve feltétlenül ki kell térni a Közös Európai Nyelvi Referenciakeretre (KER) is (Common European Framework of Reference for Languages – CEFR). Ez az Európa Tanács által 1989-1996 között kidolgozott, és 2001-ben hivatalosan közzétett útmutató segítséget nyújt a nyelvtudás szintjének Európa-szerte történő meghatározásában. Irányt mutat abban, hogy mit kell elsajátítania egy nyelvtanulónak egy bizonyos nyelvi szint és a sikeres kommunikáció érdekében. Kitér a nyelvtanulás, nyelvtanítás és az értékelés különböző szempontjaira, elősegítve az átláthatóságot és az összhangot a modern nyelvek tanulásában és tanításában.

„A Miniszteri Bizottság 2008-ban az Európa Tanács Közös Európai Nyelvi Referenciakeretének (KER) alkalmazásáról és a többnyelvűség előmozdításáról szóló ajánlást intézett a tagállamokhoz azzal a céllal, hogy felkérje a tagállamokat a referenciakeret oktatási rendszereikben való alkalmazására és a többnyelvűség előmozdítására.” (Broek – van den Ende, 2013:4)

Ha az egyes Európai Unió országok adatait vesszük górcső alá (1. ábra), láthatjuk, hogy Magyarország (42,4%) a sor végén helyezkedik el. Csak Románia (35,8%) és az Egyesült Királyság (34,9%) van mögöttünk. Az Egyesült Királyság számadatát ugyan az angol nyelv világszintű monopolhelyzetével meg tudjuk magyarázni, azonban Románia és Magyarország eredményei az első 13 helyen álló ország eredményének még az 50%-t sem érik el. Különösen lesújtók ezek az eredmények, ha azt nézzük, hogy az EU-s átlag közel 65%, 8 országban 90% fölötti, és 5 ország esetében több mint 80%-os arányokról beszélhetünk. Mindenképpen figyelembe kell venni, hogy az élmezőnyben több olyan ország is szerepel, ahol több hivatalos nyelv is létezik (pl. Svédország – svéd, finn /hivatalos kisebbségi nyelv/; Finnország – finn, svéd; Málta – máltai, angol; Luxemburg – luxemburgi, francia, német), vagy régebben egy országot alkottak (pl. Lettország, Litvánia, Észtország), ami miatt a hivatalos nyelvük is megegyezett (<https://www.ksh.hu/ffi/1-24.html>).

Mindez attól független, hogy a KER a közoktatásban legalább két idegen nyelv tanítását ajánlja, minden Európai Unió polgár számára, még ha már egy egyébként világnyelvet beszélő ország (pl. Egyesült Királyság, Németország, Franciaország vagy Spanyolország) lakosa is.

1. ábra: A legalább egy idegen nyelvet beszélők aránya a 25-64 éves népességből az Európai Unióban, 2016



Forrás: <https://www.ksh.hu/ffi/1-24.html>

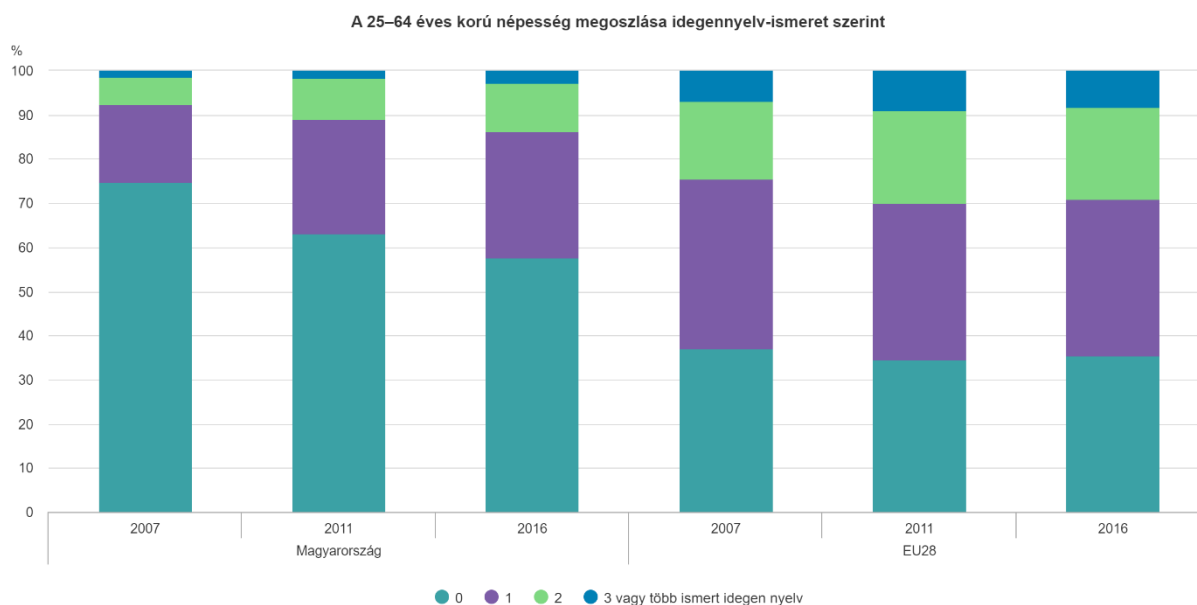
Bár ahogy a Központi Statisztikai Hivatal (KSH) is megjegyzi, ezek az adatok önbevallás alapján születtek, az adott nyelvi kompetenciát nem mérték fel, azonban mégis elgondolkodtatók.

A nyelvtudás és a nyelvoktatás helyzete Magyarországon

Terestyéni (1985, 1996) adatai szerint az 1980-as években az idegen nyelveket beszélők aránya Magyarországon alig haladta meg a 14 év fölötti lakosság 10%-át (11,8%), két nyelvet 3,6%-uk beszélt. A 18+ éves népesség esetén ezek a számok 11,2% ill. 3,3%-ot tettek ki. Ehhez képest a KSH adatai szerint (2. ábra) 2007-ben a 25-64 év közötti népesség 25%-a beszélt egy vagy több idegen nyelvet Magyarországon, míg az EU-ban ez az arány 65% volt. Igaz, ez az arány 2016-ra kicsivel több, mint 40%-ra nőtt (ez kb. 1 millió embert jelent), azonban még ez is messze elmarad az Európai Unió 65%-os átlagától.

Érdekes adat, hogy a két és három nyelvet beszélők aránya Magyarországon fokozatosan nőtt, míg az EU-ban még 2007-ről 2011-re szintén egy emelkedés látható e tekintetben, addig ez az arány 2016-ra ismét kissé alacsonyabb volt. Elmondható tehát, hogy az idegen nyelvet beszélők száma az elmúlt 40 évben fokozatosan nőtt Magyarországon, azonban még így is messze elmaradunk az elvárható százalékoktól.

2. ábra: A 25-64 éves korú népesség megoszlása idegennyelv-ismeret szerint



Forrás: <https://www.ksh.hu/ffi/1-24.html>

Nyelvoktatási stratégiák és módszerek a közoktatásban

Az idegennyelv-tanítás körülményei, módszerei és követelményei akkor kezdtek fejlődni, amikor már nemcsak klasszikus idegen nyelveket (görög és latin), hanem élő nyelveket (például angolt és franciát) is elkezdtek nagyobb tömegeknek tanítani. A nyelvtanulás társadalmi igényeinek változása generikusan magával hozta a módszerek változását és sokszínűsödését. A főbb módszerek a kezdeti nyelvtani-fordító módszertől a jelenleg az iskolai oktatásban meghatározó, domináns kommunikatív nyelvtanítási módszerig terjednek, melyek menten egyre több iskolán kívüli alternatív módszer jelenik meg (Jakus, 2012). Az első – már módszernek nevezhető – nyelvtanulási módszer a nyelvtani-fordító módszer. A módszer célja a szavak és nyelvtani szabályok megismertetése. A szövegfordítás, az írás és az olvasás kap prioritást, a szóbeli készségeket elhanyagolják (Henrici 2001: 843). Az anyanyelv fontos szerepet tölt be az oktatás során, hiszen a tanárok azt használják az oktatás nyelveként. Ez a módszer eredetileg még a klasszikus nyelvek tanításához kapcsolódott.

A XIX. század második felében Wilhelm Viëtor nevéhez kapcsolódik az ún. direkt módszer (Bárdos, 2005). A direkt módszer az idegen nyelv elsajátításának természetes módjára épül, a hangsúlyt a szóbeli készség fejlesztésére, az ismétlésre fekteti. Az oktatás kizárólag a célnyelven történik. Az audiolingvális módszer legfontosabb alapja a klasszikus kondicionálás, vagyis a mintamondatok állandó ismétlésével („drilling”) operál. Ebben a módszerben a szóbeliség egyértelműen elsőbbséget élvez, s az oktatás három fázisban (bemutató, gyakorlás és alkalmazás) valósul meg (Henrici 2001: 844 ff).

A nyelvtanítás modernizációja és annak eredményessége szempontjából az 1970-es években lehetett első ízben megtapasztalni, hogy az összetettebb szemléletű nyelvoktatás került előtérbe. Az idegennyelv-tanítás folyamán egyértelműen a kommunikatív – tanulóközpontú – szemléletű módszer került előtérbe (Bárdos, 2005), amely módszer arra fókuszált, hogy egyrészt átadja a mindennapokban is használható nyelvtudást, másrészt fejlessze az idegen nyelvet tanulni szándékozó kommunikatív kompetenciáit is. A kommunikatív kompetencia fejlesztése során a legfőbb cél az adott, megtanulandó nyelven történő sikeres kommunikáció, vagyis a nyelvtudás


– a mindennapi életben, a gyakorlatban történő – eredményes alkalmazása. Ugyanakkor azt is le kell szögezni, hogy az idegennyelv-tanulás és tanítás kizárólagos célját nem korlátozhatjuk csak arra, hogy az idegennyelvet tanulni vágyó az egyszerű, hétköznapi szituációk megoldására legyen képes.

Megközelítőleg az 1990-es évektől az idegennyelv-oktatásban jelent meg az interkulturális szemlélet. E szerint a nyelvtanuló sokkal inkább képessé válhat saját kultúráját is szélesebb összefüggésben szemlélni, hiszen a nyelvtanulás során más kultúrákról szerezhethet információkat, s így tájékozódni tud a világban, el tud fogadni a saját kultúrájától eltérő megközelítési módokat, szokásokat. Az interkulturális szemlélet térhódításával a nyelvtanításban megjelentek azok a mindennapi kultúrára jellemző elemek – napi szokások, étkezési kultúra stb., illetve a kultúra és művészet produktumai pl. zene, film, irodalom stb. – melyek segítségével, ismeretével valóban képes lehet az idegennyelvet tanuló átérezni, megtapasztalni az adott kultúra valóságát, jellegzetességeit (Neuner – Uhnfeld, 1993).

A magyar nyelvoktatást régóta kritizálják a nem megfelelő hatékonysága miatt. A 90-es évek óta az oktatáspolitikai részéről három komolyabb fejlesztési szolgáló munka emelhető ki: 1) *Az idegen nyelvek oktatásának fejlesztése a közoktatásban. Az Oktatási Minisztérium fejlesztési stratégiája.* (Kapitánffy, 2001). 2) *A Világ-Nyelv stratégia* (2003) és 3) *A nemzeti idegennyelv-oktatás fejlesztésének stratégiája az általános iskolától a diplomáig* (2012) című dokumentum. A gyakorlatban megvalósuló intézkedéseket csak a Világ-Nyelv stratégia eredményezte: a 2000-es évek eleje óta működő nyelvi előkészítő évfolyamokat (Ádám, 2020).

A legújabb, 2020-ban módosított Nemzeti Alaptanterv (NAT) (110/2012. (VI. 4.) Korm. rendelet) külön fejezetben foglalkozik az idegennyelv tanításával és rögzíti, hogy az iskolai képzésben az első idegen nyelvet a 4. évfolyamtól kell tanítani. Jelenleg a tanulók maguk választhatják meg azt az idegen nyelvet, melyet tanulni szeretnének (korábban az első nyelvként csak az angol, német, francia vagy a kínai volt választható). Ez a lehetőség a gyakorlatban nem befolyásolja az angol választását, hiszen a szülők is tisztában vannak azzal, hogy az angol ismerete a mai világban alapvető. Az alapfokú képzésben az angol dominanciája teljes mértékű, mellette csak a német aránya mérhető két számjeggyel. Ennél a két nyelvnél megfigyelhető az ellentétes tendencia: az angolt tanulók száma nő, míg a németet és a többi nyelvet (a spanyol kivétel) tanulók száma csökken vagy stagnál (lásd 3. ábra).

3. ábra: *Az idegen nyelvet választók megoszlása az általános iskolákban*

Idegen nyelvet tanulók az általános iskolákban								
Tanév	Angol	Német	Francia	Olasz	Spanyol	Latin	Orosz	Egyéb
2010/2011	359 032	157 365	2 344	589	422	10	828	3 804
								
2021/2022	437 695	106 074	1 839	570	1 372	77	478	3 591

Forrás: KSH, https://www.ksh.hu/stadat_files/okt/hu/okt0009.html, saját szerkesztés

A középiskolákban – elsősorban a gimnáziumokban – már más a helyzet. A gimnáziumokban a diákok egy második idegen nyelvet tanulnak a 9. évfolyamtól. A cél tehát, hogy több idegen nyelvet is használni tudjanak a tanulók. A kettő legerősebb középfokú iskolatípust (a gimnáziumokat és a szakgimnáziumokat) vizsgálva a trendek (az angol előre törése és a többi nyelv háttérbe szorulása) hasonlóak voltak, de az arányok már nem mutatják az angolnak ezt a jelentős túlsúlyát. Ennek egyik magyarázata, hogy a gimnáziumokban már második idegen nyelvet is tanulnak a diákok – aminek a hiánya viszont meglátszik a technikumok és

szakgimnáziumok adataiban (4. ábra).

4. ábra: Az idegen nyelvet választók megoszlása két középiskola típusnál

	Gimnázium, angol	Gimnázium, német	Gimnázium, francia	Gimnázium, olasz	Gimnázium, spanyol	Gimnázium, latin	Gimnázium, orosz	Gimnázium, egyéb
Tanév	204 401	118 991	17 121	15 812	14 312	3 038	4 574	1 870
2021/ 2022	Technikum, szakgimn., angol	Technikum, szakgimn., német	Technikum, szakgimn., francia	Technikum, szakgimn., olasz	Technikum, szakgimn., spanyol	Technikum, szakgimn., latin	Technikum, szakgimn., orosz	Technikum, szakgimn., egyéb
	122 413	36 698	1 000	530	346	58	306	2 274

Forrás: KSH, https://www.ksh.hu/stadat_files/okt/hu/okt0016.html, saját szerkesztés

A NAT-ban megfogalmazott főbb célkitűzések a kommunikatív készségek fejlesztése. Ez alapján a tanuló „képesé válik arra, hogy a nyelvet kommunikációs céljainak és igényeinek megfelelően valódi szituációkban tudja használni” (NAT 2020, II.3.2.1. A)). A további főbb célok közé tartozik, hogy a felsőfokú intézményekben való továbbtanuláshoz, a digitális térben való kommunikációhoz megfelelő ismereteket szerezzenek és olyan kompetenciákat sajátítsanak el, amely alapján a további nyelvtanulásukat megvalósíthatják, interkulturális és interdiszciplináris személelmódjuk kifejlődik, erősödik.

Az általános célok mellett konkrét mérhető célként a különböző évfolyamok számára a KER alapján meghatározott szintek elérését tűzi ki a NAT és ennek megfelelően a vonatkozó kerettantervek is. Ez azt jelenti, hogy a nyelvtanuló a 6. évfolyam végére elérheti a KER szerinti A1, a 8. évfolyam végére pedig az A2 nyelvi szintet a tanult első idegen nyelvből. Amikor tovább tanul a középiskolában az elérni kitűzött cél a tanulmányai végére a KER szerinti B2 szint, de legalább a középszintű nyelvi érettségi (B1 szint). Ha a tanuló gimnáziumba jár és második idegen nyelvet is tanul, a cél ebből a nyelvből a tanulmányai végén a KER A2 szint elérése (NAT 2020).


Mint látható a NAT és a kerettantervek egyrésztől relatív nagy szabadságot hagynak a nyelvtanítás módszereire (külön erre vonatkozó előírást nem tartalmaznak), de célok meghatározásával és az eredményesség mérésének módszerével (KER szintek) predesztinálják a ma általánosan elvárt/alkalmazott nyelvtanítási módszert, ami egy hosszabb társadalmi/didaktikai folyamatot eredményez a nyelvtanítás területén. Ami az eredményességet illeti, egy 2018-ban készült vizsgálat szerint az alapfokon meghatározott kimeneteli követelmények (a vizsgálat a 7. évfolyamot ölelte fel) alapvetően teljesültek, míg a középiskolákban inkább csak a minimális (B1 szintű nyelvi érettségi). A vizsgálat széleskörű, de nem reprezentatív volt és az eredmények saját bevallásokon alapultak, így ezeket azért fenntartással kell kezelni (Öveges – Csizér, 2018).

Nyelvtanulás a felsőoktatásban

Hazánkban az idegennyelvet tanulók száma az elmúlt 20 évben csökkent, míg a felsőoktatásba felvett hallgatók száma enyhén nőtt: 2001-ben 50515 fő, 2022-ben 53361 fő (https://www.ksh.hu/stadat_files/okt/hu/okt0019.html). Az ellentmondás külön vizsgálatot

érdemel, de a befolyásoló faktorok között mindenképp meg kell említeni a COVID-19 pandémiát és az oktatáspolitikai rendelkezéseket (a nyelvvizsga, mint az oklevél előfeltételének megszüntetése).

5. ábra: Idegen nyelvet tanulók a felsőoktatásban

Idegen nyelvet tanulók a felsőoktatásban*								
Tanév	Angol	Német	Francia	Olasz	Spanyol	Latin	Orosz	Egyéb
2001/2002	57 136	23 139	3 905	2 358	2 011	5 959	1 332	3 070
								
2022/2023	27 348	5 365	1 294	1 128	1 799	6 444	817	7 159

*Egy tanuló annyiszor szerepel, ahány nyelvet tanul.

Forrás: KSH, https://www.ksh.hu/stadat_files/okt/hu/okt0023.html, saját szerkesztés

Ettől függetlenül is a felsőoktatásban történő nyelvoktatás szervezeti keretei, követelményrendszerei igen komoly változási folyamaton mennek keresztül. A legtöbb felsőoktatási intézmény maga is szervezeti átalakuláson ment éppen vagy még megy át (felsőoktatási intézményi modellváltás). Jellemző, hogy a nyelvi oktatásért felelős egyetemi intézetek több kar, szak idegennyelv-oktatásáért felelnek, tehát igen összetett a feladatuk. Egy 2022-ben végzett kutatás szerint (Einhorn, 2022) a nyelvtanításban dolgozók nagyfokú alkalmazkodó képességről adnak tanúságot a szervezeti és tanítási feltételek folyamatos változása vonatkozásában. Meg kell jegyezni, hogy az egyetemi munkakörökből adódóan is a nyelvtanároknak többféle munkafeladatot kell a tanítási feladatokon kívül elvégezni, pl. publikálni, pályázni, vizsgáztatni. Végül a közoktatáshoz képest a tanítási célok is átalakulóban vannak: az eddig jellemző kimeneti követelményként meghatározott szaknyelvi vizsgára való felkészítés helyére (pl. a közgazdasági diploma esetében) új követelményrendszer kerül – immáron már individuális alapon meghatározva.

Összegzés

Az Európai Unió alapértékei közé sorolja a nyelvi diverzitást, melynek a gazdasági életre, a kulturális sokszínűség megismerésére és elfogadására, így az unió nemzeteinek egymás mellett élésére egyértelműen pozitív hatása van. A nyelvtanulást ezért keretfeltételek megteremtésével (pl. KER) és igen sok programon keresztül ösztönzi és támogatja, célként megjelölve, hogy az uniós polgárok az anyanyelvük mellett lehetőleg két másik nyelvet is használni tudjanak.

A magyar emberek idegennyelv-tudásában a rendszerváltás óta folyamatos javulás figyelhető meg. Ettől függetlenül európai viszonylatban még mindig sereghajtók vagyunk. A magyarországi nyelvtanulás-nyelvtanítás – ami az eredményességet illeti – sajnálatos módon nem tartozik az európai élvonalba – hiába az európai középmezőnybe sorolható óraszám, a mért eredményeken ez nem látszik (Öveges – Csizér 2018). A felsőoktatásban mind a szervezeti feltételrendszer, mind a nyelvi input és output követelmények erőteljes változása ment/megy végbe az elmúlt időszakban. Ennek függvényében ezen az oktatási szinten – amint állandósulnak a nyelvtanulás-tanítás feltételrendszerei – szintén elsőrendű feladattá válik a nyelvtanítás-tanulás hatékonyságának növelése. Ez pedig egyfajta komplex szemléletmódot és összehangolt nyelvtanítási tevékenységet igényel az alapfoktól egészen a felsőfokig.

Irodalomjegyzék

Bárdos Jenő (2005): *Élő nyelvtanítás-történet*. Budapest: Nemzeti Tankönyvkiadó.

Broek, Simon – van den Ende, Inge (2013): *A Közös Európai Nyelvi Referenciakeret alkalmazása az európai oktatási rendszerekben*. Tanulmány. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes//2013/495871/IPOL-CULT_ET\(2013\)495871\(SUM01\)_HU.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes//2013/495871/IPOL-CULT_ET(2013)495871(SUM01)_HU.pdf) [2023.06.28.]

Einhorn Ágnes (2015): *A pedagógiai modernizáció és az idegennyelv-tanítás*. Miskolci Egyetemi Kiadó. <https://mek.oszk.hu/15500/15518/15518.pdf> [2023.06.30.]

[Einhorn Ágnes \(2022\). Az idegennyelv-tanítás célja és tartalma a felsőoktatásban. *Modern Nyelvoktatás*, 28 évf., 3-4. szám \(DOI: 10.51139/monye.2022.3-4.6.26\)](#)

Europeans and their Languages. Report (2012). *Special Eurobarometer 386*. European Commission. http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_386_en.pdf [2023.07.02.]

Farczádi Bencze Tamás – Jakus Enikő – Kránicz Eszter – Öveges Enikő – Perge Gabriella (2020). In: Ádám Péter (szerk.), *Útmutató az idegen nyelv tantárgy tanításához. A 2020-ban kiadott Nemzeti alaptanterv és kerettantervek alapján*. Tantervi és módszertani útmutató füzetek. <https://www.oktatas2030.hu/wp-content/uploads/2020/10/utmutato-az-idegen-nyelv-tantargy-tanitasahoz.pdf> [2023.07.10.]

Fejes László (2010). Hat tévhit a magyar nyelvről. <https://www.nyest.hu/hirek/hat-tevhit-a-magyar-nyelvroel> [2023.06.30.]

Henrici, Gert (2001). Methodische Konzepte für Deutsch als Fremdsprache. In: Helbig, Gerhard – Götze, Lutz – Henrici, Gert – Krumm, Hans-Jürgen (Hrsg.) *Deutsch als Fremdsprache. Ein internationales Handbuch*. 2. Halbband. Berlin-New York: de Gruyter. S. 841–853.

Kapitánffy Johanna (2001). Az idegen nyelvek oktatásának fejlesztése a közoktatásban. Az Oktatási Minisztérium fejlesztési stratégiája. *Iskolakultúra*. 11. évf. (8). 71-75 http://real.mtak.hu/61040/1/EPA00011_iskolakultura_2001_08_071-075.pdf [2023.06.26.]

Neuner, Gerhard – Hunfeld, Hans (1993): *Methoden des fremdsprachlichen Deutschunterrichts. Eine Einführung*. München: Langenscheidt

Öveges Enikő – Csizér Kata (2018) (szerk.), *Vizsgálat a köznevelésben folyó idegennyelv-oktatás kereteiről és hatékonyságáról. Kutatási jelentés*. Oktatási Hivatal. https://www.oktatas.hu/pub_bin/dload/sajtoszoba/nyelvoktatás_kutatási_jelentes_2018.pdf [2023.06.27.]

Petneki Katalin (2009). *Az idegen nyelv tanításának helyzete és fejlesztési feladatai*. <https://ofi.oh.gov.hu/az-idegen-nyelv-tanitasanak-helyzete-es-fejlesztési-feladatai-0> [2023.07.01.]

Renard, Olivier Yves Alain – Milt, Kristiina (2023). *Nyelvpolitika*. Ismertető az Európai Unióról. Európai Parlament.

<https://www.europarl.europa.eu/factsheets/hu/sheet/142/language-policy> [2023.06.26.]

Ritchie, Hanna et al. (2023). Population Growth. <https://ourworldindata.org/population-growth> [2023.07.01.]

Terescsényi Tamás (1985). Helyzetkép a hazai idegennyelv-tudásról. *Nyelvtudományi közlemények*. 1. szám.

Terescsényi Tamás (1996). Vizsgálat az idegennyelv-tudásról. *Modern Nyelvoktatás*. 3. szám.

Egyéb források

110/2012. (VI. 4.) Korm. rendelet a Nemzeti alaptanterv kiadásáról, bevezetéséről és alkalmazásáról (NAT), <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a1200110.kor>

A 2020-as NAT-hoz illeszkedő tartalmi szabályozók (Kerettantervek). Oktatási Hivatal. https://www.oktatas.hu/koznevelo/kerettantervek/2020_nat

A közös európai nyelvi referenciakeret meghatározásai. <https://europa.eu/europass/hu/common-european-framework-reference-language-skills>

A Közös Európai Referenciakeret 2002 - magyar változat. https://nyak.oh.gov.hu/nyat/doc/ker_2002.asp

A nemzeti idegennyelv-oktatás fejlesztésének stratégiája az általános iskolától a diplomáig (2012) http://nyelvtudasert.hu/cms/data/uploads/strategia-2012_szept21.pdf [2023.06.29.]

A Világ-Nyelv stratégia (2003) <http://www.nefmi.gov.hu/nemzetkozi-kapcsolatok/2003-as-vilag-nyelv/vilag-nyelv-program> [2023.06.30.]

Az európai identitás megerősítése az oktatás és a kultúra révén. Az Európai Bizottság hozzájárulása a 2017. november 17-i göteborgi vezetői találkozóhoz. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/?uri=COM:2017:673:FIN>

Erasmus+. <https://erasmus-plus.ec.europa.eu/hu/opportunities> [2023.06.29.]

A Japán működőtőke sajátos szerepe egy perifériális térségben Magyarországon (Salgótarján)

CSONGRÁDI Gyöngyi¹ - ENGELBERTH István² - TÓTH Arnold³

DOI: [10.29180/978-615-6342-76-8_8](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-76-8_8)

Absztrakt

A működőtőkének (foreign direct investment, FDI) a szakirodalom fontos szerepet tulajdonít egy ország, illetve régió fejlődésében. Különösen hangsúlyos lehet az elmaradott térségek felzárkózásában. Tanulmányunk arra vállalkozik, hogy néhány kiemelt, a szakirodalom által fontosnak tartott szempont alapján, megvizsgálja, hogy Magyarország egyik legelmaradott térségében, amely számos kedvezőtlen adottsággal és statisztikai mutatóval rendelkezik, milyen módon tudta befolyásolni a helyi gazdaság fejlődését a japán működőtőke megjelenése? A tanulmány két nagyobb egységre különíthető. Először szakirodalom alapján bemutatjuk, hogy milyen szerepe lehet az FDI-nak a gazdasági fejlődésben, a felzárkózásban általában? A munka második részében azt elemezzük, – figyelembe véve a terjedelmi korlátokat – hogy ezek a megállapítások, hogyan jelennek meg konkrét esetben, Salgótarjánban egy japán autóipari befektető esetében? Ebben a részben kitüntetett szerepet kaptak az elmúlt években szerzett információk és korábbi kutatások, személyes interjúk, illetve a Nógrád vármegyei gazdaságot évente megjelenő /Nógrád Megye TOP-50/ kiadványok.⁴ A tanulmány megállapítása az, hogy a nógrádi vármegyeszékhely gazdasága a nemzetközi folyamatok része lett, ugyanakkor több adottsága révén ez nem jelentett felzárkózást a város, és tágabb értelemben térsége számára sem.

Kulcsszavak: FDI, régió, Mitsuba, gazdaság

A japán FDI szerepe a gazdaságban

A rendszerváltást követően hazánkban is át kellett térnie a szocialista tervgazdaságról egy másik koordinációs mechanizmusra, ahol a piac és annak törvényei kapták a főszerepet. Ezt az átmenetet akkoriban többek között nehezítette a megtakarítások szerény volumene, továbbá a korábbi gazdasági mechanizmus maradványai is. A külföldi tőke megjelenése elengedhetetlen volt a gazdasági növekedéshez, továbbá a szerkezetátalakításhoz is. Miután a rendszerváltoztatás során elfogadták a külföldi tőkebefektetéseket szabályozó jogszabályokat,

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

² Budapesti Gazdasági Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Kar, Üzleti Gazdaságtan Tanszék, e-mail: engelberth.istvan@uni-bge.hu

³ Budapesti Gazdasági Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Kar, Üzleti Gazdaságtan Tanszék, e-mail: toth.arnold@uni-bge.hu

⁴ A Mitsuba japán autóipari beszállító bemutatásában kitüntetett szerepet kaptak az elmúlt években szerzett információk és kutatásai. Mr. Okabe a salgótarjáni Mitsuba akkori vezetője előadást tartott 2009-ben a BGE Salgótarjáni Intézetében. Szegedi Alexandra hallgató Tudományos Diákköri Dolgozatot készített a vállalat nógrádi meglepedéséről. A kutatás során látogattunk el a céghez, mely során több vezetővel is sikerült interjút készíteni. A cég bemutatásában kitüntetett szerepet kapott a Tatár Csabával a Salgó Vagyon Kft. (ipari park működtetője) akkori ügyvezető igazgatójával, és Szabó Csabával a Mitsuba Hungary vezető mérnökével készített interjúk. A Nógrád megyei gazdaságot bemutató kiadványok megtalálhatóak a Nógrád Megyei Kereskedelmi és Iparkamara weboldalán. <https://www.nkik.hu/hu/nograd-megyei-kereskedelmi-es-iparkamara/kiadvanyok/top-50-nograd-megye-546>

a befektetések gyors ütemben nőttek. A tőkebeáramlásoknak először a rövid távú hatásai voltak érezhetők, ma már a hosszú távú eredmények is láthatók (Iwasaki – Tukunaga, 2016).

Az átmeneti gazdasággal rendelkező országok kiemelt jelentőséget tulajdonítanak külföldi tőkebefektetéseknek (FDI). Azt remélik, hogy a gazdaság hajtóerejeként működnek, ami különösen igaz, ha ezek a befektetések az innovációt, a kutatás-fejlesztést is támogatják. Az ázsiai országok jelentős fejlődésen mentek keresztül, így az 1990-es évektől Japán, Koreai majd kínai cégek sokasága jelent meg a világ más földrészein, így Európában is. Az FDI regionális hatásait értékelve mindenképpen hangsúlyozni kell a működő tőke pozitív hatásait, így a foglalkoztatás növelését, a technológiai fejlődést, a termelékenység növekedését is. A fogadó állam számára fontos, hogy a külföldi tőke több országból érkezzen. Napjainkban egyre jelentősebb az ázsiai tőke Magyarországra áramlása, amelynek egyik legrégebbi és legjelentősebb szereplője Japán. Számos ázsiai vállalat a rendszerváltás után alapított Magyarországon autóiipari és elektronikai vállalatokat kiszolgáló beszállító leányvállalatokat. Ezek a cégek leginkább exportorientált stratégiát alkalmaznak, a nyugat-európai piacokat célozzák meg (Kálmán & Tóth, 2021) illetve igyekeznek az európai beszállítói láncokba integrálódni.

A Japán beruházásokban igazán hangsúlyosak az autóiipari beruházások, és ma már elmondható, a legnagyobb ázsiai cégek régóta jelen vannak a magyar piacon, és folyamatosan növelik jelenlétüket. Budapest mellett, ahol főleg a jól képzett munkaerő, a magasan fejlett szolgáltatások koncentrálódnak, a vidéki gyártó cégeknek is köszönhető a magas Japán jelenlét. Több magyar vállalat is beszállítói szerepkörbe kerülhetett, a magyar exportban is jelentős részesedéssel rendelkeznek, valamint nagyszámú magyar munkaerőt is alkalmaznak. A technológia színvonala, a beruházások értéke hozzájárult ahhoz, hogy hazánkban a tudásintenzív, nagy hozzáadott értékű termelés jelentősebbé váljon (Sass et al., 2019). A know-how, a technológia mellett fontos szerepet kaptak a vezetői és marketing ismeretek, amelyek ebben az időszakban nem voltak elterjedtek a hazai vállalatoknál. Ez pozitívan hatott a piaci kultúra, az intézmények fejlődésére is. Magyarország a többi közép-kelet-európai országhoz képest azért is volt vonzó a befektetők számára, mert az Európai Unió közvetlen szomszédja volt, földrajzi lokációja, a nyugat-európai értékláncokhoz való közelsége előnyös volt, továbbá a gazdaságpolitika is segítette a külföldi vállalatok megjelenését (Varga, 2018). A kormányzati támogatások is hozzájárultak ahhoz, hogy újabb cégek telepedjenek meg, és a jelenlévők is egyre erősítették működésüket. Az állami segítség magában foglalta a megfelelő infrastruktúrát, politikai döntéseket, az adminisztrációs folyamatokat. A regionális jelenlétet olyan tényezők is befolyásolták, mint a létesítmény földrajzi elhelyezkedése, a helyi gazdaság fejlettsége és szerkezete, az együttműködés lehetősége, a társadalmi tőke. Fontos azonban hangsúlyozni azt is, hogy az olcsó munkaerő az egyik legvonzóbb tényező maradt egészen a 2010-es évekig a külföldi vállalatok számára.

Japán befektetés szerepe Salgótarján és térségében

Évtizedes késés

Bár a Japán befektetők már a rendszerváltás után nagy érdeklődést mutattak a hazai lehetőségek iránt, Nógrád vármegye székhelyét, más vonzóbb településekhez képest csak jó egy évtizedes késéssel fedezte fel magának egy autóiipari vállalkozás. A Mitsuba Automotive Systems of Europe Autóalkatrész Gyártó Kft. 100%-os Japán tulajdonú vállalkozásként jött létre. (A Japán cégek magyarországi jelenlét jellemzi, hogy kizárólagos tulajdonú leányvállalatokat alapítanak.) Ez a társaság hozta létre zöldmezős beruházásként üzemét a nógrádi

vármegyeszékhelyen. A Mitsubának napjainkig ez az egyetlen közép-európai leányvállalata, és az európai autóiipari központjának számít. A tényleges termelés 2002 augusztusában kezdődött meg (Szegedi, 2009). A közel egy évtizedes „késés” azzal magyarázható, hogy Salgótarján és térsége gazdasági- és társadalmi szempontból sem volt egy különösen vonzó térség az FDI számára. Kiemelendő a kedvezőtlen közlekedésföldrajzi helyzetet. Salgótarjától Hatvanig, az M3-as autópálya csomópontjáig, a gyorsforgalmi közúti kapcsolat csak 2019-re valósult meg. A sokáig vasúti fővonalnak számító Salgótarján-Hatvan (kb. 50 km) távon gyakorlatilag végig forgalomkorlátozás van érvényben. Így, bár a vasút közvetlenül a Salgótarjáni Ipari park mellett halad el – itt található az üzem –, ez nem tudja segíteni a vállalat működését.

Olcsó munkaerő

A negatívumok mellett a japán befektetést a nógrádi vármegyeszékhelyen számos tényező tudta pozitívan befolyásolni. A legfontosabb kétségtelenül a térségben meglévő olcsó munkaerő. A nógrádi átlagbérek tartósan és jelentősen – kb. 25-30 %-kal – alacsonyabbak, mint más hazai térségekben. Az alapvetően összeszerelő tevékenységet végző cég megtelepedésében a térség tartós gazdasági depressziója oly módon játszott szerepet, hogy rendelkezésre állt viszonylag nagy mennyiségben olcsó és ipari hagyományokkal rendelkező munkaerő. 2002-ben Hiroyuki Okabe úr a Mitsuba salgótarjáni vezérigazgatója egy konferencián a következőket mondta. „A nógrádi vármegyeszékhely mellett globálisan az európai vevőkhöz való közelség, mikroszinten pedig a támogatások és az olcsó munkaerő szóltak.” Kiemelte, hogy a városban nem volt más multinacionális vállalat, és ezért nem volt, ami felverje a béreket. A Mitsuba kimondottan az alacsony munkabéru (LLC-országok) körében kereste új üzeme színhelyét (Grosz, 2002).

Az évek teltevel azonban a megfelelő létszám biztosítása nehézségeket okozott a vállalat számára. Egyrészt a térséget jellemző elvándorlás folyamatosan szűkítette a potenciálisan igénybe vehető dolgozók számát. Másrészt a gyár „vonzáskörzetében” – kb. 30 km-e körzetből szállítják vállalati buszok a dolgozókat – vannak más szereplők is, amelyek hasonló kvalifikáltsgú munkaerőre számítanak. Ebből a szempontból a legnagyobb versenytársnak a Salgótarjától kb. 60 km-re fekvő hatvani Bosch üzem számít, melynek alkalmazotti létszáma 5000 és 6000 fő között is mozgott a közelmúltban. Hasonló, bár kisebb mértékű kihívásokat jelent a balassagyarmati (kb. 45 km) illetve rétsági (kb. 65 km) ipari parkok. A munkaerő biztosításában egy ideig a szlovák határ menti elhelyezkedés jelentett előnyt. 2006-ban, a felmerülő munkaerőhiányt úgy oldották meg, hogy a Mitsuba 50 fő szlovákiai, magyar nyelvű munkaerőt vett fel, akiknek alkalmazása minimálbéren történt. A szlovák munkanélküliség csökkenésével, a bérek emelkedésével azonban ez az előny lassan eltűnt, és napjainkban már jóval kevesebben ingáznak a határon túlról. 2023 tavaszán már csak mindössze 10 szlovákiai magyar dolgozott a salgótarjáni gyárban. A megfelelő minőségű és képzettségű munkaerő megtalálása az utóbbi években folyamatos gondot jelent, legyen szó közvetlenül alkalmazott vagy éppen kölcsönmunkaerőről. Az alapításkor 250 fő alkalmazottal számoltak, ami azonban napjainkra magasabb lett. 2018-ra el érte a 474 főt (éves átlagos alkalmazotti létszám alapján), 2023 márciusában a 380 főt. Ezek a számok mutatják, hogy az alkalmazottakat tekintve a japán üzem korántsem számít nagyvállalatnak, ugyanakkor Salgótarjánban a 2. legnagyobb foglalkoztatónak számít (Nógrád Megye TOP-50 kiadványok).

Gazdaságföldrajzi fekvés

A Mitsuba számára több előnnyel járt a magyarországi, ezen belül a salgótarjáni helyszínválasztás. A japán cégek már az 1990-es évektől voltak tapasztalatai Magyarországon, ami a rendszerváltás után gyorsan igyekezett beilleszkedni az európai és a globális gazdaság hálózataiba. A terv egybeesett azokkal a nemzetközi trendekkel, hogy a korszakban az autóiipari beszállítók a fejlett régiókból egyre inkább a felzárkózó térségekbe igyekeztek telepíteni

termelésüket, például Ázsiába vagy Közép-Európába. Több nagy európai (főként német), vagy ázsiai (dél-koreai, japán) autógyártó is éppen Közép-Európában igyekezett új kapacitásokat létrehozni. (Az Észak-Magyarországgal határos Szlovákia ekkoriban lett az egy főre jutó autógyártásban első a világon.) A régiós befektetéseknek számos előnye volt. Viszonylag jól kiépített infrastruktúrát, a nyugat-európainál olcsóbb, jól képzett munkaerőt és a befektetéseiket támogató állami, illetve helyi gazdaságpolitikát találtak a régióban.

Az autóiipari befektetőknek előnyt jelentett a térség viszonylag kedvező logisztikai helyzete, hiszen a termékek nagy részét a nyugat-európai és a környező közép-európai országokba tudták exportálni, illetve így csatlakozhattak a kontinensre kiterjedő termelési láncokhoz, esetlegesen le tudták rövidíteni a meglévőket. A régió fekvése kedvező a keleti, nem EU-s országok és a balkáni országok felé nyitást illetően is. Ezek konkrétan megjelentek a magyarországi telephelyválasztásban, hiszen a vállalat hagyományos japán partnere (egyben fő tulajdonosa) a Honda Angliában és Törökországban rendelkezett gyárral. Kiemelt szempont volt az is, hogy látható közelségben volt Magyarország uniós tagsága (2004), így egy magyarországi tevékenységgel bekerülhetett a nagy egységes európai piacra. A korszakban sok más japán vállalat kereskedelem-helyettesítő befektetésekkel is igyekezett megkerülni az EU vámfizetési kötelezettségeit (Szegeci, 2009).

Exportorientált stratégia

A külföldi működőtőke-befektetések egyik célja éppen az, hogy olyan terméket állítsanak elő, melyet nagy mennyiségben tudnak gyártani, illetve több ország piacát is ellátni. Különösen igaz ez olyan termelési láncok esetében, melyek az autóiiparban tevékenykednek. Az üzem alapvetően az európai piacra gyárt és értékesít ablaktörölő és mosó berendezéseket, valamint kényelmi berendezéseket, így elektromos ablakemelőt, kormány szervomotorokat, elektromos kürtöket. A termelés napjainkban is döntően exportra folyik, aránya az évek folyamán folyamatosan meghaladta a 90%-ot (Nógrád Megye TOP-50, 2022).

A Mitsuba első jelentős partnere Európában éppen az esztergomi Suzuki volt. A 2006-2007-es évek komoly fordulóponthoztak, hiszen ekkor kezdődött a német VW-csoporttal a kooperáció, mely napjainkban is tart. Példaként említhető a győri Audi. De a német autóiiparhoz kapcsolódást – mely a vállalat tudatos stratégiájának kimondott része – jól jelzi, hogy beszállítói a kecskeméti Mercedesnek és azok lesznek az épülő debreceni BMW-gyárnak is.

Támogatások

A közép-európai piacot megcélzó befektetők szerencsés helyzetben voltak az 1990-es években, hiszen a régió kormányai gazdag támogatási konstrukciókkal igyekeztek megnyerni a nagy multinacionális befektetőket. Különösen igaz volt ez az autógyártásra. Az országok közötti befektetőkért folytatott verseny jelentősen segítette a japán befektetőket is. A salgótarjáni megtelepedésben a kormányzati és a helyi ösztönzők is szerepet játszottak. 2001-ben az gyár létrehozásához 76 millió forint kormányzati támogatást kapott az ún. Széchenyi Terv keretében (Nógrád Megyei Hírlap, 2001). A helyi önkormányzat pedig a maximálisan lehetséges 7 év helyi adómentességet biztosított a vállalatnak. A működést segítette az is, hogy az üzem területe vámszabadterületként kezdett el működni. A támogatások része volt, hogy a város déli területein, kormányzati támogatással kialakított ipari parkban tudott a Mitsuba kedvezményes áron területet vásárolni a helyi önkormányzattól, amely már a szükséges infrastrukturális adottságok többségével rendelkezett. Az ipari parki jelenlét lehetőséget adott az amortizáció gyorsított leírására is (Nikodémus, 2002).

1998-ban kormányrendelettel létrejött a Salgótarján-Bátonyterenye Térsége Vállalkozási Övezet. Az ilyen területeken a befektetők 15 évre, de legfeljebb 2020-ig adókedvezményeket kaptak, illetve az állami támogatások hosszú távú garantálását. 2017-ben befejeződött a gyár bővítése, a vállalat újabb területet vásárolt a helyi ipari parkban, új üzemrészt épített. A beruházás 4,3 milliárd forintba került, melyet a magyar állam 850 millió Ft-tal segített. A támogatás ilyen aránya magyar szinten jelentősnek volt mondható.

Modernizációs hatás

Az FDI-t befogadó térségek kiemelt jelentőséget tulajdonítanak annak, hogy a befektetések jótékonyan hatnak az innovációra, a kutatásra és fejlesztésre, ezzel hozzá tudnak járulni az adott régió technológiai felzárkózásához. A Nógrádban megtelepedett japán vállalat azonban ehhez nem tudott jelentősen hozzájárulni. A Mitsuba esetében a kutatási és fejlesztési tevékenység döntően Ázsiában koncentrálódik. Japán mellett, mely a K+F kiemelt központja fejlesztési részlegek vannak Thaiföldön, Vietnámban, Fülöp-szigeteken és Kínában (Sanghajban) (Mitsuba, 2023). Salgótarjánban kutatási-fejlesztési tevékenység nem folyik és a müncheni részleg is inkább értékesítéssel, marketingtevékenységgel, vevői elégedettséggel foglalkozik. Tartós beszállítói partnerek a vállalat közvetlen környezetében, Nógrádban nincsenek. Ennek oka, hogy hiányoznak a megfelelő vállalkozások ehhez, így az üzem nem tudott kifejteni modernizációs hatást. A helyi együttműködésben egyedi kivételt jelentett egy balassagyarmati székhelyű mérnöki iroda, mely a vármegye legjelentősebb kutató-fejlesztő cége, és amely gépsorokat, összeszerelő sorokat gyárt.

A beszállítók lehetséges körét jelentősen csökkentik magas minőségi elvárások. Már csak azért is, mert már olyan prémium kategóriába is folyik a beszállítás, mint az AUDI A6/A6, Porsche Tycan, vagy Rolls Royce. Van ugyan néhány magyarországi beszállító is, de a lokalizáció a cég számára Európát és nem kizárólag Magyarországot jelenti.

Összegzés

A rendszerváltást követő gazdasági összeomlás utáni ipari szerkezetváltás nem tudta teljesen pótolni a megszűnt energia- és nyersanyagigényes ágazatokat, melyek Kelet-Nógrádban évtizedekig meghatározó erővel bírtak. A kényszerű szerkezetváltásnak fontos vonása volt, hogy számos, az európai autógyártáshoz kapcsolódó tevékenység jelent meg a vármegyében, ezen belül Salgótarjánban is. Ezek elsősorban alacsonyabb hozzáadott értékű, olcsó munkaerőre épített tevékenységek, melyek alapját a nehézipar összeomlásából megmaradt munkaerő és munkakultúra adja. A vállalkozások a gyártás és összeszerelés révén részeivé váltak a globális (európai) termelési láncoknak, így a térséget ezeken keresztül kapcsolódott a nemzetközi gazdasági hálózatokba. Ám a termelési láncok magasabb bevételt jelentő fázisai, a kutatás és fejlesztés, marketing és kereskedelmi-szolgáltatási tevékenység nem jelent meg a vármegyében az új befektetések kapcsán. A fentiek alapján Nógrád és Salgótarján helyzete továbbra is perifériálisnak tekinthető, igazából erőforrásaival – elsősorban az olcsó munkaerővel – az európai centrumot kiszolgáló térség.

Irodalomjegyzék

Grosz, A. (2002). Transz- és multinacionális vállalatok Magyarországon. Áldás vagy átok? Fialat Közgazdászok Országos Találkozója (Salgótarján, 2002. március 8-10.) Konferencia beszámoló. *Tér és Társadalom* 16(1). pp. 179-183.

http://real.mtak.hu/115582/1/EPA02251_Ter_es_tarsadalom1681.pdf (letöltés ideje: 2023.03.01.)

Iwasaki, I. – Tukunaga, M. (2016). *The Determinants of Foreign Direct Investments in Transition Economies. A Meta-Analysis*. Working paper

Kálmán, B. – Tóth, A. (2021). The Success of Japanese Foreign Market Investments in: Hungary. *Internatinal Journal of Trade. Economics and Business*, 12(4), pp. 92-98.

Mitsuba Honlap, <https://www.mitsuba.co.jp/en/> Mitsuba Corporation 2023. (letöltés ideje: 2023.07.14.)

Negyven helyszín közül Salgótarján választotta a Mitsuba. Nógrád Megyei Hírlap 2001. március 29. p.5.

Nikodémus A, (2002). Az ipari parkok szerepe a kormány befektetés-politikájában. In. Buzás N, Lengyel I. *Az Ipari parkok fejlődési lehetőségei: regionális gazdaságfejlesztés, innovációs folyamatok és klaszterek*. JATEPress, Szeged, pp. 7-23.

Nógrád TOP 50, 2011. (2012). *Nógrád Megyei Kereskedelmi és Iparkamara, a Nógrád Megyei Hírlap és a NAV Észak-magyarországi Regionális Igazgatósága. Salgótarján*. 48. <https://www.nkik.hu/hu/nograd-megyei-kereskedelmi-es-iparkamara/kiadvanyok/top-50-nograd-megye-546> (letöltés ideje: 2023.03.14.)

Nógrád TOP-50, 2022. Gazdasági folyamatok alakulása Nógrád megyében 2021. évben. (2022). Nemzeti Adó- és Vámhivatal. p. 28. <https://www.nkik.hu/hu/nograd-megyei-kereskedelmi-es-iparkamara/kiadvanyok/top-50-nograd-megye-546> (letöltés ideje: 2023.03.14.)

Sass, M., Gbuik, A. – Szunomár, Á. (2019). Asian Foreign Direct Investments in the Visegrád Countries. What are the motivations for Coming Indirectly? *Statisztikai Szemle*, 97(11), pp. 1050-1070.

Szegedi, A. (2009). *A japán munkaszervezés példája Magyarországon – A Mitsuba japán autóipari beszállító a Salgótarjáni Ipari Parkban*. Tudományos Diákköri Dolgozat. BGF Pénzügyi és Számviteli Kar Salgótarjáni Intézet p.50.

Varga, G. (2018). Foreign Direct Investments in the Visegrád Countries from Outside the Europe. *Geographical Review*, 142(2), pp. 110-121.

Interjúk

Interjú Tatár Csabával a Salgó Vagyon Kft. volt ügyvezető igazgatója

Interjú Szabó Csabával. Quality & Enviromental Manager, Mitsuba Automotive Systems of Europe Kft.

A nem csak keserű komló...

CSULAK Gergely¹

DOI: [10.29180/978-615-6342-76-8_9](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-76-8_9)

Absztrakt

A sör ízprofiljának kialakításán túlmenően, a komló szerepet játszik az ital mikrobiológiai stabilitásában, amelyre eltérő hatást gyakorolnak a különböző nemeskomló fajták. Az élelmiszertudományi kutatások természetükből adódóan az alapanyagokkal, az alkalmazott technológiával és a különböző készülségi állapotban lévő termék, többek között kémiai, mikrobiológiai, érzékszervi tulajdonságaival foglalkoznak, a történeti előzményekkel és a sör evolúciójával kevéssé vagy egyáltalán nem.

A komló, mint a sörkészítés egyik alapanyaga széleskörben ismert, azonban ez nem volt mindig így, hiszen az ital nagyjából 8000 éves történetének csupán az utolsó 12-13 évszázadában vált szinte kihagyhatatlanná. Kezdetben a vadon termő tobozok begyűjtésével igyekeztek a sörfőzdék igényeit kielégíteni, azonban a 9. századra ez már nem volt elegendő és elkezdődött a komlótermesztés, majd komlónemesítés kialakulása.

Számos jelentősebb esemény során jutott el oda a söripar, hogy ma már sztenderd eljárásnak számítson az aroma-, az örvénykadas- vagy éppen a hidegkomlózás. Ezen összefoglaló cikkben kívánom bemutatni a komló és a sörfőzés történetét, illetve az alkalmazott komlózási technológia változását, fejlődését.

Kulcsszavak: komló (humulus lupulus), komlótermesztés, komlózás, sörtechnológia, sörtörténet

Bevezetés

A tanulmány a komló történetének fontosabb mozzanatait és komplex szerepét kívánja bemutatni a sörfőzésben, azonban a terjedelmi korlátok miatt nem tűzte ki célul a részletekbe menő információk átadását, hanem inkább szélesebb rálátás kialakítására törekedett.

IV. Vilmos bajor herceg 1516-ban kiadott rendeletében, a Reinheitsgebot-ban olvasható, hogy a sör csak árpa (maláta), komló és víz felhasználásával készülhet. Természetesen az élesztőről nem feledkeztek meg, hanem annak létezéséről még nem volt tudomásuk. Erre egészen Louis Pasteur a mai mikrobiológiát megalapozó munkásságáig kellett várni a XVIII-XIX. század fordulójáig (Hanel et al., 2016). A fentebb említett 4 alapanyag együtt állása a sör teljes történetére visszatekintve nem volt ennyire egyértelmű, mint napjainkban. A sör hozzávetőlegesen 8-9000 éves idővonalának csupán az utolsó negyedében beszélhetünk a komló tudatos, ilyen irányú felhasználásáról és ezen belül is csupán az utolsó évezredben vált szinte kihagyhatatlanná.

Számos, napjainkra újra felfedezett sör típus még a komló általános alapanyaggá válása előtt született meg és tartotta meg eredeti karakterét, igaz, jelentőségük inkább csak lokális maradt. A főáramhoz tartozó kraft sörfőzdék portfóliójában például biztosan található gose, amely egy sós-savanyú sör típus és így rendkívül jól ízesíthető további anyagokkal, például

¹ Budapesti Gazdasági Egyetem, Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar, Vendéglátás Tanszék. Magyar Agrár és Élettudományi Egyetem, Élelmiszertudományi Doktori Iskola, Élelmiszertudományi és Technológiai Intézet, e-mail: csulak.gergely@uni-bge.hu

gyümölcsökkel, fűszerekkel. A sörtípus története egészen a középkorig nyúlik vissza, bizonyosan mondható, hogy több, mint 1000 évvel ezelőtt már főzték Goslar városában. Valódi különlegessége a sörfőző vízből adódik, amely természetes módon nagyobb mennyiségben tartalmazott sót, mint más sörfőző vizek, hiszen a környék sóbányászata is jelentős volt (Allen, 2018).

A kisüzemi sörforradalom egy az 1970-es években indult és napjainkban is zajló folyamat, amelynek valamennyi irányvonalát vizsgálva látható, hogy az egyik kulcselem, az évszázados alapanyag, a komló, túlmutatva a tradicionális szerepén. A komlóközpontú sörfajták alapjául minden esetben a tradicionális brit sörtípus az India Pale Ale (IPA) szolgált, hiszen az első American Pale Ale sör a san francisco-i Anchor sörfőzde Liberty Ale-je volt, amely egy amerikai nemesítésű komlókkal készített, újra gondolt IPA volt (Vetek, 2015). Az IPA sörtípus gyökerei egészen az 1500-as évekig nyúlnak vissza és igazán tetten érhető rajta a globalizáció előszele. Anglia éléskamrájában a flamand betelepülés hatására kezdődött meg a komlótermesztés, amely lehetővé tette ezen fajta létrejöttét (Haugland, 2014). Bellamy 2012-ben publikálta, hogy a világos felsőerjesztésű brit söröktől több szempontból is különbözik az India típus, hiszen nagyobb mennyiséget használtak mind a malátából, mind a komlóból. Ennek eredményeként a sörtípus keserű ízvilágú, magasabb alkoholtartalmú, könnyedebb és világosabb lett, mint az akkoriban domináns sötétebb barna ale-ek, porterek vagy stout-ok.

Komló-történeti szemelvények

A komló (*Humulus lupulus* L. (Cannabaceae)) a kenderfélék családjába tartozó, kétlaki, kúszó növény, virágzata toboz alakú, amely változatos formát ölt a fajtáknak megfelelően. Természetes élőhelye mocsaras, lápos területek és nedves éger-tölgyes erdők. A talajvízelvezetés és erőirtások következtében a komló ma vadon sövényekben és bozótokban nő (Tutin et al., 1964).

A komló sörben való felhasználásának legkorábbi bizonyítéka lehet egy a babiloni fogság idejéből származó rabbinikus feljegyzés, amely szerint a zsidók időszámításunk előtt 597-ben, azért menekültek meg a leprától, mert komlóból készült sört ittak. Meg kell jegyezni, hogy ebben az időben ugyanazon elnevezéssel illeték a komlóval rokon számos gyógynövényt is, így gyűjtőfogalomként jelenthette valóban a komlót is (Wilson, 1975). Egyes népek eposzai szólnak a komlós sörről már a Krisztus utáni időszak egészen korai szakaszában is (például a finn eredetmítoszban, a Kalevalában olvasható, hogy a Kaukázusban már készítettek ezen időszakban ilyen sört), azonban ezt nem sikerült alátámasztani. Éppen ellenkezőleg, amennyiben a kaukázusi komlózott sör létezett volna, akkor az a keresztény Európa területén (Róma, Baltikum, Dánia, Cseh és Magyar Királyság) a kereskedelmi kapcsolatok miatt biztosan elterjedt volna és így rendelkezésre állnának erről feljegyzések (Case, 1959).

A komló virágzatait kezdetben a vadon termő növényekről gyűjtögették. A komlótermesztés a mai Németország területén kezdődött el a 9. század közepén (859 és 875 között) (Fragó et al., 2009). Az alkalmazkodóképes vadon élő komlók klónozásával kezdődött minden, ami olyan tájfajták nemesítéséhez és termesztéséhez vezetett, mint a Fuggle és Goldings Angliában, a Tettmanger és Hallertauer Mittelfrüh Németországban, valamint a Žatec Csehországban. Ezen fajták és leszármazottiak ma is bázisát jelentik a komlótermesztésnek, ezek a tipikus európai aromakomlók alacsony gyantatartalommal bírnak, így alfasav tartalmuk 5-8%-körül mozog (Stajner et al., 2008). Az újonnan nemesített komlófajták száma erőteljesen bővült a 19. század folyamán (Fragó et al., 2009).

Corbie Adalhard apát 822-ben a *Consuetudines Corbeienses* című művében rendelte el, hogy a kaput felügyelő szerzetes a tizedként kapott komlót kapja meg és főzzön belőle sört (Wilson,

1975). A nyugati monostorok (Fontanelle és St. Denis) hasonló feljegyzései is a 8-9. század fordulójára tehetőek, St. Germain-ben is tizedként hivatkoznak a komlóra (Nelson, 2005). A sörfőzöt, mint szakmát Angliában 1086-ban már említik brassatores néven, illetve a 11-12. században Aachen, Bamberg és Huy főispánjának szolgálatában is álltak, ilyen szakemberek, amely hatással volt a professzionális sörkészítés kialakulására (Meussdoerffer, 2009).

1970. szeptemberében a Graveney-csatorna építési munkálatai közben fedezték fel egy az időszámításunk szerinti 9. századból származó klinker technikával épített hajó maradványait (Evans, 1971). Ezen építési technika jellemző volt a korszak szállító, kereskedő hajóira, amely leginkább a viking tapasztalatokon alapult és a palánkozási technológiájában tért el a délebbre alkalmazott carvel metódus eszközeitől (Crumlin-Pedersen, 2009). Wilson 1975-ben publikált kutatásából kiderült, hogy a fentebb említett hajó roncsai között számos növény maradványait lelték fel, amelyek között volt komló (*Humulus lupulus* L) is. A kutatás során fény derült arra is, hogy ezen hajó részt vehetett a csatornán áthaladó kereskedelemben, ugyanis francia és belga gyártású kerámiatöredékeket is tudtak azonosítani. A komló szempontjából ezen tény igen fontos lehet, hiszen így meg van az esélye annak, hogy külföldről érkezett, de ezen felvetést eddig még nem sikerült maradéktalanul igazolni. Azonban azt sikerült kimutatniuk, hogy ezen hajó komlórakományát valószínűleg sörfőzésre szánták, amely konkrét bizonyíték arra, hogy mind a brit szigeteken, mind a kontinentális Európában is ismerték a komlós sört a X. században.

A Balti-tenger partján élő vendek bizonyosan ismerték és használták a komlót. Ezt támasztja alá azon 1220-körüli vámrendelet is, amely szerint a vendek vámmentesen vihetik Lübeck városába a komlót (Meussdoerffer, 2009).

A Hansa Szövetség tengeri vállalkozásainak előfeltétele volt a sör, amely kereskedelmi áruként nagyban hozzájárult a tagok gazdagodásához. A hajóutak utak elvárásainak testes és komlózott sörök feleltek meg (Meussdoerffer, 2009), hasonlóan a brit IPA-hoz. Kezdetben a brémai sört emlegették Európában, majd Hamburg túlszárnyalta vetélytársát és az 1300-as évekre a Hansa Szövetség sörfőzdéjévé, legnagyobb sörkereskedőjévé vált (von Blanckenburg, 2001). A 13. századra már nem volt jellemző a vadontermő komló gyűjtögetése, helyette a városok komlókertjei látták el alapanyagga a sörfőzőket. Hamburg a sörfőzésben betöltött szerepe okán a komlótermesztésben és kereskedelemben is központtá fejlődött (Meussdoerffer, 2009).

A brit komlótermesztés Kenthez kötődik, a parlament 1554-ben engedélyezte ezen ágazat működését, azonban ebben az évszázadban még igen ingadozó volt anyagilag ez a tevékenység és ehhez hasonló bizonytalan állapot volt látható az Egyesült Államokban is. 1800-óta mondható jelentősnek ez a mezőgazdasági ágazat, a meghatározó termőterületek a Csendes-óceáni partvidéken jöttek létre (Myrick, 1899), amelyek egészen napjainkig megtartották vezető szerepüket, de már nem csak országos, hanem nemzetközi értelemben is.

Az India Pale Ale kialakulását legendák övezik, egyesek konkrét személyeket is megneveznek, mint alkotókat, ezzel szemben mások cáfolják ezeket. Annyi bizonyos, hogy a Kelet-Indiai Társaság kereskedői felfigyeltek rá, hogy a hosszú, Angliából Indiába tartó, Afrikát megkerülő hajóúton bizonyos sörök minősége romlott, illetve fogyaszthatatlanná vált, míg más hordók tartalmának még jót is tett a rendelkezésre álló érlelési idő. Azon tételek vészelték át a hosszú hajóutat jelentősebb romlás nélkül, amelyek alkoholtartalma magasabb volt, illetve erőteljesebben voltak komlózva, mint egy szokványos pale ale (angol világos sör). A későbbiekben a kereskedők, ilyen tulajdonságokkal bíró sört rendeltek és szállítottak Indiába, amelyet a már említett módon, India Pale Ale-nek neveztek el (Steele, 2013).

A 15. századtól a holland sörgyártás és kereskedelem jelentősége folyamatosan nőtt és fokozatosan szorította ki komlós söreivel a Hansa városok kereskedőit a skandináv és az észak-francia piacokról. A gazdasági megerősödés egyik folyományaként a hollandok Amerikában –

Új-Hollandiában és Virginiában – már az 1600-as évek elején képesek voltak lefektetni a komlótermesztés alapjait (Myrick, 1899).

A komló szempontjából igen lényeges sörítípus született meg 1842-ben Plzen-ben. Josef Groll nevéhez fűződik a mai kor talán legkedveltebb itala, a lágy vízből, dekokciós cefrézési eljárással készülő, alsóerjesztésű, világos, tükrösen tiszta, erősen komlózott sör, a pilseni. A cseh területeken a Saazer, a németeken pedig a Hallertauer fajták lettek ezen sörfajta aromakomlói (Meussdoerffer, 2009).

A bevezetőben már említett sörforradalom feltétele volt az újabb, érdekesebb komlófajták nemesítése, ennek jelentős területe az USA nyugati partvidéke volt. Ezen időszakban a növény-nemesítés már tudományos alapokkal bírt, de még így is elsősorban a gazdálkodók és nemesítők generációinak felhalmozott tapasztalatára, vagyis a rokon növényfajok közötti gének átadására támaszkodott. Napjainkra ezen terület a tudomány és a matematika számos ágából származó ismereteket is magában foglal (Pauls, 1995). Az *Agrobacterium tumefaciens* talajlakó baktérium természetes gazdaszervezete komló, így a növény genetikai transzformációjához ezen mikroba tekinthető a legígéretesebb stratégiának. Horlemann és társai közölték először eredményeket a Tettnanger fajta szövetének hatékony transzformációjáról ezen baktérium segítségével (Horlemann et al., 2003).

A komló széleskörben ismert volt hagyományos gyógynövényként, mérsékelt nyugtató hatása miatt, elsősorban alvászavarok kezelésére, illetve a gyomorműködés javítására is használták és a sörfőzésben csak később vált szinte kihagyhatatlan alapanyaggá (Zanoli és Zavatti 2008). Számos kutatás zajlik az orvostudomány területén, amely a komló különböző tulajdonságait vizsgálja például a rákos megbetegedések kezelésére, illetve felhasználhatóságát gyógyhatású készítményekben és gyógyszerekben. A Committee on Herbal Medicinal Products (Növényi Gyógyszerek Bizottsága) az aprítással vagy a virágok szárításával-porításával vagy száraz, illetve folyékony kivonatként előállított termékek kapcsán, azon következtetésre jutott, hogy a komló strobil (a növény virágzatának általános elnevezése) tartalmú gyógyszerek a mentális stressz enyhébb tüneteinek kezelésére és az alvás elősegítésére sikeresen alkalmazhatók (HMPC, 2016).

A komlónövény szerepe a sörfőzésben

A sörfőzésben a komló nőivarú egyedeit hasznosítják, a hím ivarú növényeket az ültetvények környékén folyamatosan gyérik, ezzel is elkerülve az esetleges beporzást, hiszen ez az ital szempontjából hasznos anyagok degradációját okozhatná.

A betakarítás előtti állapotában egyes fajtáknál barnás elszíneződés látható a tobozokon, míg másoknál a virágzat pedig egyöntetű zöld vagy zöldessárga színű. Valamennyi típusra igaz, hogy finoman összenyomva rugalmas, papírra és száraz falevélre emlékeztető hangot hallat, valamint a levélgyököknél aranysárga színű por látható, ez a lupulin. A komló virágzatát vizsgálva – a teljesség igénye nélkül – a legfontosabb összetevők, a gyanta és az olaj (Okada et al., 2014). A gyantában az alfasav felelős a keserűségért, amelyben cohumolone túlzottan magas részaránya eredményezheti az úgynevezett tapadós keserűséget, amennyiben nem ennek megfelelő módon történik a komlózás (a forralást követő periódusban, az örvénykádás szűrés közben vagy hidegkomlózáskor).

A komló mélyebb, később tudományos megismerésében több jelentős mérföldkövet is érdemes megemlíteni. 1769-ben James Baverstock hidrométert használt a komlókivonat mérésére, azonban ezen eszközök még megbízhatatlannak minősültek. A prágai Carl Josef Napoleon Balling volt, aki megalapította a fajsűrűség mérés módszerét a sörlé és cefre esetében, amelyet

napjainkig használnak a sörgyártásban. Később, 1819-ben komlóolajfrakciókat állítottak elő vízgőz segítségével, azonban az első hat komlóaroma vegyület azonosítására egészen a század végéig várni kellett. Ekkor Chapman írta le a komló jellegzetes illatáért felelős vegyületeket, a linalool-t és mircént. 1966-ban Buttery és Ling körülbelül 100 komlóolaj komponenst mutattak ki, majd Tressel és munkatársai a sör aroma-összetevőinek vizsgálata közben 47 komlóeredetűt azonosítottak a 110 komponensen belül (Schönberger, 2011).

A kész sör mikrobiológiai szempontból stabil közegnek mondható, amelyben az egyik komponens, a komló izomerizált keserűsavaival komoly szerepet játszanak, mégis néhány mikroorganizmus képes benne szaporodni (Vaughan et al., 2005). Egyes sörromlást okozó tejsavbaktériumok képesek szaporodni a sörben, hiszen igen ellenállóak a komló hatásaival szemben, a *Lactobacillus brevis* esetén komlórezisztens gént azonosítottak (Suzuki et al., 2006).

A komlót a sörfőzésben betöltött tulajdonságai, valamint alfa-sav tartalmuk alapján keserű, aroma, illetve duál típusba szokták sorolni. Almaguer és munkatársai 2011-ben azt publikálták, hogy az antibakteriális hatás terén eltérő értéket mutatott a vizsgált Hallertauer Perle „aroma” és Hallertauer Taurus „keserű” komló. Amíg az előbbi esetében a kivont keménygyanta aktivitását nem lehetett kimutatni, addig az utóbbi fajtánál látható volt a gátlóhatás. Azon következtetésre jutottak, hogy a mikrobiológiai stabilitáshoz a keménygyanta keserű anyagai járulnak hozzá.

A komlóvegyületek igen eltérő hatással vannak a sörromlást okozó baktériumokra, így abban az esetben, ha ezek közül egy-egy felhasználásával kívánják egy sörfőzdében a romlást meggátolni, úgy szükségszerű pontosan ismerni a károsítót, mivel a komló érzékenységük nagyon eltérő. A forralás utáni, további komló adagolása, mind az örvénykádás forró seprő elválasztás, mind a hidegkomlózás esetén növelheti a sör α -sav tartalmát, így a sör mikrobiológiai stabilitását is. Ebből következően, mikrobiológiai szempontból kívánatos lehet ezen érték növelése, azonban az érzékszervi tulajdonságok terén a keserűérték már negatív szintre emelkedne, ezért ezen módszer nem követendő (Michel et al., 2020). A tejsavbaktériumok mellett a sör romlását más mikrobák is okozhatják, mint például néhány Gram-negatív baktérium, amelyek a gombákhoz hasonlóan, zavarosságot, kellemetlen szagot eredményeznek, és ez diacetil és hidrogén-szulfid jelenlétére utal. A komló által kifejtett antibakteriális hatás a Gram-pozitív baktériumokkal szemben figyelhető meg. A tradicionálisan, illetve a nagy tömegek által kedvelt alacsony alkoholtartalommal bíró és enyhén komlózott sörök esetén fennáll a veszélye újabb, eddig még ilyen téren nem azonosított baktériumok megjelenésének (Sakamoto et al., 2003).

A cefrézés után, a komló hozzáadásával a forraláskor az antioxidáns aktivitás emelkedik, míg a cefreszűrés, a fermentáció és szűrés után csökkenés tapasztalható. A humulon, azaz alfa-sav kiváló antioxidáns összevetve más komló polifenolokkal, tehát a keserűsavak jelentősen hozzájárulnak ezen aktivitáshoz (Gorjanović et al., 2013). A komló növénynek nem csupán a tobozvirágzatai, hanem a friss hajtásai is jelentős antioxidáns aktivitást mutatnak, a flavonoidok ezen forrása jelentős lehet az étrendbe történő beépítéssel (Maietti et al., 2017). A komlócentrikus sörök, például IPA-k esetén a komló aromakomponensei, amelyek jellemzően az olajban találhatóak, sokkal fontosabbak, mint a keserűanyagok. A sörfőzés hidegoldali komlózási eljárásainak köszönhetően a sör a felhasznált komlófajtájától függően igen érdekes, fűszeres, citrusos, fenyőgyantás, trópusi gyümölcsös aromákkal gazdagítható (Nesvadba et al., 2013).

Komlózási technológiák változása

Annak ellenére, hogy a sörfőzés technológiai lépései jelentős mértékben nem változtak az évszázadok alatt, a komló használatában mégis azonosítható egyfajta szemléletváltás. Tradicionálisan a sörfőzés meleg oldalán, a forralásban használják a komlót, hiszen így tudnak oldódni a komlógyantából a keserűsavak, amellyel a ma megszokott sörök jellegzetes keserű utóízét érik el, illetve megtörténik a sterilizáció is. A keserű komlózásnak is nevezett lépésben magasabb alfasavtartalmú fajtákat használnak olyan kezeget hozva létre, amely a sörélesztő számára megfelelő, így biztosítva a nemkívánatos mikrobák kiszorítását a cefréből (Hudson, 1966). Azon söröknél, ahol több komlóaromát szeretnének átadni a sörnek, a forralás végén maximum 5-10 percig úgynevezett aroma komlózást hajtanak végre alacsony alfasavtartalmú aroma komlókkal, amelyek már kevésbé emelik a keserűértéket, azonban a sör ízét és illatát összetettebbé teszik. Ezen eljárás még mindig a megszokott komlózási technológiák közé sorolható.

A kraft sörforradalom hatására a komló jelentékenyebb mennyiségét az IPA különböző változatainál a forralás után adagolják. A sörfőzés technológiai lépésit nézve a forralás után az örvénykádás forróseprő elválasztás, illetve a sörlé gyors lehűtése következik. Az örvénykádában a hűtési folyamat közben egyre alacsonyabb hőmérsékleti értékeken adagolnak további komlót a sörléhez. Jellemzően 70°C környékén kerül bele az első adag komló (Sharp, 2018), majd akár további 5 lépcsőben növelik a komló mennyiségét. Ezen eljárás hatására olyan különböző aromák emelhetők ki a komlóból a sörben, amelyek másként nem érvényesülnének vagy dominánsabb illatok-ízek elfednék azokat.

A technológiai sorban tovább haladva a brit sörkultúrában tradicionálisan a pub-ok kocsmárosainak, pincemestereinek feladatkörébe tartozó hidegkomlózás következik. Az erjedőben lévő sörléhez adják a receptúrában meghatározott mennyiségű komlót, hogy az a citrusos, fenyőgyantás, trópusi gyümölcsös aromáit átadva tegye komplexebbé a végterméket (Oladokun, 2017). A hideg-komlózó berendezés széleskörben elterjedt a sörfőzdék körében, amely nagyban megkönnyíti, illetve sokkal ellenőrizhetőbbé teszi a folyamatot. A komló nem a tartályba kerül, hanem azon kívül egy szűrőberendezésbe, amelyen keresztül a megfelelő ideig áramoltatják a tartályban lévő sörlevet. A New England IPA sör típus többek között ezen eljáráson alapul, így alakítva egy rendkívül magas komlótartalmú sört, amely ennek ellenére nem túlzottan keserű, hiszen a hidegkomlózással nem emelkedik számottevően a keserűérték. Teljesen standardnak mondható a Double vagy Triple Dry Hopped jelölés a komlóközpontú sörökön, ebben az esetben nem egyszer, hanem kétször vagy három alkalommal folytatják a fentebb bemutatott mozzanatot. Az előzőekben tárgyalt komlózási eljárások mellett érdemes említést tenni néhány még nem elterjedt típusról is, úgymint komlózás a cefrőzés közben, a cefre felforrása előtt, a komló főzetével, forralás nélküli sörfőzés közben.

Összefoglalás

A komló jelentősége a sörkészítésben egyértelmű, de fontos, hogy tekintsünk rá a virágzatán alapuló gyógynövényként is, hiszen ezen tulajdonságai már jóval a sörfőzés gyakorlatába való beépülése előtt ismertek voltak. A sör mikrobiológiai stabilitására gyakorolt pozitív hatása, illetve magának a növénynek az életfolyamatai (például a gyors növekedés és a kiemelkedő regenerálódó képesség) is kutatásra érdemesek a medicina területén, amelyeket érdemes lehet figyelemmel kísérni az elkövetkező években.

Az előzőekben felvázolt 12-13 évszázad alatt sem veszített jelentőségéből a söriparban, hiszen ugyanolyan fontos alapanyaga a főáramú nagyüzemi sörgyárak termékeinek, mint a kraft sörfőzdéknek. Ez utóbbiaknál megállapítható, hogy az ilyen termékeket fogyasztó közönség

folyamatosan igényt tart újabb és újabb ízekre, amelyet nem feltétlenül lehetséges kiszolgálni csupán a komlófajták változtatásával. Az utóbbi években megtorpant a komlóközpontú sörök kedveltségének növekedési üteme, hiszen a sós-savanyú, gyümölcsös, illetve hordóérlelt sörök kerültek középpontba. Azonban fontos kiemelni, hogy a komlós sörök továbbra igen magas szintet foglalnak el a kraft söröződékek portfóliójában. Biztonsággal kijelenthető, hogy a komló még a prémium szegmensben is megkerülhetetlen alapanyag maradhat a jövőben is.

Irodalomjegyzék

Allen, F. (2018). Gose: Brewing a Classic German Beer for the Modern Era. *Brewers Publications*. pp. 5-10.
<https://books.google.hu/books?id=9Tp7DwAAQBAJ&lpg=PP2&ots=auPYsRXCHp&dq=gose%20beer&lr&hl=hu&pg=PP2#v=onepage&q=gose%20beer&f=false>

Almaguer, C., Gastl, M., Dresel, M., Hofmann, T., & Becker, T. (2011). Comparison of the quality parameters of hop hard resins. *In Poster EBC Congress, Glasgow, Scotland*.
https://www.academia.edu/download/43757492/Comparison_of_the_quality_parameters_of_20160315-1009-1egsegd.pdf.

Bellamy, M. J. (2012). Steaming into the Age of Rail and Pale Ale: John Labatt and the Transformation of Canadian Brewing, 1855-1877". *Brewery History*, 146, pp. 16-27.
<http://breweryhistory.com/journal/archive/146/Canada.pdf>

Case, H. (1959). Denmark before the Vikings. By Ole Klindt-Jensen. 8¼× 6. Pp. 146+ figs. 16+ pls. 73.(Ancient Peoples and Places, IV.) London: Thames and Hudson, 1957. 21s. *The Antiquaries Journal*, 39(1-2), pp. 114-115.
<https://www.cambridge.org/core/journals/antiquaries-journal/article/denmark-before-the-vikings-by-klindtjensen-ole-8-6-pp-146-figs-16-pls-73-ancient-peoples-and-places-iv-london-thames-and-hudson-1957-21s/1A058A21B7AB798F4725528CF7A3DD26>

Crumlin-Pedersen, O. (2009). Chapter Seven. Boat And Boat House. The Conceptional Origins Of Clinker Boats And Boat-Shaped Halls Of The Fourth To Eleventh Centuries In Scandinavia. *In Creating Shapes in Civil and Naval Architecture* (pp. 194-212). Brill.
https://brill.com/display/book/edcoll/9789047426912/Bej.9789004173453.i-447_009.xml

European Medicines Agency (2016). Herbal medicine: summary for the public - Hop strobile *Humulus lupulus* L., flos. EMA/304459/2016
https://www.ema.europa.eu/en/documents/herbal-summary/hop-strobile-summary-public_en.pdf

Evans, A. C., & Fenwick, V. H. (1971). The Graveney boat. *Antiquity*, 45(178), pp. 89-96.
https://www.academia.edu/50183178/The_Graveney_boat

Faragó, JURAJ, Pšenáková, IVANA, & Faragová, NATÁLIA (2009). The use of biotechnology in hop (*Humulus lupulus* L.) improvement. *Nova Biotechnologica*, 9(3), 279-293.
http://www.nbc-journal.fpv.ucm.sk/archive/revue_nova_biotechnologica_9_3/Farago_2009_NB3.pdf

Gorjanović, S., Pastor, F. T., Vasić, R., Novaković, M., Simonović, M., Milić, S., & Sužnjević, D. (2013). Electrochemical versus spectrophotometric assessment of antioxidant activity of hop (*Humulus lupulus* L.) products and individual compounds. *Journal of agricultural and food chemistry*, 61(38), pp. 9089-9096. <https://pubs.acs.org/doi/abs/10.1021/jf401718z>

- Hanel, M., Schieder, H., Jentsch, M. (2016). Mit seinem hohen Endvergärungsgrad, B. Biervielfalt unter dem Reinheitsgebot. *Brauwelt* nr. 12-13 (2016) https://secure.hanscarl.com/media/pdf/2016/03/351-353_brauwelt_2016.pdf
- Haugland, J. E. (2014). The origins and diaspora of the India Pale Ale. In *The Geography of Beer: Regions, Environment, and Societies* (pp. 119-129). Dordrecht: Springer Netherlands. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-94-007-7787-3_12
- Hudson, J. R., & Birtwistle, S. E. (1966). WORT-BOILING IN RELATION TO BEER QUALITY. *Journal of the Institute of Brewing*, 72(1), pp. 46-50. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/j.2050-0416.1966.tb02933.x>
- Maietti, A., Brighenti, V., Bonetti, G., Tedeschi, P., Prencipe, F. P., Benvenuti, S., ... & Pellati, F. (2017). Metabolite profiling of flavonols and in vitro antioxidant activity of young shoots of wild *Humulus lupulus* L.(hop). *Journal of pharmaceutical and biomedical analysis*, 142, pp. 28-34. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0731708517304752>
- Meusdoerffer, F. G. (2009). A comprehensive history of beer brewing. *Handbook of brewing: Processes, technology, markets*, 1-42. <http://www.doc-developpement-durable.org/file/Fabrications-Objets-Outils-Produits/bieres/HistoryOfBeerBrewery.pdf>
- Michel, M., Cocuzza, S., Biendl, M., Peifer, F., Hans, S., Methner, Y., ... & Hutzler, M. (2020). The impact of different hop compounds on the growth of selected beer spoilage bacteria in beer. *Journal of the Institute of Brewing*, 126(4), pp. 354-361. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/jib.624>
- Myrick, H. (1899). *The Hop; Its Culture and Cure, Marketing and Manufacture: A Practical Handbook on the Most Approved Methods in Growing, Harvesting, Curing, and Selling Hops, and on the Use and Manufacture of Hops.* Orange Judd Company. https://books.google.hu/books?id=eedEAAAAIAAJ&ots=-qSADd_5sc&dq=hop%20growing%20method&lr&hl=hu&pg=PA1#v=onepage&q=hop%20growing%20method&f=false
- Nelson, M. (2005). *The barbarian's beverage: a history of beer in ancient Europe.* Routledge. <https://scholar.uwindsor.ca/llcpub/26/>
- Nesvadba, V., Brynda, M., Henychová, A., Ježek, J., Kořen, J., Krofta, K., ... & Vostřel, J. (2013). Development and tradition of Czech hop varieties. *Chmelařský institut sro Žatec*. ISBN 78-80-87357-11-8.
- Okada, Y., & Ito, K. (2001). Cloning and analysis of valerophenone synthase gene expressed specifically in lupulin gland of hop (*Humulus lupulus* L.). *Bioscience, biotechnology, and biochemistry*, 65(1), pp. 150-155. <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1271/bbb.65.150>
- Oladokun, O., James, S., Cowley, T., Smart, K., Hort, J., & Cook, D. (2017). Dry-hopping: The effects of temperature and hop variety on the bittering profiles and properties of resultant beers. *Brew. Sci*, 70, pp. 187-196. <https://cdn.homebrewtalk.com/data/attach/742/742845-BrewingScience-Oladokun-187-196-2017.pdf>
- Pauls, K. P. (1995). Plant biotechnology for crop improvement. *Biotechnology Advances*, 13(4), pp. 673-693. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0734975095020101>
- Reither, S., Titze, J., Ilberg, V. (2011). Als perfektes Qualitätslabel, V. Gebraut nach dem Bayerischen Reinheitsgebot. *Brauindustrie* 11/2011. pp. 11-18.

https://www.researchgate.net/profile/Jean-Titze/publication/260597327_Gebraut_nach_dem_Bayerischen_Reinheitsgebot/links/02e7e531b77ef596b7000000/Gebraut-nach-dem-Bayerischen-Reinheitsgebot.pdf

Sakamoto, K., & Konings, W. N. (2003). Beer spoilage bacteria and hop resistance. *International journal of food microbiology*, 89(2-3), pp. 105-124. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0168160503001533>

Schönberger, C., & Kostecky, T. (2011). 125th anniversary review: The role of hops in brewing. *Journal of the Institute of Brewing*, 117(3), pp. 259-267. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/j.2050-0416.2011.tb00471.x>

Sharp, D. C., Qian, Y., Shellhammer, G., & Shellhammer, T. H. (2017). Contributions of select hopping regimes to the terpenoid content and hop aroma profile of ale and lager beers. *Journal of the American Society of Brewing Chemists*, 75(2), pp. 93-100. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1094/ASBCJ-2017-2144-01>

Stajner, N., Satovic, Z., Cerenak, A., & Javornik, B. (2008). Genetic structure and differentiation in hop (*Humulus lupulus* L.) as inferred from microsatellites. *Euphytica*, 161, 301-311. <https://link.springer.com/article/10.1007/s10681-007-9429-z>

Steele, M. (2013). IPA: Brewing techniques, recipes and the evolution of India pale ale. *Brewers Publications*. pp. 2., 4., 27. <https://books.google.hu/books?id=182QAwAAQBAJ&lpg=PP1&dq=india%20pale%20ale%20history&lr&hl=hu&pg=PP1#v=onepage&q=india%20pale%20ale%20history&f=false>

Suzuki, K., Iijima, K., Sakamoto, K., Sami, M., & Yamashita, H. (2006). A review of hop resistance in beer spoilage lactic acid bacteria. *Journal of the Institute of Brewing*, 112(2), pp. 173-191. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/j.2050-0416.2006.tb00247.x>

Vaughan, A., O'Sullivan, T., & Van Sinderen, D. (2005). Enhancing the microbiological stability of malt and beer—a review. *Journal of the Institute of Brewing*, 111(4), pp. 355-371. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/j.2050-0416.2005.tb00221.x>

Vetek György, Rosenstein Róbert (2015). *Sörkönyv*. Budapest, pp. 30-37. ISBN 978 963 13 6326 5

von Blanckenburg, C. (2001). Die Hanse und ihr Bier. Brauwesen und Bierhandel im hansischen Verkehrsgebiet. Köln: Böhlau. https://www.hansischergeschichtsverein.de/file/qud51_inhalt_hq.pdf

Wilson, D. G. (1975). Plant remains from the Graveney boat and the early history of *Humulus lupulus* L. in W. Europe. *New Phytologist*, 75(3), pp. 627-648. <https://nph.onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1469-8137.1975.tb01429.x>

Zanoli, P., & Zavatti, M. (2008). Pharmacognostic and pharmacological profile of *Humulus lupulus* L. *Journal of ethnopharmacology*, 116(3), pp. 383-396. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0378874108000391>

A BGE hallgatók paraszociális kapcsolatainak felmérése a gasztronómia területén

FEKETE-FROJIMOVICS Zsófia¹ – SZŐKE Andrea² – DEBRECENI János³

DOI: [10.29180/978-615-6342-76-8_10](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-76-8_10)

Kulcsszavak: influencers marketing, paraszociális kapcsolatok, Facebook, Instagram

Absztrakt

A digitális és technológiai innováció folyamatos változásával és szerepének erősödésével átalakultak a fogyasztói szokások és a reklámtartalmak fogyasztása. Különösen a fiatalok nagy része választja az internetet termékvásárlási platformként, és a social media felületeken találkoznak a reklámokkal is. A különböző platformokon hirdető cégek igyekeznek az adott célcsoportot leginkább megfogó reklámozási módokat használni, ezért előtérbe kerültek az influencersokat bevonó tartalmak, szolgáltatások a vendéglátás, gasztronómia területén is. Az influencersok a marketingkommunikáció fontos részévé váltak, különösen azok, akik tartósan, rendszeresen és sűrűn posztolnak, nagy követőbárral rendelkeznek, vagy kisebb, de elhivatott csapathoz szólnak. Az influencersok sikerességét számos tényezővel mérhetjük, ezek közül egyik lehet az, hogy milyen kapcsolatot alakítanak ki a követőikkel. A paraszociális kapcsolatok ezért marketingérték szempontjából is fontossá válhatnak. Jelen tanulmány a Budapesti Gazdasági Egyetem turizmus-vendéglátás alapszakos diákjainak paraszociális kapcsolatait feltáró kutatásunk első részét mutatja be. Kérdőíves kutatásunk célja volt feltárni, hogy a hallgatók milyen közösségi média felületeket használnak leginkább; a vendéglátás, gasztronómia területén milyen hírességet követnek és milyen célból. Megállapítható volt, hogy a megkérdezettek leggyakrabban a Facebook, Instagram és Youtube felületeket használják a gasztró-hírességek, leginkább Fördös Zé, Rácz Jenő és a Street Kitchen követésére; az új receptek, ötletek, a látványos ételfotók, videók motiválják őket és fontosnak tartják a gasztró-blogger személyiségét.

Bevezetés

Az internet megjelenésével, a digitális és technológiai innováció folyamatos változásának és szerepének erősödésével megváltoztak a fogyasztói szokások és a reklámtartalmak fogyasztása. A fogyasztók közül főleg a fiatalabb generáció használja a különböző social media felületeket, náluk a hagyományos média-használat háttérbe szorult (Wada, 2021). A generációk eltérő digitális fogyasztási szokásai magukkal hozzák a reklámtorta átalakulása mellett a termékhirdetések mikéntjének változásait is. A különböző platformokon hirdető cégeknek igazodniuk kell a használói igényeihez, lépést kell tartaniuk a gyorsan változó fogyasztói szokásokkal, ezért igyekeznek az adott célcsoportot leginkább megfogó reklámozási módokat használni. Ennek alapján előtérbe kerültek az influencersokat bevonó tartalmak a vendéglátás, gasztronómia területén is. Az influencersok a marketingkommunikáció fontos részévé váltak, sikerességüket számos tényezővel mérhetjük, ezek közül egyik lehet az, hogy

¹ Budapesti Gazdasági Egyetem, Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar, Vendéglátás Tanszék, Orcid-azonosító: 0000-0003-1642-6615

² Budapesti Gazdasági Egyetem, Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar, Gazdasági Szaknyelvek Tanszék, Orcid-azonosító: 0000-0003-0005-7309

³ Budapesti Gazdasági Egyetem, Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar, Vendéglátás Tanszék, Orcid-azonosító: 0009-0007-7386-7018

milyen kapcsolatot alakítanak ki a követőkkel, így a paraszociális kapcsolatok marketingérték szempontjából is fontosakká válhatnak.

Jelen tanulmány kutatássorozatunk első részét mutatja be, melynek célja volt, hogy feltárjuk a Budapesti Gazdasági Egyetem (továbbiakban: BGE) hallgatóinak paraszociális kapcsolatait, koncentrálna a gasztronómiai témával foglalkozó influenszerekre, gasztróhírességekre. Kérdőíves kutatásunk arra kereste a választ, hogy a hallgatók milyen közösségi média felületeket használnak leginkább, valamint a vendéglátás, gasztronómia területén milyen hírességet követnek és milyen célból.

Szakirodalmi áttekintés

A marketing környezetre jellemző, hogy a fogyasztók sokkal jobban bíznak egymásban, mint a vállalatokban (Carr & Hayes, 2014; Djafarova & Rushworth, 2017), így a marketingkommunikációban az influenszerek fontos közvetítővé váltak a közösségi média felületeket gyakran használó, fiatalabb generációk felé. A fiatalok, különösen a serdülők, általában csodálják az influenszereket és barátként tekintenek rájuk, azaz paraszociális kapcsolatokat alakítanak ki a közösségi médiában követett személyekkel (Chung & Cho, 2017; De Jans et al. 2018; Lueck 2015). Horton és Wohl (1956) már a fogalom megalkotásakor megállapították, hogy az ilyen jellegű kapcsolatok inkább egyoldalúnak és közvetettnak tekinthetők. Ez a kifejezés tehát egy olyan egyoldalú, plátói kapcsolatot jelöl, amelyet egy médiahasználó egy médiaszemélyiséggel folytat. Paraszociális kapcsolatot manapság kialakíthatunk hírességekkel, élőszereplős és animációs fiktív karakterekkel, közösségi média influenszerekkel, sőt igazából bármilyen karakterrel, akivel a médián keresztül találkozunk. Felismerve a paraszociális kapcsolatok jelentőségét a 2010-es évek közepétől a marketing- és fogyasztókutatások, így az influenszermarketing vizsgálatok is alkalmazni kezdték a paraszociális kapcsolatok elméletét (pl.: Chung & Cho, 2017; Lueck, 2015). Leung és munkatársai (2022) szerint az online influenszermarketing úgy értelmezhető, hogy az adott cég kihasználja az influenszer erőforrásait (beleértve a követői hálózatokat, a személyes pozicionálást, a kommunikációs tartalmat és a követői bizalmat) a cég marketingkommunikációs hatékonyságának növelése érdekében. A marketingszakemberek számára az influenszermarketing egyik előnye lehet, hogy a fogyasztók az ilyen tartalmakat nem fizetett, hanem inkább szájról szájra terjedő (word-of-mouth) reklámként érzékelhetik (Närvänen et al, 2020). Az ilyen jellegű tartalom előnyeit kihasználva a cégek javíthatják interakciójukat a fogyasztókkal, éppen ezért az influenszerek követőkkel kialakított szoros kapcsolatuk miatt különösen fontosak a márkák számára. Az influenszerek érzékelhetően egyre nagyobb szerepet játszanak követők vásárlási döntéseiben és véleményében. Azonban ez a jelenség bizonyos problémákkal is járhat, például az influenszerek elveszíthetik hatékonyságukat, ha túl sok márkát reklámoznak (Álvarez-Monzoncillo & Santín, 2023), vagy elveszíthetik személyes hitelességüket, amely visszahathat a márkára is (Shetty & Fitzsimmons, 2022).

A fenti, nemrégiben publikált kutatások is rámutatnak arra, hogy a paraszociális kapcsolatok fogyasztói oldalról történő vizsgálata még korántsem teljesen feltárt terület, így érdemes a jelenséget közelebbről is vizsgálni.

A kutatás módszertana

Paraszociális kapcsolatokat feltérképező kutatásunkat több állomásra osztottuk fel. Kutatássorozatunk első részében egy előzetes felmérésre, előkutatásra került sor egy kisebb hallgatói minta megkérdezésével. Az előkutatásban elsősorban gasztronómiai szempontból igyekeztünk megismerni a BGE Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

hallgatóinak közösségi médiahasználati szokásait, és a célunk olyan faktorok azonosítása volt, amelyek egy későbbi, nagyobb kérdőíves lekérdés alapjául szolgálhatnak.

Az előkutatás kérdőívét összesen 94 fő BGE KVIK hallgató töltötte ki, 3 különböző BSc alapképzést (kereskedelem-marketing, közösségszervező, valamint turizmus-vendéglátás), illetve 2 FOSZK képzést (turizmus és vendéglátó szakirány) képviselve. A 94 fő kitöltő közül 55 fő a BGE KVIK turizmus-vendéglátás alapszak hallgatója volt.

A teljes minta megoszlása nemek szerint: 71 nő és 23 férfi válaszadó, többségében a 6. félévüket töltő hallgató (38 fő). A felmérés 2021. május 21. és június 24. között zajlott, online primer kutatásként, az Egyetem belső csatornáit használva, anonim módon.

A kérdőív kérdései többségében zárt kérdések voltak, azonban a faktorok kialakításához nyitott kérdésként tettük fel az influenszer, gasztro-híresség konkrét személyére és a követési motivációra vonatkozót, hogy ebben ne irányítsuk a válaszadókat. Az előkutatás eredményeit SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) programmal értékeltük.

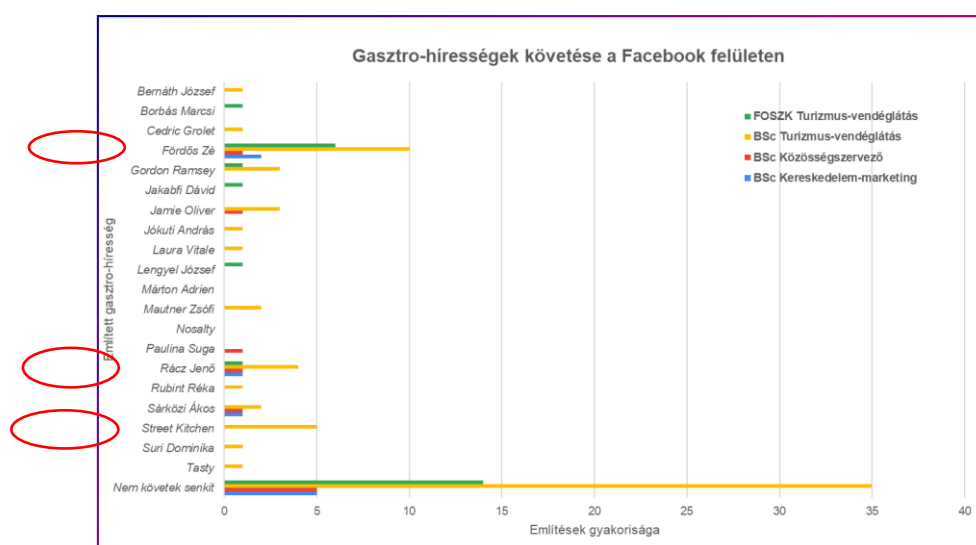
Eredmények

A válaszadó hallgatók többsége mindkét nem esetében a leggyakrabban a Facebook (28% nő, 31% férfi), Instagram (28% nő, 28% férfi) és YouTube (27% nő, 32% férfi) felületeket használja, ezeket a TikTok követi (16% nő, 8% férfi), míg a Pinterest, Snapchat és Twitter (mindnél 1% nő, 0% férfi) alkalmazásokat szinte nem használják. Jelen tanulmányban a tartalmi keretek miatt csak a Facebook és az Instagram felületek eredményeit mutatjuk be.

Kíváncsiak voltunk a közösségi médiahasználat gyakoriságára, és a Facebook, valamint az Instagram esetében kiugróan magas értékkel szerepelt a „naponta többször” megjelölés (67% Facebook és 81% Instagram).

Ez fontos adat arra vonatkozóan, hogy a vizsgált generáció naponta többször is meglátogatja, használja az adott platformot, így a gasztronómiai témájú üzenetek hamar eljuthatnak hozzájuk. Igyekeztünk feltárni, hogy kik azok a gasztro-influenszerek, gasztro-bloggerek, akiket a hallgatók szívesen követnek. Ebben az esetben a válaszadók által említett minden nevet benne hagytunk a táblázatban, hogy a két vizsgált platform ennek alapján is összevethető legyen. A Facebook felületre vonatkozóan az alábbi eredményeket kaptuk:

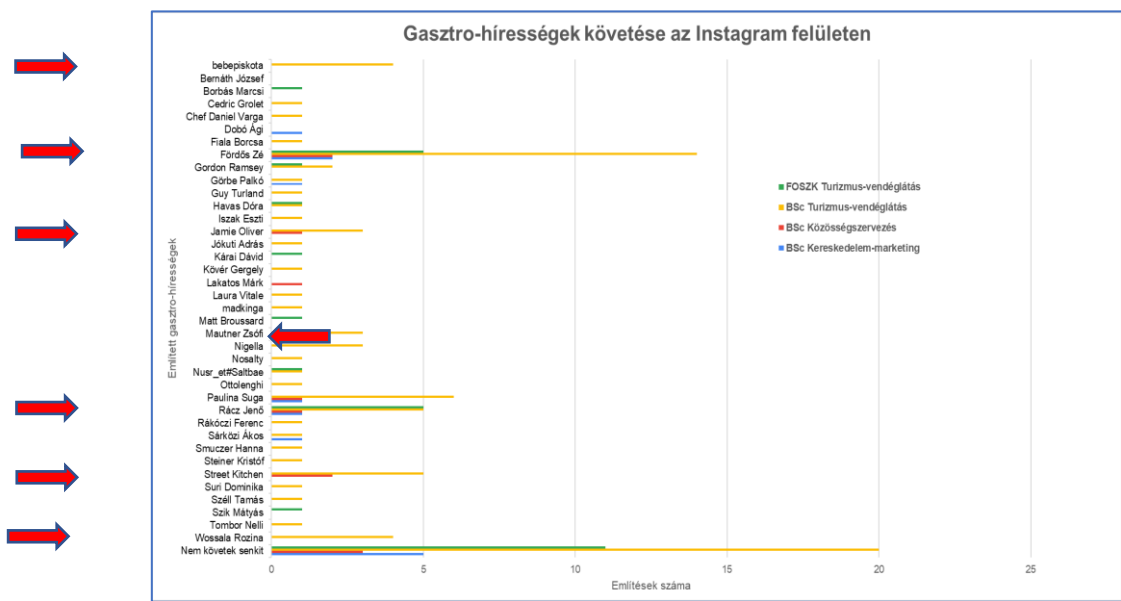
1. ábra: Gasztro-hírességek követése a Facebook felületen



Forrás: Saját kutatás

Mindegyik alapképzési szakon Fördös Zé, Rácz Jenő és a szintén Fördös Zé nevéhez köthető Street Kitchen kapott kiugró értékeket az összes említésszámban. Érdekes eredmény, hogy a turizmus-vendéglátás alapszakos és felsőoktatási szakképzés turizmus és vendéglátás szakirányán részt vevő hallgatók magas arányban említették még Gordon Ramsey és Jamie Oliver nevét. Ez kapcsolatban állhat azzal, hogy ők eleve és választott szakirányuk alapján is jobban érdeklődnek a szakma iránt, mint mondjuk a pirossal jelölt közösség-szervezős hallgatók. Az Instagram felületre vonatkozóan az alábbi eredményeket kaptuk:

2. ábra: Gasztro-hírességek követése az Instagram felületen



Forrás: Saját kutatás

Itt már árnyaltabbak az eredmények, mint a Facebook platform esetében, a válaszadók több nevet említettek. Mindegyik alapképzési szakon Fördös Zé és Rácz Jenő neve megjelenik magas említési aránnyal, de a turizmus-vendéglátás alapszakos hallgatók nagy arányban említik bebepiskota, és Paulina Suga, Mautner Zsófi, Nigella, Wossala Rozina, illetve a Street Kitchen oldalakat is.

A két platform összehasonlításában elmondhatjuk, hogy a válaszadó hallgatók alapvetően azokat a gasztro-hírességeket követik mindkét platformon, akiknek a vizsgált időszakban (vagy előtte nem sokkal) tévéműsora is futott, tehát, még ha nem is nézik közvetlenül a műsorokat, akkor is találkoztak már a nevükkel.

Elő kutatásunk fő vizsgálati szempontja a faktorok meghatározása volt, így a kérdőívben igyekeztünk feltárni a gasztro-hírességek követésének motivációit. Módszertanilag ennél a kérdésnél is nyitva hagytuk a választást, nem adtunk meg előre fogalmakat. Megkértük a válaszadókat, hogy soroljanak fel minimum 3, maximum 5 indokot arra vonatkozóan, hogy miért követik az adott gasztro-hírességet a közösségi médiában.

A 94 fő válaszadó összesen 224 jellemzőt határozott meg, ezeket 10 kategóriába soroltuk be. Ezek a kategóriák a következők:

3. ábra: Gasztro-hírességek követésének indokai



Forrás: saját kutatás

Legtöbb említést a motivációk közül az „új ötletek, új receptek” kategória kapta, utána a „látványos ételfotók, jó videók” kategória, és ezzel közel azonos említésszámmal a „gasztroblogger személyiségére” vonatkozó motivációs tényezők következtek, míg negyedik leggyakrabban a „motiváció, inspiráció” kategóriába sorolt válaszokat adták.

A további kutatásainkban ezen előzetes faktorok mentén készítünk egy kérdőívet, amellyel feltárható lesz a hallgatók motivációs skálája, illetve paraszociális kapcsolataik megléte és erőssége, valamint az eredményeket faktoranalízissel tovább vizsgáljuk.

Összefoglalás

Jelen tanulmány célja kutatássorozatunk előzetes felméréseinek bemutatása volt. Az előkutatásban feltérképeztük a BGE Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar hallgatóinak közösségi médiahasználati szokásait, különös tekintettel a gasztronómiaira. Megállapítottuk, hogy a megkérdezettek leggyakrabban a Facebook, Instagram és Youtube felületeket használják a gasztro-hírességek, leginkább Fördös Zé, Rácz Jenő és a Street Kitchen követésére; az új receptek, ötletek, a látványos ételfotók, videók motiválják őket, valamint fontosnak tartják a gasztro-blogger személyiségét. Utóbbi eredmény megerősíti a szakirodalom erre vonatkozó megállapításait is.

A fentiekén kívül sikerült azokat a lehetséges faktorokat meghatározni, amelyek egy későbbi, nagyobb kérdőíves lekérdés alapjául szolgálhatnak.

A faktorok azonosításánál meghatározható volt az az eredmény, hogy a követési motivációban nagyon nagy szerepet játszik a gasztro-blogger személyisége, ami azt jelenti, hogy érdemes még mélyebben vizsgálni a hallgatók paraszociális kapcsolatait. A kutatás ezirányú folytatása hasznos lehet a gyakorlati gasztro-bloggerek, gasztro-influenszerek számára is, mivel ezáltal esetlegesen feltárható, hogy hogyan lehet elmélyíteni a fiatal generáció szakmai érdeklődését a gasztronómia és a vendéglátás területén.

Irodalomjegyzék

Álvarez-Monzoncillo, J. M. & Santín, M. (2023). The marketing of UGC, media industries and business influence: The Hydra of Lerna and the Sword of Heracles. In: J. M. Álvarez-Monzoncillo (Ed.), *The Dynamics of Influencer Marketing. A Multidisciplinary Approach*. (pp. 19-38). Routledge.

- Carr, C. T. and Hayes, R. A. (2014). The effect of disclosure of third-party influence on an opinion leader's credibility and electronic word of mouth in two-step flow. *Journal of Interactive Advertising*, 14(1), pp. 38–50. <https://doi.org/10.1080/15252019.2014.909296>
- Chung, S. & Cho, H. (2017). Fostering parasocial relationships with celebrities on social media: implications for celebrity endorsement. *Psychology and Marketing*, 34(4), pp. 481–495. <https://doi.org/10.1002/mar.21001>
- De Jans, S. Cauberghe, V. & Hudders, L. (2018). How an advertising disclosure alerts young adolescents to sponsored vlogs: The moderating role of a peer- based advertising literacy intervention through an informational vlog. *Journal of Advertising*, 47(4), pp. 309–325. <https://doi.org/10.1080/00913367.2018.1539363>
- Djafarova, E. and Rushworth, C. (2017). Exploring the credibility of online celebrities' Instagram profiles in influencing the purchase decisions of young female users. *Computers in Human Behaviour*, 68, pp. 1–7.
- Horton, D. & Wohl, R. (1956). Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance. *Psychiatry*, 19(3), pp. 215–229. <https://doi.org/10.1080/00332747.1956.11023049>
- Leung, F.F., Gu, F.F., & Palmatier, R.W. (2022). Online influencer marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science* 50, pp. 226–251. <https://doi.org/10.1007/s11747-021-00829-4>
- Lueck, J. A. (2015). Friend-zone with benefits: The parasocial advertising of Kim Kardashian. *Journal of Marketing Communications*, 21(2), pp. 91–109. <https://doi.org/10.1080/13527266.2012.726235>
- Närvänen, E., Kirvesmies, T., & Kahri, E. (2020). Parasocial relationships of Generation Z consumers with social media influencers. In S. Yesiloglu, & J. Costello (Eds.), *Influencer Marketing*. pp. 118-135. Routledge.
- Shetty, K., & Fitzsimmons, J. R. (2022). The effect of brand personality congruence, brand attachment and brand love on loyalty among HENRY's in the luxury branding sector. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 26(1), pp. 21-35.
- Wada, H. (2021). Assessing the social media user's credibility rating of shared content, and its utilization in decision making. *Emerging Science Journal*, 5(2), pp. 191-199. <http://dx.doi.org/10.28991/esj-2021-01269>

Oktatókkal szembeni elvárások egyetemi álláshirdetések alapján

FÚZI Beatrix¹, SZENDREI-PÁL Eszter²

DOI: [10.29180/978-615-6342-76-8_11](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-76-8_11)

Absztrakt

Az elmúlt évtized változásaival való megküzdés érdekében a magyar felsőoktatás jelentős változásokat valósít meg. Az intézmények a nemzetközi trendekkel összhangban, a hatékonyság növelése és a kiválóság elérése érdekében komplex minőségfejlesztési rendszereket alakítanak ki. A változásokra reagálva és nemzetközi akkreditációs céljainak megfelelően a Budapesti Gazdasági Egyetem (BGE) megújítja oktatói követelmény-, értékelési és fejlesztési rendszerét. A folyamat a már akkreditált európai üzleti egyetemekre kiterjedő benchmarkinggal kezdődött, amelynek egyik eleme volt az intézmények álláshirdetéseinek elemzése a belépő oktatókkal szembeni követelmények áttekintésére. A hirdetések elemzéséből kiderült, hogy az előadói és kommunikációs készségek továbbra is fontosak, ugyanakkor előkelő helyen szerepelnek az elvárások között a kiterjedt szakmai-kutatói kapcsolatok, a kutatás és a menedzsment készségek is. Többek közt a benchmarking eredményeinek és a belső közösség tudásának felhasználásával kerül kialakításra a BGE oktatói követelmény-, értékelési és fejlesztési rendszere.

Kulcsszavak: felsőoktatás, benchmarking, oktatókkal szembeni elvárások, álláshirdetés, BGE

Bevezetés

Az utóbbi évtized társadalmi, gazdasági változásai és a COVID-19 időszak átformálták a felsőoktatással szembeni elvárásokat (Fúzi et al., 2022). Válaszul az intézmények új formában próbálnak kapcsolódni környezetükhöz és újradefiniálni szerepüket, értékeiket (Király & Géring, 2020; Gumpert, 2000). A magyar felsőoktatás átalakításának célja, összhangban az európai trendekkel, a változásokhoz való alkalmazkodás, a hatékonyság növelése és a kiválóság elérése, amelyeket egyfelől a finanszírozással is összekötnék a fenntartók (McLendon et al., 2006), másfelől az egyetemek vezetésének megerősítésével, a működés és a vezetési eszköztár átalakulásával járnak. Felerősödött a mérési, monitorozási és minőségbiztosítási, -fejlesztési rendszerek (Kováts, 2020) és köztük az oktatói munkát értékelő rendszerek iránti igény is.

A Budapesti Gazdasági Egyetem (BGE) is átalakította finanszírozási formáját, szerkezetét és belső működését. Az egyetemmel szemben megfogalmazott követelmények teljesítése – pl. hallgatói létszám növekedése, kompetencialapú oktatásra való átállás, hibrid oktatás, nemzetköziesedés, nemzetközi akkreditáció megszerzése, nemzetközi rangsorokba kerülés, stb. – magas színvonalú és elkötelezett oktatói munka révén lehetséges. Ezért elindult az oktatók szerepének, tevékenységének újragondolása, új követelmény-, értékelési és fejlesztési rendszer kidolgozása.

Kiindulópontok

Az oktatói szerep és tevékenység újragondolásakor, valamint a követelmény-, értékelési és fejlesztési rendszer tervezésekor figyelembe veendő, hogy az oktatókkal szembeni elvárások a

¹ Budapesti Gazdasági Egyetem, e-mail: fuzi.beatrix@uni-bge.hu

² Budapesti Gazdasági Egyetem, Vállalkozás- és Gazdálkodástudományi Doktori Iskola, e-mail: szendrei-pal.eszter@uni-bge.hu

felsőoktatást érintő változásokkal együtt jelentős átalakuláson mentek keresztül (Alam et al., 2015; Barton, 2012; McCormick, 1997). Az oktatói szereppel kapcsolatos elvárások változását indokolják többek közt a tömegesedés, a hallgatói sokszínűség fokozódása, a lemorzsolódás csökkentésére irányuló törekvések, továbbá a hangsúlyeltolódás a tudásközvetítésről kompetenciafejlesztésre. A változások esetenként egymással is ellentétesek: például nagyobb létszámú hallgatóságot kell sokszínűsége miatt differenciáltabban kezelni, ezért a tanári/pedagógiai végzettséghez legtöbbször nem kötött oktatói tevékenységhez egyre fontosabb a hallgatók sajátosságai iránti érzékenység, széles tanítás-módszertani eszköztár és e kettő kombinálása. Megnövekedett az ún. támogató – mentori, tutori, facilitatori, stb. – szerepek és feladatok iránti igény, amelyek egy része az oktató-hallgató együttműködésben, az oktatói feladatkörben jelenik meg.

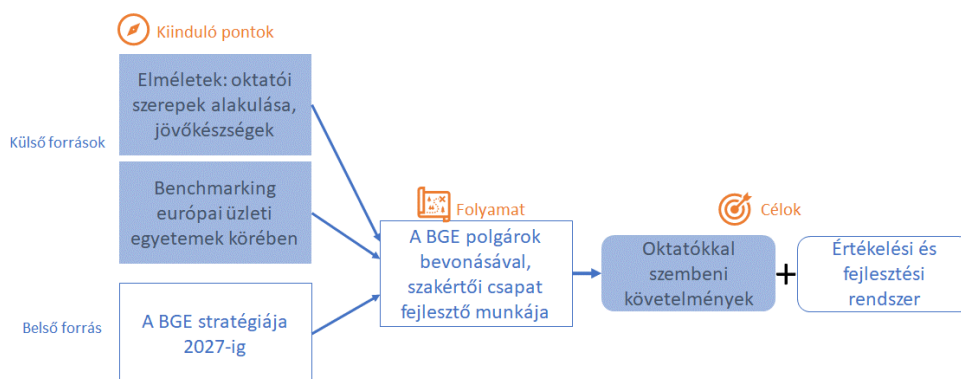
Érdeemes megemlíteni, mint az oktatói munka alakulását meghatározó további tényezőt, az úgynevezett jövő készségeit is, amelyek egyre inkább foglalkoztatják a felsőoktatás mind egyetemi, mind munkaerőpiaci érintettjeit. Több közös kutatás is készült egyetemek és egyéb munkaerőpiaci szereplők részvételével, melyek közül az egyik legismertebb a Pearson, Nesta és az Oxford Martin School kutatása (Bakshsi et al., 2017). Azokat a készségeket, képességeket és tudást határozták meg, amelyek a jelenlegi trendek figyelembevételével 2030-ban várhatóan fontos szerepet töltenek majd be a munkaerőpiacon. Tekintettel arra, hogy az egyetem képzi a jövő munkavállalóit, szükséges, hogy az oktatók is ismerjék ezeket és maguk is rendelkezzenek a tevékenységükhöz kapcsolódó jövő készségekkel. Ilyen készségek a menedzsment készségek (ezen belül is például a koordináció), analitikus készségek (pl.: rendszerelemzés), problémamegoldó készségek (pl.: kritikus gondolkodás), operatív készségek (pl.: nyomon követés), szociális készségek (pl.: beszéd és írás), technológiai készségek (pl.: eszközök kiválasztása és karbantartása), tanulási készségek (pl.: tanulási stratégiák) (Szendrei-Pál et al., 2021).

Az oktatói munkához kapcsolódó követelmények és értékelési rendszerek kidolgozásában a fentiekén túl tekintetbe kell venni, a rendszer tervezett szerepét, ami többféle lehet (Hill & Grossman, 2013). A rendszerfejlesztési folyamatban elsődlegesnek tartjuk, hogy az magába foglalja az oktatói szerep és tevékenység jövőben is nélkülözhetetlen elemeit, kifejezze az intézményi prioritásokat az oktatók (és más érintettek) számára, valamint csatornázódjon be az oktatók támogatásába, fejlesztésébe. E rendszerfejlesztési folyamat első lépése a széleskörű, tudományos igényű tájékozódás volt azzal kapcsolatban, hogy más intézményekben milyen szempontok, rendszerek, jó gyakorlatok működnek az oktatói munka magas színvonalának biztosítására. Jelen tanulmány e rendszerfejlesztést megalapozó kutatás egy szeletét mutatja be, továbbá rámutat, miként illeszkednek az eredmények a fejlesztési folyamatba.

Benchmarking

A feltáró jellegű kutatásban más intézmények oktatókkal szemben megfogalmazott elvárásait, az oktatói munka értékelésére és támogatására alkalmazott rendszereit térképeztük fel. A hasonló intézmények tapasztalatainak beépítésével tervezett rendszerfejlesztés indokolta a minőségfejlesztésre gyakran és hatékonyan alkalmazott módszer, a benchmarking alkalmazását (Tasopoulou & Tsiotras, 2017; Nazarko et al., 2009) (lásd 1. ábra).

1. ábra: A tanulmányban bemutatott kutatás (kékkel kiemelt elemek) helye az oktatói munka fejlesztését célzó projektben



Forrás: saját szerkesztés

Kutatási kérdésünk az volt, hogy a felsőoktatási intézmények (1) milyen elvárásokat támasztanak oktató munkatársaikkal szemben a felvételnél? (2) Milyen értékelési és fejlődési támogató rendszert kínálnak az oktatóik számára? A vizsgálat olyan intézményekre fókuszált, amelyek már rendelkeznek a BGE által középtávon megszerezni kívánt AACSB (Association to Advance Collegiate Schools of Business) akkreditációval. A kutatási kérdésekre az intézmények által közzétett álláshirdetések elemzésére építve kerestünk válaszokat. Az akadeus.com weboldalon 2023. március 15. és április 15. közötti időszakban elérhető oktatói álláshirdetéseket gyűjtöttük össze. Kezdetben az adatgyűjtésünk az akkreditált, közép-kelet európai üzleti felsőoktatási intézményekre irányult, de a kevés információval szembesülve végül valamennyi akkreditált, európai üzleti felsőoktatási intézményre kiterjesztettük az adatgyűjtést. A kritériumoknak megfelelő 152 intézmény közül tizennégy intézménynek volt elérhető oktatói álláshirdetése a gyűjtési időszakban, összesen 15 darab.

Oktatókkal szembeni elvárások az álláshirdetésekből

Az első kutatási kérdés megválaszolásához az álláshirdetések elemzésének középpontjában az elvárásokra vonatkozó rész állt, de megfigyeltük, hogy az intézmények bemutatkozása is sok esetben tartalmazott olyan elemeket, amelyek közvetetten elvárásaként is értelmezhetők, ezért az itt szereplő elemeket is figyelembe vettük. Ilyen közvetett elvárásra található példa a HEC Business School hirdetésében. Az intézmény misszióját feltüntették az álláshirdetés szövegében, mely tartalmazta a közös növekedést („*grow together*”), ám a fejlődés sem az elvárások között, sem pedig a jelölt karakterisztikája között nem jelent meg direkt módon. Hasonlóan az elvárások között nem, csak az intézményi bemutatkozásban fogalmazta meg a kreativitás fontosságát a Paris School of Business is („*Paris School of Business motto is 'Where business meets creativity'*”). A közvetlen és közvetett elvárásokat – összesen 123 darabot – intézményenként Excel táblázatban rögzítettük.

Az azonosított elvárásokat tartalmi szempontok alapján 12 kategóriába soroltunk, ahogyan az az 1. táblázatban látható. A kategóriák többsége az egyes jövőkétszéseknek feleltethető meg, úgymint a menedzsment, szociális, operatív és technológiai készségek. Szociális készségek közé lehet jelen esetben sorolni a kapcsolati hálókat, a kommunikáció/prezentáció és a hallgatókkal kapcsolatos készségek csoportjának elemeit is, ugyanakkor mivel az oktatásban ezek külön-külön is lényegesek, ezért külön csoportként tüntettük fel őket. Ezekon kívül felfedezhetők még olyan kategóriák, amelyek nem jelentek meg a jövő kétszégei között: a kutatási, innovációs, publikációs és oktatási készségek, valamint

a személyiségjegyek. Megfigyelhető, hogy a jövő készségei közt felsorolt elemek általánosságban, a jövőben lesznek majd fontosak, de nem térnek ki az egyes speciális szakterületekre, ezért lehetséges, hogy a táblázatban szereplő kutatáshoz és oktatáshoz kapcsolódó kategóriák nem szerepelnek a fentebb említett jövő készségei között.

1. táblázat: Az oktatókkal szembeni elvárások kategóriákba rendezve

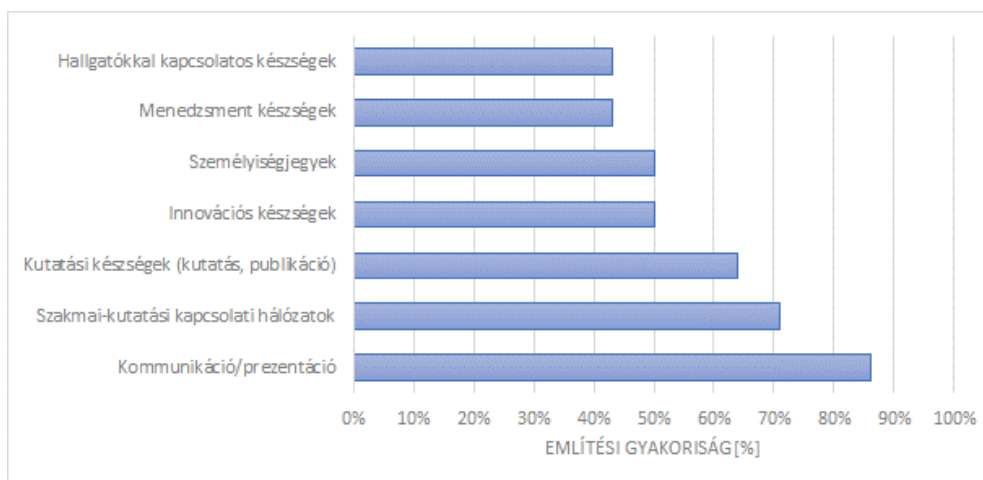
Kategóriák	Gyakoriság [említésszám]	Példák a kategóriák tartalmára
Menedzsment készségek	38	Stratégiaalkotás, vezetési készségek, koordinációs készségek, rendszerben való gondolkodás, szervezési készségek, junior kollégák mentorálása
Személyiségjegyek	18	Hitelesség, empátia, autonómia, proaktív hozzáállás, méltányosság, etikus magatartás, felelősségvállalás, kreativitás
Szakmai-kutatási kapcsolati hálózatok	16	Kollegialitás elősegítése, nemzetközi együttműködésekben való részvétel, együttműködés vállalatokkal/más egyetemekkel/állami szektorral/döntéshozókkal
Kutatási készségek	11	Akadémiai szigor, kutatási kiválóság
Kommunikáció/prezentáció	10	Szöbeli/írásbeli kommunikáció, tudásátadás, hatékony kommunikáció, prezentációs készségek
Innovációs készségek	10	Pedagógiai/kutatási innováció
Hallgatókkal kapcsolatos készségek	7	Támogatni/nyomon követni, mentorálás, tutorálás, a hallgatók új nézőpontokkal való megismertetése
Publikációs készségek/hatás	7	Publikálás magas rangú nemzetközi folyóiratokban, hozzájárulás a társadalomhoz a saját kutatási eredményekkel
Technológiai készségek	5	Info-kommunikációs technológiák alkalmazása, ún. IT készségek, virtuális képzések oktatásához kapcsolódó készségek
Oktatási készségek	4	Didaktikai szempontok érvényesítése
Operatív készségek	2	Kvantitatív készségek, adatkezelés
Egyéb	1	Interdiszciplinaritás

Forrás: saját szerkesztés

A vezetői feladatokat is ellátó oktatói álláshirdetések csupán a teljes minta egyötödét tették ki, mégis a menedzsment készségek közé tartozó elemek merültek fel legnagyobb számban. Az összes elvárás egyharmada a menedzsment készségekre vonatkozott, amelyek nem csak vezetői, hanem oktatói munkakörben is hangsúlyosan megjelentek: például koordináció, rendszerszemlélet, szervezés formájában. Második leggyakrabban konkrét személyiségjellemzők szerepeltek a belépési kritériumok között. Ezek mind a hallgatókkal, mind a munkatársakkal való együttműködésben, a tanítási és munkahelyi légkör alakításában meghatározók. Mivel a meglehetősen nehezen fejleszthető elemek közé sorolhatók (Suplicz, 2012), ezért indokolt belépési feltételként való megjelenítésük. Erősen artikuláltak a kutatási/kutatói kvalitásokkal kapcsolatos elvárások, különösen, ha a publikációs elvárásokkal összevontan vesszük számításba őket. Ebből látható, hogy az egyetemi oktató szerepkörének továbbra is elválaszthatatlan részét képezi az intenzív kutatási és publikációs tevékenység. A tanulás sikere szempontjából a kommunikációs és prezentációs, valamint tanítási készségek is lényegesek, amelyek a hatékony, szervezett tudásközvetítést domborították ki. Említési gyakoriságukat tekintve ezek után kaptak helyet a közvetlenül hallgatókat is nevesítő, a velük való munkában nélkülözhetetlen követelmények, amelyek a fentebb említett támogatói szerepelemeket emelték ki, mint például mentorálás, tutorálás, a tanulási folyamat nyomon követése. A hirdetések kiemelik az innovációs készség fontosságát, mind kutatási, mind pedagógiai értelemben.

A 2. ábra mutatja azokat a kategóriákat, amelyek elemeit az intézmények legalább 40%-a említett az álláshirdetésében.

2. ábra: A kategóriák megjelenésének aránya



Forrás: saját szerkesztés

Az eredmények azt mutatják, hogy az előadói és kommunikációs készségek továbbra is elsődleges elvárásnak számítanak az oktatói munkakörökhöz kapcsolódóan. Előkelő helyen jelennek meg az egyetemek második és harmadik missziójához kapcsolódó követelmények, mint a kutatási és szakmai hálózatokban való részvétel, a kutatás és az innováció. A széles szakmai kapcsolatrendszer iránti erős igényt magyarázhatja nemzetköziesedési trend, amelyre sok esetben találtunk utalást az intézményi bemutatkozókban. Továbbá indokolhatja az is, hogy az egyetemek aktívabb és szorosabb együttműködésre törekednek nemzeti és nemzetközi, egyetemi, üzleti, ipari és kormányzati partnereikkel. Az 1. ábrán jól látható, hogy a menedzsment készségek a nem vezetői beosztásban is fontos szerepet kapnak, hiszen három intézmény hirdetett vezetői-oktatói állást, míg ilyen típusú igényeket hat intézmény deklarált.

Az oktatói munka értékelése és fejlesztése az álláshirdetésekből kiindulva

Második kutatási kérdésünkhöz kapcsolódóan az álláshirdetésekből célzottan kerestünk az intézmények által alkalmazott teljesítményértékelési rendszerre, valamint az általuk kínált támogató-fejlesztő rendszerekre vonatkozó utalásokat, de az értékelésről egy intézmény sem tett említést a hirdetésében, a fejlődési, fejlesztési lehetőségekre is mindössze két intézmény utalt. Az egyik általánosságban említette, hogy a teljes személyiségre kiterjedő fejlődési lehetőségét biztosítja a leendő munkatársnak, a másik intézmény ingyenes tréning és továbbképzési palettáját ajánlotta a pályázók figyelmébe. Mindezek azonban nem alkalmasak általánosabb, az értékelés, támogatás-fejlesztés rendszereivel kapcsolatos következtetések megfogalmazására.

A kutatási kérdés megválaszolása érdekében munkánkat azzal folytatjuk, hogy az intézmények weboldalait mélyebben áttekintve gyűjtünk adatokat az oktatók értékelését és fejlesztését célzó gyakorlatokról, rendszerekről. A jelenleg még folyamatban lévő munkánk során a vizsgált 152 intézményből alig húsznál találtunk részletes leírást az oktatókkal szembeni követelményrendszeréről, mérési és értékelési szempontokról, eszközökről, támogató rendszerekről. Ezt részben az is indokolja, hogy csak az angol nyelven is elérhető anyagok között kerestünk, másrészt számos helyen megakadtunk az intézményi intranet kapujában. A talált anyagok kidolgozottsága rendkívül eltérő a néhány soros leírástól, a rendszerek részletes bemutatását célzó leírások között. Folyamatban lévő elemzésünk célja, hogy a követelmények,

az értékelő és támogató rendszerek megismerésén túl, ezeknek az elemeknek a kapcsolatát is vizsgálja a dokumentumokban: vajon egy rendszer elemeiként kapcsolódnak egymáshoz vagy független rendszerekként működnek? Mit meríthetünk a BGE saját rendszereinek fejlesztéséhez ezekből?

Az eredmények beépítése a BGE-n folyó fejlesztő munkába

Az álláshirdetésekből talált elvárásokat – úgy, mint kommunikációs és prezentációs készségek, szakmai és kutatási hálózatokban való részvétel, innováció, menedzsment készségek és a hallgatókat támogató szerepek – összevetettük az egyetem 2027-ig szóló stratégiájában megfogalmazottakkal. Az AACSB akkreditációval rendelkező európai üzleti egyetemek álláshirdetéseiben azonosított elvárások és a BGE stratégiájában szereplő elvárásai jelentős átfedést mutattak például a tudásátadás vagy a hallgatók támogatása területén. Ez megerősítette, hogy az oktatói követelményrendszer fejlesztése a BGE saját céljaival és a nemzetközi trendekkel összhangban halad és folytatódhat.

Irodalomjegyzék

Alam, S., Haerani, S., Amar, M. Y. & Sudirman, I. (2015). Role conflict and role ambiguity in higher education. *International Journal of Business and Management Invention*, 4(1), pp. 1-7.

Bakhshi, H., Downing, J. M., Osborne, M. A., Schneider, P. (2017). *The future of skills: Employment in 2030*. London: Pearson and Nesta

Barton, L. (2012). *Teachers' Role Conflicts*. Routledge, ISBN 9780203125526

Füzi, B., Géring, Zs. & Szendrei-Pál, E. (2022). Changing expectations related to digitalisation and socialisation in higher education. Horizon scanning of pre- and post-COVID-19 discourses. *Educational Review*, 74(3), pp. 484-516. <https://doi.org/10.1080/00131911.2021.2023101>

Gumport, P. J. (2000). Academic Restructuring: Organizational Change and Institutional Imperatives. *Higher Education*, 39(1), pp. 67–91. <https://doi.org/10.1023/A:1003859026301>

Hill, H. & Grossman, P. (2013). Learning from Teacher Observations: Challenges and Opportunities Posed by New Teacher Evaluation Systems. *Harvard Educational Review*. 83(2), pp. 371–384. <https://doi.org/10.17763/haer.83.2.d11511403715u376>

Király, G. & Géring, Zs. (2020). Gazdasági, társadalmi és egyéni értékteremtés a felsőoktatásban. *Educatio*, 29(1), pp. 19–32. <https://doi.org/10.1556/2063.29.2020.1.2>

Kováts, G. (2020). Menedzserizmus a felsőoktatásban: érvek, ellenérvek, alternatívák. *Educatio*, 29(1), pp. 3–18. <https://doi.org/10.1556/2063.29.2020.1.2>

McCormick, J. (1997). Occupational stress of teachers: Biographical differences in a large school system. *Journal of Educational Administration*, 35, pp. 18-38.

McLendon, M. K., Hearn, J. C. & Deaton, R. (2006). Called to Account: Analyzing the Origins and Spread of State Performance-Accountability Policies for Higher Education. *Educational Evaluation and Policy Analysis*, 28(1), pp. 1–24.

Nazarko, J., Kuźmicz, K. A., Szubzda-Prutis, E. & Urban, J. (2009). The General Concept of Benchmarking and its Application in Higher Education in Europe. *Higher Education in Europe*, 34(3-4), pp. 497-510.

Smith, C. (2008). Building effectiveness in teaching through targeted evaluation and response: connecting evaluation to teaching improvement in higher education. *Assessment & Evaluation in Higher Education*, 33(5), pp. 517-533. <https://doi.org/10.1080/02602930701698942>

Suplicz, S. (2012). *Tanárok pszichológiai jellemzői diákszemmel*. Doktori értekezés. Debrecen

Szendrei-Pál, E., Király, G. & Rakovics, M. (2021). Do top business schools claim to equip students with the skill of tomorrow? University-Industry Interaction Conference, online. 1-13. ISBN 9789-491-pp. 901-539

Tasopoulou, K. & Tsiotras, G. (2017). Benchmarking towards excellence in higher education. *Benchmarking: An International Journal*, 24(3), pp. 617-634. <https://doi.org/10.1108/BIJ-03-2016-0036>

Tran, N. D. (2015). Reconceptualisation of approaches to teaching evaluation in higher education. *Issues in Educational Research*, 25(1), pp. 50–61. <https://search.informit.org/doi/10.3316/informit.373427507401317>

A digitális transzformáció hatása a gyógyszerár működésére

GARAI Ábel¹, SZIGILI Krisztina², DOBÁK Dóra³, FORMAN Norbert⁴

DOI: [10.29180/978-615-6342-76-8_12](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-76-8_12)

Absztrakt

A gyógyszerárak működését kétségtelenül átalakítja a digitalizáció. Az átalakulásnak minden esetben nyomon követhető lépései vannak és trend-szerűen jelentkeznek az iparágban. Ennek az átalakulásnak folyamat- és technikai-szintű dimenzióját különböztetjük meg. A közhiedelemben a digitalizáció egy pozitív megatrend. Ezen trendeknek vannak előnyei és hátrányai az érintett csoportok tekintetében. Az előnyök és a hátrányok elemzése az érintett csoportok szerint kerül osztályozásra. Az előnyök eredőjének meg kell haladnia a hátrányok eredőjét. Ebben a tanulmányban ellenőrzésre kerül, hogy a digitalizáció és a digitális transzformáció valóban pozitív hatással van-e a gyógyszerár működésére. Eredményként összefoglalható, hogy ezek a digitális transzformációs lépések sikeresen végbementek egy működő patikában. A másik fontos eredménye az, hogy a véghezvitt digitalizációs lépések csak részben csökkentették területenként az üzleti veszteségeket, de nem szüntették meg teljesen azokat.

Kulcsszavak: gyógyszerár, digitalizáció, automatizáció, robotizáció, hatékonyság

Bevezetés

A gyógyszerárak minden kétséget kizárólag fontos társadalmi szerepet játszanak. Ebből kifolyólag a megfelelő és helyes szabályozásuk kiemelkedő nemzetgazdasági érdek. A szabályozás sikerének egyik sarokpontja a kereslet és kínálat egyensúlyának elősegítése. Ennek megfelelően egyszerre szükséges a megfelelő profit realizáció a gyógyszerári oldalról és a megfizethető termékpaletta egyéni oldalról. Azt várjuk, hogy a digitalizáció és a digitális transzformáció ezt a két szempontot egyaránt figyelembe veszi, és e két érdekelt csoportot – tulajdonosi és egyéni ügyfelek – egyaránt magasabb hasznossághoz juttatja.

A digitalizációnak külön lépéseit ismerjük. Ezeket a lépéseket több módon csoportosíthatjuk: a digitális megoldás komplexitása szerint, a tevékenység típusa szerint, valamint a belső-külső kapcsolódása szerint. Komplexitás szerint megkülönböztetünk alacsony, közepes és magas komplexitású megoldásokat. A tevékenység típusa szerint megkülönböztetünk logisztikához, eladáshoz, ügyfél-kezeléshez, minőségbiztosításhoz, humán erőforrás-gazdálkodáshoz és pénzügy-számvitelhez kapcsolódó megoldásokat. A kapcsolódás szerint megkülönböztetünk belső megoldásokat, külső vállalati megoldásokat és külső egyéni ügyfelekhez kapcsolódó megoldásokat. Alacsony komplexitású megoldásra példa a helyi elektronikus készletgazdálkodási rendszer, a közepes komplexitású megoldásra példa az egyéni ügyfeleknek nyújtott online megrendelési portál a helyi készletgazdálkodási rendszerrel összekapcsolva; a magas komplexitású megoldásra példa a patikarobot. Pénzügy-

¹ Budapesti Gazdasági Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Kar, Gazdaságinformatikai Tanszék, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5117-0363>, e-mail: garai.abel@uni-bge.hu

² Budapesti Gazdasági Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Kar, Gazdaságinformatikai Tanszék, ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-3163-5496>

³ Budapesti Gazdasági Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Kar, Gazdaságinformatikai Tanszék, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0857-9999>

⁴ Budapesti Gazdasági Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Kar, Gazdaságinformatikai Tanszék, ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-1974-8308>

számvitelhez kapcsolódó megoldás egy vállalatirányítási rendszer könyvviteli modulja (például az „SAP S/4HANA” vállalatirányítási rendszer úgynevezett „Finance and Controlling” moduljai).

A kutatás rdekében javasolt egy magas komplexitású digitális megoldás által vizsgálni a digitális transzformáció hatását a gyógyszerár működésére. Erre a javasolt digitális teszt-eszköz egy gyógyszerár vállalatirányítási rendszeréhez kapcsolt patikarobotja, mely konstelláció magában hordozza a megfelelő komplexitást és lehetőséget nyújt az érdemi vizsgálatra. A levont következtetések számottevőnek tekinthetők, melyeket ki kell terjeszteni az iparág egészére. A kiterjesztett számottevő következtetéseket az idő függvényében értelmezni kell és a jövőre vonatkozó becsléssé kell formálni.

Szakirodalmi feldolgozás

A patikai folyamatok közül a válogatás területének robotizáció általi hatékonyságnövekedésének vizsgálatára már az megelőző évtizedben sor került [Ruhle & Osterman, 2010.]. A gyógyszerári folyamatok robotizációjának hatását több dimenzióban is vizsgálja Rodriguez-Gonzalez et al. Rodriguez-Gonzalez et al, 2019.) A gyógyszerári automatizáció egy speciális része a kórház fekvőbeteg osztályon történő gyógyszer-elosztás. Erről a területről és a robotizáció pozitív hatásáról számol be Batson et al Batson et al, 2021. Baines et al felhívja a figyelmet a tágabb értelemben vett gyógyszerári automatizációra, ami magába foglalja a mesterséges intelligenciával, a Dolgok Internetével (Internet of Things, IoT), robotikával, 3D nyomtatással, nanotechnológiával, biotechnológiával, energiatárolással és kvantumszámítással való munkát [Darrin et al, 2020.]. Piercy et al már felhívja a figyelmet a gyógyszerárakban végbemenő automatizáció társadalmi kérdéseire [Piercy et al, 2021.]: az automatizáció nem csupán a munkát és a munkafolyamatot változtatja meg gyökeresen, hanem a hozzá kapcsolódó társadalmi gondolkodást is formálja Mathy et al a gyógyszerári automatizáció profitabilitásra gyakorolt hatásáról végzett kutatásáról számol be [Mathy et al, 2020.] Eszerint a gyógyszerári automatizációs hosszú távon fej ki pozitív hatást a profitabilitásra, rövid távon a bevezetés magas költségei csökkentik a profitabilitást. A klinikai gyógyszerári folyamatok automatizációjának egy speciális részéről, a kemoterápiás készítmények keveréséről számol be Geersing et al [Geersing et al, 2020.]. Demaj et al beszámolnak a gyógyszerári ügyfelekkel végzet kutatásuk eredményéről [Demaj, 2020.]. Ebben bemutatják, hogy a sikeres gyógyszerári digitalizációhoz az ügyfelek részére nyújtott további digitális szolgáltatások is kapcsolódnak, mint például az online konzultáció.

Elemzés

A gyógyszerári szolgáltatások köre közgazdasági értelemben több részre bontható: beszélhetünk tanácsadásról, vegyipari tevékenységről, kereskedelemről és értékesítésről. Ezeket a primer gazdasági tevékenységi köröket kiegészítik szekunder támogató funkciók: logisztika, raktározás, beszerzés, pénzügy, számvitel, humán erőforrás-gazdálkodás, eszközgazdálkodás és ingatlan-gazdálkodás. Ezen tevékenységek mindegyikére hatással van a digitalizáció és digitális transzformáció.

A digitális transzformáció előnyei között számontartjuk az adminisztratív tevékenységek egyszerűsítését és a teljes gazdasági életciklus hatékonyságának növelését. Ennek következtében a digitális transzformáció pozitív hatással van az érintett gazdasági folyamatokra. Pontosabb tanulmányozás után látható, hogy a digitális transzformáció

következményei *eredője* adja a végső eredményt. Ennek tükrében figyelembe kell vennünk valamennyi következményt; mind a pozitívokat, mind a negatívokat. Az eredmények pontos vizsgálatához szükség van a felhasznált digitalizációs eszköz definiálására és a vizsgálat erre vonatkozó szűkítésére. Ennek hiányában akaratlanul is egyszerre több digitalizációs eszköz hatását tudjuk csak vizsgálni és ez a következtetést pontatlanabbá tenné. A pontos következtetések leszűrése a cél, ezért fontos, hogy egyszerre egy digitalizációs eszköz hatását vizsgáljuk. Válasszunk egy magas komplexitású digitalizációs eszközt, melynek várhatóan lényeges hatása lesz a gyógyszerár működésére. A bevezetésben szereplő felsorolásban a patikarobot szerepel magas komplexitású eszközként, ezért ezt választjuk ki a konkrét vizsgálathoz.

Az előnyöket és hátrányokat különböző tényezők szerint vizsgáljuk: ezek a gazdasági, minőségi, ügyféloldali és munkavállalói tényezők, melyeket az 1. számú táblázat mutatja be. A bemutatott táblázatból a következő következtetéseket lehet levonni: az identifikált előnyök számossága meghaladja az identifikált hátrányok számosságát. Identifikált előnyök mind a négy területen fellelhetők. A gazdasági tényezők területén identifikált előnyök számossága a legnagyobb valamennyi terület között. A minőség szempontjából releváns tényezők területén identifikált hátrányok számossága a legalacsonyabb valamennyi nem-zéró számosságú terület között. Az ügyféloldali és munkavállalói tényezők területén identifikált hátrányok számossága nulla, így a hátrányok csak két területre, a gazdasági-tényezők és minőség szempontjából releváns tényezők területére korlátozódnak. Az előnyök számossága meghaladja és felülmúlja a hátrányok számosságát.

Ez a példa hitelesen összegzi, hogy a digitális transzformáció előnyökkel és hátrányokkal is jár. Ennek megfelelően a digitális transzformáció eredménye az előnyök és hátrányok együttes eredője. Az előnyök és hátrányok jelentősége és súlya mellett ezek eloszlását is vizsgálni kell az érintett csoportok függvényében. Továbbá vizsgálni kell, hogy van-e érdekkonfliktus az érintett csoportok között, mely kialakulhat a tulajdonosi- és a munkavállalói réteg között. Az első anomáliát az E2: Humán erőforrás-költség csökkentése és az E4: Munkavállalóktól való függés csökkentése előnyök jelentik, melyek a gazdasági tényezők területén helyezkednek el. Ez a terület tulajdonosi szempontból osztályozza az identifikált szegmenseket előnnyé és hátránnyá. Az E2: Humán erőforrás-költség csökkentésnél mindenképp érdekkonfliktus alakul ki a tulajdonosi- és munkavállalói réteg között. Ezen érdekkonfliktust konstatáljuk a tanulmányban, mindazonáltal nem vesszük külön figyelembe a számítások során és így nincs ráhatása az eredményekre, illetve azok pontosságára.

Egy további anomáliát mutat az 1. sz. táblázatban E4: Munkavállalóktól való függés csökkentése előny és a H4: Beszállítóktól való függőség növekedése hátrány. Nyilvánvalóan ezen előny-hátrány-pár eredőjének megállapításának szükséges feltétele ezek súlyozása és számszerűsítése, melyről a cikkben eltekintünk. Ezen anomália felismerése önmagában szignifikáns eredmény és kiterjeszhető a digitális transzformáció több területére első lépésként, második lépésként kiterjeszhető az egész magyarországi gyógyszerári iparágra, harmadrészt kiterjeszhető további országokra az informatika nemzetközi volta okán, negyedrész kiterjeszhető további iparágakra.

1. táblázat: A patika digitális transzformációjából következő előnyök és hátrányok osztályozása

Terület	Kategória	Előny		Hátrány	
		azonosító	megnevezés	azonosító	megnevezés
Gazdasági tényezők	Cash-Flow			H1	Jelentős pénzügyi befektetés
	Megtérülés	E1	Pozitív gazdasági megtérülés hosszú távon	H2	Hosszú távú megtérülés
	Költséghatékonyság	E2	Humán erőforrás-költség csökkentése	H3	Nehezen előrejelezhető fenntartási költségek az energiaárak volatilitása következtében
	Pénzügyi rizikó	E3	Készlethiányból származó kár csökkentése		
	Gazdasági függőség	E4	Munkavállalóktól való függés csökkentése	H4	Beszállítótól való függőség növekedése
	Fix költségek	E5	Raktárméret csökkenthetősége		
	Hatékonyságnövelés	E6	Évenkénti leltározások számának csökkentése		
Minőség szempontjából releváns tényezők	Minőség és szavatosság	E7	Magasabb várható minőség az érintett kategóriákban	H5	Le nem fedett termékekre nem vonatkozik a magasabb várható minőség
	Minőség és szavatosság	E8	Alacsonyabb termékcseré-igény-ráta		
	Minőség és szavatosság	E9	Emberi hibalehetőség csökkentése		
Ügyféloldali tényezők	Ügyfélelégedettség	E10	Gyorsabb kiszolgálás		
	Ügyfélelégedettség	E11	Kiszámítható minőség		
	Ügyfélelégedettség	E12	Magasabb ismételt ügyféllátogatási ráta		
Munkavállalói tényezők	Munkahelyi biztonság	E13	Munkahelyi baleset bekövetkezésének alacsonyabb esélye		
	Munkavállalói szakmai karrier	E14	Magasabb hozzáadott értékű tevékenységre való fókuszálás lehetősége		
	Munkavállalói elégedettség	E15	Magasabb munkavállalói elégedettség		
	Munkavállalói elégedettség	E16	Work-life balance		

Forrás: saját szerkesztés

Ennek a felismert anomáliának a való jelentősége abban van, hogy ez önmagában megkérdőjelezheti a digitális transzformáció átfogó előnyét. A bemutatott példában eszerint a patika egyik függőség-típusát csökkenti miközben egy másik függőség-típust növel a digitális transzformáció folyamán. Ezen egyidejű függőség-növelés és csökkentés hatása kölcsönösen kiolthatja egymást, és amennyiben kioltják egymást, akkor a digitális transzformáció hatása ezen a ponton ceteris paribus neutrális. Sőt, a digitális transzformáció hatása akár negatív is lehet, amennyiben az értelmezési tartományt kiterjesztjük a negatív tartományba is.

Mindazonáltal a ceteris paribus feltétel ebben a példában nem teljesülhet: az egyidejű gazdasági függőség-csökkentés és növelés jelentős pénzügyi befektetés mentén alakul ki. A példa ezen lokális jelensége matematikailag – a demonstráció céljából szándékosan szélsőségesen tömören – a következőképpen írható le:

1. számú képlet: A digitális transzformáció hatásának egy célzottan szűkített számítása

- I. + (E4: Munkavállalóktól való függés csökkentésének előnye) –
- II. - (H4: Beszállítóktól való függőség növekedésének hátránya)
- III. - (H1: Jelentős pénzügyi befektetés)

- IV. Digitális transzformáció hatásának eredménye a gyógyszerár működésére

Ezen számítás elemeit átrendezve a következőt kapjuk:

$$IV > 0 \text{ ha } I > II+III, \text{ vagyis}$$

a digitális transzformáció hatásának eredménye a gyógyszerár működésére előnyös, ha a munkavállalóktól való függés csökkentésének az előnye nagyobb, mint a beszállítóktól való függés növekedésének a hátránya és a jelentős kezdeti pénzügyi befektetés hátránya együttesen.

Az. 1. sz. képletből egy további szignifikáns következtetés is levonható: tételezzük fel, hogy a gazdasági cél a munkavállalóktól való függés csökkentése minden más gazdasági tényező – árbevétel, profit, tőzstőke – növelésének az igénye nélkül. Így az 1. sz. képletet átalakítva a következő egyenlőséget kapjuk:

$$(E4: \text{Munkavállalóktól való függés csökkentésének előnye}) - (H4: \text{Beszállítóktól való függőség növekedésének hátránya}) - (H1: \text{Jelentős pénzügyi befektetés}) = 0$$

Ezen egyenlőség mindkét oldalához hozzáadva a (H4: Beszállítóktól való függőség növekedésének hátránya) -t és a (H1: Jelentős pénzügyi befektetés)-t a következő egyenlőséget kapjuk:

$$(E4: \text{Munkavállalóktól való függés csökkentésének előnye}) = (H4: \text{Beszállítóktól való függőség növekedésének hátránya}) + (H1: \text{Jelentős pénzügyi befektetés})$$

Most értelmezzük ezt az egyenlőséget: a munkavállalóktól való függés csökkentésének költsége a beszállítóktól való függés növelése és a jelentős kezdeti pénzügyi befektetés. Ezen eredmény megfelelő értelmezéséhez szükséges a helyes ok-okozati összefüggés megállapítása: a digitális transzformációnak eltökélt célja a munkavállalóktól való függés csökkentése, vagy a digitális transzformáció hatása a munkavállalóktól való függés csökkenése. Minden lehetséges forgatókönyvet értékelünk. Ezért elméletileg azt az esetet is megvizsgáljuk, amikor

a digitális transzformáció célja a beszállítóktól való függés növelése vagy a kezdeti jelentős pénzügyi befektetés; mindazonáltal ezen esetek ellentmondanak a józan észnek, így a közgazdaságtan alapelveibe ütköznek.

Eredmények

Térjünk vissza az eredeti kérdéshez: a digitális transzformációnak célja vagy hatása a munkavállalóktól való függés csökkentése? Ezen a vizsgálati ponton érdemes megfontolni az értelmezési kör kiterjesztését társadalmi szintre. A társadalmi kontextust a nyugati világban tapasztalt népességcsökkenés adja. Ennek megfelelően megalapozott lehet az igény a munkavállalóktól való függés csökkentésére nem csupán tulajdonosi, de társadalmi szinten is. Ezt az igényt értelmezhetjük a gyógyszerügyi ellátásbiztonság növelésének eszközének is. Így a munkavállalóktól való függés csökkentése a gyógyszerügyi működésben képezhet társadalmi szempontból előnyt is, vagy tekinthetünk rá neutrális tényezőként. Ennek következtében a digitális transzformáció egyszerre jelenthet előnyt a tulajdonosi rétegnek és a társadalomnak, miközben hátrányt jelenthet munkavállalói oldalról: vagyis a tulajdonosi és társadalmi előny költsége a munkavállalóra hárul. Eközben a munkavállaló szintén tagja a társadalomnak, így valamekkora részben ő is részesül ebből a társadalmi haszonból. A különbség az, hogy a társadalom több tagja úgy részesülhet ebből a társadalmi haszonból, hogy közben nem kell a munkavállalótól való függés csökkenésének áldozatát meghoznia. Így az egyik következtetés az, hogy a digitalizációból származó előnyöknek és hátrányoknak nem csupán a pozitív vagy negatív hatása és a súlya lényeges, hanem azok társadalmi eloszlása is. A másik következtetés az az anomália, hogy pont a gyógyszerárban dolgozó munkavállaló terhe a legnagyobb a digitalizációban a tulajdonosi réteg és a szélesebb társadalom előnye mellett. Vagyis a gyógyszerárban dolgozó munkavállaló digitalizációból adódó terhe, illetve hátránya nagyobb, illetve nagyobb lehet; mint egy nem gyógyszerárban dolgozó másik emberé. Ezen anomália egy másik pontja az, hogy a gyógyszerárban dolgozó munkavállaló közgazdaságtanilag jobb helyzetbe kerül, ha megszünteti a gyógyszerügyi foglalkozását; hiszen ezáltal a társadalom tagjaként továbbra is részesül a digitalizáció előbb leírt társadalmi hasznában miközben nem kell a digitalizációból adódó terhet és hátrányt viselnie.

Konklúzió

Egy további megalapozott kutatási kérdés társadalmi oldalról, hogy az említett nyugati világban végbemenő népességcsökkenés szükségessé teszi-e a munkavállalóktól való függés csökkentését. Egy harmadik kérdés pedig az, hogy ez a demográfiai csökkenés és a munkavállalóktól való függőség csökkentése arányban állnak-e egymással. Közgazdaságtanilag a kívánatos forgatókönyv az, hogy a demográfiai csökkenés és a munkavállalóktól való függőség csökkenése arányban állnak egymással. Egy további társadalmilag szükséges feltétel, hogy a munkavállalóktól való függőség csökkentésének terhe arányosan kerüljön elosztásra a társadalomban.

Mind a tulajdonosi réteg, mind a társadalom érdekelt a gyógyszerügyi működés digitális transzformációjában, így mind a tulajdonosi rétegnek, mind a társadalomnak célja a gyógyszerügyi digitalizáció. Másik oldalról egyszerre következmény is a gyógyszerár digitalizációja a nyugati világban a csökkenő népesség, és így a csökkenő munkavállalói számhoz való alkalmazkodásban. Összefoglalásként elmondható, hogy a gyógyszerár működésének digitális transzformációja egyidejűleg cél és következmény.

Irodalomjegyzék

Ruhle, F., Ostermann, H. *Automatische oder manuelle Kommissionierung in deutschen Apotheken?* HBSscience 1, 2010; pp. 46–50.

Rodriguez-Gonzalez, CG, Herranz-Alonso, A, Escudero-Vilaplana, V, Ais-Larisgoitia, MA, Iglesias-Peinado, I, Sanjurjo-Saez, M. *Robotic dispensing improves patient safety, inventory management, and staff satisfaction in an outpatient hospital pharmacy.* *Journal of Evaluation in Clinical Practice.* 2019;25, pp. 28– 35.

Batson S, Herranz A, Rohrbach N, et al, *Automation of in-hospital pharmacy dispensing: a systematic review,* *European Journal of Hospital Pharmacy* 2021;28. pp. 58-64.

Darrin Baines, Lotte Stig Nørgaard, Zaheer-Ud-Din Babar, Charlotte Rossing, *The Fourth Industrial Revolution: Will it change pharmacy practice?* *Research in Social and Administrative Pharmacy*, Volume 16, Issue 9, 2020, pp. 1279-128.

Piercy, Cameron W, and Angela N Gist-Mackey. *Automation Anxieties: Perceptions about Technological Automation and the Future of Pharmacy Work.* *Human-Machine Communication*, 2021, 2. pp. 191–208.

Caryn Mathy, C. Pascal, M. Fizesan, C. Boin, N. Délèze & O. Aujoulat. *Automated hospital pharmacy supply chain and the evaluation of organisational impacts and costs,* *Supply Chain Forum: An International Journal*, 2020, 21:3, pp. 206-218.

T.H. Geersing, M.G. Klous, E.J.F. Franssen, J.J.G. van den Heuvel, M. Crul, *Robotic compounding versus manual compounding of chemotherapy: Comparing dosing accuracy and precision,* *European Journal of Pharmaceutical Sciences*, Volume 155, 2020.

Esmir Demaj, Xhimi Hysa, Abdyl Sadaj, *Digital Transformation in the Drugstore Industry: A Case Study,* *European Journal of Economics and Business Studies*, Volume 6(1), 2020.

Analyzing afterimage strength and duration test results with k-means clustering

Lőrinc GARAI¹, András HORVÁTH²

DOI: [10.29180/978-615-6342-76-8_13](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-76-8_13)

Abstract

Afterimages are common and frequent perceptual phenomena of everyday life. A typical appearance is the negative “ghost” image of a bright light source when we turn away from it. In the case of significant colour contrast, the afterimage can be coloured. The strength of the perceived false image decreases gradually and completely disappears in a 10–100-s timescale. The underlying processes have multiple components: a quick adaptation on the retinal level, and a slower adaptation on the cortical level. The phenomenon of afterimage has a potential application in ergonomic and visual design fields. In our former research, we examined the effect of gender and age on afterimage strength and duration. We asked test subjects to observe and evaluate the duration and “strength score” of the same light-transitions. Two sets of experiments were performed: colour-colour transitions with 41 and colour-grey transitions with 16 test subjects between 19 and 62. We found that gender has no measurable influence, but age makes a difference to a great extent. Both experiments confirmed that over 40 years the average duration of colour afterimages decreases. In our current study we examined the dependence of afterimage parameters on colourimetry parameters. We found that duration and strength depend on chroma change, but the direction of the colour transition in the a*-b* (green-red and blue-yellow) plane is also essential. The importance of magenta-green colour transition was revealed by k-means cluster analysis, but the number of tests should be increased for a final conclusion.

Keywords: afterimage duration, afterimage strength, visual design, ergonomics, clustering

Introduction

In human vision, afterimage is an illusionary image appearing after having been exposed to the primary one (Smith et al., 1983; Rinner, Gegenfurtner, 2000; Zaidi et al., 2012; Kingdom et al., 2020). For instance, during driving at night, if we stare into the headlights of cars approaching us in the opposite lane and finally turn our eyes away, the negative afterimage of bright light sources remains perceived (Mikamo et al., 2013). This afterimage fades gradually and totally disappears in a 10-100-s timescale but the duration time and the subjective strength of the afterimage perceived show high personal variance.

Our previous test series

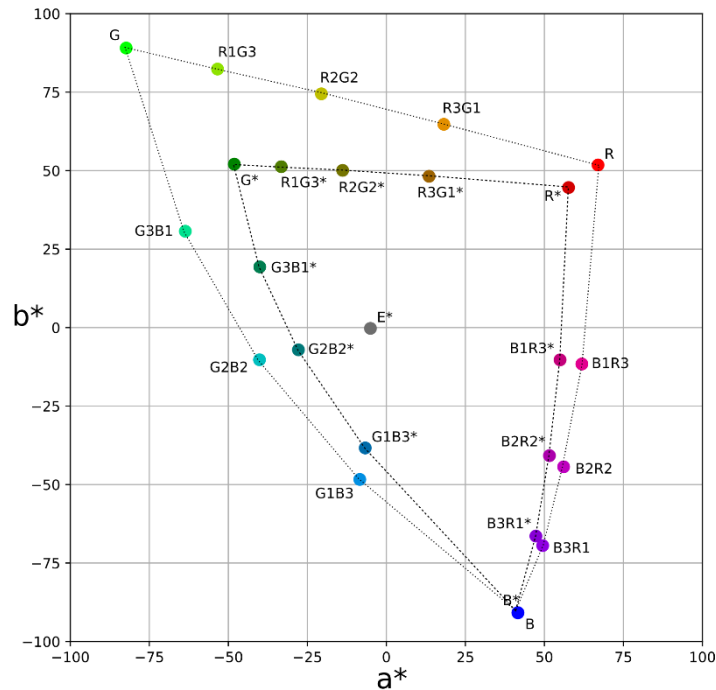
In our previous works (Garai, Horváth, 2021, Garai, Horváth, 2022), we tried to examine the longest duration and most “intense” afterimages in the first (“Colour-Colour”) series of measurements. Therefore, we used colours from the edge of the monitor’s gamut of the highest luminosity for background and foreground colours. In the second, confirmatory test series (“Colour-Grey”), we used grey backgrounds in all cases and used test colours with the same luminance.

¹ Siemens Mobility Ltd., Budapest, Hungary, e-mail: garailorinc@garailorinc.hu

² Széchenyi István University, Department of Physics and Chemistry, e-mail: horvatha@sze.hu

To mathematically express the colours involved in our experiment, we used an internationally accepted colour coordinate system, the CIE $L^*a^*b^*$ colour space (Schanda, 2007; Markovic et al., 2013), where CIE abbreviates the organization Commission International de l’Eclairage. Colours in this colour space are expressed in three-dimension by the coordinates L^* as luminance, a^* as the yellow-green colour component and b^* as the red-green colour component. For later reference in our paper, the colours involved in our test series are shown in a simplified way, in two dimensions by CIE a^*b^* chromaticity diagram on Figure 1.

Figure 1: Test colours of Colour-Colour (denoted without *) and Colour-Grey experiments (with *) on the CIE a^*b^* plane.



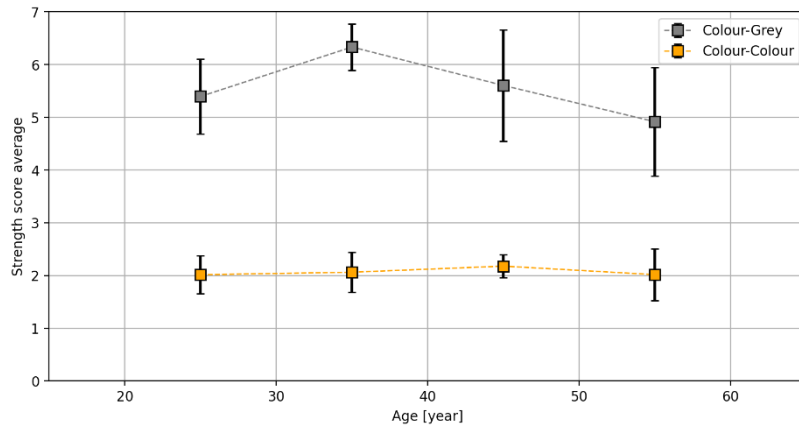
Source: Own work

Summary of our previous results

Significant differences in duration time were observed between test subjects in the preliminary experiment. Some of them measured duration time between 10 and 20 s while others could observe the afterimages typically over 40 seconds. We found that the afterimage strength ($S_{aftimavg}$) and duration ($t_{aftimavg}$) was not significantly influenced by gender by statistical analysis, t-test and Mann-Whitney test. The effect of age on afterimage strength and duration was evaluated by a detailed comparison, 10-year age intervals grouped the whole result set. (61 and 62-year-old persons were categorised into the 50-60 group, the only 19-year-old test subject was included in the 20-29 category.)

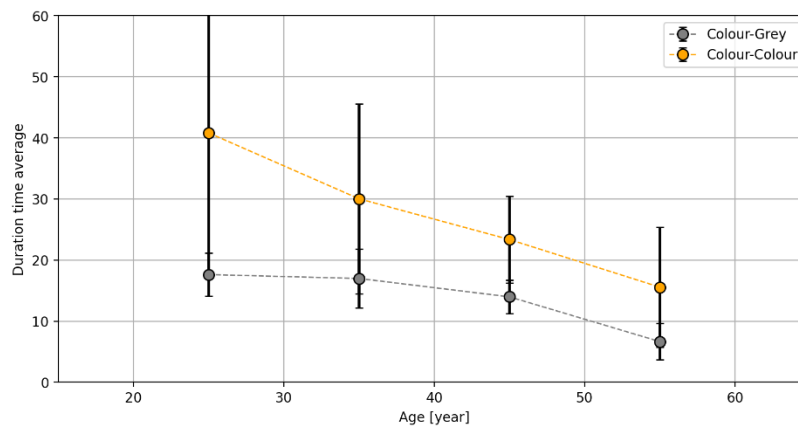
For a visual comparison of $S_{aftimavg}$ and $t_{aftimavg}$, the error bar method (Nicholls, 2016) was used. The length of error bars represents the 2-sigma values where sigma is the estimated deviation of the average value. Figure 2 shows the strength score, Figure 6 the duration time values.

Figure 2: Strength score averages in 10-year long bins for Colour-Colour and Colour-Grey experiments.



Source: Own work

Figure 3: Duration time averages in 10-year long bins for Colour-Colour and Colour-Grey experiments.



Source: Own work

It is clear from Figure 2 that strength scores have no measurable age-dependence both in Colour-Colour and Colour-Grey case. It was confirmed with t-test and Mann-Whitney test calculations at $\alpha=0.05$.

Figure 3 shows that duration time averages have relevant differences between 10-year age groups. Table 11 shows the duration time comparison results for Colour-Colour experiments. Due to the low number of test persons in the age groups, the difference between neighbouring groups is not significant at $\alpha=0.05$, but we found several apparent differences between the second neighbours.

Further evaluation of our afterimage test results

Colour dependence of the parameters

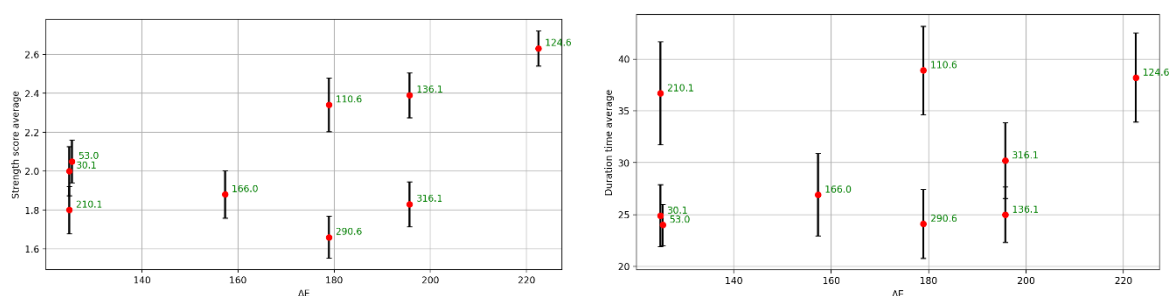
In the previous subsections, we worked with averages of overall colours. An important question is whether the duration time and strength score average values over the test persons have a colour dependence or not. The first idea should be that these parameters correlate with a colourimetry parameter that describes the difference of the foreground and background colours of the transition like difference in luminance (ΔL^*), colour contrast (ΔC), or their combination $\Delta E^*=(\Delta L^{*2}+\Delta C^2)^{1/2}$ expressed in the CIE $L^*a^*b^*$ colour space.

Calculations with Colour-Colour experiment data did not give a remarkable correlation between ΔL^* , ΔC , ΔE^* and duration time or score strength. Figure 4 shows the strength score and duration time averages as a function of ΔE^* . Here the error bars show the expected

deviation of the average value. Therefore, if two error sticks partly overlap each other, the difference is not significant. The small numeric labels near the markers show the direction angles (θ) of the transition.

Figure 4 shows no clear tendency in ΔE^* -dependence; therefore, we cannot state that the colour difference of foreground and background colour in CIE $L^*a^*b^*$ system predicts the strength score and duration time.

Figure 4: Strength score (left) and duration time (right) averages in Colour-Colour experiments as a function of ΔE^* . Labels show the direction angle (θ) of the transition.

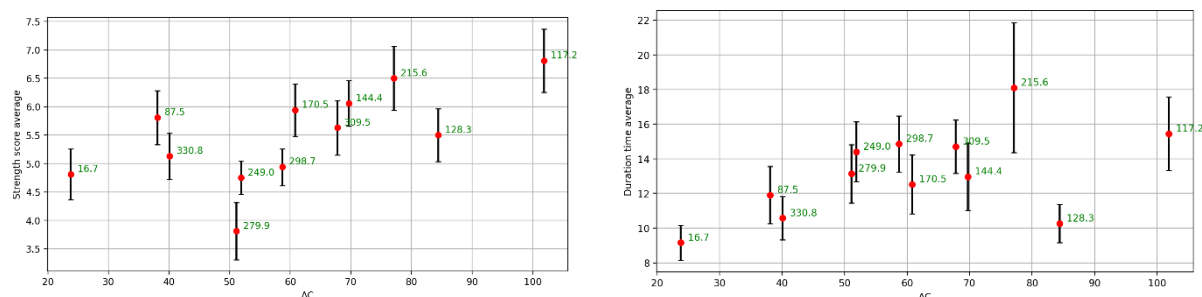


Source: Own work

Although another interesting phenomenon appears here: dependence on transition direction. We have 3 “reverse pairs” in the Colour-Colour experiments: $R \leftrightarrow G2B2$ ($\theta=30.1$ and 210.1), $G \leftrightarrow B2R2$ ($\theta=136.1$ and 316.1), $B \leftrightarrow R2G2$ ($\theta=110.6$ and 290.6). The last one shows a significant difference in both duration and strength score: transition from B (blue) to R2G2 (yellow) produces a measurably longer duration time and stronger afterimage than the opposite direction. Similarly, $R \rightarrow G2B2$ ($\theta=210.1$) has a significantly longer duration time than the opposite pair while $R2B2 \rightarrow G$ ($\theta=136.1$) seems to produce higher strength scores. This asymmetry clearly shows that the duration time and strength of afterimages depend on the direction to a great extent although a larger number of measurements are needed to study this effect in detail.

The situation is similar in the Colour-Grey experiment. The results are presented in Figure 5. Probably due to the smaller relative standard deviation in measured parameters, we can observe a biased increasing tendency in both strength and duration as a function of ΔC . (Remember: in this case $\Delta L^*=0$, therefore $\Delta E^*=\Delta C$.)

Figure 5: Strength score (left) and duration time (right) averages in Colour-Grey experiments as a function of ΔC . Labels show the direction angle (θ) of the transition.



Source: Own work

The measurement uncertainty is too high to construct a formula that describes duration time and strength score as a function of ΔC , but the tendency is clear.

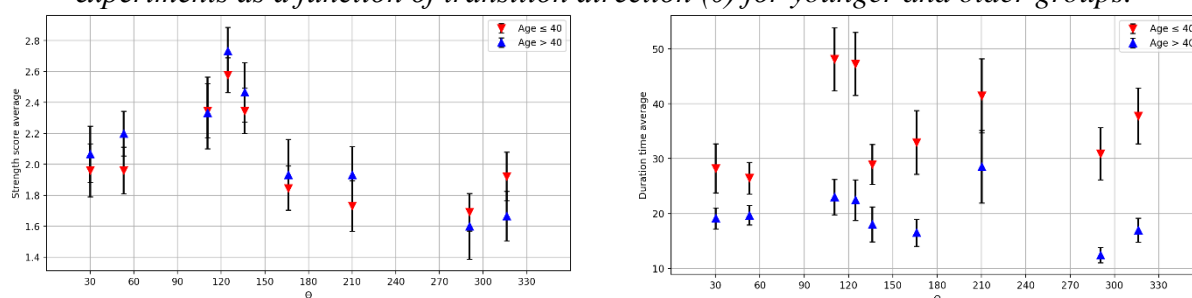
Due to the method of transition choice, in the Colour-Grey experiments, we do not have such opposite direction pairs as in the Colour-Colour experiments. Therefore, we cannot perform the same comparisons that we did in that case. The only thing that suggests some transition direction dependence is that $R3G1^* \rightarrow E^*$ ($\theta=249.0$), $R2G2^* \rightarrow E^*$ ($\theta=279.9$), and $R1G3^* \rightarrow E^*$ ($\theta=298.7$), are below the trend line of the other cases in the ΔC -strength diagram. It means that yellowish-to-grey transitions produce less strong afterimage than expected from the ΔC value.

As a summary of this subsection, we can conclude that despite the high variance of personal data, the following statements are true. In Colour-Grey experiments with $\Delta L^*=0$ and $\Delta C < 102$, both duration time and strength score show increasing tendency with ΔC , while in Colour-Colour experiments, with $\Delta E > 120$, no such dependence measured. Moreover, the measured parameters are dependent on transition direction: blue to yellow transition shows significantly longer a stronger afterimage than the yellow-to-blue opposite pair (with precisely the same colour stimuli), while yellow to grey transition shows a smaller strength score than the other colour-to-grey transition with similar ΔC value.

Age dependence of the parameters of individual transitions

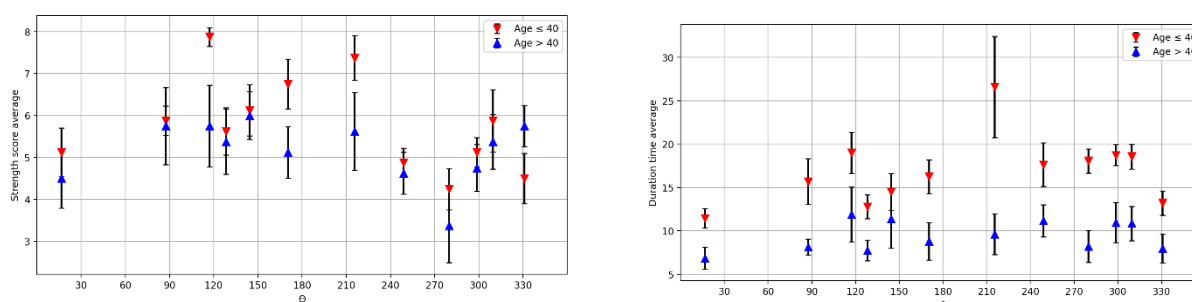
We also examined the differences in strength scores and duration time values for individual transitions between younger (age ≤ 40) and older (age > 40) groups. Figures 6 and 7 show these diagrams for Colour-Colour and Colour-Grey experiments.

Figure 6: Strength score (left) and duration time (right) averages in Colour-Colour experiments as a function of transition direction (θ) for younger and older groups.



Source: Own work

Figure 7: Strength score (left) and duration time (right) averages in Colour-Grey experiments as a function of transition direction (θ) for younger and older groups.



Source: Own work

Based on the presented error bars, we can presume that age makes no significant change in strength scores but produces a notable difference in duration times. The calculations with t-test and Mann and Whitney test proved that for Colour-Colour experiments, we have a significant difference in the following cases: $B \rightarrow R2G2$ ($\theta=110.6$), $B \rightarrow G$ ($\theta=124.6$) and

R2G2→B ($\theta=290.6$). For Colour-Grey transitions, we have a statistically significant difference in the following cases: R2G2*→E* ($\theta=279.9$), R1G3*→E* ($\theta=298.7$), G*→E* ($\theta=309.5$), G1B3*→E* ($\theta=87.5$).

The transitions listed in the previous paragraph are the most sensitive ones to the age difference. It can be a clue to the explanation that yellow-green shades play an essential role in most of them. It is possible that the yellowing of the eye lens plays an important role. An important fact is that for all the transitions, younger test subjects produced higher duration time averages than the older ones, but in most cases, the difference is not significant at $\alpha = 0.05$ level.

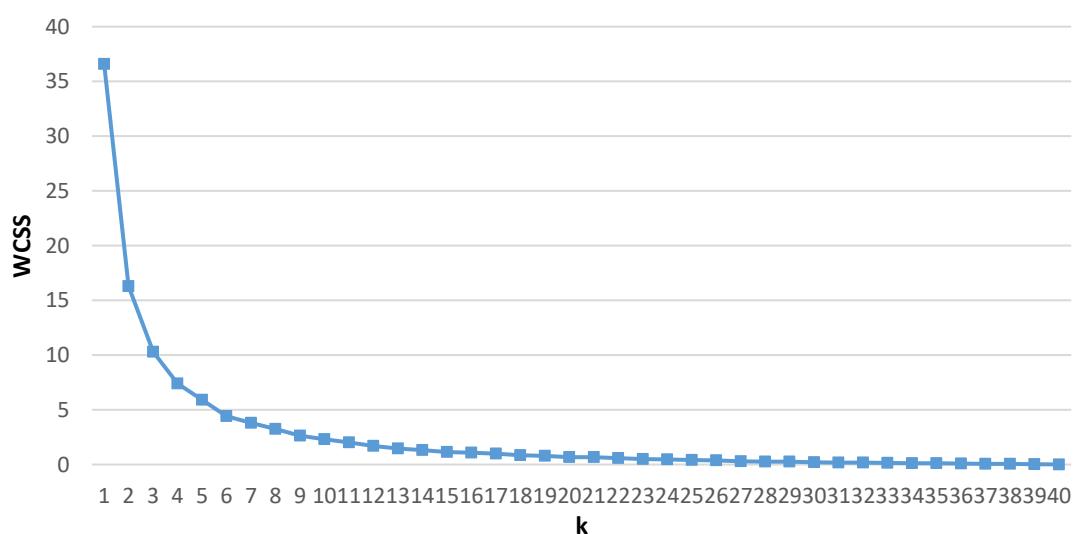
Finally, we remark that R*→E* ($\theta=215.6$) case show a remarkable difference on the right-side diagram of Figure 8, but the statistical tests do not confirm this difference at $\alpha = 0.05$ level. This transition was a peculiar one: it produced significantly longer duration time on average among the younger test subjects, but the personal variance was extremely high.

Cluster analysis

The significant variation between different test subject results raised the question of whether test subjects may be grouped by difference in afterimage perception of particular fast colour transitions. For example, if there are persons who perceive intense and long-lasting afterimage after the magenta-to-green fast colour transition compared to their own average values but “weak” and “short” afterimage following a yellow-blue fast colour transition.

K-means clustering analysis (Dervic, 2016; Tan et al., 2006) was performed to detect any further grouping in colour afterimage on normalized subject results ($S_{\text{aftim, norm}}$ and $t_{\text{aftim, norm}}$) including each colour change. (Normalization means that we transformed each subject’s average S_{aftim} and t_{aftim} results to be 1.0). Each subject’s $S_{\text{aftim, norm}}$ and $t_{\text{aftim, norm}}$ values were transformed to separate nine dimensional vectors (according to the nine colour transitions used in Colour-Colour test series), and cluster analysis of strength and duration of colour afterimage results was run separately. For clustering, we implemented the Apache Commons Math 3.6 API in our Java application developed for test result processing in (Garai, Horvath, 2021; Garai, Horvath, 2022).

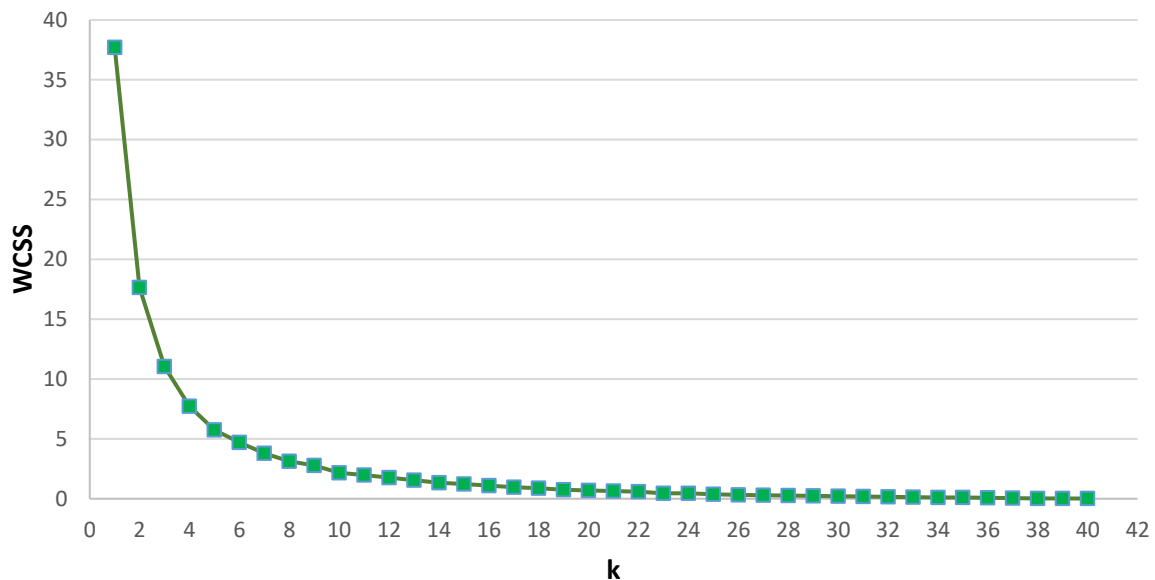
Figure 8: Cluster analysis of colour afterimage strength: within-cluster sum of squares (WCSS) vs. number of clusters (k).



Source: Own work

Using the elbow method (Figure 8) and some natural criteria, like every cluster should have at least 10 members, 50-75% of males and no centroid has “0” value, we found that the most probable number of afterimage strength clusters is 3.

Figure 9: Cluster analysis of colour afterimage duration: within-cluster sum of squares (WCSS) vs. number of clusters (k).



Source: Own work

Using the elbow method (Figure 9) and some natural criteria, like every cluster should have at least 10 members, 50-75% of males and no centroid has “0” value, we found that the most probable number of afterimage duration clusters is 2, and the case of 3 clusters has to be also considered.

Table 1 shows the centroid vectors of the three clusters. Two strength groups, Cluster 1 and Cluster 2 differ by particularly high sensitivity of B2R2→G transition (magenta to green) and particularly low sensitivity of the *opposite* G→B2R2 change. The third intensity centroid does not contain any outlier.

Regarding the duration of colour afterimage at $k=2$, Cluster 1 shows particularly high afterimage duration of B→R2G2 while the opposite change in Cluster 2 is not particularly low. Instead, particularly long duration was found at B→G colour transition. In the case of $k = 3$, two duration groups, Cluster 1 and Cluster 3 differ by particularly short duration of G2B2→R and particularly long duration of R→G2B2 at Cluster 1 and particularly long duration of B→R2G2 at Cluster 3.

Table 1: Cluster analysis – centroids of strength and duration.

Strength									
k = 3									
Centroid	B→R2G2	B→G	G2B2→R	G1B3→R	B2R2→G	R→G2B2	R→G	R2G2→B	G→B2R2
Cluster 1	1.016	1.250	1.394	1.200	0.933	0.887	0.926	0.798	0.595
Cluster 2	1.051	1.206	0.638	0.820	1.401	0.938	1.178	0.597	1.170
Cluster 3	1.269	1.360	0.897	0.936	1.177	0.789	0.688	0.958	0.926
Duration									
k = 2									
	B→R2G2	B→G	G2B2→R	G1B3→R	B2R2→G	R→G2B2	R→G	R2G2→B	G→B2R2
Cluster 1	1.430	0.978	0.826	0.779	0.811	1.328	0.965	0.788	1.097
Cluster 2	1.120	1.508	0.948	1.068	0.907	1.025	0.758	0.743	0.924
k = 3									
	B→R2G2	B→G	G2B2→R	G1B3→R	B2R2→G	R→G2B2	R→G	R2G2→B	G→B2R2
Cluster 1	1.168	1.297	0.552	0.657	1.105	1.525	0.844	0.872	0.981
Cluster 2	1.203	1.389	1.035	1.064	0.731	1.118	0.768	0.668	1.024
Cluster 3	1.606	0.812	1.009	0.971	0.830	0.787	1.121	0.858	1.006

Source: *Own work*

We can conclude that Cluster 3 at strength and Cluster 2 at duration (k=3) represent an ‘average group’. In the other clusters, B2R2→G (magenta to green) and G→B2R2 (green to magenta) differ from the average afterimage strength. It means that magenta-green and green-magenta transition afterimage depends on a personal characteristic parameter regarding afterimage strength. Regarding afterimage duration, B→R2G2 (blue to olive green), R→G2B2 (red to turquoise) and G2B2→R (turquoise to red) differ from the average afterimage duration, and these transition afterimage parameters can be a personal characteristic parameter. This raised importance of magenta-green transition at strength and red to turquoise transition at duration is plausible, but the number of tests (41 persons) should be increased to get a final conclusion.

Conclusion

Our experiments showed that the duration time of afterimage decreases with age in the range of 20–61 years. The difference is highly significant: test subjects in the 20–29-year group perceived the afterimage duration to be more than two times as long as the members of the 50–61-year-old group in both Colour-Colour and Colour-Grey experiments.

Based on this significant difference we plan to perform experiments with different view angles. We also plan to study the ΔC and ΔE -dependence of afterimage parameters. There were no significant differences between the two genders even if we combined the grouping by genders with the age groups.

We presented at high statistical significance that the afterimage duration and strength score have a monotonous dependence for moderately strong transitions (colour-grey transitions, $\Delta L^*=0$ and $\Delta C<100$) but independent on ΔC , ΔE in the case of strong colour-colour transitions ($\Delta E^*>120$). The colour dependence of the afterimage parameters was also examined. We found that there are transitions where the difference between older and younger test subjects is larger than the average, and there are colour transition directions where the duration and strength averages are significantly higher than that of the opposite transitions.

Cluster analysis suggested a plausible conjecture that in every age ranges there are persons who perceive the purple-green transition afterimages stronger or weaker than the average, which can indicate a biological feature.

Acknowledgement

The research was supported by Volunteers from Széchenyi István University as test subjects.

References

Dervic EH (2016). Soil data clustering by using K-means and fuzzy K, *Telfor Journal*, 2016, (8):1, pp. 56-61

Garai L., Horvath A., Persistence and subjective scoring of colour afterimages depending on age and gender, *12th IEEE International Conference on Cognitive Infocommunications (CogInfoCom 2021) September 23-25, 2021*, Budapest (online), pp. 25-30

Garai L., Horvath A., Measuring Age-Dependence of Colour Afterimage Perception, *Light and Engineering*, 2022, Volume 30, No. 2, pp. 70-81, DOI: 10.33383/2021-061

Kingdom FAA, Touma S, Jennings BJ (2020). Negative afterimages facilitate the detection of real images. *Vision Research*, 2020, 170: 25-34.

Markovic I, Ilic J, Markovic D, Simonovic V, Kosanic N (2013). Color measurement of food products using CIE L*a*b* and RGB color space, *Journal of Hygienic Engineering and Design*, 2013, Volume 4, pp. 50-53

Mikamo, M. Slomp, B. Raytchev, T. Tamaki, K. Kaneda (2013). Perceptually inspired afterimage synthesis, *Computers & Graphics*, 2013, vol. 37 pp. 247-255, <http://dx.doi.org/10.1016/j.cag.2013.02.008>

Nicholls, A (2016). Confidence limits, error bars and method comparison in molecular modelling. Part 2: comparing methods. *J Comput Aided Mol Des*, 2016, Volume 30, pp. 103–126 (2016). <https://doi.org/10.1007/s10822-016-9904-5>

Rinner O, Gegenfurtner KR (2000): Time course of chromatic adaptation for color appearance and discrimination. *Vision Research*, 2000, 40, pp. 1813-1826.

Schanda J (2007): *Colorimetry: understanding the CIE system*, John Wiley and Sons Inc., Hoboken, New Jersey, 2007, pp. 60-64

Smith VC, Pokorny J, Van Norren D (1983): Densitometric measurement of human cone photopigment kinetics, *Vision Research*, 1983 Volume (23)5: 517-524

Tan, Steinbach M, Vipin K (2006): *Bevezetés az adatbányászatba*, Panem Kft, Budapest., 2006

Zaidi Q, Ennis R, Cao D, Lee BB (2012): Neural locus of color afterimages. *Current Biology*, 2012, 22(3): 220-224

Futures literacy as a special soft skill – concept of a new research

Tamás GÁSPÁR¹

DOI: [10.29180/978-615-6342-76-8_14](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-76-8_14)

Abstract

There is an increasing demand for a better understanding and use of soft skills and futures literacy in terms of business performance. This paper sets up a research concept that links these areas and provides new insights into the futures field in five specific streams. These are futures literacy as a special soft skill; futures skills in the labour market; international comparison with Asia; futures literacy and anticipation development; and case studies of entrepreneurial successes. The rationale for, the objectives and the scope of the research are followed by specific research questions and methods adapted.. The research results cover theoretical and methodological contribution to the field as well as development and training programmes for futures literacy enhancement.

Keywords: futures literacy, anticipation, foresight, labour market

Introduction

Recent decades in the increasingly volatile, uncertain, complex and ambiguous (VUCA) world calls for new foundations in social research. One among them is the determining role of soft skills of human agents. These are inter- and intrapersonal abilities that help deal with others and manage oneself including emotions in the way the workplace requires (Hurrell et al., 2013). Soft skills in this perspective are built by personality and habits but cannot neglect performativity (Almonte, 2022).

The emerging consciousness of the importance of the future and its possible management is another hot issue (Sombala, 2019). Since probabilities, classical forecasts and even classical scenario building fail to incorporate the changing environment into strategic management, the development of futures studies and foresight are increasingly appreciated and adapted in various social fields with business management among (Crawford, 2019). In recent years anticipation, the human capability to use the future is coming to the forefront in order to improve the understanding what futures individuals, social groups and organisations create and what mechanisms they use to do so. Futures literacy, the conscious ability to use the future seems to be a crucial element of soft skills, and hence an outstanding concept for the business world to measure and develop (Miller, 2018; Mangus et al., 2021).

This paper aims to draft a recently emerging research concept on how futures literacy appears as a soft skill, how it varies by cultures and labour market participants, how it can be measured and developed as a management tool.

Objective and scope

¹ Budapest Business University, Department of International Economics, Centre of Excellence for Future Value Chains, e-mail: gaspar.tamas@uni-bge.hu The paper has been prepared in the framework and the support of the Demján Sándor – Budapesti Gazdasági Egyetem Vállalkozásfejlesztési Kutatói Ösztöndíj.

The objective of the research is unfolding and developing futures literacy and foresight activities as entrepreneurial soft skills. By doing so, the project is to collect academic foundations and findings, educational and training materials as well as practical experiences on futures literacy (FL) among past (successful cases), present (start-ups and small-medium enterprises - SMEs) and future (Budapest Business University - BBU students) entrepreneurs.

The research of futures literacy, soft skills and entrepreneurship is quite complex, and needs to be shrunk into specific sub-topics or streams. Considering the time frame – one year –, the background as well as the ongoing research programmes, this project grasps the topic in five streams as follows.

- a) *Futures literacy as a special soft skill*: This stream discusses the conceptual foundations of futures literacy, soft skills and foresight. A review on how foresight can be adapted unfolds different anticipatory systems and the way futures literacy can be measured.
- b) *Futures skills in the labour market*: The new technological era and the highly complex, networked world challenge enterprises what soft skills, among them futures literacy, future success demands. The problem addresses both employers and employees. Since the focus of the research is the adaptation of futures literacy in management and education, the analysis compares the soft/futures skill expectations of companies and the employees who just enter the market and who are potential future entrepreneurs, i.e., university students.
- c) *International comparison – foresight and FL in Asia*: Since human thinking and behaviour are culturally also framed, futures literacy and foresight activity differ by different regions of the world. This stream wishes to have an insight in the Asian mindset of foresight and to make a comparison in terms of the futures skills by companies and university students of a selected region.
- d) *Futures literacy and anticipation development*: Futures literacy is a capacity that may change by learning and can be developed. This stream deals with the methods and practice of improving futures literacy of students and entrepreneurs. During the research period three main areas are discovered and experienced: interactive academic courses, futures gaming and action research workshops
- e) *Entrepreneurial successes in a FL perspective – case studies*: This is a “best-practice” approach. Enterprises were successful in the past as well. Lessons on the success of start-up or crisis facing companies and businessmen from a futures perspective is a fruitful source of identifying futures literacy, anticipation and foresight elements and practices.

Background building blocks

The research has several pillars in the past. Partly regarding the personal and academic experiences, which provide reliable capabilities and active international links to run the research. In addition, the programme is built on some past results and ongoing projects.

Personal capabilities and links

I have been involved in futures studies for 25 years in terms of education and research, partly at the Corvinus University (the only futures studies department in Hungary), at Ecostat Research Institute (strategic macroeconomic research) and at BBS. I have also been involved

in the international community of futures studies, mainly by the World Futures Studies Federation (WFSF), also as a member of the Executive Board for five years. I directed the organisation of three world conferences in 2005, 2008 and 2009. I managed to gain direct and good personal and academic relationship with experts of the field all over the world. This research is based on some of the relevant experts/centres as follows:

- Riel Miller – former Head of Foresight at the United Nations Economic and Social Committee (UNESCO), leading expert on futures literacy theory, practice and workshop
- René Rohrbeck – chair on Foresight, Innovation and Transformation at the École des Hautes Etudes Commerciales du Nord (EDHEC) Business School, France. The leading expert of corporate foresight
- Peter Hayward – former professor of Swinburne’s Master of Strategic Foresight (MSF) program, Australia. A leading expert on futures gaming.
- Fabienne Gaux-Baudiment – former president of WFSF, professor and consultant. One of the creators of The Game of the Great Transition, a foresight and futures literacy experiencing and developing tool
- Roberto Poli – full professor of the University of Trento, teaching social foresight, and a main expert of anticipation theory
- Finland Futures Research Centre – one of the main professional research centres on foresight with much relation to business and economics, as a part of the Turku School of Economics
- Department of Education and Futures Design, Tamkang University, Taiwan – the main centre of Asian foresight studies and practice, it runs the doctoral program in Foresight for Educational Leadership and Technology Management, and a centre of Asian-Pacific Futures Network.

Academic background

I am currently running courses both directly on futures studies – Strategic foresight – in the doctoral school of BBS and other masters courses in a foresight perspective, but I also used to run classes on Futures studies. I managed to participate in a BBS research team working on the future of business higher education, comparing the visions and systemic strategies of teachers and students (Csillag et al., 2015). Recently I edited a book by the PhD students of BBS on the different applications of foresight practice and hence types of futures and methods (Gáspár, 2023). In addition, I have experience in basic skills development and future orientation too, while teaching small children at primary school for several years.

As an economist by profession, I have had a constant view on the relationship of the economic field and foresight. Improving futures literacy from the education side is based on these curricula and the book I published at Akadémiai Kiadó on foresight entitled *Strategia Sapiens* (Gáspár, 2012) and some journal papers on foresight issues and pedagogy (Gáspár, 2015a, 2015b).

As for the futures and labour market, since 2021 a research team by Tímea Juhász, Gabriella Horváth-Csikós and myself have been working on exploring the soft skills of employers and future employees (Horváth-Csikós, Juhász and Gáspár, 2023; Juhász, Horváth-Csikós and Gáspár, 2023, Horváth-Csikós, Juhász and Gáspár, 2022). On futures and labour market I also made comparative research with primary school students, age 10 and 14 (Gáspár, 2019, 2021).

These experiences we are extending to international comparison, and the present research is moving towards the exploration of futures skills.

Sofia Summer School: Foundations of Futures Literacy

In July 2023 the Centre of Strategic Foresight in Bulgaria organised a summer school in Sofia. The participants represented more than ten countries of the world, mainly active practitioners and educators of the futures field. The school programme was set up and directed by Kwamou Eva Feukeu, the Decolonial Lead at Max Planck Institute for Comparative and International Private Law, Hamburg-DE; Riel Miller, former Head of Foresight and Futures Literacy, UNESCO, Paris; and Roumiana Gotseva, Founder and Managing Director of the Center for Strategic Foresight, Sofia-BG. The five days intensive course provided deep insight in futures literacy and anticipation both by practice and its conceptual and methodological framework. The interactive workshops and discussions were designed to develop futures literacy labs in several countries. The participants could also contribute with their own experience. Regarding the present research draft, I managed to share a fifteen-year experience in developing futures literacy skills with small children. Preparing the presentation as well as the comments and questions to it helped a lot to design the present research concept.

Literature review

The umbrella concept of the research is soft skills – such as resilience, responsibility, persuasion, teamwork, analysis, empathy, and not at last anticipation, etc. As Gascóna and Gallifab (2022) define, they psychologically describe the learning, thinking and acting characteristics of people. Among many effects, these features help people anticipate professional futures and career orientation; however, they are not easy to acquire, measure and develop, and the education system is short of deploying these tasks. Rasli et al (2020) add that this way they mainly develop over time as people gain knowledge and experience, to a great extent on workplaces. In addition, all industries demand specific skills, where hard and soft skills are both fundamental, in many cases linked together.

Anticipation means the capacity to make decisions in the present according to forecasts about something that may eventually happen. The form future takes in the present is anticipation. This is not necessarily a human feature, since many biological, economic or social system realities possess this capacity (Poli, 2010; Miller and Poli, 2010). Futures literacy (FL) is the conscious knowledge and skill of anticipation. That is, a clear distinction of what type of futures one uses, how it is used and how the tools and methods suit (Miller, Poli and Rossel, 2018). Regarding foresight, we refer to the variety of applications of future intelligence in order to detect emerging issues and to reveal the scope of futures so that inform the present-day decision making and mobilise joint actions (Miles and Keenan cited by Saritas et al., 2022). Sardar, (2010) argues that though there is no clear or definite distinction, foresight is more widely used in terms of the corporate field activities, while futures studies is more societally and culturally framed and uses a longer interpretation of futures.

Corporate foresight is mainly the business field of futures activities. Rohrbeck and Kum (2018) find that it is applied with the expectation that it will help firms to break away from path dependency, help decision makers to define superior courses of action, and ultimately enable superior firm performance. In terms of corporate foresight practice Kononiuk, Szacio-

Szymanska and Gáspár (2017) highlight that the openness to foresight managerial competence is indispensable for foresight capacity building within organization.

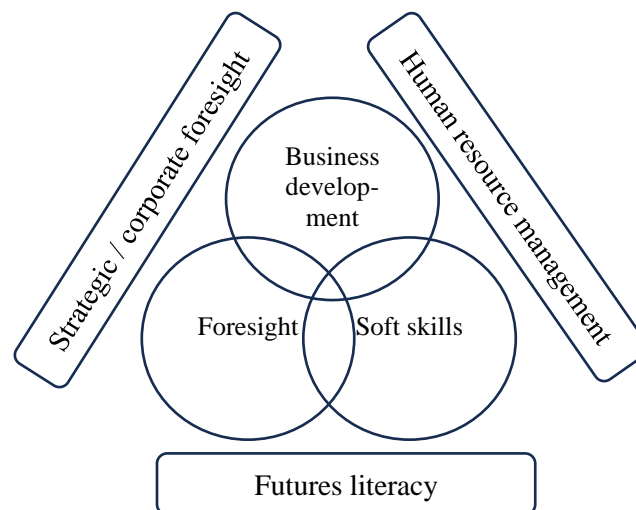
All in all the relevance of improving foresight skills is undeniable.

When paying attention to success, Hines (2016) found four specific challenges or barriers to integrating foresight in organisations: (1) foresight competes for attention (2) foresight is perceived as threatening (3) foresight is viewed as intangible and (4) foresight capacity is lacking. As Rohrbeck and Kum (2018) experienced, although we are witnessing the rising adoption of corporate foresight within firms, its application seems to, on average, still lack comprehensiveness, continuity, and institutionalization.

Rohrbeck and Kum (2018) also prepared a measurement for future preparedness and concluded that future prepared firms (vigilant) had a significantly higher likelihood of making it to the group of industry outperformers. The analysis they made has revealed that vigilant firms had a 33% higher profitability and a 200% higher market capitalization growth when compared with the sample average. Recently the researchers of the Futures Research Centre in Turku developed a scale of measurement for futures consciousness on a psychological basis (Ahvenharju-Minkkinen-Lalot, 2018; Lalot et al., 2019, 2021; Ahvenharju et al., 2021).

By a wider scope of literature review I find that there is a research gap in business development, foresight and soft skills. Though each of the two are linked together and discussed, futures literacy as a special soft skill for present and future entrepreneurs is not yet analysed properly (Figure 1.)

Figure 1: Research topics by combinations of foresight, soft skills and business development



Source: own editing

Research questions

In order to filling in the research gap, the following research questions emerge in terms of the five research streams discusses above.

- a) In terms of a soft skill, what traits do futures literacy and the different forms of foresight have?
b) How can futures literacy be measured?

What expectations do employers and employees have in terms of future soft skills? Is there any gap between the expectations?

What differences can be detected in futures skills among Asian and Hungarian entrepreneurs and students?

How can futures literacy and foresight practice can be developed?

What futures literacy elements can be revealed in the successful entrepreneurial cases?

Research methods

In terms of strategy, the research is an applied by type, both inductive and deductive as well as idiographic and nomothetic by approach, mixed research by methodological perspective and cross-sectional by time. Regarding the data collection, the research questions demand both quantitative and qualitative methods like documentary investigation such as documentary analysis and content analysis, multivariable statistical analysis such as regression and factor analysis, inquiry such as survey, observations in terms of futures gaming, action research and case studies.

Expected results

The research is going to result in the following contributions to the field of futures literacy:

theoretical contribution to the discussion and debate on futures literacy by revealing features of futures literacy as a special soft skill;

methodologically it is still an emerging field how to measure and develop futures literacy. By course experience and action research workshops present project is to unfold new ways to do so;

in terms of practice the research will collect a set of case studies on successful and failing enterprises regarding how they used the future for business development;

from educational point of view the result is to improve the Doctoral School programme, and set up new curricula and materials for the planned Organisation and management masters programme as well as entrepreneurial trainings.

References

Ahvenharju, S., Lalot, F., Minkkinen, M., & Quiamzade, A. (2021) Individual futures consciousness: Psychology behind the five-dimensional futures consciousness scale. *Futures*., 128, 102708. <http://dx.doi.org/10.1016/j.futures.2021.102708>

- Ahvenharju, S., Minkkinen, M. & Lalot, F. (2018) The five dimensions of Futures Consciousness. *Futures*, 104, pp. 1–13. <https://doi.org/10.1016/j.futures.2018.06.010>
- Almonte, R. (2022) *A practical guide to soft skills. Communication, psychology and ethics for your professional life*. Routledge
- Crawford, M (2019) A comprehensive scenario intervention typology. *Technological Forecasting & Social Change* 149:119748.
- Csillag, S., Gáspár, T., Géring, Zs., Király, G., Köves, A., Sebestyén, G. (2015) *Jelentés az 'Iskola a jövőben: a gazdasági felsőoktatás Magyarországon 2050-ben' projekt kutatási eredményeiről*: (EMMI 8527---5/2014/TUDPOL támogatási szerződés) , p.57
- Gascóna, Á. E.- Gallifab. J. (2022). How to measure soft skills in the educational context: psychometric properties of the SKILLS-in-ONE questionnaire, *Studies in Educational Evaluation*, <https://doi.org/10.1016/j.stueduc.2022.101155>
- Gáspár, T. (2015a) A stratégiai tevékenység mint élménypedagógia. In: Erdélyi, Erzsébet; Szabó, Attila (szerk.) *A hit erejével: pedagógia tanulmányok*. Budapest, Károli Gáspár Református Egyetem, L'Harmattan Kiadó, pp. 97-114.
- Gáspár, T. (2015b) Strategia Sapiens – strategic foresight in a new perspective. *Foresight: the Journal of future studies strategic thinking and policy*, 17 : 5 pp. 405-426.
- Gáspár, T. (2019) A munka világa az általános iskolások jövőképében. *Opus et Educatio: Munka és nevelés*, 6 : 2 pp. 147-163.
- Gáspár, T. (2021) The future of work in the vision of the future generation. *The Openness of the Future, WFSF World Conference*, Berlin, 2021. Conference presentation
- Gáspár, T. (ed.) (2023) *Foresight in research - case studies on future issues*. Budapest, Budapesti Gazdasági Egyetem (BGE)
- Gáspár, Tamás (ed.) ; Laurén, Leena-Maija (ed.) (2013) *Futures*, Special Issue: New Generations. London, Elsevier, p.72
- Hines, A. (2016) Let's Talk about Success: A Proposed Foresight Outcomes Framework for Organizational Futurists. *Journal of Futures Studies*, June 2016, 20(4): pp. 1–20
- Horváth-Csikós, G. Juhász, T., Gáspár, T. (2022): Soft skills on sale: how students consider soft skills and corporate expectations. In: Szegedi, Krisztina (szerk.) *Szemelvények a BGE kutatásaiból* Budapest, Magyarország : Budapesti Gazdasági Egyetem, pp. 246-253.
- Horváth-Csikós, Gabriella ; Juhász, Tímea ; Gáspár, Tamás (2023) Employers' perception of young workers' soft skills. *Prosperitas*, 10 : 1 Paper: 1 , p.13
- Hurrell, S.A., Scholarios, D. and Thompson, P. (2013) More than a “Humpty Dumpty” Term: Strengthening the Conceptualization of Soft Skills. *Economic and Industrial Democracy*, 34, pp. 161-182. <http://dx.doi.org/10.1177/0143831X12444934>
- Juhász, Tímea ; Horváth-Csikós, Gabriella; Gáspár, Tamás (2023) Gap analysis of future employee and employer on soft skills. *Human Systems Management*, 42 Paper: 220161, p.16

- Lalot, F., Ahvenharju, S. & Minkkinen, M. (2021) *Aware of the Future? Adaptation and Refinement of the Futures Consciousness Scale. Psychological Test Adaptation and Development*. <https://econtent.hogrefe.com/doi/10.1027/2698-1866/a000014>
- Lalot, F., Ahvenharju, S., Minkkinen, M. & Wensing, E. (2019) Aware of the future? Development and validation of the Futures Consciousness Scale. *European Journal of Psychological Assessment*. <http://dx.doi.org/10.1027/1015-5759/a000565>
- Mangnus A, Oomen J, Vervoort J, Hajer M (2021) Futures literacy and the diversity of the future. *Futures* 132, <https://doi.org/10.1016/j.futures.2021.102793>.
- Miller, R. and Poli, R. (2010) Anticipatory systems and the philosophical foundations of - futures studies. *Foresight*, 12(3), pp. 7-17.
- Miller, R., Poli, R., and Rossel, P. (2018). The discipline of anticipation. Foundations for futures literacy. In Miller, R. (ed.) *Transforming the future. Anticipation in the 21st century*. Routledge, pp. 51–65.
- Poli, Roberto, (2010), An Introduction to the Ontology of Anticipation, *Futures*, Vol. 42, Issue 7.
- 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 14 *Problems and Perspectives in Management*, Volume 19, Issue 3, 2021
- Sardar, Z. (2010) The Namesake: Futures; futures studies; futurology; futuristic; foresight—What’s in a name? *Futures* 42, pp. 177–184.
- Saritas, O., Burmaoglu, S. and Ozdemir, D. (2022) The evolution of Foresight: What evidence is there in scientific publications? *Futures* 137, 102916
- Sombala N (2019) The VUCA Learner: Future-proof Your Relevance. *South Asian Journal of Management* 26(3): pp. 193-198.

Exploring the Investment Potential of ACE (adventure, cultural, and ecotourism) Tourism Fusion in Azerbaijan: A Synergistic Approach to Innovative Investment Strategies

Simran HAJALIYEV¹

DOI: [10.29180/978-615-6342-76-8_15](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-76-8_15)

Abstract

This research paper is an across-the-board study of the key opportunities and challenges associated with investment development in the ACE (Adventure, Cultural, and Eco-tourism) tourism in Azerbaijan. However, the fundamental aim of this study is to ascertain the well and woes of tourism investment in ACE tourism to enhance the continuous growth of the tourism sector and to analyze the Azerbaijani government's strategies for foreign direct investment in ACE tourism for keeping the positive flow of investment. Therefore, the research has found that, despite the significant prospects for foreign and domestic investors, currently, the level of investments is inadequate to make Azerbaijan a top-priority destination for ACE tourism. This research will find a new pavement to clarify the ways of applying international experience to make the use of investments in ACE tourism more efficient. The main trends in the profitability of investment activities in ACE tourism, analyzing the overall tourism investment climate and the development dynamics of investments in the tourism sector in the current period in Azerbaijan, the framework to scale up sustainable and green tourism investments in ACE tourism, how to ensure FDI in ACE tourism in Azerbaijan, how to successfully apply Global FDI Greenfield investment Trends to ACE tourism are also described.

Keywords: ACE tourism, tourism investments, greenfield tourism investments, FDI in tourism, investors, entrepreneurs, sustainable and green tourism investments

Introduction

Azerbaijan is a country with high tourism potential with its natural beauty, cultural riches, and historical heritage. ACE tourism aims to utilize this potential at the highest level by presenting nature, culture, and adventure tourism together. This study is important to follow current innovations and trends in tourism investment and to explore how tourism sector investors can adopt a more advanced and strategic approach to invest in the ACE tourism fusion in Azerbaijan. My main motivation for choosing this topic is that tourism has an important potential for the Azerbaijani economy and the investment potential of ACE tourism has not been sufficiently explored yet. According to Fennel (2007), the idea of ACE tourism was developed to show how three distinct but connected nature-based tourist products, namely ecotourism, adventure tourism, and cultural tourism – are emerging together. The overlap between these three types of tourism seems to have grown over the past several years to the point where policy and practice have treated them as almost completely synonymous. He also proposed that the proportion of cultural, adventure, and ecotourism activities within ACE tourism is contingent upon the resources and circumstances that are available, implying that several adventure, ecotourism, and cultural components can be integrated into ACE tourism

¹ Budapest Business University, Faculty of Commerce, Hospitality and Tourism, MA student, e-mail: simrangadjaliyev@gmail.com

and coexist within a single setting, albeit with varying levels of emphasis on each of these elements. Musa et al., (2004) had stated before David Fennel that the ACE tourism product is fragile and needs to be maintained carefully to ensure its sustainability and viability. The boom of tourists in an ACE destination has the potential to change certain cultural features. The following attributes are generally associated with ACE tourism: local involvement, economic efficiency, the dissemination of education, tourist satisfaction, and the minimizing of the tourism effect. Authentic ecotourism can be characterized by responsible travel to natural areas that not only safeguard the environment but also foster the well-being of the indigenous populace. A few years later, Kurbanov (2018) confirmed that adventure travel is a type of ecotourism. Ecotourists exhibit a strong inclination towards adventure, which has resulted in the emergence of adventure tourism. For this reason, adventure travel is often referred to as “heavy ecotourism”. Azerbaijan possesses pristine landscapes that hold potential as ACE tourism destinations. To foster the development of ACE, the government needs to create a conducive condition that supports the successful and profitable operation of small-scale enterprises in various regions (Məmmədov et al., 2012). In contemporary times, numerous nations direct their efforts towards amplifying investments in the expansion and progression of tourism infrastructure to elevate their economic performance by enticing an increased number of foreign tourists. Hai (2021) pointed out that investors, whether public or private, should not expect swift returns on their investments. Investments in the advancement of conservation and ecotourism zones may necessitate comparatively lesser capital when assessed on a per-unit-area basis. The Azerbaijani government has recognized the promising prospects for substantial growth in the tourism sector and has consequently implemented several measures and initiatives aimed at fostering its development in recent times (Kanan et al., 2013). Azerbaijan has taken proper steps to effectively direct and enhance the efficiency of investments toward crucial developmental areas, exemplified by the “Azerbaijan Investment Company” Open Joint Stock Company. Dargahov & Karimov in 2014 revealed that government funding for tourism is closely intertwined with financial support provided to private entities and entrepreneurs. Furthermore, governmental assistance in tourism is manifested in the introduction of substantial measures, such as the establishment of the “Shahdag” Winter and Summer Tourism and Sports Complex.

Literature Review

This section succinctly dips into the overview of academic perspectives regarding the influx of investments in the three unique types of tourism that have been studied in this research, namely nature-based adventure tourism, cultural tourism, and ecotourism. Despite the presence of various publications that delve into each of these tourism genres, the overview presented here is laconic but comprehensive, highlighting the prevailing concepts and theories.

ACE Tourism Combination

According to Bilalov et al., (2011), ecotourism and ecotours are divided into four types: 1. Education-based tourism, 2. Cultural tour 3. Adventure tourism, and 4. Travel to specially protected nature areas. Adventure tourism is often merged with ecotourism, as in adventure-cultural-ecotourism (Fennell, 2007) or nature-eco-adventure-tourism in some texts (Buckley, 2006). Adventure and ecotourism share certain aspects that can be adapted, adopted, and scaled up to encourage more environmental behavior in the tourism sector (Hunt & Harbor, 2019). Oscar (2015) argues that the advantages and significance of eco-adventure and cultural tourism provide the creation of jobs and income for locals, the allocation of potential funds for the improvement of cultural or natural areas to attract more eco and cultural tourists in the future, and the promotion of heritage preservation and environmental enhancement. Guliyev &

Nuriyeva (2017) studied that the image of Azerbaijan’s adventure tourism is average and it still needs to be more developed. Adventure tourism in Azerbaijan places a tremendous emphasis on pure, fresh air, ski resorts, bird-watching trips, canoeing, and hitchhiking. However, the best example is the Shahdag Ski Resort which represents one of the biggest projects and investments that have been made in the last.

According to Violante Martinez Quintana (2021), eco-cultural tourism is a new form of tourism and has established itself as a new concept of tourism that combines the conservation of natural and cultural areas with economic and recreational benefits, both socio-economically and through sustainable development. With the dynamic nature of cultural heritage and the potential for eco-cultural activities, understanding tourists' perceptions and experiences of cultural artifacts becomes important in constructing tourism activities and experiences (Tiberghien et al., 2017). The acceptance of eco-cultural tourism by local populations and their involvement in its growth is crucial to its success. Therefore, ecotourism encourages visitors to comprehend and appreciate the natural system of host communities as well as their cultures (Wallace and Russell, 2004; Wood, 2002). Ecotourism should be carried out as a responsible tourism activity, protecting the natural and cultural environment and taking into account the welfare of the people. The real environmental and cultural outcomes might also be evaluated to identify the ecotourism dimension. A further point is that ecotourists may also be cultural tourists (Russell Blamey, 1997).

General overview of Tourism Investments

In order to launch, maintain, and grow the business, financing is needed. There are many different ways to finance tourism, including government aid, private sector involvement, institutional financing, private sources of funding, foreign investment, etc. (Das & Ghosh, 2014). According to Vellas & Bécherel (1995), the government strategy to promote tourism and encourage tourism investment can be driven by motivation, such as the generation of a foreign currency or the creation of employment. There is an analytical framework known as the “OLI” (ownership, location, internalization) paradigm, which states that a foreign firm will invest abroad only if these three factors come together simultaneously (UNCTAD, 2010a). Vellas & Bécherel (1995) proved that privatization is an increasingly popular method by which governments encourage private investment. UNCTAD (2021), has recommended that countries revise their investment policies to align with the latest developments. It is crucial to update investment incentives, modernize special economic zones, revamp investment promotion and facilitation practices, and incorporate intelligent mechanisms for screening foreign investments.

Figure 1: *Investment Policy Tools*



Source: *UNCTAD Report, 2021*

A country’s investment environment is influenced by many factors Phillips et al., (2009) including overall political stability; the laws and regulations that impact access to capital and credit; the extent to which government agencies seek to facilitate or discourage private investment; the quality and maintenance of transport and other tourism-related infrastructure;

and tax and immigration policies. Organization for Economic Cooperation and Development's 2021 report indicated that numerous countries have taken several measures to improve their legal and business environment, including the introduction of laws and regulations that encourage business and investment, simplification of customs and registration procedures, anti-corruption efforts, strengthening institutions such as the judiciary and regulatory agencies, and adoption of international business and investment standards. Governments have implemented measures to promote high-quality investments, such as tourism investment strategies, capital expenditure funds, regulatory changes, fiscal incentives, and green initiatives (OECD, 2017).

Foreign direct investments in Tourism

According to FDI Intelligence from the Financial Times and United Nations World Tourism Organization data, the tourism foreign direct investment (TFDI) reached USD 61.8 billion globally. One of the interesting points is that we can see that culture tourism, amusement, and theme parks are a component of eco-adventure tourism among the top 10 sub-sectors of foreign direct investment according to the Financial Times fDi Intelligence. According to the Tourism Investment Report, foreign investors announced a total of 2232 foreign direct investment projects in the tourism cluster from 2017 to 2021. The UNWTO suggests a fundamental framework of three easy stages to help its member states attract, promote, and mobilize foreign direct investment (FDI) in the tourism sector: 1) organizational strategy (enabling capacities); 2) attractiveness strategy (enabling conditions); and 3) promotion strategy (enabling opportunities). Li et al., (2017) state that, the investment environment refers to the host country's legal environment, institutional environment, economic policy, and hospitality to foreign investment. A favorable investment climate in the host nation would draw in foreign capital. Endo (2006) mentioned that Outward FDI in the tourist sector appears to be a neglected topic, even though FDI plays a significant role in the development of the sector. Appropriate policy frameworks should be developed and implemented for those seeking FDI in tourism as part of their overall economic development. FDI is one of the routes through which countries can implement tourism, and the importance of FDI as a determinant of economic growth, directly or indirectly, is quite large. Tourism should increase the likelihood of countries being shortlisted for FDI (Sanford & Dong, 2000). FDI in the tourism sector (TFDI) depending on the economic sector concerned, can be more or less complex and require specific methods (WTO, 2005).

Investment Opportunities and FDI of the Tourism industry in Azerbaijan

Azerbaijan's key strong points for tourism investments include: Competitive production costs; Significant potential of the Caspian Sea; Being in a favorable geographical and economic position; Abundance of natural resources; Political stability and an open economy in dynamic development; Substantial foreign currency assets in the State Oil Fund of Azerbaijan (SOFAZ); Favorable general business climate (25th position in the World Bank's Doing Business ranking 2019) and Plenty of potential workforces. The disclosed data on international greenfield FDI projects reveal that Azerbaijan's economy attracted over USD 32.7 billion between 2003 and 2017. A significant proportion of this investment, around 10%, was specifically targeted toward the development of the Hotel and Tourism sector in the country. World Bank data suggests that FDI estimated at more than \$70 billion was pumped into the Azerbaijani economy in the period between 1995-2019. According to AHK Azerbaijan (2020) report a robust legal-judicial framework is considered a necessary condition for FDI inflows. The lack of transparent and fair legal and judicial systems, as well as lengthy and bureaucratic procedures, are identified as major challenges for businesses operating in the country. A survey by AHK (2020) found that foreign investors are mainly drawn to Azerbaijan by the increasing demand for their products and services in the country. The second most compelling factor is the opportunity to develop strategic collaborations with local business partners. In the period between 2013 and 2016,

Azerbaijan experienced a noteworthy increase in FDI inflows, with the latter reaching almost 12% and representing the highest in the sub-region. However, due to the adverse impact of low global oil prices, the FDI inflows diminished to 3% of GDP by 2019, standing as the third-highest rate after Georgia and the Republic of Moldova (World Bank, 2020c). According to UNCTAD’s 2021 World Investment Report, Azerbaijan experienced a negative FDI inflow of USD 1.7 billion in 2021. Despite this setback, the total FDI stock in the country amounted to USD 31.6 billion, which accounted for approximately 57.9% of the nation’s GDP during the same year. The primary focus of FDI inflows in Azerbaijan is in the oil and gas sector, though the government has expressed interest in diversifying the economy by attracting FDIs to the tourism sector.

Figure 2: Foreign Direct Investment in Azerbaijan

Foreign Direct Investment	2019	2020	2021
FDI Inward Flow (million USD)	1,504	507	-1,708
FDI Stock (million USD)	32,285	33,186	31,607
Number of Greenfield Investments*	20	6	3
Value of Greenfield Investments (million USD)	741	325	43

Source: UNCTAD, Latest available data

Building from Scratch: The Benefits of Greenfield Tourism Investments

According to the OECD (2015), greening infrastructure investment can involve renovating existing infrastructure (“brownfield” investments) or building new infrastructure from scratch (“greenfield” investments). According to Bayar (2017), greenfield and brownfield investments are two approaches to real estate development and business expansion. Greenfield investment involves constructing a new project or facility on a previously undeveloped site, while brownfield investment involves redeveloping an existing site, which may have environmental issues but already has the infrastructure and location advantage. Chowdhury et al. (2020) posit that both Brownfields and Greenfields are crucial for regional growth and require formal and informal tools for public intervention. In the case of ACE tourism destinations, prospective investors must adhere to stringent regulations and undergo rigorous economic evaluations that involve meticulous assessments of investment viability and efficiency. The advantages of greenfield investments over brownfields include lower total construction costs, less expensive land preparation, shorter preparation time, reduced environmental consulting costs and lower developer costs.

Figure 3: Announced Greenfield Investment Project Overview in Azerbaijan

Announced greenfield investment project overview, 2005–2007 average, 2017–2019
(Millions of dollars)

Region/economy	As destination				As source			
	2005–2007 (Pre-crisis annual average)	2017	2018	2019	2005–2007 (Pre-crisis annual average)	2017	2018	2019
Azerbaijan	1 455	963	262	741	1 521	3 795	7 227	125

Source: UNCTAD, World Investment Report 2021

According to World Investment Report 2021, Azerbaijan actively promoted and attracted foreign investment into various sectors of its economy, including agriculture, tourism,

infrastructure, and energy. Between 2017 and 2019, Azerbaijan witnessed a surge in Greenfield investment projects, with several initiatives announced in the country. The greenfield investment trend reached its peak in 2018 when over \$7 billion was invested in various projects across the country.

Venturing Beyond Tradition: Embracing Green and Sustainable Investments

In recent years, non-traditional tourism investments have gained popularity due to changing consumer preferences and the need for sustainable tourism practices. Investors are now looking for opportunities to support sustainable tourism practices, which not only provide financial returns but also support environmental and social initiatives. Sustainable tourism investment can create job opportunities, particularly for disadvantaged populations. Investment legislation should include regulations for green tourism investment to ensure consistency in their application (UNEP and WTO, 2012). The tourism sector can benefit from green investments, which can align government incentives and regulations with investor requirements for sustainable investment (WTO, 2021). The Sustainable Investment and Finance in Tourism (SIFT) network tries to design a common standard to inspire greater sustainability in tourism investments by the public, private, and multilateral investors; strengthen the financing of sustainable tourism projects; enhance sustainable investments in the tourism industry and ameliorate the capacity of developing destinations. SIFT efforts should help integrate other global sustainable finance initiatives to support green investment in tourism (UNEP, 2008). Thapa (2012) argues that while the tourism industry has encountered significant growth, it is crucial to adopt a sustainable approach to facilitate its future expansion. Insufficient awareness of sustainable investments is a significant obstacle in many countries, according to Phillips et al. (2009). To overcome this barrier some approaches such as private sector awareness programs, policy collaboration, external funding, adoption of regulations and standards, and partnerships can be implemented to encourage sustainable tourism investments, particularly for SMEs. Peric and Radic (2011) pointed out that sustainable tourism investments refer to investments made in tourism businesses that prioritize environmental, social, and economic sustainability. Sustainable tourism investments can bring many benefits, such as preserving local cultures and biodiversity, reducing the negative impacts of tourism on the environment, and generating income for local communities. However, sustainable tourism investments also face challenges such as lack of standardization and certification, limited access to financing, and limited consumer awareness. Yang (2022) states that green tourism investments focus on environmentally sustainable practices in the tourism industry and can lead to increased demand, long-term profitability, and positive impacts on the environment and reputation. To encourage private sector investment in green infrastructure and scale up participation, it is important to create a market for “investment grade” green projects and manage investment risks and costs.

Research Objective & Research Questions

Generally, investments for ACE tourism in Azerbaijan, no special place has been allocated in scientific research studies. Moreover, the existing research studies on this topic are inadequate. The main goal of the study is to thoroughly examine the current state of investments in ACE tourism in Azerbaijan and identify the financial hurdles that hinder its growth. Besides paper aims to conduct a meticulously reasoned and scientifically grounded research study on the development of the tourism investment landscape in Azerbaijan and the identification of solutions to enhance the efficiency of the current investment environment, increase the appeal of Azerbaijan, and advance existing approaches and mechanisms for attracting investment in the rapidly evolving global tourism industry. To accomplish these goals, the research outlines the following core tasks: 1) the place and essence of ACE tourism in Azerbaijan tourism are

investigated; 2) the dynamics of the development of ACE tourism and the content of investments made in it are thoroughly examined; 3) the assessment of mechanisms and investment activities related to the issues of tourism investment attractiveness in Azerbaijan are explored; 4) the directions for improving sustainable and green investments in ACE tourism are analyzed; 5) potential initiatives and propositions aimed at the consolidation and attraction of investments to the regions that have been liberated from the occupation are evaluated, and 6) the factors promoting FDI attraction to ACE tourism in Azerbaijan are studied.

This investigative study is guided by a set of precise research questions, which are as follows:

- 1) What is being done to invest in the ACE tourism combination and what policy exists to develop of more active ACE tourism destination in Azerbaijan?
- 2) How to successfully apply Global FDI Greenfield Investment Trends to ACE tourism in Azerbaijan?
- 3) How is the overall tourism investment climate in Azerbaijan for the profitability of investments and supporting the scale-up of green finance in ACE tourism?
- 4) What steps should be taken for a framework to foster sustainable and inclusive tourism investments in Azerbaijan? (International experiences can be transferred to Azerbaijan)

Research Methodology

To fulfill the research goals and facilitate the literature review process, a qualitative research method was utilized in the data collection section. The main aim of this qualitative research is to unveil ground-breaking concepts and ideas, multifaceted perspectives, emotions, interconnections between events, and prognostications of latent processes, which will provide a deeper understanding of tourism investments in Azerbaijan's ACE tourism industry. Empirical research was conducted as the data collected would answer the specific research questions. To collect data, semi-structured face-to-face interviews and focus group interviews were carried out with selected participants. The primary reason for this decision was to collect first-hand information from specialists in the Azerbaijan Tourism State Agency. The main reason why I chose the Azerbaijan State Tourism Agency as a part of my interview process is that all the operations, innovations, regulations, and management that take place in tourism in Azerbaijan are carried out only under the supervision of this public organization. Therefore, the specialists working in this agency possess comprehensive knowledge about the current trends in tourism investment and policy in Azerbaijan. The focus group interview was arranged in Guba DMO. My main aim in choosing this DMO was that the city of Guba is considered a prime location for ACE tourism purposes. Around the office table, we had "brainstorming" and interactive discussions with members of the Guba DMO. A flexible environment created direct communication and better insight for each of us.

Results of Interviews

Results of Semi-structured Face-to-face interviews

Based on the in-depth interviews made by the author, the following conclusions have been drawn:

- There is a lack of investment in ACE tourism in Azerbaijan and that more reforms are needed to attract FDI in the industry. To attract FDI, interviewees suggested steps such as improving the business climate, enhancing transparency, fostering innovation, and developing infrastructure

- The limited volume of investment in Azerbaijan's tourism sector can be attributed to several challenges, including a lack of awareness of available tourism opportunities, inadequate infrastructure and transportation, and high costs associated with the construction of tourism facilities that may reduce the interest of entrepreneurs.
- Azerbaijan faces challenges that hinder its ability to attract foreign investment, such as a tough autocratic system and high informal market-entry barriers. These challenges can discourage them from investing in Azerbaijan's ACE tourism industry.
- Despite these challenges, the government has implemented several measures to attract foreign investment flows. These measures include the implementation of a "single window" system and strengthening the legal basis for the protection of the rights and interests of foreign entrepreneurs.
- Interviewees mentioned that they have already received projects from foreign and local investors in the Karabakh region, with 7 out of 32 projects that are related to tourism purposes being approved after careful review. Furthermore, he highlighted the importance of public investment and the prepared support mechanism for entrepreneurs operating in the liberated territories of Azerbaijan in 2023.
- Governments can encourage tourism investment by following public interest principles, managing risk, providing information, building capacity, forming partnerships, and facilitating approval of proposals.
- The interviewees provided six basic measures that could improve the tourism investment environment in Azerbaijan. These include expanding e-services to enhance quality and transparency, strengthening institutional mechanisms for investment, stimulating foreign direct investment through financial transparency, accelerating Azerbaijan's membership in the WTO, and actively participating in regional integration blocs and bilateral agreements with neighbouring countries to obtain mutual concessions on foreign trade.

Results of Focus group interviews

1. The tourism investment in Azerbaijan faces various challenges, including lack of information, capital capacity, stimulation, institutional problems, and non-orientation of national investment.
2. Despite the challenges, there have been positive steps have been taken to attract local and foreign investments to the national economy and to liberalize tax policies. The recent end of the conflict in Karabakh is expected to increase investment flow to these areas.
3. Supporting and training start-up businesses and entrepreneurs in the tourism sector can promote a culture of innovation and entrepreneurship and lead to increased investment and growth in the industry. To encourage local entrepreneurship, the Guba DMO is providing training for entrepreneurs as well.
4. The potential for ecotourism in Azerbaijan was discussed, along with the need to manage tourist traffic in national parks to maintain ecological standards. The lack of international certification for extreme adventure tourism guides was identified as a hurdle to developing adventure tourism, but the participants agreed that acquiring such certification would be necessary to attract foreign visitors.
5. Tourists from European and Arab countries have different preferences, with European tourists showing more interest in ACE tourism activities such as staying in guest houses or camping in nature, as opposed to staying in expensive hotels in city centers.
6. The Guba-Gusar region of Azerbaijan has the potential for adventure tourism, with many climbers and adventure lovers already visiting the area. However, there are challenges such as a lack of accommodation facilities in remote areas and a need to promote the region's

offerings to tourists through tour packages that combine different components of adventure tourism

7. Travel agencies have an important role in promoting the region and creating tour packages that combine the different components of ACE tourism. The involvement and welfare of the local population in tourism should also be considered, and travel agencies can obtain information from the DMOs in the region. The DMO's primary objective is to uncover the tourism potential of the region, and travel agencies should create tour packages based on this potential. By attracting a large number of tourists, the region will become renowned for ACE tourism and generate revenue for all involved parties. However, there is a lack of effort from some travel agencies in this direction.
8. The DMO has conducted a study on around 40 villages in the Guba-Gusar region to identify potential ACE tourism products. This data will be used to inform the Azerbaijan State Tourism Agency about areas where ACE tourism can be focused. The “Beautiful Village” project will also be implemented in the region to invest in villages with high tourism potential.
9. Both foreign investors and local entrepreneurs have a role to play in developing the tourism industry in Azerbaijan. OIC provides a legal framework to support foreign investment in the country. USAID has a significant impact on the development of Azerbaijan's tourism sector, even if they are not primarily focused on achieving a return on investment.

Conclusion

Azerbaijan's ACE tourism sector shows significant growth potential, yet it is in its early stages. Realizing this potential necessitates a policy framework, efficient investment incentives, and streamlined regulatory procedures. While there is a growing interest in ACE tourism investment, challenges persist. Inadequate infrastructure in many ACE tourism destinations hampers growth, requiring collaboration between investors and policymakers to enhance facilities. Additionally, the lack of financial incentives and government support poses obstacles for investors facing high development costs. To foster ACE tourism, the government must provide more support and incentives for a viable return on investment.

It is necessary to elevate the level of investment-innovation activities in the ACE tourism regions of the country. The absence of free-balance banks and credit institutions, specialized financial investment groups and funds, and the limited availability of attractive financial services signify an underdeveloped tourism investment environment in these regions.

The Azerbaijan government should take action as soon as possible and implement reforms aimed at ensuring a normal investment environment in the country. In addition, the government should introduce a more liberal, more specifically targeted investment attraction policy, transform it into foreign economic blocs, and reconsider institutional and political reforms once again.

Tourism investors receive information from the most diverse sources, they know the reality better than anyone else. The question of how well they can protect their rights in case of any problems is important for them. For example, the Singaporean economic model had a mechanism called British law. In this case, the decisions made by the British courts were unconditionally accepted in Singapore. The state was telling foreign investors that if they do not believe in the legal system, then they can defend their rights in the court of another country. We can form a mechanism for protecting the rights of foreign investors and we can increase the attractiveness of tourism in Azerbaijan for foreign investments.

The tourism investment environment in Azerbaijan is characterized by a low level of competition. If experienced foreign investors invest in the tourism sector, they have a wide range of opportunities to achieve success. Azerbaijan's tourism sector boasts high profit margins, with a profit rate of 60-70% for every 1 Manat (₼) invested, which far exceeds the corresponding rate in the European market, typically around 8-10%. Why should not foreign investors enter the Azerbaijan market if they can get 8-10 times more income compared to other countries?!

Upon analyzing the current status of tourism investments in Azerbaijan, it becomes apparent that private-sector investment is more likely to yield favorable results compared to public-sector investment. Another point to be emphasized is that there exists a concerning trend of **“Dirty Investment”** in Azerbaijan, which is carried out by state officials. They invest partially but do not invest 100% of the capital in the country.

Recommendations

To boost private investments in Azerbaijan's tourism sector, state support is crucial, requiring the creation of conditions for foreign investors to operate at global standards. To attract foreign investment, legislative improvements supporting private initiatives, increased state involvement in regulatory regimes, enhanced tourism investment regulations, and improved investor information systems are necessary. Promoting ACE tourism destinations internationally will facilitate better decision-making for foreign investments. The State Investment Policy should prioritize attracting investments to ACE tourism destinations, ensuring proportional distribution of foreign investments, protecting FDIs, and implementing global best practices for sustainable and inclusive tourism investments. While the National Fund for Entrepreneurship Support aids the tourism sector, its limited availability calls for expanding financial capabilities, increasing concessional loans, and attracting more investment resources. To entice investors, especially from economically linked countries, Azerbaijan should conduct presentations, establish electronic platforms, and showcase investment opportunities globally.

References

A.Kanan, I.Zohrab, A.Rovshan and M.Azer. (2013). Assessment of Economic Export and Diversification, AFA Translation LLS, Baku, p 105-106.

Bahadur. Bilalov, A.T.Asgarov and C.G.Gulaliyev. (2011). Ecological tourism (Teaching material). Baku, "Adiloglu" publishing house, 276 pages.

Bayar, Y. (2017). Greenfield and Brownfield Investments and Economic Growth: Evidence from Central and Eastern European Union Countries. *Naše Gospodarstvo/Our Economy*, Vol. 63, No. 3, pp. 19-26. DOI: 10.1515/ngoe-2017-0015.

Carter A.Hunt, & Lucy C.Harbor. (2019). Pro-environmental tourism: Lessons from adventure, wellness, and eco-tourism in Costa Rica. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, Vol 28.

Chowdhury, S., Kain, J.-H., Adelfio, M., Volchko, Y., & Norrman, J. (2020). “Greening the Browns: A Bio-Based Land Use Framework for Analyzing the Potential of Urban Brownfields in an Urban Circular Economy”. *Journal of Sustainability*.

- David A. Fennel. (2007). *Ecotourism*. Routledge, 3rd Edition. London.
- François Vellas and Lionel Bécherel. (1995). *International Tourism: An Economic Perspective*. Macmillan Press Ltd., Basingstoke, Hampshire.
- German-Azerbaijani Chamber of Commerce (AHK Azerbaijan). (2020). *Foreign Business in Azerbaijan*. AZ 1010 Baku, Azerbaijan.
- Ghazali Musa, C.M. Hall and J.E.S. Higham. (2004). Tourism Sustainability and Health Impacts in High Altitude Adventure, Cultural and Ecotourism Destinations: A Case Study of Nepal's Sagarmatha National Park. *The Journal of Sustainable Tourism*, 12:4, p 306-331.
- Jim Phillips, Jamie Faulkner and Solimar International (2009). *Tourism Investment and Finance - Accessing Sustainable Funding and Social Impact Capital*, Washington, USA.
- J. K. Das & Sudipta Ghosh. (2014). An Analytical Study on Investment and Financing Scenario of the Tourism Industry of West Bengal. *Globsyn Management Journal (GMJ)*, Vol 8, Issue 1-2.
- Kumi Endo. (2006). Foreign direct investment in tourism – flows and volumes. *Journal of Tourism Management*, Vol. 27, p 600–614.
- Kurbanov Jakhongir Izzatovich. (2018). *Ecological Tourism: Prospects of Development*. Intellectual Archive, Volume 7, Number 1. Ontario, Canada.
- Nguyen, Quang Hai. (2021). Impact of Investment in Tourism Infrastructure Development on Attracting International Visitors: A Nonlinear Panel ARDL Approach Using Vietnam's Data. *The Journal of Economies*, Vol 9.
- OECD. (2015). *Policy Framework for Investment*, OECD Publishing, Paris. <http://dx.doi.org/10.1787/9789264208667-en>.
- OECD. (2017). *Leveraging Investment for Sustainable and Inclusive Tourism Growth*. Paris.
- OECD. (2021). *Improving the Legal Environment for Business and Investment in Central Asia*.
- Peric, J. & Radic, M.N. (2011). Sustainable Foreign Direct Investment in the Tourism Sector of Developing Countries. *Tourism in South East Europe*, Vol. 1, pp. 263-278.
- Picazo, Oscar F. (2015): *Green and Gold: Promoting Eco-Adventure and Cultural Tourism for Inclusive and Sustainable Growth*, PIDS Discussion Paper Series, No.33.
- Q.Məmmədov, E.Yusifov, M.Xəlilov and V.Kərimov. (2012). *Azerbaijan: Ecotourism Potential*. Baku, Azerbaijan.
- Ralf Buckley. (2006). *Adventure Tourism*. CAB International. International Centre for Ecotourism Research. Gold Coast, Australia.
- Russell K. Blamey (1997) *Ecotourism: The Search for an Operational Definition*, *Journal of Sustainable Tourism*, 5:2, p 109-130.

Sanford, D. M., & Dong, H. (2000). Investment in familiar territory: Tourism and new foreign direct investment. *The Journal of Tourism Economics*, 6(3), 205–219.

Seymur M.Guliyev & Konul M.Nuriyeva. (2017). Adventure Tourism Marketing: A Research on the Tourists' Behaviours Regarding to Adventure Tourism in Azerbaijan. *International Journal of Business and Management Studies*, Vol 9, No 1.

Thapa, Brijesh. (2012). Soft infrastructure in tourism development in developing countries. *Annals of Tourism Research*, Vol. 39, Issue 3, pp. 1705-1710.

Tiberghien.G, Bremner.H, and Milne.S. (2017). Performance and visitors' perception of authenticity in eco-cultural tourism. *The Journal of Tourism Geographies*, 19(2), p 287-300.
UNCTAD. (2010a). *Investment Promotion Agencies as Policy Advocates*. CH-1211 Geneva, Switzerland.

UNCTAD. (2021). *World Investment Report: Investment and New Industrial Policies*.

UNEP. (2008). *Mainstreaming Sustainability into Tourism Investments and Financing: Sustainable Investment and Finance in Tourism (SIFT) Network: Sift Fact*.

UNEP & WTO. (2012). *Tourism in the Green Economy – Background Report*. UNWTO, Madrid, Spain.

Violante Martinez Quintana. (2021). "Eco-Cultural Tourism: Sustainable Development and Promotion of Natural and Cultural Heritage," *Tourism, IntechOpen*.

Wallace.G & Russell.A. (2004). Eco-Cultural Tourism as a Means for the Sustainable Development of Culturally Marginal and Environmentally Sensitive Regions. *The Journal of Tourist Studies*, 4, (3), p 235-254.

Wood, Megan Epler. (2002). *Ecotourism: principles, practices & policies for sustainability*. The International Ecotourism Society. Burlington, USA.

World Bank (2020c). *World Development Indicators (database)*. <https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators>.

World Tourism Organization. (2021). *UNWTO Investment Guidelines – Strategies to Safeguard Tourism Investments during COVID-19*, Madrid, Spain.

World Tourism Organization. (2021). *UNWTO Investment Guidelines – Enabling Frameworks for Tourism Investment*, Madrid, Spain.

World Tourism Organization. (2005). *General Guidelines for the Development of Foreign Direct Investment Indicators on the Tourism Sector*. Madrid, Spain.

Xinjian Li, Songshan Huang and Changyao Song. (2017). China's outward foreign direct investment in tourism. *The Journal of Tourism Management*, Vol. 59, p 1-6.

“Hogyan mondjam el neked?” – avagy milyen kommunikációs megoldásokkal érhetőek el az egyetemi hallgatók?

HARSÁNYI Dávid¹, HUKNÉ Kiss Szilvia², ZARÁNDNÉ Vámosi Kornélia³, KOVÁCS Ildikó⁴

DOI: [10.29180/978-615-6342-76-8_16](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-76-8_16)

Absztrakt

A hallgatók megszólítása folyamatos és jelentős kihívások elé állítja az egyetemeket. Korábbi cikkünkben azt tekintettük át, hogy milyen kommunikációs csatornákon érhetőek el a hallgatók, most pedig azt, hogy milyen üzeneteket érdemes eljuttatni irányukba. A tanulmány a szakirodalmi információk mellett egy online kérdőíves kutatás eredményeit ismerteti. A megkérdezés a Budapesti Gazdasági Egyetem Külkereskedelmi Karának hallgatói körében történt 2023 májusában, a kérdőívet 216-an töltötték ki. A kutatás – többek között – azt vizsgálta, hogy milyen üzeneteket tartanak hatékonynak a hallgatók a Tudományos Diákköri Konferenciával kapcsolatban. A kapott eredmények alapján az látható, hogy az egyetemi hallgatók inkább racionális, informatív üzeneteket javasolnak, kevésbé vicces, szórakoztató vagy inspiratív tartalmakat.

Kulcsszavak: egyetemi hallgatók, tudományos kommunikáció, üzenet, TDK (Tudományos Diákkör)

Bevezetés

Felgyorsult világunkban átalakultak a kommunikációs platformok, emellett a kommunikációs tartalmak is jelentősen megváltoztak. Amennyiben a tartalom formátumát nézzük, a hosszabb szövegek (email) mellett egyre népszerűbbé váltak a rövid üzenetek (SMS – Short Message Service, azaz rövid telefonos üzenetek –, chat), illetve a képek (Facebook, Instagram), videók (YouTube), az utóbbi időben pedig a rövid – akár korlátozott ideig elérhető, álló formátumú – videók (TikTok). A tanulmányban vizsgált, főként Z generációhoz tartozó egyetemisták általában élen járnak a technológia fejlődésének hatására bekövetkező kommunikációs változások adaptálásában. A generáció tagjai alapvetően különböző médiafogyasztási mintázatokkal rendelkeznek, mint a korábbi nemzedékek: tévé helyett streaming szolgáltatásokat néznek, rádió helyett Spotify-t hallgatnak, magazinok helyett a Redditet olvassák (Haenlein et al. 2020).

A közösségi média központi szerepet játszik az életükben. Míg a Földön átlagosan két és fél órát töltenek az emberek a közösségi platformokon, a 16-24 évesek közel 3 órát, és ez a korcsoport átlagosan 7 platformot használ (Datareportal 2023). A fiatalok által kedvelt, rövid videóiról ismert Tik-Tokon átlagosan közel egy órát tölt egy felhasználó (Oberlo 2023). Ebben a kommunikációs környezetben természetesnek mondható, hogy az egyetemeken nehéz helyzetben vannak a hallgatóik irányába történő (oktatási, tudományos) kommunikációt

¹ Budapesti Gazdasági Egyetem, Külkereskedelmi Kar, Marketing Tanszék, e-mail: harsanyi.david@uni-bge.hu

² Budapesti Gazdasági Egyetem, Külkereskedelmi Kar, Nemzetközi Üzleti Szaknyelvek Tanszék, e-mail: kiss.szilvia@uni-bge.hu

³ Budapesti Gazdasági Egyetem, Külkereskedelmi Kar, Marketing Tanszék, e-mail: vamosi.kornelia@uni-bge.hu

⁴ Budapesti Gazdasági Egyetem, Külkereskedelmi Kar, Marketing Tanszék, e-mail: kovacs.ildiko@uni-bge.hu

illetően. Emellett a diákok fókuszja gyakran megoszlik a tanulás és munkájuk között, hiszen az egyetemisták közel fele dolgozik tanulmányai mellett (Szilágyi 2023).

A cikk célja annak áttekintése, hogy milyen üzeneteket tartanak vonzóknak a hallgatók az önálló kutatómunkára való ösztönzésben és a Tudományos Diákköri Konferencián történő részvétel esetében, tehát miként érdemes megszólítani őket úgy, hogy a mondanivaló ténylegesen elérje őket.

Szakirodalmi áttekintés

Fontos megvizsgálni a Z generáció jellemzőit, gondolkodásmódját, hiszen a jelenlegi egyetemisták legnagyobb része ehhez a csoporthoz tartozik. Ez a generáció az internet világába született bele, ezért is nevezik őket digitális bennszülötteknek (Fehér 2017), és jellemző rájuk az “always on(line)” állapot (Töröcsik 2016; Fehér 2017; Sas 2018; Pásztor & Bak 2020). Tehát állandóan az internetre kapcsolódnak, szinte folyamatos a médiahasználat körükben (Stohl 2021), és általában a digitális technológiában jártas fiatalok fedezik fel a platformokat (Fehér 2017). Az internet az informálódást és a másokhoz való kapcsolódást teszi lehetővé számukra (Pásztor & Bak 2020).

Az egyetemi hallgatók nagymértékben támaszkodnak a technológiára a kapcsolattartásban, gyakran egymás mellett ülve is szöveges üzenetekkel kommunikálnak. Fontos azonban, hogy az egymással történő kommunikációnál az előnyben részesített módszerek nem feltétlenül egyeznek meg az egyetemen/munkában preferált megoldásokkal. Illetve érdekes az is, hogy a technológia népszerűsége ellenére is kedvelt körökben a személyes kommunikáció mind az iskolában, mind magánéletükben (Robinson & Stubberud 2012). Egy későbbi tanulmány is megerősítette, hogy a személyes kapcsolattartás preferált körökben, így az oktatóknak is célszerű olyan technikai megoldásokat alkalmazni, ahol a hallgatók láthatják egymást (Swanson et al. 2018). Bár a hallgatók gyakran hagyják ott azokat a felületeket, amelyeket az intézmények, vagy szülők adaptálnak (Robinson & Stubberud 2012), egy tanulmány szerint például a Facebook használata az oktatás kommunikációjában pozitívan befolyásolta a hallgatók érzékelt előmenetelét (Goh et al. 2019).

A folyamatos impulzusok miatt a generáció tagjai nem tudnak elmélyülni a feljük áramló üzenetekben, így tájékozottságuk viszonylag felszínesnek tekinthető (Pásztor & Bak 2020). A rájuk jellemző felszínesebb figyelemszint miatt jelentősen átalakult tanulási és információbefogadási magatartásuk is (Balázs 2020). A többi generációhoz képest figyelemkoncentrációs idejük csökkent, ennek eredményeképpen pedig gyengébb az elmélyülési, és így tanulási hatékonyságuk is. A kritikus gondolkodás kevésbé jellemző rájuk, nem ellenőrzik az adatok hitelességét, a tartalmakat gyakran nem értelmezik helyesen (Stohl 2021). A figyelemkoncentrációjuk annak következtében is csökkent, hogy egy időben több eszközt is használnak, így a mobilt, tabletet, tévét, mely közben képesek zenét hallgatni, chaten beszélni vagy akár emailt írni, a multitasking jelenség jellemzi magatartásukat. Élményeik azonnali megosztása is fontos számukra, különböző eseményeken vagy rendezvényeken történő részvételükkel kapcsolatban, főként olyan esetben, amikor emlékezetes élmény éri őket. Valószínűleg ez is hatással van arra, hogy fontos számukra a megszerzett tudás gyakorlati alkalmazhatósága, így csak az az ismeretanyag értékes számukra, amely azonnal felhasználható (Kárpáti 2019).

A leghatékonyabb elérési módok között a tömör, szórakoztató, akár meglepő tartalmak érik el leginkább céljukat. Az üzenet legyen könnyen és gyorsan megérthető, ugyanakkor

hiteles és tartalmazzon történetmesélési elemeket. A mondanivalónk legyen sokszínű és kezdeményezzünk párbeszédet ezen generáció tagjaival, ami tartalmazzon gyors visszajelzéseket, amellyel elégedettségüket is növelhetjük (Papp-Váry 2019). Az internetes tartalom esetében a tömörség, a gyors fogyaszthatóság fontos számukra, elérhetőségük szempontjából a figyelemfelkeltő, könnyen érthető, képekkel, videókkal kísért, személyre szóló algoritmusokat alkalmazó online felület a leginkább kedvelt. Az algoritmusok miatt azonban aggódnak is, hogy függőkké válhatnak. A korosztály 40%-ára jellemző a FoMO (Fear of Missing Out, azaz félelem a kimaradástól) érzés, az attól való félelem, hogy elmulasztanak valamilyen fontos információt a tanulmányaikban vagy társas kapcsolataikban (Papp-Váry et al. 2022). A FoMO jelenség magában foglalja a másokhoz való viszonyítást, egy állandó összehasonlítási kényszert, valamint a kimaradás-élményt, amely a közösségi események, találkozók, különböző összejövetek kimaradásából adódó félelem. A felsőoktatásban alkalmazott rendszerekben ugyanakkor kialakítható egy olyan felhasználói attitűd, mely segít a FoMO jelenség csökkentésében (Kővári et al. 2023). Ezen generáció számára fontos, hogy az egyetemi kurzusok során is megfelelően és meggyőzően kerüljön bemutatásra a számukra elmondani kívánt tartalom, ne csak száraz prezentációs formában, hanem egyéb figyelemfelkeltő eszközökön keresztül is. A Z generáció tagjaira jellemző a gyors fogyasztás, ezért a tömörség és rövideg fontos szempont és kifejezetten kedvelik, hogy a videók szórakoztatóak és tanulságosak is legyenek egyben. A generáció elérésére jelenleg a YouTube és a Tik-Tok videók tartalmak használhatóak a leghatékonyabban (Papp-Váry et al. 2022).

A figyelem fenntartására érdemes digitális, gyors, akár játékos tartalmakat (videók, appok, podcastok, online tesztek) biztosítani számukra (Stohl 2021). Jó megoldás lehet a hagyományos és a videójátékok eszközeinek keveréséből előállított játékmecanizmusok, gamification alkalmazása (pl. fejlődési szintek, visszacsatolások, szakaszolások, célmegjelenítés és látvány) (Rigóczki 2016). A 16-24 évesek 46%-a, a 25-34 évesek 42%-a számára az online videók a tanulás forrását (is) jelentik (Datareportal 2023). Míg az Y generáció inkább társaságkedvelő, a Z generáció tagjai individuálisabbak, függetlenebbek (Törőcsik 2016). Ugyanakkor már az Y (más néven millenniumi) generáció tagjai is hatékonyan kerülnek ki a befolyásolásokra irányuló digitális reklámokat, ezért a rövid, zenés, humoros digitális marketing / reklámmegoldások vannak pozitív hatással mindkét generációra (Munsch 2021). Az üzeneteknek, a tartalmaknak emlékeztetőnek kell lenniük, amelyek képesek az érzésekre hatni, ösztönözni az elköteleződést. Fontosak a sztorik, a visszajelzések, emellett az üzenet átadására a megfelelő személyeket kell alkalmazni (Adeola et al. 2020). A közösségi média influenszerei pozitív hatással vannak (Munsch 2021), jelentős befolyást gyakorolnak a Z generáció tagjaira (Papp-Váry et al. 2022). Sas (2018) négy szempontot emelt ki, amelyek a bevonás, élmény, tartalom, elköteleződés. Ezen generáció számára a storytelling lényeges faktor, mely megteremti a történet hangulatát, ezáltal elősegítve a befogadást, ugyanakkor a színek, érzelmek, zene, humor és szójátékok hozzásegítenek a figyelemfelkeltés optimalizálásához. A másik fontos szempont az AHA élmény kiváltása, mely az egyszerű, világos, érthető és magával ragadó kommunikációval érhető el (Mátyás 2021). A tudománykommunikációban a közösséghez való tartozás, a visszacsatolás nagyon lényeges a Z generáció számára, így a közösségbe szerveződés az egy csapathoz tartozás érzését, egymás motiválását is elősegíti (Haffner-Kiss 2022).

A BGE KKK Tudományos Diákköri Tanács által jellemzően használt üzenettípusok

Az elmúlt mintegy másfél évtizedben a Tudományos Diákköri tevékenység jelentős megújuláson ment keresztül. Már a 34. és a 35. Országos TDK Konferencia (2019 és 2021) is új elemekkel gazdagította az eseményt, amely ezáltal nem csak a tudományos előadások színtere volt, hanem közösségi élménnyé is vált. Új programelemek jelentek meg, mint például sportprogramok, amelyek segítettek a személyes kapcsolatok kialakulását (Szécsi 2021). Szintén bővült a kommunikációs csatornák köre is. 2019-ben a Pécsi Tudományegyetem (PTE) Közgazdaságtudományi Kara szervezte az egyetemünk hallgatói által leginkább választott Közgazdaságtudományi Szekciót. A szekció szakmai beszámolójában már szerepel újításként egy, a rendezvényt támogató applikáció, amely a támogató funkciók mellett a közösségépítést is szolgálta. A hivatalos kommunikációs csatornák mellett a hallgatói oldal is kivette a részét a tájékoztatásból, blogot és vlogot is működtetett (PTE 2019). Ezen elemek némelyike az ezt követő országos konferenciákon (2021, 2023) is megjelent a Közgazdaságtudományi Szekciókban.

A Budapesti Gazdasági Egyetem Külkereskedelmi Karán (BGE KKK) a Tudományos Diákköri Tanács (TDT) részéről 2020-ban merült fel először a hallgatók felé irányuló Tudományos Diákköri tevékenységre vonatkozó kommunikáció kiszélesítésének igénye. Felismerve azt, hogy a felsőoktatásban jelen levő Z generációnak sokkal nagyobb igénye van online tartalmakra, kiszélesedett ezen csatornák használata. Emellett a pandémia is ebbe az irányba kényszerítette a kommunikációt. A TDT az elmúlt években alapvetően háromféle módon, öt fő csatornán keresztül szólította meg a hallgatókat: online (BGE KKK honlap, Neptun üzenet, BGE Külkereskedelmi Kar hivatalos Facebook oldala); nyomtatott plakát formájában (TDK fal); online és jelenléti formában (TDK tájékoztatók, Kérdezz-felelek alkalmak) (Kovács et al. 2023). Összhangban az országos törekvésekkel és a Z generáció igényeivel a TDT folyamatosan törekedett és törekszik arra, hogy a hallgatók szívesen tartozzanak ehhez a tudományos közösséghez. Ezért a KKK TDT egy jelmondatot is választott: *“Közösséget építünk!”*, amely szlogen megjelenik a népszerűsítő anyagokon is.

A TDK tevékenységgel kapcsolatos hallgatók felé alkalmazott üzenetek kommunikációs funkciójukat tekintve tájékoztató (informatív) és felhívó (appellatív) jellegűek. Az első esetben a hallgatók leíró jelleggel tájékoztatást kapnak a TDK tevékenység mibenlétéről, az ahhoz kapcsolódó teendőkről, elvárásokról, valamint előnyökről is (jellemző csatornák: TDK tájékoztatók, BGE KKK honlapon levő tájékoztató anyagok). Az itt megjelenő szövegek pontosak, igényesek és választékosak. A kommunikáció egy irányban valósul meg, kivéve a tájékoztatókat követő spontán kialakuló párbeszédet és az ún. *Kérdezz-felelek* alkalmakat. Ezekben az alkalmakon a TDT tagjai folyamatosan törekednek arra, hogy bevonják a már tudományos kutatásban jártas hallgatókat is, akik tapasztalataik átadásával és élményeik megosztásával motiválják a saját generációjukhoz tartozó érdeklődőket. Mivel a Z generáció számára a történetmesélés megkönnyíti az információ befogadását (ld. 2. bekezdés), 2023-ban elkészült egy rövid videó TDK és OTDK helyezett hallgatók szereplésével, amelyben kifejezetten *külkeres* hallgatók mesélnek az elhatározásukról, eredményeikről és élményeikről.

A felhívó jellegű üzenetek alapvetően azt a célt szolgálják, hogy minél több hallgató figyelmét felkeltsék maga a TDK tevékenység, vagy a hozzá kapcsolódó események, programok és rendezvények iránt (jellemző csatornák: Neptun üzenet, BGE Külkereskedelmi Kar hivatalos Facebook oldala, TDK falon megjelenő nyomtatott plakát). Ezekben a csatornákon keresztül értesülnek a hallgatók az összes kari TDK-val kapcsolatos eseményről. Minden programot és eseményt több (legalább három) csatornán, ismétlődően (általában kettő ismétlés) népszerűsít a kari TDT a hallgatók felé. A Neptun üzenetek jellemzője, hogy rövidek, tömörek, azonban a

Facebook oldalon és a TDK falon megjelenő anyagok színesek, érdekesek és nyelvezetükben is lehetőség szerint kevésbé formálisak.

A TDK tevékenységgel kapcsolatos humoros tartalmak megjelenítésére eddig kevés lehetőség nyílt. Az egyik ilyen a 2023-ban már harmadik alkalommal megrendezett TDK plakátkiállítás, ahol a hallgatók által készített plakátok sokszor viccesek és reflektálnak az épp divatos vagy aktuális eseményekre, filmekre is (pl. Star Wars, A nagy pénzrablás).

Módszertan

A primer kutatás célja annak megismerése volt, hogy miként lehetne a Tudományos Diákköri Konferenciát hatékonyabban népszerűsíteni a hallgatók körében. Ennek keretében a kutatási témakörök a részvételre, a kommunikációs csatornák észlelhetőségére, a javasolt csatornákra és üzenetekre vonatkoztak, a kérdőív felépítése is ennek megfelelően alakult. A kommunikációs csatornákról strukturált formában, a TDK lényegéről és javasolt üzeneteiről nyitott kérdésekkel informálódunk – utóbbi esetekben rövid szöveges válaszokat kértünk. Jelen tanulmányban az üzenetekre vonatkozó válaszokat összegeztük és elemeztük. Az adatfelvétel online kérdőívvel, önkéntes részvétellel történt a Budapesti Gazdasági Egyetem Külkereskedelmi Karának hallgatói körében 2023 májusában.

A minta 216 főt számlált, összetétele a következőképp alakult a válaszadók arányát és képzését tekintve: 76% Kereskedelem és Marketing alapszak, 13% Kereskedelem és Marketing Felsőoktatási Szakképzés, 9% Nemzetközi Gazdálkodás alapszak, 2% egyéb képzések hallgatói. Érdeemes megemlíteni, hogy a válaszadók több mint fele (54%) még nem vett részt TDK-n és nem is tervezi, 35% tervezi, 6% részt vett vagy épp folyamatban van a kutatása, 3% korábban vett részt, 3% épp most kezdett bele a kutatásba.

Eredmények

A felmérésben részt vevő 216 hallgatótól 191 válasz érkezett a javasolt üzenetekkel kapcsolatban (11.5% nem adott választ erre a kérdésre), ami kérdőíves megkérdezésekben szereplő nyitott kérdések esetében magas válaszadási aránynak tekinthető. Azonban meg kell jegyezni, hogy a minta összetételéből, a válaszadási arányból, valamint a vizsgált kérdésre adott válaszok arányából adódóan az eredmények nem általánosíthatók, kizárólag a válaszadók véleményét összegzik.

Az üzenetek javasolt tartalmi közül három domináns típus emelhető ki, amelyek a tanulmányokhoz köthető előnyök hangsúlyozása, a személyes fejlődést, és az élményt hangsúlyozó tartalmak. A tanulmányokhoz kötődő előnyök tekintetében legjellemzőbb üzenetek között a szakdolgozat megírásához köthető előnyök bemutatása jelent meg. További kiemelkedően jellemző javasolt üzenetek voltak az egyéb anyagi vagy tanulmányi előmenetelhez köthető előnyök, mint a plusz kredit szerzési lehetőség, az elnyerhető pénzjutalom, illetve a TDK dolgozat megírásával szerezhető megajánlott jegy. Emellett megjelenik még a személyes fejlődés és az élmény is a javasolt üzenettartalmak között. (Az üzenetekre jellemző példákat az 1. táblázat foglalja össze.) Számosságát tekintve a tanulmányokhoz köthető üzenettípusra érkezett a legtöbb javaslat, azaz, ennek hangsúlyozását látják a hallgatók a legnagyobb vonzerőnek. A második leggyakrabban említett típus a személyes fejlődési lehetőséget hangsúlyozza.

A tartalmakhoz javasolt csatornaként – ahol ez megjelent –, az oktatótól személyesen vagy közösségi médián keresztül vennék szívesen a TDK-val kapcsolatos üzeneteket. A válaszok alapján jól látszik, hogy első sorban informatív tartalmakat és az élmény jelleget bemutató inspiratív tartalmakat javasolnak az egyetemista korosztály számára. Az eredményekben érdekesség, hogy nem jelennek meg a szórakoztató, akár vicces tartalmakra vonatkozó javaslatok. Emellett a kétirányú kommunikáció iránti igény, illetve a képi, videós tartalmak sem kerültek előtérbe a hallgatókat célzó tudomány-kommunikációban.

A megkérdezett tartalomtípusok közül a plakátkiállítás (hallgatói) feladatot jelölték meg legtöbben (67%), a hallgatói plakátot második (48%), a videóüzeneteket pedig harmadik legnagyobb gyakorisággal. A már korábban TDK-zó, a TDK résztvételt tervező, és a TDK résztvételt nem tervező hallgatók véleménye között nem mutatható ki lényeges különbség a javasolt üzenetek tartalma között.

1. táblázat: A TDK üzenetek javasolt tartalma

	Tanulmányokhoz köthető előnyök	Személyes fejlődés	Élmény
Javasolt üzenet	<p>“A szakdolgozathoz egy hatalmas segítség.”</p> <p>“Tapasztalat, kredit, megajánlott jegyért vagy akár szakdolgozat alapjáért vegyél részt a TDK-n!”</p> <p>“Egy tárgyat ki lehetne vele váltani”.</p> <p>“Ha ezt jól megcsinálod akkor utolsó félévben már nem lesz sok dolgod!”</p> <p>“Szakdolgozati alap könnyedén egy fantasztikus közösségben!”</p> <p>“Írd meg előre a szakdolgozatod!”</p> <p>“Írj TDK-t hogy saját jövődet alapozd meg!”</p> <p>“Tudd le hamarabb a szakdolgozatod megírását!”</p> <p>“Jól mutat önéletrajzban.”</p> <p>“TDK, ha ki szeretnél emelkedni az átlagból.”</p> <p>“Kiemelkedően jártas lehetsz egy vagy több témában.”</p> <p>“TDK - mert beadhatod szakdogának! TDK - hozd előre a szakdogát! TDK - jól néz ki az önéletrajzban!”</p>	<p>“Légy jobb, mint tegnap voltál,</p> <p>Légy jobb, mint tegnap voltál és nyerj!”</p> <p>“Nem <i>bukhatsz</i> vele semmit!”</p> <p>“Egy szakmai zsűri véleménye fontos számodra? Itt minden visszajelzést és segítséget megkapsz.”</p> <p>“Szeretnél elmélyülni a kedvenc témában és még többet megtudni róla? A TDK a lehetőséged!”</p> <p>“Fedezd fel az érdeklődésedre szabott kutatási területet és mutasd meg a világnak, hogy milyen tehetséges vagy!”</p> <p>“Ha valódi kihívásra és szakmai fejlődésre vágysz, akkor a TDK az ideális választás számodra!”</p> <p>“Kutass, és légy te a TDK-zók új gyöngyszeme!”</p>	<p>“egy életre szóló élményre és tudásra tehetsz szert”</p> <p>“Saját munkával szerzett sikerélmény.”</p> <p>“Új élmények, új emberek megismerése.”</p> <p>“Ez egy páratlan lehetőség, hogy segítséggel együtt tudjunk kutatni és kipróbálni magunkat!”</p> <p>“Egy szuper lehetőség a szakdolgozat előtt, hogy kipróbáld magad a kutatás, dolgozat megírása, prezentálása terén.”</p> <p>“Közelítsd meg saját szemszögből a tudományt!”</p>

Forrás: saját összeállítás

Következtetések

A jelenleg a felsőoktatásban tanuló hallgatók, akiket tanulmányaik mellett kutatási tevékenységre szeretnének ösztönözni, a Z generáció tagjai. Az őket megelőző generációktól eltérő igények és viselkedésformák jellemzőek rájuk, amely igaz a kommunikációval kapcsolatosan is. A tudományos tevékenységre vonatkozó, arra ösztönző kommunikációban az utóbbi években már elindultak azok a folyamatok országosan és a BGE KKK TDK munkájában is, amelyek reflektálnak erre a megváltozott igényre. Megjelentek a rövidebb online audiovizuális tartalmak, kiemelt szerepet játszik a közösségi média és a rajta keresztül közvetített tartalom. Továbbra is meghatározó azonban a személyes csatorna, a tudományos kutatás területén már tapasztalatot szerzett hallgatókkal való kapcsolódási lehetőségek és a közösséghez való tartozás, ill. közösségi élmény bemutatása is.

Az elvégzett kutatás alapján meglepő, hogy a hallgatói kommunikációs javaslatokban ennyire domináns az információs és kevésbé az inspiratív vagy szórakoztató jelleg. Erős a szakdolgozat megalapozása és az egyéb későbbi boldogulás egyetemi/munkaerőpiaci "haszon" megjelenése, ami megint csak racionális jellegű.

Összességében elmondható, hogy bár a BGE és KKK TDT kommunikációjában többféle tartalom és csatorna (videó, kép, honlap, közösségi média, személyes stb.) megjelenik, mégis maradnak még kihasználatlan, a megszólítani kívánt generáció által inkább előnyben részesített csatornák és üzenettípusok (pl. Tik-Tok, vagy YouTube). Emellett a jövőben érdemes a kutatásban részt vevő hallgatók által megfogalmazott tartalmaknak még hangsúlyosabb szerepet adni.

Felhasznált irodalom

Adeola, O. – Hinson, R. E. – Evans, O. (2020). Social Media in Marketing Communications: A Synthesis of Successful Strategies for the Digital Generation. In: George, B., Paul, J. (eds) *Digital Transformation in Business and Society*. Palgrave Macmillan, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-08277-2_4

Balázs, B. (2020). New Methodological Possibilities in Digital Training. *Journal of Applied Technical and Educational Sciences*, 10(1), 133-154. <https://doi.org/10.24368/jates.v10i1.163>

Datareportal (2023). *Digital 2023 April Global Statshot Report* <https://datareportal.com/reports/digital-2023-april-global-statshot>, Letöltés dátuma: 2023.06.06.

Fehér K. (2017). *Digitalizáció és új média*. Akadémiai Kiadó. <https://doi.org/10.1556/9789630597432>. Letöltés dátuma: 2023.06.06.

Goh, C. F. – Rasli, A. – Tan, O. K. – Choi, S. L. (2019). Determinants and Academic Achievement Effect of Facebook Use in Educational Communication among University Students, *Aslib Journal of Information Management*, 71(1), pp. 105-123. <https://doi.org/10.1108/AJIM-05-2018-0116>

Haenlein, M. – Anadol, E. – Farnsworth, T. – Hugo, H. – Hunichen, J. – Welte, D. (2020). Navigating the New Era of Influencer Marketing: How to be Successful on Instagram, TikTok, & Co. *California Management Review*, 63(1), pp. 5-25. <https://doi.org/10.1177/0008125620958166>

Haffner-Kiss A. (2022). Az ösztöndíj-pályázathoz kapcsolódó kommunikációs szokások vizsgálata a z és y generáció tagjainak körében. *Kultúratudományi Szemle*, 4(3-4), pp. 125-134. <https://doi.org/10.15170/KSZ.2022.04.03-04.08>

Kárpáti L. (2019). Gondolatok a Z-generáció társas jellemzőiről és ezek lehetséges társadalmi hatásairól. *Közelítések*, p. 77. <https://doi.org/10.25116/kozelitesek.2019.3-4.4>

Kovács I. – Zarándné Vámosi K. – Hukné Kiss Sz. – Harsányi D. (2023): „Oly távol vagytőlem, és mégis közel” – avagy milyen kommunikációs csatornákon érhetőek el az egyetemi hallgatók. In: Kovács I. – Hukné Kiss Sz. – Zarándné Vámosi K. (szerk.): *TEHETSEG – DIÁKKÖR – KUTATÁS. Válogatás a BGE TDK konferencián helyezett hallgatók munkáiból*. Budapest, Budapesti Gazdasági Egyetem (2023). ISBN 978-615-6342-59-1 (Print), ISBN 978-615-6342-60-7 (Online) pp. 215-224.

Kővári E. – Hargitai D. – Liska F. (2023). Aki kimarad, az tényleg lemarad? - Hallgatók mindennapi és munkahelyi FoMO-jelenségének és közösségimédia-függőségének összefüggés-vizsgálata három magyar egyetemen. *Vezetéstudomány-Budapest Management Review*, 54(6), pp. 17-31. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2023.06.02>

Mátyás J. (2021). A Steve Jobs-siker titka. Történetmesélés a marketingkommunikációban. [06_04_A Steve Jobs-siker titka. Történetmesélés a marketingkommunikációban.pdf \(sze.hu\)](https://www.sze.hu/~mtyasj/06_04_A_Steve_Jobs-siker_titka_Tortenetmesel%C3%A9s_a_marketingkommunik%C3%A1ci%C3%B3ban.pdf)
Letöltés dátuma: 2023.06.21.

Munsch, A. (2021). Millennial and Generation Z Digital Marketing Communication and Advertising Effectiveness: A Qualitative Exploration, *Journal of Global Scholars of Marketing Science*, 31(1), pp. 10-29, <https://doi.org/10.1080/21639159.2020.1808812>

Oberlo (2023). Average Time Spent on TikTok (2019-2024). <https://www.oberlo.com/statistics/average-time-spent-on-tiktok>, Letöltés dátuma: 2023.06.14.

Papp-Váry Á. – Szabó Z. – Pacsi D. (2022). Az innováció marketingkommunikációja a Z-generáció körében. *Transzformatív Marketing, Társadalmi és üzleti kihívások integrált-marketing megoldásai, EMOK XXVIII. Nemzetközi Konferencia, 2022.08.23-25. Tanulmánykötet*, pp. 336-345. ISBN 978-963-358-276-3

Papp-Váry Á. (2019). Mi az a Z generáció és hogyan szóljunk hozzájuk? Az influencerek (véleményvezérek) szerepe a fiatal célcsoport elérésében in: *Beszédek könyve polgármestereknek*, Raabe Kiadó, pp. 1-28.

Pásztor J. – Bak G. (2020). Z generáció online: Közösségi média használat, FoMO és a társas kapcsolatok közötti összefüggések. XXIII. Tavaszi Szél Konferencia, Budapest, XXIII., <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.12751049.v1>

Pécsi Tudományegyetem (PTE) Közgazdaságtudományi Kar Közgazdaságtudományi OTDK (2019). A XXXIV. OTDK Közgazdaságtudományi Szekció Szakmai Beszámolója. <https://otdk.hu/otdk/otdk-archivum/xxxiv-otdk/kozgazdasagtudomanyi-szekcio> Letöltés dátuma: 2023.02.05.

Rigóczki Cs. (2016). Gamifikáció (játékosítás) és pedagógia, *Új Pedagógiai Szemle*, 66(3-4), 69-76. ISSN 1788-2400

Robinson, S. – Stubberud, H. A. (2012). Communication Preferences among University Students, *Academy of Educational Leadership Journal*, 16(2), pp. 105-113.

Sas I. (2018). *Reklám és pszichológia a webkorszakban - Upgrade 4.0 - A kiegyezés kora*, Kommunikációs Akadémia

Stohl R. (2021). „Így neveld a sárkányodat!” – A Z generáció képzési és tanulási szokásairól. *Honvédségi Szemle: A magyar honvédség központi folyóirata*, 149(2), pp. 116-127. <https://doi.org/10.35926/HSZ.2021.2.9>

Swanson, J. A. – Renes, S. L. – Strange, A. T. (2018). The Communication Preferences of Collegiate Students, International Association for Development of the Information Society (IADIS) International Conference on Cognition and Exploratory Learning in the Digital Age (CELDA) (Budapest, 2018. október 21-23), pp. 86-93.

Szécsi G. (2021). *A megújulás műhelyei, A magyar tudományos diákköri konferenciák története (2011–2020)*, Akadémiai Kiadó, Budapest

Szilágyi S. (2023). *A felsőoktatásban tanulók majdnem fele dolgozik az egyetem mellett, és ez nem jó hír*, https://hvg.hu/360/20230317_hvg_havi_150_fixszel_egyetem_munka_diakmunka_oktatas_felsoktatás Letöltés dátuma: 2023.05.28.

Törőcsik M. (2016). *Fogyasztói magatartás*. Akadémiai Kiadó. <https://doi.org/10.1556/9789630597371> Letöltés dátuma: 2023.06.06

A felszolgálati díj- és az ügyfél-, kérelmező-kutatás legújabb eredményei¹

HÁMORI Antal²

DOI: [10.29180/978-615-6342-76-8_17](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-76-8_17)

Absztrakt

A magyar állami szabályozásban, speciálisan is több jogágban (pl. a közigazgatási jogban, a pénzügyi jogban), a vendéglátás területén belül, együttes feltételekkel 2005. október 1-jei hatálybalépéssel, számos módosításon átesve van jelen a felszolgálati díj intézménye, amellyel a vendégek egyre gyakrabban és emelkedő mértékkel, nem ritkán – több vonatkozásban – jogellenesen szembesülnek. A jogsértések ellen fogyasztóvédelmi hatóságként a kormányhivatal is rendelkezik feladat- és hatáskörrel. A jogalkalmazói gyakorlat azonban mind a felszolgálati díj, mind a fogyasztó kérelmezői és ügyféli minősége tekintetében széttartó, részben *contra legem* és *contra constitutionem*, a fogyasztó tisztességes hatósági eljáráshoz, döntéshez, indokoláshoz való alapjogát és jogorvoslathoz való alapjogát is sértő. A jogellenes, tisztességtelen hatósági és kereskedelmi gyakorlatok megszüntetése, a jogsértések megelőzése jelentős és aktuális kutatási, publikációs célként is megfogalmazható. Ennek megfelelően a kutatás módszere a vonatkozó joganyag (pl. jogszabályok, jogalkalmazói aktusok), szakirodalom és gyakorlat feltérképezése, számba vétele, vizsgálata, értékelése. E körben – kutatói kérdéseket tartalmazó beadvánnyal is – megkerestem például a Nemzeti Adó- és Vámhivatalt (NAV), a pénzügyminisztert (PM), az alapvető jogok biztosát (AJB) és az ügyészséget is – a válaszok a tanulmányban tükröződnek.

Kulcsszavak: felszolgálati díj, vendéglátás, fogyasztóvédelem, ügyfél, kérelmező

Bevezetés

A Budapesti Gazdasági Egyetem *Szemelvények a BGE kutatásaiból* című, 2022. évben indított könyvsorozatának Szegedi Krisztina tudományos és nemzetközi rektorhelyettes által szerkesztett I. kötetében *A felszolgálati díj-kutatás I-II. rész* címmel részletesen, az irodalomjegyzékben szereplő vonatkozó műveket is felhasználva írtam a felszolgálati díj regulációjáról [ld. pl. Hámori (2003, 2007, 2016a, 2017, 2018)], enyhén szólva nem mindig problémamentes üzemeltetői (kereskedői, vállalkozási) és hatósági gyakorlatáról, valamint a fogyasztó kérelmezői és ügyféli státuszát jogellenesen mellőző hatósági praxisról [Hámori, (2022a: pp. 98–118.)]. Idézetekkel, hivatkozásokkal bemutattam, hogy a bírósági gyakorlat (élén a Kúriával), valamint a kommentár- és a jogi szakirodalom (pl. Barabás & Szegedi; Lapsánszky) a fogyasztó említett jogállása mellett teszi le a voksát (vö. pl. Boros & Pollák; Székely). Ehhez képest különösen is érdekes az érzékelhető fogyasztóvédelmi hatósági eltérés, amelyhez egy 2022. szeptember 29-i igazságügyi minisztériumi aktus is társult [ld. Hámori, (2022a: p. 113.); a fogyasztóvédelem jelentőségéhez ld. pl. Bencsik; Hajnal; Hámori, 2008, 2010, 2015, 2019, 2020, 2022c]. Az alábbiakban jogirodalmi, jogtudományi, joggyakorlati álláspontot előre bocsátva a 2022. év végén és a 2023. év első felében, az ügyészség, a NAV, a PM és az AJB körében végzett vonatkozó kutatás eredményeit ismertetem. A kutatási alapot az említett tanulmány II. részében részletesen tárgyalt jogeset adta [Hámori, (2022a: pp. 106–

¹ Kézirat lezárva: 2023. július 31.

² Budapesti Gazdasági Egyetem Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar, Vendéglátás Tanszék, Fogyasztóvédelmi Kutatócsoport, Magyar Jogász Egylet Fővárosi Szervezete Fogyasztóvédelmi Jogi Szakosztály, e-mail: hamori.antal@uni-bge.hu

112.)], amelyet a vonatkozó szabályozás, bírói és alkotmánybírósági gyakorlat, irodalomjegyzékben szereplő kommentár- és jogirodalom előadásával együtt, válaszokat várva ezen állami szervekkel megosztottam.

Jogirodalmi, jogtudományi, joggyakorlati álláspont

Az említett írásomban foglaltakat (ld. pl. irodalomjegyzék) nem ismételve, a jogirodalom, a jogtudomány, a joggyakorlat köréből kiemelem, az Új Magyar Közigazgatás 2021/2. számában, (vár)megyei kormányhivatali Jogi, Humánpolitikai és Koordinációs Főosztály Jogi, Perképviseleti és Koordinációs Osztály osztályvezetője tollából megjelent írás (Szollárné) és más források alapján is ismeretes, hogy a fogyasztóvédelmi hatóságon belül nem mindenütt a hivatkozott publikációmban foglaltak szerint *contra legem* és *contra constitutionem* kormányhivatali, IM-álláspont érvényesül. Az általános közigazgatási rendtartásról szóló 2016. évi CL. törvény (Ákr.) hatálya alatti időpontban közölt műben a szerző kúriai ítéleteket és Ákr.-kommentárt citálva azt az álláspontot jeleníti meg, amelynek értelmében a fogyasztóvédelemről szóló 1997. évi CLV. törvény (Fgytv.) szerinti fogyasztó az Fgytv. és az Ákr. alapján kérelmező ügyfél lehet (Szollárné, pp. 69–70.). A Magyar Jogász Egylet Fővárosi Szervezete Fogyasztóvédelmi Jogi Szakosztály és a Budapesti Gazdasági Egyetem által 2022. november 30. napján, *Kérelmező-e, illetve ügyfél-e a fogyasztó a fogyasztóvédelmi hatósági eljárásban? Három éve a világválság kerestűzében* címmel rendezett, nagy érdeklődéssel kísért tudományos konferencia előadói – például Kalas Tibor (Kúria Közigazgatási Kollégium, kollégiumvezető) és Bencsik András (ELTE ÁJK Közigazgatási Jogi Tanszék, egyetemi docens) –, valamint egyéb résztvevői – például vármegyei kormányhivatali fogyasztóvédelmi (fő)osztályi jogászok – részéről is elhangzottak szerint az említett fogyasztó az Fgytv. és az Ákr. alapján kérelmező ügyfél lehet, vármegyei kormányhivataloknál, *de facto* is elismerik a fogyasztó ezen státuszát. Budapest Főváros Kormányhivatala (BFKH) aktusaival ellentétben – remélhetőleg minél szélesebb körben – más kormányhivataloknál nem *contra constitutionem* és nem *contra legem* a gyakorlat. Ezt az ügyészség, ezen belül például a Fővárosi Főügyészség alábbi állásfoglalásai és a Legfőbb Ügyészség azzal egyező álláspontja is jelentős mértékben erősítheti.

Ügyészségi, NAV-, PM- és AJB-aktusok

Az említett fogyasztóvédelmi tárgyú ügyben, 2022. december 21. napján kelt beadványban foglaltak kapcsán – a *contra legem* és *contra constitutionem* BFKH-állásponttal szemben, „[a] fogyasztóvédelmi hatóság mulasztásban megnyilvánuló törvénysértése(i)”-ről szólva – a Fővárosi Főügyészség is a fogyasztó kérelmező ügyféli minőségét valló álláspontot fogalmazott meg. Eszerint a fogyasztó „beadványának kérelemnek tekintendő részét a fogyasztóvédelmi hatóság elmulasztotta elbírálni, így a kérelem alapján közigazgatási hatósági eljárást nem folytatott le”, „nem biztosított ügyféli jogállást, nem vizsgálta hatáskörének kereteit, valamint a fogyasztói kérelmeknek az Fgytv. 46/A. §-ában előírt tartalmi elemeinek meglétét, a kérelemről nem hozott az Ákr. rendelkezéseinek megfelelő formájú és tartalmú döntést, továbbá nem biztosított jogorvoslati jogot az ügyfelek számára”, „a fogyasztóvédelmi hatóság 2021. október 27. napján kelt, BP/2200/07922-2/2021. számú levelében kifejtett álláspontja megalapozatlan és jogszabálysértő”. A Főügyészség – a közigazgatási perrendtartásról szóló 2017. évi I. törvény (Kp.) 128. § (2) bekezdésére³ figyelemmel – „a

³ A Kp. 128. § (2) bekezdése: „(2) A keresetlevelet a mulasztás orvoslását szolgáló közigazgatási eljárás eredménytelenségéről való tudomásszerzéstől vagy a jogorvoslati szerv mulasztása esetén az intézkedésére nyitva álló határidő elteltétől számított kilencven napon belül, de legkésőbb a közigazgatási cselekmény megvalósítására

feltárt törvénysértésekre” „jelzésben” hívta fel „Budapest Főváros Kormányhivatala főispánjának figyelmét” (ld. Fővárosi Főügyészség, 2023. március 16. napján meghozott, TK.78/2023/8. számú állásfoglalás, pp. 7–8.).

A főispánnak címzett főügyészségi jelzés – az említetteken túl – a következőket is tartalmazza: „Ismert, hogy a fogyasztói kérelmeket a fogyasztóvédelmi hatóság hatósági eljárás keretében, többek között az Ákr. rendelkezései szerint bírálja el és dönt a kérelemben foglaltakról. A hatósági eljárás az Ákr. 37. § (2) bekezdése értelmében a kérelemnek az eljáró hatósághoz történő megérkezésének időpontjában megindul. Az eljárásban a kérelmező fogyasztó ügyféli jogállással és ebből fakadóan jogorvoslati joggal rendelkezik. Ismert az is, hogy a fogyasztóvédelmi hatóság esetleges hatáskörének hiányát e hatósági eljárás keretében, végzés formájában meghozott döntéssel állapíthatja meg, amely végzés ellen a kérelmet előterjesztő fogyasztót, mint ügyfelet megilleti a bírósági felülvizsgálat joga.” „Hangsúlyozandó, hogy a fogyasztóvédelmi hatóság a kérelemtől dönt.” „Az ún. fogyasztói kérelmek – egyik – megkülönböztető ismérve, hogy abban a fogyasztó kérelmező az ő egyéni jog- vagy érdekséréme miatt, annak megszüntetése, orvoslása, szankcionálása céljából fordul a fogyasztóvédelmi hatósághoz. A fogyasztói kérelmet közigazgatási hatósági eljárás keretében lehet és kell elbírálni, vagyis elintézése közigazgatási eljárás hatálya alá tartozik.” „Rá kell mutatni arra is, hogy törvénysértő az a jogértelmezés, amely szerint az olyan fogyasztói kérelmeket, amelyeknél »nyilvánvaló«, hogy nem tartozik a fogyasztóvédelmi hatóság hatáskörébe, hatósági eljáráson kívül, a Panasztv. rendelkezései szerint bírálják el és válaszolják meg. Az ilyen »nyilvánvaló« esetekben is megindul a hatósági eljárás, amely azt jelenti, hogy a fogyasztóvédelmi hatóságnak az Ákr. rendelkezései szerint kell eljárnia és döntést hoznia, a kérelmező fogyasztónak ügyféli jogállást és jogorvoslati jogot biztosítva.” (Fővárosi Főügyészség, 2023. március 16. napján meghozott, TK.78/2023/7. számú állásfoglalás, p. 5.).

A Főügyészség ebben az állásfoglalásában azt is kimondta, hogy: „A fogyasztóvédelmi hatóság e mulasztásával megsértette [a fogyasztó] jogait és elzárta őt a bírósághoz fordulás lehetőségétől.” „A fogyasztóvédelmi hatóság álláspontja [a tekintetben is] megalapozatlan és jogszabálysértő”, hogy: „A fogyasztóvédelmi hatóság 2021. október 27. napján kelt, BP/2200/07922-2/2021. számú levelében (a továbbiakban: levél) kifejtett álláspontja szerint a Vállalkozás »valójában« nem számít fel szervizdíjat, ezért árfelszámítási gyakorlata fogyasztóvédelmi szempontból nem kifogásolható, árfeltüntetési hiányosság nem állapítható meg.” A Főügyészség a fogyasztóvédelmi hatósági levél hiányosságaira és önellentmondásosságára is részletesen rámutatott; arra is kitért, hogy „a felszolgálati díj helyes nevét” kell feltüntetni; „[...] a fogyasztóvédelmi hatóság [...] az irányadó anyagi jogi jogszabályokat nem értelmezte helyesen”, „megalapozatlanul és jogszabálysértő módon jutott arra az álláspontra, hogy Vállalkozás fogyasztóvédelmi rendelkezést nem sértett meg”. A Főügyészség állásfoglalása szerint a Főügyészség a fogyasztóvédelmi hatósághoz korábban már több alkalommal nyújtott be – aktustani vonatkozások tekintetében is megnyilvánuló jogszabálysértések (ld. kérelmek közérdekű bejelentéseknek minősítése, kérelmezők, ügyfelek kérelmezői, ügyféli státusztól, jogorvoslati lehetőségtől történő megfosztása) miatt – intézkedést, például a 2020. augusztus 8. napján meghozott, TK.960/2020/8. számú jelzést (ld. Fővárosi Főügyészség, 2023. március 16. napján meghozott, TK.78/2023/7. számú állásfoglalás, pp. 4., 6., 8.).

A NAV – 2022. október 14. napján érkezett, kutatói kérdéseket tartalmazó beadvány kapcsán kifejtett – álláspontja szerint is alaptalan például az, hogy ha az üzemeltető a bruttó eladási árat és a felszolgálati díjat egy összegben tünteti fel, akkor nincsen szó felszolgálati

irányadó határidő leteltétől számított egy éven belül kell a bíróságnál benyújtani. Jogorvoslati szerv hiányában a keresetlevelet a közigazgatási cselekmény megvalósítására nyitva álló határidő leteltétől számított egy éven belül kell a bíróságnál benyújtani.”

díjról (helytelen elnevezéssel „szervizdíjról”), miközben – ráadásul – a számlán (nyugtán) szerepel az, hogy felszámítottak felszolgálati díjat („szervizdíjat”), ami a NAV számára sem érdektelen. A NAV feladat- és hatásköre szempontjából még az is releváns, ha az alkalmazott felszolgálati díj a számlán (nyugtán) sem kerül külön feltüntetésre, ugyanis ilyenkor „a felszolgálati díjat terhelő társadalombiztosítási járulék összegének megállapítása ellehetetlenül, ami adózást érintő kérdés”, és ezzel a számlázási móddal szemben a NAV-nak is el kell járnia. „A felszolgálati díj alkalmazásának minősül, ha a felszolgálati díj az ártájékoztató eszközön nem kerül feltüntetésre, de a nyugtán, számlán elkülönítetten, előírás szerűen szerepel.” „[...] ha – a GKM rendelet 1. § (2) bekezdés rendelkezésétől eltérően – a számlán (nyugtán) nem került külön feltüntetésre a felszolgálati díj összege, akkor – bár az Áfa tv. számlázásra vonatkozó szabályaival nem ellentétes, – a felszolgálati díjat terhelő társadalombiztosítási járulék összegének megállapítása ellehetetlenül, ami adózást érintő kérdés, ezért az állami adó és vámhatóság az ellenőrzése során ezt a számlázási módot kifogásolhatja. [...]” [NAV Központi Irányítás, 2022. december 9.; ügyszám: 2571670443, ÜTF-4600/2022. (Iktatószám: 6428781915)].

A pénzügyminiszter az ismertetett, NAV és IM-BFKH közötti nézetkülönbségek, állásponteltérések, jogsértő gyakorlat miatt nem látott okot arra, nem érzett készletet az iránt, hogy 2023. február 8. napján kelt, bőséges érvanyaggal, dokumentációval bíró beadványban foglaltak kapcsán – az abban foglaltak szerint – IM-megkeresés útján megpróbálja a mérleg nyelvét legalább a NAV által képviselt álláspont felé billenteni (2023. február 23., PM/1491/2023.; ezt követően, 2023. március 7. napján kelt beadvány kapcsán 2023. március 8., PM/1491/2023.).

Az alapvető jogok biztosa az AJB-95/2023. ügyszámú, 2023. április 20. napján kelt irata szerint – a tárgyalt problémakörben, a kifejtettek [ld. pl. Hámori, (2022a: pp. 98–118.)] ellenére – sem a tisztességes hatósági eljáráshoz, döntéshez, indokoláshoz való alapjog, sem a jogorvoslathoz való alapjog [Magyarország Alaptörvénye (2011. április 25.) XXIV. cikk (1) bekezdés, XXVIII. cikk (7) bekezdés] tekintetében „nem észlelt” „alapvető jogokkal összefüggő visszasságot”, az ITM-es aktus utáni BFKH-válaszelmaradás sem tűnt fel neki (véleményem szerint az irat tartalmát, színvonalát, az ombudsmani álláspont rendkívül alaptalan, súlyosan törvénysértő voltát tekintve nem lehet csodálkozni azon, hogy az ombudsman által aláírt irat előadói nevet nem tartalmaz). Kérdés, vajon az ombudsman, ha megismeri az ügyészségi állásfoglalásokat, felülvizsgálja-e az álláspontját? A prognózisom szerint aligha, hiszen a bírósági gyakorlat – élén a Kúria ítéleteivel – sem győzte meg [ld. még pl. Hámori (2017: pp. 33–40.); Hámori (2021: pp. 73–79.); Hámori (2022b: pp. 27–77.); Hámori (2023a: pp. 63–68.)].

Összefoglalás

A felszolgálati díj szabályozása, annak értelmezése és alkalmazása tekintetében mind a vállalkozási, mind a hatósági gyakorlatban meglehetősen súlyos problémák, visszaélések, jogsértések tapasztalhatók, a fogyasztók (vendégek), a munkavállalók sérelmére egyaránt (vö. pl. Fenyvesi; Kertész & Fenyvesi), és – az egységesnek, töretlennek mondható bírósági gyakorlat, kommentár- és jogirodalom ellenére (amelyet a BFKH-IM és az ombudsman figyelmen kívül hagy) – hasonló a helyzet a fogyasztó kérelmezői és ügyféli jogállása tekintetében. Biztató az idézett főügyészségi, ismereteim szerint egyező legfőbb ügyészségi állásfoglalások sora és NAV-álláspont, szomorú és tarthatatlan – *contra legem* és *contra constitutionem* – fejlemény viszont a citált miniszteri és ombudsmani „nemlátás”, semmittevés. Talán némi bizakodással remélhető, hogy a Budapesti Gazdasági Egyetemen tartott említett és

egyéb fogyasztóvédelmi konferenciák⁴ keretében is tetten érhető jogi, jogtudományi diskurzus [ld. pl. Hámori (2023b: pp. 39–65.); Veres, 2023a, 2023b], amelyben az ügyészség és a bíróság is jelentős szerepet vállalt és vállal (a tudomásom szerint – az ügyfél ügyféli, a kérelmező kérelmezői státuszának érvényre juttatása érdekében – jelenleg is van folyamatban közigazgatási per, felperes ügyészséggel, alperes hatósággal), kimozdíthatja a BFKH-t és az IM-et a tárgyalat „holtpont” -ról. A jelen írásunkkal is ezt kívánjuk segíteni, szolgálni, hogy a kérelmező kérelmezői, az ügyfél ügyféli minősége, a jog, az igazság maradéktalanul érvényesüljön. Elvégre az Fgytv. 46/A. §-a egyértelműen tartalmazza a fogyasztói kérelmet, a jogszabályokat pedig be kell tartani és tartatni, főispánnak, miniszternek, ombudsmannak is, különben a jogállam kisebb-nagyobb mértékben, – miként a tárgyalat eseti körben alapjogsérelmeket is okozva – enyhén szólva nagyon döcög, ami tarthatatlan, megengedhetetlen, megváltoztatandó.

Irodalomjegyzék

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.

Bencsik, A. (2013). A fogyasztók védelmének alkotmányi fundamentumairól. *Közjogi Szemle*, 6(1), pp. 21–31.

Boros, A. & Pollák, K. (2018). A hatóság döntései. In: Boros, A. & Darák, P. (ed) *Az általános közigazgatási rendtartás szabályai*. Nemzeti Közszerkesztési Egység, Budapest, p. 184.

Fenyvesi, É. (2022). Foglalkoztatással és borraivalóval kapcsolatos vizsgálatok a vendéglátóiparban – fókuszcsoporthoz 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.

Hajnal, Zs. (2013). *A fogyasztói jogok egységes európai szabályozásának lehetséges irányai. PhD értekezés*. Debreceni Egyetem, Debrecen, pp. 251

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.

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.

Hámori, A. (2008). A szálláshely osztályba, a vendéglátó üzlet kategóriába sorolása bejelentésének jogi természetéről. *Magyar Jog*, 55(6) pp. 423–428.

⁴ Ld. pl. Budapesti Gazdasági Egyetem Fogyasztóvédelmi Kutatócsoport: *I. Fogyasztóvédelmi aktualitások* című tudományos konferencia, Budapest, 2022. október 26.; Budapesti Gazdasági Egyetem Fogyasztóvédelmi Kutatócsoport: *II. Fogyasztóvédelmi aktualitások* című tudományos konferencia, Budapest, 2023. március 22.; Budapesti Gazdasági Egyetem Fogyasztóvédelmi Kutatócsoport: *III. Fogyasztóvédelmi aktualitások – a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról* című tudományos konferencia, Budapest, 2023. október 25.

- Hámori, A. (2010). A vendéglátó üzletek kategóriába sorolásának jogi szabályozása. *Magyar Jog*, 57(3), pp. 164-171.
- Hámori, A. (2015). *Bevezetés a fogyasztóvédelmi jogba. A fogyasztók magán- és közjogi védelme*. Budapesti Gazdasági Főiskola, Budapest, (pp. 152) ISBN:978-963-7159-0, pp. 72–109.
- Hámori, A. (2016a). A felszolgálati díj és a fogyasztók védelme. *Közjogi Szemle*, 9(3), pp. 49–58.
- Hámori, A. (2017). A felszolgálati díj szabályozásáról az alapvető jogok biztosának eljárása kapcsán. *Debreceni Jogi Műhely*, 14(1-2), pp. 19–40.
- 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.
- 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.
- Hámori, A. (2020). A fogyasztóvédelem jelentősége és békéltető testületi aktualitása. *Gazdaság és Jog*, 28(6), pp. 1–6.
- Hámori, A. (2021). Fogyasztóvédelmi aktualitások. Javaslatok jogszabályok módosítására. *Iustum Aequum Salutare*, 17(1), pp. 63–112.
- Hámori, A. (2022a). A felszolgálati díj-kutatás I-II. In: Szegedi, K. (ed) *Szemelvények a BGE kutatásaiból 2022*. Budapesti Gazdasági Egyetem, Budapest. (pp. 253) ISBN 978-615-6342-49-2, pp. 98–115.
- 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 Aquum Salutare*, 18(2), pp. 27–77.
- Hámori, A. (2022c). 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.
- Hámori, A. (2023a). A fogyasztó ügyféli státusza. *Új Magyar Közigazgatás*, 16(1), pp. 63–68.
- Hámori, A. (2023b). Fogyasztóvédelmi oktatás a Budapesti Gazdasági Egyetemen. *Multidiszciplináris Kihívások Sokszínű Válaszok*, (1. különszám), pp. 39–65.
- Kertész, G. & Fenyvesi, É. (2020). Rejtett gazdaság Magyarországon – feketemunka és borraivaló a vendéglátóiparban. *Gazdaság és Jog*, 28(5), p. 14. (pp. 10–14.)

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.

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.

Szollárné Béleczy, M. (2021). Hogyan járjunk el panasz vagy közérdekű bejelentés esetén. *Új Magyar Közigazgatás*, 14(2), pp. 64–74.

Veres, Z. (2023a). Fogyasztóvédelmi aktualitások – interdiszciplináris megközelítésben. Konferenciabeszámoló. *Iustum Aequum Salutare*, 19(1), pp. 203–206.

Veres, Z. (2023b). Beszámoló a Budapesti Gazdasági Egyetemen működő Fogyasztóvédelmi Kutatócsoport „II. Fogyasztóvédelmi aktualitások” című konferenciájáról. *Jogelméleti Szemle*, 24(2), pp. 121–124

Villamos vasúti pályaszerkezetek ökológiai lábnyomának elemzése

HORVÁTH Róbert¹, MAJOR Zoltán², SZENNAY Áron³, SZIGETI Cecília⁴

DOI: [10.29180/978-615-6342-76-8_18](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-76-8_18)

Absztrakt

Napjaink egyik legnagyobb fenntarthatósági kihívása a városok komplex, fenntartható fejlesztése, amelynek egyik központi eleme a városi mobilitás infrastruktúrájának átalakítása (Rydin et al. 2012, Czédli 2017, Varga et al, 2021). A villamoshálózat fejlesztésének jelentősége jóval nagyobb, mint a szerepe az autómentes közlekedésben. A villamoshálózatok megbízható mobilitást tesznek lehetővé skálázható módon, viszonylag alacsony élettartam költségek mellett és emissziómentesen. Cikkünkben egy, a nagyvárosok villamos vonal hálózatában gyakran előforduló úgynevezett kiöntött síncsatornás pályaszerkezet lehetséges két, a zaj és rezgéscsökkentést szolgáló elasztomer paplannal kiegészített és az anélkül épült variánsát hasonlítjuk össze műszaki paraméterek és ökológiai lábnyom tekintetében. Eredményeink szerint az elasztomer paplan alkalmazása kb. 20 százalékkal növeli a pályaszerkezet ökológiai lábnyomát. Ennek megfelelően alkalmazását – a zaj- és rezgéscsökkentő hatását kiaknázva sűrűn lakott belvárosi zónákban, illetve műemléki / leromlott állapotú épületek közelében javasoljuk.

Kulcsszavak: fenntarthatóság, ökológiai lábnyom, fenntartható városi környezet

Bevezetés és irodalmi áttekintés

A globalizált világ megköveteli, hogy a városainkban, országainkban és országaink között fenntartsuk, illetve a folyamatosan változó igények mellett bővítsük, korszerűsítsük mind a személy, mind az áruszállítást (Varga et al., 2015). A fenntartható városi mobilitás jobb megértése, előmozdítása és kezelése nagyon fontos eszköz éghajlati válság kezelésére (Chatziioannou 2023). A városi személyszállítási szerkezet optimalizálása hatékony módja a városok alacsony szén-dioxid-kibocsátású fejlesztésének, amelyhez jelentős innováció szükséges (Li et al. 2023, Csiszárík-Kocsir – Dobos, 2023; Csiszárík-Kocsir – Varga, 2023a, 2023b) A nagyvárosi és az agglomerációs környezetterhelés egy egyre inkább elterjedt, jól értelmezhető mutatószáma az ökológiai lábnyom. Harangozó et al. (2019) tanulmánya rávilágít arra, hogy a közlekedés, illetve a mobilitás meghatározó a várostérségek ökológiai lábnyoma szempontjából.

A vasúti közlekedéssel szemben támasztott fokozódó követelményeknek, így a zaj és rezgés jelentette terhelés, valamint az élettartam-költségek csökkentése következtében hazánkban is egyre nagyobb teret hódítanak a kiöntött síncsatornás felépítmények. Ezeket Magyarországon elsősorban hidakon, útátjárókban, alagutakban, valamint városi vasúti pályákban alkalmazzák. A kialakítás előnyös tulajdonságai közé tartozik, hogy (1) kedvező zaj- és rezgéscsillapító képességgel bír, (2) homogén, rugalmas megtámasztást biztosít a sín hossza mentén mind vízszintes, mind függőleges értelemben, (3) minimális a fenntartási igénye, ezáltal kedvező

¹ H-Planer Kft., e-mail: hplanerkft@gmail.com

² Széchenyi István Egyetem, Közlekedésépítési és Vízmérnöki Tanszék, e-mail: majorz@sze.hu

³ Budapesti Gazdasági Egyetem, Budapest LAB Vállalkozásfejlesztési Iroda, e-mail: szennay.aron@uni-bge.hu

⁴ Budapesti Gazdasági Egyetem, CESIBUS/Budapesti Metropolitan Egyetem, Fenntarthatósági Tanulmányok Intézete, e-mail: cszigeti@metropolitan.hu

élettartam-költséggel rendelkezik, valamint (4) a közúti vasúton jellemző egyenáramú vontatás esetén a kóboráram a beágyazott sínszálat védi a korrózió ellen. Fontos ugyanakkor megemlíteni, hogy a pályaszerkezet rendkívül pontos kivitelezést, a kivitelezés során nagyfokú technológiai fegyelmet igényel, továbbá a kiöntő anyag költséges. Ez a pályaszerkezet terhelhetősége és kialakítása révén kiválóan alkalmas a városi környezet élhetőbbé tételére.

A városokban megjelenő, közlekedéssel összefüggő környezetterhelésre jó példa, hogy jelenleg Budapest minden bevásárlóközpontja, illetve a városfejlődési sajátosságok miatt a belvárosban “ragadt” nagy kapacitású gyárak is közúti áruszállítással kerülnek kiszolgálásra. Ezt a logisztikai kapacitást, legalábbis részben, akár tehervillamosok segítségével is ki lehetne váltani. A tehervillamos versenyképes alternatíva lehet a közúti szállítással szemben és a fenntartható városi teherszállítás megvalósításának eszköze lehet (Pietrzak – Pietrzak, 2021, Zilka et al 2021). Erre a megoldásra talán az egyik legismertebb példa a Volkswagen logisztikai központja és a gyára között közlekedő drezdai tehervillamos, amely naponta 200, a belvároson keresztülhaladó teherautómozgást vált ki (Quak, 2011). Hazánkban Budapesten a BKV Zrt. vonalain is elérhető volt hasonló szolgáltatás, de az ezredfordulóra gyakorlatilag eltűnt, átadva helyét a sokkal környezetszennyezőbb közúti szolgáltatásnak.

Ezen felül megemlítendő az is, hogy a nagyvárosokban egyre gyakrabban korlátozzák a személyautók behajtását a belvárosokba. Ezáltal a meglévő úthálózat kihasználatlanná válna, miközben a közlekedési igények nem csökkennének, illetve ezekben a belvárosi részeken is meg kell teremteni annak a lehetőségét, hogy különleges járművekkel (pl. hulladékszállítás, mentők, tűzoltók stb.) meg lehessen őket közelíteni. Ennek feloldására kínálkozik az a lehetőség, hogy a belvárosi úthálózat újragondolásával a pályaszélesség újbóli felosztásával élhetőbb környezetet alakíthassunk ki. A közlekedési igények és a szükséges megközelíthetőség a burkolt villamosvasúti pályán megoldható, míg a fennmaradó területeket át lehet adni a gyalogos és kerékpáros közlekedésnek, illetve akár a zöldterület számára is, mely az egészséges lakókörnyezet megteremtésének alapjául szolgál. A kiöntött síncsatornás felépítmények építési költségeinek optimalizálásával kapcsolatos diskurzus Magyarországon 2014-ben jelent meg. Annak ellenére, hogy a helyesen megválasztott paraméterek jelentős költségmegtakarításhoz, a környezeti terhelési követelmények pontosabb teljesítéséhez vezethetnek, a kiöntött síncsatornás pályaszerkezetek gyakorlati tervezése jelenleg egy-egy variáns vizsgálatával, költséges laborvizsgálatok alapján történik, optimalizálásukkal a hazai gyakorlat pedig egyáltalán nem, de a nemzetközi is csak ritkán foglalkozik (Major, 2014). A pályaszerkezetekhez kapcsolódó környezetterhelés rendkívül összetett, az előállításához és a használatához kapcsolódó ökológiai lábnyom összetevők mellett jelentős tényező lehet még a zajterhelés, amelyet a pályaszerkezetek típusa és állapota nagymértékben befolyásol (Harangozó & Marjainé Szerényi, 2012). Markine et al. (2000) cikkükben mutatják be a kiöntött síncsatornás szerkezetek több paraméterre történő optimalizálását.

Módszertan

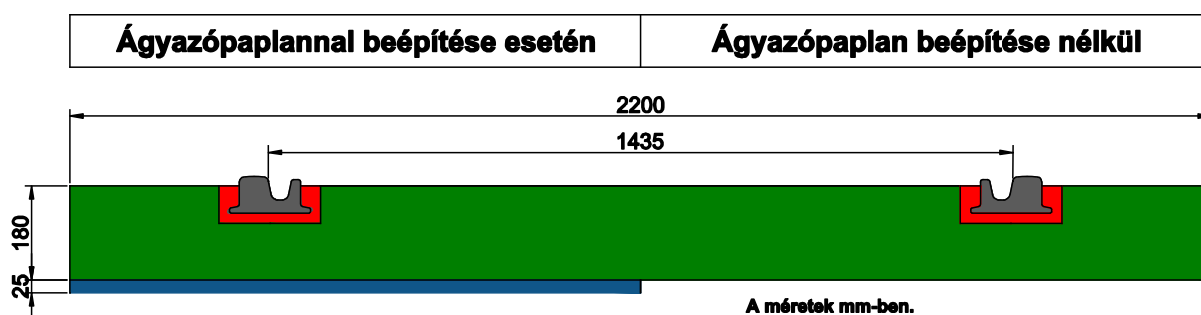
Cikkünkben két szerkezeti kialakítás esetén vizsgáljuk az ökológiai lábnyom alakulását. Míg az etalon szerkezet esetén nem történik releváns beavatkozás, addig a másik szerkezet esetén a rezgésátvitelt rugalmas réteg beépítésével csökkentjük, amely belvárosi környezetben hozzájárul a közelben lakók életminőségének javításához, valamint maguknak az épületek állagának megóvásához. Fontos ugyanakkor hangsúlyozni, hogy a rugalmas réteg beépítése felesleges többlet kiadást is jelenthet, amennyiben a védendő épületek távolsága nagyobb, illetve műszaki állapotuk kedvezőbb. A bemutatott kialakítások ahogy arra korábbi vizsgálatunk is rámutatott, ökohatékony megoldásnak tekinthetők a hagyományos kiöntött síncsatornás pályaszerkezetekhez képest (Major et al., 2023).

Elemzésünk készítése során az Inventory of Carbon and Energy Database (ICE) v3.0 (Embodied Carbon Footprint Database, n.d.). adatait alkalmaztuk a beépített anyagok tekintetében, míg a szállítási kibocsátás elemzését a Mottschall és Schmied (2013) adatai alapján végeztük el. A CO₂ kibocsátásból származó ökológiai lábnyom globális hektárban (gha) kifejezett nagysága a tonnában megadott CO₂ kibocsátás és a Global Footprint Network (GFN) (Lin et al 2018) által közzétett Footprint Intensity of Carbon szorzataként határozható meg. Az elemzés során meghatározott ökológiai lábnyom értékek összehasonlíthatóak a biokapacitással, amely az adott terület eltartóképességét jelenti. Az egy vágányméterre jutó biológiai kapacitást úgy tudjuk kiszámolni, hogy a területet megszorozzuk a GFN által megadott átváltási faktorokkal. Ezek közül az ún. ekvivalencia tényező (equivalence factor, EQF) a földhasználati kategóriák közötti átváltást teszi lehetővé, ez ebben az esetben 2,5-es szorzó, a másik, a hozamtényező (yield factor, YF) pedig egy országspecifikus kiigazítás, amely Magyarország esetén a legfrissebb adatok szerint 1,15262-es szorzószám (Lin et al., 2018) Az ökológiai lábnyom és biokapacitás hányadosa azt mutatja meg, hogy hányszorosa az adott terület ökológiai lábnyoma a biokapacitásának. Ez az érték minél kisebb, annál jobb, optimális helyzet az lenne, ha nem haladná meg a 1-et.

Eredmények és diszkusszió

Az elemzés során vizsgált két felépítményszerkezeti variánst az 1. ábra szemlélteti.

1. ábra: A vizsgált felépítményszerkezeti variánsok



Forrás: saját szerkesztés

A vizsgált két kialakításokra vonatkozó ökológia szempontú elemzésünket az 1. és 2. táblázat foglalja össze.

1. táblázat: Az ökológiai szempontú elemzés -ágyazóaplannal kialakított felépítményszerkezet esetén

Komponens	Anyag (kgCO ₂ /vágány méter)	Szállítás (kgCO ₂ /vágány méter)	ΣCO ₂ (kgCO ₂ /vágány méter)	Élettartam (év)	Fajlagos érték (kgCO ₂ /vágány méter/év)
sín	138,7	1,458	140,158	15	9,344
kiöntőanyag	70,7	1,455	72,155	15	4,810
pályalemez	354,5	47,847	402,347	60	6,706
ágyazóaplan	240,0	4,930	244,930	60	4,080
				Σ	24,940

Forrás: saját szerkesztés

2. táblázat: Az ökológiai szempontú elemzés -ágyazópaplan nélküli felépítményszerkezet esetén

Komponens	Anyag (kgCO ₂ /vágány méter)	Szállítás (kgCO ₂ / vágány méter)	ΣCO ₂ (kgCO ₂ / vágány méter)	Élettartam (év)	Fajlagos érték (kgCO ₂ / vágány méter /év)
sín	138,7	1,458	140,158	15	9,344
kiöntőanyag	70,7	1,455	72,155	15	4,810
pályalemez	354,5	47,847	402,347	60	6,706
ágyazópaplan	0	0	0	60	4,080
				Σ	20,860

Forrás: saját szerkesztés

Az ökológiai lábnyom számítását a 60 éves elemzési időszakra a 3. táblázat foglalja össze.

3. táblázat: Az ökológiai szempontú elemzés -ágyazópaplannal kialakított felépítményszerkezet esetén

Felépítmény	CO ₂ (t/vágány méter)	ökológiai lábnyom (gha / vágány méter – CO ₂ * 0,338)
ágyazó paplan nélküli	1,25160	0,42304
ágyazópaplannal kialakított	1,49640	0,50578

Forrás: saját szerkesztés

Az ökológiai lábnyom és a biokapacitás hányadosának meghatározását a 4. táblázat foglalja össze.

4. táblázat: Az ökológiai szempontú elemzés -ágyazópaplannal kialakított felépítményszerkezet esetén

Felépítmény	ökológiai lábnyom (gha/ vágány méter – CO ₂ * 0,338)	biokapacitás (gha / vágány méter – 2,2×2,5×1,15262/10 ⁴)	ökológiai lábnyom / biokapacitás
ágyazópaplan nélküli	0,42304	0.000634	667
ágyazópaplannal kialakított	0,50578	0.000634	797

Forrás: saját szerkesztés

Látható az elvégzett számítások alapján, hogy a környezeti igénybevételekhez történő igazodás miatt a két szerkezet között CO₂ kibocsátásban és ezáltal ökológiai lábnyom tekintetében 20 százalék különbség figyelhető meg az által, hogy a pályaszerkezetbe az elasztomer paplant beépítettük.

Az eredményeket keretezi ugyanakkor, hogy az alkalmazott B3 felépítményszerkezet elasztomer paplannal együtt is kedvezőbb környezeti hatással – és feltehetően pénzügyi költséggel – rendelkezik, mint a gyakorlatban elterjedt 59Ri2 típus (ld. Major et al., 2023). Az elasztomer paplan alkalmazásának a célja ugyanakkor a környezeti rezgés és zaj csökkentése. Ennek megfelelően – és a környezeti hatások, illetve a pénzügyi költségek minimalizálása érdekében – eredményeink alapján a kiegészítő réteg alkalmazását elsősorban sűrűn lakott

városi környezetben, illetve műemléki védettségű / rosszabb állapotú épületek közelében javasoljuk.

Következtetések

Cikkünkben bemutattuk, hogy a kiöntött síncsatornás burkolt pályaszerkezetek alkalmazása révén miképp lehet újra revitalizálni a belvárosi kerületeket és miképp lehet a megnövekedett szállítási igényeket is kiszolgálni egy jóval környezetkímélőbb módon, mint a jelenlegi közúti áruszállítás. Ennek megvalósítása megkövetelné a forgalomtechnikusoktól azt is, hogy a villamosvasúti forgalom előnyt élvezzen a közúti forgalommal szemben és ezáltal lényegesen nagyobb lehessen annak kapacitása. Bemutattuk továbbá azt, is, hogy miképp változik meg a kialakított pályaszerkezet ökológiai lábnyoma annak függvényében, hogy azt a környezetterhelés minimalizálása érdekében optimalizáltuk. Egy ilyen változtatás az ökológiai lábnyom tekintetében mintegy 20 százalékos növekedést is eredményezhet. Látható, hogy a környezeti hatások tekintetében az ökológiai lábnyom vizsgálata a rezgésterhelés mellett csupán többkritériumos elemzés révén ítéltető meg, ahol a megfelelő súlyszámok figyelembevételével meg tudjuk állapítani egyes hatások fontosságát az adott beépítés mellett.

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

Chatziioannou, I., Nikitas, A., Tzouras, P. G., Bakogiannis, E., Alvarez-Icaza, L., Chias-Becerril, L., Karolemeas, C., Tsigdinos, S., Wallgren, P., & Rexfelt, O. (2023). Ranking Sustainable Urban Mobility Indicators and their matching transport policies to support Liveable City Futures: A micmac approach. *Transportation Research Interdisciplinary Perspectives*, 18, 100788. <https://doi.org/10.1016/j.trip.2023.100788>

Embodied Carbon Footprint Database. (n.d.). Circular Ecology. Retrieved 2. december, 2022, from <https://circularecology.com/embodied-carbon-footprint-database.html> Hozzáférés dátuma: 2022.12.02

Csiszárík-Kocsir, Á., Dobos, O. (2023). The place and role of research, development and innovation activities in the life of domestic enterprises along business characteristics, In: Szakál, Anikó (szerk.) IEEE 17th International Symposium on Applied Computational Intelligence and Informatics SACI 2023: Proceedings, IEEE Hungary Section, pp. 279-286.

Csiszárík-Kocsir, Á., Varga, J. (2023a). Környezetbarát megaprojektek felhasználói megítélése. *Lépések: A Fenntarthatóság Felé* 27:3, pp. 10-12.

Csiszárík-Kocsir, Á., Varga, J. (2023b). Innovation and factors leading to innovative behaviour according to Hungarian businesses. In: Szakál, Anikó (szerk.) IEEE 17th International Symposium on Applied Computational Intelligence and Informatics SACI 2023 : Proceedings , IEEE Hungary Section, pp. 291-297.

Czédli, H., Varga, Zs. (2017): Zöldfelületek környezetegészségügyi hatásainak elemzése városi mintaterületeken = Analysis of environmental health effects of green surfaces in urban areas.

In: LIX. Georgikon Napok Konferenciakiadványa, Pannon Egyetem Georgikon Kar, Keszthely, pp. 82-88, 2017. ISBN: 9789639639898

Hamburger, Á., & Harangozó, G. (2018). Factors affecting the evolution of renewable electricity generating capacities: A panel data analysis of European countries. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 8(5), 161.

Harangozó, G., Kovács, Z., Kondor, A. C., & Szabó, B. (2019). A budapesti várostérség fogyasztási alapú ökológiai lábnyomának változása 2003 és 2013 között. *Területi Statisztika*, 59(1), pp. 97-123. <https://doi.org/10.15196/TS590105>

Harangozó, G., & Szerényi, Z. M. (2012). A Cost-Benefit Approach for Evaluating Transportation-Based Noise Control Projects. *Logistics & Sustainable Transport*, 3(2).

Lin, D., Hanscom, L., Martindill, J., Borucke, M., Cohen, L., Galli, A., Lazarus, E., Zokai, G., Iha, K., & Wackernagel, M. (2018). Working Guidebook to the National Footprint Accounts. <https://www.footprintnetwork.org/content/uploads/2018/05/2018-National-Footprint-Accounts-Guidebook.pdf> Hozzáférés dátuma: 2022.12.02

Li, X., Zhan, J., Lv, T., Wang, S., & Pan, F. (2023). Comprehensive evaluation model of the urban low-carbon passenger transportation structure based on DPSIR. *Ecological Indicators*, 146, 109849. <https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2022.109849>

Major, Z. & Kulcsár, N., 2014. Rugalmas ágyazású kiöntött csatornás vasúti felépítmény (2. rész). *Sínek Világa*, 56(1), pp. 22–26.,

Major, Z., Horváth, R., Szennay, Á., & Szigeti, C. (2023). Examination and Optimization of the Ecological Footprint of Embedded Rail Structures. In Z. Nedelko & R. Korez Vide (Eds.), *Conference Proceedings of the 7th FEB International Scientific Conference: Strengthening Resilience by Sustainable Economy and Business—Towards the SDGs*. pp. 20–28. University of Maribor, University Press. <https://press.um.si/index.php/ump/catalog/book/778>

Markine, V. L., de Man, A. P., Jovanovic, S., Esveld, C. (2000): Optimum design of embedded rail structure of high-speed lines PROCEEDINGS OF THE INTERNATIONAL CONFERENCE, RAILWAY ENGINEERING 2000, HELD LONDON, UK, JULY 2000 - CD-ROM

Mottschall, M., & Schmied, M. (2013). Treibhausgasemissionen durch die Schieneninfrastruktur und Schienenfahrzeuge in Deutschland. <https://www.oeko.de/oekodoc/1852/2013-520-de.pdf> Hozzáférés dátuma: 2022.12.02

Pietrzak, O., Pietrzak, K. (2021). Cargo tram in freight handling in urban areas in Poland. *Sustainable Cities and Society*, 70, 102902. <https://doi.org/10.1016/j.scs.2021.102902>

Quak, H. J. H. (2011). Urban freight transport: The challenge of sustainability. In: *City Distribution and Urban Freight Transport: Multiple Perspectives*. pp. 37–55. Scopus.

Rydin, Y., Bleahu, A., Davies, M., Dávila, J. D., Friel, S., De Grandis, G., Groce, N., Hallal, P. C., Hamilton, I., Howden-Chapman, P., Lai, K.-M., Lim, C., Martins, J., Osrin, D., Ridley, I., Scott, I., Taylor, M., Wilkinson, P., Wilson, J. (2012). Shaping Cities for Health: Complexity and the planning of urban environments in the 21st Century. *The Lancet*, 379(9831), pp. 2079–2108. [https://doi.org/10.1016/s0140-6736\(12\)60435-8](https://doi.org/10.1016/s0140-6736(12)60435-8)

Varga, Z., Fülöp, F., Czédli, H.: Minőségi és mennyiségi indikátorok szerepe városi zöldfelületek felmérése során. In: Az elmélet és a gyakorlat találkozása a térinformatikában XII.: Theory meets practice in GIS. Szerk.: Molnár Vanda Éva, Debreceni Egyetemi Kiadó, Debrecen, pp. 345-347, 2021. ISBN: 9789633189771

Varga, Z., Lóki, J., Czédli, H., Kézi, C., Fekete, Á., Biró, J.: Evaluating the Accuracy of Orthophotos and Satellite Images in the Context of Road Centerlines in Test Sites in Hungary. *Research Journal of Applied Sciences*. 10 (10), pp. 568-573, 2015.

Zilka, M., Stieberova, B., Scholz, P. (2021a). Sustainability evaluation of the use of cargo-trams for mixed municipal waste transport in Prague. *Waste Management*, 126, 97–105. <https://doi.org/10.1016/j.wasman.2021.02.05>

Interdiszciplináris, partnercégek bevonásával megvalósuló projektalapú tanulás koncepciója a BGE három karának együttműködésében

KÉTYI András¹, TÖRÖK Judit²

DOI: [10.29180/978-615-6342-76-8_19](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-76-8_19)

Absztrakt

Jelen kutatásunkban korábbi Európai Nyelvi díjas projektalapú tananyagunkat és projektjeinket dolgozzuk át partnercégek bevonásával, a kidolgozást követően pedig a Budapesti Gazdasági Egyetem mindhárom karán kipróbáljuk azokat. A projektalapú tanulás intenzív alkalmazása mellett hangsúlyos célunk a partnercégekkel történő együttműködés, ami egyetemünk stratégiai célkitűzéseivel is egybevág. Korábbi kutatásainkhoz hasonlóan kvalitatív és kvantitatív eszközöket fogunk használni, és négy, a problémamegoldásra, a motivációra, az együttműködésre, valamint az elégedettségre vonatkozó hipotézist is megfogalmaztunk. Első kutatási eredményeinket a 2023-as SZOKOE konferencián, a további eredményeket pedig 2024 elején a BGE Idegen Nyelvi és Kommunikációs Intézet szakmai napján osztjuk meg az érdeklődő kollegákkal.

Bevezetés

A Budapesti Gazdasági Egyetem Külkereskedelmi Kar Nemzetközi Üzleti Szaknyelvek Tanszékének német munkaközössége a 2016 és 2019 közötti kutatásában projektalapú nyelvoktatás bevezetésén dolgozott, melynek eredményeképpen megszületett egy 2019-ben Európai Nyelvi Díjjal kitüntetett (Tempus Közalapítvány, 2019), kilenc modulból álló német szaknyelvi tananyag, ahol a modulok gerincét az aktuális témához kapcsolódó projektek képezték. A tananyag bevezetésével párhuzamosan zajló kutatás elsődleges célja az volt, hogy teszteljük a tananyag sikerességét a német üzleti nyelvet tanuló hallgatók körében, valamint, hogy az ezzel egyidejűleg a projektalapú tananyag bevezetésekor megfogalmazott hipotéziseinkre is választ kapjunk. A kutatás megkezdésének első pillanatától nagy hangsúlyt fektettünk arra, hogy eredményeinket hazai és külföldi tudományos konferencián és bírálati rendszerű folyóiratokban folyamatosan megjelentessük (Kétyi-Török, 2017; Kósik-Kétyi, 2017; Török-Kétyi, 2017; Hukné-Koltányiné, 2018; Kétyi et al., 2018; Török-Kétyi, 2018; Török et al., 2019; Török-Kétyi, 2019; Hukné-Koltányiné, 2020). Korábbi tananyagunk fő elemét egy modul kivételével, minden esetben egy projekt alkotta, ami a tanulói tevékenységek között a legösszetettebb feladat (Bessenyei-Tóth, 2008). A tananyag fejlesztése kezdetén világosan megfogalmazott célunk volt, hogy egy dinamikus, a gazdasági változásokhoz, aktualitásokhoz és az állandóan változó külső körülményekhez, valamint a hallgatói elvárásokhoz illeszkedő oktatási anyag jöjjön létre. Ennek megfelelően bővítjük most a projektek listáját, ezzel is eleget téve a konstruktivista pedagógia azon elvének, miszerint a tanulók döntéseket hozhatnak azzal kapcsolatban is, hogy melyik projektfeladatot tartják saját maguk számára a legmegfelelőbbnek (Nahalka, 2002), hallgatóink tehát az egyes modulok esetében több projektből választhatnak. A projektek bővítését szolgálja az az eredeti célkitűzés

¹ Budapesti Gazdasági Egyetem, Külkereskedelmi Kar, Nemzetközi Üzleti Szaknyelvek Tanszék, e-mail: ketyi.andras@uni-bge.hu

² Budapesti Gazdasági Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Kar, Pénzügyi és Gazdálkodási Szaknyelvek Tanszék, e-mail: torok.judit@uni-bge.hu

is, hogy az anyag a BGE mindhárom karán bevezetésre kerül, így az eredeti két Külkereskedelmi Karon oktatott szak (kereskedelem és marketing, nemzetközi gazdálkodás) mellett a társkarok szakjaihoz is illeszkedik (pénzügy és számvitel, gazdálkodási és menedzsment, gazdaságinformatika, turizmus és vendéglátás). Készülő projektjeinkhez terveink szerint a BGE partnercégeinek szakmai támogatását is meg szeretnénk nyerni, amivel teljesülne egyetemünk és a partnercégek együttműködésére vonatkozó stratégiai célkitűzés (BGE, 2023). A kutatás eszközeit és ütemezését a szakirodalmi áttekintés után röviden bemutatjuk.

Szakirodalmi áttekintés

A projektalapú tanulás során (project based learning, PBL) a hallgatók autentikus projektekben vesznek részt, és olyan módon használják és építik fel tudásukat, mintha kutatást végeznének (Novak-Krajcik, 2020). A projektalapú tanulás John Dewey nevéhez fűződik, akinek elvei egyebek mellett a következő összefüggéseket hangsúlyozták:

- A tanuláshoz a személyes tapasztalatot kell alapul venni.
- A tanításnak figyelembe kell vennie a tanulók fejlődési szükségleteit és érdeklődését.
- A tanulónak aktívan részt kell vennie saját tanulási folyamatainak alakításában.
- A tanulót a közösség ügyeiben való aktív részvételre, a közösségért felelősséget érző polgárrá kell nevelni (Dewey, 1976).

A PBL eredményességét számos nemzetközi kutatás is bizonyítja. Krajcik és munkatársai kimutatták, hogy azok a tanulók, akik interdiszciplináris projektalapú oktatásban részesültek, nyolc százalékponttal jobban teljesítettek a közismereti tárgyakból, mint azok a társaik, akik hagyományos oktatást kaptak (Lucas Education Research, 2021). Chen és Yong (2019) vizsgálataik során szintén arra jutottak, hogy a projektalapú oktatásnak pozitív hatása van a tanulók tanulmányi eredményeire a hagyományos oktatáshoz képest. A projektalapú oktatás során nem csak a tanuló, hanem a tanár, sőt a szervezet is tanul (Nahalka, 2002). Tsybulsky és Muchnik-Rozanov (2019) kutatásukban azt is bizonyították, hogy a PBL alapú megközelítés változatos és értékes tanulási tapasztalatokat biztosít a tapasztalatlan tanároknak is, és támogatja szakmai és személyes fejlődésüket. A PBL újszerűségének és sikerességének köszönhetően számos diszciplína oktatásában is megjelent, mint például a nyelvoktatásban. A projektalapú tanulást a kortárs idegennyelv-pedagógia a korszerű szaknyelvoktatás egyik fontos módszereként tartja számon (Surkamp, 2017). A projektalapú nyelvtanulás (Project-Based Language Learning, PBL) során a hallgatóknak problémákat kell megoldaniuk vagy egy kimeneti terméket előállítaniuk, ami lehet például egy idegen nyelven összeállított, tematikusan szelektált, releváns információkat tartalmazó kézikönyv vagy kisokos (Török-Kétyi, 2017). Moss és Van Duzer (1998) leírja, hogy a PBL projektek során a nyelvtanulók három fő fázisban dolgoznak, először kijelölik a témát, aztán tervet készítenek, illetve kutatást végeznek, végül az eredményt másokkal is megosztják. A projektmunka során a hallgatók felkészültségeiket egyesítve olyan problémamegoldásra képesek, amilyenre egyedül nem (Török et al., 2019).

A PBL relevanciáját az a tény is alátámasztja, hogy a korábbi generációkkal összehasonlítva a felsőoktatásba belépő Z generáció tanulóként rövidebb ideig tudja fenntartani a koncentrált figyelmet, valamint kevésbé jellemző rá a lojalitás és a tekintélytisztelt. Pozitívum viszont a megnövekedett tudatosság és önbizalom, továbbá a konkrét elvárások megjelenése a (leendő) munkaadóval szemben (Hukné Kiss - Koltányiné, 2020). A PBL során

a Quebec programban meghatározott munkavállalói kompetenciákat kívánjuk fejleszteni, melyeknek négy nagy csoportja van:

- intellektuális kompetenciák (információhasználat, problémamegoldás, kritikai gondolkodás, kreativitás),
- módszertani kompetenciák (hatékony munkamódszerek alkalmazása, információs és kommunikációs technológiák),
- személyi és szociális kompetenciák (identitás, együttműködés másokkal),
- kommunikáció (Skoll, 2022).

Módszertan

A tervezett projekteket a 2023/2024 őszi szemeszterében mindhárom karon egyidőben tervezzük kipróbálni, 2-2 idegen nyelvet tanuló csoportban körülbelül 100-120 hallgató bevonásával. A hallgatók a szemeszter során 3-4 fős csapatokban elvégeznek egyet a megadott projektek közül, amit a megadott határidőig elkészítenek, majd a teljes csoportnak prezentáció formájában bemutatnak.

Az újonnan készülő projekt témák mind új fejlesztésűek, többet differenciáltak, több nyelvi szinten is alkalmazhatjuk (A1 és C1 szint között), így biztosítva lehetőséget a projektalapú nyelvoktatásban való részvételre azon hallgatók számára is, akik nyelvi előtanulmányok nélkül jönnek az egyetemre, ők jellemzően külföldi hallgatók. A külföldi hallgatók lehetséges bevonása mellett, a partnercégekkel történő hangsúlyos együttműködés újdonság a korábbi kutatáshoz képest, mivel mindegyik projektünket úgy tervezzük meg, hogy egyúttal a hallgatók a cégekkel a projekt munka során felvegyék a kapcsolatot, lehetőséget teremtve ezzel az első kézből szerzett gyakorlati ismeretekre a munka világából. Mindez összhangban áll egyetemünk stratégiai céljaival (BGE, 2023).

A tervezett, új projektek egyetemünk partnereivel (mint például LKW Walter, ALDI, Lidl, RCH) a logisztika, vasúti szállítmányozás, kereskedelem, vállalati menedzsment, emberi erőforrás (Human Resources, HR), gazdaságinformatika / digitalizáció, rendezvényszervezés, turizmus szakterületeken és témákban valósulnak majd meg.

Az újonnan bevezetésre kerülő projektek esetében az eddigiekhez hasonlóan kvalitatív és kvantitatív eszközöket használó kutatást tervezünk, melyek során az alábbi hipotéziseket fogalmazzuk meg:

- H1 (problémamegoldás): A hallgatók problémamegoldó képessége a szemeszter végén szignifikánsan jobb lesz.
- H2 (motiváció): A hallgatók a szemeszter végén szignifikánsan motiváltabbak lesznek.
- H3 (együttműködés): A hallgatók együttműködésre vonatkozó véleményei a szemeszter végén pozitívabbak lesznek.
- H4 (elégedettség): A szemeszter végén a hallgatói elégedettséget mérő kérdőívben a válaszok minimum 80%-a pozitív lesz.

Az első kutatási kérdést (H1) bemeneti mérésenként egy feladattal fogjuk vizsgálni a szemeszter elején, majd kimeneti méréssel a szemeszter végén. A második kutatási kérdést (H2) korábbi motivációs kérdőívünkkel tervezzük vizsgálni.

A harmadik (H3) és negyedik (H4) kutatási kérdésünket szemeszter végi kérdőívvel vizsgáljuk majd, s kérdőíveinkkel mind kvantitatív, mind kvalitatív adatokat fogunk gyűjteni.

A kutatás ütemterve, további tervek

Az alábbi táblázat a tervezett kutatásunk időrendi lépéseit mutatja be.

1. táblázat: A kutatás áttekintő táblázata

Tevékenységek	2023												2024											
	07. hó			08.				09.			10.		11.		12.		01.		02.					
	1.hét	2. 3.	4.	1.	2.	3.	4.	1.	2.	3.	4.	1.	2.	3.	4.	1.	2.	3.	4.	1.	2.	3.	4.	
0 Projektindítás (őszi szemeszter)																								
1 A kutatásban résztvevő oktatók kiválasztása																								
2 Új projektek kidolgozása																								
3 Kapcsolatfelvétel az egyetem partnercégeivel																								
4 Előmérés																								
5 1. projekt kidolgozása a hallgatói teamekben																								
6 1. projekt prezentációja																								
7 1. utómérés																								
8 2. projekt kidolgozása a hallgatói teamekben																								
9 2. projekt prezentációja																								
10 2. utómérés																								
11 Disszemináció (SZOKOE)																								
12 Mindkét projekt adatainak és visszajelzéseinek elemzése																								
13 Disszemináció (BGE Idegen Nyelvi és Kommunikációs Intézet szakmai napja)																								
14 Tanszéki workshopok mindhárom karon																								
15 Projektindítás (tavaszi szemeszter)																								

Forrás: saját készítésű táblázat

A kutatásban résztvevő oktatók kiválasztása mindhárom karon július végéig megtörtént, és az első projektek készülöben vannak, a végleges lista szeptember közepére várható. Az egyetem partnerei közül kikerülő cégekkel a kapcsolatfelvétel előreláthatólag szeptember közepéig történik meg. Szeptember végére ütemezzük az előmérést és ekkor kezdik a hallgatók a munkát az első projekttel, majd október végén prezentálják az eredményeiket. November elején kezdik a második projektet, melynek eredményeit november végén mutatják be. Ezt követően december első hetében zajlanak az utómérések. Első kutatási eredményeinket december elején mutatjuk be a SZOKOE konferencián, a további eredményeket 2024. januárjában a BGE Idegen Nyelvi és Kommunikációs Intézet szakmai napján osztjuk meg az érdeklődő kollegákkal. 2024. tavaszán mindhárom karon tanszéki workshopok formájában tervezzük a további disszeminációt. Távlati terveink között szerepel a hallgatói projektek kipróbálása az Aveiroi Egyetemmel (Universidade de Aveiro) együttműködésben hallgatói telekollaboráció formájában, ezzel is megfelelve a BGE nemzetköziesítési stratégiájának.

Irodalomjegyzék

Bessenyei, I., Tóth, Zs. (2008). E-learning: a NETIS-projektben szerzett tapasztalatok. Információs társadalom: Társadalomtudományi folyóirat, 8 (3).

Budapesti Gazdasági Egyetem (2023) Budapesti Gazdasági Egyetem – fejlesztési stratégia 2023-2027. BGE: <https://tinyurl.com/56kd6uh6>

Chen, C. H., Yong, Y. C. (2019). Revisiting the effects of project-based learning on students' academic achievement: A meta-analysis investigating moderators. *Educational Research Review*, 26, pp. 71–81.

Dewey, J. (2008). *A nevelés jellege és folyamata*. Budapest, Tankönyvkiadó.

Hukné, K. Sz., Koltányiné, V. V. (2018). Projektmunka a motiváció és az értékelés tükrében. *NYELVVILÁG*, (21), pp. 24–33.

Hukné, K. Sz., Koltányiné, V. V. (2020). Projektekkel a munka világa felé. A nyelv perspektívája az oktatásban. Válogatás a PeLiKon2018 oktatásnyelvészeti konferencia előadásaiból. pp. 443–457.

Kétyi, A., Török, J. (2017). BGE KKK Német Tanszéki Osztály projektalapú nyelvoktatás módszertani kísérlete. Tudásmegosztás, értékközvetítés, digitalizáció – Trendek a szaknyelvoktatásban és kutatásban.

Kétyi, A., Török, J., Koltányiné, V. V., Kósik, F. (2018). Projektalapú nyelvoktatás bevezetése egyetemi hallgatók körében - egyetemi kutatócsoportunk eddigi eredményei. In Kutatási sokszínűség, oktatási gyakorlat és együttműködések. pp. 359–359.

Kósik, F., Kétyi, A. (2017). A projektalapú nyelvtanulás bevezetése a német üzleti szaknyelvi képzésbe. Hazai és külföldi modellek a projektoktatásban: Nemzetközi Tudományos Konferencia tanulmánykötete. pp. 91–102.

Lucas Education Research. (2021). *Project-Based Learning Increases Science Achievement in Elementary Schools and Improves Social and Emotional Learning*. <https://www.lucasedresearch.org/wp-content/uploads/2021/01/MLPBL-Research-Brief-1.pdf>

Moss, D., Van Duzer, C. (1998). Project-based Learning for Adult English Language Learners. *ERIC Digest*.

Nahalka, I. (2002). *Hogyan alakul ki a tudás a gyerekekben*. Budapest. Nemzeti Tankönyvkiadó.

Novak, A. M., Krajcik, J. S. (2020). A case study of project-based learning of middle school students exploring water quality. In M. Moallem, W. Hung, & N. Dabbagh (Eds.), *The Wiley handbook of problem-based learning*. (pp. 551–527). Wiley

Skoll Learning Technologies (2022, november 10.) *A legfontosabb munkahelyi kompetenciák 2022-ben*. <https://skoll.hu/munkahelyi-kompetenciak/>

Surkamp, C. (Hg.) (2017). *Metzler Lexikon Fremdsprachendidaktik: Ansätze – Methoden - Grundbegriffe. 2. Auflage*. Stuttgart, J.B. Metzler Verlag

Tsybulsky D., Muchnik-Rozanov Y. (2019). The development of student-teachers' professional identity while team-teaching science classes using a project-based learning approach: A multi-level analysis. *Teaching and Teacher Education*, 79, pp. 48–59.

Tempus Közalapítvány (2019, november 19). *Projekt Alapú Nyelvoktatás a BGE KKK német szaknyelvi csoportjaiban*. https://erasmusplusz.hu/az_europai_nyelvi_dij_dijazottjai/projekt-alapu-nyelvoktatasa-a-bge-kkk-nemet-szaknyelvi-csoportjaiban

Török, J., Kétyi A. (2017). ProjektTúra: projektalapú nyelvtanulás német szaknyelvi csoportokkal: ProjectTour: Project Based Language Learning with Business German Groups. Multidiszciplináris kihívások, sokszínű válaszok. 9. pp. 104–108.

Török, J., Kétyi, A. (2018). Projektúra: a projektalapú nyelvtanulás német szaknyelvi csoportokkal. Multidiszciplináris kihívások sokszínű válaszok, (3), pp. 96–110.

Török, J., Kétyi, A. (2019). Project-based language learning among university students. Language Teaching Tomorrow - Journal Of Higher Education Language Teaching

Török, J., Kétyi, A., Hukné, K. S., Koltányiné, V. V., Ugrai, Z., Kósik, F. (2019). Projektalapú nyelvoktatás egyetemi hallgatók körében. EDUCATIO, 28(2), pp. 392–402.

Likvid fogyasztói magatartás és marketing kihívásai Magyarországon

KISFÜRJESI Nóra¹

DOI: [10.29180/978-615-6342-76-8_20](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-76-8_20)

Absztrakt

E tanulmány a likvid fogyasztás rövid ismertetésére tesz kísérletet, melyhez értelmező szakirodalmi összefoglaló módszertanát használja. A tanulmány a nemzetközi és hazai kutatások legfőbb eredményeit rendszerezi és helyezi el a likvid fogyasztáshoz vezető előfeltételek magyarországi jelenlétében. Ahogy a fogyasztókat körülvevő társadalmi környezetben lazulnak a korábbi szolid normák és intézmények, úgy alakul a fogyasztás is a birtoklásalapú, materialista (szolid) formából likviddé. A likvid fogyasztás hozzáférés-alapú, dematerializált, rövid időtartamú fogyasztási forma (Bardhi és Eckhardt, 2017), melyet alacsony fogyasztói elkötelezettség és gyakoribb váltás jellemez. A likvid fogyasztás többek között a járműmegosztás, felhőalapú szolgáltatások, applikációk, illetve az előfizetéses digitális tartalom fogyasztásában ölt testet. A digitalizáció ledönti a tér és idő korlátait, és a fogyasztók egyre több területen igénylik a mobilitást. Az időszakos, elköteleződés nélküli likvid fogyasztáson keresztül a fogyasztók könnyebben elégítik ki gyorsan változó igényeiket és preferenciáikat. Az így bevonzott fogyasztók azonban a szolid fogyasztásban megszokottól eltérő motivációkat, értékeket és fogyasztói magatartást mutatnak. Mivel a likvid fogyasztás egyre több fogyasztói szegmenst ér el Magyarországon is, így a jelenség hazai környezetben történő vizsgálata segítheti, hogy a likvid fogyasztás által támasztott marketing kihívásokra megalapozottabb válaszokat fogalmazzunk meg.

Kulcsszavak: likvid fogyasztás, hozzáférés-alapú fogyasztás, fogyasztói magatartás, fogyasztói kultúra

Bevezetés

E tanulmányban kutatási területem, a likvid fogyasztás jelenségét és marketing kihívásait szeretném bemutatni. A likvid modernitás (Bauman 2000) marketing szempontból történő vizsgálata bő egy évtizede került a nemzetközi kutatások fókuszába. Magyar fogyasztók körében is készültek hozzáférés-alapú fogyasztást bemutató tanulmányok (többek között Buda et al., 2019; Bálint és Trócsányi, 2016; Nábrádi és Kovács, 2020), azonban kifejezetten likvid fogyasztást vizsgáló tanulmány 2022-ben jelent meg Hofmeister-Tóth és Kisfürjesi publikálásában. A likvid fogyasztás, mint jelenség aktívan formálja fogyasztói magatartásunkat, és egyre nagyobb teret nyer hétköznapijainkban. Emiatt mind akadémiai, mind gyakorló üzleti szempontból fontosnak gondolom, hogy megértsük a likvid fogyasztást és a belőle fakadó marketing kihívásokat.

A likvid fogyasztás kialakulása a digitalizációs forradalom okozta társadalmi és gazdasági változásokra vezethető vissza. A digitalizáció a korábbi innovációs mérföldkövekhez hasonlóan, úgy, mint mezőgazdaság, iparosodás, megkérdőjelezte az addigi társadalmi status quo-t. A korábbi szilárd társadalmi rendszerek, normák fellazultak, változékonnyá, likviddé váltak (Bauman, 2000), és előtérbe került a mobilitás iránti és az

¹ Budapesti Gazdasági Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Kar, Menedzsment és Vállalkozás Tanszék, e-mail: kisfurjesi.nora@uni-bge.hu

egyéni igények kiszolgálása. Ebben a társadalmi légkörben jelent meg a likvid fogyasztás, mint újszerű jelenség. A likvid fogyasztás rövid időtartamra szól, dematerializált és hozzáférés-alapú (Bardhi és Eckhardt, 2017). Ide sorolhatók, például, az ideiglenes hozzáféréssel használt közösségi járművek, felhőalapú szolgáltatások, applikációk és digitális tartalmak fogyasztása. Ezekhez a javakhoz hozzáférést vásárolunk, nem birtokoljuk őket. Ebből ered, hogy a likvid fogyasztásban a korábbi birtoklásalapú (szolid) formától eltérő fogyasztói magatartás mutatkozik. Azzal, hogy a tulajdonjog nem vándorol át, a fogyasztók mentesülnek a birtoklás terhétől és kockázatától. Ez ösztönzi az újdonságkeresését és az innovatív magatartást a fogyasztásban, ugyanakkor a fogyasztók kevésbé kötődnek a fogyasztás tárgyához, könnyebben, gyorsabban váltanak az alternatívák között (Lawson et al., 2016).

A likvid fogyasztás nem kiváltja, hanem kiegészíti a szolid materialista, birtoklásalapú fogyasztást. A fogyasztók egy likvid-szolid kontinuumon mozognak (Bardhi és Eckhardt, 2017). A likvid fogyasztás ugyanakkor egyre több fogyasztói szegmenst ér el és egyre nagyobb teret nyer a fogyasztók hétköznapijaiban. Ez a trend Magyarországon is megfigyelhető, és az üzleti szereplők terjeszkedési és növekedési politikájának köszönhetően a likvid fogyasztás jelenségének erősödése várható itthon is. Emiatt fontos, hogy a likvid fogyasztói magatartást és az általa támasztott marketing kihívásokat feltérképezzük és megértsük. Ilyen marketing kihívás többek között a fogyasztók megváltozott értékei, prioritásai, amely a fogyasztók megnyerését célzó üzleti tevékenységeket érintheti. Például a fogyasztók mobilitási igényeinek szem előtt tartásával. Továbbá kihívást jelenthet a felgyorsult és gyakoribb váltás az alternatívák között és a fogyasztók alacsony kötődése, amelyek a fogyasztók megtartására irányuló üzleti tevékenységekben igényelhet változtatást. Ezek mélyebb megértése jövőbeli kutatásaim tárgyát képezik.

A likvid modernitás és társadalom

A likvid fogyasztás a fogyasztói kultúra elméleti keretrendszeréhez tartozik, és makroszinten írja le a társadalmi és kulturális változások okozta jelenséget. Mivel a fogyasztói magatartás a fogyasztót körülvevő társadalmi és kulturális környezetben értelmezendő (Hofmeister-Tóth, 2003), így a szociokulturális változásokat szeretném először bemutatni. A globálizáció és digitalizáció okozta társadalmi változásokat többek között a lengyel szociológus, Zygmunt Bauman vizsgálta mélyrehatóan. Bauman (2000) ezt az új korszakot likvid modernitásnak nevezte el, metaforaként a kortárs társadalomban tapasztalható állandó mobilitás és változás állapotának, valamint az egyénekre, kapcsolataikra és a gazdaság egészére gyakorolt hatásának leírására. Ilyen hatások például a tér és az idő felbomlása a fogyasztásban, vagy az, ahogyan az egyének a saját szintjükön próbálják kielégíteni szükségleteiket: a globális és a helyi fogyasztás együttélése, az individualizmus társas felerősödése és a fogyasztás közösségi átrendeződése. Bauman szerint a társadalom korábban szilárd intézményei és normái meggyengülnek, a "szilárdból" a "folyékonyba" kerülnek, a társadalom tagjainak élete privatizálódik, a társadalom egésze pedig elveszíti átláthatóságát és érthetőségét. A társadalmat alkotó egyének egyszerre válnak dinamikusabbá és mobilabbá, ugyanakkor bizonytalanabbá is, mivel a korábban biztonsági hálót nyújtó közösségi kapcsolatok elvesznek vagy jelentősen átalakulnak (Bauman, 2000). Ez a bizonytalan társadalmi légkör megváltoztatja a fogyasztói magatartás előfeltételeit (Cohen, 2017), és felerősíti azokat a fogyasztói motivációkat, amelyek a hozzáférésen alapuló fogyasztás terjedéséhez és a likvid fogyasztás megjelenéséhez vezetnek.

A likviditás koncepciója nem teljesen új a társadalomelméletben. Marx (1930) korábban elmélkedett arról, hogy a kapitalizmus és a tőkefelhalmozás feloldhatja a társadalmi

kapcsolatok korábbi formáit. Erről úgy írt, hogy "a szilárd a levegőbe olvad" (Marx, 1930). Appadurai (1990) a kortárs világot a tőke, az információ és a fogyasztási javak áramlásának tereként vizualizálta. Bár a felsorolt gondolkodók víziójának és eredményeinek hangvétele különbözik, a koncepció hasonló.

Bauman (2000) a társadalom individuumokra bomlásáról ír, ez azonban nem valósult meg teljesen. A társadalom még mindig csoportok és közösségek összessége. Bár az emberek leggyakrabban egyedül vadásznak, néha még a likvid modernitás korában is kifizetődőbb és biztonságosabb számukra a csoportos vadászat (Jacobsen, 2008). Ugyanakkor a likvid társadalom csoportokon belüli és közötti viszonyai azonban megváltoznak. A különböző csoportok erőforrásokhoz és információkhoz való hozzáférése a korábnál jobban eltérhet, ami táplálja a társadalmi egyenlőtlenséget (Puntoni et al., 2021). A likvid társadalom egyensúlya tehát törékeny, ahol a társadalom egyénjei egyre nagyobb szerepet kapnak, de a csoportok sem tűnnek el. Ezek a társadalmi változások nem minden országban és régióban zajlanak egyformán. Például a kerékpármegosztás relevánsabb lehet egy nagyvárosban, mint egy kisvárosban. Azonban a likvid modernitás jelen van, körül vesz és világszerte hatással van a fogyasztók életére.

A likvid fogyasztás

2023-ban a digitalizáció már szerves része a fogyasztók hétköznapijainak. A napot digitális tartalmak böngészésével kezdjük. Munkába menet digitális alkalmazással oldjuk fel a közösségi biciklit. Egy felhőszerveren dolgozunk szimultán a kollégáinkkal. Ebédet rendelünk a Foodora platformon, online foglalunk jegyet a barátokkal közös hétvégi programunkra, és Netflixre alszunk el egy fárasztó nap után. A minket körülvevő technológiai fejlődés arra kondicionál minket, hogy bármit, bármikor és bárhol megkapunk az éppen aktuális preferenciánknak megfelelően, lehetőleg azonnal. Végtelen számú alternatíva közül választhatunk egy-egy igényünk kielégítésekor. Ráadásul ezek között alacsony kockázattal és költséggel válhatunk. Ahogyan a digitalizáció felgyorsította a fogyasztást, úgy megjelent életünkben a likvid fogyasztás.

A likvid fogyasztást Bardhi és Eckhardt (2017) egy hozzáférés-alapú, dematerializált, rövid időtartamú fogyasztási formaként definiálja. A hozzáférés-alapú azt jelenti, hogy a vásárlók hozzáférési díj ellenében időszakosan korlátozott hozzáférést kapnak javakhoz, miközben a törvényes tulajdonjog a szolgáltatónál marad (Schaeffers et al., 2016, p. 3). A dematerializált minőség azt jelenti, hogy a fogyasztó mentesül a tulajdonlás társadalmi, pénzügyi és pszichológiai kockázatai és terhei alól (Moeller és Wittkowski, 2010; Schaeffers et al., 2016; Gumulya, 2020, Morewedge et al., 2021). Ugyanakkor a likvid fogyasztás tárgya lehet materiális (megfogható), dematerializált (nem megfogható, például szolgáltatások, digitális javak, információs termékek) vagy élmény fogyasztás (Morewedge et al., 2021). A rövid időtartam, mint jellemző pedig előrevetíti a fogyasztásban megjelenő cserélhetőséget, a gyors ritmusú és gyakori váltást.

A fogyasztó számára számtalan előnnyel bír a likvid fogyasztás. Lehetővé válik, többek között, hogy a fogyasztók úgy próbálhassanak ki legújabb termékeket, hogy ehhez nagyobb pénzügyi befektetést eszközöljenek, vagy egy stílus, vagy márka mellett elköteleződjenek. Ez elősegíti a fogyasztók innovatív viselkedést és a változatosság keresését (Lawson et al., 2016). Egy autómegosztó szolgáltatás használói például kipróbálhatnak és rendszeresen használhatnak többféle prémium kategóriás autót anélkül, hogy egyszeri nagy beruházást eszközölnének hasonló kategóriájú autó megvásárlására. További előny, hogy Bauman (2000)

likvid társadalmából kinövő hiperindividualista fogyasztók a likvid fogyasztás során egyedülálló szabadságot kapnak önmaguk és igényeik kifejezésére. A technológiai fejlődésnek köszönhetően elvárassá válik a személyre szabhatóság és a kényelem. Az ezen igények kielégítésének eszközei is változnak. Előtérbe kerülnek az olyan értékek, mint a boldogság vagy a jólét iránti növekvő igény, melyek a materialista fogyasztással szemben az élmény fogyasztás irányába vezetnek (Lawson et al., 2016). A társadalom például a Netflixet "sorban" az öngondoskodás új formájaként, az otthon maradást és a Netflix nézését pedig a bulizás új formájaként ("Netflix and chill") ábrázolja (Young, 2016). A likvid fogyasztás motivációi között tehát elsősorban a haszonelvűség szerepel, azonban hedonista motivációk is jelen vannak, mint például az élvezet (Hamari et al., 2015), a móka (Flores és Jansson, 2022) kényelem, a trend orientáltság, vagy akár környezetvédelmi motivációk (Minami Luri et al., 2021).

A fogyasztók életstílus prioritásai is változnak: az erőforrások szűkössége miatt kiemelt prioritássá válik a fenntarthatóság. A fogyasztók kevesebb tárgyhoz kötődnek, azokhoz is kis mértékű kötődés alakul ki, könnyen lecserélik őket, így a likvid fogyasztásban alacsony lojalitás a jellemző (Bardhi és Eckhardt, 2017). Kialakulhat azonban erősebb kötődés olyan tárgyak irányába, amelyek a hozzáférést, vagy likviditást biztosítják (Bardhi és Eckhardt, 2017). Például az IKEA a korábbi tartós, kézzel előállított bútorokat eldobható, könnyen cserélhető terméké alakította (Bardhi és Eckhardt, 2017), ezzel megalapozva azóta is töretlen népszerűségét. A szolid fogyasztás tárgy-orientációjával szemben a likvid fogyasztásban a szituációs és a használati érték válik fontossá (Bardhi és Eckhardt, 2012; Bardhi et al., 2012).

A fogyasztók nemcsak egyéni (individualizmus, pszeudó-individualizmus térnyerése), de csoportos szinten is reagálnak a társadalomban uralkodó bizonytalan légkörre. A fogyasztói csoportok rugalmasabbá, demokratikusabbá válnak, sőt, még funkciókat (például minőségirányítást vagy forgalmazást) is átvesznek a termelőktől. A likvid fogyasztói magatartás ezen kiemelt sajátosságai újszerű megközelítést kívánnak a gyakorló szakemberek részéről is.

Marketing kihívások a likvid fogyasztásban

A likvid fogyasztás egyik fontos következménye, hogy dinamikusabbá válik a fogyasztók alternatívák közötti váltása. A fogyasztók vásárlási gyakoriságát, esetleg hűségét megtartani a korábbinál is nagyobb kihívás a gyakorló üzletemberek számára. A váltások azonban sok esetben nem kizárólagosan, véglegesen történnek meg. A váltási magatartás új dinamikáinak feltárásával egy folyamatban lévő publikációmban foglalkozom.

A likviditás nem csak fogyasztói magatartás szintjén jelent meg, de beszivárgott a marketing intézményeibe, a marketingfolyamatokba és az értékteremtésbe is (Eckhardt et al., 2019). A likvid modernitás társadalmi intézményeihez hasonlóan a *marketing intézményei* is a korábbi szilárd rendszerből likviddé válnak. A megosztásban részt vevő prosumerek olyan területeket vesznek át, mint például a kommunikáció, az árképzés és eladásösztönzés, vagy a minőségbiztosítás, amelyek a marketing fennhatósága alá tartoztak (Eckhardt et al., 2019).

A likvid fogyasztás hatására változnak az olyan *marketing folyamatok* is, mint az innováció, márkázás, és a vásárlói élmény. Az innováció a fogyasztó által vagy a fogyasztóval közösen folytatott tevékenységgé válik a vállalatok számára, melynek fókuszában inkább a platformok fejlesztése, mint sem a termékfejlesztés áll (Eckhardt et al., 2019). Prioritássá válik a személyre szabhatóság és a pillanatszerűség (Atanasova, 2021), a logó által vezérelt, márkázott

tömegtermékek egyre inkább nemtetszést váltanak ki a fogyasztók körében (Eckhardt és Bardhi, 2020). A márkák természetének és értékének hagyományos definíciója is változik, elkülönül a platform márkázása és a platform által hozzáférhető márkák élete. A likvid fogyasztók kapcsolatát a márkához pedig természetből fakadóan egy lazább kötődés jellemzi (Arvidsson és Caliandro, 2016).

A hozzáférés-alapú fogyasztás során teremtett *fogyasztói érték* nőhet is, és csökkenhet is (Eckhardt et al., 2019) attól függően, hogy a fogyasztók kockázata növekszik-e, például a fogyasztók egymás között történő versenyében a megosztott erőforráshoz való hozzáféréstért (Lamberton és Rose, 2012). Ugyanakkor a társadalom számára mindenképp értéket közvetít a hozzáférés alapú fogyasztás, hiszen demokratizálja a piaci helyeket, támogatja az egyéneket és a kis vállalkozásokat, hozzáférést biztosít erőforrásokhoz, elősegíti a fentarthatóságot, és hozzájárul az ökológiai jóléthez (Eckhardt et al., 2019).

Likvid fogyasztás Magyarországon

A magyar fogyasztókat 2018-ban életstíluscsoportba soroló kutatásba bevont fogyasztók közel egyharmada gyors élettempót folytat, melyet többek között a digitalizálódás és újdonságkeresés jellemez (Töröcsik et al., 2019). Amennyiben ezt az életstílust likvidnek tekintjük, amit nagyobb szabadság és individualizmus jellemez, úgy elmondható, hogy a magyar fogyasztók körében jó táptalajra lel a likvid fogyasztás. Tovább erősíthette ezt az életstílust a pandémia időszaka. A COVID első körös, magyarországi hatásait vizsgáló nagy elemszámú #maradjotthon kutatásban Jakopánecz (2021) is megemlíti, a vírus hatására a digitális megoldások olyan ágazatokban is igénygé váltak, amelyek korábban személyes jelenlétet igényeltek, és előrevetíti a fogyasztói szokások jelentős változását. Érdekes példa erre a komoly zene világa, ahol míg korábban elképzelhetetlennek tűnt a nem személyes módon történő fogyasztása, a koncertek online közvetítése mára már széles körben elterjedt, és általános gyakorlattá vált (Szedmák és Szabó, 2020).

Magyarországon a felnőtt magyar internetezők több, mint egyharmada (39%) rendelkezik legalább egy streaming szolgáltatás előfizetéssel, ám a fogyasztók száma a több profilos előfizetésekkel ennél nagyobb is lehet (Gkid Piackutató, 2022). Az általunk megkérdezett magyar 15-19 éves tinédzserek is hasonlóan magas arányban rendelkeztek saját streaming profillal, ráadásul arányuk régiós szinten kiegyenlítettnek mutatkozott Magyarországon (Kisfürjesi et al. 2022). A streaming piac mind mennyiségben, mind értékben folyamatosan bővül (Gkid Piackutató, 2022; Forbes, 2022). Nemzetközi streaming szolgáltatók közül még mindig van, aki nem lépett be a magyar piacra, ez további növekedést okozhat. Illetve a lineáris műsorszolgáltatók is rendelkeznek video-on-demand szolgáltatással (például RTL Most, TV2 Play Premium). A streaming szolgáltatások penetráció épülését nagyban segítheti, hogy mind a szolgáltatás elérhetősége, mind a fogyasztói igények hasonlóak lehetnek országosan.

A mikromobilitási eszközökre városi környezetben, illetve szezonálisan az üdülő övezetekben mutatkozhat nagyobb igény. A szolgáltatás elérhetősége azonban folyamatosan növekszik, és a szolgáltatók Magyarország több régiójában is terjeszkednek. 2023 nyarán Budapesten kívül már legalább 15 vidéki városban vehetünk igénybe közösségi rollereket akár teszt időszakos, akár állandó szolgáltatásként. Azokon a helyeken, ahol a szolgáltatás már évek óta stabilan működik, ott a használat növekszik. Budapesten 2022. augusztus és 2023. július között rekord növekedésről számolt be a közösségi kerékpárokat üzemeltető MOL Bubi, amely év alatt hárommillió utazást jelentett. A közösségi járműmegosztás piacán is további

növekedés várható. Buda et al. (2019) 2017-ben végzett országos reprezentatív kutatása megállapította, hogy a magyar lakosok több, mint egyharmada (38,4%) nyitott a megosztás alapú szolgáltatások igénybevételére, ugyanakkor a generációhoz való tartozás, az iskolai végzettség, a lakóhely és a vagyoni státusz befolyásolja ezt a nyitottságot (Buda et al., 2019).

A hozzáférés-alapú szolgáltatások magyarországi piaci méretét megbecsülni nem egyszerű. Az 1. táblázatban a szolgáltatók kapacitása, a szolgáltatáshoz tartozó márkaközösség mérete és egyéb szekunder adatok alapján készítettem összefoglalást. A különböző hozzáférés-alapú szolgáltatásokhoz több közösségi csoport is fellelhető a közösségi hálón, a legnagyobb létszámot számlálókát vettem figyelembe. Ugyanakkor valószínűsítem, hogy a csoportok tagjai között nagy átfedés lehet. Eddigi kutatásaimból kiderült, hogy a hozzáférés-alapú termékkategóriák között is átfedés van, azaz a fogyasztók egyszerre több terméket is hajlamosak hozzáféréssel használni (pl. ugyanaz a fogyasztó Netflix előfizetéssel is rendelkezik, és közösségi járműveket is igénybe vesz). Az 1. táblázat azonban szemlélteti, hogy a hozzáférés-alapú, dematerializált fogyasztás jelen van Magyarországon, és nem korlátozódik a fővárosi fogyasztókra. A fent jelzett növekedést erre a bázisra várhatjuk.

1. táblázat: Hozzáférés-alapú szolgáltatások márkaközössége és flotta mérete Magyarországon

Kategória	Szolgáltató	Facebook csoport*	Lefedettségi és flotta méret (amennyiben elérhető)
<i>filmek</i>	Netflix	234.920 tag	
	Disney+ Magyarország	34.880 tag	
	HBO Magyarország	8.827 tag	
	Amazon Prime	1.592 tag	
<i>kocsimegosztó</i>	Share Now	61.083 tag (90.000 felhasználó**)	Budapest (500 db)
	MOL Limo	10.208 tag	Budapest (450 db)
	Green GO	6.492 tag	Budapest (450 db)
<i>elektromos roller</i>	Lime		Budapest (n.a.), Székesfehérvár, Sopron (250 db), Szolnok, Veszprém, Szeged, Szombathely (300 db)
	Bird		Budapest (600 db), Balatonlelle, Keszthely, Zalaegerszeg, Nagykanizsa (100 db), Eger, Dunaújváros (80 db), Békéscsaba (100 db)

*Forrás: Facebook, 2023. július 31.

**Forrás: Telex, 2023. május 7.

Forrás: saját szerkesztés

Összefoglalás és jövőbeni kutatási irányok

Az eddigi kutatási eredmények alapján elmondható, hogy a nemzetközi trendekkel összhangban a likvid fogyasztás, mint rövid ideig tartó, dematerializált és gyakori váltásokkal jellemzett fogyasztási forma, jelen van Magyarországon, és ezzel együtt a likvid fogyasztás által támasztott marketing kihívások is. Az eddigi kutatásokból tudjuk, hogy az újszerű megoldások kipróbálásában és a megosztás alapú fogyasztásra való nyitottságban vannak szociodemográfiai eltérések Magyarországon is. Különbség mutatkozik például Budapest és a vidék között az újdonságok iránti affinitásban (Törőcsik, 2016). Ugyanakkor a likvid modernitásban élő fogyasztók igénye a tér- és időbeli korlátok leküzdésére hazánkban is egyre többeknél jelentkezik, ezzel ajtót nyitva további szolgáltatások és termékek hozzáférése alapuló fogyasztásra és a likvid fogyasztás terjedésére. Iránymutató példa a közösségi rollerek terjeszkedése Budapesten kívül, az ország több pontján.

A digitalizációs és társadalmi trendek alapján a likvid fogyasztás további terjedését várjuk a magyar fogyasztók körében. A jövőben elérhet olyan fogyasztói csoportokhoz is (például regionális, település típus, korosztály szerint további szegmensekbe), akiknél eddig még nem vizsgáltuk. A likvid fogyasztás mélyebb feltárása javasolt a magyar fogyasztók körében. Ilyen jövőbeni kutatási irány lehet például a fogyasztói motivációk mélyebb vizsgálata, illetve a fogyasztói váltási folyamat modellezése. Emellett kiemelt kutatási terület lehet a kötődés szerepe ebben a likvid fogyasztásból eredő váltási magatartásban. Ezzel lehetőségünk nyílna megalapozott javaslatokat tenni a fogyasztók megnyerésére és megtartására a likvid modernitás korában is.

Hivatkozások

Appadurai, A. (1990) Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy, *Theory, Culture, and Society*, 7 (2–3), pp. 295–311. <https://doi.org/10.1177/026327690007002017>

Arvidsson, A., Caliandro, A. (2016) Brand Public, *Journal of Consumer Research*, Vol. 42, 5, pp. 727–748, <https://doi.org/10.1093/jcr/ucv053>

Atanasova, A. (2021) Re-examining utopia in contemporary consumption: conceptualization and implications for marketing. *AMS Review*, 0123456789. <https://doi.org/10.1007/s13162-021-00193-0>

- Bálint, D., Trócsányi, A. (2016) New ways of mobility: the birth of ridesharing. A case study from Hungary, *Hungarian Geographical Bulletin*, 65 2016 (4), pp. 391-405. <https://doi.org/10.15201/hungeobull.65.4.7>.
- Bardhi, F., Eckhardt, G.M. (2012) Access based consumption: the case of car sharing. *Journal of Consumer Research*, 39 (4), 881-898. <https://doi.org/10.1086/666376>
- Bardhi, F., Eckhardt, G. M. (2017). Liquid consumption. *Journal of Consumer Research*, 44(3), pp. 582–597. <https://doi.org/10.1093/jcr/ucx050>
- Bardhi, F., Eckhardt, G. M., Arnould, E. J. (2012). Liquid relationship to possessions. *Journal of Consumer Research*, 39(3), pp. 510–529. <https://doi.org/10.1086/664037>
- Bauman, Z. (2000). *Liquid modernity*, Cambridge, UK, Polity Press
- Buda, G., Pethes, B., Karajánisz, M., & Lehota, J. (2019) Magyarországi lakosok nyitottsága a megosztáson alapuló szolgáltatások iránt szocio-demográfiai tényezők mentén. *Marketing & Menedzsment*, 53 (Különszám), pp. 45–55. <https://doi.org/10.15170/MM.2019.53.EMOK.05>
- Cohen, M. (2017). *The Future of Consumer Society – Prospects for Sustainability in the New Economy*, Oxford University Press
- Eckhardt, G. M., Bardhi, F. (2019) New dynamics of social status and distinction. *Marketing Theory*, Vol. 20, pp. 85-102. <http://dx.doi.org/10.1177/1470593119856650>
- Eckhardt, G. M., Houston, M. B., Jiang, B., Lambertson, C., Rindfleisch, A., Zervas, G. (2019). Marketing in the Sharing Economy. *Journal of Marketing*, 83 (5), pp. 5–27.
- Flores, P. J., Jansson, J. (2022). Being innovative, fun, and green? Hedonic and environmental motivations in the use of green innovations. *Journal of Marketing Management*, pp. 1-30. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2022.2062426>
- Gumulya, D. (2020) The role of perceived enjoyment in people’s attitude to accept toy and equipment renting for children: A comparative study between people who have been using the service versus those who have never used the rental service. *Management Science Letters*, Vol. 10, p 2119-2130. DOI: [10.5267/j.msl.2020.1.017](https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.1.017)
- Jacobsen, M. H. (2008) Bauman on Utopia–Welcome to the Hunting Zone. In M. H. Jacobsen and P. Poder (Eds.), *The sociology of Zygmunt Bauman: Challenges and critique*. Routledge.
- Hamari, J., Sjöklint, M., Ukkonen, A. (2015) The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 67(9), pp. 2047-2059. <https://doi.org/10.1002/asi.23552>
- Hofmeister-Tóth, Á. (2003) *Fogyasztói magatartás*. Aula Kiadó, Budapest.
- Hofmeister-Tóth, Á., Kisfűrjesi, N. (2022). Fogyasztói magatartás a likvid modernitásban: Szakirodalmi áttekintés a likvid fogyasztásról. *Vezetéstudomány/Budapest Management Review*, 53(8-9), pp. 30-41. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2022.08-09.03>
- Jakopánecz, E. (2021). #maradjotthon: Koronás élet. A megváltozott élet a COVID-19 járvány ideje alatt. Nagyszámú mélyinterjú kutatás eredményei. *Marketing & Menedzsment*, 55 (Különszám 1.), pp. 19–30. <https://doi.org/10.15170/MM.2021.55.KSZ.01.02>
- Kisfűrjesi, N., Hofmeister-Tóth Á., Debreceni, J. (2022) Hozzáférés-alapú fogyasztás penetrációja tinédzserek körében Magyarországon. *TRANSZFORMATÍV MARKETING Társadalmi és üzleti kihívások integrált marketing-megoldásai*, p.83.

Lamberton, C., Rose, R. (2012). When is ours better than mine? A framework for understanding and altering participation in commercial sharing systems. *Journal of Marketing*, 76(4), pp. 109-125. <https://doi.org/10.1509/jm.10.0368>

Lawson, S. J., Gleim, M. R., Perren, R., Hwang, J. (2016). Freedom from ownership: An exploration of access-based consumption. *Journal of Business Research*, 69(8), pp. 2615–2623. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.04.021>

Marx, Karl (1930), *Capital*, London: Dent.

Minami Luri, A., Ramos, C., Bruscatto Bortoluzzo, A. (2021) Sharing economy versus collaborative consumption: What drives consumers in the new forms of exchange? *Journal of Business Research*, 128, 124-137 <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.01.035>

Moeller, S., Wittkowski, K. (2010). The burdens of ownership: Reasons for preferring renting. *Managing Service Quality*, 20(2), 176-191. <https://doi.org/10.1108/09604521011027598>

Morewedge, C. K., Monga, A., Palmatier, R. W., Shu, S. B., & Small, D. A. (2021) Evolution of Consumption: A Psychological Ownership Framework. *Journal of Marketing*, 85(1), pp. 196–218. <https://doi.org/10.1177/0022242920957007>

Nábrádi, A., Kovács, T. (2020) Sharing economy and its popularity in Hungary and Romania, *Oradea Journal of Business and Economics*, Volume V. Issue 1., 60-71.

Puntoni, S., Reczek, R. W., Giesler, M., & Botti, S. (2021) Consumers and Artificial Intelligence: An Experiential Perspective. *Journal of Marketing*. 85(1), pp. 131–151. <https://doi.org/10.1177/0022242920953847>

Schaeffers, T., Lawson, S.J., Kukar-Kinney, M. (2016) How the burdens of ownership promote consumer usage of access-based services. *Marketing Letters*, Vol. 27, 3, pp. 569–577. <https://doi.org/10.1007/s11002-015-9366-x>

Szedmák, B., Szabó, Zs. R. (2020) Szimfonikus zenekari üzletmodell-innovációk, digitalizáció és "immunitás" a koronavírussal szemben, *Magyar Tudomány*. 181 (6). pp. 817-826. <http://doi.org/10.1556/2065.181.2020.6.10>

Töröcsik, M. (2016) A fogyasztói magatartás új tendenciái. *Vezetéstudomány*. 47 (4), 19-25. <http://dx.doi.org/10.14267/veztud.2016.04.04>

Töröcsik, M., Szűcs, K., Nagy, Á., Lázár, E. (2019) Életstíluscsoportok Magyarországon a digitalizáció korában. *Replika*, 2019 (111): pp. 63–86. <https://doi.org/10.32564/111.5>

Young, A. (2016). Is Staying In the New Going Out? *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2016/04/12/t-magazine/is-staying-in-the-new-going-out>

Online források:

<https://forbes.hu/uzlet/technologia-streaming-mobil/> Letöltve: 2023. július 30.

<https://index.hu/techtud/2023/06/15/streaming-magyarorszag-videtor-elfizetes/> Letöltve: 2023. július 30.

<https://molbubi.hu/hu/hirek/tovabb-szarnyal-a-mol-bubi-a-kozbringa-szolgaltatast-mar-6-millioszor-hasznaltak/> Letöltve: 2023. július 30.

Fenntarthatóság a településmarketingben

KOLNHOFER-DERECSKEI Anita¹, REICHER Regina Zsuzsanna², REMSEI Sándor³

DOI: [10.29180/978-615-6342-76-8_21](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-76-8_21)

Absztrakt

Bolygónk számos társadalmi és ökológiai kihívással néz szembe, és az elmúlt évek eseményeinek hatása komoly nehézségeket okozott minden település életében, függetlenül azok méretétől. Kimutatták, hogy a turizmus fejlődése számos előnnyel jár az érintett területeken, de vannak veszélyei is. A megváltozott fogyasztói szokások és a társadalmi, gazdasági változások a legtöbb település vezetését arra ösztönözte, hogy újragondolja marketingstratégiáját, annak érdekében, hogy választ adhasson az új kihívásokra. Szisztematikus szakirodalmi vizsgálat során a településmarketing áttekintett szakirodalmában 3 tudományos klasztert azonosítottunk, melyek azok a fókuszterületek, mellyel a kutatók foglalkoztak az elmúlt két évtizedben. Egyértelműen azonosítható volt a környezetvédelemmel, környezettudatossággal és a turizmus hatásaival, ökolábnyom kérdéseivel foglalkozó irodalmak halmaza. Jelen vizsgálatunk középpontjában a településmarketing fenntartható fejlődés témakörét felölelő hatás vizsgálata áll. Az SDG (Sustainable Development Goals vagy Fenntartható Fejlődési Célok) egyik markáns eleme a Fenntartható városok és közösségek (11-es cél), melyre a turizmus igen komoly hatással lehet. Ezirányú kutatásunk középpontjában egyrészt a fenntarthatóságot szem előtt tartó infrastruktúra-fejlesztés, másrészt a környezettudatos gondolkodás kialakításának és a kulturális örökség megőrzésének helyzete áll. Vizsgálatunk során SDG tracker (Our World in Data), 11-es célt leíró adatai mellett, az OECD (Organisation for Economic Cooperation and Development) Better Life Index vonatkozó mutatóit tekintjük át. Jelen tanulmányban ezen mutatók rendszerezése, módszertani háttérének vizsgálata történt. A mérőszámok rendszerezése után a jövőben kísérletet teszünk a vizsgálatba bevont földrajzi terület országainak összehasonlítására a vizsgált indexek segítségével.

Kulcsszavak: településmarketing, fenntartható fejlődés, SDG11 OECD

Bevezetés

„A Föld népessége 1350 óta folyamatosan növekszik, de a legnagyobb népességnövekedés az elmúlt évszázad középső évtizedeitől tapasztalható. 1950 óta a Föld népessége megháromszorozódott, ami 2020-ban elérte a 7,8 milliárd főt. 2019-ben a világ népességének közel 60 százaléka hét ország határain belül koncentrálódott. A föld népességének 50%-a alig foglal el pár %-ot a föld területéből.” (novekedes.hu) Gyorsan változó fejlődő világunkban komoly kihívást jelent ezen fejlődés fenntarthatóságának vizsgálata. Szinte minden területen kérdésként merül fel, hogy hogyan mérhetőek ezeknek a változásoknak a hatásai, milyen mérőszámmal lehet legjobban leírni a megismert folyamatokat és az előttünk álló jövőt. Ezekkel a problémákkal a települések fejlesztésével foglalkozó szakemberek is szembesülnek.

¹ Budapest Gazdasági Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Kar, Üzleti Gazdaságtan Tanszék, e-mail: kolnhofer-derecskei.anita@uni-bge.hu, ORCID: 0000-0002-1780-7674

² Budapest Gazdasági Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Kar, Menedzsment Tanszék, reicher.regina@uni-bge.hu, ORCID: 0000-0003-3929-6331

³ Széchenyi István Egyetem, Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar, Nemzetközi és Alkalmazott Közgazdaságtan Tanszék, remsei.sandor@sze.hu, ORCID: 0000-0001-8862-4544

Korábbi kutatásunk során megvizsgáltuk a magyar szakirodalomban található releváns publikációkat és a haza kutatások is rámutattak, hogy a téma interdiszciplináris jellegű, számos tudományterülettel áll kapcsolatban (Majláth et al, 2022) A Scopus, a WoS (Web of Science) és a Sage adatbázis alapján készített szisztematikus irodalomfeldolgozásunk eredményeként a helymarketing témakörében 3 jól körülhatárolható klasztert sikerült azonosítani, melyek különálló egységet képeztek a témán belül (Reicher et al, 2023). Bár önálló klaszterként nem volt azonosítható a fenntarthatóság fogalma, azonban a kulcsszavak előfordulási számát vizsgálva megállapítható volt, hogy a sustainability, sustainable, sustainable destination, stb. kifejezések minden klaszterrel kapcsolatban előfordultak. Ebből arra következtethetünk, hogy a településmarketing területén is fontos fogalomként jelenik meg a fenntarthatóság.

Mérhető világ

Az ún. Stiglitz jelentés (Stiglitz et al, 2010) egyik aggálya éppen a lakókörnyezeti hatásoknak a jólétre gyakorolt hatásának a gazdasági mérhetősége. A jelentés szerint „Az általánosan használt statisztikák nem feltétlenül tudnak „megfogni” bizonyos, az állampolgárok jólétére egyre nagyobb hatással lévő jelenségeket. Például a közlekedési dugók növelhetik a GDP-t (megj. *Gross Domestic Product*) a megnövekedett üzemanyag-fogyasztás révén, azonban nyilvánvalóan nem javítják az emberek életminőségét.” (Stiglitz et al, 2010, 307. oldal)

A szakirodalom és a mutatók elemző áttekintése során feladatunk volt annak feltérképezése, hogy pontosan milyen fogalmi keretrendszerben jelenik meg a fenntarthatóság kérdése, milyen tématerületeken kap hangsúlyos szerepet. Több szervezet is foglalkozik ezekkel a kérdésekkel, számos területet meghatároztak annak érdekében, hogy ezeket a kérdéseket megválaszolják és számos mérőszámot is megpróbáltak kialakítani régiókra, országokra vagy településekre mérve. Az egyik ilyen iránymutatás a települések számára az SDG célok közül az SDG 11, melyet az Egyesült Nemzetek Szervezete (ENSZ) dolgozott ki. A globális mutatórendszer 2017. július 6-án fogadta el a Közgyűlés, és azt a Statisztikai Bizottság munkájáról szóló, a 2030-ig tartó időszakra vonatkozó Fenntartható Fejlődési Menetrendhez kapcsolódó Közgyűlés által elfogadott határozat tartalmazza. A határozat értelmében az indikátorkeretet évente finomítják és átfogóan felülvizsgálják. A globális indikátorkeretet mutatók egészítik ki regionális és nemzeti szinten, amelyet a tagállamok dolgoznak ki. Maga a célrendszer számos kritikát kapott (Mair et al, 2018), de mégis támpontot adhat abban, hogy elkezdhető legyen a fenntartható működés kialakítása.

Ezeket a célokat teljeskörűen támogatja a Gazdasági Együttműködési és Fejlesztési Szervezet (OECD), melynek adatbázisában az SDG célokhoz kapcsolódó mutatószámokon felül is találhatóak országadatok. A jólét dimenziói között kiemelt szerepet kap a környezet (jelenlegi és jövőbeli feltételek), ahogyan ez meg is jelenik az OECD által gondozott Better Life Index (Jobb Élet) vagy BLI mutatóban. A BLI egy kompozit jólétet mérő index, amelyben 38 tagország adatain mintegy 11 téma tükrözi azt, amit az OECD a jólét szempontjából lényegesnek ítélt az anyagi életkörülmények (lakás, jövedelem, munkahely) és az életminőség (közösség, oktatás, környezet, kormányzás, egészség, életelegedettség, biztonság, munka és magánélet egyensúlya) tekintetében. Az index 11 témakörének mindegyike jelenleg egy-négy mutatóra épül. Az egyes témákon belül a mutatókat egyenlő súlyokkal átlagolják. Az értékeket többnyire az egyes országok nemzeti statisztikai hivatala által felvett adatok alapján számítják ki (egységes mértékegységet használva, többnyire arányszámokkal). Jóllehet a mutató még mindig rejt módszertani és elméleti kérdéseket magában (erről bővebben ír, Kulcsár, 2020) mégis talán az egyik leginkább elfogadott és ismert mutató. Az eredményekből 2011 óta kétfévente minden évben megjelenik egy jelentés „How's Life? Measuring Well-being” (Milyen az élet? Jólét mérése) címmel (OECD, 2020) és egy könnyen kezelhető, felhasználó barát felület is segíti az összehasonlítást és a tájékozódást, illetve az egyes adatok közvetlenül, nyers

formában is elérhetőek (az oecd.org oldalról). Míg az online felület a hétköznapi emberek számára készült, addig a jelentések a tagországok kormányai számára teszik elérhetővé és összehasonlíthatóvá a legfrissebb statisztikai adatokat és erre épülő ajánlásokat.

Ahol jó lenni.... – kutatási eredményeink

AZ SDG11 (Fenntartható városok és közösségek), melyhez 10 alcélt és 15 mutatót határoztak meg, részletes áttekintése során megállapítottuk, hogy a 15 mutatóból 6 esetében nem állnak rendelkezésre mérési adatok. A fennmaradó 9 mutató esetében mindössze 4 alkalommal találunk valamilyen arányban publikált adatot, ami lehetőséget ad az országok összehasonlítására, azonban ezek esetében is kevés az országok átfedése, ami lehetőséget adhatna arra, hogy több szempont alapján vessük össze az országokat vagy klaszterekbe rendezhessük azokat. Megvizsgálva az OECD Better Life Index adatbázisát, látható, hogy több SDG11 célhoz tartozó mutatókat is megtalálhatunk az egyéb mutatók között.

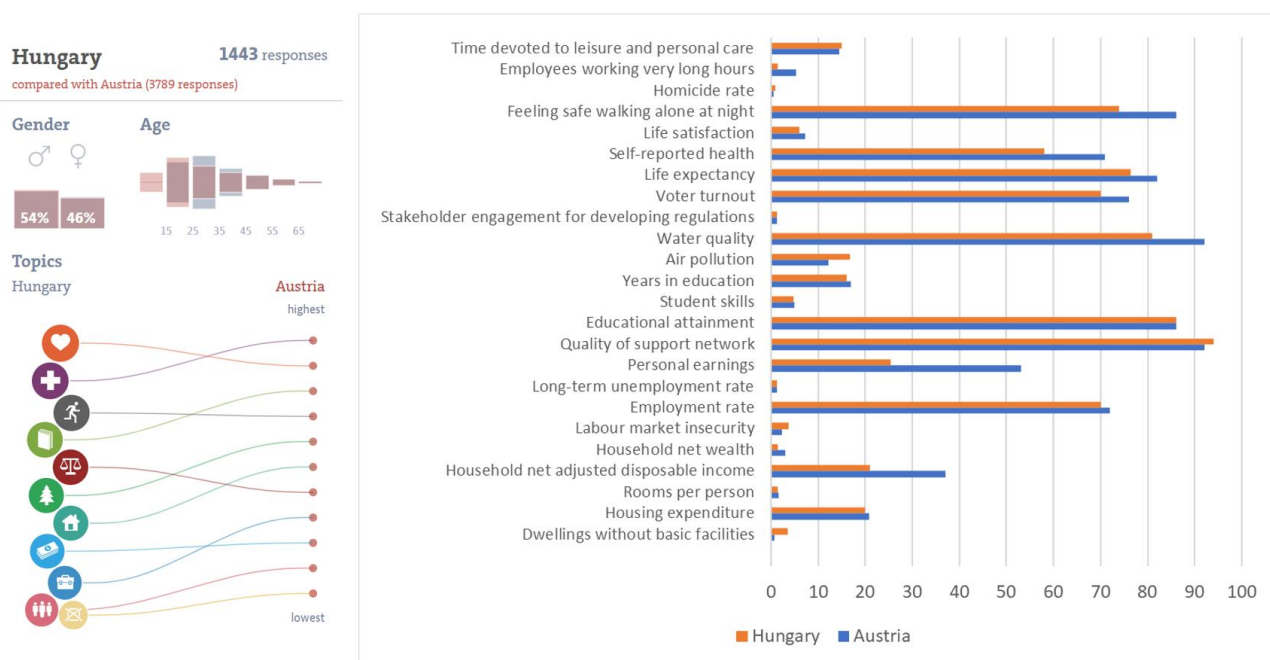
1. táblázat: Az OECD és az SDG11 mutatók összerendelése

OECD	SDG11
Alapellátás nélküli lakások (%-os arány)	A 11.1.1 mutató a nyomornegyedekben, informális településeken vagy nem megfelelő lakhatásban élő városi lakosság aránya
Egy főre jutó szobák aránya	Ez azt méri, hogy a városi lakosság mekkora hányada él nyomornegyedben élő háztartásokban. A nyomornegyed háztartása egy tető alatt élő egyének azon csoportja, akiknél a következő feltételek közül egy vagy több hiányzik: jobb vízellátás, jobb higiénés körülmények, elegendő lakóterület és a lakás tartóssága.
A támogató hálózat minősége (%)	A 11.3.2 mutató azon városok aránya, amelyekben a civil társadalom közvetlenül részt vesz a várostervezésben és -gazdálkodásban, és amelyek rendszeresen és demokratikusan működnek.
Légszennyezés (Mikrogramm per köbméter)	A 11.6.1 mutató a finom por (pl. PM2,5 és PM10) éves átlagos szintje a városokban (népességszámmal súlyozva).
Az érdekeltek bevonása a szabályozás kidolgozásába (Átlagos pontszám)	11.3.2-höz köthető
Biztonságban érzi magát éjszaka egyedül sétálva (%-os arány)	A 11.7.2 mutató a fizikai vagy szexuális zaklatás áldozatává vált személyek aránya nem, életkor, fogyatékosági állapot és előfordulási hely szerint az elmúlt 12 hónapban.

Forrás: saját szerkesztés

Így vizsgálatunkat kizárólag az OECD adatbázisában található országokra fókuszáljuk és az SDG11 célhoz kapcsolódó mutatók közül csak azokat használjuk fel, amelyek az OECD adatbázisában is megjelennek majd. Ez utóbbi esetben azonban „puha” értékek is előfordulnak.

1. ábra: Magyarország és Ausztria vélt (puha) és valós BLI adatainak összevetése



Forrás: OECD.Stat letöltés 2023. 06. 19. A mutatók nevei eredeti nyelven szerepelnek.

Az OECD lehetőséget biztosít a weboldalán a látogatók számára, hogy ők is nyilatkozzanak saját lakhelyükről. Megmutatja, hogy a felhasználók hogyan rangsorolták a jóléti témákat. Az interaktív térképen láthatjuk, hogy melyek azok a változók, amelyek a legnagyobb hangsúllyal jelennek meg világszerte. Példaként Ausztria és Magyarország adatait vetjük az 1. ábrán össze. Míg a magyar válaszadók számára a legfontosabb az étellel való megelégedettség, addig az osztrákok számára az egészség a legfontosabb. Ugyanakkor a konkrét gazdasági mutatók alapján a két ország közötti összehasonlítás a jobb oldalon szerepel.

Ezek után, az OECD mutatói közül kiválasztottuk azokat, amelyekre a válaszadók hangsúlyt helyeztek, feltételezve, hogy számukra e mutatóhoz tartozó pozitív eredmény jelenti az elégedettséget. Hangsúlyozzuk, hogy nem minden kategória került be a kiválasztott mutatók közé és egy kategóriából nem került be minden mutató.

2. táblázat: A kiválasztott OECD mutatók és kategóriái

Kategória	Mutató
Jövedelem	Háztartási nettó kiigazított rendelkezésre álló jövedelem - US dollár
Munkahelyek	Munkaerő-piaci bizonytalanság - Százalék
Oktatás	Képzettségi szint - Százalék
Egészség	A várható élettartam - Évek
Életelégedettség	Életelégedettség - Átlagos pontszám
Munka és magánélet egyensúlya	Szabadidőre és személyes gondoskodásra fordított idő - Órák száma

Forrás: saját szerkesztés

Összefoglalás

Kutatásunk első felében áttekintettük a hazai településmarketing szakirodalmát, majd a szisztematikus irodalomkutatás módszerével feltérképeztük a WoS és a Scopus adatbázisában található kulcsszóra jellemzett településmarketing témával foglalkozó tudományos munkákat. Jelen tanulmányunkban a leírt 3 irodalmi klaszteren átívelő fenntarthatóság fogalmával és annak mérhetőségével foglalkoztunk. Megvizsgáltuk a SDG11 célhoz kapcsolódó indexeket,

valamint az OECD adatbázisában található, a települések, országok élhetőségére vonatkozó mutatókat. Hans Rosling és szerzőtársai *Factfulness* című művében (2018) arra hívja fel a figyelmet, hogy a számok fontosak, de még fontosabbak, hogy megértsük a számok közötti összefüggéseket. Ezért kutatásunk ezen ágának folytatásában a mutatók alapján klaszterelemzést folytatunk, és kísérletet teszünk a vizsgálatba bevont földrajzi terület országainak összehasonlítására a vizsgált indexek segítségével.

Irodalomjegyzék

Kulcsár, L. (2020) Elméleti és módszertani megfontolások az életminőség, a jóllét kutatásához, *Statisztikai Szemle*, 98. ÉVFOLYAM 11. SZÁM, pp. 1239–1287. DOI: 10.20311/stat2020.11.hu1239

Mair, S., Jones, A., Ward, J., Christie, I., Druckman, A., & Lyon, F. (2018) *A critical review of the role of indicators in implementing the sustainable development goals*. Handbook of sustainability science and research, pp. 41-56.

Majláth M., Reicher, R., Zs., Pecze, K., Kolnhofer-Derecskei, A. (2022) Helymarketing, mint kutatási téma: szekunder kutatási eredmények a hazai publikációkra vonatkozóan In: Szegedi, Krisztina (szerk.) *Szemelvények a BGE kutatásaiból* Budapest, Magyarország : Budapesti Gazdasági Egyetem 254 p. pp. 167-172., 6 p. doi: 10.29180/978-615-6342-49-2_19

OECD (2020), *How's Life? 2020: Measuring Well-being*, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/9870c393-en>.

Reicher, R. Zs., Kádár, B., Pecze, K., Majláth, M. (2023) Place marketing as a research topic - secondary research results on international publications, 16th International Conference on Economics and Business CHALLENGES IN THE CARPATHIAN BASIN Towards a new sustainability?, Romania

Rosling, H., Rönnlund, A. R., Rosling, O. (2018) *Factfulness: Wie wir lernen, die Welt so zu sehen, wie sie wirklich ist | Der Bestseller zum Erreichen einer offenen Geisteshaltung für Ansichten und Urteile, die nur auf soliden Fakten basieren*. Ullstein Buchverlage.

Stiglitz E. J., Sen A., Fitoussi J. (2010) A bizottság jelentése a gazdasági teljesítmény és a társadalmi fejlődés méréséről. *Statisztikai Szemle*, 3. sz.

<https://www.oecdbetterlifeindex.org/responses/> (Letöltés dátuma: 2023. július 23.)

<https://sdg-tracker.org/cities> (Letöltés dátuma: 2023. július 23.)

<https://novekedes.hu/elemzesek/a-vilag-nepessege-erdekes-10-terkepben> (Letöltés dátuma: 2023. július 23.)

Teaching Soft Skills in Higher Education

Judit KÓNYI¹, Katalin KISS², Péter Tamás VICZAI³

DOI: [10.29180/978-615-6342-76-8_22](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-76-8_22)

Abstract

Universities have recognized the significance of including soft skills studies in their curricula in order to meet the demand of the labour market in terms of the most important employability skills. Institutions of higher education employ diverse practices of soft skills teaching. The present paper makes an attempt to explore the different approaches and practices of soft skills enhancement in higher education and identify the most efficient methods by examining the soft skills course offerings of some business universities.

The research methodology included primary and secondary, quantitative and qualitative methods: besides conducting a survey with the guest lecturers of the International Week event of a French business university, the authors relied on the content analysis of university webpages and the topic-related literature.

The research revealed that the majority of the universities examined offer comprehensive or single-skill courses integrated in their curricula, while others take the embedded approach, which involves the practice of improving soft skills through diverse activities included in the syllabi of field specific courses.

Keywords:

soft skills, employability skills, higher education, teaching practices

Introduction

The significance of soft skills, especially that of employability skills is getting widely recognized in higher education. Both business managers and the faculties of universities agree that soft skills studies should be included in the curricula and given as much attention as field-specific knowledge acquisition.

The present paper will make an attempt to investigate the different approaches and practices of soft skills enhancement in higher education and identify the most efficient methods by examining the soft skills course offerings of business universities in order to get an insight into possibilities for future improvement of the strategy of soft skills teaching in higher education.

The research methodology included both primary and secondary, quantitative and qualitative methods: besides conducting a survey with the participants of the International Week event of a French business school, the authors relied on the content analysis of university webpages and aimed at producing a synthesis of the topic-related literature.

¹ Budapest Business University, Faculty of International Management and Business, Department of Languages for International Business, e-mail: konyi.judit@uni-bge.hu, ORCID: 0009-0006-2541-501X

² Budapest Business University, Faculty of International Management and Business, Department of Languages for International Business, e-mail: kiss.katalin@uni-bge.hu, ORCID: 0009-0003-6476-5440

³ Budapest Business University, Faculty of International Management and Business, Department of Languages for International Business, e-mail: viczai.petertamas@uni-bge.hu, ORCID: 0009-0005-3831-1220

Gaps between employers' expectations and graduates' skills

Special emphasis should be placed on soft skills at universities as there seems to be a gap between the employers' expectations and the university graduates' skills. It is essential to bridge this gap as the analysis of practical researches conducted by Harvard University, the Carnegie Foundation and the Stanford Research Institute show that the success in the professional sphere depends on the level of soft skills by 75–85%, and on hard skills only by 15–25% (Klaus, 2010; Watts and Watts, 2008). M.M. Robles identifies the following ten soft skills perceived as the most important by business executives: integrity, communication, courtesy, responsibility, social skills, positive attitude, professionalism, flexibility, teamwork, and work ethic (2012).

According to Theurelle-Stein and Barth soft skills are the key to success, they differentiate top managers from others. “ce sont elles qui conditionnent la réussite : ‘ *C’est ce qui fait la différence entre les top managers et les autres* ’ ” (2017).

Interestingly, the soft skills included in the top skills forecast for 2025 of The World Economic Forum highlights different skills from the above mentioned ones: analytical thinking and innovation, active learning and learning strategies, complex problem-solving, critical thinking and analysis, creativity, originality and initiative, leadership and social influence, technology use, monitoring and control, technology design and programming, resilience, stress tolerance and flexibility, and reasoning, problem-solving and ideation (2020).

Approaches to soft skills enhancement at universities

When designing the soft skills teaching programme of universities, the following questions need consideration:

1. Should universities offer independent skills courses or activities specifically targeting the teaching or enhancement of soft skills, integrated in the curriculum, or should soft skills enhancement be embedded, as a “side product”, in the syllabus of the other academic courses?
2. If opting for the former approach, should institutions of higher education teach one single soft skill per course or should they include one comprehensive soft skills course in their programme?
3. In the case of offering a comprehensive course, is it to be accompanied by several individual, ‘single soft skill’ course offerings and other occasional activities?
4. Should the courses have a credit-based assessment?
5. Is it possible to improve the students' soft skills through e-learning programmes on a self-study basis? If so, is this method sufficient to reach the required level of employability skills or should it be accompanied or completed by any of the above learning opportunities?
6. Should the courses be taught through the medium of a foreign language using the Content and Language Integrated Learning (CLIL) method?

A research paper by Melacarne, Orefice and Giampaolo makes a distinction between two approaches of soft skills development. The parallel approach offers students activities in parallel with the curriculum. The activities are recognized by credits or certificates at universities. The authors criticize this approach as these activities have a low impact on the organizational or the teaching culture. The second approach is the embedded approach, which is characterized by the integration of soft skills development in the learning process of the professional courses through creating a simulated environment for students. Innovative, learner-centred educational practices and the change of the teaching culture are needed in order to reach the goal of skills enhancement. The authors conclude that the embedded approach could guarantee more efficiency and more sustainability within the educational organizations as disciplinary and non-disciplinary skills cannot be separated (2018, pp.183-184).

Otmar E. Varela recommends the longitudinal approach to tackle the problem of time constraints and limited practice opportunities. Besides the two credit-based courses of the MBA programmes of the University of Arkansas, one of which includes a two-day workshop, the

author assumes that managerial skills, especially oral presentation, teamwork and critical thinking skills should be developed throughout the whole programme, in all the core courses, that is a combination of embedded and integrated approach is recommended with special emphasis on making soft skills development an integral part of all core courses, through activities like role-playing, case studies, teams projects, simulations. (2020).

However, it can be challenging to develop soft skills embedded in courses. One possible solution is to apply the practices of active-cooperative learning. The example of an essay writing assignment as a team project for the Foreign Language for International Business course at the Budapest Business School may illustrate the diversity of soft skills this activity may involve. The students were instructed to write an essay of 1200 words in teams of four about the current Hungarian tax system in English as a foreign language. The follow-up tasks included peer-evaluation: annotations with critical remarks and the identification of the structural elements of the essay. Besides the obvious academic writing and foreign language skills, team-working, project management, time management, reading, organizing and synthesizing skills, creativity, listening skills, oral communication skill, intercultural competence (with international students in the group), problem-solving, logical and analytical thinking, and critical thinking skills were developed while executing the project work. Drawing the consequences from the inconsistent nature of the essays, it seems that the skills most students lacked were team-working, project management, conflict management, decision-making, organizing and critical thinking skills, several of which are crucial business employability soft skills. From the students' reaction to the teacher's assessment it seemed that they were not aware of the fact that it was not sufficient for every team member to write their part of the essay but individual work had to be preceded by a discussion and mutual agreement on the structure, content, terminology and style of the essay, and, before submission, it needed to be proofread, edited, and revised in collaboration with all the team members.

Another, although more time-consuming option of embedding soft skills in academic courses is the recreation in class of the same conditions as in real life to experiment forms of thinking and actions ([Melacarne](#) et al. 2018, p.182). This is possible by experiential learning, defined as “the process of learning by doing”, and “by engaging students in hands-on experiences and reflection, they are better able to connect theories and knowledge learned in the classroom to real-world situations” (Kent State University).

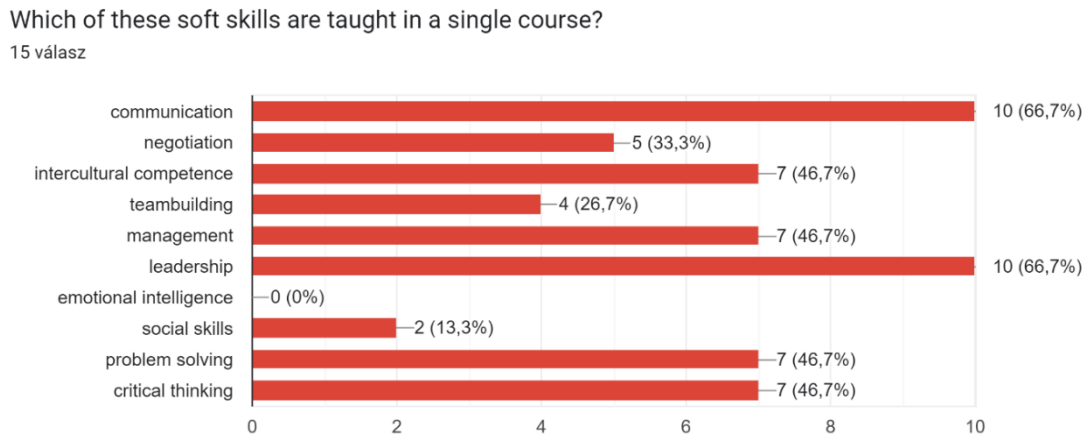
Soft skills course offerings of business universities

A mini-survey was conducted online in January 2023. The respondents were lecturers of the following business universities or business faculties of universities : University of Sherbrooke, Business Administration (Canada), University of North Carolina at Charlotte (USA), John Moores University(UK), Liverpool John Moores University (UK), Dokuz Eylül University / Business Faculty (Turkey), Lappeenranta-Lahti University of Technology, LUT Business School (Finland), Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar (Hungary), Universidad de los Andes, School of Business Economics (Chile), EM Normandie Business School (France), University of Pavia (Italy), Prague University of Economics and Business (Check Republic), Tec de Monterrey (Mexico, two respondents), University Lyon 3 - School of management iaelyon (France), CESA Colombia (Colombia). The questionnaire was filled in anonymously and consisted of ten multiple-choice questions.

The result of the survey was as follows: 66,7% of the respondents said that there was a comprehensive soft skills course integrated in the curriculum at their university. Similarly,

66,7% of the skills courses are core subjects, and only 33,3% are electives. Based on the questionnaire, several business soft skills are taught in a single course, as well (see Fig. 1).

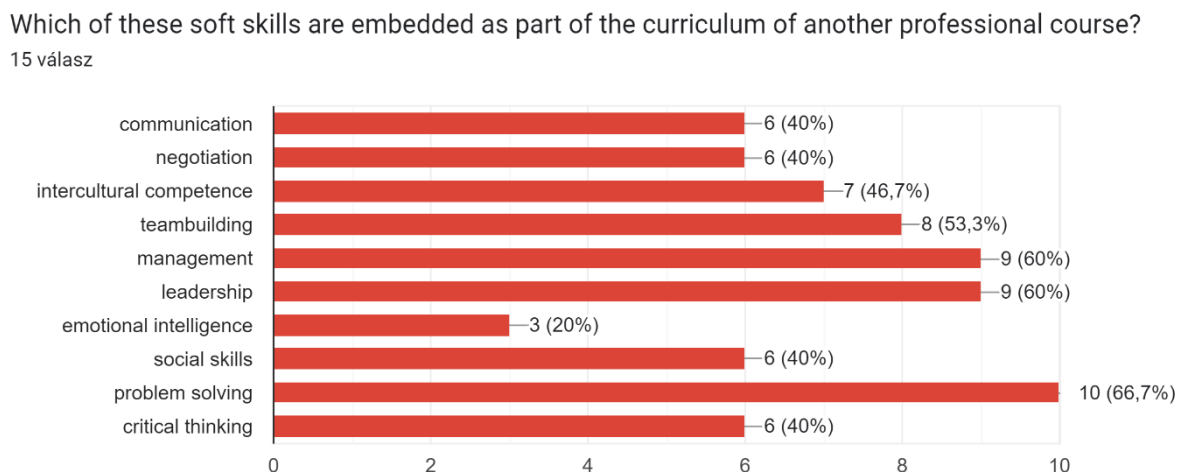
Figure 1: *Soft skills taught individually, in a single course*



Source: *authors' own research*

From the above chart it is obvious that the most popular single course soft skills at the respondents' institutions are communication, leadership skills, intercultural competence, management, problem solving and critical thinking. At the same time business soft skills, especially management (60%), leadership (60%), problem solving (66,7%) and team-building (53,3%) are also embedded in the curriculum of another professional course (see Fig.2).

Figure 2: *Soft skills embedded in the curriculum of another professional course*

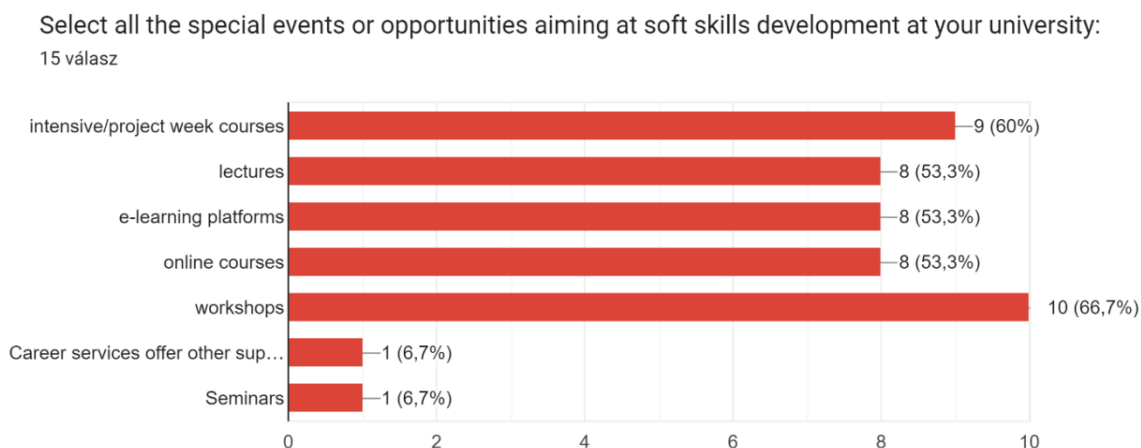


Source: *authors' own research*

Business soft skills, especially intercultural competence and communication are improved as part of the curriculum of a language course, while 60% of the respondents' universities turn to the Content and Language Integrated Learning method when offering soft skills courses in a foreign language. In 86,7% of the institutions observed the soft skills courses, both comprehensive and single soft skill courses are credit based. Besides these, the majority

of the universities also organize special events with the objective of enhancing the students' soft skills (see Fig.3).

Figure 3: *Special event aiming at soft skills development*



Source: *authors' own research*

As a summary of the findings of the survey, it can be concluded that the majority of the institutions examined offer both integrated and single soft skill courses as credit-based core subjects. These courses can be conducted in a foreign language and complemented by special skills enhancement events like workshops or project week courses.

Conclusion

As the above research demonstrates, institutions of higher education have recognized the significance of soft skills for graduates entering the labour market. Focusing on those which are regarded as essential employability skills by employers, diverse approaches and different practices may be employed for soft skills teaching or development. Universities may design credit-based courses which are integrated in the curriculum as core subjects or electives. The integrated course offerings may include a selection of independent courses targeting the teaching of one specific soft skill or a comprehensive course incorporating several ones. Taking the integrated approach, many universities offer both types of courses.

The coverage of soft skills may be completed by occasional, short-term trainings, workshops or lectures. Some universities also invite coaching experts, professional groups, and human resource managers (Loup et al. 2017). The embedded approach involves the practice of improving soft skills through assignments and activities, for instance simulations, case studies, team projects or presentations, included in the syllabus of the professional, field-specific courses. Furthermore, universities may offer online materials for self-study, for example e-learning programmes to enhance the students' soft skills level and knowledge.

A combination of the integrated and the embedded approach preferably with the application of the CLIL method is recommended in order to increase the intensity and efficiency of the teaching of soft skills. A continuous, longitudinal immersion in skills development is needed to raise the awareness of both the faculties and the students and improve their motivation while seeking untapped opportunities and creative strategies of the teaching of soft skills.

References

- Kent State University. What is experiential learning and why is it important? <https://www.kent.edu/community/what-experiential-learning-and-why-it-important> Accessed: 20 April 2023.
- Klaus, P. (2010). Communication breakdown. *California Job Journal*, 28 (1248), pp. 1-9.
- Loup, C., Kornegay, J., & Morgan, J. (2017). Career exploration and soft skills: Preparing students for success. <https://www.acteonline.org/wp-content/uploads/2018/05/Techniques-January2017-CareerExplorationSoftSkills.pdf> Accessed: 15 April 2023.
- Melacarne, C., Orefice, C., & Giampaolo, M. (2018). Supporting Key Competences And Soft Skills In Higher Education. *Educazione in età adulta*, 181. Firenze University Press.
- Robles, M. M. (2012). Executive perceptions of the top 10 soft skills needed in today's workplace. *Business communication quarterly*, 75(4), pp. 453-465. <https://homepages.se.edu/cvonbergen/files/2013/01/Executive-Perceptions-of-the-Top-10-Soft-Skills-Needed-in-Todays-Workplace.pdf> Accessed: 10 April 2023.
- Theurelle-Stein, D., & Barth, I. (2017). Les soft skills au cœur du portefeuille de compétences des managers de demain 1. *Revue management et avenir*, (5), pp. 129-151. <https://www.cairn.info/revue-management-et-avenir-2017-5-page-129.htm> Accessed: 10 April 2023.
- Varela, O. E. (2020). Teaching core soft skills into business curriculum: Can we teach longitudinally? *Journal of Education for Business*, 95(3), pp. 180-192. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/08832323.2019.1627992> Accessed: 10 April 2023.
- Watts, M., & Watts, R. K. (2008). Developing soft skills in students". <http://108.cgpublisher.com/proposals/64/index.html> Accessed: 28 May 2023.
- World Economic Forum. (2020). *These are the top 10 job skills of tomorrow – and how long it takes to learn them*, Retrieved 2 June 2023 <https://www.weforum.org/agenda/2020/10/top-10-work-skills-of-tomorrow-how-long-it-takes-to-learn-them/> Accessed: 28 May 2023.

A gazdaságtudomány ajándéka a nemzetbiztonságnak: Oliver Haywood szerepe a játékelméletben

KOUDELA Pál¹

DOI: [10.29180/978-615-6342-76-8_23](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-76-8_23)

Absztrakt

A játékelmélet matematikai elemzési módszer, amit Neumann János alkotott a közgazdaságtudomány számára, s a legfontosabb alkalmazási területe máig is az. A második világháborúban ugyan megjelent katonai területen történő felhasználása is, a legfontosabb áttörését azonban azok a tankönyvbe szánt példák jelentették adták, melyek Oliver Haywood nevéhez kötődtek az ötvenes évek elején. Haywood neve és munkássága hazánkban alig ismert, noha az amerikai katonai, nemzetbiztonsági és biztonságpolitikai gondolkodást alapjaiban változtatta meg, s olyan tudományos és gyakorlati fejlődéshez vezetett, melynek hatásterülete szinte áttekinthetetlen, s melynek – Harsányi János személyében – ugyancsak kiemelkedő a magyar vonatkozása. Az alábbiakban, történeti és elméleti kiindulópontként Haywood első elemzéseinek szentelünk figyelmet. Haywood második világháborús csatákat elemzett, sikeresen bemutatva, hogy a kétszereplős játékelméleti modellek alkalmazhatóak a katonai döntéselméletben is. A Haywood által alkalmazott játékelmélet célja elsősorban az volt, hogy a katonai doktrína problémáit a játékelmélet terminológiájával és keretrendszerével magyarázza, s hogy bemutassa, a döntéselmélet és a játékelmélet nem különbözik egy olyan helyzetben, ahol a „minimax” és „maximin” stratégiák egyenlő értékűek, a stratégiai döntések párosíthatók. Munkái azonban hosszú évtizedekre meghatározták a hadtudományi oktatást és elemzést, s ezzel a játékelméletet a katonai stratégiai gondolkodás eszközüvé emelték az Egyesült Államokban, teret nyitva a nem teljes információs modellek fejlődésének is.

Bevezetés

A játékelmélet, mint matematikai modellezési eljárás egészen a 18. század elejére nyúlik vissza, s mint neve is mutatja, elsőként a kártyajátékok stratégiai elemzésére alkották meg (Bellhouse 2007). A döntéselmélet ugyanakkor még ennél is tágabb tudományos gyökerekkel és nagyobb múlttal rendelkezik, és azt az elméleti helyzetet képezi le, amit ma racionális döntési szituációnak nevezünk. A várható érték fogalma, elképzelése azon a feltételezésen alapszik, hogy a különböző cselekedeteink mindegyike egynél több lehetséges eredményhez vezethet, melyeknek valószínűsége is eltérő. Ilyen esetben a feladat tehát az, hogy ezeket racionális döntésként értelmezve, a következményeket is figyelembe véve, az egyes kimenetekhez hozzárendeljük a valószínűségek értékeit, és a szereplők döntéseinek kockázatát is meghatározzuk ezáltal. Ha saját döntési helyzetünkben használjuk ezt a gondolatkonstrukciót, akkor a legnagyobb várható értéket kell választanunk. Maga a gondolati séma egészen a 16. századig és Pascalig, ill. a 17. században élt Bernoulliig nyúlik vissza (Schoemaker 1982), s a racionális döntéshozás és racionális szereplők Adam Smith óta a neoklasszikus közgazdaságtan alapját képezik, John Stuart Mill óta pedig az utilitarista politikai gazdaságtannak és filozófiának is meghatározó elemévé váltak.

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

A játékelmélet önálló tudományággá azonban csak a huszadik században vált, s létrejöttét Neumann János híres, 1928-ban megjelent tanulmányához szokták kötni (Neumann 1928). Első alapvetése, összefoglaló kötete a második világháború alatt jelent meg Neumann János és Oscar Morgenstern tollából (Neumann – Morgenstern 1944), melynek 641 oldala leginkább matematikai modelleket tartalmaz, alapvetően a Bernoulli által megteremtett elméleti alapokra építve, alkalmazott példáiban pedig a közgazdaságtan Pareto és Veblen által fémjelzett utilitarista ágához kötődik. A világháború alatt azonban az alkalmazott játékelmélet ritka tökéletes információs modelljei² helyett a kormányok érdeklődése egyre inkább a nem tökéletes, ill. nem teljes információs modellek felé tolódott.

A játékelmélet a második világháború utáni évekig megmaradt a közgazdaságtudomány alkalmazási területén, ott is elsősorban az elméleti munkák alkalmazták a gyakorlati példákat, s nem a gyakorlat használta az elméletet. (Természetesen csak akkor, ha eltekintünk a döntéselmélet évszázados alkalmazási gyakorlatától.) Az első gyakorlati hadtudományi elemzés az ötvenes években Oliver Haywood tábornokhoz³ fűződik, aki főként a katonai műveletek játékelméleti kutatásának a hadtudományi oktatásban való meghonosítására törekedett⁴. Az ekkor rendelkezésre álló játékelméleti alapok főként kétszereplős játékokat elemeztek, ami alapvetően megfelelt a háborúkban vívott csaták modellezésére, még csak nem is volt szükség sok csata részleteinek feldolgozására hozzá. A katonai doktrína két lehetséges megközelítésből indult ki ekkor: a katonai parancsnok vagy azt becsülte meg, hogy az ellenfele mit lenne képes tenni az ő ellenében, vagy azt, hogy mit fog ténylegesen tenni – másképpen fogalmazva: a lehetőségek és a szándékok feltérképezése két eltérő modellt feltételezett. Az Egyesült Államokban a lehetőségekre épülő doktrína volt érvényben, a parancsnok tehát választás elé került, hogy a lehetséges kimenetek közül a legkedvezőbb mellett döntsön az ellenség lehetőségeinek figyelembevételével.

Az első katonai elemzések

Haywood egyik első elemzése a Bismarck-tengeri csata modellezése volt. A csata a második világháború csendes-óceáni hadszínterén zajlott az amerikai és japán haditengerészet között 1943. március 2. és 4. között. Az amerikai hírszerzés csupán annyi információhoz jutott, hogy a japánok Rabaulból az új-guineai Lae-ba tengeren küldenek erősítést. A légierő élén álló parancsnok, Kenney tábornok azt az utasítást kapta a csendes-óceáni haderő parancsnokától, Douglas MacArthurtól, hogy semmisítse meg a japán konvojt. Annyi kiegészítő információ befolyásolta még a döntést, hogy Új-Britannia szigetének északi oldalán esős idő, rossz látási viszonyok, míg a déli oldalon napsütés és jó látási feltételek voltak várhatók. A japán hajók számára mindkét útvonal három napig tartott volna, az amerikai légierő számára a gyors mobilitás lehetővé tette, hogy bármelyik oldalról hamar bombázni kezdhessék a japán konvojt. Mivel mindkét parancsnok számára két-két döntési lehetőség adódott, négyféle kimenet volt lehetséges (Rodman 2005). Míg az amerikai vezetés számára az volt a cél, hogy minél több napig bombázhassák a japán konvojt, a japánoké értelemszerűen éppen az ellenkezője. Azt azonban egyik parancsnok sem tudta megjósolni, hogy döntése melyik lehetséges kimenetet hozza magával. Az amerikaiak számára, ha az északi oldalra koncentrálnak légi erejüket a következő két eshetőség adódott. Ha a japán konvoj északon halad, a rossz látási feltételek miatt

² A teljes és a tökéletes információ, ha a döntéshozó vagy minden szereplő összes lehetséges stratégiáját és nyereségét vagy a szereplők összes korábbi döntését ismeri. A póker pl. teljes, de nem tökéletes információjú játék.

³ 1947 után ismét századosi rangban, tekintettel arra, hogy ezredesi kinevezése csak a háborúra szólt.

⁴ Haywood a háború után a Manhattan Tervnek dolgozott, 1950-ben már Teller Edével a Los Alamosi Nemzeti Laboratóriumban.

várhatóan csak a második napon sikerül lokalizálni a japán hajókat, s a bombázást megkezdeni, így az két napig tarthat majd. Ha a japán flotta délen halad, akkor a látás és lokalizálás könnyű és gyors, viszont a csapatok átvezénylése vesz el egy napot a háromból, így szintén két nap marad a tényleges bombázásra. A másik döntés Kenney tábornok számára az lehetett, hogy délen koncentrálja haderejét. Ebben az esetben, ha a japánok északot választják, akkor a rossz látási feltételek és a nagy távolság miatt csak egy nap marad a támadásra. Másfelől, ha a japánok is a déli útvonalat választják, gyakorlatilag Raboulból való indulásuk után azonnal megtalálják a hajókat, s három teljes napon át végezhetnek támadásokat az amerikaiak. Az amerikai döntési mechanizmus, a maga öt lépésében azt kívánta, hogy a lehető legnagyobb várható haszon mellett döntsenek minden, az ellenfél döntéséből adódó lehetőség figyelembevételével. Kenney tehát az északi utat kellett válassza, ahol mindkét eshetőség esetén két nap bombázás volt várható, míg a déli út választásával fennállt egy ennél kedvezőtlenebb lehetőség is. Kenney meghozta döntését: észak felé vezényelte katonáit. A japán vezetés számára ugyancsak két lehetőség adódott. Ha északra hajóznak maximum két napi bombázásra számíthatnak, míg déli útvonal esetén már háromra. Mivel a várható veszteségek minimalizálására törekedtek, érthető, hogy az északi útvonalat kellett, hogy válasszák. Annak ellenére, hogy a japánok hatalmas megsemmisítő vereséget szenvedtek a bombázások következtében (Bergeud 2000), a vezetésük döntése mégis megfontoltnak tekinthető. A japánok ismerete arra terjedt ki, hogy két hónappal korábban egy hasonló akció sikeres volt, arra azonban már nem, hogy az amerikaiak új bombázási technikát fognak alkalmazni. Az Egyesült Államok győzelme tehát az amerikai stratégia, nem pedig japán hiba eredménye volt. Játékelméleti mátrixban a következőképpen vázolta Haywood a helyzetet 1954-ben. (1.sz. táblázat)

1. táblázat: A Bismarck-tengeri csata döntési lehetőségei

		Japán stratégia	
		Északi út	Déli út
USA stratégiája (Kenney)	Északi út	2 nap	2 nap
	Déli út	1 nap	3 nap

Forrás: Haywood (1954) *i.m. p. 370.*

Mivel Kenney tábornok stratégiája az volt, hogy a legkisebb haszonlehetőségek közül a legnagyobbat válassza, vagyis „maximin” stratégiát válasszon, a 2-2 és az 1-3 közül a legalább két napot választotta. A japán stratégia viszont a lehetséges kimenetek legkevésbé rossz szcenárióját célozta, vagyis „minimax” döntést választott (a lehetséges legrosszabb kimenetek közül, vagyis a 2-1 és a 2-3 nap közül a legkisebbet a 2-1-et választotta). Játékelméleti nyelven szólva ez egy kétszemélyes zéró összegű játszma volt.

Haywood a fenti példát arra használta, hogy bemutassa, a döntéselmélet és a játékelmélet nem különbözik egy olyan helyzetben, ahol a „minimax” és „maximin” stratégiák egyenlő értékűek, a stratégiai döntések párosíthatók. Egy ilyen helyzetben a döntést az sem befolyásolja, ha kiderül az ellenfél döntési szándéka, legfeljebb akkor, ha ostoba döntést készül hozni. Ahhoz, hogy bemutassa, más lehetőség is létezik, Haywood egy másik történeti példát is elemez. A normandiai partraszállás egyik hadművelete 1944. augusztus 7-én Avranches település mellett zajlott. A frontvonal déli csücskében ekkor egy rés keletkezett, amelynek északi oldalán az amerikai első, déli oldalán a harmadik hadosztály állomásozott, a megszállt francia területet pedig a német kilencedik hadtest védte. Az amerikai Bradley tábornok számára három döntés

kínálkozott lehetőségként: vagy visszahívja csapatait, hogy ezzel megvédje a keletkezett átjárót, vagy keletnek vezényli katonáit, hogy így a német visszavonulást megzavarja vagy esetleg elvágja azt, ill. volt egy harmadik lehetősége, hogy egy napig meglévő helyzetükben hagyja a csapatokat. A németek számára csak két lehetőség adódott: megtámadni a rést vagy visszavonulni. A helyzet ilyenképpen hatféle kombinációt eredményezett. Mivel Bradley az elemző fél, ő a maximalizáló stratégia, s habár a következményeket nem lehet értékskálán mérni, a játékosok számára a rangsor viszonylag egyértelmű így is. (2.sz. táblázat)

2. táblázat: Az Avrances-i front lehetséges csatái

		Von Kluge stratégiái		A sorok minimuma
		Támadni a rést	Visszavonulni	
Bradley stratégiái	Megerősíteni a rést	A rés marad	Gyenge nyomás a német visszavonulásra	A rés marad
	Keletnek vonulni	A rést elzárják	Erős nyomás a német visszavonulásra	A rést elzárják
	Helyben maradni	A rés marad, a németeket körülzárják	Közepes nyomás a német visszavonulásra	Közepes nyomás a német visszavonulásra (maximin)
Az oszlopok maximuma		A rés marad, a németeket körülzárják	Erős nyomás a német visszavonulásra (minimax)	

Forrás: Haywood (1954) i.m. p. 376.

Amint látható, ebben a mátrixban a minimax és a maximin stratégiák nem egyeznek, így párosítani sem lehet a stratégiákat. Az ellenfél szándékának ismerete pedig nagymértékben befolyásolhatja a döntéseket. A valóságban mindkét tábornok racionális döntést hozott, de von Kluge már nem hajthatta az övét végre, mert Hitler parancsára támadni kényszerült. A veszteségük így katasztrofális volt, s a német tábornok ezt követően öngyilkosságot követett el (Cawthorne 2005).

Katonai oktatásból nemzetbiztonsági eszközzé

Az ötvenes években az alkalmazott játékelmélet célja elsősorban az volt, hogy a katonai doktrína problémáit a játékelmélet terminológiájával és keretrendszerével magyarázza. Haywood munkái hosszú évtizedekre meghatározták a hadtudományi oktatást, s ezzel a játékelméletet a katonai stratégiai gondolkodás eszközüvé emelték az Egyesült Államokban. Haywood azonban nem csupán a szimpla stratégiai lehetőségeket elemezte ezen két világháborús példán keresztül, hanem a kevert stratégiákat is, azok alkalmazási lehetőségét is bemutatta. Ennek alapját továbbra is Neumann Jánostól vette, s a döntési lehetőségek köztes megoldásainak maximalizálására alkalmas döntési mechanizmus bemutatására törekedett. Az ötvenes évek elemzése szerint a kevert stratégia egyfelől számos kockázattal jár: legfőképpen a bekalkulált veszteségekkel. Ám mellőzésük – különösen hiányos erőforrások, és/vagy, ami

később még fontosabbá vált, hiányos információk esetén, illetve ha a veszteségek nem elfogadhatók – arra kényszerítheti a döntéshozót, hogy az ellenfél lehetőségeinek becslése alapján döntsön. Ez utóbbit viszont csak a saját elvárásai alapján tudja meghozni, vagyis például akkor, ha hasonló fokú racionalitást feltételez az ellenfél logikájában is. Az ilyen veszteségekkel is számító modell érvénytelen volt egy olyan hidegháborús helyzetben, amikor már az egyetlen lépés után bekövetkező veszteség is végzetes lehetett.

Haywood elemzései egy újfajta gondolkodásmódot honosítottak meg az amerikai katonai vezetésben, ami szükségszerűen alkalmazkodott a megváltozott feltételekhez, s további fejlődést kívánt. Ebben a helyzetben egyértelműen adódott a kutatócsoportok bővítésének és a használt módszerek fejlesztésének igénye.

Következtetések

A játékelmélet a hidegháborúban vált a nemzetközi kapcsolatokban és katonai területen is széleskörben alkalmazott módszerré. A játékelmélet használata a hetvenes évek katonai döntéshozatali folyamatában még nagyon hasonló volt ahhoz, amit az ötvenes években láttunk. A katonai döntéseket nem csupán az adott hadsereg erejének és lehetőségeinek figyelembevételével, hanem politikai helyzetét is beszámítva kellett meghozni, a döntéshozatal játékelméleti modellezése tehát lényegében nehezen volt különválasztható (Robinson 1970). Haywood nem egyszerűen a későbbi katonai elemzések kiemelt példájává és alapkövévé tette a játékelméletet (Beebe 1957; Luce – Raiffa 1957; Quade – Boucher 1968), az az amerikai Haditengerészeti Főiskola tananyagának szerves részévé vált, később pedig az amerikai hadtörténet toposzává nőtte ki magát (Blumenson 1961; Brams 1975). Ma már nem csak amerikai egyetemeken tananyag, hanem számos más országban is, pl. Németországban a Ruhr-Universität Bochum képzésein önálló tantárgyként szerepel (Martinez 2017). Jelentőségén az sem változtat, hogy a 1954 után évtizedekkel elérhetővé vált források fényében a Haywood által elemzett csaták döntéseinek történeti részletei nem voltak pontosak (Ravid 1990). Haywood veti fel elsőként a zéró összegű játszmák problémáit, a játékok irracionális elemeit és a nemteljes információ okozta elméleti nehézségek megoldásának szükségességét, ami Selten (1965) és Harsányi (1967) munkáiban válik az új paradigma alapjává. Haywood (1951: 9) mutatta meg a dinamikus játékok véletlenszerű eseményekkel történő tervezésének szükségszerűségét, mivel csak ezen feltételek teszik lehetővé az egyéb potenciális fenyegetések figyelembe vételét és a gyorsan változó körülményekhez szükséges alkalmazkodást.

Thomas Schelling játékelméleti munkásságának hatására az amerikai vezetés elfogadta, hogy a nukleáris fegyverek csak elrettentő eszközként lehetnek hasznosak, létrejött a MAD-doktrína⁵, a fizikai verseny mellett egyre nőtt az információszerzés szerepe, 1950-ben a RAND Corporation-nál dolgozó Merrill M. Flood és Melvin Dresher megalkotta a fogoly dilemmát, egy másik kutatócsoport az 1960-as években olyan áttörést ért el a nem teljes információs játékelméleti kutatásokban, melynek eredményeként a magyar származású Harsányi Jánost (két társával) 1994-ben Nobel-díjjal jutalmazták. A játékelmélet meghatározó eszközzé vált a katonai elemzésekben, a nemzetbiztonságban, a biztonságpolitikában, majd később a rendészettudományban is, Haywood munkásságát a nyolcvanas években már „klasszikusnak” minősítették (Coleman 1982: 48).

⁵ Mutually Assured Destruction (MAD), vagyis kölcsönösen biztosított megsemmisítés doktrínája, mely kimondja, hogy az atomfegyverkezés már elért szintjén bármilyen harc szükségszerűen mindkét fél teljes pusztulásával jár, ezért a háborúnak nem lehet győztese.

Irodalomjegyzék

Beebe, R. P. (1957). *Military Decision From the Viewpoint of Game Theory*. Newport: U.S. Naval War College.

Bellhouse, D. (2007). The Problem of Waldegrave. *Journal Électronique d'Histoire des Probabilités et de la Statistique*, 3(2): <http://www.jehps.net/Decembre2007/Bellhouse.pdf> (letöltve: 2023. 07. 06).

Bergeud, E. M. (2000). *Fire in the Sky: The Air War in the South Pacific*. Boulder: Westview Press.

Blumenson, M. (1961). *Breakout and Pursuit, United States Army in World War II*. Washington: Office of the Chief of Military History, Dept. of the Army.

Boucher, W. I, & Quade, E. S. (1968). *Systems Analysis and Policy Planning*. New York: Elsevier.

Brams, S. J. (1975). *Game Theory and Politics*. New York: Free Press.

Coleman, A. (1982). *Game Theory and Experimental Games*. Oxford: Pergamon Press.

Cawthorne, N. (2005). *Victory in World War II*. London: Capella.

Harsanyi, J. (1967). Games with Incomplete Information Played by “Bayesian” Players, I–III. Part I. The Basic Model, *Management Science* 14(3): 159–82.

Luce, R. D. & Raiffa, H. (1957). *Games and Decisions*. New York: John Wiley.; Quade, E. S., – W. I.

Martinez, L. (2017). *Seminar in Game Theory and Military Decision-Making (M.Sc.)*. Irodalomjegyzék. https://www.wiwi.ruhr-uni-bochum.de/mam/content/mikro/seminarthemen_master_ws16_17.pdf (letöltve: 2017. 07. 06.)

Neumann, J. v. (1928). Zur Theorie der Gesellschaftsspiele. *Mathematische Annalen*, 100(1) 295–320.

Neumann, J. von & Morgenstern, O. (1944). *Theory Of Games And Economic Behavior*. Princeton: Princeton University Press.

Ravid, I. (1990). Military Decision, Game Theory and Intelligence. An Anecdote. *Operations Research*, 38(2) 260–264.

Robinson, T. W. (1970). *Game Theory and Politics: Recent Soviet Views*. Santa Monica: Rand Corporation.

Rodman, M. K. (2005). *A War of Their Own: Bombers Over the Southwest Pacific*. Maxwell Air Force Base, Alabama: Air University.

Schoemaker, P. J. H. (1982). The Expected Utility Model: Its Variants, Purposes, Evidence and Limitations. *Journal of Economic Literature*, 20(2) 529–563.

Selten, R. (1965). Spieltheoretische Behandlung eines Oligopolmodells mit Nachfragerträgeit,

Zeitschrift für die gesamte Staatswissenschaft, 121: 301–24 és 667–89.

Reconsidering Places and Spaces in Retail Business

András KOVÁCS¹, Vanda PAPP², Ibolya VÁRNAI³

DOI: [10.29180/978-615-6342-76-8_24](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-76-8_24)

Abstract

Our study points out the role and importance of geographic and digital spaces in terms of commercial company strategies. The purpose of the analysis is to shed light on the business challenges caused by the technological and social space revolution of the past decades from the point of view of spatiality. In order to highlight the importance of online and offline spaces and their impact on the sales and location strategy, in our study we analyze the main characteristics of each sales space separately, chronologically. The findings of our synthesis point out the importance of developing space-oriented, space-bound location and distribution strategies in order to achieve and maintain business success. Our most important conclusion is that today's retail strategy is a strategy integrated both online and offline, as a result of which retail companies are able to implement the omnichannel marketing concept.

Keywords: space, sales, online space, offline space, location, distribution, omnichannel marketing

Introduction

The „shop” form of retail, as we know it today, is the product of the 19th century, its rapid development started then, alongside with industrialization and urbanization processes in the most developed countries of the world (Sikos T. – Hoffmann, 2004).

However, the location issues of the sale and purchase transaction go back to much earlier times, as old as the appearance of the exchange. In our study, we introduce how the areas and places where products are bought and sold have gone through an evolutionary process, starting from "simple" geographical location problems how we arrive to today's digital world, from the ancient agoras to the digital marketplaces of social media and metaverses.

In our study, we provide an analytical evaluation of the spatial representation of retail transactions, pointing out the impact of the "spatial revolution" and "spatial turn" of the past decades on the change in retail sales models, also considering the depictable changes in customer behavior. Our approach is applied business science, regional science (social spatial science), and also applies the models and thinking of classical and postmodern geography.

¹ Budapest Business University, Faculty of Commerce, Hospitality and Tourism, Department of Commerce, e-mail: kovacs.andras2@uni-bge.hu

² Budapest Business University, Faculty of Commerce, Hospitality and Tourism, Department of Commerce, e-mail: papp.vanda@uni-bge.hu

³ Edutus University, Faculty of Economics, e-mail: varnai.ibolya@udutus.hu

The importance of spaces and places in commerce

Spatial aspects of sales processes have always played a key role in trade due to their strategic importance. The business location, the geographical location of the transaction, was decisive even in the most ancient forms of sales (e.g., marketplaces), since it was here that the seller and the buyer met, that is, in a figurative sense, demand and supply (Cliquet, 2020). The evolution of commercial formats and the appearance of larger and larger, and more complex commercial centers (shopping centers, hypermarkets) made the question of location even more important. The ever-increasing investment costs of large-scale commercial facilities have focused even more attention on the importance of identifying the optimal commercial location. Today's "classic" models of optimal site selection (Christaller, Lösch, Berry) date back to the first half of the century (Sikos T., 2000).

The "spatial revolution" of the new millennium have resulted in the appearance of new spaces on the one hand (e.g., online space, social media space), and, on the other hand, new spatial discourses have also started in social sciences (postmodern spatial interpretations) (Berki, 2015; Faragó, 2019).

The evolution of "spatial existence" and the appearance of new spaces and places had a significant impact on trade and the spatial distribution of goods in both trade and marketing theory (Kovács, 2017). Not only have new sales channels appeared in recent decades (online, mobile, etc.), but increasingly complex space-focused business, marketing and sales strategies have become necessary. The omnichannel concept does not only optimize the spatial path of goods, but also coordinates channel policy, communication, database marketing, market analysis and other related marketing areas in order to achieve the highest possible customer satisfaction and customer experience (Sikos – Kozák – Kovács, 2020).

In the next part of our study, we discuss the importance of "classic" and modern spaces from the point of view of corporate commercial and sales strategies. We aim to point out the importance and specificity of each "spatial layer" and "spatial narrative" from a retail point of view. Due to limitations in length – obviously – we only highlight the most characteristic features of each space.

The "classical" spatial world - the problem of optimal geographical location

To date, the "classical" geographical space is of decisive importance in the delivery of products and services from producers to consumers. The geographical (external) space (Nemes Nagy, 2009), its elements, the hierarchies and distances between them fundamentally influence the success of commercial enterprises.

In trade, the geographical space is the "receiving medium", in which, on the one hand, businesses determine the (thought to be) optimal locations where they organize the sale of products, and on the other hand, they build the distribution system with the help of which the goods – with the cooperation of various market players – are delivered from the producers to the consumers. Geographical spaces are the most "rigid" spatial worlds, and when defining the sales strategy goals of businesses, the greatest care must be taken here, since the success of stores connected to the above-mentioned space in the long term, depends on the capabilities (purchasing power) of the market (business catchment area) directly surrounding them. Quoting Pál Beluszky, "the settlement network is a system with a slow response" (2007 p.721) that is, a

possible wrong location choice can negatively influence the business success of the enterprise in the long term.

Today, one of the biggest disadvantages of retailers operating in a geographic area ("brick and mortar retailers") is that they are tied to their location, consequently, they can only attract customers from the catchment area available in physical space. In today's increasingly intense market competition, these geographic catchment areas are getting smaller and smaller, while more and more businesses "share" them. Furthermore, with the emergence of new online sales channels, the purely single-channel business model is becoming less and less competitive.

Nowadays, even the smallest market players (e.g., sellers of local, short food chains) implement a multi-channel sales strategy: in addition to traditional store/market sales, they also conduct traditional online (webshop-based) or social media sales, thus increasing their market presence and expanding their markets in the (online) space.

In the next parts, the specifics of online market forms, from the "classical" webshop-based sales to the most modern social media-based models will be discussed.

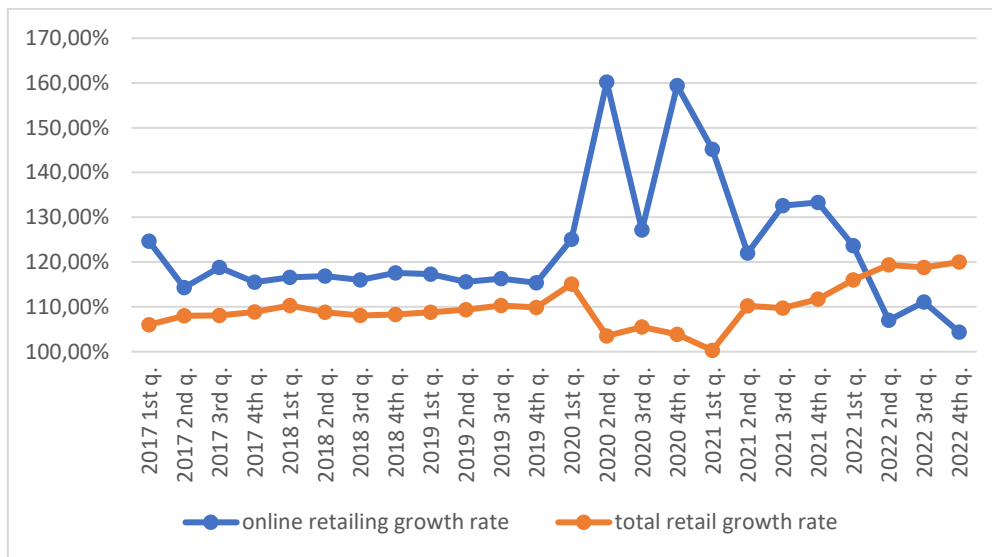
The rise of new digital horizons

With the advent and spread of the Internet, the first online retailers appeared on the market in the late 1990s (e.g., Amazon), and in the past three decades, a large number of retailers have started operating on many different platforms using a large variety of business models. Based on the European Union's 2016 Guidance on the implementation/application of Directive 2005/29/EC on unfair commercial practices, we distinguish the following eight business models:

- Search engines (e.g., Google, Yahoo!)
- Social media (e.g., Facebook, Twitter)
- User review tools (e.g., Tripadvisor)
- Comparison tools (e.g., Trivago.com, Rentalcars.com, Kayak.com, Booking.com)
- Collaborative economy platforms (e.g., Airbnb, Uber, BlaBlaCar)
- E-commerce platforms (marketplaces) (e.g., Zalando, Amazon, Alibaba, Ebay)
- App stores (e.g., Apple App Store, Google Play, Amazon App Store)
- Collective buying websites (e.g., Groupon)

According to data provided by GKID, in 2022 in Hungary alone, the approximately 32,000 online stores had a turnover of HUF 1,323 billion, which comprises 9.4% of total retail sales. The fact that in 2022 the growth rate of "traditional" retail – for the first time in many years – significantly exceeds the growth rate of online retail (*Figure 1*), draws attention to the limitations of online trade.

Figure 1: Dynamics of Hungarian total and online retail turnover period of the previous year=100%



Source: authors' own edition based on the data of GKID, Digital Retail Landscape 2023/I. <https://ekerkutatas.hu/>

These facts also support the fact that the customer of the third decade of the 20th century is no longer considering whether to shop in a store or online but is looking for complex online and offline solutions available throughout the entire customer journey that increase customer satisfaction and customer experience (CX) as much as possible. In other words, there is interoperability between online and offline channels, ideally at every point of the customer journey we can switch from online to offline and back, depending on where we are in the physical space, and which one is more favorable for us in some way.

Connecting the online and offline worlds

It also follows directly from the above that digitization does not necessarily mean that we are separated from the geographical space. Today's trade is increasingly characterized by a blended geographical (physical)/digital (so-called "phygital") presence, a new challenge that is no longer an important task for large international trading companies only, but also affects domestic SME retailers at least as much, since customer expectations are growing dynamically: in addition to a wide selection of goods and reasonable prices, the speed, convenience and simplicity of accessing products is also an important decision factor. This is closely related to the retailers' site selection and customer service policy, meaning that location and distribution have become one of the defining elements of customer satisfaction and CX these days.

Retailers are trying to satisfy these increased and increasingly diverse needs with new solutions such as cross- and omnichannel sales models, where multi-channel sales are connected at many points: we can order from webshops for in-store pick-up, but after checking out a product in the store, we can continue shopping online, even buying it from a competing online store.

The concept of marketplaces is also being reinterpreted in this complex, hybrid space world, online communities can be formed linked to a given geographic location, the best example of

which are Facebook groups, where business transactions can be made related to a given settlement or region, either on the C2C (customer to customer) or B2C (business to customer) markets. Such groups can be: Budaörs give-and-take, Pest county give-and-take, etc. It is an interesting fact that the communities originally intended for the C2C market are increasingly being used by micro and small businesses for which this channel (e.g., Facebook Marketplace) will be their primary sales and communication channel.

Another interesting marketing-theoretical addition is that in the world of digitalization and multi-channel sales and integrated marketing communication, the boundaries between marketing strategy elements such as sales/distribution policy (place) and communication policy (promotion) is getting increasingly blurred. The aforementioned Marketplace is both a sales channel and a communication interface, similar to Booking.com, which can also be considered a sales "place" and a communication (advertising) platform at the same time. But with a QR code placed on a poster, the poster itself is not only a communication tool, but also an element in the sales channel at the same time.

A good example of how much digital communication can depend on place (location) is GPS-based advertising (especially important in mobile communication), since the world's largest search engine Google also ranks relevant results by taking location into account, and Google maps also shows nearby shops based on this.

With the few selected examples above, we have shown the diversity of connections between digitalization and geographical space, however, we must dedicate a separate section to the places and spaces of social media, because these are the platforms that (also) play a decisive role in retail sales today and will do so in the near future.

Social media: the specific spaces of and social commerce

Along with the increase in the number and popularity of social media platforms, it is almost obvious that users (including brands) have started using them for buying and selling, so in fact social commerce is simply where social media meets e-commerce (smarterdigitalmarketing). So, the entire process from the discovery of the brand or product to the purchase takes place on one of the social media platforms.

Companies can benefit from the advantages of social commerce in the B2C sector. By the beginning of the 2000s it had already become obvious that customers trust customer reviews more than paid advertisements, and social media is the most obvious platform to share them. Ever since Yahoo in 2005 allowed users to "Pick List" products within the catalogue, rate them and then share the ratings and comments in the catalogue, the process has become unstoppable. User-generated content (UGC), is more effective in generating purchases than any form of advertising (Arula 2021).

Only two years later, social platforms already had their commerce features: Facebook launched the predecessor of the Marketplace, where users could advertise real estate and job opportunities, and in 2013, Instagram enabled sponsored posts, giving space to one of the biggest trends in social media, influencer marketing. Nowadays, practically every popular social media platform can be considered a digital marketplace, the benefits of which large commercial brands and retailers can enjoy, as well as private individuals (C2C). Brands with greater potential create communities on Facebook, links in posts redirect users to the virtual store, retailers can sell their products in closed groups specially created for this purpose (e.g.,

buy houses), while users can take advantage of the possibilities of f-commerce to advertise their unnecessary items on the Marketplace or in thematic groups.

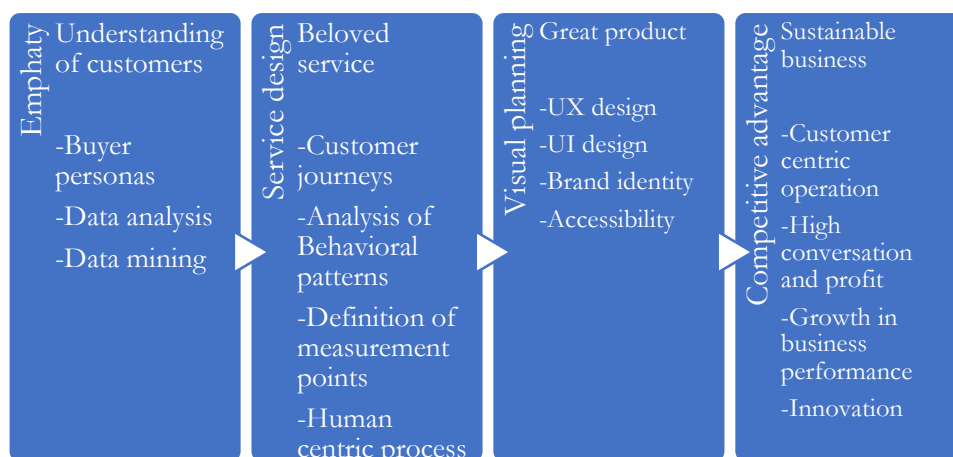
Each social media platform has its own characteristics, which derive from the platform's own characteristics and user habits. Facebook gave a special space to the C2C market, and in 2020 it also introduced the Facebook shop function for those with a business profile. Instagram, being the primary platform for sharing images and short videos, acts as a shop window or showroom in the digital space, where interestingly, users also sell used items, mostly clothes, in Instagram Story (#shopmycloset). Besides the Metaverse, YouTube also offers the possibility of shopping, connected to the Google Merchant Center, Pinterest has also made shopping possible via the webshop or the pre-loaded catalog. Live shopping function is available on Twitter. However, the biggest change is brought by TikTok, with its live commerce function, where the influencer presents the product live, which users can buy immediately. In such cases, the influencer also answers the users' questions, which process is very similar to the personal selling method of traditional marketplace sellers, only in the digital space.

Strategic recommendations and conclusions

The space revolution taking place before our eyes has reshaped and is clearly and significantly reshaping the whole retail trade. Digitization has initiated reflexive processes that have caused significant changes on both the demand (customer) and supply (merchant) side of retail. These new challenges appear at all levels of retail, presenting a significant challenge to the players in the sector. Newer and newer technological and content developments, as well as constantly changing and increasingly sophisticated customer expectations, require serious improvements from all players in the sector, be they international large companies or SME retailers.

The omnichannel marketing concept summarizes this, which goes far beyond just channel policy or communication, because we are talking about a customer-oriented approach in which the "human-centric" way of thinking (buyer persona training, data analysis, testing), the service design way of thinking and tool system, product-experience planning and development all have an important place and role (Figure 2).

Figure 2: *Human centric approach in services*



Source: authors' own edition based on the data of Humanise Studio <https://humanize.studio/>

The companies that successfully take on the new challenges will be able to provide a customer experience that can contribute to keeping and increasing their market position in the long term, and at the same time, all this will lead to an increasingly higher level of customer satisfaction and experience for the customers, as they will be able to access the products they want more and more quickly, easily and simply when and where they want.

References

- Arula, Kadi (2021). *The Evolution of Social Media Commerce: What, When, How and Why?* online <https://www.insightsforprofessionals.com/marketing/ecommerce/evolution-of-social-commerce> [retrieved on 19.07.2023]
- Beluszky Pál (2007) *A regionális központok kialakulása Magyarországon [Evolution of regional centres in Hungary]* in: Magyar Tudomány 2007/06 online Magyar Tudomány - 2007. június - EPA (oszk.hu) [retrieved on 19.07.2023]
- Berki Márton (2015): *A térbeliség trialektikája [Trialecty of spatiality]*. In: Tér és Társadalom. 29(2), pp. 3–18. DOI: 10.17649/TET.29.2.2658.
- Cliquet, Gerard (2020): *Location based marketing*. ISTE Ltd and John Wiley & Sons, Inc.
- Faragó László (2019): *Téri lét – társadalmi fordulat a térelméletben [Spatial existence – social turn in spatial theory]*. Ludovika Egyetemi Kiadó. Budapest-Pécs.
- Kovács András (2017): *A tér a marketingben [Spaces in marketing]*. In: Tér és Társadalom 2017/I.
- Nemes Nagy József (2009): *Terek, helyek, régiók [Spaces, places, regions]*. Akadémiai Kiadó. Budapest.
- Sikos T. Tamás (2000): *Marketingföldrajz [Marketing Geography]*. VÁTI. Budapest.
- Sikos T. Tamás – Hoffmann Istvánné (2004): *A fogyasztás új katedrálisai [New chatedrals of consumption]*. MTA Társadalomkutató Központ. Budapest.
- Sikos T. Tamás – Kozák Tamás – Kovács András (2020): *New retail models in online and offline spaces*. In: DETUROPE – The Central European Journal of Regional Development and Tourism Vol. 11 Issue 3
- The Rise of Social Shopping: Shopping on Social Media*. online (2021) <https://www.smarterdigitalmarketing.co.uk/the-rise-of-social-shopping-shopping-on-social-media/> [retrieved on 15.07.2023]
- GKID Research and Consulting (2023): *Digitális Kereskedelmi Körkép [Digital Retail Landscape] 2023/I*.
- https://ekerkitatas.hu/wp-content/uploads/2023/05/GKID-MC_DKK-publikus-riport-2023-I.pdf [retrieved on 17.07.2023]
- Guidance on the implementation/application of Directive 2005/29/EC on unfair commercial practices* (2016) <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52016SC0163&from=FR> [retrieved on 19.07.2023]

A Statisztika kurzusok keretében oktatott ismeretek alkalmazása a kutatói gyakorlatban

KOVÁCSNÉ Székely Ilona¹ – MAGYAR Norbert² – JAKUSCHNÉ Kocsis Tímea³

DOI: [10.29180/978-615-6342-76-8_25](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-76-8_25)

Absztrakt

A kereskedelem és marketing és a turizmus-vendéglátás alapképzésen, valamint a turizmus-menedzsment mesterképzésen oktatott statisztika tárgyak keretein belül számos olyan adatelemző módszer (pl.: hipotézisvizsgálatok, regresszió, idősorelemzés stb.) kerül megemlítésre, melyeket az oktatók is rendszeresen alkalmaznak kutatómunkájuk során. Jelen publikációban ezen kutatások közül mutatnak be röviden néhányat a szerzők. A tanult módszereket a szerzők által konzultált hallgatók is sikerrel alkalmazták kutatásuk során, melyeket a Tudományos Diákköri Konferenciákon elért eredményeik is igazolnak, egyben alátámasztják a statisztika tárgyak fontosságát a közgazdász képzéseinkben.

Kulcsszavak: idősorelemzés, lineáris regresszió, statisztika oktatás, varianciaanalízis

Bevezetés

Napjainkban a kutatói munka elengedhetetlen része a statisztikai módszerek átgondolt és precíz alkalmazása a tudományos hipotézisek igazolásának vagy elvetésének megalapozására, a kutatási kérdések megválaszolására. A statisztika számos tudományterület esetében alapvető fontosságú ismeret. A közgazdászképzésben oktatott statisztikai ismeretek törzsanyaga igen sokrétű kutatói irányultságú alkalmazást tesz lehetővé. Az alapképzés statisztika kurzusai keretében oktatott tananyag a legegyszerűbb viszonyszámoktól kezdve a kapcsolatvizsgálaton át a következtető statisztika sok területével kapcsolatban (intervallumbecslés, hipotézisvizsgálat, korreláció- és regressziószámítás, dekompozíciós idősorelemzés) ad ismereteket, amik a közgazdasági számítások mellett felhasználhatók a kutatói munka során is. Természetesen mindig figyelembe kell vennünk ezen módszerek korlátait is.

Mesterképzésen az alapképzésen tanított paraméteres próbák nemparaméteres megfelelői, valamint többváltozós adatelemző eljárások is előkerülnek. A következőkben a szerzők néhány korábbi kutatásából olvashatók szemelvények, amelyekben az általuk oktatott kurzusok keretében bemutatott módszereket alkalmazták, olykor hallgatóikkal közösen, ezzel is rávilágítva arra, hogy a statisztikai ismeretek elsajátítása mennyire fontos minden tudományterületen az elemző szemlélet kialakításához.

Egyszerű idősorelemzési módszerek alkalmazása a klímaváltozás jeleinek kimutatására

Napjainkban már semmi kétség nem férhet ahhoz a tudományosan megalapozott feltevéshez, hogy az emberiségnek klímaváltozással kell szembenéznie, melynek hatásai potenciális

¹ Budapesti Gazdasági Egyetem, Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar, Üzleti Elemzés Módszertan Tanszék, e-mail: kovacsneszekely.ilona@uni-bge.hu

² Budapesti Gazdasági Egyetem Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar, Üzleti Elemzés Módszertan Tanszék, e-mail: magyar.norbert@uni-bge.hu

³ Budapesti Gazdasági Egyetem Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar, Üzleti Elemzés Módszertan Tanszék/Eötvös Loránd Tudományegyetem Természettudományi Kar, Környezettudományi Centrum, e-mail: jakuschnekocsis.timea@uni-bge.hu

kockázatot jelentenek a jelenlegi szociológiai-gazdasági rendszerekre és az emberiség jelenlegi életvitelére nézve. Az egyes meteorológia állomások megfelelően előkészített adatsorai vizsgálhatók az alaptendenciájuk szerint annak érdekében, hogy a kiszemelt terület várható klimatikus jellemzőire következtethessünk a múltban lejátszódó események alapján. A statisztikai kurzusok keretében oktatott dekompozíciós idősorlevezés az idősorok analízisének legegyszerűbb módszere. A dekompozíció során igyekszünk elkülöníteni az idősorban jelenlévő alaptendenciát, ami alapjául szolgálhat a rövidtávú előrejelzéseknek. Emellett a szezonális vizsgálatával az átlagos szezonhatás is számításba vehető.

Kocsis és Anda (2017) egyszerű analitikus trendszámítási módszerek segítségével vizsgálta a Keszthelyi hosszú idősoros csapadékadatok alakulását éves, évszakos és havi bontású adatsorokon. Bár az országos elemzések alapján a csapadékcsökkenés tényét próbálták igazolni, nem találtak az 1871-től 2014-ig terjedő éves csapadékösszegeket tartalmazó idősorban szignifikáns tendenciát. Azonban az évszakos adatok esetében szignifikáns csökkenés mutatkozott a tavaszi hónapok (március, április, május) csapadékösszegében. Ez az éven belüli eloszlás változására utal, ami igen kedvezőtlen hatásokkal járhat Keszthely térségében, mivel a Balaton tavaszi csapadékbevétele meghatározó a későbbi turisztikai szezon szempontjából (vízszint, vízminőség). Emellett a közeli kiemelkedő fontosságú vizes élőhelyek ökológia egyensúlyának megőrzésében is elsődleges. Az analitikus trendek alkalmazási feltételrendszerének bemutatása és vizsgálata a mesterképzés keretében valósul meg. Amennyiben valamelyik feltétel nem teljesül, úgy az analitikus trend alkalmazása helyett a Mann-Kendall trend teszt javasolható, amely egy nemparaméteres eljárás az idősorban esetlegesen jelen lévő monoton tendencia kimutatására. Ezzel a módszerrel a korábbi eredményekhez képest az őszi évszakban is kimutathatóvá vált a csapadékcsökkenési tendencia, ami a szakirodalommal összhangban lévő eredmény (Kocsis és Anda, 2018). Kocsis és munkatársai (2020) tanulmánya szerint az inhomogenitás (töréspontok jelenléte) félrevezető eredményeket szülhet a trendelemzések értelmezése során, ezért indokolt az időszori adatok homogenitását ellenőrző egyszerű módszerek alkalmazása a töréspontok kiszűrésére.

Többváltozós korreláció- és regressziószámítás alkalmazása az élelmiszer eredetű megbetegedések és a klimatikus feltételek közötti összefüggések vizsgálatában

Kocsis és munkatársai (2023) arra a kérdésre keresték a választ, hogy a klímaváltozással együtt járó hőmérsékletemelkedés, a csapadékviszonyok változása, az extremitások fokozódása hatást gyakorol-e az élelmiszer eredetű megbetegedések számának alakulására. Ehhez az Országos Meteorológiai Szolgálat 1961 és 2010 közötti időszakra vonatkozó, tíz különböző klimatikus jellemzőből álló adatsorát, valamint az ÁNTSZ (Állami Népegészségügyi és Tisztiorvosi Szolgálat) élelmiszer eredetű megbetegedések éves számának idősorát dolgozták fel. Többváltozós regressziós modell és backward eliminációs technika alkalmazásával arra a következtetésre jutottak, hogy szignifikáns hatása csak az éves középhőmérséklet alakulásának van. A determinációs együttható értéke alapján az éves középhőmérséklet alakulása 22%-ban magyarázza az élelmiszer eredetű megbetegedések éves számának szóródását. Érdeemes megjegyezni, hogy a két változó közötti összefüggés negatív előjelű, ami abból fakadhat, hogy a felhasznált adatok ellentétes irányú alaptendenciával rendelkező idősorokból származnak.

A gazdasági teljesítmény és a kibocsátott üvegházhatású gázok mennyisége közötti összefüggés vizsgálata lineáris regresszióval

Kétváltozós lineáris korreláció- és regressziószámítás alkalmazásával Kocsis és Lénárt (2022) vizsgálta az Európai Unió államai esetében az I nemzetgazdasági ág (Szálláshelyszolgáltatás és vendéglátás) által megtermelt bruttó hozzáadott érték GVA (Gross Value Added) és az általa kibocsátott üvegházhatású gázok mennyisége közötti lineáris kapcsolatot. Az Európai Unió tagállamaira vonatkozóan az Eurostat adatbázisából a bruttó hozzáadott érték és a kibocsátott üvegházhatású gázok mennyiségére vonatkozó adatok kerültek felhasználásra, a teljes nemzetgazdaságra és az I nemzetgazdasági ágra (turizmus) vonatkozóan 2008-2019 közötti időszakban. A kutatás célja az abszolút decoupling jelenség kimutatása volt az Európai Unió tagállamainak gazdasága és turizmus szektora esetében. Azon államok esetében, ahol a turizmusban (I nemzetgazdasági ágban) abszolút decoupling jellemző, jó gyakorlatuk példaként szolgálhat a többi tagállam számára is.

A gazdasági teljesítmény és a környezetszennyezés szétválása a fejlettebb Nyugat-Európai államokra jellemző. Magyarország esetében az egyes üvegházhatású gázok kibocsátását külön elemezték (Mesteri és Kocsis 2020), és keresték az összefüggést a gazdasági teljesítménnyel. Vizsgálták az üvegházhatású gázok összkibocsátásának és az egyes gázok kibocsátásának tendenciáit. Az eredmények alapján elmondható, hogy az összes üvegházhatásúgáz-kibocsátás mellett a fluorozott szénhidrogének, valamint a perfluorkarbon esetében igazolható szignifikáns tendencia. A szerzők tanulmányozták továbbá, hogy az 1995–2017-es időszakban milyen kapcsolat állt fenn az I nemzetgazdasági ág bruttó hozzáadott értéke és üvegházhatásúgáz-kibocsátása között a gázokat együtt és külön is tekintve. A turizmus (I) nemzetgazdasági ág hozzájárulása az ország gazdasági teljesítményéhez 1995 és 2017 között összecsúszólag szignifikánsan növekedett, de aránya a bruttó hozzáadott értékből 2017-ben csupán 1,86%-ot tett ki. A nemzetgazdasági ág karbonhatékonyságában⁴ évente átlagosan 5,8%-os javulás volt megfigyelhető.

Élelmiszerekkel érintkező műanyagokból kioldódó vegyületek egyensúlyi koncentrációinak vizsgálata statisztikai módszerekkel

Az élelmiszerek szállítása, tárolása gyakran valamilyen műanyagból, legtöbbször polietilénből (PE) vagy polipropilénből (PP) készült termékben történik. Az említett kőolajalapú műanyagok mellett azonban egyre inkább teret nyernek a biológiailag lebomló polimerek, többek között a polilaktosav (PLA, polylactic acid). A műanyaggyártás során a polimerekhez különböző adalékanyagokat adnak annak érdekében, hogy bizonyos tulajdonságaikat javítsák. Ugyanakkor fontos megemlíteni, hogy az adalékanyagok, valamint szennyezőik és bomlástermékeik az élelmiszeripari felhasználás során kioldódhatnak az élelmiszerekbe, mely komoly humán egészségügyi kockázatot jelenthet. Az élelmiszerekkel rendeltetésszerűen érintkezésbe kerülő műanyagokban (Food Contact Plastic, FCP) alkalmazható adalékanyagokat az Európai Bizottság 10/2011 rendeletének pozitív listája tartalmazza. Továbbá e rendelet deklarálni a kioldódásvizsgálatok alapvető körülményeit (pl. hőmérséklet, érintkezési idő, modellanyagok).

Kirchkeszner és társai (2021), illetve Petrovics és társai (2022, 2023) különféle műanyag adalékanyagok (antioxidánsok: BHT, Ionox 220, Irgafos 168, UV abszorber: Uvinul 3039, lágyítók: TBAC, TOTM) migrációs kinetikáját vizsgálták PP- és PLA-alapú FCP-kből – a zsíros élelmiszerek helyettesítésére szolgáló modellanyagokban – izooktánban és 95 V/V% etanolban. Kutatómunkájuk első szakaszában az egy-egy adalékanyagot tartalmazó PP és PLA

⁴ A karbonhatékonyság egy viszonyszám, ami megmutatja, hogy egységnyi bruttó hozzáadott érték mekkora üvegházhatású gáz kibocsátás árán valósítható meg.

próbatestekből kioldódó adalékanyagok és a polimerek duzzadása közötti összefüggést elemezték. A műanyag próbatestek duzzadása és az adalékanyagok kioldódási koncentrációja között szoros, azonos irányú lineáris összefüggést mutattak ki korrelációanalízissel. A kutatás második szakaszában azt vizsgálták, hogy a terc-butil-acetát (TBAC, tertiary butyl acetate) lágyítót különböző koncentrációban a PP-hez, illetve PLA-hoz adva hogyan alakul a stabilizátorok kioldódása. Megállapították, hogy mindkét polimer esetén a lágyítótartalom növekedésével szignifikáns mértékben nőtt az adalékanyagok kioldódása. Továbbá azt is sikerült igazolni, hogy a kioldódás mértéke függ az adalékanyag molekulatömegétől is, hiszen a nagyobb molekulatömegű adalékanyagok egyensúlyi kioldódási koncentrációja szignifikánsan kisebb volt, mint a kisebb molekulatömegűeké. Megállapították továbbá azt, hogy több stabilizátor együttes jelenléte szignifikánsan nagyobb kioldódási koncentrációkat eredményez, mint amikor a stabilizátorok csak egyenként vannak jelen a műanyagokban. A hipotézisvizsgálatokat minden esetben varianciaanalízissel (ANOVA) végezték. PLA esetében a különböző kristályossági fok melletti kioldódási koncentrációk közötti különbségeket szintén varianciaanalízissel tesztelték.

A társadalmi-gazdasági fejlettség és a daganatos megbetegedések kapcsolatának vizsgálata többváltozós adatelemző módszerekkel

A társadalmi-gazdasági fejlődés demográfiai, egészségügyi hatásait, következményeit különböző elméletek vizsgálják. Kovácsné Székely és társai (2023) az epidemiológiai átmenet elméleti megállapításait kiindulópontként használva vizsgálták meg a daganatos megbetegedések három fő mutatójának (incidencia, mortalitás, prevalencia) 2020-as értékeit. Ezeket az értékeket 170 országra vonatkozóan vetették össze társadalmi-gazdasági fejlettséget kifejező változókkal. Az országok csoportosítása hierarchikus klaszteranalízissel, a csoportosítás jóságának ellenőrzése lineáris diszkriminancia analízissel valósult meg. Főkomponens analízis alkalmazásával csoportonként vizsgálták, hogy mely paraméterek lényegesek az egyes főkomponensekben, és milyen háttértényezők húzódnak meg az adatok mögött. Az eredmények alapján a daganatos megbetegedések és társadalmi-gazdasági háttér közötti kapcsolat igazolódni látszott.

Konklúzió

A kereskedelem és marketing és a turizmus-vendéglátás alapképzésen, valamint a turizmus-menedzsment mesterképzésen oktató statisztikai módszerek számos alkalommal kerültek felhasználásra a statisztika tárgyat oktató kollégák kutatásaiban, melyekből magas – köztük D1-es, Q1-Q4-es – minőségű publikációk születtek. A szerzők által konzultált hallgatók kutatásaiban is sikeresen alkalmazott statisztikai módszerek emelték a hallgatók dolgozatainak színvonalát, akik közül többen sikeresen szerepeltek az Országos Tudományos Diákköri Konferencián is. Az elért eredmények igazolják ezen tárgyak létjogosultságát képzéseinkben.

Irodalomjegyzék

European Commission. (2011). Commission Regulation (EU) No 10/2011 of 14 January 2011 on plastic materials and articles intended to come into contact with food. *Off. J. Eur. Union*, 12, pp. 1-89.

Kirchkeszner, Cs., Petrovics, N., Tábi, T., Magyar, N., Kovács, J., Szabó, B.S., Nyiri, Z., Eke, Zs. (2022). Swelling as a promoter of migration of plastic additives in the interaction of fatty

food simulants with polylactic acid-and polypropylene-based plastics. *Food Control*, 132, 108354.

Kocsis, T. és Anda, A. (2017): Analysis of precipitation time series at Keszthely, Hungary: (1871-2014). *Időjárás*, 121 (1), pp. 63-78.

Kocsis, T. and Anda, A. (2018): Parametric or non-parametric: analysis of rainfall time series at a Hungarian meteorological station. *IDŐJÁRÁS* 122 (2) pp. 203-216.

Kocsis, T. és Lénárt, E. (2022): A gazdasági teljesítmény és az üvegházhatású gázok kibocsátása közötti kapcsolat az EU országokban, különös tekintettel az „I” gazdasági ágra. *Deturope*, 14 (1), pp. 50-64.

Kocsis, T., Kovács-Székely, I. and Anda, A- (2020): Homogeneity tests and non-parametric analyses of tendencies in precipitation time series in Keszthely, Western Hungary. *Theoretical and Applied Climatology*, 139 (3-4), pp. 849-859.

Kocsis, T., Magyar-Horváth, K., Bihari, Z., és Kovács-Székely, I. (2023): Analysis of the correlation between the incidence of food-borne diseases and climate change in Hungary. *Időjárás*, 127 (2), pp. 217–231.

Kovácsné Székely, I., Fenyvesi, É., Pintér, T. (2023). Principal Component Analysis-Points of Association Between Cancer and Economic Development. *Central European Journal of Economic Modelling and Econometrics*, pp. 91-130.

Mesteri, V. és Kocsis, T. (2020): A turizmus üvegházhatásúgáz-kibocsátásának és bruttó hozzáadott értékének kapcsolata Magyarországon. *Statisztikai Szemle* 98 (11), pp. 1288–1309.

Petrovics, N., Kirchkeszner, Cs., Patkó, A., Tábi, T., Magyar, N., Kovácsné Székely, I., Szabó B.S., Nyiri, Z., Eke, Zs. (2023). Effect of crystallinity on the migration of plastic additives from polylactic acid-based food contact plastics. *Food Packaging and Shelf Life*, 36, 101054.

Petrovics, N., Kirchkeszner, Cs., Tábi, T., Magyar, N., Kovácsné Székely I., Szabó, B.S., Nyiri, Z., Eke, Zs. (2022). Effect of temperature and plasticizer content of polypropylene and polylactic acid on migration kinetics into isooctane and 95 v/v% ethanol as alternative fatty food simulants. *Food Packaging and Shelf Life*, 33, 100916.

The Dividend Policy Analysis of Big Tech and GAFAM Companies from a sustainability view

László Zoltán KUCSÉBER¹, Róbert CSOMA²

DOI: [10.29180/978-615-6342-76-8_26](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-76-8_26)

Abstract

Climate change is a natural challenge that fundamentally affects our future. In our article, we looked for the answer to whether the dominant hardware manufacturers of the fourth industrial revolution operate sustainably in this process, and whether the financial indicators of these companies show more favorable values compared to other companies. This study describes the results of a continuation of our previously started research. In our current work, we wanted to look at the dividend payment characteristics of the companies we studied in recent years. Summarizing the results of our work, we found that the majority of the firms identified as unsustainable were able to achieve higher growth from 2020 to 2021, while the sustainable firms showed lower growth in after-tax profits, but not only their willingness to pay dividends was not lagging behind the other group, but we even observed an increase.

Keywords: ESG, CSR, dividend policy

Introduction

The literature on dividend policy distinguishes three schools of thought. The right-wing school emphasizes the positive impact of dividends on stock prices or market value. Conversely, according to the other approach, stock prices negatively correlate with the level of dividends. The third, so-called "middle-of-the-road" trend argues that corporate dividend policy is irrelevant from an evaluation standpoint (Nagy, 2007). The issue of sustainability and the role of corporations, individual states and municipalities have received particular attention in recent years (Bakos, et al, 2022; Lőrinc, et al.2022). Sustainable development goals are increasingly being incorporated into business strategies and financing issues (Sági – Fellegi, 2021; Carmen – Cruz, Kecskés, 2020). According to Kulcsár – Veres (2021) the financial performance of companies with excellent ESG (Environment, Social, Governance) performance is more favorable, as well. Is there such a clear link between ESG performance and dividend payments? In our article we examine how sustainability considerations have changed the dividend payment characteristics of corporations.

Dividend policy, CSR, and sustainability

In this chapter, we explore the theoretical background of dividend policy, owner evaluation theory, and sustainability issues based on scientific articles published in recent years. The importance of sustainability criteria among corporate objectives has been in the spotlight for some time. These are grouped under two popular concepts, CSR (Corporate Social Responsibility) and ESG. There are obvious commonalities between these two approaches, but we do not attempt to provide a complete conceptual distinction in this paper. We focus on

¹ Budapest Business University, Faculty of Finance and Accountancy, e-mail: kucseber.laszlo@uni-bge.hu

² Budapest Business University, Faculty of Finance and Accountancy, e-mail: csoma.robert@uni-bge.hu

corporate objectives that go beyond the usual concepts of corporate profit and profitability in terms of their significance. Specifically, we examine how these non-traditional goals affect a company's financial performance, primarily its dividend policy.

There are several theoretical approaches to explaining the effects of CSR and ESG: agency theory, signaling theory, and stakeholder theory. These do not contradict each other but rather provide a common ground for understanding. According to agency theory, companies with high ESG and CSR scores pay higher dividends to prevent managers from investing excessively in ESG and CSR activities, thereby reducing the cash flow available for these special goals. Signaling theory suggests that dividend policy signals the company's income-generating capacity to shareholders and that sustainability-related investments do not consume the company's cash flow. According to stakeholder theory, sustainability-related investments may lead to short-term cash flow declines but long-term abundance.

In companies where the investment time horizon is longer and more is invested in CSR goals, a significantly higher share value can be observed. Their profitability is not greater, but its volatility is about 5% lower compared to other companies. The same can be observed in their sales and cost structures. Their stock returns are also less volatile than companies with shorter investment time horizons. (Nguyen et al., 2017). Johansson – Fahlén (2019) examined the relationship between corporate sustainability and dividend policy in the Nordic countries. They used ESG scores to measure sustainability and dividend payout ratio and dividend yield to rate dividend policy, examining 117 companies between 2008 and 2018. They found a significant relationship between ESG scores and dividend payout ratio, but only about the "social" component of the ESG score. Overall, they concluded that companies with higher ESG scores paid more dividends.

In their analysis, the researchers ultimately concluded that avoiding excessive investment and signaling to shareholders could explain dividend policy. These results suggest that high dividend payout ratios in companies with high ESG scores may be a favorable signal for investors in longer-term investments, contradicting the view that high ratios are associated with the declining phase of the corporate life cycle. Salah – Amar (2020) examined the impact of CSR on dividend policy for 825 French non-financial companies between 2008 and 2018. They found that companies with good CSR practices had higher dividend payout ratios. Chaudry et al. (2021) studied 36 Pakistani stock exchange companies between 2009 and 2018. The declaration of CSR goals by companies had a significant positive impact on shareholder value, both in terms of stock price and dividend yield. They also found a positive relationship between company size and stock price. They believe that the declaration of CSR goals minimizes information asymmetry between shareholders and corporate managers, which leads to an increase in stock prices. Furthermore, CSR initiatives themselves are projects with a positive net present value, increasing profits, and dividend payouts. Matos and his colleagues (2020) compared companies' ESG scores with their dividend policies for the period between 2000 and 2019, regarding the Stoxx Euro 600. They found that companies with higher ESG scores had more stable dividend payout ratios. They also demonstrated this correlation about certain ESG elements. However, an increase in leverage is associated with a decrease in dividend payments.

The ownership structure also influences the relationship between sustainability goals and dividend policy. If the proportion of strategic investors is higher in the company's ownership structure, then the company's environmental proactivity appears to be stronger. In the case of a predominance of financial investors, this can only be demonstrated if the company has significant exposure to foreign markets (Bueno-García, 2022). Xu-Yin-Lou (2022), using corporate data from 2010 to 2018 in China, concluded that a higher proportion of minority shareholders in the ownership structure improves companies' performance in CSR. The effect weakened in polluting industries after the adoption of the new environmental law, suggesting

that before adoption, minority shareholders' monitoring activities contributed the most to CSR improvement, while after adoption, the law enforced CSR activity.

Many studies also address the above relationships in a country- or region-specific manner. Niccoló et al. (2020) examined the relationship between Chinese stock market companies' ESG-related investments and dividend policies. Their research found that such investments reduced the level of dividend payments by companies. Examining the COVID-19 crisis indicators of Indonesian "green index" companies, Tinungki et al. (2022) found a strong relationship between corporate profitability and paid dividends. The previous year's dividend policy and company size also showed a positive relationship with dividend payments, while leverage hurt the size of dividends.

Empirical research

In his work, Kucséber (2022) looked for the answer to whether the dominant hardware manufacturers of the fourth industrial revolution (Adv Micro Devices; Alpha & Omega; Analog Devices; Applied Materials; Broadcom; ChipMOS; Cisco; IBM; Intel; Micron Technology; Texas Instruments) operate sustainably, and whether the financial performance of sustainable firms is more favorable than that of other (non-sustainable) companies. Based on the analysis of three different sustainability-related lists and the Sustainalytics ESG scores, 6 companies – i.e., half of the sample – could be characterized as operating sustainably, which were: Intel, HP (Hewlett-Packard), Analog Devices, Cisco, Texas Instruments and Applied Materials. This figure can be considered favorable because only 100-100 companies could be included in two of the three lists cited. The calculations included the evolution of P/E, P/S, and P/BV ratios between 2019 and 2021. The results show that companies that manage their business with a focus on sustainability show better market and financial values in crisis situations.

In the empirical part of this study, we would like to present the results of the continuation of the referenced research, added to the GAFAM (Google, Amazon, Facebook – Meta, Apply, Microsoft) companies. In our work, based on the financial reports of the reported companies, we collected the amount of the after-tax profit and the dividend paid for the period between 2018 and 2021. In this chapter we present our results: It is a positive trend that the after-tax profit of most of the investigated companies, with the exception of 3 companies (IBM, Intel, Cisco), in 2021 exceeds the values before COVID. When looking at the relative changes from year to year, we can state that the non-sustainably operating companies have on average achieved higher relative growth than the sustainably operating group both from 2019 to 2020 and from 2020 to 2021.

The next step in the analysis is to see if there is a difference between the dividend payments of the two groups: The majority of the firms in the sample (except 5 firms: Adv Micro Devices and Alpha & Omega Semiconductor, Google, Amazon, Facebook) paid dividends in the years under study, even in the year COVID-19. From this point of view, however, there is no sharp difference in the dynamics of dividend payments between the two groups: in the sustainable group, only two firms increased the size of dividends paid, two firms stagnated, while in the non-sustainable group, only one firm increased the size of dividends paid and one firm kept it level. The last element of our research is the examination of the evolution of dividend payment rates: The companies designated as sustainable had a higher dividend payment rate in the years under review, and an increasing trend can be observed. Our results are similar to research published by Johansson and Fahlén (2019) and Salah and Amar (2020).

Summary

Neither group is characterized by the full payment of profits as dividends. From an ownership point of view, we consider it positive that sustainable firms also pay dividends, but also reinvest part of their profits, which is an (internal) source of further growth. The results obtained are not representative, which is a limitation of our study. Another limitation is that from the point of view of an external analyst, we cannot determine the actual factors behind dividend payments and reinvestment, as we do not know the dividend policies of the firms under study. In addition, the theoretical background of the examined questions is also very complex, the relationship between ESG and dividend policy cannot be understood by examining only financial indicators. Addressing all these challenges can be the focus of our future research.

References

- Bakos, I. M.; Khademi-Vidra, A.; Szeberényi, A. (2022). Relationships between environmental education and community-supported agriculture in Hungary. In: Cagri, Ün; Merve, Kidiryuz (szerk.) Cukurova 9th International Scientific Researches Conference: Full Texts Book (Volume 1). Ankara, Törökország: Iksad Publications. 911 p. pp. 417-426., 10 p.
- Bueno-García, M. (2022). How do shareholders influence international firms' environmental strategies? The differential impact of strategic and financial investors, *Long Range Planning*, <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2022.102183>
- Johansson, A.; Fahlén, A. (2019). Does sustainability affect dividend policy?: A panel data study on Nordic firms (Dissertation). Retrieved from <http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:umu:diva-160497>
- Kucséber, L. Z. (2022). Fenntartható technológiai vállalatok relatív értékelése a Covid tükrében. *Controller Info*, 10 (2), pp. 2-7.
- Kulcsár, E.; Veres, E. (2021). Fenntarthatósági szempontok gazdasági hatásai a vállalatok működésében. *Partiumi Egyetemi Szemle*, 20 (2), <https://pesz.partium.ro/hu/archivum/xx-efolyam-2021/2/kulcsar-edina-veres-edit>
- Lőrinc, B.; Nagy, H.; Káposzta, J. (2022). Analysis of the Centre-Periphery Relations – Focus on the Competitiveness of Hungarian Districts. *Visegrad Journal on Bioeconomy and Sustainable Development*. 11(1), pp. 33-40.
- Matos, V. P.; Barros, V.; Sarmiento, J. M. (2020). Does ESG Affect the Stability of Dividend Policies in Europe? *Sustainability*, 12, 8804; doi:10.3390/su12218804
- Nagy, B. (2007). Az osztalékcrejtélyes viselkedéstani magyarázatai. *Hitelintézeti Szemle*, 6 (6).
- Nguyen, P. A.; Kecskés, A.; Mansi, S. (2017). Does corporate social responsibility create shareholder value? The importance of long-term investors, *Journal of Banking and Finance*, 78., <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2017.09.013>
- Ould, N., Ellili D. (2022). Impact of environmental, social and governance disclosure on dividend policy: What is the role of corporate governance? *Evidence from an emerging market, CSR and Environmental Management*, 29 (5), pp. 1396-1413, <https://doi.org/10.1002/csr.2277>

Cruz Mendoza, R. C.; Kecskés, P. (2020). Circular Economy: Reality and Challenges. In: Reisinger, Adrienn; Kecskés, Petra; Buics, László: "Kreatív ipar, digitális gazdaság" Kautz Gyula Emlékkonferencia, Győr, Magyarország: Széchenyi István Egyetem, Paper: 3., 10 p.

Sági, J.; Fellegi, M. (2021). Vállalkozások fenntartható tőkepiaci finanszírozása. In.: Soproni Pénzügyi Napok „Fenntartható gazdaság – fenntartható pénzügyek” pénzügyi, adózási és számviteli szakmai és tudományos konferenciakötete. Sopron, 2021.

Salah, O. B.; Amar A. B. (2020). Does corporate social responsibility affect dividend policy? Empirical evidence in the French context, *Journal of Global Responsibility*, 13 (3) pp. 268-289. <https://doi.org/10.1108/JGR-10-2021-0082>

Tinungki, G.M.; Hartono, P.G.; Robiyanto, R.; Hartono, A. B.; Jakaria, J.; Simanjuntak, L.R. (2022). The COVID-19 Pandemic Impact on Corporate Dividend Policy. *Sustainability*, 14(10), <https://doi.org/10.3390/su14106152>

Xu, S.; Yin, B., Lou, C. (2022). Minority shareholder activism and corporate social responsibility, *Economic Modelling*, Vol. 116, <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2022.106045>

<https://www.cmcmarkets.com/en-gb/trading-guides/faang-stocks> downloaded 15.06.2023

<https://www.dividend.com/how-to-invest/why-google-goog-doesnt-pay-a-dividend/> downloaded 15.06.2023

<https://www.nasdaq.com/articles/these-5-stocks-could-generate-better-returns-than-faang-in-2021-2020-12-23> downloaded 15.06.2023

Tourist perception on smart tourism experiences: The case of Budapest as a smart tourism destination

Harshavardhan Reddy KUMMITHA¹, Zsuzsanna KANDI²

DOI: [10.29180/978-615-6342-76-8_27](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-76-8_27)

Abstract

The rapid technological innovation brings new opportunities for tourism development. More tourism destinations are relying on smart technologies to attract tourists to visit and enrich their tourism products. This study assesses how tourists experience the use of smart tourism technologies (STT) Information and Communication Technology (ICT), accessibility, interactivity, and security) at destinations. Although studies in smart tourism have increased recent years, little research has evaluated tourists' perception on smart tourism technologies usage. This study used Budapest as a smart tourism destination. Descriptive survey research design was adopted and sampled 256 international tourists who visited Budapest during August to November 2022. This study results indicated that accessibility is the most effective factor affecting smart tourism technology experiences in Budapest and interactivity is least. STT experience is shown to be significantly associated with travel experience.

Keywords: smart tourism, smart technologies, tourist perception, tourism development

Introduction

The rapid growth of the economy and the enhancement of the living standards of people have accelerated the growth of tourism, as stressed by Zhang and Li (2022). The tourism industry is not unfamiliar with the now global trend of increasing adoption of information and communication technologies (Cornejo Ortega & Malcolm, 2020), and in the day and age of big data, the application of Internet of Things (IoT) technology to the tourism industry is essential for further economic and technological progression (Zhang & Li, 2022). As a result of these swift technological developments, the tourism industry inevitably underwent major changes as well, and these developments entailed the appearance of the concept of smart tourism. In a smart tourism setting, stakeholders play a huge role in maximizing the experience smart tourism destinations (STDs) have to offer. Cornejo Ortega & Malcolm (2020) highlighted the importance of stakeholder perception in smart tourism, in terms of collecting qualitative data that may be used to meet the management requirements of STDs in the future. The appearance of smart cities and STDs opened up new research areas to be explored. This field is extremely under-researched in Hungary, barely any research is found on the topic, despite the long existence of the concept. A previous study has been made by Pinke-Sziva & Keller (2021) on smart tourism in the case of events in Hungary, Székesfehérvár, but the focus was solely on smaller cities, moreover little to no attention was paid to stakeholder participation and perception, as it was not the aim of the paper. Stakeholder perception was explored by Cornejo Ortega & Malcolm (2020) in the case of Puerto Vallarta as a potential STD, and some useful insights were given, however the destination hugely differs from Budapest, Hungary, so further research is needed. The main objectives of the research is to analyze tourists experience on the use of STT, ICT, accessibility, interactivity, and security) at destinations. More specifically, the

¹ Budapest Business University, Department of Tourism, e-mail: Kummitha.harshavardhan@uni-bge.hu, corresponding author

² Budapest Business University, Department of Tourism, e-mail: kzsuzsi0118@gmail.com

smart tourism experience that the Budapest has to offer, and a professional point of view on digitalizing the industry. The purpose of the paper incorporates finding answers to the set-out questions about smart tourism aspects in Budapest based on research that is going to be made on tourist perception.

Literature review

Understanding the concept of smart tourism

Since smart tourism is such an area that is still in need to be further discovered and understood by tourism stakeholders, it is crucial for us too to understand the concept in detail. Many researchers in the tourism and hospitality field have tried to find and provide meaning to the concept, including Xiang et al. (2015). In their paper, they establish that smart tourism is basically a progression from traditional tourism, by integrating information and ICT tools into physical infrastructure, which means actively using ICT for tourism activities in a smart tourism destination (Xiang et al., 2015). They also describe smart tourism destinations as destinations that are built on innovative technologies, thus contributing to the sustainable development of the area and that it increases the quality of tourist experience and improves living conditions in the area, which is the main aspect of the topic (Xiang et al., 2015).

Based on researches written in the past the most specific way a smart tourism destination can be described is that it is a destination, where high technology, such as ICTs, are used to exchange real-time information related to tourism between tourism stakeholders, such as tourists and service providers (Jovivic, 2017). A destination can become smart when it takes advantage of the technology that is already available in a smart city for the purpose of improving the tourism experience for tourists in the area by personalizing and making tourism products and services visible to them, also by allowing local tourism stakeholders, such as tourism companies, destination management organizations, and institutions to make an advantage of these technologies (Mandić & Garbin Praničević, 2019)

Technological foundation of smart destinations / Smart Tourism Technologies (STTs)

Without technology the idea of smart cities would not exist and without smart cities smart tourism destinations would not have appeared either, so I would like to examine the bases of smart tourism destinations further and more carefully so that we can fully grasp the meaning. Jovovic (2017) states that in terms of ICTs there are specific ones that are especially important for smart tourism, for instance Internet of Things (IoT) or Cloud Computing (Jovivic, 2017). Giacomo Del Chiappa and Baggio (2015) discuss in his paper that smart tourism technology (ICTs, Internet of Things and Cloud Computing, Artificial Intelligence, Big data and many more) plays a very important role in sharing information between tourism stakeholders, which increases innovation and the competitiveness of the destination (Del Chiappa & Baggio, 2015). In their research paper Lu et al. (2021) stated that the information and communication technology is crucial for a business to thrive in our economy. Individuals are able to use ICT tools to collect information on any tourism or travel item from anywhere they have access to it, which means tourism businesses can share their services and product with potential clients from all around the world (Lu et al., 2021). Xiang et al. (2015) stated that for a smart tourism destination ICT based technology is crucial for an improved tourism experience, also better information sharing between consumers and suppliers for consumer satisfaction.

The main advantage of the interconnected technology smart cities and smart tourism destinations use is sharing real life, personalized information with tourists in order to optimize tourism experience (Boes et al., 2016). The term "smart" is rapidly being used to the tourism sector, which makes sense given that the tourism sector itself is tremendously information intensive and largely dependent on communication technology (Wang et al., 2020). Pai et al. (2020) describe that in addition to smart devices, other technologies belonging to STTs include social media platforms, cloud computing, big data, Internet of Things (IoT), artificial intelligence (AI), virtual reality (VR), and augmented reality (AR).

Information and Communication Technology (ICT),

ICTs are the reason smart cities could emerge and develop, since ICT enable innovations that make cities, whether already existent or newly constructed, smarter (Del Chiappa et al., 2015; Yang & Lam, 2021). Moreover, they actively contribute to a destination's marketing by igniting new technologies (which makes a place more attractive), new trends in tourism, also by improving sustainability, making the destination more accessible and last but not least opening new doors to visitor decision making, by the use of online distribution channels (Mandic and Garbin Praničević, 2019). When viewed as a driving force in smart cities, information and communication technologies (ICTs) enhance socioeconomic development toward digital urbanism (Yang & Lam, 2021). Applications built on ICT are aimed at improving the effectiveness of delivering different urban services and these innovative approaches are frequently supported in both the public and private sectors in order to foster a smart community (Yang & Lam, 2021).

Accessibility

An effective public transportation system is one of the main contributing factors to a effective smart city initiative, which is crucial to improve the quality of life of the residents of a smart city, and the quality of stay of a tourist of a smart tourism destination. An intelligent public transportation system is a requirement for a smart city, since travelers in crowded cities are having troubles due to an inadequate information system in the public transportation, and because they are unaware of the arrival time of an incoming bus or train, passengers are compelled to wait for a lengthy time. With the integration of technology into public transportation, a traveler may move around the destination with ease (Vakula & Raviteja, 2017). Lee et al. (2020) claim in their research paper that in order to help tourists plan itineraries, browse city information, and look up local transportation, the services provided by smart tourism cities must be helpful throughout the whole journey phase, moreover a smart tourism city needs the necessary physical infrastructure, technology, information database, and basic city circumstances to encourage the development of the tourism industry and most significantly, a smart tourism city offers guests smart transportation services. They also highlight that the aspects of a smart city, which is proper infrastructure, services provided to locals, and land area are merged with the aspects of smart tourism, which is smart transportation, attractions, and products such as accommodation, or gastronomical experiences (Lee et al., 2020).

Sutar et al. (2016) stress in their paper that a smart public transportation system, and smart information distribution regarding transportation is crucial in a city, because of problems such us: lack of knowledge on punctual scheduling, location of public transport stations, lack of information on the specific routes vehicles take. A Smart public transportation system (for example a user-friendly smartphone application) would solve these issues, with a map that shows real-time information on the whereabouts of public transportation vehicles, the proper schedule times, all the stations near your location, or the capacity of the buses. With these

applications a passenger is also able to plan their journey in advance (Sutar et al., 2016). While Sutar et al. only comes up with the example of buses in their paper I am able to declare with certainty that the problem is present in all forms of public transportation, including subways, trams, and so on. I can also state that these innovations would help both the sustainability of a smart tourism destination (by minimizing pollution) and the life of visitors, who are always very uncertain about transportation and the whereabouts of sights at a new destination. This would be beneficial for both groups.

Interactivity

When using STTs, interactivity is referred to as a facilitator that encourages passengers to provide real-time feedback and engage in active dialogue (Huang et al., 2017). This has an impact on how tourists react to STTs. When users of social media platforms perceive a high level of involvement, they are more likely to use the service and interact with travel vendors through their purchasing decisions, comments, and feedback (Tan et al., 2018).

Security

Security is the preservation of personal data when utilizing different forms of STTs. In locations where they feel their personal information is secure, tourists frequently utilize STTs. Security is seen as a key characteristic of perceived STTs in many earlier research (No and Kim, 2015).

Methodology

Study Area

Data for this research was collected through a questionnaire among international tourists visiting Budapest in Hungary. Budapest was chosen for particular reason. Firstly, Accordingly, Smart city index by Singapore University for Technology and Design, (SUTD) Budapest among the best smart tourism destination in Easter Europe countries. Secondly, Budapest has technologically smart transport facilities, security applications and smart parks for international tourists (Bulcsú et al., 2021).

Study design, sampling and data collection

This research sought to answer the following research question: This study assesses how tourists experience on use of STT, ICT, accessibility, interactivity, and security) at destinations. To answer this question, this study used a quantitative research design by survey method to collect primary data from international tourists who visited Budapest in Hungary. The survey questionnaire was designed into 2 sections: the first section dealt with demographic characteristics of the respondents. The second section dealt with study variables like ICT, accessibility, interactivity, and security. This scale was developed based on the finding of Fuad et al., 2020; Stela Cristina & Marlusa de Sevilha Gosling 2021. Data were collected between August and November 2022. A total of 300 international tourists filled the semi-structured questionnaire, consisting of open and closed ended questions. Out of these 256 questionnaires were completed and mistake free. The reply was voluntary and anonymous. Closed ended questions had a 5-point Likert scale, ranging from 1 = “not at all agree”, to 5 = strongly agree.

Results and discussion

To fulfil the objectives and answer the research questions for this study, data was collected, edited and coded, and then analyzed by using Statistical Package for Social Science (SPSS) version 25 for descriptive statistics and inferential statistics. Mean, standard deviation and ranking revealed the relationship tourists experience on use of STT.

Table 1: *Demographic Characteristics of the respondents*

Items		Frequency	Percentage
Gender	Male	145	56
	Female	111	44
Age	18-24	88	34
	25-34	100	40
	35-54	30	12
	55 and above	38	14
Highest education level	High school education	56	22
	University education	200	78
Respondents occupation	Entrepreneur	55	22
	Service industry Employee	100	39
	Student	68	27
	Unemployed/pensioners	33	12

Source: *Author own findings based on data*

According to descriptive analysis of respondents' demographic data there were more males (56%) than females (44%). The youngest respondent who filled the questionnaire was 18 years old and the oldest was above 55 years old. Overall, 86% of the respondents were age of group between 18-55 years and the remaining 14% of the respondents were above 55 years and 78% of the total respondents had a university education. Among the respondents, 22% of respondents are entrepreneurs 39% of the respondents are worked in the service industry, 27% of the respondents are still studying their education and remaining 12% are unemployed and pensioners. The demographic information of the sample is presented in Table 1.

Table 2: *Descriptive statistic of the variables*

Variable	Items	Mean	SD	Rank
Information and Communication Technology (ICT)	When traveling in Budapest, Smart Tourism Technology provides me with useful information about the travel destination and the trip.	3.61	1.118	2
	Learning to use and operate the Travel related ICT applications to start my travel plans is easy.	3.77	0.972	1
	The ICT is very effectiveness in searching for SMART tourism destinations	3.42	1.475	3
Accessibility	When traveling in Budapest, I can use Smart Tourism Technology everywhere	2.92	1.619	2
	When traveling in Budapest, I can search without a complicated sign-up process at tourism website.	2.35	1.934	3
	When traveling in Budapest, I can easily find Smart Tourism Technology	3.27	1.253	1
Interactivity	When traveling in Budapest, Smart Tourism Technology that I use is highly responsive to me	3.17	1.119	2
	When traveling in Budapest, it is easy to share tourism information content on Smart Tourism Technology	3.95	0.729	1
	When traveling in Budapest, I can find many other travelers' questions and answers on Smart Tourism Technology	2.52	2.109	3
Security	When I use Smart Tourism Technology, I believe my privacy is protected.	2.19	2.504	3
	When I use Smart Tourism Technology, I don't worry about collecting too much personal information	3.19	1.199	1
	Smart Tourism Technology Provides adequate security to protect my personal information.			
	I believe Smart technology applications back up my personal data and use as a marketing strategy to promote the other products	2.74	1.862	2

Source: *Author own findings based on data*

Tourists perception about using Smart tourism Technology at Smart tourism destinations

There are four variables used in this study to find out tourist perception about usage of STT. The first variables ICT contains three items, among them, 'Learning to use and operate the Travel related ICT applications to start my travel plans is easy' item consider as a top ranked based on $\bar{x}=3.77$, $SD=0.972$. The second variable accessibility also contain three items, among them 'When traveling in Budapest, I can easily find Smart Tourism Technology' item consider as a top ranked based on $\bar{x}=3.27$, $SD=1.253$. the third variable Interactivity also contain three items, among them 'When traveling in Budapest, it is easy to share tourism information content on Smart Tourism Technology' item consider as a top ranked based on $\bar{x}=3.95$, $SD=0.729$. The last variable Security also contain three items, among them 'When I use Smart Tourism Technology, I don't worry about collecting too much personal information Smart Tourism Technology Provides adequate security to protect my personal information' item consider as a topic ranked based on $\bar{x}=3.19$, $SD=1.199$ (See Table 2.)

Conclusion

The results of the study provided theoretical implication on smart tourism and STT. The study adopted some variables of STT proposed by Chen-Kuo Pai and Huang Chen-Kuo (Pai et al., 2020; Huang et al., 2017). In other words, this study tries to identify the importance of usage of those four STT attributes (ICT, accessibility, interactivity, and security) during visiting of smart tourism destinations. This study results showed that accessibility was the most effective contributor to tourist perceived STT experience in Budapest. The reasons tourists can easily use STT application like Budapest Go and Hungarian State Railways Magyar Államvasutak Zrt (MAV) to research destination at any time when they are highly accessible. With this easy access, tourists spend less effort on investigating transport facilities in Budapest. ICT was another influential variable to perceived STT experience in Budapest followed by accessibility. When tourism embracing STTs at smart destinations, tourists can easy find information on food and other activities at the destinations and tourists can have explore in Meetup and Facebook event pages to engage wide range of activities and event around Budapest. Moreover, tourist shows relatively low interest on interactivity in the context of STT experience. Lastly, security related issues when using STT tourists are relatively mediating results. Therefore, for tourists visiting Budapest, the ordinary technology used in tourism might not be effective since tourist pursued wonderful technology based travel and tourism experience.

References

- Xiang, Z., Tussyadiah, I., & Buhalis, D. (2015). Smart destinations: Foundations, analytics, and applications. *Journal of Destination Marketing and Management*, 4(3), pp. 143-144. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2015.07.001>
- Zhang, Y. and Li, Q. (2022) "The development status and trend of urban smart tourism based on internet of things technology," *Scientific Programming*, 2022, pp. 1-11. <https://doi.org/10.1155/2022/4378765>

Fuad Mehraliyev, Irene Cheng Chu Chan, Youngjoon Choi, Mehmet Ali Koseoglu & Rob Law (2020) A state-of-the-art review of smart tourism research, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 37:1, pp. 78-91, DOI: 10.1080/10548408.2020.1712309

Stela Cristina Hott Corrêa & Marlusa de Sevilha Gosling (2021) Travelers' Perception of Smart Tourism Experiences in Smart Tourism Destinations, *Tourism Planning & Development*, 18:4, pp. 415-434, DOI: 10.1080/21568316.2020.1798689

Huang, C.D.; Goo, J.; Nam, K.; Yoo, C.W. Smart tourism technologies in travel planning: The role of exploration and exploitation. *Inf. Manag.* 2017, 54, pp. 757–770. <https://doi.org/10.1016/j.im.2016.11.010>

Tan, G.; Lee, V.H.; Hew, J.J.; Ooi, K.B.; Wong, K.B. The interactive mobile social media advertising: An imminent approach to advertise tourism products and services? *Telemat. Inform.* 2018, 35, pp. 2270–2288. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2018.09.005>

No, E.; Kim, J.K. Comparing the attributes of online tourism information sources. *Comput. Hum. Behav.* 2015, 50, pp. 564–575. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.02.063>

Cornejo Ortega, J.L. and Malcolm, C.D. (2020) "Touristic stakeholders' perceptions about the smart tourism destination concept in Puerto Vallarta, Jalisco, Mexico," *Sustainability*, 12(5), p. 1741. <https://doi.org/10.3390/su12051741>.

Pinke-Sziva, I. and Keller, K. (2021) "Okos Turizmus és Okos Rendezvények Vizsgálata a Székesfehérvári királyi napok tükrében = smart tourism and smart events reflected by the Székesfehérvár Royal Days," *Turizmus Bulletin*, 21(2), pp. 34–42. <https://doi.org/10.14267/turbull.2021v21n2.4>.

Jovicic, D.Z. (2017) "From the traditional understanding of tourism destination to the Smart Tourism Destination," *Current Issues in Tourism*, 22(3), pp. 276–282. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1313203>.

Mandić, A. and Garbin Praničević, D. (2019) "Progress on the role of icts in establishing Destination appeal," *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 10(4), pp. 791– 813. <https://doi.org/10.1108/jhtt-06-2018-0047>.

Del Chiappa, G. and Baggio, R. (2015) "Knowledge transfer in smart tourism destinations: Analyzing the effects of a network structure," *Journal of Destination Marketing & Management*, 4(3), pp. 145–150. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2015.02.001>.

Lu, C. W., Huang, J. C., Chen, C., Shu, M. H., Hsu, C. W., & Bapu, B. T. (2021). An energy-efficient smart city for sustainable green tourism industry. *Sustainable Energy Technologies and Assessments*, 47, 101494. <https://doi.org/10.1016/j.seta.2021.101494>

Boes, K., Buhalis, D. and Inversini, A. (2016) "Smart tourism destinations: Ecosystems for tourism destination competitiveness," *International Journal of Tourism Cities*, 2(2), pp. 108–124. Available at: <https://doi.org/10.1108/ijtc-12-2015-0032>.

Wang, W. *et al.* (2020) "Realizing the potential of the internet of things for smart tourism with 5G and ai," *IEEE Network*, 34(6), pp. 295–301. <https://doi.org/10.1109/mnet.011.2000250>.

Pai, C.-K. *et al.* (2020) "The role of perceived smart tourism technology experience for tourist satisfaction, happiness and revisit intention," *Sustainability*, 12(16), p. 6592. <https://doi.org/10.3390/su12166592>.

Yang, W. and Lam, P.T.I. (2021) “An evaluation of ICT benefits enhancing walkability in a Smart City,” *Landscape and Urban Planning*, 215, p. 104227. <https://doi.org/10.1016/j.landurbplan.2021.104227>.

Mandić, A. and Garbin Praničević, D. (2019) “Progress on the role of icts in establishing Destination appeal,” *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 10(4), pp. 791–813. <https://doi.org/10.1108/jhtt-06-2018-0047>.

Vakula, D. and Raviteja, B. (2017) “Smart Public Transport for Smart Cities,” *2017 International Conference on Intelligent Sustainable Systems (ICISS)* [Preprint]. <https://doi.org/10.1109/iss1.2017.8389288>.

Lee, P., Hunter, W.C. and Chung, N. (2020) “Smart tourism city: Developments and transformations,” *Sustainability*, 12(10), p. 3958. <https://doi.org/10.3390/su12103958>.

Sutar, S.H., Koul, R. and Suryavanshi, R. (2016) “Integration of smart phone and IOT for development of Smart Public Transportation System,” *2016 International Conference on Internet of Things and Applications (IOTA)* [Preprint]. <https://doi.org/10.1109/iota.2016.7562698>.

Bulcsú, R., Dániel, H., & László, V. (2021). Problems caused by tourism in budapest. *Central Asian Journal of Innovations on Tourism Management and Finance*, 2(1), pp. 21-30. <https://doi.org/10.47494/cajitm.v2i1.77>

Szabadulósobák Budapesten – kreatív szolgáltatók a városi turizmusban

NAGY Adrienne¹, SZEIDL Klaudia², SZALÓK Csilla³, ROZGONYINÉ DROTÁR Nikolett⁴, PETYKÓ Csilla⁵

DOI: [10.29180/978-615-6342-76-8_28](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-76-8_28)

Absztrakt

A turizmus a globális gazdaság egyik meghatározó ágazata volt a covid járványt megelőzően, és nem kérdéses, hogy az lesz a krízist követően újra. A városlátogató turisták számának újbóli növekedése azt vetíti előre, hogy a városi turizmus az elsők között tér magához a járvány okozta sokkból. Mivel a turisztikai attrakciók és szolgáltatások, és éppen ezért a turisták is a városokban koncentrálódnak, megállapítható, hogy a turizmus jellemzői kiemelten érvényesülnek a városi-nagyvárosi terekben. A városok továbbá az innováció fő színterei is, ami a turizmus szolgáltatási kínálatában is érvényesül. Jó példái ennek a kreatív turizmus kínálati elemei, valamint maga a szolgáltatói kreativitás is. Magyarország turizmusában Budapest szerepe meghatározó, és fővárosunk egyben a kreatív turizmus központja is. Ezért kutatásunkban Budapestre fókuszálunk. Célunk volt annak feltárása, hogy a pandémiát követően a főváros kreatív szolgáltatási kínálatán belül a szabadulósobák kínálatára milyen jellemzőket mutat, valamint, hogy a szabadulósobák üzemeltetői hogyan jutottak túl a járvány időszakán. Az eredményeink azt mutatják, hogy a lassuló ütemű kínálatbővülés mellett érzékelhető egyfajta piaci átrendeződés és nyitás új szolgáltatások irányába, valamint megfigyelhető, hogy a szolgáltatói kreativitás a kínálat bővítése mellett a negyedik generációs játékok terjedésében is tetten érhető.

Kulcsszavak: Budapest, special interest tourism (SIT), kreatív turizmus, szabadulósoba, exit games, escape rooms

Bevezetés

A Világbank adatai alapján jól látható, hogy az urbanizációs folyamat eredményeként 2022-ben a világ népességének már 56,9%-a városokban élt (The World Bank, 2023). Még ennél is erőteljesebben érvényesül a hatás az Európai Unió területén, ahol a teljes népesség 75,5%-a, míg Magyarországon 72,6%-a lakik városi terekben (Eurostat, 2023). Ennek pedig egyértelmű következménye a városok kiemelkedő jelentősége, ami a turizmusban is megmutatkozik.

¹ Budapesti Gazdasági Egyetem, Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar, Turizmus Tanszék, ORCID ID 0000-0003-3780-7775, e-mail: nagy.adrienne@uni-bge.hu

² Budapesti Gazdasági Egyetem, Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar, Turizmus Tanszék, ORCID ID: 0000-0002-5581-3645, e-mail: szeidl.klaudia@uni-bge.hu

³ Budapesti Gazdasági Egyetem, Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar, Turizmus Tanszék, e-mail: szalok.csilla@uni-bge.hu

⁴ Tokaj-Hegyalja Egyetem, Turizmus- és Vendéglátás Tanszék, e-mail: drotar.nikolett@unithe.hu

⁵ Budapesti Gazdasági Egyetem, Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar, Turizmus Tanszék, ORCID ID 0000-0003-2403-2552, e-mail: petyko.csilla@uni-bge.hu

Egyrészt a városokba koncentrálódnak a turisztikai attrakciók túlnyomó része, másrészt ezen attrakciók vonzerejének, valamint a szolgáltatói kínálatnak köszönhetően a városok a turisták célpontjaivá is váltak. A városlátogatás az egyik legerősebben növekvő és hosszútávon érvényesülő trendje a turizmusnak, aminek eredményeként 2019-ben már a világon mért nemzetközi turistaérkezések (1,5 milliárd utazás) közel 47%-a a top 100 rangsorba tartozó városokban realizálódott (Yasmeen, 2019). Jól láthatóvá teszi ezt az is, hogy sok város vált a tömegturizmus helyszínévé, a világviszonylatban is kiemelt érdeklődést kiváltó városokban pedig kialakult az overtourism jelensége. A folyamatban a covid járvány ugyan megtorpanást idézett elő, de még 2020-ban, a járvány legnehezebb évében is a top 100 városba érkezett a nemzetközi turisták 43%-a (Yasmeen, 2020). A járvány elmúltával a városlátogatás iránti igény ismét határozott mértékben növekszik (KSH 2023).

Mindezek alapján fontos kérdés tehát, hogy egy nagyváros milyen összetételű, a kereslet igényeire milyen mértékben reflektáló turisztikai szolgáltatási kínálattal rendelkezik. Budapest turisztikai kínálata igen sokszínű, amiben megtalálhatók hagyományos és innovatív kínálati elemek egyaránt. Jelen kutatásunk Budapest kreatív szolgáltatási kínálatán belül a szabadulósobák kínálatának vizsgálatára irányul.

A kutatás elméleti háttere

A fogyasztói magatartás, valamint az ezek mentén kialakuló keresleti trendek vizsgálata elengedhetetlen a turisztikai szolgáltatók üzemeltetésénél, hiszen az érkező vendégek igényeit csak akkor tudják a legteljesebb módon kielégíteni, ha ezeket az igényeket már előzetesen ismerik és felkészülnek rájuk. A trendek kialakulásának és érvényesülésének folyamata során fontos jellemző, hogy a megerősödő trendek mellett mindig megjelennek és teret nyernek az ellentrendek is (Hauser, 2016). Jól példázza ezt a folyamatot a tömegturizmus mellett megjelenő alternatív turisztikai trendek sokasága. A kialakuló trendek természetesen visszahatnak magukra a fogyasztókra is, befolyásolják utazási döntéseiket, tükröződnek életstílusukban, habitusukban (Töröcsik & Csapó, 2018).

A városi, vagy városlátogató turizmusban érvényesülő tömegturizmus mellett is megjelentek az alternatív turizmus igényeit kielégítő turisztikai termékek (CCN, 2008), valamint olyan niche termékek is, amelyek a turisták különleges, az átlagtól eltérő igényeinek kielégítését szolgálják (creative tourism, special interest tourism). Budapesten a legjelentősebb szolgáltatási kínálat változatlanul a tömegturizmus igényeire épül, de az alternatív turizmus termékeinek szerepe is egyértelműen nő (Nagy et al., 2018).

A special interest tourism és a kreatív turizmus koncepciója az 1990-es évek elején-közepén jelent meg, majd terjedt el a turizmus vizsgálatával foglalkozó kutatók körében (Hall & Weiler, 1992; Richards & Wilson, 2007; Richards, 2011). Hall és Weiler (1992) szerint azt tekintjük különleges érdeklődésű turizmusnak, amikor a turisták motivációit és döntéseit elsősorban egy bizonyos különleges érdeklődés határozza meg, amely vagy a tevékenységekre és/vagy az úti célokra és a környezetre összpontosít. A kreatív turizmus pedig lehetőséget kínál azoknak a desztinációknak, amelyek a tradicionális kínálat mellett új alternatívákat keresnek a turizmus fejlesztésére (Richards, 2009). A kreatív turizmus szolgáltatásai révén a látogatók aktív résztvevői lehetnek olyan tevékenységeknek, amelyek a választott úti céljaik egyedi jellegzetességeihez kötődnek (Richards & Raymond, 2000), és amely kínálatról elmondható,

hogy találkozik a turisták megváltozott igényeivel, az új tapasztalatok és élmények szerzésével utazásaik alatt (Smith, 2006).

Ezekre a turizmusban érvényesülő keresleti trendekre adnak választ például a szabadulósobák (real life escape rooms), mint innovatív turisztikai termékek. A szabadulósobák lényege, hogy egy vagy több (egymásból nyíló) szobában kell a résztvevőknek különböző elméleti és gyakorlati feladatokat megoldaniuk egy adott tematikához kapcsolódóan. A játék megkezdésekor az ajtók bezárulnak, és a fő cél az, hogy feladatok megoldása révén a játékosok minél hamarabb megszerezzék a kulcsot, vagy a kódot az ajtó kinyitásához, azaz a kiszabaduláshoz. Játék közben a résztvevők aktív részeseivé válnak a szabadulósoba tematikáját adó történetnek. Mind Budapest, mind más városok turisztikai pozícióját jelentősen javíthatják, vagy megerősíthetik az olyan szolgáltatások, amelyek a helyi vállalkozások innovativitásán és kreativitásán alapulnak, mint ahogy a szabadulósobák (Nagy et al, 2018).

Módszertan

Budapest kreatív turisztikai szolgáltatásainak vizsgálatát 2014-ben kezdtük el. Kutatásunk során több szakaszban vizsgáltuk milyen változások fedezhetők fel a főváros kínálatában, valamint, hogy a feltárt szolgáltatási kínálatban milyen társadalmi innovációk jelennek meg. Kutatásunkban nem a hagyományosan a kreatív iparhoz sorolt szolgáltatási kínálatot céloztuk, hanem a teljes szabadidős programkínálat kreatív elemeit tártuk fel és kategorizáltuk. Mivel napjainkban a turisták egyik legfőbb tájékozódási fóruma az internet, ezért az online felületeken elérhető budapesti szolgáltatásokból építettünk adatbázist, aminek változásait időről időre nyomon követjük (Petykó et al., 2015; Nagy et al., 2017; Nagy et al, 2018; Petykó et al., 2020). Jelenlegi kutatásunknak az is célja, hogy áttekintést nyújtson arról, hogy a pandémia okozta megrázkódtatás milyen változásokat eredményezett a főváros turisztikai kínálatában. A kutatás eredményeiből ebben a tanulmányban a szabadulósobák konkrét példáját emeltük ki.

A kínálati felmérés 2023 tavaszán zajlott, két hónapon keresztül (május-június), melynek során a kutatás korábbi szakaszaiban felépített szolgáltatási adatbázis újrafelvételezésével tártuk fel a kínálat változásait. A longitudinális vizsgálat alapján elkészült pillanatfelvétel lehetőséget teremtett internetes weboldalak tartalomelemzése (közel 120 szolgáltató), terepbejárás és empirikus megfigyelések eredményein keresztül a szabadulósobák terén lezajlott változások rögzítésére.

Budapest turizmusa

Budapest turizmusa a szakirodalomból jól ismert városlátogató turizmus, vagy városi turizmus klasszikus példája hazánkban. A főváros a közigazgatási és gazdasági központi szerep mellett a népességi arányban, a kulturális életben, a sportban, a közlekedésben, az oktatásban, a kutatási és fejlesztési (K+F) tevékenységekben és a turizmusban is vezető szerepet játszott és játszik. Az európai fővárosok sorában is a leglátogatottabb helyszínek között szerepelt, amit igazol, hogy a közönségzavazatok alapján Budapest „Európa legjobb úti célja” volt 2019-ben. A European Best Destinations (2019) weboldal szerint az elismerés egy évtized munkájának a gyümölcse. Ez alatt az időszak alatt Budapest Európa egyik legvonzóbb és legjobb

életminőségű városa lett, amely befektetőket, vállalkozásokat, startupokat és utazókat vonz a világ minden részéről. A német és az orosz piac kiugró részesedése mellett Budapest turizmusa szárnyalt a vírusjárványt megelőző időszakban (KSH, 2020), mely a vendégérkezések és a vendégéjszakák számában, valamint a bevételek alakulásában egyaránt nyomon követhető volt. Együttesen vizsgálva a kereskedelmi és a magán szálláshelyek forgalmát, látható, hogy 2019-ben 5.694.027 vendég összesen 14.005.480 vendégéjszakát töltött el Budapesten. Ezen belül a külföldi vendégek száma megközelítette az 5 millió főt. A 14 milliót meghaladó összes vendégéjszakaszám Budapest főváros eddigi legmagasabb vendégforgalmi teljesítménye volt (KSH, 2020).

Ennek a felfelé ívelő folyamatnak vetett véget a pandémia, és rendezte át rövid idő alatt jelentősen a turisztikai piacot, különösen a külföldi vendégforgalomra építő desztinációk működését. Az utazási korlátozások következtében országosan és Budapesten is szignifikánsan csökkent a nemzetközi turistaérkezések száma 2020-ban. Alig 1,7 millió külföldi turista látogatott Magyarországra, amely a 2019-es 7,8 millió fős vendégszámhoz képest közel 80%-os visszaesésnek felel meg. Ez elsősorban Budapest számára okozta a legnagyobb gondot, hiszen a főváros jellemzően a külföldi turisták célpontja. Az összesített adatok alapján a budapesti szálláshelyeken 1,2 millió vendég szállt meg, és 3,8 millió volt a vendégéjszakák száma 2020-ban (MTÜ, 2021b). A vírus hatására felértékelődtek a szabadban végezhető tevékenységek, a belföldi úti célok, a zsúfolt városokat elkerülő vidék kínálta lehetőségek. A korlátozások feloldásával (távolságtartás, határátlépések, oltások) a városok fokozatosan elkezdtek visszanyerni hangsúlyos turisztikai szerepüket.

Budapest turizmusfejlesztése kapcsán a cél a városi turizmus megújítása, az átlagos tartózkodási idő növelése és a magasabb költési hajlandóságú vendégkör megnyerése a szolgáltatásfejlesztés mellett a Turizmus 2.0 – Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 (MTÜ, 2021a) elveivel összhangban. Ez a folyamat azonban nem zökkenőmentes. A turizmus szektor új kihívásokkal néz szembe a növekvő munkaerőhiány, az infláció és a növekvő gazdasági bizonytalanság miatt. Mindez növeli a nyomást a városi környezetre és a városokra, hogy javítsák a gazdasági hatékonyságot, enyhítsék az éghajlatváltozás hatásait, támogassák az intelligens városfejlesztést, növeljék a zöld szempontokat, és javítsák a turisztikai kínálatot a pandémiát követően.

A Top 100 City Destinations Index (TCI)⁶ évről-évre bemutatja a legnagyobb potenciállal rendelkező városokat, melyek virágzó turisztikai infrastruktúrával rendelkeznek és a fenntarthatósági törekvések mellett nagy üzleti lehetőségeket kínálnak. A 2019 évre vonatkozó rangsorban a top 100-ba Európa 32 városa került be, köztük Budapest is. Fővárosunk a 62. helyet szerezte meg a 4 millió főt meghaladó számú vendégérkezéssel (Yasmeen, 2019). A 2020-as évben a rangsorba bekerült európai városok nagy részénél 50-60%, vagy 60-70% közötti visszaesést regisztráltak az előző évhez képest, de természetesen akadtak a rangsorban ennél alacsonyabb és magasabb mértékű vendégszám csökkenést mutató városok is. Budapest sajnos a magasabb részarányú visszaesést elszenvedő városok között szerepelt (Yasmeen, 2020). 2021-ben Budapest a TCI rangsor 54. helyét foglalta el (de úgy, hogy közben a turisztikai teljesítmény pillér alapján a rangsor 78. helyére került) (Yasmeen et al., 2021).

⁶ Az Euromonitor International piackutató 6 különböző súlyarányú pillér alapján rangsorolja a városokat: gazdasági és üzleti teljesítmény (15%); turizmus teljesítménye (20%); turisztikai infrastruktúra (25%); turizmuspolitika és vonzerők (20%); egészségügy és biztonság (10%); fenntarthatóság (10%).

2022 az erős fellendülés időszakát mutatta az utazás és a turizmus számára. A városok világszerte profitáltak az utazókból, akik újra belföldi és nemzetközi szabadidős utakra indultak (Yasmeen et al., 2022).

2022-ben végre érezhetően újraindult a fővárosban a nemzetközi turizmus, de a volumen még nem haladta meg a 2019. évi 50%-át. Foglaltságban és átlagárban a budapesti szállodák 2022 főszezonban megelőzték Bécsset, Pozsonyt és Prágát (MSZÉSZ, 2022). A fővárosi szállodák jó teljesítményéhez mindenképpen hozzájárultak a rangos nemzetközi sportesemények, s a forintban számolt bevételeknek jót tesz a folyamatban lévő árfolyamváltozás. A legfrissebb adatok szerint 2022-ben 14,2 millió vendég 40 millió vendégéjszakát töltött hazánkban, ami közel 40%-os emelkedést jelent az előző évhez képest, és ami csak egy hajszállal marad el a járvány előtti adatoktól. A fővárosi szállodai szobakapacitás-kihasználtságban sikerült megelőzni Bécsset. Budapesten 4 millió külföldi vendégtől 10 millió belföldi vendégéjszakát regisztráltak 2022-ben. Budapesten 80%-ban külföldiek töltötték el a vendégéjszakákat. A belföldi látogatók nem, vagy alig töltenek vendégéjszakát itt. Az egyes országok és fővárosok szállodai teljesítményének összehasonlítása alapján Budapest szállodái mutatták a második legmagasabb értéket az átlagárban (105.9 €), a kiadható szobákra jutó árbevételben (64,2 €), illetve a foglaltságban (60,6%) (novekedes.hu, 2023).

A főváros koncentrált idegenforgalmi kínálatában fő hangsúly a következő elemeken van: kulturális turizmus, fürdők, sport, gasztronómia, hivatásturizmus és a városlátogató tömegturizmus ellenpólusaként a kínálat alternatív elemei (kreatív turizmus, SIT). Ide sorolható a színházak gazdag kínálata, a növekvő számú és egyre híresebb fesztiválok, a bővülő számú magán-múzeumi kínálat, a sportrendezvények, a fizikai aktivitást igénylő kikapcsolódási lehetőségek és a sajátos igényeket kielégítő leány- és legénybúcsúk, a bulinegyed, a szabadulósobák (exit games) és városi játékok (urban games) gazdag kínálata. 2023-ban a főváros egyesítésének 150. évfordulójára mintegy 100 programot kínálnak, hogy a főváros még vonzóbbá, élményekben gazdagabbá váljon az utazók számára. Ebből a gazdag kínálatból a szabadulósobák kínálatának változásait mutatjuk be a továbbiakban.

A budapesti szabadulósobák jellemzői

Az elmúlt évtizedben a városi turizmus kínálatában a hagyományos elemek mellett új kreatív termékek jelentek meg. A kreatív turizmus kínálata különösen olyan desztinációk esetében fejlődik gyorsan, amelyek az élményszerzés és aktivitás új, alternatív formáit keresik és alkalmazzák. Ilyenek például – a teljesség igénye nélkül – a kvízestek a kocsmákban és más szórakozóhelyen, az élménylövészet, az INDOOR Minigolf Budapest, a Gravity Boulder mászópark, a Fröcskölő, a Kolodko nyomában túra, és a magánmúzeumok egyre bővülő kínálata, mint a Boszorkány Múzeum, a Csokoládé Múzeum, a Houdini Ház, az Illúziók Múzeuma, a Retro Múzeum, vagy a Light Art Museum Budapest – a speciális érdeklődésű városlátogatók számára. Napjainkban a kreatív turizmus és a játékos aktivitások egyik nemzetközi szinten is legnépszerűbb szolgáltatása a szabadulósoba, amelynek európai meghonosításában a magyar szolgáltatók úttörő szerepet játszottak.

A szabadulósobák fejlődésére jellemző, hogy a klasszikus, zárt terekben zajló játékok mellett (real-life escape rooms) hamar megjelentek a *második generációs* játékok (alternate

reality games), amelyek a zárt térből kilépnek a városi helyszínekre, nyitott terekbe. *Harmadik generációs* lépcső volt a virtual reality (VR) és augmented reality (AR) technológiák (play VR) kisszámú megjelenése egyes szolgáltatóknál. A pandémia hozta el a *negyedik generációs* játéktípust (online exit games), amikor lehetőség nyílt online térből instruálva a helyszínen tartózkodó játékmestert megoldani a feladatokat. Az egyik legnagyobb szolgáltató (otthoniszabaduloszoba.hu) 16 féle csak otthon vagy online játszható játékot kínál. A rugalmas alkalmazkodás a megváltozott körülményekhez (2020-2022) tehát megteremtette a jelen egyik legnagyobb kínálattal rendelkező szolgáltatóját.

Az elérhető szabadulójátékokat tematika, időtartam, idegennyelvűség, résztvevők létszáma és árfekvés szerint rendszereztük. Bármely témakör esetén közös vonás, hogy számos változatos, nem ritkán extrém feladat megoldásán keresztül vezet az út a kiszabaduláshoz/megoldáshoz. Erre rendszerint 1-2 óra áll rendelkezésre és többnyire 2-6 fős csoportokban javasolt a játék. Néhány szolgáltató kialakított csapatjátékokat is, 6-12, max. 18 fő részvételével. A szabadulószobák változatos helyszíneken találhatók, és bár nagy részük Budapest hagyományos turisztikai területein található, számos olyan is akad, amely kitörve a bulinegyed büvökéréből, a turisták által kevésbé látogatott városi terekben található. A játékok tematikáit hét különböző témakörben csoportosítottuk, majd vizsgáltuk eddig, és ezt folytattuk, illetve ismételtük meg a tavaszi adatfelvétel során is.

1. táblázat: A budapesti szabadulószobák tematikái

	Témakör	A játékok tematikája	2014	2016	2018	2023
1.	kijutás	kijutás börtönből, pincéből, repülőből, koporsóból, egyiptomi sírkamrából, hajókabinból, stb.	28	72	88	103
2.	nyomozás	gyilkos, rabló, tolvaj, ékszer, eltűnt személy, térkép, irat, valamilyen titok, stb. után	19	43	49	61
3.	film	mesék, James Bond, Harry Potter, Lost, Ms. Marple, Trónok harca, Gömb, CSI, Gyűrűk ura, stb.	12	15	17	21
4.	utazás	körutazás, dzsungel, repülővel, világűr, múlt, jövő	13	9	9	10
5.	erotika és horror	korhatáros játékok	6	4	5	4+4
6.	ismeretterjesztés	kémia, földrajz, Magyarország, stb.	3	1	1	10
7.	egyéb	változatos feladatok	18	10	12	11
Összesen:			99	154	181	224

Forrás: www.szabaduloszoba.hu (2014, 2016), www.exitgames.hu (2014, 2016, 2018, 2023), <https://questhunter.hu/all-escape-rooms-of-budapest/> (2023) adatai alapján saját összesítés és szerkesztés, 2023

Az 1. táblázat adatai jól mutatják, hogy kutatásunk covid-járvány előtti szakaszában, 2014-2018 között, a kínálatbővülés jelentős a szabadulószobák piacán. A pandémia időszakában viszont a játékok többsége először bezárt, majd a szolgáltatási kör bővítésével (csapatépítés, üzleti rendezvények, vendéglátás, bolt-sarok, webshop – egyfajta előre menekülés) tudtak egyre többen újra kinyitni. A járvány előtti időszak egyik legnagyobb szolgáltatója (Trap Factory) 17 féle játékot kínált. A pandémia alatt ők is kötelezően szüneteltették a szolgáltatást. Sajnos

azonban a korábban kínált szabadulósobáik még most sem érhetőek el, a játékok nem foglalhatók (2023 július). Abból kiindulva, hogy az éttermük viszont fogad vendégeket, arra következhetünk, hogy vagy kivárnak még az újra nyitással, és/vagy munkaerőhiánnyal küzdenek, vagy az sem kizárt, hogy befejezték a szabadulósobák üzemeltetését. Látható tehát, hogy a rugalmas alkalmazkodás mérettől független, és nem sikerült egyformán az érintetteknek. A korábbi eredményeinkhez képest növekedett a száma a specializálódott szolgáltatást kínáló helyszíneknek. Elérhető specializációk jelenleg: csak szabadtéri rejtélyeket kínál, csak VR játék játszható, csak gyerekeknek, csak korhatáros témakörök (18+), csak csapatok egymás ellen, csak éjszaka játszható. A szolgáltatók többsége jelenleg kínálja a születésnap, legénybúcsú és leánybúcsú szervezésének lehetőségét, jelentős felár ellenében. Az árak tekintetében emelkedés mutatható ki a vizsgálat előző időszakához képest, 2000 - 4500.- Ft/fő (2018) átlagárról 3500 - 6500.- Ft/fő-re (2023). Extra szolgáltatástípus egy-egy helyszínen a privát szivarszoba, italbár, szabadulójáték tábor gyerekeknek és az állatbarát kiszolgálás beltéren. Ez utóbbi díjmentes.

Újdonság a questhunter.hu magyar – angol nyelvű gyűjtőoldal, mely négy szempont szerint kínál keresési opciót közel 180 játékra. Ezek a következők: a játék típusa, a játékosok száma, az életkor és a tematika. A gyűjtő weboldalon szereplő kínálat összesen 43 márkanév alatt fut, melyek közül ezek a legismertebbek: Exit the Room, Időcsapda, Magic Room, Mystique Room, Neverland, Pániq Szoba, Otthoni szabadulósoba stb. Az üzemeltetők száma jelentősen csökkent a járvány előtti adatokhoz képest, 78-ról 53-ra. Az öt évvel ezelőtti állapothoz képest a kínálat átlagos mérete növekedést mutatott. Ez azt jelenti, hogy az egy helyszínen játszható játékok száma 2,74-ről 4,15-re változott (questhunter.hu, exitgames.hu, 2023), ami tulajdonképpen egyfajta piaci átrendeződést, koncentrációt jelez. Erre utal az is, hogy a legnagyobb márkanevek 7-12 különböző játékot üzemeltetnek (9 szolgáltató), és az egy márkanév – egy játék helyszínek száma jelentősen lecsökkent (7 szolgáltató). A gyűjtőoldalokról természetesen időpontot is lehet foglalni, összesen 178 játék esetében.

Összegzés

A 2023 tavaszán megismételt adatfelvételünkéből származó eredmények változatlanul azt mutatják, hogy Budapestnek létezik olyan innovatív/kreatív kínálata, amely egyrészt folyamatosan fejlődik, másrészt hozzájárul a főváros turisztikai kínálatának megújulásához. A vizsgált szolgáltatástípus, a szabadulósobák az alternatív turizmus kínálatához tartoznak, tehát Budapestnek azokat a lehetőségeit bővíti, amelyek – illeszkedve a nemzetközi keresleti trendekhez – az egyéni igényeket (SIT) elégítik ki. Ugyancsak az érvényesülő trendekkel összefüggésben a fenntarthatósági törekvésekhez is hozzájárulnak például azzal, hogy csökkentik a vendégek/turisták térbeli koncentrációját a városi térben.

A szabadulósobák kínálatában a pandémia számos változást hozott. Ez a niche-piac folyamatosan fejlődik, növekedett az egy márkanév alatt játszható játékok száma, valamint bővült a kiegészítő szolgáltatások köre is. Nem meglepetés, hogy ezek között a szolgáltatók között is voltak olyanok, akik nem tudtak alkalmazkodni a vírusjárvány és az azt követő gazdasági nehézségek által előidézett helyzethez. A 2018-ban üzemelő 78 szolgáltató közül több mint 20 nem tudta a vírus okozta megrázkódtatást átvészelni. Azon a szolgáltatók nagy részénél viszont, akik menedzselni tudták a működésüket a 2020-2022 közötti években, megindult a szolgáltatási kör bővítése a játékok számában is és a vendéglátás valamely

formájának kialakításával, kereskedelmi tevékenységgel (bolt, webshop) vagy specializációval. Összességében a kínálat mennyisége bővült, egy csökkenő ütemű növekedés mellett.

Maga a szolgáltatás több európai nagyvárosba magyar közvetítéssel jutott el, így Budapest sok tekintetben lépéselőnyvel rendelkezett versenytársaival szemben, ahogy arra a korábbi kutatásink során rámutattunk. Kutatásunk folytatásában ismét vizsgálni fogjuk a budapesti szabadulósobák nemzetközi versenyképességét, hogy a nemzetközi piacon is értelmezni tudjuk a megmutatkozó változásokat.

A tanulmány szerzői a 2022-ben megalakult "Nekünk a Budapest" - Budapest turizmusa kutatócsoport tagjai. A kutatócsoport célja Budapest turizmusban játszott szerepének vizsgálata mind hazai, mind nemzetközi összehasonlításban.

Irodalomjegyzék

CCN (Creative Cities Network) (2008): Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism: discussion report of the planning meeting for the 2008 International Conference on Creative Tourism. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000159811> Letöltve: 2023. július 3.

European Best Destinations (2019): The 15 best places to visit selected by travellers. <https://www.europeanbestdestinations.com/european-best-destinations-2019/> Letöltve: 2023. július 20.

eurostat (2023): Urban Europe — Statistics on cities, towns and suburbs. <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-statistical-books/-/ks-01-16-691> Letöltve: 2023. július 25.

exitgames.hu (2023): A legtöbb magyar szabadulósoba egy helyen. <https://www.exitgames.hu/> Letöltve: 2023. július 3.

Hall, M. & Weiler, B. (1992): Introduction. What's special about special interest tourism? In: B. Weiler & C. M. Hall (Eds.), Special interest tourism. London: Belhaven Press, New York: Halsted Press 2014.p.

Hauser, M. (2016): Trends im Konsumverhalten. Wirtschaftspolitische Blätter 2016(4) 785-795.

KSH (2020): Helyzetkép a turizmus, vendéglátás ágazatról, 2019 <https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/jeltur/2019/index.html> Letöltve: 2023. július 20.

KSH (2023): Turisztikai szálláshelyek forgalma – Gyorstájékoztató, 2023 május. <https://www.ksh.hu/gyorstajekoztatok/ks/ks2305.html> Letöltve: 2023. július 20.

MSZÉSZ (2022): Trendriport a hazai és nemzetközi szállodaipar teljesítményéről. <https://www.hah.hu/elemzesek/trendriport/trendriport-2022-januar-augusztus/> Letöltve: 2023. július 20.

MTÜ (2021a): Turizmus 2.0 – Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030
https://mtu.gov.hu/dokumentumok/NTS2030_Turizmus2.0-Strategia.pdf Letöltve:
2022.március 14.

MTÜ (2021b): Turisztikai Trendriport 2020.<https://info.ntak.hu/hirek/mtu-turisztikai-trendriport-2020-atalakulo-turisztikai-piac-a-belfold-az-uj-kulfold> Letöltve: 2022. március 14.

Nagy, A., Petykó, Cs. & Kiss, D. D. (2017): Kreatív kínálat és fenntarthatóság a főváros kínálatában. In: Szalók, Cs. & Petykó, Cs. (szerk.): Változások és kihívások a turizmusban: tanulmánykötet. Budapest, Budapesti Gazdasági Egyetem. pp. 57-69.

Nagy, A., Petykó, Cs., Kiss, D. D. & Egedy, T. (2018): Kreatív turizmus Budapesten – Szabadulósobák az innovatív turisztikai piacon. Turizmus Bulletin. 18(4). pp. 30-40.
novekedes.hu, 2023: Először előzte meg Bécset Budapest egy fontos turisztikai mutatóban.
<https://novekedes.hu/utazas/eloszor-elozte-meg-becset-budapest-egy-fontos-turisztikai-mutatoiban> Letöltve: 2023. július 20.

questhunter.hu 2023: Összes budapesti szabadulósoba <https://questhunter.hu/> Letöltve: 2023. július 3.

Petykó, Cs., Nagy, A. & Kiss, D. D. (2015): Elements of creative tourism supply in Budapest. In: Tózsza I. & Zátori A. (szerk.): Metropolitan tourism experience development: Selected studies from the Tourism Network Workshop of the Regional Studies Association, held in Budapest, Hungary, 2015. Corvinus University of Budapest, Economic Geography and Futures Studies Department. pp. 104-113.

Petykó, Cs., Nagy, A. & Magyar, M. (2020): Szabadidő? Szabadulás? – Exit games a rekreációban. Recreation: A Közép-Kelet-Európai Rekreációs Társaság Tudományos Magazinja. 10(4) 37-39. DOI:10.21486/recreation.2020.10.4.4.

Richards, G. & Raymond, C. (2000): Creative tourism. ATLAS News. 23. pp. 16-20.

Richards, G. & Wilson, J. (2007): Tourism creativity and development. Routledge, London.

Richard, G. (2009): Creative tourism and local development. In: Wurzbürger, R., Pattakos, A. & Pratt, S. (Eds.) Creative tourism: A global conversation. Sunstone Press, Santa Fe. pp. 78-90.

Richard, G. (2011): Creativity and tourism. The state of the art. Annals of Tourism Research. 38(4). pp. 1225-1253.

Smith, W. L. (2006): Experiential tourism around the world and at home: definition and standards. International Journal of Services and Standards. 2(1) pp. 1-14.

The World Bank (2023): Urban Development. <https://data.worldbank.org/topic/urban-development> Letöltve: 2023. július 25.

Törőcsik, M. & Csapó, J. (2018): Fogyasztói trendek hatása a turizmusra. In: Csapó J. Generációk a turizmusban. I. Nemzetközi Turizmusmarketing Konferencia, Tanulmánykötet 2018. pp. 8-22

Yasmeen, R. (2019): Top 100 City Destinations. 2019 Edition. Euromonitor International <https://go.euromonitor.com/white-paper-travel-2019-100-cities.html> Letöltve: 2023. július 20.

Yasmeen, R. (2020): Top 100 City Destinations. 2020 Edition. Euromonitor International <https://www.euromonitor.com/top-100-city-destinations-2020-beyond-adversity-to-recovery-covid-edition/report> Letöltve: 2023. július 20.

Yasmeen, R., Vladykin, V. & Popova, N. (2021): Top 100 City Destinations. Index 2021. Euromonitor International <https://go.euromonitor.com/white-paper-travel-211202-top-100-city-destinations-index.html> Letöltve: 2023. július 20.

Yasmeen, R., Vladykin, V. & Popova, N. (2022): Top 100 City Destinations. Index 2022. Euromonitor International <https://www.euromonitor.com/top-100-city-destinations-index-2022/report> Letöltve: 2023. július 20.

Zöld gondolat az élenjáró vállalatok álláshirdetéseiben

NÉMETH Tamás¹, SZIGETI Cecília²

DOI: [10.29180/978-615-6342-76-8_29](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-76-8_29)

Absztrakt

A fenntarthatóság fogalmát, tartalmát tengernyi szakirodalom taglalta, járta körül az elmúlt évtizedekben, publikációk ezrei fókuszáltak a vezetői kezdeményezések, vállalati jógyakorlatok mind elméleti, mind pedig gyakorlati szegmenseire. Cikkünkben egy eddig szerény érdeklődést kiváltó kérdéssel foglalkozunk: a „zöld munkahely” többféleképpen értelmezhető fogalmát és jelentését a munkakörök és munkafeladatok dimenziójában, a toborzás-kiválasztási folyamatok során potenciálisan felbukkanó „zöld tartalmak” tekintetében vizsgáljuk. Azt állítjuk, hogy a környezet megőrzését vagy javítását célzó munkakörökön túl léteznek olyan vállalati gyakorlatok, melyek a nem „zöldgalléros” munkakörökbe is becsempészik a fenntarthatósági dimenziókat – mindezt munkaerőpiaci pozicionálás, illetve a munkaerőpiac elérhető „tehetségeinek” vonzására (majd megtartására) érdekében. Megvizsgáljuk a magukat „zöld munkahelynek” valló vállalatokat, és a hazai fenntarthatósági térben évenként meghirdetett fenntartható, kiemelkedő, példaértékű munkahelyekre figyelmet ráirányító szervezetek által díjazott cégeket. Tesszük mindezt a munkáltatói márkaépítés, a szervezeti belső értékek tudatos kommunikációjának feltérképezése okán. Tanulmányunk eredetisége a zöld munkahelyek és a zöldgalléros munkák kapcsolatának árnyalt elemzésében, valamint ezen elképzelések munkaerő-piaci elterjesztésében rejlik, amely választ adhat arra a kérdésre is, hogy vajon egy munkahely zöld vonatkozásai vonzóak-e a potenciális munkavállalók számára.

Kulcsszavak: fenntarthatóság, munkáltatói márka, tehetségek, toborzás-kiválasztás

Bevezetés

A fenntarthatóság nem csak népszerű kutatási téma, de az üzleti élet és a mindennapok egyik meghatározó tényezőjévé is vált. A vállalatok egyre nagyobb hangsúlyt fektetnek a fenntarthatósági törekvéseik bemutatására, kommunikációjára. Jelenlegi kutatásunk arra irányul, hogy Magyarországon működő élenjáró vállalati kör fontosnak tartja-e hangsúlyozni az álláshirdetéseiben a zöld, környezeti fenntarthatósággal kapcsolatos értékeket. Hipotézisünk szerint, ha vállalat számára (kommunikációs szinten) fontos a környezeti fenntarthatóság, akkor ezt az álláshirdetéseiben is feltünteti.

Irodalmi áttekintés

A magas potenciállal rendelkezők toborzása a tudás, az innováció és a versenyelőnyök megteremtésének alapja. A munkaerőpiaci folyamatokban a megfelelő munkaerő, az ún. tehetség megtalálása, megszerzése, majd pedig megtartása egyre nagyobb kihívást jelent mind iparági, mind szervezeti szinten. Így sok vállalat szembesül azzal a problémával, hogy a szűkülő

¹ Budapesti Gazdasági Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Kar, Vezetés és Emberi Erőforrás Fejlesztés Tanszék. e-mail: nemeth.tamas@uni-bge.hu

² Budapesti Gazdasági Egyetem, CESIBUS/Budapesti Metropolitan Egyetem, Fenntarthatósági Tanulmányok Intézete, e-mail: cszigeti@metropolitan.hu

munkaerőpiacon nehezen tud magas potenciállal rendelkezőket toborozni (Sommler et al., 2016), az elvárt kompetenciákkal, ismeretekkel, készségekkel és attitűdökkel rendelkező munkaerőt magához vonzani (Csillag et al., 2020). A munkáltatók minden eszközt megragadnak annak érdekében, hogy megtalálják és megtartsák a megfelelő munkaerőt, kezdve az employer branding kampányokon át a CSR (corporate social responsibility) tevékenységekig bezárólag (Saáry et al, 2021; Garai-Fodor et al, 2015; 2021). Ambler-Barrow (1996) alkotta meg először a „munkáltatói márkaépítés” (employer branding) kifejezést, és ekképpen határozta meg: „A foglalkoztatás által biztosított funkcionális, gazdasági és pszichológiai előnyök csomagja, amelyet a foglalkoztató vállalattal azonosítanak” (187. o.), mindezt marketing és humán erőforrás (HR – human resources) elemek összevont, komplex felhasználásával. A munkáltatói márka leginkább a versenytársaktól való megkülönböztetésben érezteti jelentőségét (Backhaus-Tikoo, 2004) és olyan – külső és belső – szereplőket foglal magában, akik a szervezetet „kiváló munkahelynek” tekintik (McLeod-Waldman, 2011).

A 2010-es évekre a munkáltatói márkaépítés a szervezetek fenntarthatósági stratégiájának szerves részének tekinthető: olyan új munkáltatói márkaépítési ötletek, utak születtek, amelyek a márkaépítés, a humánerőforrás-menedzsment és a CSR elméleteit holisztikus és folyamatalapú diszciplínaként értelmezték újra (Kryger Aggerholm et al., 2011; Long et al., 2022). A társadalmi identitás-elméletre és a jelzéselméletre támaszkodva azt feltételezték, hogy a cégek felhasználhatják vállalati társadalmi teljesítmény (CSP – corporate social performance) tevékenységeiket álláspályázók vonzására (Greenig–Turban, 2000). A gazdálkodók környezetre gyakorolt hatásai, befolyásoló szerepük a munkatermelékenység alakulásával összefüggésben is vizsgálható (Borzán-Szekeres, 2023). A kutatók néhány ellenpéldát is tapasztaltak: ugyan a szervezeteknek új, innovatív módon kell többdimenziós, két irányú kommunikációt alkalmazni (Miles-Mangold, 2014; Schivinski-Dabrowski, 2016; Mishchuk et al., 2022), hiszen a virtuális tér és a közösségi hálózatok általánossá és aktívvá váltak a toborzási folyamatokban (Vetráková et al., 2018), a szervezetek mégsem aknázzák ki a belső értékek, információk, jellemzők álláshirdetésekre való beemelésének lehetőségét (Puncheva-Michelotti et al., 2018).

Módszertan

Módszertanunk alapját azok a díjak, programok képezik, amelyek a kortárs magyarországi üzleti életben a munkaadók, munkahelyek kiemelkedő, példaértékű tevékenységre fókuszálva évről évre díjazták az eredményt felmutató szervezeteket. A „Legvonzóbb Munkaadó”, a „Szerethető Munkahely”, a „Legjobb Munkahely”, valamint a „Legvonzóbb Munkahely” díjakat kiosztó szervezetek mindegyike – mint ez az elnevezésekből is egyértelműen kiderül – a munkaerő-piacon kurrens „hívószavakat” variálva próbálja meg tovább pozicionálni a díjazott szervezeteket. Ezen közül a „Legvonzóbb Munkaadó” díjat 2021-től hirdetik (volt) munkavállalói értékelések alapján kialakult ún. „Top Employers” lista alapján (kiírója: www.munkahelyeink.hu), a „Szerethető Munkahelyek” díjat közönségsvazatok és/vagy egy szakmai zsűri véleménye alapján osztják ki 2017 óta (kiírója: DreamJo.bs), a „Legjobb Munkahely” díja munkavállalók anonim visszajelzésein alapul, melyet 2001-2018 között AON, 2019-től pedig Kincentric néven (Kincentric Best Employer) vezettek be (kiírója: AON), a „Legvonzóbb Munkahely” díjat pedig közel 25 000 válaszadó részvételével lezajló kérdőíves felmérés alapján, 2017-től hirdetik, iparágankénti bontásban 3-3 kiemelkedő szervezetet díjazva (kiírója: PwC Magyarország).

Annak érdekében, hogy objektív módon kialakított alapsokasággal tudjunk foglalkozni, megvizsgáltuk, hogy 2021-ben és 2022-ben mely szervezetek kerültek reflektorfénybe a fenti díjazások során. Ezt követően a kilistázott 46 szervezet (2021) és 48 szervezet (2022) közötti átfedéseket vettük alapul – azt feltételezzük, hogy a mindkét évben egyaránt kiemelkedő, díjazandó tevékenységet folytató szervezetek azok, amelyek nem egyszeri, hanem kiegyensúlyozottnak tekinthető, felismerhető stratégiát követő módon akarnak tudatosan megmutatkozni a munkaerő-piacon. A vizsgálatba bevont cégek ABC sorrendben: Aldi Magyarország, Audi Hungaria, BMW, Bosch csoport, British Petroleum, Coca Cola, Egis, GE, IKEA, LEGO, Lidl Magyarország Magyar Telekom, Mercedes-Benz, Microsoft Magyarország MOL Magyarország, Morgan Stanley, MVM Csoport, OTP Bank, PENNY, Procter & Gamble, Richter Gedeon, RTL Magyarország, Samsung, SPAR Magyarország, Vodafone. Vizsgálatunkat erre a 25 szervezetre orientáltan végeztük el: arra voltunk kíváncsiak, hogy három, kiemelkedően fontosnak tekinthető platformon, kommunikációs csatornán (saját weboldalon, a www.profession.hu álláshirdetési gyűjtőoldalon, valamint a LinkedIn oldalukon) miként jelenítik meg a „zöld munkakör” fogalmával azonosítható elemeket. Az aktuális álláshirdetéseket, 2023.07.17 és 2023.07.24 között tekintettük át.

A [profession.hu](http://www.profession.hu) Magyarország piacvezető állásportálja, melyet 2002-ben alapított meg három vállalkozószellemű fiatalember. Ötletük egyszerű volt: tegyék lehetővé az egy helyről történő álláskeresőt. A kezdeti sikerek hatására három évvel később a teljes csapatot átvette a Sanoma médiavállalat. 2014-ben a Central Média csoport az állásportált a Sanoma portfólió részeként vásárolta meg. Egy évvel később a svájci székhelyű Ringier Axel Springer Media AG nemzetközi portfóliójának részévé váltak, majd 2021-ben a két anyacég közötti tranzakció következtében a svájci Ringier Csoport megvásárolta a német Axel Springer részvényeit Magyarországon. Mindeközben hatékony csapatot is építettek: 2017, 2018 és 2020 után 2021-ben is elnyerték a Legjobb munkahely díjat. A foglalkoztatottak száma 232 fő (2022).

A [LinkedIn](https://www.linkedin.com) a világ legnagyobb szakmai hálózata, több mint 930 millió felhasználója van mintegy 200 országban. A cég küldetése egyszerű: összekapcsolni a világ szakembereit, annak érdekében, hogy hatékonyabbak és sikeresebbek legyenek. A 2003-ban alapított LinkedIn napjainkban diverzifikált tevékenységet folytat (felhasználói előfizetésekből, reklámértékesítésekből és toborzási megoldásokból származó bevételek). 2016 decemberében a Microsoft befejezte a LinkedIn felvásárlását, amely ennek köszönhetően egyesíti a világ vezető professzionális felhőjét és a világ vezető professzionális hálózatát. A foglalkoztatottak száma 10 001+ fő (2022).

Eredmények

Valamilyen fenntarthatósággal kapcsolatos információ 25-ből 24 cég honlapján megtalálható volt. A cégek egy részénél a honlapon, önálló menüpontban, vagy aloldalon (pl. Lidl Magyarország), másoknál csak az anyavállalat angol nyelvű honlapján találunk fenntarthatósági információt (Pl. Microsoft Magyarország). A honlapon szereplő fenntarthatósági információ tartalmában és szerkezetében is rendkívül sokféle lehet. Van, ahol csak a kapcsolódó dokumentumokat töltik fel (AUDI Hungária), mások színes híreket is közölnek a fenntarthatósági témáról (Penny). A munkatársakkal való közvetlen fenntarthatósági kapcsolódás jellemzően a sokszínűség elfogadásán – vagyis egy társadalmi fenntarthatósági célon keresztül jelenik meg (Aldi), máshol a hangsúly a munka és

egészségvédelmen van (MOL). Konkrétan zöld gondolat a munkatársakkal kapcsolatban a következő cégeknél jelenik meg:

- Audi Hungária: munkatársakat érdekelt felekként azonosítja és a környezetvédelemmel, energiahatékonysággal kapcsolatos folyamatokba, kommunikációba bevonja őket,
- Bosch csoport: Konkrét álláshirdetésben: "jó hozzájárás a helyi tömegközlekedéshez",
- Coca Cola: A zöld gondolat megjelenik az álláshirdetésben is a „Hulladék Nélküli Világról alkotott vízióink megvalósításán dolgozunk, és még tovább”,
- Egis: “Környezetvédelmi politikánk fontos része munkatársaink környezettudatos munkavégzése. A környezetvédelmi oktatás és az üzemeinkben az úgynevezett „zöld szemlék” ma már mindennapjaink részét képezik.”
- Lidl Magyarország: álláshirdetésben szerepel: "közösségi közlekedéssel való munkába járás költségének 100%-os térítése",
- Magyar Telekom: “Vállalatunk fenntarthatósági tevékenységében kiemelt szerepet játszik a munkatársak tudatformálása. A Telekom lehetőséget biztosít a munkavállalók számára, hogy környezettudatosan közlekedjen Budapesten és a vidéki telephelyeken, valamint a fenntarthatóság jegyében bevezetésre került a távmunka, valamint a munkatársak számára biztosított a konferenciahívásokhoz szükséges technológiai háttér, amellyel évente több ezer km utazást takaríthatunk meg.”,
- Penny: „Mivel a környezetvédelem tényleg fontos számunkra, ezért a PENNY zöld autókkal gurul. Persze nem az autó színére gondoltunk, hanem arra, hogy a járművek környezeti terhelésének csökkentése miatt a gépjárműpark több, mint 10%-át hibrid és elektromos autókra cseréltük.
Ezeknek az autóknak és a kollégák tudatos hozzáállásának köszönhetően 2022. év végére elértük a flottával kapcsolatos céljainkat, az átlagfogyasztást sikerült 3%-kal csökkenteni.”

A LinkedIn álláshirdetéseit áttanulmányozva a következő cégek honlapján találtunk zöld jellemzőkre való utalást:

- Aldi Magyarország: az álláshirdetés végén „Elkötelezettség” szakaszban szerepel: „Környezeti fenntarthatóság”, „Országos, illetve regionális szinten is egyedülálló lépéseket teszünk a környezet védelme, a fenntarthatóság és ökológiai lábnyomunk csökkentése érdekében. Folyamatosan azon dolgozunk, hogy tevékenységünk környezetre gyakorolt hatását a lehető legalacsonyabb szinten tartsuk. Gondoljunk csak a napelemekkel felszerelt üzleteinkre, az e-töltő állomásokra, az e-kamionra, csak hogy párat említsünk. Hosszú távú fenntarthatósági törekvéseink minden egyes tevékenységünket és értékláncunk teljes egészét lefedik.”
- Audi Hungária: az álláshirdetésben az "amit kínálunk" részben szerepel: "Győri gyárunk 2020 óta CO₂-semlegesen működik és továbbra is elkötelezettek vagyunk a fenntarthatóság iránt."
- BMW, az álláshirdetésben az „Elkötelezettség” szekcióban szerepel: Az elektromobilitásra való áttéréssel egyre nagyobb igény mutatkozik az anyagciklusok lezárására. Az előttünk álló út távolabbra vezet az elavult „fogd, használd, dobd ki” elvtől a körkörösség felé. Csak akkor lesz teljes a fenntarthatósághoz való hozzáállásunk, ha elérjük ezt a célt. Ezért a BMW Group azon dolgozik, hogy a járművekhez szükséges erőforrásokat zárt hurkú ciklusban tartsa. A környezet védelme

és megőrzése, az értékes erőforrások többszöri újrafelhasználása és annak biztosítása, hogy semmi se menjen kárba – mi ezt értjük körkörös gazdaság alatt. A BMW i Vision Circular azt mutatja, hogyan nézhet ki a jövőben egy kompakt, teljesen elektromos jármű, amely a fenntarthatóságra és a luxusra összpontosít. A körkörös gazdaság elvei alakították ezt a jövőképet, amelyben a járművek teljes egészében másodlagos anyagokból készülnek, és 100%-ban újrahasznosíthatók.”

- A Bosch csoportnál az álláshirdetésben a tömegközlekedéssel, biciklivel való elérhetőség szerepel. "Könnyen megközelíthető tömegközlekedéssel vagy kerékpárral – parkoló és kerékpártárolók állnak rendelkezésre”
- MOL Magyarország: „Szeretnél részt venni a zöld átmenetben? Érdekel, hogyan kezelik a környezetvédelmet az olaj- és gáziparban?” Más álláshirdetésben nincs zöld gondolat.
- Vodafone, a cégleírásnál a következő szerepel: „Keményen dolgozunk azon, hogy egy jobb jövőt építsünk. Egy összekapcsoltabb, befogadóbb és fenntarthatóbb világot. Dinamikus, globális közösségként a lelkületünk és a technológia az, amely képessé tesz bennünket ennek elérésére. Kihívásokat állítunk és innovatívak vagyunk annak érdekében, hogy az embereket, a vállalkozásokat és a közösségeket összekapcsoljuk világszerte. Ügyfeleink elégedetté tétele és hűségük elnyerése hajt bennünket, mi pedig együtt kísérletezünk, tanulunk gyorsan és oldjuk meg a feladatokat. Nálunk igazán önmagad lehetsz, és tartozhatsz valahová, megoszthatsz inspirációt, megragadhatod az új lehetőségeket, boldogulhatsz, és valódi változást hozhatsz létre. A környezeti fenntarthatóság. A Vodafone céljának kulcsfontosságú pillére a környezeti hatások csökkentése és a társadalom szén-dioxid-mentesítésének elősegítése. Ennek a megközelítésnek a középpontjában a digitális technológia áll, melynek köszönhetően energiát takarítunk meg, a természeti erőforrásokat hatékonyabb használjuk fel és körkörösebb gazdaság megteremtésével tudjuk csökkenteni az e-hulladékot. A Vodafone környezetvédelmi és fenntarthatósági céljai erőfeszítéseinket arra összpontosítják, ahol úgy gondoljuk, a legnagyobb hatást tudjuk elérni. 2021 júliusában az összes általunk használt hálózati villamosenergia megújuló forrásból származott. Célunk, hogy 2025-re a globálisan felhasznált villamosenergia 100%-át megújuló forrásokból fedezzük. Célunk, hogy 2030-ra elérjük a működésünkben származó nettó nulla kibocsátást, valamint az általunk vásárolt és felhasznált energiából (1. és 2. hatókör) – és hálózati hulladékunk 100%-át újrahasznosítsuk, újraértékesítsük. Az IoT-megoldások vezető szolgáltatójaként zöld digitális megoldásokkal segítjük ügyfeleinket saját szén-dioxid-kibocsátásuk csökkentésében. Célunk, hogy 2040-re elérjük a nettó nulla kibocsátást a teljes értékláncunkban (1., 2. és 3. hatókör). A körkörös stratégiánk célja, hogy növelje a fogyasztói tudatosságot a termékek fenntarthatóságával kapcsolatban, meghosszabbítsa a meglévő eszközök élettartamát, és növelje a felújított készülékek választékát.”

A Profession.hu álláshirdetéseit áttanulmányozva az alábbi cégek hirdeteiseiben találtunk konkrét zöld utalást:

- OTP: „A” kategóriás irodaházban végezhető a munka,
- Vodafone: Új zöld, digitális székház, amely szinte nulla károsanyag-kibocsátással rendelkezik az épület megújuló energiával való ellátására telepített napelemeknek köszönhetően.

Következtetések

Tanulmányunk a munkaerőpiacon megmutatkozó „zöld koncepció” elterjedtségét, tartalmát vizsgálta meg nemzetközi szakirodalmi keretbe ágyazva, Magyarországon tevékenykedő szervezeteket a fókuszba állítva. Arra kerestünk választ, hogy a különböző, CSR szempontokat figyelembe vevő szakmai díjakat megszerzett szervezetek miként érvényesítik a fenntarthatósági jelentéseikben kommunikált gyakorlatukat, eredményeiket a tehetségek megszerzése során, azaz a meghirdetett állások munkaköri leírásaiban felbukkannak-e „zöld munkaköri” elemek. A nemzetközi szakirodalmi kutatásokkal (sajnos) azonos módon, jelen kutatás is azt eredményezte, hogy – bár a munkaerőpiacon a Z generációs munkavállalók számára nagy jelentősége van a fenntarthatóságnak (Yamane & Kaneko, 2021) a vizsgált szervezetek sem fektetnek kellő hangsúlyt arra, hogy ezeket a gondolatokat, ideákat gyakorlati megjelenésben, komparatív előnyükként mutassák ki. A 25 vizsgált cég közül 24-nél találtunk fenntarthatósági tartalmat a honlapon, de csak 7-nél kapcsolódik össze ez konkrétan a munkavállalókkal. A LinkedIn-en 23 cégnek volt álláshirdetése, ebből 6-nál találtunk zöld tartalmat, a cég bemutatásánál, vagy az állás jellemzőinél (pl. közlekedés).

A Profession.hu oldalon 18 cég hirdetését találtuk meg, ezek közül 2 tartalmazott a munkavégzés körülményeire utaló zöld tartalmat. Vizsgálatunk eredményei alapján arra következtetünk, hogy az élenjáró munkáltatók nagy része nem, vagy alig kommunikál a cég környezeti fenntarthatóság irányába tett törekvéseiről, ez különösen a profession.hu hirdetéseinél figyelhető meg.

Limitációk

Kutatásunk korlátját jelenti, hogy a honlapon szereplő fenntarthatósági információ különböző helyeken, mélységben és szerkezetben található meg, ami adatvesztéshez vezethet. Kutatásunk során csak a külső szemlélő (potenciális munkavállaló) számára elérhető információkat dolgoztuk fel, nem elemeztük a jelentéseket, hosszabb szakmai elemzéseket. Az álláshirdetéseket egy heti intervallumban tekintettük át, így ezek tartalma nem biztos, hogy a teljes képet ad az álláshirdetések tartalmáról

Irodalomjegyzék

Ambler, T. and Barrow, S. (1996) “The employer brand”, *Journal of Brand Management*, Vol.4, pp. 1-22

Backhaus, K. and Tikoo, S. (2004) “Conceptualizing and researching employer branding”, *Career Development International*, Vol. 9

Borzán, A., Szekeres, B. (2023) A munkatermelékenység és az ESG jelentések kapcsolódási pontjai a hazai top200 árbevételű építőipari vállalkozásoknál. Fenntarthatóság és ellenállóképesség. XV. Pécsi Pénzügyi Napok, 86 p.

Csillag, S., Györi, Zs., & Svastics, C. (2020) Vaktában vállalkozni?: – fogyatékossgal élő vállalkozók a hazai munkaerőpiacon. *Vezetéstudomány*, 51(3), pp. 26-39.

- Garai-Fodor, M., Jackel, K., Pap, J., Csiszárík-Kocsir, Á., Medve A. (2015) Employer Branding: The place good to be, the place good to work. *Macrotheme Review*, 4(6), pp. 136-143.
- Garai-Fodor, M., Varga, J., Csiszárík-Kocsir, Á. (2021) Correlation between Generation Z in Hungary and the Motivating Factors to Do Volunteer Work in a Value-Based Approach. *Sustainability*, 13(20), p. 11519
- Greening, D. W., & Turban, D. B. (2000) Corporate Social Performance as a competitive advantage in attracting a quality workforce. *Business & Society*, 39(3), pp. 254–280. <https://doi.org/10.1177/000765030003900302>
- Kryger Aggerholm, H., Esmann Andersen, S. and Thomsen, C. (2011) “Conceptualising employer branding in sustainable organisations” *Corporate Communications: An International Journal* Vol. 16 No. 2
- Long, F., Chen, Q., Xu, L., Wang, J. and Vasa, L. (2022). Sustainable corporate environmental information disclosure: Evidence for green recovery from polluting firms of China. *Frontiers in Environmental Science* 10 Paper: 1019499,
- McLeod, C. and Waldman, J. (2011) “*The HR Trailblazer: Unlock the potential of your employer brand in a digital age*”, e-book: <http://www.eBookIt.com>
- Miles, S.J. and Mangold, W.G. (2014) “Employee voice: Untapped resource or social media time bomb?”, *Business Horizons*, Vol 57, Issue 3
- Mishchuk, H.; Štofková, J.; Krol, V.; Joshi, O.; Vasa, L. (2022). Social Capital Factors Fostering the Sustainable Competitiveness of Enterprises. *Sustainability* 2022, 14, 11905. <https://doi.org/10.3390/su141911905>
- Puncheva-Michelotti, P., Hudson, S. and Jin, G. (2018) “Employer branding and CSR communication in online recruitment advertising” *Business Horizons* Vol. 61
- Saáry, R, Csiszárík-Kocsir, Á., Varga, J. (2021) Examination of the Consumers’ Expectations Regarding Company’s Contribution to Ontological Security. *Sustainability*, 13(7), p. 9987
- Schivinski, B. and Dabrowski, D. (2016) “The effect of social media communication on consumer perceptions of brands.” *Journal of Marketing Communications*, 22(2)
- Sommer, L. P., Heidenreich, S., Handrich, M. (2016) War for talents-how perceived organizational innovativeness affects employer attractiveness. *R&D Management*, 47(2), pp. 299–310. <https://doi.org/10.1111/radm.12230>
- Yamane, T., & Kaneko, S. (2021) Is the younger generation a driving force toward achieving the Sustainable Development Goals? survey experiments. *Journal of Cleaner Production*, 292, 125932. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.125932>
- Vetráková, M., Hitka, M., Potkány, M., Lorincová, S. and Smerek, L. (2018) “Corporate Sustainability in the Process of Employee Recruitment through Social Networks in Conditions of Slovak Small and Medium Enterprises” *Sustainability* Vol. 10

Socio-economic impacts of sustainable development on agriculture in Morocco

Zouhair SAMIR¹

DOI: [10.29180/978-615-6342-76-8_30](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-76-8_30)

Abstract

Morocco, the 5th largest African economy by GDP, largely depends on agriculture. The sector represents 35% of all employment, with 72% of rural employment. Considering agricultural vulnerability to climate change. Morocco is confronted with the increasing prevalence of drought. The study aimed to examine the socio-economic impacts of sustainable development on agriculture in Morocco by analyzing the existing literature to explore and provide up-to-date information about recent changes and trends. It concluded that the adoption of sustainable practices fostered productivity and reduced the volatility of value-added in agriculture. However, the main challenges are water scarcity and difficulty in the adoption of new practices due to the high illiteracy rate in rural areas 50.9% (2014).

Keywords: Sustainable development, agriculture, socio-economic, climate change, Morocco

JEL classification: O10, Q01, Q10

Introduction

Morocco's economic situation as a developing country still depends to a disproportionate degree on agriculture, as agriculture is extremely vulnerable to changes in temperature, humidity, wind speed, and climate variation. One of the country's biggest challenges is the impact of climate change and the increasing prevalence of drought (Meliho et al., 2019). There is no denying the fact that sustainable development is the key factor for climate adaptation and mitigation. Therefore, Morocco has considered sustainability a path for its agricultural development mainly first via Green Morocco Plan (2008-2020), followed by Green Generation Strategy (2020-2030) (Elalaoui et al., 2021). The overall objectives of the review were to explore and examine the socio-economic impacts of sustainable development on agriculture in Morocco, including the evolution of the sector and the issues that impede its sustainability. Specifically, the study aimed to address the following research questions: What are the past trends and prospects for agricultural development strategies in Morocco, focusing on the current situation? What are the challenges that hinder the sustainability of this sector to deliver sustainable development? What are the perceived socio-economic impacts of sustainable development on agriculture? What are the applied and required adaptation actions, policies, and measures?

Theoretical background

The impacts of climate change will have a disproportionately negative impact on developing countries such as Morocco (Tan et al., 2021). The populations of the developing world are more vulnerable as they are not prepared to withstand a deleterious impact, plus the lack of the necessary infrastructure to deal with such exigent situations, import dependence, and the difficulties in maintaining a stable macro economy (Filho et al., 2019; Tan et al., 2021). The

¹ University of Sopron, Institute for Ecological Economics, István Széchenyi Management and Organisation Sciences Doctoral School, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics, e-mail: zouhair.samir@phd.uni-sopron.hu

global economic impacts are expected to be detrimental to many developing countries, even for the smallest increase in global average temperature (Stern, 2006). Some poor countries would likely suffer particularly severely, and climate change will exacerbate problems related to rapid population growth, existing poverty, and a heavy reliance on agriculture and the environment (Enete & Amusa, 2010; Seaman et al., 2014). In recent years, more developing countries opt for sustainable agriculture (López-Sánchez et al., 2021). Sustainable agriculture is identified as an integrated system of crop and livestock production practices that produce adequate amounts of high-quality food, protect its resources, and be both environmentally safe and profitable (Velten et al., 2015). As the negative impact of climate change led many smallholder farmers in low-income countries to adopt more sustainable agriculture approaches such as climate-smart agriculture practices, mainly of their cost efficiency (Nyang'au et al., 2021). Developing countries and particularly poor smallholder farmers are still vulnerable as a result of their lack of adequate adaptive capacity (Archer et al., 2007). However, sustainability in agricultural systems has improved food production and reduced food poverty in over fifty developing countries in Africa, Asia, and Latin America by adopting low-cost, and locally available environmentally sensitive practices and technologies (Pretty et al., 2003).

Climate adaptation and mitigation initiatives in Africa have taken shape in different international conferences, collaborations, and partnerships to promote the adoption of sustainable development practices, technologies, and solutions. As African countries are in the process of integrating the United Nations Sustainable Development Goals (SDGs) into their development plans. Morocco's awareness of the threat of climate change has prompted it not only to adhere to the 2030 Agenda for the Sustainable Development Goals but also to organize many international conferences, such as the Conference of the Parties COP 7 (2001) and COP 22 (2016). Since the agricultural sector is of strategic importance in Morocco, the country has also presented on the occasion of COP 22 (2016) the Initiative for the Adaptation of African Agriculture to Climate Change (AAA Initiative), which was supported by 38 African countries, and was recognized by the Heads of States of the African Union. The initiative fosters the implementation of concrete projects to improve agricultural water management, soil management, climate risk management, and financing capacities. In the context of the mentioned international cooperations and partnerships, Morocco has benefited from various international financial supports, such as Morocco Climate-Smart Agriculture Investment Plan from the World Bank and Food and Agriculture Organization (FAO) for the current decade to effectively support sustainable agriculture, boost productivity and achieve food security. The investment plan aims specifically to support the intensification of the most productive land, soil conservation to maintain longer-term fertility and conserve carbon, agro-forestry, integrated crop-livestock management, improved agricultural water management, erosion control, reducing the deforestation and reforestation to preserve watersheds, restoration of degraded lands and improved pest and disease management. Furthermore, these investment plans will promote the modernization and digitalization of the sector, such as the Agriculture 4.0 adoption plan (HCPM, 2023; World Bank, 2019; World Bank et al., 2018).

Notwithstanding the detrimental effects of climate change on both developed and developing countries, sustainable agricultural adaptation approaches that promote climate resilience have proven to be effective from both mitigation and socio-economic perspectives and would help steer economies on low-carbon and climate-resilient growth paths. Climatic change can cause significant economic damage, particularly in the agricultural sector, which depends on biodiversity, soil fertility, and water resources. For countries where agriculture accounts for a significant proportion of their economy, such as Morocco, climate change is a major challenge to their economic stability and development, as well as the quality of life and livelihoods of their inhabitants. The paper conducted a literature overview, resulting in an exploratory review

of sustainable agriculture's current state and its socio-economic impact in Morocco. To address the mentioned research questions, the existing literature had to be relied upon to provide a comparative analysis of the past and current trends, as well as the socio-economic impacts of sustainable development and the relevance of sustainable agriculture in Morocco. In addition, under the context of the socio-economic impacts of sustainable development on agriculture in Morocco, the results were organized under the three main subchapters: Economic, environmental, and social dimensions of sustainable development. Furthermore, it should be mentioned that the literature examined comes from three different languages: English, French, and Arabic.

Methodology

In terms of the methodological approach used to review the previous studies, this paper can be categorized as a narrative review. The selected previous studies and findings were contrasted, summarized, and organized under three main subchapters to provide a clear view of the state of agricultural development in terms of sustainability and the socio-economic impacts of sustainable development in the light of changes, past and current trends. The academic journal articles related to this research area referred to in this paper are drawn from various sources and web search engines such as Google Scholar, and ScienceDirect. Including scientific papers that are considered to provide clarity and a new perspective on the subject matter. Given the nature of the topic, it was necessary to rely not only on the scientific articles published on the topic but also on official documents and reports released by different renowned sources such as the World Bank Group, Food and Agriculture Organization (FAO). In addition, the official documents, reports, and censuses provided by the state and government institutions were mainly included for their relevant information and statistics to help understand the past and current trends in agricultural development prospects. Another reason is the government's policy perspective for a better understanding of the topic.

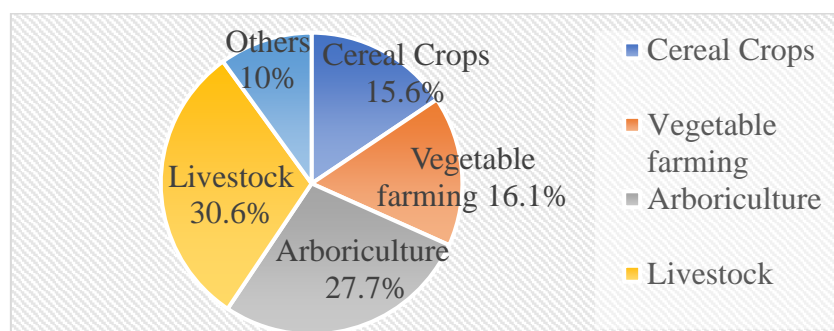
Findings

Morocco is generally regarded as a country undergoing demographic, economic, and political transformation. The country has made significant efforts to promote its agricultural development, rendering the sector essential to its economic and social development. In addition, agriculture is crucial for the rural population who depend on it, its strategic dimension in terms of food security, and lastly its contribution to the regulation of the trade balance (HCPM, 2023). In the following, the results of the socio-economic impacts of sustainable development on agriculture review were organized into the fundamental pillars of sustainable agriculture: economic, environmental, and social dimensions.

Economic dimension

The agricultural development strategy in Morocco was a great success. Since, the Gross Domestic Product (GDP) from the average annual growth rate of agriculture doubled to +5.25% (2008-2018) relative to the previous decade's +2.5% (1997-2007), which was achieved primarily by promoting the development of modern agriculture especially the sustainable one, with high productivity and added value in the irrigated and relatively prosperous unirrigated lands that meet the market requirements, through private investment. And secondly, by providing support to small-scale agriculture, fostering the transition to practices and technologies that are deemed sustainable, and improving the incomes of the most vulnerable farmers, particularly in landlocked areas (HCPM, 2023).

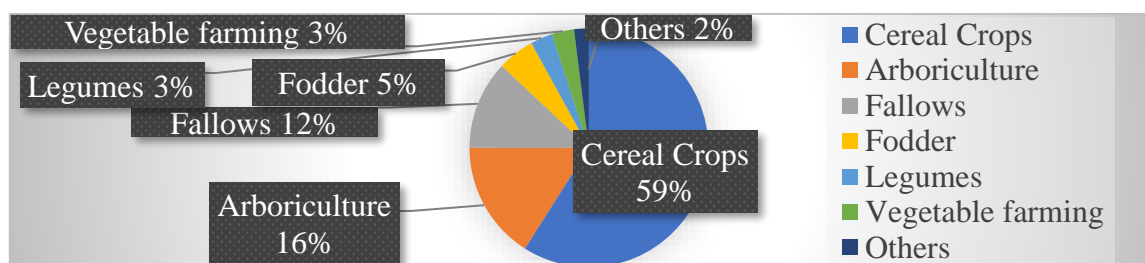
Figure 1: Structure of Value-added agriculture over the period 2008-2018 (in %)



Source: (HCPM, 2023)

Since 2000, the new agricultural strategies towards a better adaptation of agricultural production to the agroclimatic context, have changed the structure of the Value-added agriculture and were further emphasized within the framework of the Green Morocco Plan (2008-2020), to support high value-added agricultural production, such as arboriculture (27.7%), livestock (30.6%), and vegetable farming (16.1%). In addition, fostering the most resilient crops to climatic hazards in the sustainability context has reduced the volatility of value-added agriculture, measured by the standard deviation of agricultural growth, with significant attenuation between 1990-1999 and 2000-2018 by 61.8%. Moreover, promoting the conversion of cereal crops in areas of unfavorable conditions to other high value-added agriculture, intensification of production, and diversification of agricultural activities for more resiliency (HCPM, 2023).

Figure 2: Structure of agricultural lands in Morocco



Source: (HCPM, 2023)

Over the period 2008-2018, cereal production fluctuated between 33.5 million quintals recorded in 2016 and 114.7 million quintals in 2015. These variations led to a significant change in the share of cereal in agricultural value-added, which fluctuated from 21.4% in 2009 to 7.4% in 2016. Cereal crops, which occupy almost 60% of the total agricultural lands, are 90% practiced in rainfed areas. This concentration in the rainfed areas, especially at the level of the unfavorable rainfed areas, makes them more vulnerable to climatic hazards (HCPM, 2023).

Table 1: Cereal Production in Morocco periods (2020,2021,2022)

	2015- 2019 average	2019	2020	Change 2020/ 2019	2016- 2020 average	2020	2021	Change 2021/ 2020	2017- 2021 average	2021	2022 estimate	Change 2022/ 2021
	000 Metric ton			%	000 Metric ton			%	000 Metric ton			%
Wheat	5,868	4,100	2,560	-37.56%	4,765	2,560	7,540	194.53%	5,712	7,540	2,500	-66.84%
Barley	2,099	1,161	640	-44.87%	1,548	640	2,780	334.37%	1,981	2,780	690	-75.18%
Maize	101	41	50	21.95%	92	50	100	100.00%	82	100	30	-70.00%
Others	99	95	105	10.53%	99	105	93	-11.43%	102	93	98	5.38%
Total	8,167	5,397	3,355	-37.84%	6,504	3,355	10,513	213.35%	7,877	10,513	3318	-68.44%

Source: FAO, 2021, 2022. *Percentage Change: %Increase = Increase/Original Number × 100*

For instance, the 2020 and 2022 harvests are among the lowest recorded in the last 20 years, as they were characterized by poor rainfall in terms of amount and distribution. The cereal production of these two years decreased about 60 percent relative to the previous five-year average and 38% to 70% below the prior year's harvest. In contrast, the 2021 cereal production exceeded the five-year average by over 60 percent. The season was characterized by favorable rainfall, the precipitations were adequately distributed over time and space to facilitate sowing and early crop development. However, it has been shown that the conversion of rainfed land from cereal crops sensitive to climatic variability to arboriculture enhances climate resilience and improves productivity, especially arboriculture of fruit trees. Whereas in the field, farmers' practices show that it is the production systems that have evolved to combine arboriculture with cereals as an intercropping agriculture system which is considered a sustainable farming practice (FAO, 2021, 2022; HCPM, 2023).

Table 2: The absolute poverty rate and vulnerability to poverty rate in Morocco (in%)

		2013	2019
Absolute poverty	Urban	1.6%	0.5%
	Rural	9.5%	3.9%
	Total	4.8%	1.7%
Vulnerability to poverty	Urban	7.9%	4.6%
	Rural	17.4%	11.9%
	Total	12.5%	7.3%

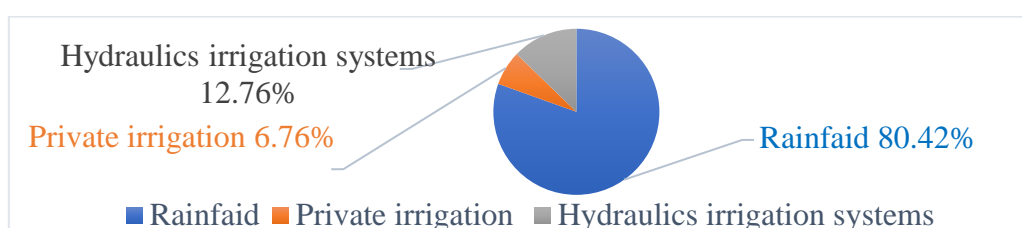
Source: (HCPM, 2023)

Agricultural prosperity, which was achieved thanks to the government's agricultural strategies, and the promotion of various sustainable practices and technologies, contributed to the substantial decrease in absolute poverty and the vulnerability to poverty rates in rural areas. Absolute poverty in rural Morocco has reduced by over 5% between 2013 and 2019. In addition, rural populations' vulnerability to poverty decreased to 11.9% in 2019. The government has introduced plans to support the newly emerging middle class of farmers in rural communities, including access to domestic and international markets (HCPM, 2023).

Environmental dimension

Environmentally, Morocco holding 7th rank in Climate Change Performance Index (2023) has promoted sustainable agricultural practices in agriculture including the wise use of water resources for irrigation, soil conservation, and the use of renewable energy (Jan Burck et al., 2022; Maatala et al., 2020). Additionally, smallholders, who represent 70% of farms still rely on traditional agricultural practices that have proven to be sustainable for soil conservation such as natural fertilizer (e.g.: manure), crop rotation, and agricultural water reuse. These sustainable traditional practices gained the support of the state. Furthermore, Morocco's agricultural development strategy has encouraged other sustainable practices such as crop diversification, and drip irrigation over traditional surface irrigation for more efficiency, which currently covers 592,091 ha with a previous ambition to convert 710,000 ha to drip irrigation, and the conversion to agriculture that are resilient to climate hazards (HCPM, 2023).

Figure 4: Distribution of agricultural land depending on the type of irrigation (2019-2023)



Source: (HCPM, 2023)

Climate variability and change are putting increased pressure on agriculture. a strong decline in precipitation was perceived since 1980 (-15% to -20%) with the decline in river runoff (-30% to -40%), water resources availability is already under severe pressure with experienced rain deficits since 2015. As the irrigated land occupies only 19.58% of the cultivated area, representing about 1.8 million ha, the crop production that's primarily rainfed 80.42% is highly vulnerable to increased rainfall variability, particularly barley and wheat. As a result, the unirrigated areas are the dominant cultivated lands. This predominance of rainfed land increases the agricultural sector's vulnerability to climate change and variations and negatively affects crop yields. Furthermore, irrigated agriculture is also impacted as the water needs for these crops can increase from 7% to 12% due to rising temperatures and evapotranspiration (HCPM, 2023).

Table 3: Morocco's main dams filling rate as of December 14 (2016-2022)

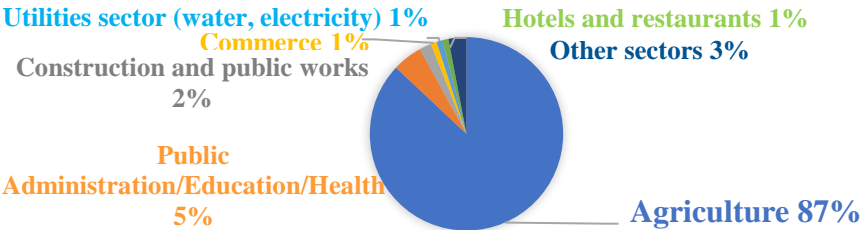
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
The normal capacity of dams (Mm3)	15,212.2	15,212.2	15,137.3	15,597.0	15,597.2	16,122.6	16,122.6
Dams reserve (Mm3)	7,705.0	5,342.4	9,499.9	7,272.1	5,666.2	5,555.2	4,121.7
Filling rate (%)	50.65%	35.12%	62.76%	46.62%	36.33%	34.46%	25.56%

Source: (HCPM, 2023)

Considering the serious and negative impacts of future climate change, the country could fall far below the "extreme level of water scarcity" in the coming decades. Since the sudden change in precipitation occurred around 1980, the annual availability of surface water has already been

drastically reduced. The last year the country has marked the worst drought in decades, with annual rain deficits experienced in recent years. These successive years of drought have resulted in chronic shortages leading to a reduction in the supply of water to dams that is reflected in the decrease in the main dams' filling rate over the last seven years shown in the table, with dwindling groundwater reserves. As the groundwater is extracted well beyond the level of sustainable abstraction. In this respect, Morocco was classified by the World Resources Institute as a country with high water stress in 2010 and extremely high water stress in 2040. The ongoing decline in the availability of water resources is exacerbated by the deterioration in water quality due to inadequate wastewater treatment, diffuse agricultural pollution, and the loss of regulated reservoirs volumes caused by sedimentation. Since Morocco ranked 22nd as a high water-stressed country by the World Resources Institute (2019), a National Program for Drinking and Irrigation Water Supply (2020-2027) was implemented to address these circumstances, by building new dams and increasing the volume of wastewater collection, treatment, and reuse. While the annual volume of wastewater produced is projected to reach 900 million cubic meters annually by 2030. The wastewater treatment rate increased to 56% in 2020 compared to 7% in 2006. Since the volume of wastewater collected has increased sharply over the last few decades, the National Plan for Shared Sanitation and Reuse of Treated Wastewater, which was launched in 2018, aims to replace the National Sanitation Program (2005), National Program for the Reuse of Sewage, and the National Rural Sanitation Program (2013). It is also worth noting that Morocco currently has 149 dams, totaling 19.3 billion cubic meters, and five under construction via the National Program for Drinking and Irrigation Water Supply 2020-2027 (HCPM, 2023).

Figure 5: *Distribution of annual direct water consumption by sector (2020)*



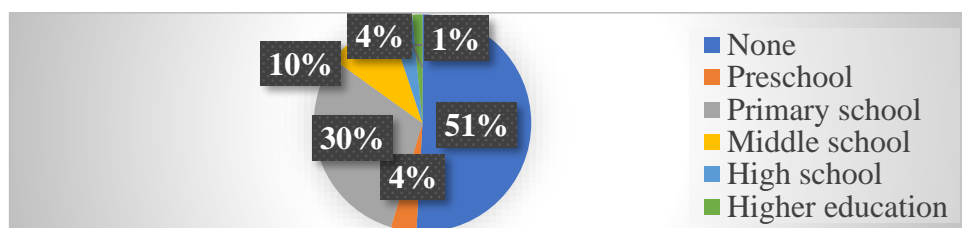
Source: (HCPM, 2023)

The present situation relating to water shortages has severe repercussions for the agricultural sector. Since the data on direct water consumption revealed that the amount of water consumed by the primary sector, for the most part, the agriculture sector (87%), is much greater compared to the industrial and service sectors' water consumption. As the water consumption is approximately 9 billion cubic meters per year, the subsequent sectors consume only a fraction limited to about 1.28 billion cubic meters. These statistics indicate that agriculture is the largest user of water resources in Morocco (up to 87.8% of total water consumption). Additionally, the Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) climate projections for precipitation and average temperatures show that between 2010 and 2050, aridity is gradually increasing in Morocco due to the 11% decrease in rainfall and the increase in temperature of 1.3°C. Increased aridity has negative impacts on agriculture. The irrigation water availability will decrease by up to 25% at the reservoir level. Reduced yields of non-irrigated crops by up to 10% in some regions. And the decline in animal production due to negative impacts on crop production and declining water resources (HCPM, 2023). With all the factors and challenges mentioned, water shortages are one of the key issues facing agriculture over the next decade.

Social dimensions

One of the major socio-economic impacts of sustainable development via agriculture strategies is the reduction of rural poverty through agricultural prosperity, encouraging a stable income for smallholders in rural areas based on sustainable agriculture technologies and practices, and fostering the emergence of a new middle class of farmers. However, given the high illiteracy rate of 50.9% (2014) and low adoption of technologies, the rural population is unprepared to contribute to the modernization of the sector. Even though agriculture still plays a major role in the socio-economic development of rural Morocco, smallholders that represent 70% of farmers are often unable to implement new practices and technologies leading to insufficiently rationalized water resources management, low irrigation efficiency, and low adaptive, productive capacity. Thus, sustainable development in agriculture is still impeded by its social dimension.

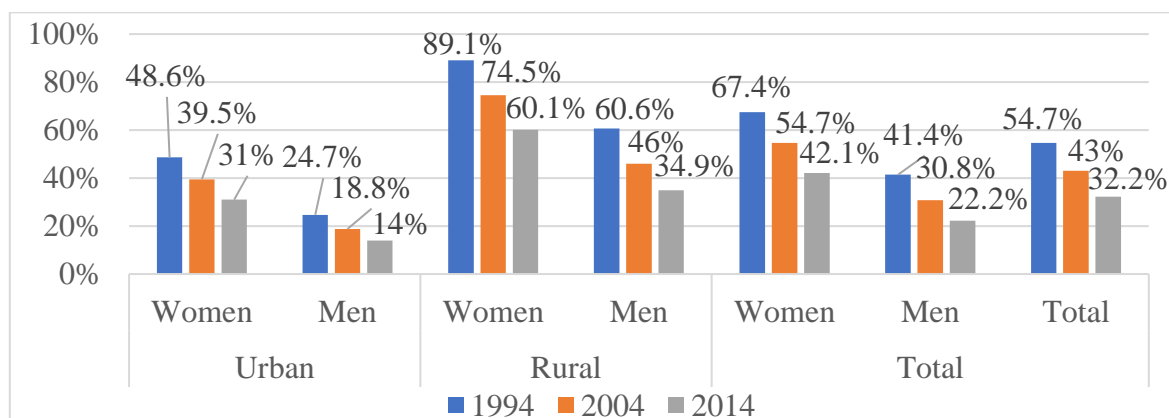
Figure 6: Rural Level of education 2014 census (%)



Sources: (HCPM, 2023)

The official figure for the country’s illiteracy rate is 32.2% (2014) instead of 36.9%, this difference is because government institutions distinguish between those who have attended primary school (for children between seven and thirteen years of age) but did not graduate or quit with those who have never attended school. Thus, the rate drops from 36.9% to 32.2% of the total illiteracy in the country. Rural areas have the highest percentage of illiteracy in the country, at 50.9% (2014). It should also be mentioned that education is compulsory for Moroccan children of both sexes (since 1963) from the age of seven until they reach the age of thirteen, under the law No. 1-63-071 in 1963 (HCPM, 2023).

Figure 7: Illiteracy rates based on gender and place of residence in (%) (Population aged 10+)



Source: (HCPM, 2023)

The chart developed from the results of the last three government censuses shows that the rate of illiteracy is much higher in rural areas than in urban areas for both sexes. For instance, the

men illiteracy rate in rural areas was 34.9% in 2014, almost double and a half compared to 14% in urban regions for the same year. The same observation can be made for rural women (60.1% in 2014) compared to their urban counterparts (31% in 2014). The limited access to institutions such as rural schools may account for this disparity. Furthermore, the women's illiteracy rate is the highest, regardless of the place of residence. Mention should be made of the fact that in Morocco, population censuses are carried out every decade, and the next census is expected to be conducted in 2024 (HCPM, 2023).

Conclusion

The paper provides insight into the current state of agricultural development of Africa's fifth-largest economy in the context of sustainable development with a comparative analysis of past and recent trends. The agriculture sector is still prominent for the country's economic growth as a developing country (13% of total GDP). In terms of the economic impact, the increase in GDP from agriculture's average annual growth rate could not be achieved without fostering the diversification of the sector and the promotion of crops that are more resilient to climate hazards. However, the sector remained for a long time little diversified with a high predominance of cereal crops (about 60% of total farmland), which makes it less resilient to climate change, exposes it to high volatility of growth, and negatively impacts economic growth. Environmentally, sustainable practices positively impacted agriculture, such as sustainable water practices, including the traditional ones for soil conservation. However, climate change will have an adverse impact on Morocco's agricultural development (Meliho et al., 2019). As a result, sustainable agriculture practices will likely become the core of the current and future agriculture development strategies to adapt to the future climate scenarios projection. Nevertheless, water shortage is still a threat to the future. Socially, agricultural prosperity resulted in significant part thanks to adopting sustainable practices and solutions, has reduced rural poverty, and will foster the emergence of a new middle class of farmers. However, the current high illiteracy rate and low adoption of technologies render implementing new practices and technologies challenging, leading to low irrigation efficiency, poor adaptability and productive capacity. The paper examined the key challenges facing the sector to deliver sustainable development. It was concluded that sustainable development in agriculture can only be achieved with its social and environmental dimensions. The discussed positive socio-economic impacts of sustainable agriculture practices will promote further discussion on resolving the mentioned challenges affecting agriculture development in Morocco and could serve as a reference and a steppingstone for future research relating to sustainable agriculture in the region.

References

- Archer, E., Mukhala, E., Walker, S., Dilley, M., & Masamvu, K. (2007). Sustaining agricultural production and food security in Southern Africa: An improved role for climate prediction? *Climatic Change*, 83(3), pp. 287–300. <https://doi.org/10.1007/s10584-006-9192-5> [Accessed 20 September 2023].
- Elalaoui, O., Fadlaoui, A., Maatala, N., & Ibrahimy, A. (2021). Agriculture and GDP Causality Nexus in Morocco: Empirical Evidence from a VAR Approach. *International Journal of Agricultural Economics*, 6(4), Article 4. <https://doi.org/10.11648/j.ijae.20210604.17> [Accessed 20 September 2023].

Enete, A. A., & Amusa, T. A. (2010). Challenges of Agricultural Adaptation to Climate Change in Nigeria: A Synthesis from the Literature. *Field Actions Science Reports. The Journal of Field Actions*, Vol. 4, Article Vol. 4. <https://journals.openedition.org/factsreports/678> [Accessed 20 September 2023].

FAO. (2021). Global Information and Early Warning System on Food and Agriculture—GIEWS Country Brief Morocco 2010-2021. Food and Agriculture Organization of the United Nations.

https://www.fao.org/giews/countrybrief/country/MAR/pdf_archive/MAR_Archive.pdf

[Accessed 20 September 2023].

FAO. (2022). Global Information and Early Warning System on Food and Agriculture—GIEWS Country Brief Morocco 2022. Food and Agriculture Organization of the United Nations. <https://www.fao.org/giews/countrybrief/country/MAR/pdf/MAR.pdf> [Accessed 20 September 2023].

Filho, W. L., Balogun, A.-L., Olayide, O. E., Azeiteiro, U. M., Ayal, D. Y., Muñoz, P. D. C., Nagy, G. J., Bynoe, P., Oguge, O., Yannick Toamukum, N., Saroar, M., & Li, C. (2019). Assessing the impacts of climate change in cities and their adaptive capacity: Towards transformative approaches to climate change adaptation and poverty reduction in urban areas in a set of developing countries. *Science of The Total Environment*, 692, pp. 1175–1190. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2019.07.227> [Accessed 20 September 2023].

HCPM. (2023). The High Commission for Planning of Morocco, the online statistical database 2023. The independent government statistical institution The High Commission for Planning of Morocco. <http://bds.hcp.ma/sectors> [Accessed 20 September 2023].

Jan Burck, Thea Uhlich, Christoph Bals, Niklas Höhne, Leonardo Nascimento, Monica Tavares, & Elisabeth Strietzel. (2022). The Climate Change Performance Index 2023: Results. Climate Action Network, Germanwatch e.V., NewClimate Institute. <https://ccpi.org/wp-content/uploads/CCPI-2023-Results-3.pdf> [Accessed 20 September 2023].

López-Sánchez, A., Luque-Badillo, A. C., Orozco-Nunnally, D., Alencastro-Larios, N. S., Ruiz-Gómez, J. A., García-Cayuela, T., & Gradilla-Hernández, M. S. (2021). Food loss in the agricultural sector of a developing country: Transitioning to a more sustainable approach. The case of Jalisco, Mexico. *Environmental Challenges*, 5, 100327. <https://doi.org/10.1016/j.envc.2021.100327> [Accessed 20 September 2023].

Maatala, N., Bekkar, Y., Hassnaoui, O. E., & Lebailly, P. (2020). Technical and Economic Efficiency of Irrigation Water Use for the Farms of Blueberry and Raspberry in the Loukkos Area in Morocco. *International Journal of Agricultural Economics*, 5(1), Article 1. <https://doi.org/10.11648/j.ijae.20200501.11> [Accessed 20 September 2023].

Meliho, M., Khattabi, A., Jobbins, G., & Sghir, F. (2019). Impact of meteorological drought on agriculture in the Tensift watershed of Morocco. *Journal of Water and Climate Change*, 11(4), pp. 1323–1338. <https://doi.org/10.2166/wcc.2019.279> [Accessed 20 September 2023].

Nyang'au, J. O., Mohamed, J. H., Mango, N., Makate, C., & Wangeci, A. N. (2021). Smallholder farmers' perception of climate change and adoption of climate smart agriculture practices in Masaba South Sub-county, Kisii, Kenya. *Heliyon*, 7(4), e06789. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e06789> [Accessed 20 September 2023].

Pretty, J. N., Morison, J. I. L., & Hine, R. E. (2003). Reducing food poverty by increasing agricultural sustainability in developing countries. *Agriculture, Ecosystems & Environment*, 95(1), pp. 217–234. [https://doi.org/10.1016/S0167-8809\(02\)00087-7](https://doi.org/10.1016/S0167-8809(02)00087-7) [Accessed 20 September 2023].

Seaman, J. A., Sawdon, G. E., Acidri, J., & Petty, C. (2014). The Household Economy Approach. Managing the impact of climate change on poverty and food security in developing countries. *Climate Risk Management*, 4–5, pp. 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.crm.2014.10.001> [Accessed 20 September 2023].

Stern. (2006). The Stern Review on the Economic Effects of Climate Change. *Population and Development Review*, 32(4), pp. 793–798. <https://doi.org/10.1111/j.1728-4457.2006.00153.x> [Accessed 20 September 2023].

Tan, X., Zhu, K., Meng, X., Gu, B., Wang, Y., Meng, F., Liu, G., Tu, T., & Li, H. (2021). Research on the status and priority needs of developing countries to address climate change. *Journal of Cleaner Production*, 289, 125669. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.125669> [Accessed 20 September 2023].

Velten, S., Leventon, J., Jager, N., & Newig, J. (2015). What Is Sustainable Agriculture? A Systematic Review. *Sustainability*, 7(6), Article 6. <https://doi.org/10.3390/su7067833> [Accessed 20 September 2023].

World Bank. (2019). Morocco Digital and Climate-Smart Agriculture Program. The World Bank. <http://documents1.worldbank.org/curated/en/648291567624827368/pdf/Concept-Stage-Program-Information-Documents-PID-Morocco-Digital-and-Climate-Smart-Agriculture-Program-P170419.pdf> [Accessed 20 September 2023].

World Bank, FAO, & AAA Initiative. (2018). Morocco Climate-Smart Agriculture Investment Plan. Initiative for the Adaptation of African Agriculture to climate change. <https://www.aaainitiative.org/sites/default/files/2021-01/CSAIP-Morocco.pdf> [Accessed 20 September 2023].

Eladósodási folyamatok és azok szabályozásának lehetőségei a szubszuverén szinten

POCSAI Erzsébet¹

DOI: [10.29180/978-615-6342-76-8_31](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-76-8_31)

Absztrakt

A hazai önkormányzati hitelezési piac eladósodása az önkormányzatok adóssághozzájárulását megelőzően sűrűn kutatott terület volt. A kutatások elemezték az eladósodás felfutásának lehetséges okait és azok magyarázatait, valamint a nemzetközi modellek és példák tapasztalatait felhasználva tettek kísérletet a hazai önkormányzati rendszer eladósodási modelljének azonosítására. A kutatások megegyeztek abban, hogy a szabály alapú modell nem alkalmazható a hazai gyakorlatra, tekintettel arra, hogy a 2011 előtt életben lévő jogszabályok² megszegésének semmilyen jogi szankciója nem létezett, azok betartása jogi úton nem volt kikényszeríthető (Jókay & Veres-Bocskai, 2009). Ezért a piac által szabályozott modell írta le leginkább a magyarországi eladósodási folyamatokat (Homolya & Szigel, 2008, Vígvári 2009_A, 2009_B). Az önkormányzati hitelezési piacot részletesen kutató tanulmányomban (Gál, 2011) arra a következtetésre jutottam, hogy a nemzetközileg is ismert modellek kiegészítése szükséges lehet a hazai eladósodási és szabályozási folyamatok tekintetében. Az alkalmazható modellt a „*kockázatvállalás alapú verseny*” modelljeként írtam le.

A 2011-2014 között több lépésben lezajlott adóssághozzájárulási, a hazai önkormányzati rendszer ismételt recentralizálását vonta maga után, mely a korábbi – hozzájárulási előtti – megállapítások, folyamatok és tendenciák ismételt felülvizsgálatát indokolta. A tanulmány ennek néhány elemét igyekszik áttekinteni. A tanulmány rávilágít arra, hogy az eladósodás jogszabályi kereteinek megteremtésével a központi szabályozott modell aktív és passzív kontroll elemei is megjelentek Magyarországon. Ezek a kontrollok ugyan beváltották a hozzájuk fűzött reményeket, a szektor külső eladósodása csak hozzájárulási mértékben épült fel újra. Ugyanakkor a belső, szállítói oldalról felépülő eladósodás továbbra is a szektor törékeny likviditási helyzetére hívja fel a figyelmet, melynek további vizsgálata indokolt és szükséges.

Kulcsszavak: eladósodás, aktív és passzív kontroll, arany szabály, hitelfelvétel

Az eladósodás kérdései a szubszuverén szinten

A hitel előrehozott vásárlást biztosít annak a gazdasági szereplőnek, aki a hitel felvételére jogosult. A gazdasági szereplők különbözősége (lakosság, vállalat, költségvetés), indokolja a hitelfelvételi képesség eltérő vizsgálatát és szabályozását. A hitelnyújtónál felépülő kockázatok indokolják, hogy minden egyes szereplő esetében eltérő, speciális szabályok kerüljenek megfogalmazásra. Abban azonban egyenszilárdságú a felfogás, hogy a hitelfelvétel mértéke a pénzügyi kapacitással³ mérhető leginkább, melyet szektoronként eltérő paraméterekkel írhatunk le. A hitelezés során a pénzügyi kapacitás fogalma alkalmazható az önkormányzatok

¹ Budapesti Gazdasági Egyetem, Pénzügy és Számviteli Kar, e-mail: pocsai.erszabet@uni-bge.hu

² Az önkormányzatok adósságrendezési eljárásáról szóló 1996. évi XXV. törvény (továbbiakban: Adr.), valamint A helyi önkormányzatokról szóló 1990. évi LXV. törvény (továbbiakban: Ötv.)

³ A pénzügyi kapacitás az a hitelösszeg, amely felvétele esetén annak terhei nem veszélyeztetik a gazdálkodó egység szokásos működését. (Gurley & Shaw, 1955)

esetében is (Vigvári, 2002). A fenntartható önkormányzati működés és gazdálkodás feltétele, hogy a folyó bevételek fedezetet biztosítsanak a folyó kiadások mellett a fennálló hitelek adósságszolgálatának teljesítésére is (Dafflon, 2010).

A helyi önkormányzatok, mint az államháztartás alrendszere a saját bevételeik növelése céljából, a központi források kiegészítésére hitelt vehetnek fel, melynek során azonban szem előtt kell tartaniuk a felelős gazdálkodást. A szubszuverén szint hitelfelvétele során keletkező pénzügyi terhek időben történő szétterítési lehetőségét és szükségességét az aranyszabály elvei határozzák meg (Musgrave, 1959), mely szerint hosszú lejáratú hitelből csak beruházási kiadás finanszírozható, ugyanakkor a hitel adósságszolgálati fedezete csak folyó bevételekből biztosítható (Dafflon, 2010). A fenti feltételek teljesülése esetén az önkormányzati gazdálkodás esetén elkerülhető a vagyonfelélés kockázata, illetve megakadályozható a felelőtlen hitelfelvétel miatt kialakuló adósságspirál. Az aranyszabály egyben biztosítja, hogy a haszonélvező generációk fizessék a hitel terheit és élvezzék annak hasznait (pay-as-you-use).

A fenti elvek szerint finanszírozott beruházási hitel visszafizetésének forrása vagy maga a bevételt termelő beruházás, vagy a helyi adóból befolyó adóbevétel többlet. Ez akkor képzelhető el, ha a beruházás vonzóvá teszi az adott települést a betelepülők számára (Tibeout hipotézis), mely következtésképpen megemeli a helyi adóbevételek összesített nagyságát, és összességében az adott önkormányzat pénzügyi kapacitását. A beruházási hitel forrása megteremthető egy új adónem bevezetésével, vagy korábbi adónemek adókulcsának megemelésével is, de legvégső esetben fizikai vagyonelem értékesítésével is.⁴

Az önkormányzati szektor eladósodásának elsődleges instrumentumai a hitelek, illetve a kötvények. Az eladósodás okaival, annak gazdálkodási és szabályozási hiányosságaival a közpénzügyi szakirodalom részletesen foglalkozott a 2012-es évet megelőzően hazánkban (Homolya & Szigel, 2008; Vigvári 2009_A, 2009_B; Gál, 2010_A, 2010_B; Aczél & Homolya 2011; Gál 2011; Vigvári 2011). A 2011-2014 között lezajlott teljes adósságkonszolidációt követően a szubszuverén szintek hitel és kötvény pozíció lecsökkentek, majd annak lassú, ismételt felépülése már az új szabályozás mentén indult meg (1. táblázat)

A helyi önkormányzatok eladósodásával foglalkozó szakirodalom (Ter – Minassian & Craig, 1997; Ter – Minassian, 1996) négy lehetséges modellt különböztet meg. A *piac által szabályozott modell* szerint nincs szükség szabályozásra, mivel az önkormányzat versenyképessége működteti a modellt, és a kontroll annál erősebb, minél nyilvánvalóbb a piaci szereplők számára az implicit kormányzati garancia hiánya. A *központi korlátozott modell szerint* a hitelfelvételt az egyes országok központi engedélyezéshez kötik. Amennyiben az adott országban a költségvetési korlát puha⁵, azaz az állami kimentés esélye magas, az önkormányzatokat finanszírozó hitelezők kockázata minimálisra csökken. A központi korlátozott modellben két eltérő technikát, *aktív* és a *passzív kontrollt* különböztetünk meg. Az *aktív kontroll* esetben a hitelfelvételt megelőzi a központi kormányzat előzetesen jóváhagyása, míg *passzív kontroll* esetében egy viszonyítási alap, esetenként maximális hitelösszeg kerül meghatározásra, az aranyszabály kötelező előírása mellett (Györffi *et al.*, 2009). Automatikus állami garancia nincs, de megjelenhetnek speciális államilag támogatott garancia alapok (európai megoldás), vagy üzleti alapon működő hitelbiztosító intézmények (Kopányi & Vigvári, 2003).

⁴ A szubszuverén szinteken a fizetőképességet nem veszélyeztető még felvehető hitel nagyságát Vigvári (2011) munkája mutatja be részletesen.

⁵ A puha költségvetési korlát fogalmával Kornai foglalkozott részletesen (Kornai és szerzőtársai, 2004_A, 2004_B)

A szabályalapú modell szerint a túlzott adósságvállalást törvényi szinten korlátozzák, míg a kooperatív modellben az eladósodás mértékének meghatározása kooperatív módon dől el, a helyi testületek és a központi kormányzat közötti egyeztetés eredményeképpen. A fenti modellek gyakran egymással párhuzamosan, valamely kombináció szerint alakulnak ki, minden esetben a helyi specialitásokat figyelembe véve.

Az elmúlt évtizedek az Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD⁶) országok esetében is számos intézményi reform végrehajtását eredményezték. Ezek a reformok jelenthettek részben elmozdulást a decentralizáció megerősítése irányába, melyre jó példát láthatunk Franciaországban, Görögországban, Litvániában, Svédországban. Ugyanakkor végbementek olyan reformok is, melyek a centralizáció ismételt felépülését vonták maguk után például Szlovénia, Seychelle szigetek, Hollandia, Magyarország⁷ és Írország esetében. A fenti reformok a szubszuverén szintek eladósodási szabályai tekintetében is tetten érhetőek. Az arany szabály szerinti eladósodás elvei figyelhetőek meg többek között Franciaországban, Szlovákiában, Ausztriában, Litvániában, Észtországban, Olaszországban vagy Szlovéniában. A hitelfelvétel a Pénzügyminisztériumi engedélyéhez kötött többek között Litvániában, Romániában, Görögországban, vagy Dániában. (OECD, 2022)

Az eladósodás alakulása az intézményi reformok után Magyarországon

Az önkormányzati szektor teljes adósságkonszolidációja 2011 és 2014 között, 4 ütemben valósult meg, melynek során 1.369,1 milliárd forint adósság törlesztésére került sor 2.058 önkormányzat és 24 önkormányzati társulás esetében⁸. Az adósságkonszolidációt megelőzően, illetve annak lebonyolításával párhuzamosan hazánkban is megvalósult az eladósodás szabályozásának központilag korlátozott modellje, melyben az aktív és passzív kontroll elemei is megjelentek. Ezek közé tartozik, hogy az új Möt⁹. alapján külső finanszírozási célú működési hiány nem tervezhető, az Alaptörvény¹⁰ 34. cikk (5) Kormányengedélyhez köti a helyi önkormányzatok hitelfelvételét, a Gst.¹¹ szabályai alapján csak fejlesztési célú hitelfelvétel engedélyezhető, kizárólag Kormányengedéllyel, valamint az éves adósságszolgálat összege nem haladhatja meg az önkormányzat adott évi saját beételének 50%-át. A hitelfelvételek tervezése tárgyévekhez kapcsolódik, melyet Magyar Államkincstár (MÁK) adatszolgáltatáshoz kötnek, illetve további feltétel, hogy a helyi önkormányzat helyi adót vessen ki (iparüzési adó vagy vagyoadó).

A fenti aktív és passzív kontroll az adósságkonszolidációval elérték a kívánt célt, azaz az eladósodás 2014 óta történő felépülése már szabályozott keretek mentén következett be. A szektor hitel és betét pozícióit jól szemlélteti az 1. ábra, mely alapján láthatjuk, hogy 2013-tól az önkormányzati hitelállomány nem haladta meg a 400 mrd forintot, ugyanakkor a teljes szektor betéti pozíciója a hitelintézeteknél elhelyezett betétek hatására annak likviditásához jelentősen hozzá járul. A teljes szektor betéti állománya megközelíti a 2.000 milliárd forintot.

⁶ Gazdasági Együttműködési és Fejlesztés Szervezet

⁷ A témával részletesen foglalkozik Kornai (2015, 2016) és Jelinek (2020)

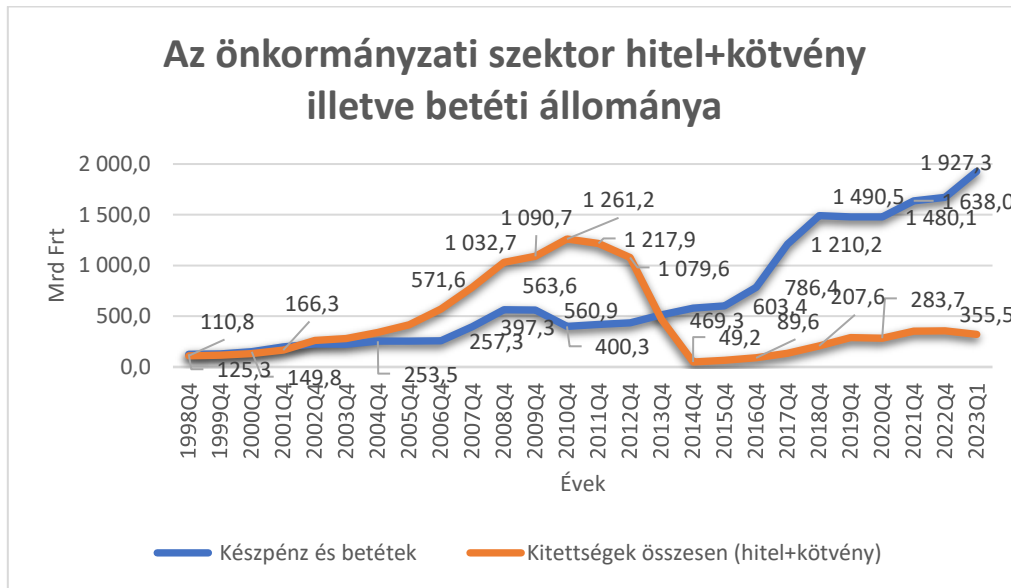
⁸ A témát bemutatják Lentner (2014) és Berczik, Kecskés, Kelemen & Szilágyi (2019) tanulmányai.

⁹ 2011. évi CLXXXIX. törvény - Magyarország helyi önkormányzatairól

¹⁰ Magyarország Alaptörvénye (2011. április 25.)

¹¹ 2011. évi CXCV. törvény - Magyarország gazdasági stabilitásáról

1. ábra: Az önkormányzati szektor hitel + kötvény, illetve betéti állománya



Forrás: Magyar Nemzeti Bank (MNB) adatok alapján saját szerkesztés

Amennyiben szélesebb spektrumban vizsgáljuk az önkormányzatok pénzügyi számláit (1. táblázat), látható, hogy a szektor nettó pénzügyi vagyona növekszik. Bár a hitelek tekintetében érvényesülnek az aranszabály előírásai (a hosszú lejáratú hitelek aránya a teljes hitelállományon belül 99%, és a hitelviszonyt megtestesítő értékpapírok eltűntek a rendszerből), a szektort érintő egyéb tartozások felépülésének lehetünk tanú, melyek belső kötelezettségek, feltételezhetően szállítói tartozásokhoz kapcsolódnak. Ezek az egyéb kötelezettségek meghaladják a hitelállomány háromszorosát. A szállítói tartozások mögött meghúzódó tényleges kockázatok elemzéséhez az egyes önkormányzatok korosított szállító analitikájának elemzése nyújthat segítséget. Fontos azonban megjegyezni, hogy a 60-90 napon túl lejárt szállítói tartozások már komoly adósságrendezési kockázatot jelentenek egyedi és össz - önkormányzati szinten egyaránt. Ugyanakkor tükrözik a szektor likviditási hiányát is.

1. táblázat: A helyi önkormányzatok pénzügyi számlái (S. 1313)

Helyi önkormányzatok	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023Q1
Pénzügyi eszközök	1 318,8	1 399,5	1 522,4	1 590,7	1 685,4	1 992,4	2 636,4	3 037,2	3 083,5	3 016,6	3 087,8	3 016,3	3 235,0
Készpénz és betétek	420,0	436,5	515,2	579,4	603,4	786,4	1 210,2	1 490,5	1 478,2	1 480,1	1 638,0	1 672,1	1 927,3
Készpénz	1,0	1,2	1,8	1,6	1,8	3,1	3,5	2,3	1,9	2,0	2,1	2,4	3,5
Folyószámla betétek	215,4	245,2	313,8	354,9	412,1	678,0	1 178,4	1 455,5	1 446,1	1 451,4	1 531,2	1 517,2	1 492,1
Egyéb betétek	203,6	190,1	199,6	222,9	189,5	105,3	28,3	32,6	30,2	26,7	104,7	152,5	431,7
Hitelviszonyt megtestesítő értékpapírok	16,3	14,0	17,4	14,9	26,9	147,6	265,4	286,5	292,9	203,4	144,7	80,8	83,7
Rövid lejáratú értékpapírok	10,7	7,6	4,9	5,4	20,3	136,7	129,1	38,4	1,1	5,5	4,6	9,2	17,4
Hosszú lejáratú értékpapírok	5,7	6,4	12,5	9,5	6,6	10,9	136,3	248,0	291,8	197,8	140,1	71,5	66,3
Hitelek	35,5	49,0	49,2	37,5	33,9	31,9	32,5	29,7	31,4	33,9	31,7	30,3	30,0
Rövid lejáratú hitelek	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Hosszú lejáratú hitelek	35,5	49,0	49,2	37,5	33,9	31,9	32,5	29,7	31,4	33,9	31,7	30,3	30,0
Részvények és részesedések	795,5	862,6	869,4	891,0	966,4	973,9	1 045,8	1 113,7	1 130,9	1 165,1	1 123,3	1 076,3	1 066,8
Biztosítástechnikai tartalékok	0,9	1,0	0,8	0,8	0,8	0,7	0,7	0,8	1,5	1,6	1,6	1,9	2,0
Pénzügyi derivatívák	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Egyéb követelések	50,5	36,3	70,4	67,0	53,9	51,8	81,8	116,1	148,6	132,5	148,6	154,8	125,3
Kereskedelmi hitelek és előlegek	34,3	35,4	62,1	67,0	53,9	51,8	81,8	116,1	148,6	106,4	122,5	128,7	125,3
Egyéb	16,2	1,0	8,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	26,1	26,1	26,1	0,0
Kötelezettségek	1 483,4	1 290,8	658,6	264,9	227,0	404,5	966,3	1 234,8	1 289,7	1 137,0	1 152,0	1 266,2	1 353,7
Hitelviszonyt megtestesítő értékpapírok	554,3	484,0	165,1	7,0	7,0	6,6	1,2	1,0	0,9	0,7	0,5	0,3	0,3
Hitelek	663,7	595,6	304,2	42,3	59,5	83,0	134,7	206,6	290,3	283,0	351,1	355,1	320,4
Rövid lejáratú hitelek	106,2	85,8	17,5	7,6	6,1	21,0	21,6	22,5	33,9	42,0	37,6	40,2	4,4
Hosszú lejáratú hitelek	557,5	509,8	286,7	34,7	53,4	62,0	113,1	184,1	256,4	240,9	313,5	315,0	316,0
Pénzügyi derivatívák	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	0,1	0,1	0,0	0,0
Egyéb tartozások	265,5	211,2	189,3	215,6	160,5	315,0	830,3	1 027,2	998,0	853,2	800,4	910,7	1 032,9
Kereskedelmi hitelek és előlegek	141,5	114,4	132,1	169,5	108,1	101,8	138,0	131,7	149,9	130,1	130,8	135,0	126,7
Egyéb	124,0	96,9	57,2	46,1	52,5	213,1	692,4	895,5	848,1	723,1	669,5	775,7	906,3
Nettó pénzügyi vagyon	-164,6	108,7	863,7	1 325,8	1 458,4	1 587,8	1 670,1	1 802,4	1 793,8	1 879,5	1 935,8	1 750,1	1 881,4

Forrás: MNB adatok alapján saját szerkesztés

Összegzés

A helyi önkormányzati szektor adósságának teljes konszolidálásával és az eladósodás jogszabályi kereteinek megteremtésével a magyarországi önkormányzatok eladósodását a korábbi piaci alapú modell helyett a központilag szabályozott modell váltotta fel, mely egyaránt alkalmaz aktív és passzív kontroll elemeket. Ezekre a változásokra találunk példákat az OECD országokban is. Az OECD országok nagy részével ellentétben hazánkban ezek az intézkedések a recentralizáció égisze alatt mentek végbe. Az alkalmazott kontrollok beváltották a hozzájuk fűzött reményeket, a szektor külső eladósodása a betéti pozícióhoz viszonyítottan is alacsony kockázatot hordoz. Figyelemre méltó ugyanakkor a belső kötelezettségállomány felfutása a konszolidációt követő évek óta, mely vélhetően szállítói számlákhoz kapcsolódik. Ennek a kötelezettségállománynak a kockázata a külső finanszírozók és a központi költségvetés szempontjából is jelentős lehet, és rámutat a szektor törekény likviditási helyzetére.

Irodalomjegyzék

Aczél, Á., & Homolya, D. (2011). Az önkormányzati szektor eladósodottságának kockázatai pénzügyi stabilitási szempontból. *MNB-szemle*, 6, pp. 1-11.

Berczik, Á., Kecskés, Á., Kelemen, R., & Szilágyi, H. (2019). A helyi önkormányzati alrendszer stabilitása 2002-2020 között. *Köz-gazdaság*, 14(3), pp. 60-82.

Dafflon, R. (2010). Local debt: From Budget Responsibility to Fiscal Discipline. *IEB 6th Symposium on Fiscal Federalism*. Barcelona, 2010. jun. 14–15.

Gál, E. (2010A). Önkormányzatok és kereskedelmi bankok a pénz-és tőkepiac keresleti és kínálati oldalán. *Hitelintézeti Szemle*, 9(3), pp. 290-306.

GÁL, E. (2010B). Az önkormányzatok adós- és követelésminősítésének elméleti és gyakorlati problémái. PhD értekezés, *Miskolci Egyetem, Vállalkozás elmélet és gyakorlat doktori iskola*

Gál, E. (2011). Kell-e szabályozni az önkormányzati hitelfelvételt. *Pénzügyi szemle*, 56, pp. 124-144.

Gurley, J. G. & Shaw, E. S. (1955). Financial aspects of economic development. *The American economic review*, 45(4), 515-538.

Györffi, D., Vigvári A. & Zsugyel, J. (2019). *Közpénzügyek nagy kézikönyve*. Budapest, HU: Complex Kiadó.

Homolya, D., & Szigel, G. (2008). Önkormányzati hitelezés-kockázatok és banki viselkedés. *MNB szemle*, 9, pp. 20-29.

Jelinek, Cs. (2020). „Gúzsba kötve táncolunk” – Zsugorodás és a kontroll leszivárgásának politikai gazdaságtana magyarországi középvárosokban. *Szociológiai Szemle*, 30(2), pp. 115–136. https://szociologia.hu/uploads/115_136_oldal.pdf

Jókay, K., & Veres-Bocskai, K. (2009). Egy igazi hungarikum: önkormányzati adósságrendezési eljárás tapasztalatai és a szabályozásban rejlő lehetőségek. *Pénzügyi Szemle*, 1, pp. 111-125.

Kopányi, M. & Vigvári, A. (2003). Az önkormányzati szektor pénz és tőkepiaci kapcsolatának szabályozási szükségessége és lehetősége. *Kézirat*.

Kornai, J., Eric, M., & Gerard, R. (2004A). Puha költségvetési korlát I. *Közgazdasági Szemle*, LI(7-8), pp. 608-624.

Kornai, J., Eric, M., & Gerard, R. (2004B). Puha költségvetési korlát II. *Közgazdasági Szemle*, LI(9), 777-809.

Kornai, J. (2015). U-kanyar Magyarországon. *Élet és Irodalom*, 59, pp. 8–10.

Kornai, J. (2016). Még egyszer a „rendszerparadigmáról”. Tisztázás és kiegészítések a poszt szocialista régió tapasztalatainak fényében. *Közgazdasági Szemle*, LXIII(10), pp. 1074–1119. <http://dx.doi.org/10.18414/KSZ.2016.10.1074>

Lentner, Cs. (2014). A magyar önkormányzatok adósságkonszolidációja. *Pénzügyi Szemle/Public Finance Quarterly*, 59(3), pp. 330-344.

Musgrave, R. A. (1959). *The theory of public finance*. New York, USA: McGraw-Hill

OECD, (2022). 2022 Synthesis Report World Observatory on subnational Government Finance and Investment. *OECD, 2022*

Ter – Minassian, M. T. (1996). Borrowing by subnational governments: Issues and selected international experiences. *International Monetary Fund*.

Ter – Minassian, T., & J. Craig (1997). Control of subnational government borrowing. *In: Ter-Minassian, T. (szerk.): Fiscal Federalism in Theory and Practice. Washington, International Monetary Fund*, pp. 156-172.

Vigvári, A. (2002). Lehetőségek önkormányzatok pénzügyi elemzéséhez. *Számvitel, adó, könyvvizsgálat*. (11), pp. 506-509.

Vigvári, A. (2009A). *Pénzügyi kockázatok az önkormányzati rendszerben. ÁSZ KUT tanulmány 2009. január*

Vigvári, A. (2009B). Atipikus önkormányzati eladósodás Magyarországon. *Közgazdasági Szemle/Economic Review*, 56.

Vigvári, A. (2011). Önkormányzati pénzügyek. Hazai kihívások és nemzetközi példák. *ÁSZ KUT, 2011. december*, ISBN 978-615-5222-01-6

Jogsabályok

Az önkormányzatok adósságrendezési eljárásáról szóló 1996. évi XXV. törvény (Adr.), valamint A helyi önkormányzatokról szóló 1990. évi LXV. törvény (Ötv.)

2011. évi CXCV. törvény - Magyarország gazdasági stabilitásáról

2011. évi CLXXXIX. törvény - Magyarország helyi önkormányzatairól

Magyarország Alaptörvénye (2011. április 25.)

A 2020 utáni magyarországi bankolási szokások változásának kvantitatív vizsgálata

SOLTÉSZ Martina¹, GARAI Ábel²

DOI: [10.29180/978-615-6342-76-8_32](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-76-8_32)

Absztrakt

A magánszemélyek bankolási szokásai egyértelműen megváltoztak 2020-ban és ezen változásoknak több kiváltó okuk volt. Egyrészt a járvány, másrészt a folyamatosan fejlődő banki digitalizáció, harmadrészt a megváltozott fogyasztói szokások, negyedrészt a megbízható internetes infrastruktúra általános elterjedése. Ez a tanulmány azt vizsgálja, hogy Magyarországon a magánszemélyek bankolási szokásainak változása 2020-at követően mennyiben a 2020-as világvárodnak tudható be, és mekkora szerepet játszanak más faktorok. A kutatás vizsgálta a magyarországi magánszemélyek bankolási szokásainak változását 2020 és 2023 között, illetve az eddigi adatokat felhasználva előrejelzést fog adni a várható jövőbeli változásokról; majd ellenőrizni fogja ezen előrejelzések pontosságát. A kapott eredmények egyértelműen igazolják a magánszemélyek bankolási szokásainak folyamatos változását.

Kulcsszavak: bankolási szokások, kvantitatív vizsgálat, digitális banki szolgáltatások

Bevezetés

A bankolási szokások változása egyidejűleg több elemi mozgatórugó hatásának eredője. Ezen változásoknak vannak olyan mintái, amelyek teljesen egyértelműnek tűnnek mind a szakemberek, mind a témában laikusok részére is. A mobiltelefonok és mobilinternet elterjedésével egyértelműen nő a banki szolgáltatásokat mobiltelefonon igénybe vevő magánszemélyek köre. A másik elemi összefüggés az, hogy 2020-ban a világvárodnak deklarálása után lecsökkent a banki szolgáltatások személyes igénybevételének az aránya a digitális platformokon végrehajtott banki tranzakciók javára. Ezt a két összefüggést axiómának tekinthetjük, ezen összefüggések magyarázatára és bizonyítására nincs szükség. Ennek a tanulmánynak a fő kérdése az, hogy ezen a két faktoron túl vannak-e más összetevői is a magyarországi magánszemélyek bankolási szokásainak változásának? Amennyiben más összetevői is vannak, akkor melyek ezek az összetevők? Ezek a további összetevők milyen mértékben járultak hozzá és járulnak hozzá továbbra is a bankolási szokások változásának? Vannak-e a bankolási szokásoknak megfigyelhető folyamatos és szezonális mintái a két axiómában lefektetett tényezők hatásán túlmenően? Mely minták jellemzőek egyedülállóan Magyarországra és melyek közősek más európai országgal, országokkal?

Ennek a tanulmánynak egy további célja az, hogy megvizsgálja, igazolja, illetve szükség esetén ellent mondjon a digitális bankolási szokások változásának szubjektíven érzékelt trendjének az objektív kutatási eredményekre támaszkodva.

¹ Budapesti Gazdasági Egyetem, e-mail: soltesz.martina@gmail.com

² Budapesti Gazdasági Egyetem, e-mail: garai.abel@uni-bge.hu

Szakirodalmi feldolgozás

Kerényi már 2017-ben megvizsgálta a Fin-Tech iparág magánszemélyek bankolási szokásaira gyakorolt hatását (Kerényi, Á. (2017)). Kerényi 2018-ben publikálta kutatásának újabb eredményeit, ahol már kiterjedten vizsgálta a Fin-Tech cégek és a hagyományos pénzügyi intézetek közötti kapcsolatokat. (Kerényi, Á., Molnár, J., & Müller, J., (2018)). Becsei et al a fenntarthatóság szempontjából vizsgálta a pénzügyi intézetek működését. (Becsei, A. (2021)). Povázson a 2021-ben újdonságnak számító banki technológiákon keresztül vizsgálta az egyéni ügyfelek fizetési szokásait (Povázson, G., (2021)). Müller és Kerényi a szabályozási oldalról vizsgálta a digitális pénzügyi innovációkat. (Müller, J., & Kerényi, Á., (2021)). Cseh-Zelina társadalmi szempontból vizsgálta a magyarországi magánszemélyek digitális bankolási mintáit (Cseh-Zelina, G., (2020)). Nagy és Tóth már 2012-ben vizsgálta a lakosság banki szokásait (Nagy, P., & Tóth, Zs., (2012)). Ez utóbbi szignifikáns alapot teremt komparatív vizsgálatra több, mint egy évtized távlatából.

Elemzés

A bankolási szokások változásának vizsgálatához szükséges az igénybe vett banki szolgáltatások körének definiálása, így a tanulmány szempontjából releváns banki szolgáltatásokat az 1. sz. táblázat tartalmazza.

1. táblázat: Releváns banki szolgáltatások

Banki szolgáltatások	
1.	Forint átutalás
2.	Állandó forint átutalás rögzítés
3.	Hiteligénylés
4.	Biztosítás igénylés
5.	Hitelkártya igénylés
6.	Bankkártya igénylés
7.	Bankkártya-limit módosítás
8.	Hitelkártya-limit módosítás
9.	Forint betét lekötés
10.	Értékpapír műveletek

Forrás: saját szerkesztésű táblázat

A kutatás és az erre épülő tanulmány azt a tíz kategóriát veszi figyelembe, ezeken kívül pedig más kategóriákat nem vesz figyelembe. Az ezen a listán szereplő elemek praktikussági szempont alapján kerültek kiválasztásra. A kiválasztás önkényes módon történt, a kiválasztás folyamatában nem játszottak tudományos szempontok szerepet, továbbá a kiválasztás során nem vizsgálta a kutatócsapat, hogy ezen tíz termék az egész banki portfólió hány százalékát reprezentálja. Ezen gyakorlati kiválasztásnak az előnye az, hogy így egyértelműen behatárolható a vizsgálat, a hátránya pedig az, hogy a kapott eredmények pontosságát csökkenti az a tény, hogy nincs arra vonatkozó adat, hogy ez a tíz kiválasztott elem a teljes banki szolgáltatási palettának mekkora hányadát teszi ki. Mindazonáltal ez a bizonytalansági faktor várhatóan nem befolyásolja a kapott

eredmény hitelességét és előreláthatóan ennek a kiválasztási mechanizmus több előnyt, mint hátrány jelent a kutatás szempontjából.

Ennek az 1. sz. táblázatban felsorolt tíz banki szolgáltatásnak a közös attribútuma az, hogy mind személyesen, mind elektronikusan igénybe vehetők. Az igénybevétel módjától nem változik a szolgáltatás minősége, mennyisége vagy bármely más paramétere. Attól a tényről eltekintünk, hogy az adott pénzügyintézet külön díjazást vezethet be ugyanazon termékre attól függően, hogy ügyfele azt a terméket személyesen vagy digitálisan veszi igénybe.

A banki szolgáltatások igénybevételének jellege egyértelműen a digitális csatornák felé tolódik. További kutatási kérdést képez, hogy ez ok vagy következmény. A pénzügyintézetek folyamatosan csökkentik a fizikai fiókhálózatukat, aminek következményeképp megnő a banki szolgáltatások személyes igénybevételéhez szükséges utazási idő. Ennek következményeképp egyéni oldalról racionális döntés az adott banki szolgáltatás digitális igénybevétele. Mindeközben a banki szolgáltatás digitális igénybevétele szintén nem költségmentes az ügyfél szempontjából. Az ügyfél saját maga állja a részéről szükséges internetkapcsolatot és technikai eszközt, így a felelősség egy része is átszáll a felhasználóra, hiszen a saját internetkapcsolatban és a saját technikai eszközben bekövetkező hiba is az ő felelőssége. Ezzel ellentétben, a bankfiókban a szükséges internetkapcsolat és eszköz rendelkezésre állása a pénzügyintézet felelőssége. Ezen túlmenően a bankfiókban bekövetkező technikai hiba esetén a pénzügyintézet technikai hibaelhárító csapata rendelkezésre áll és a hibaelhárítás díja a pénzügyintézetet terheli. A magánszemély esetében a saját eszközében bekövetkező hiba elhárításának a díja őt terheli; valamint a hibaelhárításhoz szükséges szakembergárda elérésében relatíve korlátozott egy pénzügyintézettel összehasonlítva. Így összességében elmondható, hogy a digitális bankolás a magánszemély részéről megnövekedett költséggel és rizikóval jár az említett faktorokat figyelembe véve. Ezeket a megnövekedett költségeket valamelyest ellensúlyozza az, hogy a pénzügyintézetek jellemzően alacsonyabb díjat számítanak fel ugyanazon banki szolgáltatás digitális csatornán való igénybevétele esetén.

2. táblázat: *A kiválasztott banki szolgáltatások személyes és digitális igénybevételének előnyei és hátrányai*

A 10 kiválasztott banki szolgáltatás személyes és digitális igénybevételének előnye és hátránya az ügyfél szemszögéből			
	Előnyök		Hátrányok
E/1	Utazási költség csökkentése	H/1	Saját internetkapcsolat költsége
E/2	Utazási idő csökkentése	H/2	Saját eszköz költsége
E/3	Utazással kapcsolatos CO2 csökkentést	H/3	Saját internetkapcsolat és saját eszköz meghibásodásának felelőssége
E/4	Alacsonyabb szolgáltatási díj	H/4	Saját internetkapcsolattal és saját eszközzel kapcsolatos meghibásodás elhárítása

Forrás: *saját szerkesztésű táblázat*

Az egyén szempontjából az 2. sz. táblázatban felsorolt előnyök eredője nem lehet kevesebb, mint a hátrányok eredője. Ideális esetben az előnyök hatásának összességében meg kell haladniuk a hátrányok összességét. Ebben a táblázatban felsorolt tényezők érdekessége az, hogy míg a felsorolt hátrányok kizárólag az egyén hatáskörében vannak, addig az előnyök között az E/3-as ösztársadalmi érdeket képvisel a CO₂ csökkentésen keresztül. Ez azt is jelenti, hogy a kérdésnek az egyéni szempontokon túl ösztársadalmi hatása is van. Ennek a felismerésnek egy további

vetülete az, hogy amíg a felsorolt hátrányokat az egyén szenved el a banki szolgáltatások digitális igénybevétele során, addig a hasznát mind ő, mind az egész társadalom élvezi. Ez pedig elvezet ahhoz a kérdéshez, hogy az össz-CO₂ kibocsátás csökkentésének terhét milyen eloszlásban viselik a különböző társadalmi csoportok. Természetesen a CO₂ kibocsátásnak további faktorai is vannak, mint például a banki digitális szolgáltatásokat kiszolgáló hardver-infrastruktúra CO₂ kibocsátása. Mindazonáltal egyértelműen kijelenthető az, hogy a banki szolgáltatások digitális igénybevétele a magánszemély ügyfél részéről egyszerre jár előnyökkel és hátrányokkal. Egy további levont következtetés az, hogy ezek az előnyök és hátrányok arányosak egymással. Természetesen a banki szolgáltatásokat igénybe vevő magánszemélyek heterogén közösséget képeznek és ezen heterogén közösség tagjai körülményei abszolút és relatív mértékben eltérnek. Abszolút értelemben eltérő körülménynek nevezünk a lakóhely és a munkahely fizikai eltérését, relatív eltérésnek pedig azt nevezük, hogy az adott egyén heti, napi rutinja is kisebb-nagyobb eltérést mutat. Így összességében nem jelenthető ki, hogy a banki szolgáltatások digitális igénybevétele akár előnyös, akár hátrányos minden ügyfélre vonatkozóan. Az ügyfelek összességét szegmentálni kell, és a definiált ügyfél-szegmensek szemszögéből kell vizsgálni a digitális szolgáltatások előnyeit és hátrányait.

A Magyarországon tevékeny pénzügyintézetek nemzetközi pénzügyintézeti csoportokhoz is tartoznak. Ezek a pénzügyintézetek az egységnyi informatikai fejlesztési költségeket olyan módon csökkentik, hogy nem egy-egy adott országban végeznek el külön-külön fejlesztéseket, hanem regionálisan, több országra vonatkozóan. Ennek az a következménye, hogy a Magyarországon bevezetett digitális banki megoldások nem kizárólag a magyarországi ügyfelek igényeit veszi figyelembe, hanem az össz-regionális igényeket. Mindazonáltal a régióban lévő országok ügyfelei preferenciáiban eltérések lehetnek és vannak, ezért az adott országban bevezetésre kerülő megoldás kompromisszumos.

Eredmények

Az eredmények egyértelműen igazolják a magánszemélyek bankolási szokásainak folyamatos változását. A változás rendületlenül a termékek digitális használatának növekedésének az irányába mutatnak. Az adatok meggyőzően igazolják, hogy a magasabb kvalifikációjú egyének nagyobb valószínűséggel veszik igénybe ugyanazon szolgáltatást digitális módon, mint személyesen. A másik eredmény az, hogy a fővárosi egyének szintén nagyobb valószínűséggel veszik igénybe a banki szolgáltatásokat digitális formában. Az eredmények megfelelnek a várakozásoknak, a kutatási eredmények igazolják a kezdeti feltételezéseket.

Konklúzió

A banki szolgáltatások digitális igénybevétele arányának növekedése egy töretlen folyamatot képez. Mindazonáltal a növekedési ráta folyamatosan csökkenni fog a telítettségi ponthoz közeledve. Az eddigi eredmények racionális magyarázatot adnak a nyomon követett digitalizációs folyamatnak, ezen túlmenően váratlan faktorok is szerepet játszhatnak ebben a trendben a közeljövőben. Lehetnek olyan hirtelen feltűnő, előre nem látható, társadalmi trendek, amelyek megtörik a bankolási szokásokat meghatározó digitalizációs fejlődést. Ezek a váratlan trendek jellemzően szubjektív és emocionális faktorok által vezéreltek. Ez az oka annak, hogy közgazdaságtanilag nehezen előrejelezhető, ugyanakkor bizonyos bekövetkezési valószínűséggel mindig szerepeltetni kell változóként.

A kutatás következő fejezete azt fogja meghatározni, hogy a megismert trendek mennyiben mutatnak eltérést az előzetes várakozásokhoz képest. Egy további jövőbeli kutatási dimenzió egy második országban végzett kérdőíves kutatás, annak kiértékelése és a magyarországi eredményekkel való összevetése.

Irodalomjegyzék

Kerényi, Ádám. "A FinTech-jelenség hatása." *Hitelintézeti Szemle* 16.3 (2017): pp. 32-50.

Kerényi, Ádám, Júlia Molnár, and János Müller. "Veszedelemes viszonyok a bankok és a fintechek között." *Gazdaság és Pénzügy* 5.1 (2018): pp. 88-99.

Becsei, András, et al. "A fenntartható bankolás 10 pontja." *Gazdaság és Pénzügy* 8.3 (2021): pp. 244-271.

Povázson, Gergely. Az innovatív technológiák térnyerése a pénzügyi szektorban: A digitális fizetési rendszerek előnyei, valamint hátrányai és ezek elemzése a Revolut, mint FinTech vállalat példáján keresztül. Diss. BCE Vezetéstudományi Intézet, 2021.

Müller, János, and Ádám Kerényi. "Kiútkeresés a digitális pénzügyi innovációk labirintusában—A digitális pénzügyi rendszer szabályozási kihívásainak csapdája." *HITELINTÉZETI SZEMLE/FINANCIÁL AND ECONOMIC REVIEW* 20.1 (2021): pp. 103-126.

Cseh-Zelina, Gergely. "A magyar társadalom digitális felkészültsége európai uniós és tengerentúli összehasonlításban." *Társadalmi Riport* (2020): pp. 244-262.

Nagy, Péter, and Zsófia Tóth. "'Értelem és érzelem' A lakossági ügyfelek gazdasági magatartása és a bankokkal kapcsolatos attitűdjei ("Sense and sensibility" Retail customer behaviours and attitudes towards banks)." *Hitelintézeti Szemle* 11.spec (2012): pp. 13-24.

Újratöltődés – megújulás – fennmaradás: a magyarországi tájházak fenntarthatóság szempontú vizsgálata

SZEIDL Klaudia¹

DOI: [10.29180/978-615-6342-76-8_33](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-76-8_33)

Absztrakt

Napjainkban a helyi közösség aktivitásán alapuló tájházak funkciójának paradigmaváltása figyelhető meg, hiszen egy hosszútávon fenntartható intézmény számára nélkülözhetlenné váltak olyan szolgáltatások bevezetése, melyek a tárgyi és szellemi kultúra megismertetésén túl igazodnak a nemzetközi látogatói trendekhez, illetve a helyi közösség igényeihez. A magyarországi tájház-hálózat egyedülálló példát mutat a népi építészeti és szellemi kultúrának a továbbéltesére, bemutatására és közösségi célú hasznosítására. Jelen kutatás a magyarországi tájházak hosszútávú fennmaradásának útjának lépéseit kívánja feltárni. Kiemelve azon tényezőket, amelyek megalapozzák és elősegítik a muzeális intézményként és kulturális térként értelmezett „élő” tájházak kialakulását és üzemeltetését. A kutatás eredményeként felvázolásra kerül a fenntartható tájház üzemeltetésének főbb szempontja, miszerint a hosszútávú eredményesség kiindulópontja az újratöltődés, a megújulás és a fennmaradást támogató szemléletű tájház vezetés, melynek nélkülözhetetlen eleme a szakmai szervezetek által nyújtott támogatás és iránymutatás.

Kulcsszavak: tájház, tájház üzemeltetés, sikertényező, paradigmaváltás

Bevezetés

Egy ország globális és lokális kulturális kínálata nagymértékben függ a társadalmi összetettségétől és az etnikai szerkezetétől, hiszen a sajátos szokásvilággal rendelkező népcsoportok határozzák meg az egyes desztinációk egyediségét és turisztikai attrakciókínálat sokaságát. Hazánk egyik ilyen egyedisége a magyarországi népcsoportok és nemzetiségek örökségeit bemutató tájházak. Az UNESCO Világörökség Magyar Várományos Listáján szereplő tájház hálózat a közösségi identitás kollektív emlékezet tere, továbbá a helytörténeti, a nemzetiségi és a mikrotörténelem tárgyiasulásaként értelmezhető (Schultz & Szeidl, 2020). A tájházban őrzött és bemutatott tárgyiasult nemzetiség kultúra jelentős szerepet játszik a közösség identitástudat formálódásában és erősítésében.

¹ Budapesti Gazdasági Egyetem, Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar, Turizmus Tanszék, ORCID ID 0000-0002-5581-3645, e-mail: szeidl.klaudia@uni-bge.hu

Magyarországi tájházak elméleti megközelítése

Tájház fogalmi lehatárolása

Egy település, vagy tájegység helyi értékeinek megőrzésére és bemutatására szolgáló tájházak fogalmi keretének megállapítása széleskörűen értelmezhető. A magyar közművelődési törvény értelmében „a tájház egy olyan közérdekű muzeális kiállítóhely, amely a miniszter engedélyével jogosult a kulturális javak, régészeti lelőhelyek, illetőleg épületek vagy épületegyüttesek tartozékaival és berendezéseikkel együtt történő bemutatására (1997. évi CXL. magyar közművelődési törvény 48.§ (3) bekezdés, 1997).” A Magyarországi Tájházak Szövetségének alapszabálya a következőképpen határozza meg a tájház fogalmát: „a tájházak olyan szabadtéri néprajzi gyűjtemények, amelyek a helyben összegyűjtött és megőrzött tárgyakkal az adott település vagy tájegység hagyományos tárgyi kultúráját, a népi építészet szempontjából jelentős (esetleg népi műemléknek minősített) épületekben berendezett lakásbelsőket, műhelyeket, gazdasági épületeket vagy egyszerűbb ipari létesítményeket mutatnak be (Szabylár, 2006, p. 2)”. Ennek függvényében a tájházak esetében nem csak az épületben található a kiállítás, hanem maga az épület is a kiállítás tárgyát képezi (Balassa, 1981). A tájház minden esetben helyben megőrzött ún. „in situ” építmény, amely legalább egy helyisége eredeti, az adott településről vagy tájegységről származó tárgyakkal enteriorként van berendezve (Bereczki, 2009). A kiállítótér célja a helyi közösség népi kultúrájának szemléltetése, az adott közösség tárgyi és szellemi értékeinek a megőrzése és bemutatása a helyi lakosok és a településre érkező turisták számára (Füzes, 1997; Szeidl & Aubert, 2018).

Tájház mozgalom hazánkban

A 19. század második felében falusi népi építészet felmérése több néprajzi területen viszonylag egyszerre indult el, majd a nagy érdeklődésre tekintettel a svéd származású Arthur Haselius 1891-ben létrehozta az első szabadtéri néprajzi múzeumot (Füzes, 1997). Magyarországon a szabadtéri múzeumok története az 1896-os Ezredéves Országos Kiállítás keretében megalkotott Néprajzi Faluig vezethető vissza. Ezzel szemben a tájházak megjelenése az 1930-as évekre tehető. Ekkoriban nyitotta meg kapuit hazánk első két tájháza, a balassagyarmati Palóc Múzeum udvarán felállított Palóc ház és a veszprémi Bakony ház. A tájházak létesítésének jogi keretét az 1949-es műemléki törvény alapozta meg, amely definiálta a népi műemlék fogalmát, továbbá kimondta, hogy a néprajzi jelentőségű építészeti emlékeket is megilleti a műemléki védelem (Kállai, 2010). 1962-ben kiépült a megyei múzeumok hálózata, mely egyfajta keretként szolgált a szakmai tudás biztosítását illetően. A nagyvázsonyi Schumacher-ház felújítása során alkalmazták elsőként a műemlék-helyreállítás módszerét, melynek köszönhetően létrejött első eredeti helyszínen megőrzött „in situ” tájház (Bereczki, 2009; Szeidl & Aubert, 2020). A Minisztertanács 1974-ben kiadott anyagi forrást biztosító határozata tovább erősítette a tájház alapítás kezdeti hullámát. Közel 10 év alatt több mint 200 tájház működését engedélyezték, melyről Balassa (1997) is említést tett: „a tájházak a magyar múzeumok legdinamikusabban gyarapódó intézményei (Balassa, 1997, p. 137)”. Kezdetben a tájházak a múzeumi funkción túl nem töltöttek be egyéb

funkciót a települések kulturális életében, így a helyiek érdeklődés törvényszerűen lecsökkent (Bereczki, 2009; Szeidl & Aubert, 2020).

A rendszerváltás időszaka negatívan érintette a hazai tájházakat. Egyrészt anyagi nehézségeket okozott a megyei múzeumok forrásmegvonása, másrészt a tájházak többsége a települési önkormányzatok fenntartásába került, azonban az intézmények pénzügyi, politikai okokból, vagy egyszerű gondatlanság miatt nem kapták meg a szükséges támogatást (Szeidl & Aubert, 2018). Az anyagi és szakmai erőforrások hiányában a tájházak állapota leromlott és a tájház-hálózat sorvadásnak indult. Az ezredforduló idején helyi identitás felerősödésének következtében egyre több település lakossága figyelt fel saját kulturális értékeinek védelmére. A 2000-es években közel 50 újonnan alapított tájház kapta meg a működési engedélyét. A fellendülést több tényező együttes hatása eredményezte: a tulajdonviszonyok rendeződése, az Európai Unió programokban megjelenő pályázati források, a helyi identitás újbóli felerősödése és a civil szervezetek, helyi lakosság összefogása. (Bereczki, 2009; Szeidl & Aubert, 2019). A tájházak a helyi nemzetiségi kultúra egyfajta jelképévé váltak a településeken. Az intézmények közkedveltek az odalátogató vendégek körében, akik szeretik megtekinteni a hagyományokra épülő kultúrműsorokat, megismerni speciális nemzetiségi ételeket, s mind ezt autentikus környezetben (Kállai, 2010).

Magyarországi Tájház Hálózat

A magyar táj egykori építészetének kultúráját bemutató tájházak hűen őrzik egyfelől a hagyományos vidéki mezőgazdasági életmód sajátosságait – ma már többnyire csak a különféle védelem alatt álló épületekben/épületegyüttesekben, vagy néhány esetben külön településrészen maradtak fenn –, másfelől a tájegységekre és a nemzetiségekre jellemző építészeti stílusjegyeket, kiegészítve a népcsoport hagyományaival, szokásrendszerével és kultúrájával. E komplex kulturális értékrendszer megóvására született meg a Magyarországi Tájház Hálózat, amely fokozatosan épült ki a 20. század második felében. Az országos hálózat létrejöttét és terjeszkedését szorgalmazta az értékmegőrzés új irányzata, miszerint a múltat idéző épületeket és a korhoz kapcsolódó tárgyakat az eredeti helyükön kell megőrizni és bemutatni az érdeklődőknek. A tájházak bemutatják az egyes tájegységek (pl.: Sárköz, Nyírség), néprajzi csoportok (pl.: palóc, matyó), nemzetiségek (pl.: német, szlovák, horvát, román, ruszin), valamint a különféle népi mesterségek (pl.: fazekas, kovács, képfestő, fafaragó) jellegzetes épületeit, tárgyi és szellemi kultúráját. A magyarországi tájház hálózat nemzetközi viszonylatban is példaértékű, hiszen az ország sokszínű kultúrájának a megőrzésére, továbbadására és közösségi célú hasznosításra szolgál. Erről tesz tanúbizonyságot, hogy a magyarországi tájház hálózat a 27/2015. (VI.2.) MvM a Világörökségi Várományos Helyszínek Jegyzékéről szóló rendelet határozata alapján felkerült az UNESCO Világörökség Várományos listájára. Annak ellenére, hogy a hálózat több száz taggal rendelkezik, erre a listára csupán azok a tájházak kerülhettek fel, amelyek mind az épület és gazdasági épületek, mind pedig a bemutatott enteriőrök tekintetében kiemelkedőek és a legmagasabb szakmai elvárásoknak is megfelelnek. Ennek értelmében az UNESCO Világörökség Várományos listáján 109 tájház szerepel (27/2015. (VI.2.) MvM a Világörökségi Várományos Helyszínek Jegyzékéről szóló rendelet 2015).

Módszertan

A kutatás központi kérdésköre a fenntartható tájház kulcsfontosságú lépéseinek a feltérképezése volt. A vizsgálat során kvantitatív és kvalitatív módszerek kerültek alkalmazásra. A magyarországi tájházak etnográfiai súlyát mutatja, hogy az elmúlt évtizedekben számtalan történész, geográfus és néprajzkutató végzett különféle megközelítésű felméréseket, vizsgálatokat e témakörben, melyek a szekunder forrásvizsgálat kiindulópontjaként szolgáltak. A rendelkezésre álló szakirodalom összegzését követően terepi felmérésekre és szakértői interjúk lefolytatására került sor. A szakmai szervezetek vezetőivel, valamint 10 tájház vezetőjével készített mélyinterjú eredményeként pontos és aktuális kép rajzolódott ki a hosszútávon fenntartható tájházhoz vezető út lépéseiről.

Eredmények

A magyarországi tájházak válaszút előtt állnak. Ahhoz, hogy az intézmények fennmaradjanak, továbbra is megőrizzék a nemzetiségek értékeit és bemutassák azokat a látogatók számára egyre fontosabbá válik a tájházak szolgáltatásainak, programkínálatának az újragondolása, átszervezése. Mind a nemzetiség tagjai mind pedig a turisztikai kereslet számára nélkülözhetetlen az élményszerzés, az új dolog ismeretének az elsajátítása. Éppen ezért előrevetíthető, hogy a jövőben azok a tájházak tekinthetők sikeres intézménynek, attrakciónak, melyek nyitnak a mai keresleti trendek felé és valamely formában bekapcsolódnak a turisztikai kínálatba.

Az 1. ábrán látható a hosszútávon fenntartható és fennmaradó tájház fejlődésének és üzemeltetésének főbb szempontjai és lépései, amely a primer vizsgálat eredményének összegzéseként került felvázolásra. A szakértői interjúk és a terepi felmérések során szerzett információk alapján a sikeres tájház életútja három fő alappillérre támaszkodik. A fejlődés kezdeti lépése az „*újrátöltődés*”, ami az identitástudat erősödéseként, a civil szervezetek aktivitásának mértékéeként és a helyi közösség motivációjának meglétékeként értelmezhető. E három tényező hiányában nem beszélhetünk sikeres tájház jövőjéről, hiszen a személyes kapcsolódás, az értékmentés és a megőrzésre irányuló akarat a tájház létezésének alapját jelenti. Mind a helyi közösség tagjait, mind pedig a turisták igényeinek kielégítését szolgálja a „*megújulás*”, azaz a keresleti trendekhez való igazodás és alkalmazkodás, beleértve a tájház fizikai környezetének felújítását, az interpretációs eszközkészlet alkalmazását a kiállítóterekben, valamint a látogató orientált programkínálat kialakítását. Végezetül igen fontos lépés a „*fennmaradás*” biztosítása, vagyis a tájház sikeres vezetését támogató pénzügyi szükséglet megteremtése és a szakképzett munkaerő alkalmazása, az elérhető képzésfejlesztési lehetőségek igénybevétele. Mindezeket megvalósítását és biztosítását támogatják a szakmai szervezetek, különös tekintettel a Magyarországi Tájházak Szövetsége és a Magyarországi Tájházak Központi Igazgatósága. A szervezetek elhivatottan segítik a hazai és határon túli tájházak mindennapos munkáját és a kihívásokra való gyors és szakszerű reagálást. Ennek céljából számtalan információs napot,

tájékoztatót, illetve szakmai napot tartanak, ahol a tájház vezetők és dolgozók a szakmai ismeretek bővítésén túl megismerhetnek számtalan jó gyakorlatot, valamint a szervezetek közreműködésével kiépíthetik szakmai kapcsolathálójuk, amely tovább erősíti a tájház-hálózat szakmai potenciálját.

3. ábra: A fenntartható tájház üzemeltetésének főbb szempontjai



Forrás: saját szerkesztés, 2023

„Újratöltődés” – közösségi hagyományápolás támogatása

A rendszerváltást okozta negatív hatások megállításában és megszüntetésében fontos szerepet játszott a helyi közösségek identitástudat ébredése és felerősödése, melynek háttérében a nemzetiségi értékvédelmet támogató politikai intézkedések és a civil szervezetek aktív munkája áll. Az előtérbe kerülő értékmentés egyik fő helyszínévé váltak a tájházak, amelyek az újratöltött lendület és akarterőnek köszönhetően ismét virágzásnak indultak. A tematikus programkínálat megjelenése révén újra növekedésnek indult a tájházak iránti érdeklődés, amely megalapozza a további megújulást, fejlesztéseket és bővítéseket.

„Megújulás” – tájházi környezet újracsomagolása

Esztétikus környezet kialakítása

A korábbi tájház alapítási hullámok idején létrehozott tájházak többségének nem volt anyagi forrása a folyamatos felújításokra és állagmegőrző munkálatokra, így a 2000-es évek végére az

épületek állapota erőteljesen leromlott. Mind az épület fennmaradásához mind a tájház újrapozicionálásához nélkülözhetetlen a tájház és környezetének renoválása mindezt a tájházra vonatkozó szabályrendszerek figyelembevételével. Az elmúlt néhány évben a különböző pályázati forrásoknak köszönhetően számtalan tájház nyerte vissza régi fényét. A COVID-19 világjárvány 2020 tavaszán bezárta a tájházak kapuit, így a látogatók nélküli időszak lehetőséget biztosított a munkálatok zavartalan elvégzésére, amelyre ösztönzően hatott a hagyományörző rendezvényekre elnyert pályázati források átcsoportosítása. A felújítások során jellemző volt a tetőjavítás- és csere, a festés, a vakolatjavítás, az elektromoshálózat korszerűsítés, amely sok tájház esetében időszerűvé vált az épület és a gyűjtemény biztonsága érdekében. Azonban nem csak az épület karbantartására volt ideális a pandémia időszaka, hanem a műtárgy gyűjtemény karbantartására, restaurálására és digitalizálására is. Azon tájházak, amely éltek e lehetőségekkel megújult környezettel várhatták újra a látogatókat, ezzel támogatva a látogatók mihamarabbi megjelenését.

Interpretáció megjelenése a tájházakban

A keresleti trendek átalakulásának hatására a muzeális intézményekben a hangsúly áthelyeződött a kiállított tárgyakról a látogatókra, ugyanis egy tárgy önmagában már nem feltétlenül képes a hosszútávú érdeklődés fenntartására. A bemutatásnak kulcsszerepe van az új muzeológia ideológia szerint, miszerint már nem feltétlenül a kiállított tárgy, hanem annak kontextusa és az interpretáció a lényeg, ami a múzeumi élményígéretet, így a látogatói motivációt is nagyban befolyásolja (Ross, 2004). Az ezredfordulót követően érezhetővé vált a tájházak kiállítótereinek az újragondolása, a látogatói élményszerzés komplexitásának a biztosítása. Annak tükrében, hogy a tájházak, mint muzeális intézmények alapvető célja az elődeink értékeinek helyben, autentikus környezetben való megőrzése és bemutatása, így tehát igen alapos elgondolkodást igényelt az új keresleti trendek átültetése a tájházi környezetbe. A megújulás folyamatának eredményeként előtérbe került az interpretáció. Miért pont az interpretáció jelentette a megoldást? Az interpretáció egyfajta fordítást jelent, ami a helyi nemzetiség örökségértékeit bemutató tájházak esetében különösen fontossá vált, mert az idősebb generáció elvesztésével szűkül azok köre, akik releváns ismeretekkel rendelkeznek a kiállított tárgyak mindennapokban betöltött funkciójáról és azok használatáról. Egy-egy enteriőrben mára sok olyan szituációval, eszközzel találkozhatnak a látogatók, amit nem ismernek, nem tudnak értelmezni. Ennek következményeként csökken a látogatás élményének az eredményessége. A tájházi élményszerzés erősítését szolgálja az interpretáció, amely megértést, magyarázatot biztosít a látogatók számára, ezzel lehetőséget kínál az informális tanulásra és támogatja a hagyományos értékek átadásának valódiságát. Az interpretáció gazdag eszközkészlete számtalan lehetőséget nyújt a tájházak számára, melyből kiemelendő az élő interpretáció, azaz a tárlatvezető bevonása, amely tovább erősíti a személyes élményszerzést. Amit nagymértékben befolyásol a tárlatvezető felkészültsége, előadásmódja és személyisége. Az elmúlt évek elindult paradigmaváltás hatására megjelenő interpretáció jelentős mértékben csökkentette a korábban kialakított kedvezőtlen imázst, miszerint a tájházak unalmasak és porosak.

„Fennmaradás” – gazdasági és humánerőforrás háttér biztosítása

Pályázati források, többletforrások lehetősége

A tájházak gazdasági szempontból sok esetben nehéz helyzetben vannak, a fenntartói támogatáson kívül saját forrással aligha rendelkeznek, mivel a legtöbb tájház ingyenesen vagy csekély belépődíj megfizetésével látogatható. Azonban számos szakmai szervezet támogatása és állami forrás áll rendelkezésükre, melyek pályázatok formájában egyfajta eszközként szolgálnak a tájházak hosszú távú fenntartásához. A tájházak számára többletforrást jelentő pályázatok:

Nemzeti Kulturális Alap

Az 1993-ban létre hozott Nemzeti Kulturális Alap (továbbiakban NKA) az elmúlt évtizedek alatt a hazai és a határon túli kulturális élet finanszírozásának egyik legjelentősebb szereplőjévé vált. Az NKA egy állami pénzalap, melynek célja a nemzeti és az egyetemes értékek létrehozásának, megóvásának és terjesztésének támogatása. A rendelkezésre álló forrásokkal 18 állandó és 7 ideiglenes kollégium rendelkezik, amelyek különféle tematikájú pályázatok formájában támogatják a művészet és a kultúra minden területét (NKA, 2023). A tájházak számára a Múzeumok Kollégiuma, a Közművelődés Kollégiuma, a Népművészet Kollégiuma, az Örökségvédelem Kollégiuma, az Ismeretterjesztés és környezetkultúra Kollégiuma, a Kulturális fesztiválok Kollégiuma és az ideiglenes Petőfi 200 Ideiglenes Kollégium (pl.: irodalmi tájházak) szolgáltattak többletforrást. Azonban fontos kritérium, hogy csak a működési engedéllyel rendelkező intézmények jogosultak a pályázatok benyújtására. E követelmény ösztönözte a tájházakat a működési engedélyek megszervezésére, amely az elmúlt években folyamatos gyarapodással jellemezhető. Az NKA források igényelhetők a tájház fizikai állapotjavítására, mint pl.: infrastrukturális fejlesztés és karbantartás, bútorrestaurálás, kapu és kerítés javítás, de a szellemi tudás közvetítés formájának támogatására is kínál lehetőségeket (Bereczki, Pályázatok nyújtotta fejlesztési lehetőségek tájházak számára, 2022; NKA, 2023).

Népi Építészeti Program

A népi építészeti emlékek és a műemléki értéket képviselő vidéki épített örökség megóvása, megőrzése, fenntartása érdekében 2017-ben elindított Népi Építészeti Program (továbbiakban Program) támogatást nyújt egyedi védelem alatt álló népi építészeti emlékek helyreállításához. A Program a népi építészeti emlékek veszélyelhárításához, állagmegóvásához és részleges vagy teljes helyreállításához nyújt támogatást, melyre a védelem alatt álló épületek tulajdonosai, vagyongazdái, vagy használói nyújthatják be támogatási kérelmet. A magyar kormány által létrehozott és finanszírozott Programot 2019 óta a Teleki László Alapítvány bonyolítja le. 2020-ban és 2021-ben a tájházak számára külön elkülönített forrás állt rendelkezésre, ezzel növelve a tájházak által benyújtott kérvények sikerességét, azonban 2022-es évtől megszűnt az elkülönítés. A Programnak köszönhetően a közelmúltban számtalan tájház újult meg Dél-Dunántúlon és a Balatonfelvidéken, valamint pl.: a Parádi Tájház (egy komoly tűzvészt követően), Hartai Tájház, Sajólad Tájház, valamint kiemelkedő számban a Dél-Dunántúlon és a Balatonfelvidéken

(Bereczki, Pályázatok nyújtotta fejlesztési lehetőségek tájházak számára, 2022; Népi Építészeti Program, 2023).

A korábbi években jelentős pályázati forrást biztosított a Kubinyi Ágoston Program, mely 2020-ben került kiírásra utoljára. A Program jelenleg nem elérhető, ezért a vizsgálata nem képezte a kutatás részét.

Szakszerű irányítás és üzemeltetés

Az összegyűjtött és kategorizált műtárgyak és az autentikus építészeti környezet önmagában nem elég egy „élő” tájház üzemeltetéséhez, hiszen az elhivatott szakképzett munkaerő és vezetés nélkülözhetetlen a fenntartható tájház jövőjét illetően. Pozitívként említhető, hogy a civil szervezetek és a nemzetiségi önkormányzatok aktív munkájának köszönhetően egyre több településen kerül előtérbe a hagyományörzés és a helyi értékmentés, amely a helyi lakosság aktivitására is élénkítően hat. Napjainkban a tájházak sikeres üzemeltetése és irányítása igen komplex és összetett feladat, ezért elengedhetetlen a szakmai tudás elmélyítése és a szakképzett munkaerő alkalmazása.

A Szabadtéri Néprajzi Múzeum Múzeumi Oktatási és Módszertani Központ (MOKK) valamint a Magyarországi Tájházak Központi Igazgatósága (MTKI) közös szervezésében útjára indult a Szabadtéri muzeológiai és tájházi szakági képzés, amely hiánypótló ismeretszerzési platformnak tekinthető a tájház vezetők, munkatársak és a téma iránt érdeklődő laikusok számára. A képzés keretében a résztvevők bepillantást nyerhetnek a múzeumvezetés és működtetés folyamatába, áttekintést kapnak a gyűjteménykezelés legfontosabb szabályrendszeréről, valamint a kiállítások interpretációja témakörében megismerhetik az ismeretátadás modern trendjeit. A megszerzett ismeretek és az elsajátított tudás hozzájárul a tájházak szakszerű vezetéséhez és azok hosszútávú fennmaradásához.

Összegzés

Hazánk kulturális turisztikai kínálatának egyik színfoltja a magyar és a magyarországi nemzetiségek értékeit őrző és bemutató tájházak. A muzeális intézményhálózaton belül igen sajátos helyzetben lévő tájházak életciklusa láthatóan fordulóponthoz érkezett. A megváltozott keresleti trendek és igények hatására a tájházak mind a muzeális szerepkörének, mind a közösségi civil térként való értelmezésének újragondolása szükséges, ahhoz, hogy a hagyományörzés színtereként említhető tájházak fenntarthatósága hosszútávon biztosított legyen a jövő generációi számára. A hosszútávon fenntartható tájház üzemeltetése három alappillére helyezhető. Anna érdekében, hogy a tájház ne csak egy autentikus építészeti környezetben elhelyezett gyűjtemények kiállítása legyen szükséges a helyi közösség motivációja, a tájház fenntartása iránti akarat. Továbbá kulcsfontosságú, hogy a tájház, mint muzeális intézmény és közösségi civil tér fontos legyen a közösség számára és részese legyen a település kultúráközvetítő elemeinek. Pótolhatatlan

tényezőként értelmezhető a szakmai tudatosság, azaz mind a tájház épületének és környezetének szakszerű feújítása és állagmegőrzése, mind pedig a kiállítás nyújtotta látogatói élmény maximalizálása. Végezetül nem elhanyagolható tényező a szükséges pénzügyi szükséglet és a szakképzett humán erőforrás biztosítása, amely a szakértői üzemeltetés és irányításon túl tudásbővítés iránti hajlandóságban és többletforrások igénybevételeiben nyilvánul meg. Összeségében megállapítható, hogy a sikeres tájházként emlegetett „élő” tájház kialakulásának alapfeltétele a személyes motiváció, a folyamatos megújulás iránti vágy, valamint a pénzügyi háttér előteremtése.

Irodalomjegyzék

Balassa, M. (1981). A tájházak muzeológiai és műtárgyvédelmi kérdései. Miskolci Hermann Ottó Múzeum Közleményei.

Balassa, M. (1997). A tájházakról. A Kriza János Néprajzi Társaság Értesítője, 15.

Bereczki, I. (2009). Tájházak Magyarországon. Tájházi Akadémia - Magyarországi Tájházak Szövetsége. (2021. 10. 16). Magyarországi Tájházak Szövetsége.

<https://www.tajhazszovetseg.hu/tajhaz-akademia/> [Hozzáférés dátuma: 2022. március 21.]

Bereczki, I. (2022.). Pályázatok nyújtotta fejlesztési lehetőségek tájházak számára. Tájházi Műhely (2022. 05. 24.), Szentendre.

Füzes, M. (1997). A népi építészter védelme. In magyar néprajz IV. Életmód. pp. 309-311, 320-323.

Kállai, E. (2010). A nemzeti és etnikai kisebbségi jogok országgyűlési biztosának jelentése a kisebbségi kulturális jogok érvényesülésének vizsgálatáról. Budapest.

Szabylár, P. (2006). Tájházszövetség Alapszabálya. <http://www.heimatmuseum.hu/hu/szakmai-anyagok/55-a-tajhazszovetseg-alapszabalya> [Hozzáférés dátuma: 2021. szeptember 18.]

Népi Építészeti Program (2023). <https://www.telekialapitvany.hu/nepi-epiteszeti-program/> [Hozzáférés dátuma: 2023. június 17.]

NKA (2023). <https://nka.hu/kiemelt-kategoriak/szervezet/rolunk/nemzeti-kulturalis-alap/> [Hozzáférés dátuma: 2023. június 17.]

NKA (2023). <https://nka.hu/kategoria/kiemelt-kategoriak/archivum/palyazati-felhivasok/> [Hozzáférés dátuma: 2023. június 17.]

Ross, M. (2004). Interpreting the new museology. *Museum and Society*, pp. 84-103.

Schultz, É., & Szeidl, K. (2020). A visitor survey of the competitiveness of local museums in Hungary. In A. Aubert, "Elérési utak a turizmusban - Fenntartható, intelligens és befogadó városi modellek" X. Országos Turizmus Konferencia (old.: 45). Pécs.

Szeidl, K., & Aubert, A. (2018). German Local Museums as Civil Societies' Resurgent Community Spaces in Hungary. In 24th Biennial International Congress: Tourism & Hospitality Industry 2018 – Trends and Challenges. pp. 456-469. Opatija Horvátország: University of Rijeka

Szeidl, K., & Aubert, A. (2019). The German Ethnicity in the Cultural Tourism Market of Hungary/South Transdanubia. Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok, 4: 1-2, pp. 49-59.

Szeidl, K., & Aubert, A. (2020). The opportunities for function expansion of the German traditional country houses in Hungary (traditional country houses exploitation model). In A. Aubert, A. Mókusné Pálfi, & G. Nod (szerk.), Esettanulmányok a Dél-Dunántúli Turisztikai Régióból. pp. 192-203. Pécs: PTE TTK FFI Turizmus Tanszék.

1997. évi CXL. törvény a muzeális intézményekről, a nyilvános könyvtári ellátásról és a közművelődésről. <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=99700140.tv> [Hozzáférés dátuma: 2023. június 3.]

27/2015. (VI.2.) MvM a Világörökségi Várományos Helyszínek Jegyzékéről szóló rendelet. <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a1500027.mvm> [Hozzáférés dátuma: 2023. május 3.]

"Budapest, Budapest, te csodás!" - A Z generáció és Budapest kapcsolata a turizmusban

SZEIDL Klaudia¹, PETYKÓ Csilla², NAGY Adrienne³

DOI: [10.29180/978-615-6342-76-8_34](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-76-8_34)

Absztrakt

A 2020-2022 években lezajlott vírusjárvány és annak hatásai több tényezőre ráirányították a figyelmet Budapest turizmusával kapcsolatosan. Ilyenek például a belföldi vendégforgalom alacsony volumene, a túlturizmus negatív társadalmi és környezeti hatásai (illetve az ettől való megszabadulás pozitív következményei), vagy a turisztikai kereslet összetételének generációs súlypontjai. Ezek a tényezők természetesen korábban is ismertek voltak, de a járvány miatt kialakult helyzet egyrészt határozottan a fókuszba emelte őket, másrészt elgondolkodtatta a turizmuskutatókat. Kutatócsoportunk azon gondolkodott el, hogy míg a boomerek és az X generációhoz tartozó belföldi vendégek esetében egyértelműnek tekintjük a Budapesthez való kapcsolódást, hogy számukra fontos a főváros, a történelmi és a kulturális értékek megismerése, addig vajon mi lehet a helyzet a Z generációs fiatalokkal? Mi érdekli a digitális korban felnőtt, a covid időszakban online életre kényszerült fiatalokat, különös tekintettel Budapest turisztikai kínálatára vonatkozóan? A kérdések megválaszolásának céljából kérdőíves felmérést végeztünk a Budapesti Gazdasági Egyetem hallgatói körében. A felmérés első részeredményei kirajzolják a Z generáció Budapest turizmusával kapcsolatos meglátását, mint pl.: az újgenerációs attrakciók kiváló ismertségét, az ismert látnivalók iránti érdeklődést esetenkénti érdektelenséget és a fenntartható szemléletű utazási szokásokat.

Kulcsszavak: Z generáció, Budapest turizmusa, utazási szokások

Bevezetés

A globális mértéket öltő COVID-19 világjárvány drasztikus változást okozott a világ turizmusában, különös tekintettel a nemzetközi látogatókkal bíró nagyvárosok, köztük Budapest életében is. A pandémia időszaka ráirányította a figyelmet arra a tényre, hogy Budapesten nagyon alacsony a belföldi vendégek részaránya. Annak ellenére, hogy az elmúlt évek számos új, a nemzetközi trendeknek megfelelő és a keresleti elvárásokhoz igazodó attrakció nyitotta meg kapuit a látogatók előtt. A turisztikai fogyasztók körében egyre nagyobb hangsúllyal jelennek meg a Z

¹ Budapesti Gazdasági Egyetem, Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar, Turizmus Tanszék, ORCID ID 0000-0002-5581-3645, e-mail: szeidl.klaudia@uni-bge.hu

² Budapesti Gazdasági Egyetem, Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar, Turizmus Tanszék, ORCID ID 0000-0003-2403-2552, e-mail: petyko.csilla@uni-bge.hu

³ Budapesti Gazdasági Egyetem, Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar, Turizmus Tanszék, ORCID ID 0000-0003-3780-7775, e-mail: nagy.adrienne@uni-bge.hu

generációs fiatalok, akik erőteljes véleményformáló hatással bírnak. A digitális bennszülöttként emlegetett generáció a folyamatos online jelenlétnek köszönhetően azonnali fogyasztónak tekinthető, hiszen az élménymegosztás a mindennapi életük szerves részét képezi. Felvetődik tehát a kérdés, hogy vajon a Z generáció érdeklődik-e egyáltalán Budapest, mint turisztikai desztináció iránt? Vajon mit jelentenek a hazai Z generációs fiataloknak Budapest turisztikai attrakciói? Vajon vonzó-e számukra Budapest turisztikai kínálata, és ha igen, akkor mely látnivalók, illetve szolgáltatások érdeklik őket igazán?

Kutatásunk elsődleges célja tehát, hogy felmérjük, mit jelent a Z generáció számára Budapest turisztikai kínálata, valamint, hogy mit tekintenek vezető turisztikai attrakciónak a fővárosban.

Z generáció elméleti megközelítése

Generáció fogalmi kerete

A fiatalok és az idősek együttélése az élet rendje, mely számos eltérő tulajdonságot, jellemvonást, élethelyzetet és felfogást eredményez. E különbségek tudományos szempontú vizsgálatát a 20. században kezdték meg a generáció kutatók. Az elmúlt évtizedekben számtalan új megközelítés és értelmezés született a generáció fogalmáról és felosztásáról. A legelterjedtebb megközelítés az életkorhoz kapcsoló sajátosság alapján történő lehatárolás, miszerint a hasonló korú egyének csoportja tekinthető egy generációba tartozónak (Twenge & Kasser, 2013). Mannheim (1952) értelmezése szerint az egyes generáció tagjai azonos kollektív tudattal rendelkeznek, akik azonos, illetve hasonló jegyekkel rendelkező szociokulturális és történelmi környezetben nőttek fel és a földrajzi elhelyezkedésük alapján is nagyon hasonló eseményeket éltek meg (Formádi et al, 2019). A generáció McCrindle és Wolfinger (2010) számára azon személyek csoportját jelenti, akik ugyanabban a korszakban születtek, közel azonos életkorban és életszakaszban vannak, és ebből adódóan azonos technológia és tapasztalatok hatottak rájuk (McCrindle & Wolfinger, 2010; Pál & Törőcsik, 2013). Az életkor-alapú csoportosítás esetében meghatározásra került két határpont, melyek az adott generációk születési idejének kezdő- és végpontját jelölik. Ennek alapján az egyes generációk időtartama 15-20 év, azonban e keretvyszámok lehatárolása tudományterületenként változó (Meretei, 2017). Jelen vizsgálat során McCrindle (2009) által összeállított besorolást tekintjük kiindulópontként, mely szerint az alábbi generációk különíthető el:

- építők/veterán (csendes) generáció (1925-1945),
- baby boomerek (1946-1964),
- X generáció (1965-1979),
- Y, más néven millenniumi generáció (1980-1994),
- Z generáció (1995-2010),

- α generáció (2011 -) (McCrindle M. , 2009; Besenyei, 2016; Szmirkó, 2019; Agárdi & Alt, 2021).

Z generáció sajátos jellemzői

A Z generációhoz tartozó 1995 és 2010 között született egyének tulajdonságai alapvetően eltérést mutatnak a korábbi generációkra jellemző sajátosságokhoz képest. A világ első globális nemzedékeként fémjelzett Z generáció, akik a világon merőben hasonló kultúrában szocializálódtak, ugyanolyan szavakat és kifejezéseket használnak, ugyanazokat a zenéket, ételeket, divatot szeretik (Tari, 2011). Az internet térhódításának köszönhetően folyamatosan jelen vannak az online térben, olyannyira, hogy az internet elérhetőség alapvető szükségletté vált számukra (Gémesi, 2011; Tari, 2011; Kökény & Jászberényi , 2022). Az IT generációként, vagy digitális bennszülötteként emlegetett generáció már beleszületett a digitalizáció világába, ezáltal számukra az idősebb korosztálytól, a digitális bevándorlók generációjától eltérően már teljesen természetes a digitális eszközök használata és a digitális tartalmak fogyasztása, ami jelentős hatást gyakorol a turizmus iparának fejlődésére (Besenyei, 2016). A médiahasználatból eredően számos elnevezés született a generációra, mint például: „Facebook-generáció”, „Instant online” korosztály, „dotcom” gyerekek, netgeneráció, iGeneráció (Prensky, 2001; Pál & Törőcsik, 2013).

A Z generáció egyedi jellemzőit a következőképpen határozták meg a generáció kutatók: kiemelten fontos számukra a személyszabottság; társas életüket párhuzamosan élik a jelenben és a virtuális térben; elődeikhez képest sokkal gyorsabb ritmusban élnek; élményeik megélése a virtuális térben való megosztást követően válik teljessé; elsősorban nem a szavak és az érzelmek jellemzik őket; nem félnek a változástól, hiszen születésüktől kezdve hozzászoktak; kevésbé lojális fogyasztók; a szabályok betartására kevesebb hajlandóságot mutatnak; fontos számukra a személyi szabadságuk; sokkal fogékonyabbak az online vásárlásra; fontos számukra a szájreklám, különösen az online szájreklám; online tájékozódnak a leginkább, mely nagy befolyással bír a döntéshozatalukra; globalizált társadalmi, gazdasági és politikai hatások nagymértékben érintik őket (McCrindle & Wolfinger, 2010; Piui, 2010; Pál & Törőcsik, 2013).

Z generáció megjelenése és jelentősége a turizmusban

Köztudott, hogy a jelenlegi fiatal generációnak számító Z generáció tagjai sokkal könnyebben jutnak hozzá információkhoz, ezáltal jóval informálisabbak, mobilisabbak és kalandvágyóbbak, mint elődeik. A társadalom csoportjára ható belső és külső hatások együttes eredményeként megállapítható, hogy a hagyományos vertikális eloszlási láncok helyét átvette egy komplexebb értékhalózat, mely magába foglalja az utazási ágazathoz tartozó első- és másodrendű szolgáltatókat, ezzel jelentős hatást gyakorolva a turizmus iparágára (UNWTO & WYSE Travel Confederation, 2011; Streit, 2014). Az UNWTO által végzett kutatások kimutatták, hogy a fiatal generáció számára az utazás egyre inkább alapvető fontosságú, egyfajta elmenekülést jelent a valóság elől, mely trend alapvető változtatásokra készíti a turisztikai szolgáltatókat, és arra, hogy módosítsák kínálatuk összetételét (European Travel Commission, 2020).

Az elmúlt években számtalan trend rajzolódott ki a Z generáció utazási szokásait illetően, melyre a COVID-19 világjárvány jelentős hatást gyakorolt. Általánosságban elmondható, hogy a fiatal generáció elsősorban a rövidebb utazásokat, az úgynevezett villámlátogatásokat részesíti előnyben. Kedvelt úticélok közé tartoznak azon desztinációk, amelyeket rövid időn belül, gyorsan és könnyen elérhetnek az utazni vágyók, azonban számos nemzetközi tanulmány az úticélok tekintetében úttörő nemzedékként is tekint a Z generációra (European Travel Commission, 2020; turizmus.com, 2021). Élen járnak az új technológiák, a digitalizációs innovációként említhető lehetőség alkalmazásában. Az utazásaik során valódi élményeket keresnek, már többet várnak az utazásoktól, mint egy műemlékről készült fotó és egy múzeum. Az élmények világhálón történő megosztása duplikálja a szolgáltatásra gyakorolt hatást. A Z generáció bizonyul a legnyitottabb generációnak, ha olyan kérdésekről van szó, mint a faji hovatartozás, szexuális irányultság vagy nemi identitás, ebből kifolyólag előnyben részesíthetik azokat a célpontokat, ahol a progresszív értékek melletti kiállás érzékelhető. Végezetül meg kell említeni a fenntarthatóság alapelveinek szem előtt tartását az utazásaik alkalmával. Mindezeket a trendeket erősíti a generáció számára fokozottan elérhető, olykor elvárt home office munkavégzés, mely tovább növeli a mobilitást, lehetővé teszi a földrajzi helyzettől független munkavégzést (European Travel Commission, 2020).

Összeségében elmondható, hogy a turisztikai szolgáltatók számára elkerülhetetlen a Z generáció utazási szokásainak figyelembevétele, valamint az azokhoz való alkalmazkodás, hiszen e generáció tekinthető a jövő turisztikai fogyasztóinak.

Módszertan

Kutatásunk elsődleges célja tehát, hogy felmérjük, mit jelent a Z generáció számára Budapest turisztikai kínálata, valamint, hogy mit tekintenek vezető turisztikai attrakciónak a fővárosban. Ennek érdekében online kérdőíves felmérést végeztünk a Budapesti Gazdasági Egyetem Turizmus-vendéglátás és Közösségszervező alapszakos nappalis hallgatóinak körében. A kérdőív eredménye rávilágított Budapest és a Z generáció turisztikai kapcsolatára, beleértve a klasszikusként említhető és az újgenerációs fogyasztókat célzó attrakciók ismertségét és elégedettségét, az utazási szokásokat és motivációt. A Z generáció és Budapest kapcsolatának teljesskörű vizsgálata egy nagyobb volumenű kutatás keretében valósul meg. Jelen tanulmányban az első részeredmény kerülnek bemutatásra. A felmérés első mintavétele 2023. március 15. és április 15 között zajlott, mely időtartam alatt 343 kitöltés érkezett, azonban a Z generációhoz kapcsolódó értékelhető kitöltők száma 315 fő volt. A kitöltés online formában történt.

Eredmények

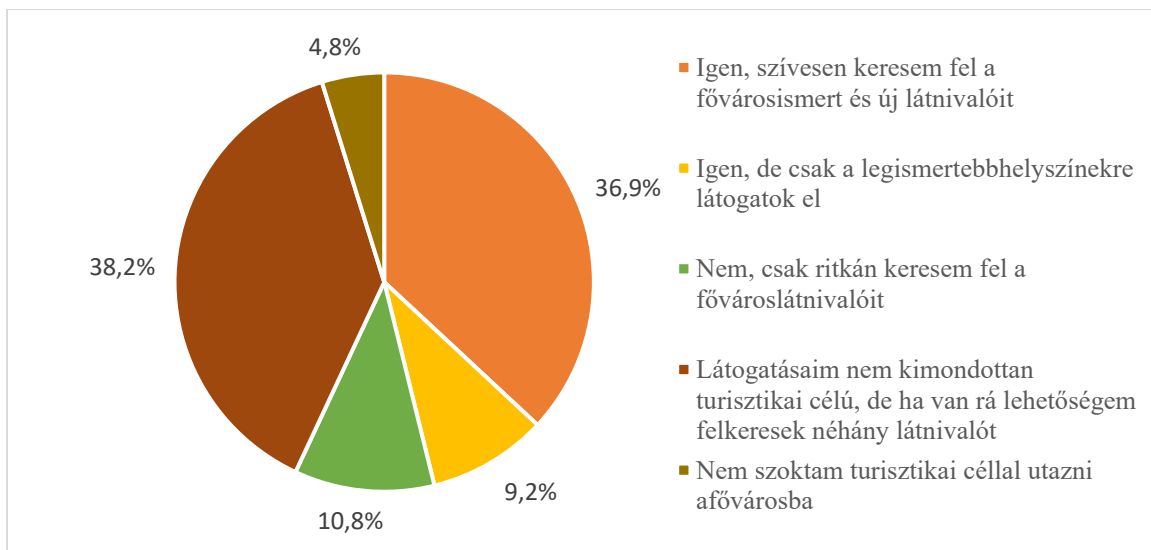
Kitöltők demográfiai és társadalmi jellemzői

A kérdőíves felmérés első mintavétele során a 343 kitöltő közül 315 fő tartozott a Z generációhoz, ezért a szűrőkérdést követően a további kitöltésben csak ők vettek részt. A válaszadók életkorának átlaga 21,9 év, a nemi eloszlás tekintve túlsúlyban voltak a női (79%) kitöltők. Lakóhely szerinti megoszlásuk szerint Budapest 39%, város 37%, megyeszékhely 8% és falu 17%. A felmérésben résztvevő hallgatók jelentős többsége Pest vármegyében 51%, Budapesten 10%, Komárom-Esztergom vármegyében (5%) és Fejér vármegyében (5%) él. A megkérdezettek 59%-a életvitelszerűen Budapesten él, 40% napi szinten ingázik a fővárosba, mely elsősorban a tanulmányukkal hozható összefüggésbe. A válaszadók 54%-a aktív munkavállaló az egyetemi tanulmányai mellett, mely jelentősen lecsökkenti a rendelkezésükre álló szabadidő mennyiségét. A hallgatók által preferált munkaterületek: vendéglátás 17,5%, kereskedelem 9,5%, turizmus 5,7%, alkalmi munkák különféle munkaterületeken 5,7%.

Budapestre történő utazási szokások vizsgálata

Az első kérdésblokk a kitöltők Budapest, mint útcélhoz kapcsolódó általános utazási szokásainak felmérésére irányult. Megállapítható, hogy a válaszadók többségének a fővárosba történő látogatása elsősorban nem turisztikai céllal történik. Ennek ellenére, ha van rá lehetőségük szívesen felkeresnek turisztikai attrakciókat (38,2%), továbbá 36,9%-uk szívesen keresi fel az új és/vagy ismert attrakciókat (9,2%). 10,8% ritkán, 4,8% pedig egyáltalán nem keres fel turisztikai látnivalókat az utazásai alkalmával (4. ábra).

4. ábra: Szokott turisztikai célú látogatásokat tenni Budapesten? (n=315)



Forrás: saját felmérés, 2023

Budapest turisztikai attrakcióit a megkérdezettek legtöbb esetben a barátaikkal és ismertőseikkel, valamint a családtagjaikkal és egyetemi csoportjaikkal keresték fel. A válaszadókra nem jellemző a szervezett csoportos programokon való részvétel (4,1%), mely egyébként a korábbi generációk esetében kedvelt utazási forma. Turisztikai célú látogatásaik során előnyben részesítik a tömegközlekedési eszközöket (95,7%) és az autót (64,5%) használatát, ezen felül ki kell még emelni a kerékpárt (13,3%), a hajót (10,8%) és az elektromos rollert (9%), mint jellemző közlekedési eszközt. A generáció sajátosságából következik, hogy szinte teljes egészében digitális platformról tájékozódnak Budapest turisztikai kínálatáról. A közösségi média rangsort az Instagram (69,1%) vezeti, majd a Facebook (58,6) és a TikTok (49,1%) következik. A digitális platformok közül kedvelt informálódás pontnak tekinthetők a különféle programajánló oldalak (blogok és vlogok) (38,1%), az attrakciók saját honlapjaik (25,3%) és a Csodás Magyarország honlapja (19,1%). A kérdőív során nyert eredmények alátámasztják a korábban említett trendet, miszerint a Z generáció számára a turisztika élmény beteljesültségét a digitalizáció által nyújtott lehetőségek alkalmazása teljes mértékben (59%), illetve jelentős mértékben (38%) befolyásolja.

Budapest, mint turisztikai desztináció megítélése

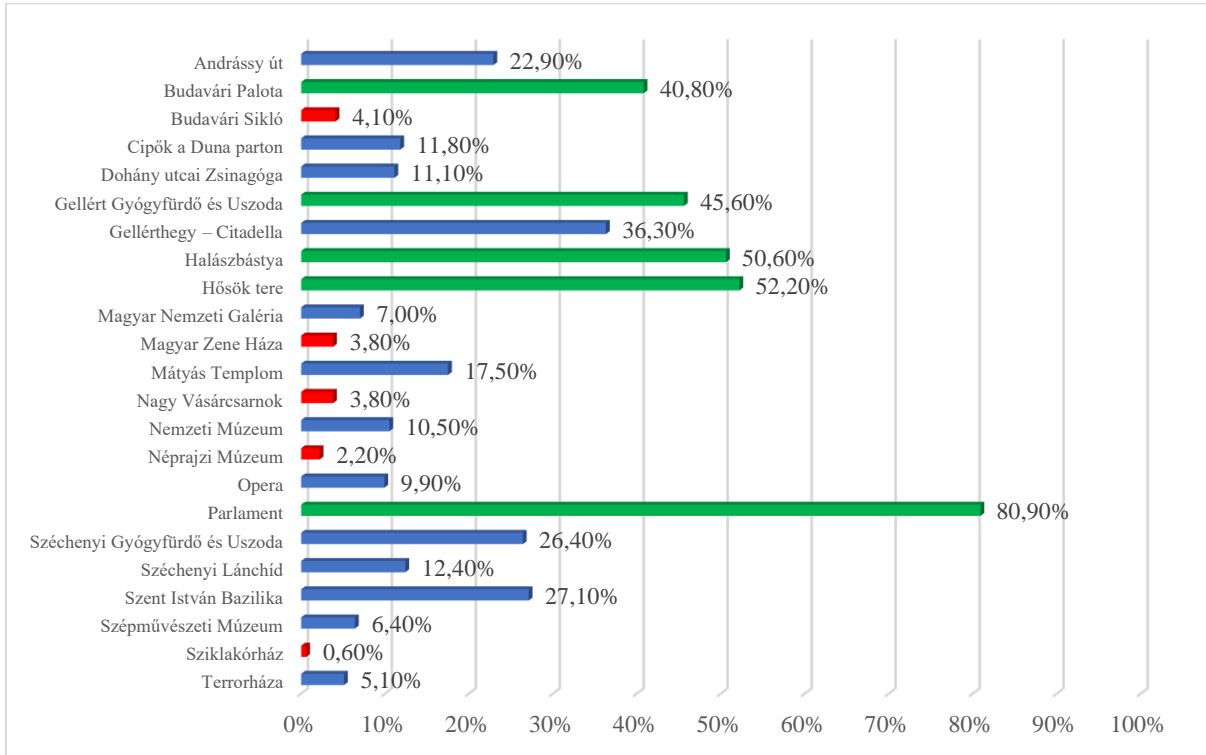
A kutatás egyik fő célja a Z generáció Budapesttel, mint turisztikai desztinációval kapcsolatos megítélése és véleményének felmérése volt. Erre vonatkozóan külön kérdésblokkot tartalmazott a felmérés, mely kitért a Budapestről alkotott benyomások, nézőpontok, tapasztalatok és vélemények feltérképezésére.

A megkérdezettek nézőpontja értelmében Budapest vezető turisztikai attrakcióiként említhetők a Parlament (80,9%)⁴, a Hősök tere (52,2%), a Halászbástya (50,6%), a Gellért Gyógyfürdő és Uszoda (45,6%), valamint a Budavári Palota (40,8%) (

⁴ Fontos megemlíteni, hogy a BGE KVIK épülete a Parlament közvetlen szomszédságában található, amely torzíthatja a megkérdezett hallgatók válaszait.

5. ábra). Elgondolkodtató, hogy a megkérdezett Z generációs fiatalok nem tekintik, vagy egyelőre nem tekintik meghatározó vonzerőnek Budapest turisztikai portfóliójában a Budavári Siklót (4,1%), az új Magyar Zene Házát (3,8%), vagy az új Néprajzi Múzeumot. Érdekes lesz a kutatásunk következő szakaszában azt is vizsgálni, hogy e mögött az információ mögött milyen okok, vagy jellemzők találhatók. A válaszadók a Sziklakórházat (0,6%) nem tekintik vezető attrakciónak, ami jelentős ellenmondásban van a külföldiek körében igen kedvelt és kiemelkedően magas látogatószámmal bíró múzeum statisztikai mutatóival és szellemi értékével.

5. ábra: Mely attrakciókat tekinti vezető turisztikai vonzerőnek Budapesten? (n=315)

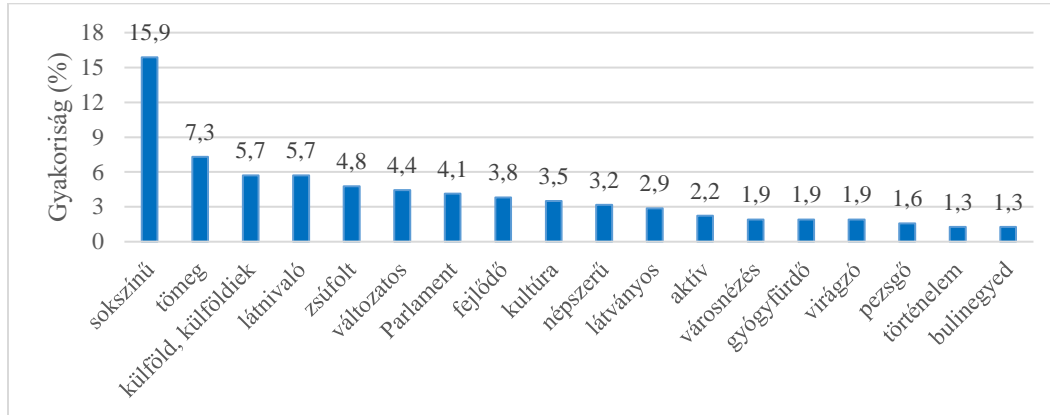


Forrás: saját felmérés, 2023

A megkérdezettek körében a klasszikusnak mondható látnivalók számítanak a legkeresettebb attrakcióknak, hiszen a látogatási gyakoriság rangsorát a Halászbástya (60,5%), a Parlament (56,8%), a Gellérthegy – Citadella (56,8%), a Hősök tere (52,1%) és a Budavári Palota (48,3%) vezeti. 10%-os látogatási gyakoriság alatti értékkel zárja a rangsort a Budavári Sikló (8,3%), a Gellért Gyógyfürdő és Uszoda (6,7%) és a Szikkakórház (5,4%). A válaszadók körében a legkedveltebb új generációs attrakcióként említhető a Tropicarium – Oceanárium – A cápás állatkert (72,3%), a Budapest Óriáskereke (47,5%) és a Romkocsma negyed (46,1%). Továbbá kimagasló érdeklődés mutatnak az Illúziók Múzeuma (49,5%), a VR Vidámpark (44,9%) és az INDOOR MiniGolf Budapest (40,8%) iránt.

A 3. ábrán láthatjuk azokat a kifejezéseket, amelyek először eszébe jutottak a kérdőívkitöltőknek Budapest turizmusával kapcsolatban. A visszajelzések szintetizálását követően az 1% gyakoriságot meghaladó válaszok kerültek elemzésre. A megkérdezettek egyértelmű többsége sokszínűnek tekinti a fővárost, valamint kiemelték még a tömeget (7,3%), a külföldiek jelenlétét (5,7%) és a látnivalókat (5,7%). További pozitív kifejezéseként jelennek meg a változatos (4,4%), a fejlődő (3,8%), a népszerű (3,2%), a látványos (3,9%), a virágzó (1,9%) és a pezsgő (1,6%) jelzők, azonban a zsúfolt 4,8%-os gyakorisága negatív megállapításnak értékelhető. Turisztikai szempontból kiemelkedik a Parlament (4,1%), a kultúra (3,5%), a városnézés (1,9%), a gyógyfürdő (1,9%), a történelem (1,3%) és a bulinegyed (1,3%) szavak említése.

6. ábra: Mi az az egy szó, ami először eszébe jut Budapest turizmusáról? (n=309)



Forrás: saját felmérés, 2023

Összegzés

A kutatási részeredményeket és összegezve megállapítható, hogy a Z generáció jelenléte a turizmus iparágában kimutatható, valamint jelentős transzformációs erővel bír a jövőre nézve. A generációra jellemző utazási szokások merőben eltérőek a korábbi generációkhoz képest, melynek figyelembevétele és kielégítése nélkülözhetetlen a turisztikai szolgáltatások sikerességét tekintve.

Budapest turisztikai kínálata élménygazdag lehetőségeket kínál a Z generációs látogatók számára, akik szívesen keresik fel a klasszikusként értelmezhető fővárosi látnivalókat. Ez azt mutatja, hogy ennek a generációnak a tagjai is érdeklődnek a főváros, mint turisztikai desztináció iránt. Azonban megkérdezettek megítélése némi eltérést mutat Budapest vezető turisztikai attrakciónak tekintetében, hiszen a válaszadók nem jelölték meg a külföldi turisták körében vezetőnek számító Zsinagógát, vagy Sziklakórházat. Viszont számukra is fontosak például a világörökség helyszínek és az új generációs attrakciók (a Tropicarium, az Óriáskerék, a romkocsmá negyed stb.). Hogy ez miért van így, arra a kutatásunk következő szakaszában fókuszcsoportos megkérdezés keretében keressük majd a válaszokat.

A felmérés első mintavételének eredménye alátámasztotta, hogy a közösségi média, valamint a különböző online platformok, a digitalizáció alkalmazása jelentős befolyással bír a potenciális attrakció felkeresésre és a turisztikai élmény minőségére. Végző eredményként megállapítható, hogy a megkérdezettek körében Budapest, mint turisztikai desztináció megítélése összességében pozitív.

A tanulmány szerzői a 2022-ben megalakult "Nekünk a Budapest" - Budapest turizmusa kutatócsoport tagjai. A kutatócsoport célja Budapest turizmusban játszott szerepének vizsgálata mind hazai, mind nemzetközi összehasonlításban.

Irodalomjegyzék

Agárdi, I., & Alt, M. (2021). A mobiltárca elfogadásának generációs különbségei: az X és Z generáció összehasonlítása. *Statisztikai Szemle* 99(11), pp. 1049-1079.

Besenyei, L. (2016). A generáció váltás forradalma. *Opus et Educatio*, pp. 371-378.

European Travel Commission. (2020). *Study on Generation Z Travellers*. Brussel: European Travel Commission.

Formádi, K., Petykó, Cs., Szalók, Cs., Jusztin, M., & Holczerné Szentirmai, Á. (2019). Motivált utazók, inspiráció és élménykeresők - avagy az Y generáció utazási szokásainak elemzése. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, IV. évfolyam 4. szám, pp. 11-22.

Gémesi, G. (2011). Új világ, új generációk. http://vikote.blog.hu/2011/08/05/uj_vilag_uj_generaciok [Hozzáférés dátuma: 2023. július 17.]

Kökény, L., & Jászberényi, M. (2022). Hogyan utazik a Z generáció? Utazással kapcsolatos szokások és döntési folyamatok vizsgálata. In T. Rátz, G. Michalkó, & M. Zsarnóczky, *Együttműködés, partnerség, hálózatok a turizmusban*. Turmiuzs Akadémia (11) (187-196). Székesfehérvár, Budapest: Kodolányi János Egyetem, Csillagászati és Földtudományi Kutatóközpont Földrajztudományi Intézet, Magyar Földrajzi Társaság.

McCrandle, M. (2009). *The ABC of XYZ Understanding the Global Generations*. McCrandle Research.

McCrandle, M., & Wolfinger, E. (2010). Az XYZ ábécéje. A nemzedékek meghatározása. *Korunk*, III. évf, pp. 13-18.

Meretei, B. (2017). Generációs különbségek a munkahelyen. *Vezetéstudomány*, 10-18.

Pál, E., & Töröcsik, M. (2013). Irodalmi áttekintés a Z generációról. Pécs: Pécsi Tudományegyetem.

https://ktk.pte.hu/sites/ktk.pte.hu/files/images/szervezet/intezetek/mti/pal_torocsik_irodalmi_atte_kintes_a_z_generacirol_2013.pdf [Hozzáférés dátuma: 2023. július 21.]

Piui, S. (2010). Generation Z - A New Type Of Consumers. *Annals of the University of Petrosani Economics*, 10(1), 289-298.

Prensky, M. (2001). *Digital Natives, Digital Immigrants I-II*. On the Horizon, Vol. 9. No.

Streit, E. (2014). A fiatal generáció utazási döntéseinek marketingszemponitú elemzése. *E-CONOM*, pp. 66-78.

Szmirkó, G. (2019). X, Y, Z - avagy (bor)fogyasztói generációváltás. *Borászati Füzetek*, 29(4), pp. 42-46. <https://magyarmezogazdasag.hu/2019/09/02/x-y-z-avagy-borfogyasztoi-generaciovalta>

Tari, A. (2011). *Z generáció: klinikai pszichológiai jelenségek és társadalom- lélektani szempontok az információs korban*. Budapest: Tercium.

turizmus.com. (2021). Így utazik a magyar Z generáció. <https://turizmus.com/utazas-kozlekedes/igy-utazik-a-magyar-z-generacio-1177715> [Hozzáférés dátuma: 2023. április 25.]

Twenge, J., & Kasser, T. (2013). Generational changes in materialism and work centrality, 1976-2007: associations with temporal changes in societal insecurity and materialistic role modeling. *Personality and Social Psychology Bulletin*, pp. 883-897.

UNWTO, & WYSE Travel Confederation. (2011). AM Reports - Voluma 2: The power of youth travel.

[http://www.platma.org/index.php/mod.publicaciones/mem.descargar/fichero.publicaciones_](http://www.platma.org/index.php/mod.publicaciones/mem.descargar/fichero.publicaciones_WYSETC-UNWTO-)

[Reportv21DEFrightjustified_50a034a5%232E%23pdf/chk.656d41b175c921950a0b05d258cfae09](http://www.platma.org/index.php/mod.publicaciones/mem.descargar/fichero.publicaciones_WYSETC-UNWTO-Reportv21DEFrightjustified_50a034a5%232E%23pdf/chk.656d41b175c921950a0b05d258cfae09) [Hozzáférés dátuma: 2023. július 18.]

A közép- és kelet európai EU-tagok egyetemei az ENSZ fenntartható fejlődési célkitűzései tükrében

SZEMLÉR Tamás¹

DOI: [10.29180/978-615-6342-76-8_35](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-76-8_35)

Absztrakt

Az Egyesült Nemzetek Szervezete (ENSZ) Fenntartható Fejlődési Céljai (Sustainable Development Goals, SDG) fontos szerepet játszanak a társadalmak tudatosságának növelésében bolygónk fenntarthatóságával kapcsolatban – ez mindenki számára kulcsfontosságú kérdés. Jelen írás célja, hogy bemutassa és értékelje az EU KKE-11 (az Európai Unió 11 közép- és kelet-európai tagországa) egyetemeinek teljesítményét és fejlődését az ENSZ fenntartható fejlesztési céljainak tükrében.

Vizsgálatom során EU KKE-11 egyetemeinek a Times Higher Education (THE) Impact Rankings-ben elért eredményeit elemzem, a jelenleg elérhető 2019-2023 közötti időszakra. Az elemzés eredményei tükrözik a régió felsőoktatási SDG-tudatának még meglehetősen szerény szintjét, de az e tekintetben elért előrelépést (a rangsorban résztvevő egyetemek növekvő száma), valamint az egyes országok közötti különbségeket is. Ezen megállapítások alapján kifejezetten javaslom a felsőoktatási intézmények részvételét e rangsorban, egyrészt az ahhoz szükséges, az SDG-k elérését célzó tevékenység fontos volta okán, másrészt pedig a rangsorban megjelenő intézmények láthatóságának és hírnevének növelése érdekében. Írásom zárásaként a téma további kutatásának, mélyebb elemzésének néhány lehetséges aspektusát mutatom be.

Kulcsszavak: ENSZ SDG-k, Közép- és Kelet-Európa, felsőoktatás

Bevezetés

A fenntartható fejlődés napjainkban széles körben ismert kifejezés, amely tükrözi azt a számos, részben az elmúlt néhány évtizedben akuttá vált kihívást, amellyel az emberiség szembesül. A fenntarthatóságnak a környezeti szempontokon túl számos további aspektusa is van, amelyek ma már az Egyesült Nemzetek Szervezete (ENSZ) Fenntartható Fejlődési Céljainak (Sustainable Development Goals, SDG) részét képezik; minden egyénnek és szervezetnek megvan a maga szerepe mindezen szempontok érvényesítésében.

Jelen tanulmány az Európai Unió 11 közép- és kelet-európai tagországának (EU KKE-11) felsőoktatási intézményeinek teljesítményét vizsgálja meg a Times Higher Education (THE) Impact Rankings-ben elérhető, a 2019–2023-as időszakra vonatkozó adatok alapján. A fenntartható fejlődés elméleti és történeti háttérének rövid ismertetése után a módszertan bemutatására kerül sor. Ezt a részt követi az eredmények bemutatása és azok értelmezése, beleértve a jövőorientált záró megjegyzéseket.

Elméleti háttér/szakirodalmi áttekintés

A fenntartható fejlődés az elmúlt fél évszázad során az egyik legtöbbet vitatott multidiszciplináris kérdéskörre vált. A gondolkodás kiindulópontja a legtöbb vonatkozásban az

¹ Budapesti Gazdasági Egyetem, Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar, Közgazdasági és Üzleti Tudományok Tanszék, e-mail: szemler.tamas@uni-bge.hu

ENSZ Emberi Környezeti Konferenciája (Conference on Human Environment) volt Stockholmban 1972-ben, ahol a résztvevők egy olyan cselekvési tervet dolgoztak ki, amely 26 elven és 109 ajánlason alapult; ezen elveket és ajánlásokat a konferencia jelentésében körvonalazták (United Nations, 1973). A „fenntartható fejlődés” fogalmának meghatározása 15 évvel később, a Brundtland-jelentéssel (Brundtland, 1987) jelent meg. A Brundtland-jelentést követő néhány fontos lépés után (az ózonréteget lebontó anyagokról szóló montreali jegyzőkönyv, az éghajlatváltozással foglalkozó kormányközi testület létrehozása, a veszélyes hulladékok országhatárokon átnyúló szállításának és ártalmatlanításának ellenőrzéséről szóló bázeli egyezmény) az 1992-es Rio de Janeiro-i Föld-csúcstalálkozó (Earth Summit) volt az az esemény, amely a fenntarthatóságot nagy tömegek figyelmének középpontjába helyezte. 1995-ben a Kereskedelmi Világszervezetet létrehozó Marrakesh-i Megállapodás (World Trade Organization, 1995) már kifejezetten utalt a fenntartható fejlődés célkitűzésére. A Kiotói Jegyzőkönyv (United Nations Framework Convention on Climate Change, 1997) elfogadása fontos mérföldkő volt. A ratifikáció körül adódó nehézségek (az a tény, hogy a dokumentum csak 2005-ben léphetett hatályba, az Egyesült Államok pedig nem ratifikálta azt) azonban jól érzékeltették a kérdés nehézségét mutatták, a „közös, de differenciált felelősségek és képességek” elvének hangsúlyozása ellenére.

A fenntartható fejlődés kérdésének többdimenziós jellegét mindenki számára világossá tette az ENSZ 2000. évi 8 millenniumi fejlődési céljának (Millennium Development Goals) meghatározása, amelyet a Millenniumi Nyilatkozat (Millennium Declaration) (United Nations, 2000) határoz meg. Annak ellenére, hogy a legtöbb célkitűzést nem sikerült teljesíteni a kitűzött időpontig (2015-ig), a többdimenziós gondolkodás tovább fejlődött, és 2015-ben az ENSZ tagállamai elfogadták a 17 fenntartható fejlesztési célt tartalmazó 2030-as menetrendet (United Nations, 2015), amely azóta a fenntarthatósági elemzések sarokkövét képezi. A felsőoktatásról és a fenntartható fejlődésről szóló legújabb tudományos elemzések közül Owens (2017) a 4. fenntartható fejlesztési célt és az ennek elérését szolgáló egyetemi stratégiák felépítését tárgyalja. Chankseliani – McCowan (2021) ugyanezen cél szerepét tárgyalja, és megemlíti a THE rangsorát. Boeve-de Pauw –Gericke – Olsson – Berglund (2015) és Crespo – Míguez-Álvarez – Arce – Cuevas – Míguez (2017) gyakorlati példákat mutatnak be a felsőoktatásban a fenntartható fejlesztési célok elérése érdekében tett intézkedésekre. Magyarországon Lányi. – Kajner (szerk.) (2019) ad részletes körképet a fenntarthatóságról a felsőoktatásban.

Módszertan

Jelen tanulmány az EU KKE-11 (az Európai Unió 11 közép- és kelet-európai tagországa) egyetemeinek teljesítményét mutatja be a Times Higher Education (THE) Impact Rankings általános (összesített) rangsorának eredményei alapján. A THE Impact Rankings eredményei e tanulmány írásakor öt évre, a 2019-2023-es időszakra vonatkozóan érhetőek el, négy tág területre (research, stewardship, outreach, teaching – kutatás, törődés, bevonás, oktatás) koncentrálnak, és mind a 17 fenntartható fejlesztési célt figyelembe veszik.

Bármely egyetem, amely adatokat szolgáltat a 17. SDG-ről (röviden: partnerségek a célok érdekében), valamint legalább három másik SDG-ről, bekerülhet az általános rangsorba. Az egyetem végső összpontszáma az SDG 17 (a végső pontszámában 22%-os súllyal) és a legjobb (az adott egyetem szempontjából) három pontszáma a másik 16 SDG-ből. (egyenként 26%-os súllyal a végső pontszámában).²

² A THE Impact Rankings módszertanáról további részletek a <https://www.timeshighereducation.com/world-university-rankings/impact-rankings-2022-methodology> oldalon található (ez a jelen áttekintés forrása is) bekezdés). A legújabb módszertannal kapcsolatos teljes információ a <https://the-ranking.s3.eu-west->

Jelen tanulmányhoz az EU KKE-11 egyetemeinek összesített eredményeit választottam ki és elemeztem a THE Impact Rankings mind az öt kiadásából. Az alkalmazott módszer a leíró statisztikai elemzés, amely alapot adhat további kutatásokhoz (l. jelen tanulmány záró pontját).

Eredmények

A THE Impact Rankings még meglehetősen új; ez tükröződik a résztvevő országok és egyetemek számának évről évre történő növekedésében (lásd 1. táblázat). Az EU KKE-11 egyetemeinek részvételének alakulása összhangban van az általános tendenciával. Ami a 2023-as THE Impact Rankings-t illeti, az EU KKE-11 országának 10 országából 80 egyetem került be.

1. táblázat: *A világ és az EU KKE-11 országai és egyetemei a THE Impact Rankings-ben*

Év	A résztvevő egyetemek száma	A képviselt országok/régiók száma	A résztvevő EU KKE-11 egyetemek száma	A képviselt EU KKE-11 országok száma
2019	467	76	17	7
2020	768	85	33	8
2021	1118	94	47	9
2022	1406	106	61	10
2023	1591	112	80	10

Forrás: *a szerző összeállítása a THE Impact Rankings adatai alapján*

A rangsorban szereplő EU KKE-11 egyetemek országok szerinti megoszlását a 2. táblázat mutatja be. A számok több tényezőt tükröznek: az országméretbeli különbségeket (és az országokban található egyetemek számában nagyjából ennek megfelelő különbségeket), valamint a részvétel lehetőségének felismerése terén jelentkező különbségeket. Természetesen – a világszintű adatokhoz hasonlóan – ezek az egyetemek a régió felsőoktatási intézményeinek továbbra is viszonylag kis (de egyre növekvő) részét képviselik. Minél inkább folytatódik az elkövetkező években a részvétel szélesedésének jelenlegi tendenciája, annál relevánsabbak lesznek a rangsorok, így az azokban való megjelenés, valamint a résztvevő felsőoktatási intézmények pozíciói is.

2. táblázat: *Az EU KKE-11 egyetemeinek ország szerinti megoszlása a THE Impact Rankings-ben*

Év	BG	CR	CZ	EE	HU	LT	LV	PL	RO	SI	SK
2019	1	-	4	-	2	-	2	1	5	-	2
2020	1	-	5	-	6	-	4	5	7	1	4
2021	1	1	7	-	6	-	5	12	10	1	4
2022	2	2	6	-	8	3	5	15	13	2	5
2023	2	3	8	-	11	4	5	23	17	1	6

1.amazonaws.com/IMPACT/IMPACT2023/THE.ImpactRankings.METHODOLOGY.2023_v1.2.pdf érhető el.

címen

Forrás: a szerző összeállítása a THE Impact Rankings adatai alapján

A 3. táblázat bemutatja az EU CEE-11 egyetemeinek pozícióját a THE Impact Rankings eddigi öt kiadásában. A résztvevő intézmények számának világszerte folyamatos növekedése miatt az eredmények nem közvetlenül összehasonlíthatók: pl. egy top 200-as pozíció 2023-ban (1591 egyetem részvételével világszerte) értékesebbnek tekinthető, mint egy top 200-as pozíció 2019-ben (467 egyetem részvételével világszerte). A résztvevő intézmények körének kiszélesedése néhány „romlónak” tűnő pozíciót is magyaráz; a fő kérdés egyelőre – tekintettel a rangsor viszonylag új voltára – a részvétel.

3. táblázat: Az EU KKE-11 egyetemeinek pozíciói és országok szerinti megoszlása a THE Impact Rankings-ben

Helyezés	2019	2020	2021	2022	2023
1-100	2 LV 1, SK 1				
101-200	5 CZ 2, HU 2, RO 1	2 HU 1, LV 1		1 LV 1	1 LV 1
201-300	4 LV 1, PL 1, RO 2	6 CZ 1, HU 1, LV 1, RO 2, SK 1	3 HU 1, LV 2	3 CZ 2, LV 1	4 CZ 2, LV 1, RO 1
301-400	(Kategória: 301+) 6 BG 1, CZ 2, RO 2, SK 1	6 HU 1, LV 1, PL 2, RO 1, SK 1	5 HU 2, LV 1, RO 1, SK 1	6 CR 1, CZ 2, LV 1, RO 2	4 CR 1, CZ 1, HU 1, LV 1
401-600		13 BG 1, CZ 2, HU 2, LV 1, PL 3, RO 3, SI 1	9 CZ 4, HU 1, RO 3, SK 1	6 CR 1, CZ 1, HU 3, RO 1	14 CR 1, CZ 2, HU 3, HU 2, PL 3, RO 3
601-800		(Kategória: 601+) 6 CZ 2, HU 1, RO 1, SK 2	15 BG 1, CZ 1, HU 2, LV 1, PL 3, RO 4, SI 1, SK 2	10 BG 1, HU 2, LV 1, PL 4, RO 1, SK 1	8 BG 2, PL 5, SK 1
801-1000			14 CR 1, CZ 2, LV 1, PL 8, RO 2	15 HU 1, LT 1, LV 1, PL 6, RO 3, SI 2, SK 1	11 HU 1, LT 2, LV 1, PL 4, RO 1, SI 1, SK 1
1001+			1 PL 1	20 BG 1, CZ 1, HU 2, LT 2, PL 5, RO 6, SK 3	38 CR 1, CZ 3, HU 4, LT 2, LV 1, PL 11, RO 12, SK 4

Total	17	33	47	61	80
-------	----	----	----	----	----

Forrás: a szerző összeállítása a THE Impact Rankings adatai alapján

Következtetések és javaslatok

Az EU KKE-11 országai egyetemei általános teljesítményének alapszintű elemzése olyan fontos jellemzőkre mutat rá, amelyek összhangban vannak a THE Impact Rankings-ben megfigyelhető általános tendenciával:

- Évről évre egyre több felsőoktatási intézmény él a részvétel lehetőségével.
- A már felsorolt egyetemek (ritka kivételektől eltekintve) folytatják részvételüket a rangsorban.
- A résztvevő intézmények körének egyre szélesedésével párhuzamosan egyre nehezebb – de az adatok szerint korántsem lehetetlen – a rangsor felső kategóriába kerülni.

Természetesen a felsőoktatásban – általánosságban és az EU KKE-11 országaiban is – sokkal több tevékenységre van lehetőség a fenntartható fejlődés terén. A THE Impact Rankings hozzájárulhat ezeknek a lehetőségeknek a kiaknázásához, hiszen a rangsorban való részvétel növelheti az egyetemek láthatóságát, ami számukra kulcsfontosságú a felsőoktatási piacot világszerte jellemző éles versenyben. Természetesen más lehetőségek is vannak egy intézmény fenntartható fejlődés iránti elkötelezettségének kimutatására³, de a rangsorolásból adódó láthatóság az ehhez szükséges viszonylag kis erőfeszítések mellett egyre több egyetem számára teheti vonzóvá a bekerülést.

A THE Impact Rankings rövid története ellenére (de egyúttal a nagy jövőbeli potenciál miatt) az eredmények részletesebb elemzése érdekes kutatási lehetőségeket kínál. A további kutatás során kiemelt figyelmet kell fordítani a következő szempontokra:

- A résztvevő egyetemek teljesítménye az egyes SDG-k terén – melyek a „legnépszerűbb”/legkevésbé „népszerű” SDG-k (amelyek a legtöbb/legkevesebb esetben vannak jelen az intézmények top 3 SDG-jében)?
- Az EU KKE-11 egyetemeinek teljesítménye az egyes SDG-k tekintetében – vannak-e sajátos „KKE-minták”, speciális megközelítések, vagy ezek az intézmények is olyan utakat követnek, amelyek hasonlóak az egyetemek globális megközelítéséhez (a fenntartható fejlődés kérdéskörében)?
- A rangsorban megjelenő intézmények létszámának növekedésével (a távolabbi jövőben várható stabilizálódásával), a ranglistán elfoglalt helyezések mélyebb elemzésével egyre fontosabb kérdés: hogyan tudják a résztvevő egyetemek megőrizni vagy javítani pozíciójukat a rangsorban?

Irodalomjegyzék

Brundtland, G. (1987). Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future, United Nations General Assembly document A/42/427, <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf> (Letöltés dátuma: 2023. február 26.)

³ Ennek fontos példája az ENSZ Principles for Responsible Management Education (PRME) programja, amely több mint 800 aláíróval rendelkezik a világ minden tájáról. A 2023-as évre 47 felsőoktatási intézményt választottak „PRME bajnoknak”, közülük kettő az EU CEE-11 országaiból (a Budapesti Gazdasági Egyetemet és a szlovéniai IEDC – Bled School of Management-et). A részletekért lásd: <https://www.unprme.org/prme-champions>.

Boeve-de Pauw, J. –Gericke, N. – Olsson, D. – Berglund, T. (2015). The Effectiveness of Education for Sustainable Development, *Sustainability*, 7, pp. 15693-15717, <https://doi.org/10.3390/su71115693> (Letöltés dátuma: 2023. március 18.)

Chankseliani, M. – McCowan, T. (2021). Higher education and the Sustainable Development Goals, 81, pp. 1–8, <https://doi.org/10.1007/s10734-020-00652-w> (Letöltés dátuma: 2023. március 18.)

Crespo B. – Míguez-Álvarez C. – Arce, M. E. – Cuevas M. – Míguez J. L. (2017). The Sustainable Development Goals: An Experience on Higher Education, *Sustainability*, 9(8):1353. <https://doi.org/10.3390/su9081353> (Letöltés dátuma: 2023. március 14.)

Impact Rankings 2019 (2019). The Times Higher Education Impact Rankings, <https://www.timeshighereducation.com/rankings/impact/2019/overall> (Letöltés dátuma: 2023. február 28.)

Impact Rankings 2020 (2020). The Times Higher Education Impact Rankings, <https://www.timeshighereducation.com/rankings/impact/2020/overall> (Letöltés dátuma: 2023. február 28.)

Impact Rankings 2021 (2021). The Times Higher Education Impact Rankings, <https://www.timeshighereducation.com/rankings/impact/2021/overall> (Letöltés dátuma: 2023. február 28.)

Impact Rankings (2022). The Times Higher Education Impact Rankings, <https://www.timeshighereducation.com/impactrankings> (Letöltés dátuma: 2023. február 28.)

Impact Rankings (2023). The Times Higher Education Impact Rankings, <https://www.timeshighereducation.com/impactrankings> (Letöltés dátuma: 2023. július 14.)

Lányi, A. – Kajner, P. (eds.) (2022). A fenntarthatóság témaköre a felsőoktatásban. A Magyar Tudományos Akadémia és az UNESCO Magyar Nemzeti Bizottság az ELTE Humánökológia mesterszak közreműködésével, 2018. 281. november 19-én rendezett tudományos tanácskozásának dokumentumai, UNESCO Magyar Nemzeti Bizottság, http://real.mtak.hu/78364/1/A_fenntarthatosag_temakore_a_felsooktatásban.pdf (Letöltés dátuma: 2023. március 18.)

Owens, T. L. (2017). Higher education in the sustainable development goals framework, *European Journal of Education*, DOI: <https://www.doi.org/10.1111/ejed.12237> (Letöltés dátuma: 2023. március 18.)

United Nations (1973). Report of the United Nations Conference on the Human Environment, Stockholm, 5-16 June 1972, A/CONF.48/14/Rev.1, United Nations, New York, <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/NL7/300/05/IMG/NL730005.pdf?OpenElement> (Letöltés dátuma: 2023. február 26.)

United Nations (2000). United Nations Millennium Declaration, 8 September 2000, General Assembly resolution 55/2, <https://www.ohchr.org/en/instruments-mechanisms/instruments/united-nations-millennium-declaration> (Letöltés dátuma: 2023. február 27.)

United Nations (2015). Transforming Our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development, A/RES/70/1, <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N15/291/89/PDF/N1529189.pdf?OpenElement> (Letöltés dátuma: 2023. február 27.)

United Nations Framework Convention on Climate Change (1997): Kyoto Protocol to the United Nations Framework Convention on Climate Change, FCCC/CP/1997/L.7/Add.1, <https://unfccc.int/sites/default/files/resource/docs/cop3/107a01.pdf> (Letöltés dátuma: 2023. február 26.)

World Trade Organization (1995): Marrakesh Agreement Establishing the World Trade Organization, https://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/04-wto_e.htm (Letöltés dátuma: 2023. február 26.)

Pénzügyi tudatosság a magyar kkv szektorban

SZENNAY Áron¹

DOI: [10.29180/978-615-6342-76-8_36](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-76-8_36)

Absztrakt

Az Európai Unióhoz hasonlóan Magyarországon is a mikro-, kis- és közepes vállalkozások (mkkv) alkotják a gazdaság gerincét, ugyanakkor a szektor versenyképességét rontja mind az alacsony fokú digitalizáció, mind az alacsony innovációs teljesítmény. Szakirodalmi források alapján a versenyképesség, a stabil, fenntartható növekedés egyik előfeltétele a pénzügyi tudatosság. Ennek megfelelően a jelen cikk célja, hogy a Budapesti Gazdasági Egyetem mikro-, kis-és középvállalkozások 2017-es reprezentatív adatfelvétele alapján pillanatképet nyújtson azok pénzügyi tudatosságáról, figyelembe véve a vállalkozások családi vállalkozás státuszát is. Eredményeink alapján a vizsgált vállalkozói kör csupán elenyésző része (8,1%) nem alkalmaz semmiféle pénzügyi tervezést, ugyanakkor a többféle tervet is magában foglaló komplexebb tervezés a nagyobb cégeket jellemzi. A kkv-k tartózkodnak a külső finanszírozás igénybevételétől, amit egyrészt indikál, hogy a kérdőívben szereplő külső finanszírozási eszközök közül átlagosan 1,31-et alkalmaztak, miközben 20 százalékuk egyáltalán nem veszi igénybe őket, továbbá az egyéb válaszok között is gyakori a saját források igénybevétele. A Likert skálán mért pénzügyi célok fontosságát a cégek valamennyi esetben kiemelten fontosnak találták, amit jól mutat, hogy a medián valamennyi kérdés esetén 4-es vagy 5-ös értéket vett fel, a ferdeség pedig minden kérdésnél negatív előjelű.

Kulcsszavak: pénzügyi tervezés, pénzügyi tudatosság, finanszírozás, kkv, családi vállalkozás

Bevezetés

Az Európai Unióhoz hasonlóan Magyarországon is a mikro-, kis- és közepes vállalkozások (mkkv) alkotják a gazdaság gerincét – 2022-ben ezen vállalkozási kör foglalkoztatta az EU nem pénzügyi szektorban dolgozó munkaerőjének közel kétharmadát (64,4%) és állította elő a hozzáadott értékének több, mint felét (51,8%) (Di Bella és mtsai., 2023). Ugyanakkor ezen értékek azt is mutatják, hogy az mkkv-k hatékonysága elmarad a nagyobb vállalkozásokétól – ugyan a magyarországi mkkv-k jelentős része tudásintenzív (38,5%), illetve magas-, vagy közepes technológiájú (0,2, ill. 4,5%) szektorban működik, a Digitális gazdaság és társadalom fejlettségét mérő mutató (Digital Economy and Society Index, DESI) szerint „a magyar vállalkozások többsége nem használja ki a digitális technológiák kínálta lehetőségeket” (Európai Bizottság, 2022), a 2016-os Közösségi Innovációs Felmérés (Community Innovation Survey, CIS) adatai alapján pedig az innovatív nagyvállalatok és a kis méretű innovatív vállalatok egymáshoz viszonyított aránya tekintetében Magyarország EU-s összetetésben a sereghajtók közé tartozik (Makó és mtsai., 2020). Ennek megfelelően nemzetgazdasági szempontból kiemelten fontos cél ezen vállalkozási kör versenyképességének javítása, kapacitásaik, kompetenciáik fejlesztése. Más szóval a stabil, fenntartható gazdasági növekedés pénzügyileg tudatos, korszerű ismeretekkel rendelkező vállalkozásokat és lakosságot feltételez (Tóth és mtsai., 2019).

Jelen írás célja, hogy a Budapesti Gazdasági Egyetem mikro-, kis-és középvállalkozások 2017-es reprezentatív adatfelvétele alapján pillanatképet nyújtson azok pénzügyi tudatosságáról,

¹ Budapesti Gazdasági Egyetem, Budapest LAB Vállalkozásfejlesztési Iroda, e-mail: szennay.aron@uni-bge.hu

értve ez alatt az általuk alkalmazott pénzügyi tervezési módszereket, finanszírozási eszközöket, valamint a pénzügyi céljaikat. Ugyan a felhasznált adatok korántsem aktuálisak, hisz az adatfelvétel csaknem 3 évvel a COVID-19 pandémia Európában, illetve Magyarországon való kitörése előtt történt, a korábban nem publikált adatok más adatfelvételekkel összevetve lehetőséget biztosíthatnak trendek, mintázatok vizsgálatára. A következő fejezetben a pénzügyi tudatossággal kapcsolatos hazai irodalmat foglaljuk össze, különös tekintettel az mkkv körre. A harmadik fejezetben a kutatásban felhasznált adatok forrását, valamint az alkalmazott módszereket foglaljuk össze, a negyedik fejezet az eredményeket tartalmazza. Az írás az eredmények összefoglalásával, azok limitációinak részletezésével, valamint a további lehetséges kutatási irányok bemutatásával zárul.

Szakirodalmi háttér

A Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2022-es magyarországi adatfelvétele alapján az Európai Unió (EU) GEM-ben résztvevő országaihoz képest Magyarországon az egyik legalacsonyabb vállalkozásindításhoz elegendő tudással, készséggel, tapasztalattal rendelkezők aránya az aktív korú népességben, ugyanakkor a vállalkozásoktatásban részt vettek körében ugyanez az érték már lényegesen magasabb az EU átlagnál (Csákné Filep és mtsai., 2023). A kkv-k esetében szintén empirikusan bizonyított, hogy a vállalkozások pénzügyi sérülékenysége alacsonyabb, ha a tulajdonosok, illetve a pénzügyi vezetők szisztematikus képzésben vettek részt, míg a végzettség esetén nem tárható fel szignifikáns kapcsolat (Győri, 2018). Bárczi és Zéman (2015), valamint Jáki (2017) szintén a pénzügyi képzés jelentőségét, a pénzügyi kultúra és pénzügyi ismeretek szintjének gazdasági stabilitásra gyakorolt hatását emeli ki. A kis- és középvállalkozások pénzügyi tudatosságának javítása ugyanakkor azért is fontos, hisz Magyarország esetén is empirikus bizonyítékok állnak rendelkezésre a pénzügyi tudatosság és a pénzügyi teljesítménye, (pénzügyi) fenntarthatósága, kockázattudatossága és döntéshozatali módszerei között (Tóth és mtsai., 2021).

A magyarországi 10 és 249 fő közötti kkv-k 2006-os és a 2017-es reprezentatív mintája alapján (1) a folyószámlahitel, (2) a lízing, (3) forgótőkehitel és (4) a beruházási hitelek a legismertebb, míg finanszírozási formák, azonban a tíz év alatt valamennyi hiteltípus használata élesen, 5-10 százalékponttal csökkent (Győri & Czakó, 2018). A szerzők klaszterelemzése alapján a kkv-k az alábbi három csoportba oszthatók:

1. a legnagyobb csoportot alkotó hagyományos, takarékosan működő vállalkozásokba, amelyek kevésbé korszerűek online bankolás tekintetében, valamint nem vesznek fel hiteleket;
2. az erőforráshiányos vállalkozásokra, amelyek az előző csoportnál is kevésbé alkalmaz innovatív banki szolgáltatásokat, keveset költenek biztosításokra, ellenben a felmerülő cash-flow problémák megoldására hiteleket vesznek fel;
3. valamint a legkisebb csoportot alkotó okosan finanszírozókra, akik számos hitellel rendelkeznek, biztosításokkal hárítják át a kockázataik egy részét, valamint nyitottak az új online banki megoldásokra.

Szintén empirikusan, 2019 és 2021-es magyarországi reprezentatív minta alapján bizonyított, hogy a pénzügyi tudatosabb vállalkozások tudatosabbak a kockázatmenedzsment fontosságát illetően is, a pénzügyi tervezés mértéke és minősége közvetlenül nem befolyásolja a kockázatmenedzsment tevékenységüket (Tóth és mtsai., 2022). A szerzők kiemelik, hogy a két

vizsgált év között valamennyi méretkategória tekintetében emelkedett a pénzügyi tervezéssel kapcsolatos tevékenységeket tömöríti indikátor, ami azt mutatja, hogy a válság hatására a vállalkozások tudatossága javult. Tóth és szerzőtársai (2021) 2019-ben felvett magyarországi reprezentatív kkv minta alapján arra a következtetésre jutott, hogy az árbevétel és pénzügyi ismeretek valamennyi alindexe között szisztematikus korreláció áll fenn, vagyis a magasabb árbevételű vállalkozásokat rendre magasabb tudatosság jellemzi.

A pénzügyi tudatosság egyik eleme a pénzügyi tervezése léte, annak mélysége, amely ugyanakkor visszahat a teljes vállalkozás működésére. Jó példa erre a finanszírozás tudatos menedzselése, hisz az lényegében a külső (pl. kamatok, elérhető instrumentumok, támogatások, gazdasági környezet stb.) és belső vállalkozási környezet (pl. stratégia, a finanszírozandó projekt, vállalatméret, vállalati életciklus stb.) jellemzői figyelembevételével az optimális finanszírozási szerkezet elérését jelenti (Jáki, 2018; Sinkovics, 2010).

Módszertan és az alkalmazott minta

Elemzésünk a Budapesti Gazdasági Egyetem 2017-es reprezentatív kkv felmérésének adatait felhasználva empirikusan vizsgálja a magyarországi mkkv-k pénzügyi tudatosságát. Az mkkv kör meghatározása során illeszkedtünk a mikro-, kis- és középvállalkozások meghatározásáról szóló 2003. május 6-i 2003/361/EK bizottsági ajánláshoz, vagyis mkkv-nak tekintjük azokat a vállalkozásokat, amelyek kevesebb, mint 250 főt alkalmaznak, valamint éves árbevételük nem haladja meg az 50 millió eurót vagy mérlegfőösszegük a 43 millió eurót (Európai Bizottság, 2003).

Ugyan a kérdőíves kutatás célja elsősorban a magyarországi családi vállalkozások számának meghatározása, jellemzőiknek a feltárása volt, több egyéb kérdésblokkot is tartalmazott, amelyek alkalmasak lehetnek a kkv szegmens COVID-19 pandémia előtti helyzetének vizsgálatára. Az adatbázis alapját képező adatfelvételre 2017 nyarán került sor, a 385 elemet tartalmazó adatbázis pedig székhely (megye) és foglalkoztatotti létszám szempontjából reprezentatív a legalább 3 főt foglalkoztató és legalább 50 millió forintos éves árbevételt elérő kkv-kra (N=50.604). A lekérdezés telefonos módszerrel, piackutató vállalkozás igénybevételével valósult meg.

Egyes elemzések során a vállalkozásokat megkülönböztetjük családi státuszuk szerint. Ehhez Kása és szerzőtársai (2019) tágabb definícióját alkalmazzuk, amely szerint családi vállalkozásnak tekinthető a cég, ha (1) önmagukat családi vállalkozásnak tartják vagy ahol (2) a cég legalább 51%-a egy család tulajdonában és (3) a család részt vesz a vállalkozás irányításában, vagy (4) a családtagok alkalmazottként részt vesznek a vállalkozás működtetésében, vagy (5) a vezetést és a tulajdont is részben vagy teljes mértékben a családon belül kívánják átadni.

Az elemzés céljához, vagyis reprezentatív adatok publikálásához illeszkedve az elemzések elsősorban leíró statisztikákat alkalmaznak, amelyet csoportok összehasonlításakor – az adatok alacsony szintű mérési skálájához illeszkedve – nemparametrikus próbák egészítenek ki.

Eredmények

Az eredmények alapján kijelenthető, hogy a pénzügyi tervezés különböző elemeit a vállalkozások eltérő gyakorisággal alkalmazzák. Míg árbevétel-terv, illetve költségterv közel a vizsgált vállalkozások közel kétharmadánál van (rendre 65,5, ill. 63,9%), de a vállalkozások háromötöde (59,5%) eredménytervet is készít, addig beruházási költségvetést csak felük (51,2%), karbantartási és felújítási terveket, átfogó üzleti tervet, pénzforgalmi vagy likviditási tervet pedig csak kétötödük (rendre 42,3, 42,3, ill. 42,1%) készít. Cash-flow tervet, mérlegtervet, nettó forgóeszköz-szükségleti tervet a kkv-k megközelítőleg harmada (rendre 35,1%, 33,0%, 30,4%) készít, kutatási-fejlesztési tervet pedig csak 16,4 százalék (ld. 1. táblázat). Jellemző, hogy a legkisebb, 3-4 fős vállalkozások esetén a legalacsonyabb a pénzügyi tervezés szintje, ahogy az egyre nagyobb vállalkozások rendszerint egyre nagyobb hányada alkalmazza a különböző technikákat.

1. táblázat: A pénzügyi tervezés különböző elemeit alkalmazó vállalkozások aránya létszámkategóriák szerint (%)

	3-4 fő	5-9 fő	10-19 fő	20-49 fő	50-99 fő	100-200 fő*	összesen
Árbevétel-terv	57,1%	65,4%	63,6%	74,1%	76,2%	100,0%	65,5%
Költségterv	49,4%	68,5%	58,6%	75,9%	81,0%	66,7%	63,9%
Eredményterv	42,9%	58,3%	60,6%	72,4%	81,0%	100,0%	59,5%
Beruházási költségvetés	36,4%	52,8%	48,5%	62,1%	76,2%	66,7%	51,2%
Karbantartási, felújítási tervek	33,8%	42,5%	43,4%	44,8%	61,9%	33,3%	42,3%
Átfogó üzleti terv	24,7%	43,3%	40,4%	51,7%	81,0%	66,7%	42,3%
Pénzforgalmi vagy likviditási terv	24,7%	40,2%	45,5%	46,6%	85,7%	66,7%	42,1%
Cash flow terv	20,8%	26,0%	40,4%	48,3%	76,2%	66,7%	35,1%
Mérlegterv	20,8%	34,6%	26,3%	44,8%	61,9%	66,7%	33,0%
Nettó forgóeszköz-szükségleti terv	16,9%	30,7%	34,3%	31,0%	57,1%	33,3%	30,4%
Kutatás-fejlesztési terv	9,1%	13,4%	16,2%	20,7%	47,6%	33,3%	16,4%
Egyik sem	16,9%	9,4%	5,1%	1,7%	0,0%	0,0%	8,1%
Nem tudja / nem válaszolt	0,0%	0,0%	1,0%	1,7%	0,0%	0,0%	0,5%

* A kategória elemszáma rendkívül alacsony ($n=3$), így az eredmények megbízhatósága korlátozott.

Forrás: saját szerkesztés

Az eredmények akkor sem változnak lényegesen, ha a pénzügyi tervezés komplexitását a létszám helyett a vállalkozás családísága szerint vizsgáljuk. A családi és nem családi vállalkozások a különböző terveket hasonló arányban alkalmazzák, a különbség a két kategória között jellemzően néhány százalékpontban mérhető. Nagyobb eltérés cash flow terv (12,2%), az árbevétel-terv (5,3%), illetve a költségterv (4,7%) esetén tapasztalható, valamennyi esetben a nem családi vállalkozások magasabb fokú tudatosságát mutatva.

A különböző létszámkategóriájú vállalkozások pénzügyi tervezésének komplexitását összehasonlítható vállalkozásonként összeadtuk, hogy a pénzügyi tervezésnek hányféle elemét alkalmazzák (ld. 2. táblázat). Eredményeink alapján megállapítható, hogy a vállalkozás családi jellegétől függetlenül a nagyobb létszámkategóriába tartozó vállalkozások a vizsgálatban szereplő 11 elemből átlagosan többféle technikát alkalmaznak – míg a legkisebb, 3-4 fős cégek 3,36-ot, addig az 50 fő feletti 7,75-öt.

2. táblázat: *A pénzügyi tervezés alkalmazott elemeinek átlagos száma létszám kategóriák szerint (darab)*

	3-4 fő	5-9 fő	10-19 fő	20-49 fő	50 fő felett
nem családi vállalkozás	3,36	5,21	4,63	4,89	7,65
családi vállalkozás	3,37	4,48	4,87	6,50	8,00
összesen	3,36	4,76	4,78	5,72	7,75

Forrás: *saját szerkesztés*

A családi és nem családi vállalkozások által a pénzügyi tervezés során alkalmazott technikák számát nemparametrikus teszttel hasonlítottuk össze. Eredményeink szerint a két csoport eloszlása nem tér el egymástól ($p=0,430$), a mediánjuk pedig azonosnak tekinthető ($p=0,775$), vagyis megállapíthatjuk, hogy az mkkv-k pénzügyi tervezésének komplexitása független a vállalkozás családi tulajdoni státuszától.

Szintén nemparametrikus teszttel vizsgáltuk, hogy a különböző létszámkategóriájú vállalkozások által alkalmazott pénzügyi tervezési elemek számának mediánja azonosnak tekinthető-e? Eredményeink szerint a 3-4 fős vállalkozások – a 10-19 fő közötti vállalkozások kivételével – valamennyi egyéb csoportnál kevesebb technikát alkalmaznak ($p<0,05$), míg az 5-9, illetve a 10-19 fős vállalkozások egyaránt szignifikánsan kevesebb féle pénzügyi tervezési eszközt alkalmaznak, mint az 50 fő feletti ($p<0,05$). Ezek alapján megállapíthatjuk, hogy a kisebb vállalkozások pénzügyi tervezése rendre egyszerűbb, mint a nagyobbaké. Ugyanakkor fontos kiemelni, hogy a legkisebb cégek között is a túlnyomó többségnek van valamilyen pénzügyi terve.

A kkv-k finanszírozási szükségletüket (ld. 3. táblázat) elsősorban folyószámlahittel (26,2%), tulajdonosi kölcsönrel (21,6%), forgóeszközhitellel (18,4%) vagy épp lízinggel elégítik ki (18,2%), ami jelentős részben egybevág Györi és Czakó (2018) eredményeivel. Fontos kiemelni, hogy a cégek ötöde (20,0%) egyáltalán nem használt külső finanszírozási forrásokat működése során, amelyet erősít, hogy az egyéb válaszra adott kifejtések között is jelentős számban merült fel, hogy a válaszadó kizárólag belső forrásokat („árbevétel”, „forgalom”, „saját tőke” stb.) használ. Mindazonáltal felmerült a Széchenyi kártya, illetve a szállítói hitelek, mint finanszírozási forrás tudatos alkalmazása is. A tartózkodó magatartást mutatja, hogy létszámkategóriától függetlenül egy vállalkozás átlagosan 1,31 finanszírozási forrást jelölt meg.

3. táblázat: *Különböző finanszírozási eszközöket alkalmazó vállalkozások aránya létszám kategóriák szerint (%)*

	3-4 fő	5-9 fő	10-19 fő	20-49 fő	50-99 fő	100-199 fő	összesen
Folyószámlahitel	24,7%	26,0%	27,3%	29,3%	19,0%	33,3%	26,2%
Egyéb	19,5%	22,0%	22,2%	22,4%	19,0%	33,3%	21,6%

	3-4 fő	5-9 fő	10-19 fő	20-49 fő	50-99 fő	100-199 fő	összesen
Tulajdonosi kölcsön	22,1%	24,4%	23,2%	10,3%	14,3%	0,0%	20,8%
Egyik sem	26,0%	22,0%	16,2%	17,2%	14,3%	0,0%	20,0%
Forgóeszközhitel	15,6%	17,3%	16,2%	27,6%	14,3%	66,7%	18,4%
Lízing	14,3%	18,1%	20,2%	20,7%	14,3%	33,3%	18,2%
Hosszú lejáratú bankhitel	9,1%	10,2%	16,2%	22,4%	28,6%	33,3%	14,5%
Tulajdonos családjától kapott kölcsön	10,4%	4,7%	5,1%	1,7%	9,5%	0,0%	5,7%
Faktoring	3,9%	1,6%	1,0%	12,1%	0,0%	33,3%	3,6%
Tulajdonos barátaitól kapott kölcsön	0,0%	3,1%	0,0%	1,7%	4,8%	0,0%	1,6%
NT/NV	0,0%	0,0%	2,0%	1,7%	0,0%	0,0%	0,8%

* A kategória elemszáma rendkívül alacsony ($n=3$), így az eredmények megbízhatósága korlátozott.

Forrás: saját szerkesztés

A pénzügyi tervezéshez hasonlóan a finanszírozásban sincs lényegi eltérés a családi és a nem családi vállalkozások között. Néhány százalékpontnál nagyobb eltérést négy esetben, (1) a lízing (6,9%), (2) a hosszú lejáratú bankhitel (5,1%), (3) a forgóeszközhitel (5,1%), illetve (4) a tulajdonos családjától kapott hitel (4,2%) esetén tapasztalható, ahol is valamennyi esetben a családi vállalkozások rendelkeztek nagyobb arányban hitellel.

A kérdőív 13 kérdése vizsgálta különböző pénzügyi célok fontosságát (ld. 4. táblázat). Valamennyi kérdést 5 fokozatú Likert skálán mértük, ahol az ötös érték az adott jellemző kiemelt fontosságát jelentette. Eredményeink azt mutatják, hogy a kkv-k számára különböző mértékben ugyan, de valamennyi pénzügyi cél fontosnak tekinthető. A szélsőértékeket figyelmen kívül hagyó metszett átlag alapján ezen belül a legfontosabbnak a (1) rövid távú fizetőképesség fenntartása (4,76), (2) pozitív működési pénzügyvédelem (4,64), és (3) a jövedelmezőség javítása tekinthetők. Ezzel szemben a legkevésé fontosnak (1) a kedvező árfolyamok elérése (3,67), (2) az eladósodottság csökkentése (3,70), valamint (3) a piaci részesedés növelése (3,71) bizonyultak. A magas értékelések, tehát a fontosság hangsúlyosságát mutatja, hogy a medián valamennyi esetben 4-es vagy 5-ös értéket vett fel, a ferdeség minden kérdésnél negatív előjelű, továbbá a Kolmogorov-Smirnov és a Shapiro-Wilk tesztek alapján a válaszok eloszlása egyik kérdés esetében sem követ normális eloszlást ($p<0,001$), függetlenül attól, hogy a teljes mintán, vagy a családi és a nem családi vállalkozások almintáján vizsgáljuk.

4. táblázat: Különböző pénzügyi célok fontossága a mikro-, kis- és középvállalkozások körében

	átlag	95%-os konfidenciaintervallum		5%-os metszett átlag	medián	szórás	ferdeség
		alsó korlát	felső korlát				
Árbevétel növelése	4,22	4,12	4,32	4,32	5,0	0,99	-1,19
Piaci részesedés növelése	3,64	3,51	3,77	3,71	4,0	1,29	-0,58
Jövedelmezőség javítása	4,47	4,39	4,55	4,56	5,0	0,79	-1,66

	átlag	95%-os konfidenciaintervallum		5%-os metszett átlag	medián	szórás	ferdeség
		alsó korlát	felső korlát				
Optimális tőkeköltés elérése	3,98	3,86	4,10	4,09	4,0	1,15	-1,07
Rövid távú fizetőképesség fenntartása	4,62	4,53	4,71	4,76	5,0	0,88	-2,68
Pénzügyi kockázatok kivédése	4,41	4,31	4,51	4,54	5,0	0,97	-1,80
Pozitív működési pénzüjvedelem	4,55	4,47	4,63	4,64	5,0	0,78	-2,08
Hitelképesség a szállítók irányában	4,36	4,24	4,47	4,51	5,0	1,14	-1,80
Stabil és rugalmas banki kapcsolat	4,25	4,14	4,36	4,38	5,0	1,06	-1,44
Eladósodottság csökkentése	3,63	3,46	3,81	3,70	4,0	1,59	-0,69
Tartozások és kamatok pontos fizetése	4,30	4,17	4,44	4,45	5,0	1,30	-1,75
Vevő-futamidó csökkentése	3,74	3,60	3,87	3,82	4,0	1,25	-0,76
Kedvező árfolyamok elérése	3,60	3,44	3,76	3,67	4,0	1,48	-0,67

Forrás: saját szerkesztés

Diszkusszió és összefoglalás

A tanulmány célja, hogy a mikro-, kis-és középvállalkozások Budapesti Gazdasági Egyetem 2017-es reprezentatív adatfelvétele alapján pillanatképet nyújtson a vállalkozási kör által alkalmazott pénzügyi tervezésről, az általuk alkalmazott finanszírozási eszközökről, valamint a pénzügyi céljaikról. Elemzéseinket a teljes mintán, illetve Kása és szerzőtársai (2019) definícióját alkalmazva a családi és nem családi vállalkozások almintáján is elvégeztük.

Eredményeink szerint az mkkv-k eltérő gyakorisággal alkalmazzák a pénzügyi tervezés különböző elemeit. A vállalkozások mérsékelt tudatosságát jellemzi, hogy míg a vállalkozások több, mint fele válaszolta, hogy működésük során készít (1) árbevétel-tervet (65,5%), (2) költségtervet (63,9%), (3) eredménytervet (59,5%), illetve (4) beruházási költségvetést (51,2%), addig egyéb tertípusok (pl. mérlegterv, cash flow terv, pénzforgalmi vagy likviditási terv stb.) készítése legfeljebb két-ötödüket jellemzi. Mindazonáltal csupán az mkkv-k 8,1 százaléka válaszolta, hogy semmilyen tervet nem készít. A vállalkozások által készített tertípusok száma alapján megállapítható, hogy a kisebb cégek pénzügyi tervezésre rendszerint egyszerűbb. A családi és nem családi vállalkozások pénzügyi tervezése ugyanakkor nem tér el jelentősen. A vállalkozások 20,0 százaléka a felsorolt (külső) finanszírozási források egyikét sem használja, de kiugró, hogy a magas, 21,6 százalékos arányt képviselő egyéb válaszok között is gyakran merült fel, hogy a cég kizárólag belső forrásokra támaszkodik. Ugyanakkor a külső forrásokat is igénybe vevő vállalkozások Győri és Czakó (2018) eredményeihez hasonló eszközöket említene, vagyis körükben elsősorban a folyószámlahitel (26,2%), a tulajdonosi kölcsön (21,6%), a forgóeszközhitel (18,4%) vagy épp a lízing (18,2%) alkalmazása jellemző. A vállalkozások családiságát tekintve az eltérés e tekintetben is csekély, ugyanakkor négy külső forrás, (1) a lízing, (2) a hosszú lejáratú bankhitel, (3) a forgóeszközhitel, illetve (4) a tulajdonos

családjától kapott hitel a családi vállalkozásoknál a nem családiakhoz képest néhány százalékpontonál nagyobb arányban jelenik meg. Az mkkv-k valamennyi, a kérdőívben szereplő pénzügyi célt fontosnak tartották, ezen belül is különösen fontosnak tekinthető a (1) rövid távú fizetőképesség fenntartása (4,76), (2) pozitív működési pénzjövdelem (4,64), és (3) a jövedelmezőség javítása. Jellemző, hogy az ötfokozatú Likert skálán mért változó esetében a medián valamennyi kérdés esetén 4-es vagy 5-ös értéket vett fel, a ferdeség pedig minden kérdésnél negatív előjelű, függetlenül attól, hogy a teljes mintán vagy a családi-, illetve a nem családi vállalkozások almintáján vizsgáljuk.

Az eredményekkel kapcsolatosan két limitáció emelhető ki. Egyrészt az írás alapját képező lekérdezés 2017-ben valósult meg. Másrészt terjedelmi okokból elsősorban leíró statisztikákat alkalmaztunk.

További kutatási irányként elsősorban egy újabb adatfelvétel rendelkezésre állása esetén az időbeli trendek vizsgálata, továbbá a más, kontrollváltozók figyelembevételével végzett mélyebb elemzések végrehajtása jelölhető meg.

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

<https://polgariszemle.hu/archivum/93-2015-junius-11-evfolyam-1-3-szam/gazdasagpolitika/651-a-penzuegyi-kultura-es-annak-anomaliai>

Csákné Filep J., Radácsi L., Szennay Á., & Timár G. (2023). Tenni akarás és megélhetés – vállalkozói motivációk és lehetőségészlelés Magyarországon. Budapesti Gazdasági Egyetem. https://doi.org/10.29180/2939-8320_978-615-6342-55-3

Di Bella, L., Katsinis, A., & Lagüera-González, J. (2023). SME Performance Review 2022/2023. https://single-market-economy.ec.europa.eu/smes/sme-strategy/sme-performance-review_en#paragraph_885 Hozzáférés dátuma: 2023.07.17

Európai Bizottság. (2022). A digitális gazdaság és társadalom fejlettségét mérő mutató (DESI), 2022—Magyarország. <https://ec.europa.eu/newsroom/dae/redirection/document/88750> Hozzáférés dátuma: 2023.07.17

Commission Recommendation of 6 May 2003 concerning the definition of micro, small and medium-sized enterprises (Text with EEA relevance) (notified under document number C(2003) 1422), Pub. L. No. 2003/361/EC (2003). <http://data.europa.eu/eli/reco/2003/361/oj/eng>

Györi, Á. (2018). Kis- és középvállalkozások pénzügyi sérülékenysége. *Közgazdasági Szemle*, 65(3), pp. 240–258. <https://doi.org/10.18414/KSZ.2018.3.240>

Győri, Á., & Czakó, A. (2018). Some Features of Hungarian Financial Literacy in the Light of the Economic Behaviour of Small and Medium-sized Enterprises. *Public Finance Quarterly*, 63, pp. 235–253.

Jáki, E. (2017). Üzleti terv és a pénzügyi terv kapcsolata. In E. Jáki (Szerk.), *Üzleti terv pénzügyi vonatkozásai* (o. 6–12). Befektetések és Vállalati Pénzügy Tanszék Alapítványa. <https://unipub.lib.uni-corvinus.hu/3125/>

Jáki, E. (2018). Finanszírozási elképzelések pénzügyi modellezése: Miskolc Nyomda hosszú távú pénzügyi tervezés. In E. Jáki (Szerk.), *Pénzügyi kimutatások, gyakorlati pénzügyi modellezés*. pp. 55–73. Budapesti Corvinus Egyetem. <https://unipub.lib.uni-corvinus.hu/3860/>

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>

Makó C., Illéssy M., & Heidrich B. (2020). Az innovációs és tanulási képesség egyenlőtlenségei: A magyar kkv-k nemzetközi összehasonlításban. *Külgazdaság*, 64(11–12), 3–32. <https://doi.org/10.47630/KULG.2020.64.11-12.3>

Sinkovics, A. (2010). *Vállalati pénzügyi tervezés*. Wolters Kluwer Hungary Kft.

Tóth, R., Gyurcsik, P., & Túróczi, I. (2019). A vállalati pénzügyi kultúra és innováció szerepe Magyarország versenyképességének javításában. *Polgári Szemle*, 15(4–6), pp. 392–404. <https://doi.org/10.24307/psz.2019.1226>

Tóth, R., Kása, R., & Lentner, C. (2022). The Impact of Financial Culture on the Operation of Hungarian SMEs before and during COVID-19. *Risks*, 10(7), 135. <https://doi.org/10.3390/risks10070135>

Tóth, R., Zéman, Z., Túróczi, I., Kása, R., Popp, J., & Oláh, J. (2021). The System of Relationships Between Sustainable Corporate Governance and Corporate Financial Literacy. *Polish Journal of Management Studies*, 23(1), pp. 418–435. <https://doi.org/10.17512/pjms.2021.23.1.26>

„Zöld” közúti vasúti vágányok a városi környezet fenntarthatóságának szolgálatában

SZIGETI Cecília,¹ CZÉDLI HERTA Mária², MAJOR Zoltán³

DOI: [10.29180/978-615-6342-76-8_37](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-76-8_37)

Absztrakt

A II. világháborút követően a városi közlekedésben háttérbe szorult a villamos vasúti közlekedés ennek jegyében 1959-ben Pécsen, 1969-ben Nyíregyházán és 1974-ben Szombathelyen megszűnt a villamosvasúti közlekedés, valamint Debrecenben 1, míg Miskolcon pedig 2 vonal üzemelt tovább. Az 1990-es évektől a villamosvasúti közlekedés ismét fellendülő tendenciát mutat köszönhetően annak a várostervezési gyakorlatnak, amelyben az az elgondolás erősödött meg, amely a gépkocsiforgalom kiszorítását ösztönözte. Csökkentve ezáltal a forgalmi torlódást, a légszennyezést, megteremtve egy egészségesebb, élhetőbb városi környezet alapjait. Az élhető modern városok tömegközlekedésének egyik meghatározó elemévé vált a villamos újra. Jelenleg 4 városunkban üzemel villamosvasút, ezek: Budapest, Szeged, Miskolc és Debrecen. Tanulmányunk az épített környezet ökológiai egyensúlyának megőrzéséhez hozzájáruló zöld vágányok szerepét és megvalósítási lehetőségeit vizsgálja. Munkánk során a füvesített vágányok vízigényének minimalizálhatóságát elemeztük a fű és varjúháj burkolatú vágányok esetében. A növényzet burkolatú vágány koncepció a vegetációt alkotó növények helyes megválasztása révén a zöldfelületi mutatók javulását eredményezi a városi környezet komplex rendszerében.

Kulcsszavak: fenntarthatóság, füvesített villamosvágány, fenntartható városi környezet

Bevezetés

Az említett városokban a közelmúltban nagy volumenű beruházások zajlottak le, illetve állnak tervezés alatt. A beruházások nagy része meglévő vonalszakaszok korszerűsítéséről, felújításáról szól, ezek mellett új nyomvonalak építésére is találunk példát. A létrehozott új pályáink az első szerelvény átgördülését követően fokozatosan avulnak. A romlási folyamat exponenciálisan gyorsuló folyamat, és megfelelő beavatkozások hiányában a pálya tervezett élettartam előtti tönkremenetelét képes okozni. Sajnos hazánkban a fenntartásra, vonaligazításra fordítható keretek eléggé szűkösek és így a beavatkozások is inkább tűzoltás jellegűek, mintsem megelőzőek. A források szűkössége mellett öröndetes az a tendencia, amely a városi lakókörnyezet élhetőbbé tételét célozza meg és melynek eredményeképpen egyre gyakrabban és egyre nagyobb hosszban létesülnek Magyarországon is füvesített villamosvasúti vágányok, melyre az 1. ábra mutat egy példát Szegeden.

¹ Budapesti Gazdasági Egyetem, CESIBUS/Budapesti Metropolitan Egyetem, Fenntarthatósági Tanulmányok Intézete, e-mail: cszigeti@metropolitan.hu

² Debreceni Egyetem, e-mail: herta.czedli@eng.unideb.hu

³ Széchenyi István Egyetem, Közlekedéscsillagás és Vízmérnöki Tanszék, e-mail: majorz@sze.hu

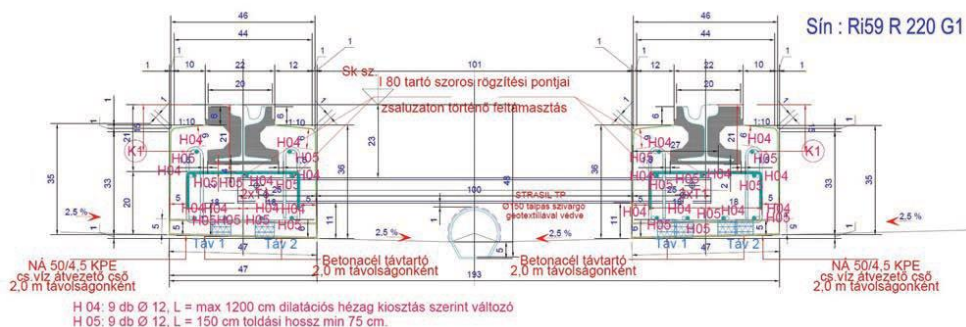
1. ábra: Füvesített villamosvasúti vágány Szegeden



Forrás: Nagy et al. 2015

A füvesített vágányok szerkezeti kialakítása világviszonylatban is elég változatos, találunk beton hosszgerendás felépítményeket, klasszikus merevlemez szerkezeteket, valamint hagyományos betonlajkkal kialakított pályaszerkezeteket is. A Szegeden kialakított hosszgerendás pályaszerkezetet a 2. ábra szemlélteti.

2. ábra: Hosszgerendával kialakított pályaszerkezet Szegeden



Forrás: Nagy et al. 2015

Láthatjuk, hogy különböző műszaki és költség szinten kialakítható a füvesített vágány. Ez azért tekinthető fontos ténynek, hiszen Magyarországon nagy hosszban találkozhat az utazóközönség hagyományos zúzottköves vágányokkal, melyek átépítése/felújítása során revitalizálhatóvá válhat az javítva annak esztétikai megjelenését, valamint a városi életminőségre gyakorolt hatását. A füvesített vágányok kialakításának legsarkalatosabb pontjának talán annak vízigénye tekinthető. A vágányok kialakítása és üzemeltetése során komoly költséget jelent az öntözőrendszer kialakítása (enélkül locsoló kocsik üzemeltetése szükséges). Az öntözőrendszer nemcsak, hogy drága, de rendkívül sérülékeny szerkezeti elem is, melynek meghibásodása, rongálása (személygépkocsik ráhajtása) miatt a vágány jelentős hosszban javítást igényel. Az öntözési igény másik sarkalatos kérdése, hogy megengedhető-e az, hogy közmű hálózatról ivóvízzel öntözzük azokat, főleg abban az időszakban, amikor a nagyvárosok vízfogyasztása is megugrik és gyakran azok agglomerációs területein vízkorlátozás bevezetésére van szükség. Szerencsére ez a komoly hátrány is feloldható a vegetációt alkotó növények helyes megválasztásával, melynek eredményeként a felépítmény vízigénye minimalizálhatóvá válik.

Irodalmi áttekintés

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, He et al., 2021). Az urbanizáció által támasztott kihívások sokrétűek, a zöldterületeket figyelmen kívül hagyó urbanizáció káros társadalmi, fizikai hatásokat okoz a lakosság számára (Anguluri & Narayanan, 2017, Zhao et al., 2023). A városi hősziget jeleségre és annak megoldására számos kutatás irányul (Nwakaire, 2020). A városiak által felhasznált ökoszisztéma-szolgáltatások, ezen belül az ellátó szolgáltatások jelentős részét a városon kívül, gyakran a településtől távoli területeken állítják elő (Kiss et al., 2021), ahogy ezt az ökológiai-lábnym számítás koncepciója is kifejezi (Wackernagel & Rees 1996; Harangozó et al., 2019). A zöld villamospályák kialakítása számos európai városban általános megoldássá vált a zöldterületek iránti növekvő igények kielégítésére (Sikorski et al., 2018). Egyéb környezeti előnyök mellett a növényborítás a villamospályák zajkibocsátását is csökkenti (Harangozó & Marjainé Szerényi, 2014). Világszerte az a kérdés, hogy az általánosan használt, többszörös ráfordítást (pl. víz, műtrágya, növényvédő szerek) és intenzív gazdálkodást (pl. kaszálás, újratetés) igénylő növényzetről áttérjünk-e a fenntarthatóbb, alacsony ráfordítást igénylő, kevesebb emberi beavatkozást igénylő növényzet telepítésére (Barnes et al., 2018).

A zöldellő villamosvágányok és az azok által kínált lehetőségek bemutatása

Tervezett, telepített formában Berlin városa jó gyakorlatot tár elénk már 1995 óta a zöldellő villamosvágányokkal. A füves pályaszakaszok mellett indokolt a gondozásmentes növényekkel való kísérleti jellegű projekt is, hiszen a hosszú nyári száraz időszak ezen növényfajok esetében nem okoz gondot, a fenntartás kisebb költséget igényel. Ilyen vegetációjú pályaszakaszt szemléltet a 3. ábra.

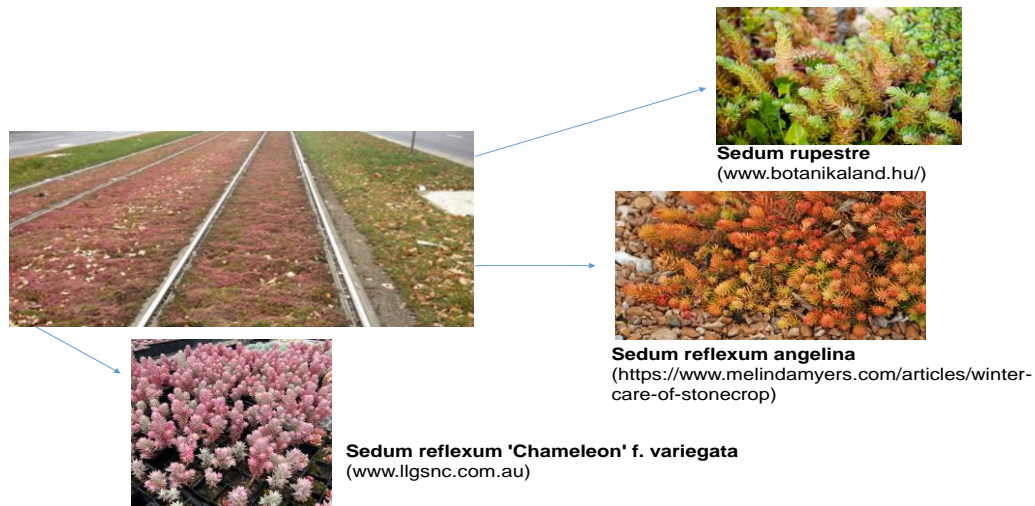
3. ábra: Zöld villamosvágány Bad Dürkheim



Forrás: <https://www.sempergreen.com/de/referenzen/strassenbahn-1>

Ahogy az a 3. ábrán is látható a varjúhájjal kialakított villamosvasúti pálya vegetációját nem domináns növény alkotja, hanem különböző egymástól eltérő megjelenésű faj együttélése. Ez az együttélés kölcsönöz egyedi megjelenést a pályának és teszi azt az év minden szakában látványossá. Néhány jellemző növényfajt a negyedik ábra szemléltet.

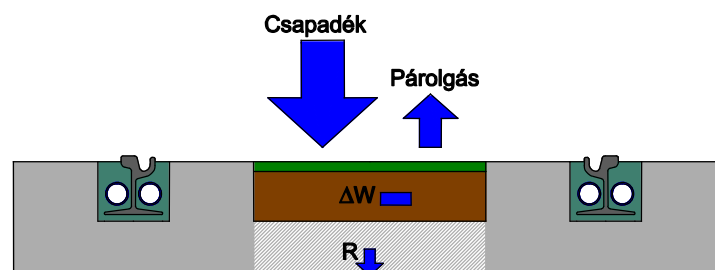
4. ábra: Alkalmazható növényfajok



Forrás: <https://www.sempergreen.com/de/referenzen/strassenbahn-1>

Szakirodalmi adatok igazolják, hogy a zöld pályaszakaszra vetített éves csapadékmennyiség 50-70%-a megkötődik és ismét elpárolog. A németországi átlagosan 790 l/m²/év csapadékmennyiség alapján a pályán lévő zöldítési rendszer évente kb. 400-550 l esővizet tart vissza négyzetméterenként. Ezen adatok ismeretében kiszámítható, hogy évente 1 ha pályazöldítés révén a füves pályán kb. 5530 m³, a sedum pályán pedig kb. 3950 m³ víz helyben tartható, amely a városi csapadékvíz gazdálkodás remek példája (<http://www.gruengleisnetzwerk.de/images/downloads/wirkung.pdf>). A nem zöld pályához képest a zöld pályán természetesebb a vízháztartás. A vízmérleg vízfolyásból, tárolásból és elpárologtatásból áll. A felvett és tárolt csapadékvíz elsősorban párolgás (a növények kipárologása és a növényzeti rétegből történő kipárologás) útján kerül vissza a levegőbe. Ez növeli a páratartalmat és párolgási hűvösséget hoz létre. A zöldítési rendszer víztároló képessége a növényzeti rendszertől függ. A növényzet burkolatú vágány koncepció több előnyt is hordoz magában. A vízháztartás elemeit az 5. ábra szemlélteti.

5. ábra: A vízháztartás elemei a zöldített villamospályán



Forrás: Saját szerkesztés

A lakosság számára általános előnyként mutatkoznak meg a következők: a beépített városi környezetben üde zöldfelületet hoz létre. A vágányzóna vizuálisan kiemelt, a városi környezetben jól észrevehető, látható. A lakosság jobban elfogadja a vágányépítést, hiszen ez a megoldás természetközeli, valamint esztétikailag javítja a város képét. A környezetben található ingatlanok értéke emelkedni fog, hiszen a zöldfelületi mutatók is javulnak az infrastruktúra fejlődésével együtt. A lakosság szociális és mentális állapotára kedvező hatást gyakorol.

Sokrétű ökológiai előny is származik az új koncepció révén. A klímaváltozás következtében egyre több nagy intenzitású csapadékkal kell számolnunk, ez a módszer csökkenti a területről lefolyó víz lefolyási intenzitását. A vágányzóna vízvisszatartó képességét növelik a növények akár 50-70%-kal is, a vízelvezető rendszer kiépítése ökológiai szempontból előnyös, kisebb környezetátalakítással jár.

A sínhőmérséklet lassabban, és kevésbé emelkedik meg, mint szilárd burkolatú, vagy nyitott vágány esetében, így a környezet hőmérsékletváltozását is kedvezően befolyásolja. A növénytakaró védelmet biztosít a direkt napfény káros hatásaitól, a vágányszerkezet tartósságát növeli. A szennyezőanyagok, por megkötése megvalósul, csökken a zajterhelés.

A növénytakaró fotoszintetikus aktivitása kifejezett, a növényzet párolgása révén hűtőhatást gyakorol a környezetre, hamarabb hűl le a vágányok környezetében a levegő, így a mikroklímát kedvezően befolyásolja. A városi flóra életteret biztosít más élőlényeknek, például rovaroknak, biztosítva fennmaradásukat az erősen degradált környezetben is, növelve a biodiverzitást (6.ábra). A Sedum (varjúháj-félék) családjába közel 500 faj tartozik. Tekintettel arra, hogy rendkívül ellenálló, szívós, igénytelen pozsgás növényekről van szó, az alacsonyabb növésű fajok igen látványos és esztétikus elemként alkalmazhatók zöld vágányok tervezése és kialakítása során.

A gyakorlatban elterjedt két jellemző flórájú pályaszerkezet a fű és varjúháj burkolatú vágány. Ezek összehasonlítását az 1. táblázat mutatja be.

6. ábra: Sedum fajok városi környezetben



Forrás: <https://borago.hu/sedum-varjuhaj-fajtak>

1. táblázat: Fű és varjúháj burkolatú vágány összehasonlítása

	Fű burkolatú vágányzóna	Varjúháj burkolatú vágány
Ültetőközeg	120 mm-nél vastagabb	vékonyabb, 40-80 mm
Vízigény	magas	alacsony

Rendszeres öntözést igényel	igen	csak a telepítés évében
Karbantartási igény	magas (rendszeres fűnyírás)	kisebb
Taposástűrés	jó	rossz
Pangó vizet tolerálja	igen	nem
Naptűrés	Naptűrő	Naptűrő
Árnyéktűrés	Árnyéktűrő	Kevésbé árnyéktűrő
Fagytűrés	+	+
Ellenállóság	+	+
Vízvisszatartó képesség	kb. 70 %	kb. 50 %
pH igény	6,2 -7	nem jellemző
Nitrogén-igény	magas főleg tavasszal	alacsonyabb
Gyeptrágya igény	+	-
Degradáció tűrés	+	+
Stressztűrés	+	+
Sekély gyökérszet	-	+
Színes virágok	-	+
Méhcsalogató	-	+
Évelő	+	+
Organikusan változó formák	-	+

Forrás: https://static.bkv.hu/ftp/ftp/fajlok/sarga_konyv/15.pdf

Következtetések

A zöldfelületek fenntartására, fejlesztésére vonatkozó irányelvekhez kapcsolódva a Zöldfelületgazdálkodási koncepció keretei között a füvesített vágányok építése növeli a rendelkezésre álló zöldfelületet, szerepet kap a városrehabilitációban is. A füves pálya, a növényborítás hozzájárul a villamosok zajkibocsátásának csökkentéséhez. Fenntarthatóbb, alacsony ráfordítást igénylő, gondozásmentes növényzet telepítése jelenthet innovatív megoldást, hiszen extra vízigénnyel nem kell számolnunk, a vegetációt alkotó növények helyes megválasztásával, a felépítmény vízigénye minimalizálhatóvá válik. A vágányzóna vizuálisan kiemelt, városi környezetben az esztétikai hatások mellett a lakosság termikus komfortérzetét is javítja, így a városi utazóközönség életminősége jelentősen javítható. A tervezett, telepített és évszaknak megfelelően karban tartott füves pályaszakaszok esetében a gondozás elengedhetetlen. Az ún. gondozásmentes növényfajok alkalmazása révén a klímaváltozás miatt az extrém hosszú nyúló nyári száraz periódusok alatt is biztosított a vegetáció fennmaradása. Fontos megemlíteni, hogy a fűvel bevetett pályák nem alkalmasak autós közlekedésre a városokban, így gépkocsiforgalom nem lehet a síneken. A zöld villamospályák tervezése során a pályák környezethez való illeszkedése elsődleges szempont. A XXI. századra felgyorsult környezeti

változások (klímaváltozás, csapadékszegény extrém meleg időszakok, globális felmelegedés, napi hőingás alakulása, városi hőszigetek számának növekedése) az utasokra és a pályaszerkezetekre is negatív hatást gyakorolnak. A városok vonzereje az életfeltételek mennyiségi-minőségi növekedésének biztosításában rejlik. A városi környezet komplex rendszerében (környezet-gazdaság-társadalom) a jó környezetminőség egyre hangsúlyosabb szerepet kap napjainkban. Kutatásunk innováció-orientált környezettudatos infrastruktúra fejlesztést támogat.

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

Anguluri R., Narayanan P. (2017): Role of green space in urban planning: Outlook towards smart cities. *Urban Forestry & Urban Greening*. Volume 25, July 2017, pp. 58- 65.

Barnes, M. R., Nelson, K. C., Meyer, A. J., Watkins, E., Bonos, S. A., Horgan, B. P., Meyer, W. A., Murphy, J., & Yue, C. (2018). Public Land Managers and sustainable urban vegetation: The case of low-input turfgrasses. *Urban Forestry & Urban Greening*, 29, pp. 284–292. <https://doi.org/10.1016/j.ufug.2017.12.008>

Bolund P. & Hunhammar S. (1999): Ecosystem services in urban areas. *Ecological Economics* Vol. 29, Issue 2, pp. 293-301

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.

Harangozó, G. ; Marjainé, Szerényi Zs. (2014): Mennyit ér a zajterhelés csökkenése?: Zajvédelmi intézkedések értékelése a haszonértékelések átvitelével. *Közgazdasági Szemle*, 61(1) pp. 68-91.

He, L., Tao, J., Meng, P., Chen, D., Yan, M., & Vasa, L. (2021): Analysis of socio-economic spatial structure of urban agglomeration in China based on spatial gradient and clustering. *Oeconomia Copernicana*, 12(3), 789–819. <https://doi.org/10.24136/oc.2021.026>

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, Ökoszisztémaszolgáltatások projektelem. Agrárminisztérium, Budapest, pp. 52. 10.34811/osz.varos.tanulmany

Nagy J., Juhász K.P., Herman S., Herman K. (2015): Az első magyar, műanyag szállal erősített és füvesített villamospálya (2. rész) – A szegedi 2-es és 3-as villamosvonal. *Sínek világa*.

2015/3. <https://www.sinekvilaga.hu/az-elso-magyar-muanyag-szallal-erositett-es-fuvesitett-villamospalya-2.-resz-a-szegedi-2-es-es-3-as?index=1>

Nwakaire, C. M., Onn, C. C., Yap, S. P., Yuen, C. W., & Onodagu, P. D. (2020). Urban Heat Island Studies with emphasis on urban pavements: A Review. *Sustainable Cities and Society*, 63, 102476. <https://doi.org/10.1016/j.scs.2020.102476>

Sikorski, P., Wińska-Krysiak, M., Chormański, J., Krauze, K., Kubacka, K., Sikorska, D. (2018): Low-maintenance green tram tracks as a socially acceptable solution to greening a City. *Urban Forestry & Urban Greening*, 35, 148–164. <https://doi.org/10.1016/j.ufug.2018.08.017>

Wackernagel, M. and Rees, W. (1996) *Our Ecological Footprint: Reducing Human Impact on the Earth*. New Society Publishers, Philadelphia.

Wirkung und Funktion Grüner Gleise. Veröffentlichung des GRÜNGLEISNETZWERKS <http://www.gruengleisnetzwerk.de/images/downloads/wirkung.pdf>

Zhao, X.; Xu, Y., Vasa, L., Shahzad, U. (2023). Entrepreneurial ecosystem and urban innovation: Contextual findings in the lens of sustainable development from China. *Technological Forecasting and Social Change* 191: June Paper: 122526 (2023)

Internetes hivatkozások

https://static.bkv.hu/ftp/ftp/fajlok/sarga_konyv/15.pdf (Letöltés ideje: 2023.06.08.)

<https://borago.hu/sedum-varjuhaj-fajtak> (Letöltés ideje: 2023.06.10.)

A lean menedzsment és egy gyógyszerészeti kapcsolódási pontjai

SZIGILI Krisztina¹, DOBÁK Dóra², FORMAN Norbert³, GARAI Ábel⁴

DOI: [10.29180/978-615-6342-76-8_38](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-76-8_38)

Absztrakt

A tanulmány a 2022-2023 között folytatott kutatásunk első szakaszát mutatja be, amely egy gyógyszerészeti pandémia alatt bevezetett Gollmann robot használatának kvalitatív módszerek által gyűjtött előnyeivel és veszteségeivel foglalkozik, vizsgálja a kiszolgálási- és háttér folyamatokra gyakorolt hatásait, alapul véve egy 2018-2019-es ugyanezen gyógyszerészeti vonatkozó szakdolgozati kutatás adatait. Továbbá elemzi a gyógyszerészeti és egy lean szervezet, -filozófia kapcsolódási pontjait, hozzáadott értéket képviselő fejlesztések lehetőségeit, annak szakirodalmi alapjait. A kutatás főbb eredményei rávilágítanak arra, hogy egy túlszabályozott rendszer veszteségeit is érdemes vizsgálni, és csökkentésére fejlesztéseket alkalmazni. A robot bevezetésével, bizonyos feltételek mellett csökken az ügyfél tartózkodási ideje a rendszerben, és csökkenthető a keresgélési, mozgási és mozdulati veszteségek, viszont megjelenhetnek újabb veszteségek is. Az optimális értékfolyamat fenntartásához folyamatosan kell vizsgálni a belső- és külső folyamatokat, a változások által generált újabb veszteségeket, és a vevői értékek változását.

Kulcsszavak: lean, folyamat, gyógyszerészeti

Bevezetés

A lean menedzsment által képviselt filozófiát napjainkban már minden területre megpróbálják adaptálni, ezzel lehetővé tenni nem csak a gyártási-, de többek között a kereskedelmi-, tanácsadási-, ügyfélkiszolgálási folyamatok fejlesztését is ezen elvek alkalmazásával. A lean szemlélet a nagyvállalatok keretein túllépve, megjelenik a kis- és középvállalatoknál, de a háztartásoknál is. Magyarországon jelenleg 2271 közforgalmú gyógyszerészet tartanak nyilván az OGYI⁵ adatbázisában. (www.ogyei.gov.hu) A gyógyszerészetek jellemző tevékenységei: a gyógyszerek, gyógyhatású készítmények, és egyéb termékek (kozmetikai, étrendkiegészítő) kiskereskedelme, magisztrális készítmények előállítása, illetve az ügyfelek teljeskörű tájékoztatással történő kiszolgálása, tanácsadása. Mivel egy nagyobb forgalommal rendelkező gyógyszerészeti naponta akár 600 főt is kiszolgálhat, jogos kérdésként vetődik fel, hogyan érdemes, milyen lehetőségek merülnek fel egy gyógyszerészeti ügyfélkiszolgáló (gyógyszerkiadási és tanácsadói folyamat) rendszer- vagy a háttérfolyamatok fejlesztéséhez, milyen mértékű fejlesztések valósíthatóak meg általa, milyen mértékű költségcsökkentés érhető el? Ezen kutatási kérdésekre esettanulmányok és egy nagy forgalmú gyógyszerészeti adatainak kvantitatív elemzése alapján keressük a válaszainkat. Továbbá a fejlesztési lehetőségek felméréseként kvalitatív módszerként a mélyinterjút részesítjük előnyben.

¹ Mestertanár, Budapesti Gazdasági Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Kar, Gazdaságinformatikai Tanszék, ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-3163-5496>, e-mail: szigili.krisztina@uni-bge.hu

² Főiskolai docens, Budapesti Gazdasági Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Kar, Gazdaságinformatikai Tanszék, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0857-9999>, e-mail: dobak.dora@uni-bge.hu

³ Tanársegéd, Budapesti Gazdasági Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Kar, Gazdaságinformatikai Tanszék, ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-1974-8308>, e-mail: forman.norbert@uni-bge.hu

⁴ Adjunktus, Budapesti Gazdasági Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Kar, Gazdaságinformatikai Tanszék, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5117-0363>, e-mail: garai.abel@uni-bge.hu

⁵ Országos Gyógyszerészeti és Élelmezés-egészségügyi Intézet

Szemelvények a kutatás szakirodalmi feldolgozásából, párhuzamot vonva a vizsgált gyógyszerár sajátosságaival

A lean menedzsment alkalmazhatóságát meghatározza az adott vállalat jelenlegi állapota, milyen belső- és külső körülmények gyakorolnak hatást a szervezetre, illetve az általa meghatározott célkitűzésekre. A vállalat mérete és tevékenysége is erős befolyásoló tényezője annak, hogy az eszköztrendszer mely elemét és milyen mélységben érdemes igénybe venni a folyamatok fejlesztéséhez (Dévai et al., 2020). A gyógyszerár szolgáltatásaira jellemző az, hogy függetlenül a tulajdonosok eredményességi törekvéseitől, itt a vízióban elsődleges helyen szerepel, és ezzel együtt mindent felülír az egyén védelme. Itt a kiszolgálási- és a szaktanácsadási folyamat során egy tévedés, az nem a jó hírnév csökkenéséhez, hanem emberi életek veszélyeztetéséhez vezethet, annak ellenére lehet ezt mondani, hogy az utóbbi évek digitális transzformáció törekvései már több mindent lehetővé tettek a biztonságosabb gyógyszerkiadás érdekében.

A lean szemlélet, filozófia alapvetően két elvre épül, amelyet tiszteletben tartva, de kiegészülve egyéb fejlesztési eszközökkel biztosítja a szervezet részére a folyamatos fejlesztési lehetőségek kutatását, egy olyan környezetben, ahol az ember tisztelete elsődlegesként jelenik meg. Mivel egy lean szervezetben, legyen az nagy-, közép-, vagy kisvállalatnál elsődleges fontosságú a vevői igények pontos meghatározása, ennek kiszolgálásához folyamatosan lehetővé kell tenni a belső folyamatok minél alacsonyabb veszteséggel történő végrehajtását, úgy, hogy hozzá optimális erőforrást használjon a rendszer. Szándékosan nem használjuk több szerző (Liker, 2004; Dévai et al., 2020) által használt „legkevesebb erőforrás” kifejezést, hiszen egy gyógyszerár folyamatait tekintve, inkább az optimálisan elérhető célt kell előtérbe helyezni. Ugyanis lehet szimulációt folytatni azzal kapcsolatosan, hogy az adott várható kereslet esetében mennyi kiszolgálót kell biztosítani az adott napszaknak megfelelően, és még figyelembe is lehet venni bizonyos belső- és külső körülményeket, nehéz azonban meghatározni a mindennapos terhelés által jelentkező kognitív fáradtság faktorát, mértékét az adott dolgozó esetében, hiszen ezen munkakörök nagyon aktív koncentrációt igényelnek. A folyamatos munkavégzés esetében jelentkező szellemi- és fizikai fáradtság kihatással lesz az ügyfélkiszolgálási folyamatokra, és a tanácsadás területére is. Ezen faktor miatt célszerű inkább egy optimális munka-erőforrást tervezni ezen területekre, hiszen minden dolgozó esetében máskor fog jelentkezni a képességek csökkenése, amely alapfelvetésben egy 12 órás munkavégzés végén sem lehetne alacsonyabb ezen munkakörökben, mint a kezdetén. További erőforrások és háttérfolyamatok kiszolgálásához, többek között, mint egy betárolás, áruátvétel, rendelés előkészítés esetében már érdemes megvizsgálni a legkevesebb erőforrás felhasználását.

A lean szemlélete alapján a vevő határozza meg, hogy mi a számára az érték, ha olyan elemet tartalmaz az adott termék vagy szolgáltatás, amelyért a vevő nem hajlandó fizetni, az nem tekinthető az adott cég részéről értéknek (Kosztolányi & Schwahoffer, 2016). Gyógyszerár által forgalmazott, ugyanolyan hatóanyagtartalommal rendelkező termékek esetében több szempontrendszer alapján is dönthet a vevő. A választásában döntő tényező lehet az eladási ár (ugyanolyan hatóanyag tartalom mellett), de az is lehet, hogy a gyártót vagy a kiszerezést részesíti előnyben a választásnál. Bár a gyógyszerárakat rendelet kötelezi arra, hogy a vevőt tájékoztassa generikum – alacsonyabb eladási árral rendelkező termék – lehetőségéről, amennyiben az orvos a recept felírásakor nem tiltja a helyettesítést, de a vevő értékszemléletétől függ, hogy a fenti esetben a drágább vagy az olcsóbb terméket kéri, hiszen a vevő döntése az, hogy melyik jelent számára értéket. Mivel a gyógyszerárnak az a célja, hogy minden vevőt ki tudjon szolgálni, rugalmasan kell reagálnia a különböző vevői igényekre, ez a fenti esetben csak azzal oldható, ha mindegyik gyártó ugyanolyan hatóanyagtartalmú készítményét tartja

raktárkészleten, amely viszont ellentmond annak, hogy a készletértékesítési költségek veszteséget jelenthetnek, ezzel pedig érdemes foglalkozni.

A termékek árának a meghatározása minden vállalatnál stratégiai kérdés, érdemes vizsgálni azonban annak gyártása vagy a szolgáltatás során felmerülő állandó és változó költségei és a vállalkozás várható haszon kontextusaiban is (Dévai et al., 2020). Nem mindegy, hogy egy vállalat az adott termék tekintetében monopol helyzetben van, és árdiktáló szerepet tud betölteni, vagy esetlegesen a piac szabályozó szerepe elsődleges az eladási ár kialakításánál és ezzel egyetemben a haszon és költség dimenziók meghatározását helyezi előtérbe. A gyógyszerárak működését megvizsgálva látható, hogy milyen termékek eladásával foglalkozhat és milyen a jogszabály által szabályozott, illetve milyen a piaci összetevők befolyásával kialakított árakat (1. táblázatban használva a kifejezéseket: jogszabály, piaci) tud használni az eredményesség elérésében.

1. táblázat: A gyógyszerárak által alkalmazott árakat forgalmazott terméktípusonként

Forgalmazott termékek	Típus	Támogatott	Alkalmazott árakat
Gyógyszerek	<i>recept köteles, receptre is írható</i>	igen	jogszabály
	<i>recept köteles (pl. fogamzásgátlók)</i>	nem	piaci
	<i>nem recept köteles (pl. dulcolax)</i>	nem	piaci
Magisztrális készítmények	<i>recept köteles / vagy nem recept köteles 99%-ban csak támogatott alapanyagokból készülnek</i>	igen	jogszabály
Orvostechikai eszközök, gyógyászati segédeszközök és tápszerek	<i>recept felírás alapján</i>	igen	jogszabály
	<i>recept felírás nélkül</i>	nem	piaci
Egyéb termékek	<i>minden más termékek többek között, étrendkiegészítők, élelmiszerek, teák, kozmetikai termékek, gyógyhatású készítmények</i>	nem	piaci

Forrás: saját szerkesztés

Árképzés szempontjából minden támogatott termék esetében – legyen az recept köteles, vagy receptre is felírható – a többször módosított 5/2007. (I. 24.) EüM (Egészségügyi Miniszter) rendelete határozza meg a termékek árakat, hatósági áras termékeknek tekinthetők. Ez az árakat az az összeg, amely fedezi az adott gyógyszerárak költségét és nyereségét ezen termékek esetében, illetve megjegyzendő, hogy itt nagy mozgásteret a patikáknak nincs, hiszen kötelezően alkalmazandó árakat van szó. Minimális mozgásteret ezen termékek esetében a nagykereskedő listaára jelenti, amelybe beépítheti a szállítási költségeket – termék beszerzési költségét növelő hatással, de ez a gyógyszerári kiszállításoknál nem jellemző –, illetve kedvezményeket is adhat, és ezáltal a beszerzési ár csökkenhet. A hatósági árazással nem rendelkező termékek árakat és ezáltal az eladási árakat is az adott gyógyszerárak határozza meg, itt más és más árakat alkalmazhat az egymástól akár 800 méterre lévő patika, mely ár teljes mértékben fedezheti a beszerzési árakat, a költségeket és a nyereséget is.

Az értékszemlélet előtérbe helyezi azt, hogy az adott cég folyamatosan vizsgálja az értékteremtésnek, és az annak nem minősülő tevékenységeit, ezen utóbbin belül meg lehet

különböztetni a veszteségeket és azokat a tevékenységeket, amelyek értéket ugyan közvetlenül nem teremtenek, de szükséges az értékteremtés folyamatában (Dévai et al., 2020). A gyógyszerár esetében tipikusan értékteremtő az, ha a vevő által igényelt termék van raktárkészleten, nem kell a következő nap visszamenni érte, és mindezt a legrövidebb várakozási- és kiszolgálási időn belül, a hozzá tartozó legjobb tanácsadással megkapja.

Folyamatosan gondoskodni kell a veszteségek minél szélesebb körben történő megszüntetéséről, amely teljesen nem lehetséges, hiszen a belső- és külső környezeti változók permanens kihatással vannak a cég működésére, a vevői igényekre. Veszteségek megszüntetésekor viszont a teljes rendszert kell vizsgálni, mert egy adott folyamatrészt módosítása, kihatással lehet a cégen belül más értékteremtő- és nem értékteremtő folyamatra is. Figyelemmel kell kísérni a rendszerhez tartozók – tulajdonosok, vezetők, munkavállalók, vevők – különböző érdekeit, célkitűzéseit, ugyanis egy fejlesztés eredménye másképpen hathat az egyes szereplőkre, pozitív vagy negatív irányba változtathatja eredményességüket, de elégedettségi szintjüket is befolyásolhatja (Dévai et al., 2020; Narusawa & Shook, 2009).

A veszteségek feltárása nem korlátozódik a termelési tevékenységet folytató cégeknél általánosságban előforduló 7 veszteség típusra⁶, potenciális megjelenésének mértéke és újabb fajtái a szolgáltató környezetben pedig egyedi sajátosságokkal bírhat. Előfordulásának függőségét meghatározhatja többek között a kultúra, a tevékenység, a vállalati méret, a szabályozottság egyes szegmensei (Dévai et al., 2020). A kereskedelmi szektor alapvető sajátossága az anyagáramlás, melynek következtében a szállítási- és a készletekben rejlő veszteségeknek a vizsgálatát célszerű egyenletes időközönként ütemezni. Az egészségügy, azon belül közvetlenül a fogyasztónak értékesítő gyógyszeráránál jelen lévő tanácsadói tevékenység során beszélhetünk akár kommunikációs veszteségről is a vevő irányába, vagy vizsgálhatjuk az adat értelmezése által nyert információtartalomtól származó veszteségeket is. A gyógyszerár tevékenységéből következik, hogy az értékteremtést szem előtt tartva az ügyfélszolgálati folyamatokban rejlő veszteségek a keresgélés, felesleges tevékenységek, várakozás potenciális forrásai a veszteségeknek, melyek megszüntetése egyik törekvése egy lean gondolkodású szervezetnek. Megállapítható viszont az is, hogy a szektorra jellemző, kötelezően alkalmazandó, az átlagosnál magasabb minőségi követelményeket támaztó- és egyéb jogszabályi előírások, illetve azok pontos alkalmazása esetében lesznek olyan veszteségek, amelyek megszüntetése kisebb mértékben lehetséges.

Kutatási előzmények, a vizsgált gyógyszerár

Egy nagyforgalmú (napi ügyfélforgalom várható értéke: 612 fő – 2018.01-04 alapján) gyógyszerár – 2018-19 közötti időszakában – a folyamatainak elemzésekor megállapításra kerültek különböző veszteségek, melyek megszüntetésére az adott cég több intézkedést is tett, és ezt a sorozatot a pandémia alatt sem szüneteltette. Az eredeti állapotot vizsgálva, megállapíthatók voltak olyan veszteségek, amelyek megszüntetése folyamatos fejlesztéssel kis lépésekben (kaizen) vagy egy egyszeri nagyobb befektetéssel (kayro) oldhatók meg. (Narusawa & Shook, 2014) Kétféle kaizent különböztetünk meg: a rendszer- és a pont-kaizent, az előbbi az értékfolyamat fejlesztésre ezáltal az anyag- és információáramlásra, az utóbbi a veszteségek kiküszöbölésére, vagyis az emberekre és a tevékenységekre fókuszál (Rother & Shook, 1999). A fejlesztés előtti állapotot vizsgálva a kiszolgálási folyamat részeként elemzett termékkiszadási folyamat veszteségei között lett felsorolva a szükségesnél több mozgási tevékenység, amely a táran belüli és a raktárterületek, illetve officina (ügyféltér) közötti sétálgatás formájában jelent meg, ugyanazon termék ugyanis több raktérben is tárolásra került,

⁶ 7 veszteség típus: Túlermelés, várakozás, szállítás, feldolgozás, készlet, mozgás, javítás (Narusawa & Shook, 2009).

az egyéb termékeké pedig az ügyféltérben. A tárolási stratégia nem megfelelő kivitelezése miatt a munkavállalók naponta több kilométert „jöttek-mentek” a kiszolgálási folyamat részeként. Ezen felül az egyéb termékek tárolása kulcsos szekrényben történtek, amelyek alsó részéhez minden egyes alkalommal le kellett hajolni, ez mozdulatban történő veszteséget jelentett. A készlet szint és annak feltöltése, vagyis az áruátvételi-betárolási folyamat szintén komoly veszteségeket mutatott, mivel csak a jogszabályban előírt minimális terület bérlésével és a több részre osztott tárolási mechanizmus kialakításával valósultak meg a mindennapos fő- és támogató tevékenységek. Az elemzett betárolási folyamat 15 tevékenységből épült fel, az egyszerű vonalkód leolvasó alkalmazásával ez a művelet sor 9 tevékenységre csökkent. A szükségesnél több termék készleten tartása, átlagban 5000 különböző termék raktárkészleten történő kezelése többlet humán erőforrás szükségletet igényelt, nem csak a napi tevékenységek ellátásánál, de az éves szinten elvégzendő leltározás alkalmával is. Mivel egy terméket több helyen is tároltak nem valósulhatott meg a FIFO (First In, First Out⁷) elv, mely által több selejt keletkezett a működés közben. A tipikusan termelésben alkalmazott húzó elv, tehát az, hogy mindig a vevői igény és ezáltal mindig a végső folyamat határozza meg az előtte lévőknek, hogy mennyire van szüksége, a kereskedelmi rendelés összekészítéseknek is lehet az alapja. A rendelések esetében törekedett a vezetőség arra a gyógyszer tártárban, hogy csak annyit rendeltek amennyit eladtak, több termék esetében ez meg is valósult, azonban ez nem volt konzekvens minden egyes tételnél, sok esetben ad hoc jellegű tartalmazott a rendelésösszesítés, pedig az imént említett, húzó elv alkalmazása megfelelő törekvés a rendelt készletállomány optimális összeállítására, ne rendeljünk be felesleges készletet, ezzel segítve az ebből adódó veszteségek minimalizálását.

A vevő számára értéket képvisel az is, hogy a kiszolgálási folyamat az adott gyógyszer tártár esetében milyen paramétereket mutat, hiszen a várakozási és a kiszolgálási idők együttese adja a rendszerben való tartózkodás idejét. A vevői értéként az ügyfélnél a minél alacsonyabb szintű tartózkodási időtartam preferálható, de ezen belül előtérbe helyeződik a várakozási idő érzékelése a kiszolgálási idővel szemben. A várakozási idő és a kiszolgálási idők csökkentésének lehetőségeit vizsgálva merült fel a standardizálás, a területátrendezés, új csatornák alkalmazása a kiemelt napszakokban, automatizálás (Szigili, 2019).

A vizsgált gyógyszer tártár a fejlesztés egyik lehetőségeként az automatizálást választotta, melynek keretében 2020-ban vezette be a Gollmann robot alkalmazását. A robot teljesen az adott környezeti tényezőket figyelembe vevő, vagyis személyre szabott, görgős szekrényrendszer, mely 30%-kal csökkentett területen biztosítja a nagy tárolókapacitást és lehetővé teszi az automatikus kiszedését és a betárolását a gyógyszereknek (www.gollmann.hu).

Módszertan

Kutatásunk egy jelenleg is folyamatban lévő kvantitatív felmérés alapjait szolgálja, melynek keretében összehasonlítást végzünk a vizsgált gyógyszer tártárban a várakozási- és kiszolgálási idők tekintetében a robot bevezetése előtti és utáni időszakok mért és szimulált adatai alapján. A rendszer vizsgálata során elemezzük az ügyfél tartózkodását a rendszeren belül, a várakozó sorok nagyságát, a lehetséges további fejlesztési lehetőségeket. A jelenlegi kvalitatív kutatásnak a célkitűzése az, hogy jobban megismerjük azon dolgozók véleményét, akik már a robot bevezetése előtt is a patika alkalmazottjai voltak, összehasonlítási alapjuk van a munkafolyamatok és az ügyfélszolgálat tekintetében a megelőző időszakra is, és nem vezető beosztásban dolgoznak. A kvalitatív kutatás szükséges a kvantitatív kutatás tervezett

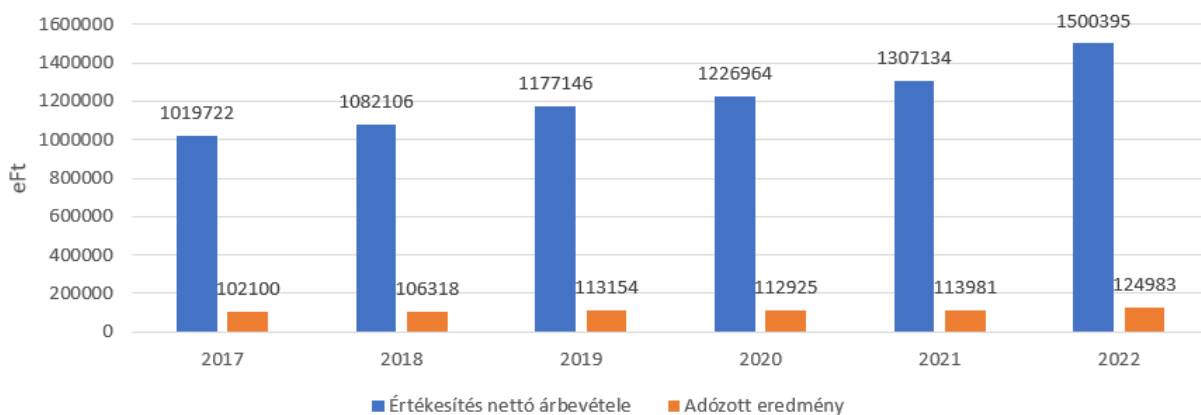
⁷ FIFO (First In, First Out) elv: az adott rendszerbe (folyamat, tároló) elsőként beérkező termék hagyja el elsőként a kimeneti oldalon a rendszert.

feladatainak alátámasztásához és módosítási irányainak a meghatározásához is, ennek keretében nem strukturált mélyinterjút készítettünk.

Szemelvények a kutatási eredményekből

A vizsgált gyógyszertár egy bevásárló központban helyezkedik el, magas átmenő forgalom mellett. A gyógyszertár igazodva az igényekhez hétfőtől-szombatig napi 11,5 órás, vasárnap 10 órás, vasárnap éjszaka pedig ügyeleti működéssel fogadja a gyógyszereket kiváltó és egyéb termékeket vásárló ügyfeleit. A gyógyszertárban jelenleg 4 tára van kialakítva, amely segítségével párhuzamosan 4 ügyfelet tud kiszolgálni. A gyógyszertár bevételei az elmúlt években folyamatosan növekedtek, melyben jelentős szerepe volt a pandémiás időszaknak, a gyógyszerárak és egyéb forgalmazott termékek ár-növekedéseinek.

1. ábra: Vizsgált gyógyszertár eredménykimutatás adatai 2017-2022 között



Forrás: saját szerkesztés, a gyógyszertár eredménykimutatásai alapján

Robot alkalmazásának hatása a munkafolyamatokra, az interjú alapján

A robot bevezetésével a receptes gyógyszerek nagy részének a tárolása ezen berendezésen belül történik, illetve a kiszolgálási folyamatnál a számítógépes rendszer segítségével a robot automatikusan komissiózza a kért termékeket és eljuttatja a tára mögötti kiadási pontra, ahonnan a gyógyszerész vagy a gyógyszertári asszisztens adja ki az ügyfélnek. A gyógyszerek közül nem kerülnek a robotba a nagy méretű dobozzal rendelkezők, ezeknek továbbra is a raktárban, illetve a tára mögötti részen lévő fiókokban történik a tárolása. Továbbá nem kerülnek ide a gyenge minőségű, vékony papír csomagolóanyagból készült dobozos gyógyszerek, mert az üzemelés során a robot a betárolásnál összenyomta ezeket. Ezen felül a gyógyszertár biztonsági okokból úgy döntött, hogy szintén nem használja a robotot azoknál az üveges gyógyszereknél, amelyek folyékony halmazállapotú gyógyszert tartalmaznak.

A megvásárolt robot feltöltéséhez használható a teljesen automatikus gyorsbetöltő, és a kézübetöltő is, de az elsődlegesen elpakolás mindig az automata eszközről történik. A veszteség a betöltés esetében ott jelentkezik, hogy a beérkező, robotban tárolható gyógyszerek körülbelül 80%-át lehet csak az automatikus betöltőn keresztül a rendszerbe juttatni, a többihez a kézit kell igénybe venni. A nagykereskedőtől a megrendelés alapján már külön tárolóban érkeznek a robotos és az ott nem tárolható készítmények, de a robotos termékek esetében szükséges az előválogatás. A nagykereskedőtől napi szinten hétfőtől-szombatig érkező termékek közül a válogatás 500-1100 közötti mennyiséget érint.

Robot támogatása a kiszolgálási folyamatban

A kiszolgálás során az expedálás folyamatának és időtartamának fontos szerepe van, hiszen a robot bevezetése előtt ezen tevékenység végrehajtása közben jelentkeztek a legtöbb, többek között keresgélési, mozgási és mozdulati veszteségek. A robot alkalmazása megszüntette a receptes termékek esetében ezen veszteségeket, a kérdés itt igazából az, hogy a kiszolgálási idő ez alapján csökkent vagy nem. A mérések előtt az interjú alapján elmondható, hogy függ az időtartam attól, hogy az ügyfél milyen sorrendben jelzi a venni kívánt termékeket, illetve attól is, hogy a receptre vásárolt termékek közül több havi adagot kér-e. Amennyiben a receptes termékeket kéri először, ebben az esetben egyértelműen csökkenő tendenciát mutat a kiszolgálási időtartam, mert amíg a gép kommissióz, addig a kiszolgáló elvégezheti az egyéb termékek rögzítését, kiszedését, vagy a tanácsadást. Amennyiben az igény az egyéb termékek felsorolásával kezdődik és csak azután a receptes termékekkel, vagy egy adott receptes termékkel többet visz az ügyfél, minimálisan érzékelhető többlet idővel kell számolni.

Robot előnye az egyéb háttérfolyamatok esetében

- A robotban tárolt termékek esetében minimalizált szintre került a FIFO elv nem teljes érvényesüléséből keletkezett selejt darabszám, ugyanis a rendszer folyamatosan a lejárat figyelembevételével adja ki a termékeket.
- A leltározás folyamatában megszünt veszteség a receptes termékek esetében a bent lévő készlet egyenkénti leszámolása, ellenőrzése, hiszen a robot egy „gombnyomás” után automatikusan elkészíti azt. Az évenkénti leltár időtartamát a gépben lévő termékek arányában csökkenti.

Robot negatív hatásaként említendő, hogy mivel nagyobb az áramfogyasztása a szünetmentes áramforrás kapacitásánál, egy esetleges áramkimaradás esetében leáll a teljes expedálás.

Köszönetet mondunk Pálmai Sándornak a kutatásban nyújtott szakmai segítő munkájáért.

Összefoglalás

Jelenleg a gyógyszertárak működését tekintve szigorú jogszabályi keretek szabályozzák, mely a lean alapelvek, filozófia adaptálását nem könnyíti meg. A folyamatok, a veszteségek speciális feltárása és elemzése azonban lehetővé teszi olyan területek – közöttük munkafolyamatok, mozdulatok, stratégiák – felfedezését, amelyen speciálisan alkalmazva a lean eszköztárát több értékteremtéshez, optimális értékfolyamathoz vezethet. Az értékteremtés egyik legfontosabb tényezője itt is a vevői érték, ez az, ami meghatározza, hogy milyen irányba indulhatnak bizonyos fejlesztések, figyelembe véve a belső vállalati értékekhez történő hozzájárulást is.

A kvalitatív kutatás rávilágított a robot használatának egyes előnyeire és a folyamatban keletkező újabb veszteségekre is. A várakozási- és a kiszolgálási időtartamok mérési és kvantitatív elemzése jelenleg folyamatban van, az összehasonlítása a robot előtti állapothoz viszonyítva, a következő cikkben kerülnek publikálásra.

Irodalomjegyzék

Dévai Zoltán, Fésüs Norbert, Kosztolányi János, Kővári Róbert, Nika Tamás, (2020): *Lean szolgáltatásfejlesztés 1.* KaizenPro Oktató és Tanácsadó Kft., Budapest, 2020, pp. 24-55.

Jeffrey K. Liker (2004, fordítás 2008), *A TOYOTA-MÓDSZER, 14 vállalatiirányítási alapelvek*, HVG Kiadó Zrt., Budapest, 2008.

Kosztolányi János – Schwahoffer Gábor (2016), *Útmutató a lean gyakorlati alkalmazásához*, pp. 11-30, KaizenPro Oktató és Tanácsadó Kft., Budapest, 2016.

Mike Rother, John Shook (1999, Magyar kiadás: 2012) *Tanulj meg látni Az értékfolyamat-térképezés szerepe az értékteremtésben és a veszteség kiküszöbölésében*. LEI Magyarország Egyesülete, 2012.

Toshiko Narusawa és John Shook (2009, Magyar kiadás: 2014), *Kaizen Expressz*, LEI Magyarország Egyesülete, 2014.

Szigili Krisztina (2019) *A várakozási idő csökkentésének lehetőségei egy gyógyszerár ügyfélkiszolgálásának folyamatában*, BME szakdolgozat

Országos Gyógyszerészeti és Élelmezés-egészségügyi Intézet, Gyógyszertár-kereső,
https://ogyei.gov.hu/?csrft=ed62475d74ba678ebad8d3bcb5f83770&url=gyogyszertarkereso&filter=kozforgalmu_gyogyszertarak&filter_county=all&name=&keyword=&x=81&y=1&ugyelet_telepules=&ugyelet_date=&keszenlet_telepules=&keszenlet_date= letöltés dátuma:
2023.07.31.

Gollman robot leírása:

https://www.gollmann.hu/hu_HU/Automatiz%C3%A1lt%20adagol%C3%B3rendszerek/A%20GOLLMANN letöltés dátuma: 2023.07.30.

5/2007. (I. 24.) EüM rendelet a társadalombiztosítási támogatással rendelhető gyógyszerek kereskedelmi árásáról, <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a0700005.eum> letöltés dátuma: 2023.07.30

A fenntarthatósági törekvések útjában álló pszichológiai akadályok

THUMA Orsolya¹

DOI: [10.29180/978-615-6342-76-8_39](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-76-8_39)

Absztrakt

A tanulmány röviden felvázolja a tudományos konszenzus jelen állását, mely szerint a klímaváltozás és az ökológiai krízis létezik, nagyrészt az emberi tevékenység okozza. A káros folyamatok okainak a megszüntetésére, illetve hatásuk csökkentése és az alkalmazkodás növelése érdekében elengedhetetlen az azonnali cselekvés, amely be is indult nemzetközi egyezmények, nemzeti programok és a személyes döntések, életmódváltás szintjén egyaránt. A változások azonban nagyon lassúak és globális szinten inkább a fokozatos – akár gyorsuló ütemű, nem lineáris – romlás látható. A tanulmány fő kérdése, hogy a racionális fenntartható cselekvést milyen az emberi elme működéséből fakadó pszichológiai jelenségek akadályozzák. A tanulmány releváns szakirodalmak áttekintésére alapozva a mellett érvel, hogy ezeknek az akadályoknak az ismerete és tudatos kezelése elengedhetetlen minden fenntarthatósággal kapcsolatos oktatási program sikerességéhez, mivel az érzelmi elhárító folyamatok erőteljesen befolyásolják az információk feldolgozását és a racionális gondolkodást.

Kulcsszavak: klímaváltozás, fenntarthatóság, pszichológiai gátak, oktatás

Klímaváltozás és következményei

A klímaváltozást tagadók egy része szerint a jelenség nem is létezik, ha mégis, akkor sem az ember okozza. A tudományos tények azonban arra utalnak, hogy a klímaváltozás, és általában az ember természetkárosító tevékenysége talán a legsúlyosabb környezeti és egészségügyi kihívás századunkban (Romanello et al., 2022; Rockstöm et al., 2023). A természeti környezet óvása mindannyiunk érdeke, hiszen az ember a természet része, létezése alapját biztosítja, fizikai és mentális egészségének alapja (Mihók et al., 2021). Habár a klímaváltozás részben természetes folyamat, a bolygónk több milliárd éves történetében, a klímaváltozással kapcsolatos nagy mennyiségű adat elemzése alapján gyakorlatilag kizárható, hogy a változások természetes eredetűek és nem az emberi tevékenység következményei (Ripple et al., 2019; Trájer és Páldy, 2021). A felmelegedés nem csak a természeti katasztrófák gyakoriságát növeli (IPCC, 2022), hanem a testi és lelki betegségek arányát, és a halandóságot is (Trájer és Páldi, 2021; Antal, 2018; Ballester et al., 2023). Problémák várhatók a mezőgazdaságban és az ellátási láncokban, növekszik az alultápláltság kockázata (Kornhuber et al., 2023). A klímakrízis nyomán a társadalmi feszültségek fokozódása várható, megnövekszik a migrációs nyomás, az erőszak, és elmozdulás várható a jobboldali tekintélyelvű diktatúrák irányában (Maniates, 2013).

A fenntarthatóság érdekében tett lépések hatékonysága

Egyértelmű, hogy globális szinten szükséges változtatni a káros hatások mögött álló folyamatokon nemzetközi, nemzeti és egyéni szinten egyaránt (Ripple et al., 2020; Wiedmann et al., 2020). A vállalt célok elérése viszont nem halad a várt ütemben. Az ENSZ (Egyesült Nemzetek Szervezete) tagállamai által 2015-ben elfogadott 17 Fenntartható Fejlődési Célból

¹ Budapesti Gazdasági Egyetem, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar, Pedagógia Tanszék, e-mail: thuma.orsolya@uni-bge.hu

egy friss jelentés szerint egyet sem sikerül majd elérni 2030-ra és az alcélok 30 %-ában nem történt semmilyen haladás (Global SDG Report, 2023). Több tudós arra hívja fel a figyelmet, hogy a jelenleg prognosztizálható trendek szerint az ökoszisztémák összeomlása gyorsabb lesz, mint ahogy korábban jósolták (Willcock és társai, 2023; Bendell és Read, 2021). Egyelőre a klímakrízis mögött álló tényezők (például az üvegházhatású gázok kibocsátása és a problémás gazdasági folyamatok) a nemzetközi egyezmények és a helyi beavatkozások ellenére tovább romló trendet mutatnak (Ripple és társai, 2020; Rockström et al., 2023). A lokálisan sikeres beavatkozások ellenére minden évben újabb rekordot dönt az üvegházhatású gázok globális kibocsátása. A globális túlfogyasztás napját egyre korábban érjük el. Magyarország 2023-ban május 30-án érte el a túlfogyasztás napját, 2021-ben még június 8-án. Az év további részében a föld meg nem újuló erőforrásait éljük fel. A vállalatok oldalán is lassúak a változások. A Corporate Climate Responsibility Monitor 2023 jelentése szerint a vizsgált 24 globális vállalat dekarbonizációs programja többségében jóval kisebb hatást gyakorol a kibocsátásukra, mint ami szükséges lenne, hogy elérjék a megcélzott karbonsemlegességüket 2050-re. Továbbá a 24 vállalatból csupán 5 rendelkezett hihető stratégiával, amely legalább 90 %-os kibocsátás csökkentést eredményezne. A fogyasztói döntésekben és a lakosság életmódjában sem látszik jelentős változás.

Milyen tényezők akadályozzák a fenntartható viselkedést?

A változást akadályozó fő okok közé tartoznak a politikai-gazdasági rendszert működtető érdekek, a fogyasztói társadalom működése, a jóléti igények és a növekedési kényszer (Wiedman et al., 2020; Meadows et al., 2005; Ripple et al., 2020). Léteznek külső objektív gátló tényezők, például a hiányzó technológia vagy termelési kapacitás, az együttműködést nehezítő fogoly-dilemma helyzetek (Fajzi és Erdei, 2015). Személyes szinten például anyagi okokból vagy a választási lehetőségek hiánya miatt nem tudunk klímasemlegesen, szemétteljesen és a természet károsítása nélkül élni (Gifford, 2014; Bendell és Reaad, 2021). Ugyanakkor az objektív nehézségek mellett, a klímaváltozás racionális kezelését sokféle, az elme működéséből fakadó belső pszichológiai jelenség is gátolja (Gifford, 2014; Fajzi és Erdei, 2015; Stoknes, 2014; Aron, 2019). Az alábbiakban kifejezetten a racionális fenntartható viselkedés főbb pszichológiai akadályait tekintjük át.

A fenntartható viselkedésváltozás gyakori pszichológiai akadályai

A felsorolt akadályok egy része a gondolkodási folyamatokat és ismereteket érinti, más részük az identitásunk védelmét szolgálja, míg mások a rossz érzésektől igyekeznek megvédeni a személyt.

Korlátozott racionalitás. Az egyik alapvető akadály, hogy az ember képessége a racionális gondolkodásra igen korlátozott (Simon, 1985), és az emberi döntéseket öntudatlan irracionális folyamatok jelentős mértékben befolyásolják (Kahneman, 2013). A komplex ok-okozati láncokban történő gondolkodás sok embernek nehezen megy (Gifford, 2011), és az elemző, szintetizáló, racionális gondolkodás fárasztó, ezért sokszor inkább kerüljük (Kahneman, 2013), és hamar szeretnénk a megerőltető gondolkodást lezárni (korai zárás igény) és mentális erőfeszítések nélkül egyszerű fekete-fehér válaszokat kapni (Kruglanski, 2005).

Súlytalanná váló fogalom. A fenntarthatóság jelentése a sok használatban kiüresedett, valódi tartalom nélkül mindenre ráhúzható fogalomként vált (Engelman, 2013). Például egy „fenntartható” fesztivál továbbra is rengeteg szemetet termel.

Távolságtartás. Ősi agyunk arra fejlődött ki evolúciós múltunk folyamán, hogy elsősorban a jelenben észlelhető konkrét veszélyekkel foglalkozzon, amelyek személyesen és közvetlenül érintenek minket vagy a számunkra fontos személyeket és közösségeket. A globális klímaváltozás ezzel szemben absztrakt, időben, térben és érintettségben távolinak tűnik, ezért nem ébreszt erős motivációt a cselekvésre (Gifford, 2014; Stoknes, 2014).

Ismeretek hiánya. Amikor nem rendelkezünk a klímaváltozással kapcsolatos okok és következmények, valamint a valóban hatékony beavatkozások megalapozott és komplex ismeretével, akkor nehéz hatékony ellenlépéseket tenni (Gifford, 2011). Például Wynes és Nicholas (2017) nemzetközi kutatási adatok elemzése szerint egy személy karbonlábnyomát legnagyobb mértékben az csökkenti a gazdagabb országokban, ha lemond az autó használatáról, kevesebbet repül, zöld energiát fogyaszt, elektromos autóra vált, és áttér a növényi alapú táplálkozásra (lásd még Ivanova et al., 2020). Ugyanakkor a leggyakrabban ajánlott személyes cselekvések (például a takarékos izzók vagy a saját vászon bevásárló szatyor használata, a hideg vizes ruhamosás), bár könnyen kivitelezhetők, valójában kicsi vagy mérsékelt hatást gyakorolnak egy személy karbonlábnyomára. Wynes és Nichols (2017) véleménye szerint, amíg a jelenlegi fogyasztási és kibocsátási trendek uralkodnak, egy gazdag ország lakója azzal járul messze legnagyobb mértékben a globális karbonlábnyom csökkentéséhez, ha eggyel kevesebb gyermeket vállal, ezt viszont a gazdasági és politikai érdekek miatt nem szokták javasolni.

Nyelvi keretezés. A klímakrízissel és a fenntarthatósággal kapcsolatos hírek általában három fő fogalmi keretbe ágyazva jelennek meg: az apokalipszis (az emberi civilizáció összeomlik), a bizonytalanság (nem tudni pontosan mi várható és mit kellene tenni), valamint a krízissel járó jelentős veszteségek és a fenntarthatóság nagy költségei (Stoknes, 2014). Ez a negatív keretezés egyrészt figyelemfelkeltő, de másrészt elrettentő, ami kevéssé motivál tettekre. Megjelenhet az „apokalipszis-fáradtság” jelensége, amikor belefáradunk az állandó aggodásba és a tehetetlenségbe (Nordhaus és Shellenberger, 2009).

Attitűdök és kognitív disszonancia. Az attitűdökkel az emberek viszonyulását írják le, amely három összetevőből áll: mit gondolok a dologról, milyen érzések kapcsolódnak hozzá és hogyan viselkedek a dologgal kapcsolatban (Patchen, 2006). Amennyiben a tetteink és a hiedelmeink nem egy irányba mutatnak, akkor feszültséget élünk át, amit kognitív disszonanciának neveznek. A fenntarthatóság szempontjából hatékony cselekvések sok esetben nehezen kivitelezhetők és ellentétben állnak a szokásos életmódunkkal (Taylor et al., 2017). Például tudom, hogy autóval járni környezetszennyező, de mégis azzal szeretek járni, mert kényelmes. Ilyen esetben az emberek általában a legkönnyebb utat választják a feszültség (kognitív disszonancia) feloldására: továbbra is autóval járnak és inkább a gondolkodásukat igazítják a tetteikhez, mint fordítva, és úgy kezdenek vélekedni, hogy az ő személyes autóhasználatuk szinte semmit nem változtat a helyzeten.

Tagadás. A tagadás olyan nem tudatosuló elhárító mechanizmus, amely a szorongástól véd. Több formában megjelenhet a klímatagadó személyeknél. Lehet szó szerinti tagadás („nincs klímaváltozás”), az okok tagadása („van klímaváltozás, de ez egy természetes ciklus következménye”), vagy a következmények tagadása („van klímaváltozás, vannak a természetet befolyásoló emberi tevékenységek, de ezek nem állnak egymással összefüggésben”). Lehet tagadni a probléma megoldhatóságát („úgysem lehet tenni semmit, mert az emberek reménytelenek”) és a személyes felelősséget („ez egy rendszerszintű probléma, nem az én

felelősségem megoldani”). A tagadással tulajdonképpen a személy elkerüli, hogy szembe nézzen a kellemetlen valósággal, ami egyben azt is meggátolja, hogy a valós problémákat hatékonyan kezelje. A fenntartható cselekvések alól racionalizációval is felmenthetjük magunkat („minek tenni bármit, ha Kína úgylis növeli a kibocsátását”).

Kompartmentalizáció. Mivel a fenntarthatósággal kapcsolatos problémák összetettek és teljességében átláthatatlanok, könnyebb a megküzdés, ha csak egy kis területre irányul a figyelem, ahol valódi sikert lehet elérni. Ilyen lehet például, amikor úgy tekintenek az elektromos autókra, mintha azok az egész karbonsemlegességi problémát megoldanák a közlekedésben. Vagy magára a karbonsemlegességre is tekinthetünk úgy, mintha megoldaná a teljes ökológiai krízist és az emberiség fenntarthatatlan gazdasági rendszerét. Ez a megközelítés abba az illúzióba ringat, hogy nincs szükség gyökeres változásokra, elég itt-ott egy kicsit javítani a jelenlegi folyamatokon (Gifford, 2011).

Kulturális és politikai identitás védelme. Minden információt az érték és (vallási vagy ideológiai) hiedelem rendszerünkön szűrünk át, amelyet erősen védünk (Stokes, 2014). Ennek érdekében elkerüljük vagy hiteltelenítjük azokat az információkat, amelyek ellentmondanak a belső valóságunknak. A kulturális identitás védelme fenyegetettség érzés mellett különösen felerősödik (Greenberg et al., 1997). Ez oda vezet, hogy a tudományos adatok és modellek nem könnyen változtatják meg egy személy alap hiedelmeit, mert már az információk befogadásának ellenáll. A közös kulturális identitás és hiedelemrendszer védelme a konzervatív beállítottságú személyekre inkább jellemző. Szinte minden országban jelentősen kisebb veszélynek tekintik a klímaváltozást a konzervatívok, mint a liberális beállítottságúak (Hu és társai, 2017; Pew Research, 2022). E mellett általában a konzervatív beállítottságúakra jellemzőbb a rendszerigazoló attitűd, amely a fennálló rendszert jónak és igazságosnak értékeli, és erősen motivált a fenntartására, mivel az állandóság a változással együtt járó bizonytalanságtól véd (Napier et al, 2020), egyben segít elfogadni egy társadalmilag igazságtalan rendszert. Amikor a status quo-t és az emberek kulturális identitását támadás éri, komoly indulatok szabadulhatnak el, ami elvezethet a tudományos kutatásokat publikáló tudósok zaklatásáig. A Global Witness: Global Hating (2023) című felmérése azt mutatja, hogy a rendszeresen publikáló 648 megkérdezett klímakutató 39 %-a már elszenvedett online zaklatást, kapott fenyegető üzeneteket a tudományos munkája miatt, és közülük 51 % e miatt komoly szorongást élt át.

Technológiai optimizmus. A szorongástól az optimizmus is megvéd. Vannak, akik azzal szabadulnak a szorongástól és egyben a felelősségtől, hogy a technológiai fejlődés mindenhatóságában hisznek – („majd valamilyen eszközzel kiszívjuk a széndioxidot a légkörből”). Ez a fajta optimizmus nem csak megnyugtat és biztonságérzetet ad, hanem felment a természetromboló viselkedés miatti büntudat alól. Lesz megoldás, mindent folytathatunk úgy, ahogy eddig, egyéni szinten nincs szükség a viselkedésváltoztatásra (Gifford, 2011).

Dezinformáció és manipuláció. A bizonytalanság csökkenti a klímakutatások szavahihetőségét és a fenntarthatósági törekvéseket. A gazdasági és politikai érdekcsoportok szándékosan igyekeznek a tudományos kutatási eredmények megalapozottságában kétségeket ébreszteni, a közvéleményt saját céljaiknak megfelelően befolyásolni. Mulvey és társai (2015) dokumentum elemzése szerint az amerikai olajipari cégek nyilvánosságra került belső dokumentumai azt bizonyítják, hogy már az 1990-es évek elejétől a valós tények tudatában szisztematikus dezinformációs kampányt folytattak az emberek megtévesztésére, elbizonytalanítására, és a tudományos adatok hiteltelenítése céljából.

Ajánlás oktatóknak

A klímaváltozással, a természetpusztulással és a globális krízisekkel kapcsolatos tények, információk komplex feldolgozása kognitív és érzelmi szinten egyaránt megterhelő. Egyrészt fontos, hogy minél szélesebb körben megismerje a lakosság, illetve a diákság a valós folyamatokat, tisztában legyenek a várható következményekkel (Gifford, 2011), amihez a tények puszta ismertetése nem elég. A hatékony oktatási programokban általában növelik a diákok érintettség érzetét és aktív cselekvéses tapasztalatokat biztosítanak a diákoknak (Jäger és Rausch, 2021). A klímaváltozás oktatásának a célja végül is az, hogy a feldolgozott ismeretek klímabarát aktív cselekvéshez vezessenek (Aron, 2019). Másrészt a klímaváltozás és a globális krízisek elleni hatékony cselekvésnek, az információk befogadásának, valamint a motivált aktív részvételnek az alapja a remény, a pozitív érzések fenntartása (Frumkin, 2022; Jäger és Rausch, 2021). Ezért az oktatás szempontjából elengedhetetlen, hogy a pszichológiai gáttal tudatosan foglalkozzunk, ezeket nyíltan átbeszéljük, megismertessük a diákokkal ezek gyökerét (Van Kessel, 2020). E nélkül a tanulási és információ feldolgozási folyamat már az első lépésnél, az új információk befogadásánál elakadhat.

Irodalomjegyzék

Antal, Z.L. (2018) Az éghajlatváltozás hatása a társadalom életére és az egészségügyi ellátásra, *Mentálhigiéné és Pszichoszomatika*, 3, pp.268-290. <https://doi.org/10.1556/0406.19.2018.013>

Aron, A.R. (2019) The climate crisis needs attention from cognitive scientists, *Trends in Cognitive Sciences*, Vol 23/11, pp. 903-906. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2019.08.001>

Ballester, J., Quijal-Zamorano, M., Méndez Turrubiates, R.F. et al. (2023) Heat-related mortality in Europe during the summer of 2022, *Nature Medicine*, <https://doi.org/10.1038/s41591-023-02419-z>

Bendell, J., & Read, R. (Eds.). (2021). Deep adaptation: navigating the realities of climate chaos. John Wiley & Sons.

Bereczkei, T. (2003) Evolúciós pszichológia, Osiris Kiadó, Budapest. ISBN 963 389 476 x

Engelman, R. (2013) A fenntarthatósági balblán túl, In: 2013 A világ helyzete, Van még esély a fenntarthatóságra? Worldwatch Institute, Föld Napja Alapítvány, Budapest. ISSN 1215-2064

Fajzi, Gy. és Erdei, S. (2015) Fenntartható pozitív mentális egészség. A pozitív mentális egészség kibontakoztatása a fenntartható gondolkodásmód és viselkedés keretében, *Mentálhigiéné és Pszichoszomatika*, 16, pp.55-92, <https://doi.org/10.1556/mental.16.2015.1.3>

Frumkin, H. (2022) Hope, health, and climate crisis, *The Journal of Climate Change and Health*, 5, 100115, <https://doi.org/10.1016/j.joclim.2022.100115>

Gifford, R. (2011). The dragons of inaction: psychological barriers that limit climate change mitigation and adaptation. *American psychologist*, 66(4), pp. 290-302. <https://doi.org/10.1037/a0023566>

Global Witness: Global Hating (2023) <https://www.globalwitness.org/en/campaigns/digital-threats/global-hating/>

Greenberg, J., Solomon, S., & Pyszczynski, T. (1997). Terror management theory of self-esteem and cultural worldviews: Empirical assessments and conceptual refinements, *Advances in Experimental Social Psychology*, Vol. 29, pp. 61-139. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60016-7](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60016-7).

Hu és társai (2017) How political ideology affects climate perception: Moderation effects of time orientation and knowledge, *Resources, Conservation and Recycling*, Vol 127, pp. 124-131. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2017.09.003>.

IPCC, 2022: Climate Change 2022: Impacts, Adaptation and Vulnerability. Contribution of Working Group II to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change [H.-O. Pörtner, D.C. Roberts, M. Tignor, E.S. Poloczanska, K. Mintenbeck, A. Alegria, M. Craig, S. Langsdorf, S. Löschke, V. Möller, A. Okem, B. Rama (eds.)]. Cambridge University Press. Cambridge University Press, Cambridge, UK and New York, NY, USA, 3056 pp. <https://doi.org/10.1017/9781009325844>.

Ivanova, D., Barrett, J., Wiedenhofer, D., Macura, B., Callaghan, M., & Creutzig, F. (2020). Quantifying the potential for climate change mitigation of consumption options. *Environmental Research Letters*, 15(9), 093001. <https://doi.org/10.1088/1748-9326/ab8589>

Jáger, B., és Rausch, A. (2021). A klímaváltozás oktatása nemzetközi kutatások alapján: elméleti megközelítések, hatékony módszerek és tanulási eredmények. *Iskolakultúra*, 31(3), 75–92. <https://www.iskolakultura.hu/index.php/iskolakultura/article/view/34268>.

Kahneman, D. (2013) *Gyors és lassú gondolkodás*, HVG Kiadó, Budapest. ISBN 9789633040980

Kornhuber, K., Lesk, C., Schleussner, C.F. et al. Risks of synchronized low yields are underestimated in climate and crop model projections. *Nat Commun* 14, 3528 (2023). <https://doi.org/10.1038/s41467-023-38906-7>

Maniates, M. (2013) Készüljünk fel a zűrzavarra! In: 2013 A világ helyzete, Van még esély a fenntarthatóságra? Worldwatch Institute, Föld Napja Alapítvány, Budapest.

Meadows, D., Randers, J. és Meadows, D. (2005) A növekedés határai harminc év múltán, Kossuth Kiadó, Budapest. ISBN 963 09 4708 0

Mihók B, Fekete M, Frankó L, Martos T, Pataki Gy, Sallay V, Báldi A. 2021. Természet és lelki egészség. ELKH Ökológiai Kutatóközpont, Vácrátót-Budapest.

Mulvey, K., Shulman, S., Anderson, D., Cole, N., Piepenburg, J., & Sideris, J. (2015). The climate deception dossiers: internal fossil fuel industry memos reveal decades of corporate disinformation. Union of Concerned Scientists, APO (apo.org.au)

Napier, J.L., Bettinsoli, M.L. és Suppes, A. (2020) The palliative function of system-justifying ideologies, *Current Opinion in Behavioral Sciences*, Vol. 34, pp: 129-134. <https://doi.org/10.1016/j.cobeha.2020.03.002>.

New Climate Institute: Corporate climate responsibility monitor 2023, <https://newclimate.org/resources/publications/corporate-climate-responsibility-monitor-2023>

Nordaus, T. és Shellengerger, M. (2009) Apocalypse fatigue: Losing the public on climate change, https://e360.yale.edu/features/apocalypse_fatigue_losing_the_public_on_climate_change

- Patchen, M. (2006). Public attitudes and behavior about climate change. Purdue climate change research center outreach publication, https://www.columban.jp/upload_files/data/EE0063_AttitudeChange.pdf
- Pushter, J., Fagan, M. és Gubbala, S. (2022) Climate Change Remains Top Global Threat Across 19-Country Survey, <https://www.pewresearch.org/global/2022/08/31/climate-change-remains-top-global-threat-across-19-country-survey>
- Ripple, W. J., Wolf, C., Newsome, T. M., Barnard, P. & Moomaw, W. R. (2020) World scientists' warning of a climate emergency, *Bioscience*, 70, 8–12. <https://doi.org/10.1093/biosci/biz088>
- Rockström, J., Gupta, J., Qin, D. et al. (2023) Safe and just Earth system boundaries. *Nature* 619, 102–111. <https://doi.org/10.1038/s41586-023-06083-8>
- Romanello, M., Di Napoli, C., Drummond, P., Green, K. és mtsai (2022) The 2022 report of the Lancet Countdown on health and climate change: health at the mercy of fossil fuels, 400, pp. 1619-54. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(22\)01540-9](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(22)01540-9)
- Sander van der Linden (2015) The social-psychological determinants of climate change risk perceptions: Towards a comprehensive model, *Journal of Environmental Psychology*, Volume 41, pp. 112-124, ISSN 0272-4944, <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2014.11.012>.
- Simon, H.A. (1985) *Korlátozott racionalitás*, Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest.
- Stoknes, P.E. (2014) Rethinking climate communications and the “psychological climate paradox” *Energy Research and Social Science*, 1, pp. 161-170. <http://dx.doi.org/10.1016/j.erss.2014.03.007>
- Taylor, Melissa R.; Lamm, Alexa J.; and Lundy, Lisa K. (2017) Using Cognitive Dissonance to Communicate with Hypocrites About Water Conservation and Climate Change, *Journal of Applied Communications*, Vol. 101: Iss. 3. <https://doi.org/10.4148/1051-0834.1843>
- Trájer, A.J. és Páldy, A. (2021) Az antropogén éghajlatváltozás várható növény-, állat- és humánegészségügyi következményei a 21. század második felében, *Egészségtudomány*, 65/1, pp. 4-29. <https://doi.org/10.29179/EgTud.2021.1.4-29>
- Van Kessel, C. (2020) Teaching the climate crisis: Existential considerations, *Journal of Curriculum Studies Research*, Vol 2/1, pp. 129-145. <https://doi.org/10.46303/jcsr.02.01.8>
- Wiedmann, T., Lenzen, M., Keyßer, L. T., & Steinberger, J. K. (2020). Scientists' warning on affluence, *Nature communications*, 11(1), 3107. <https://doi.org/10.1038/s41467-020-16941-y>
- Willcock, S., Cooper, G.S., Addy, J. et al. (2023) Earlier collapse of Anthropocene ecosystems driven by multiple faster and noisier drivers, *Nature Sustainability*, <https://doi.org/10.1038/s41893-023-01157-x>
- Wynes, S. és Nicholas, K.A. (2017) The climate mitigation gap: education and government recommendations miss the most effective individual actions, *Environmental Research Letters*, 12, 074024, <https://doi.org/10.1088/1748-9326/aa7541>

A pénzügyi kultúra szerepe és a megértését megalapozó kutatások

TÓTH Arnold¹, CSONGRÁDI Gyöngyi², HAUBER György³

DOI: [10.29180/978-615-6342-76-8_40](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-76-8_40)

Absztrakt

A pénzügyi rendszerben drámai változások álltak be. Az egyéneknek maguknak kell dönteniük arról, hogy mennyit költsenek, mennyit takarítsanak meg, vagy mennyi hitelt vegyenek fel, és hogyan osszák el nyugdíjas éveikre szánt vagyonukat. Ez az új pénzügyi környezet azt jelenti, hogy az egyéneknek ma már nagyobb felelősségük van a pénzügyi jólétük kialakításában, mint a múltban. A bölcs és időben történő megtakarítások és befektetési döntések kulcsfontosságúak a pénzügyi biztonság szempontjából, míg a pénzügyi bizonytalanságok, döntési hibák következményei súlyosak lehetnek (de Bassa Scheresberg, 2013). Tanulmányunkban a pénzügyi kultúra fogalmát és jelentőségét igyekszünk bemutatni. Kitérünk a pénzügyi tudatosság és a pénzügyi műveltség kérdésére, annak használatára a mai szakirodalomban és a mindennapi gyakorlatban. Szoros kapcsolatban áll vizsgált témánk a pénzügyi írástudatlanság jelenségével, aminek problémájára ugyancsak kitér a cikk. Nem kerülhető meg a modern kor fejlődésével járó kihívásoknak való megfelelés sem, ami érinti a pénzügyi kultúra jelenlegi alakulását. Természetesen mindezekhez az oktatási rendszernek is alkalmazkodnia kell.

Kulcsszavak: pénzügyi kultúra, pénzügyi tudatosság, pénzügyi analfabetizmus, digitalizáció

Bevezetés

A piacgazdaság alapvető logikája megköveteli, hogy a gazdasági szereplők a megfelelő információk birtokában racionális döntést hozzanak. A napi tevékenység során számtalanszor kerülünk olyan helyzetbe, amikor pénzügyi információkat kell feldolgoznunk, pénzügyi termékeket kell megismernünk, jövőre vonatkozó döntéseket kell meghoznunk. Elmondható, hogy a pénzhez kapcsolódó szituációkban történő eredményes magatartás felértékelődik, a legtöbb esetben már nem az üzleti életben történő sikeresség kulcsa, hanem életvitelünk mindennapi velejárója kell legyen. Egyre inkább igény mutatkozik a lakosság, a döntéshozók, a kutatók részéről is, hogy a pénzügyi ismeretek minél szélesebb körben elterjedjenek, alkalmazhatóvá váljanak. Természetesen ehhez nélkülözhetetlen a mögöttes tényezők feltárása, a kapcsolódó fogalmak megértése.

Pénzügyi tudatosság, műveltség

Mi is az a pénzügyi tudatosság, pénzügyi műveltség? Az Európai Bizottság meghatározása szerint a fontos pénzügyi döntések meghozatalához szükséges ismereteket és készségeket jelenti. Emberek millióinak kell gyakran életüket meghatározó pénzügyi döntéseket hoznia. Honnan és milyen feltételekkel vegyenek fel jelzáloghitelt, személyi kölcsönt, hová fektessék be megtakarításaikat, milyen pénzügyi stratégiát válasszanak a megfelelő nyugdíj eléréséhez (European Commission, 2018). Az OECD/INFE (Organisation for Economic Co-operation and

¹ Budapesti Gazdasági Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Kar, Üzleti Gazdaságtan Tanszék, e-mail: toth.arnold@uni-bge.hu, ORCID: 0000-0003-0860-6405

² Budapesti Gazdasági Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Kar, Üzleti Gazdaságtan Tanszék e-mail: csongradi.gyongyi@uni-bge.hu, ORCID: 0000-0003-4739-6674

³ Budapesti Gazdasági Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Kar, Üzleti Gazdaságtan Tanszék e-mail: hauber.gyorgy@uni-bge.hu, ORCID: 0000-0003-2294-8954

Development/International Network on Financial Education) 2020 nemzetközi felmérés szerint azonban az EU felnőtt lakosságának mintegy fele nem ismeri eléggé az alapvető pénzügyi fogalmakat. Ráadásul a probléma a társadalom bizonyos szegmenseiben egészen katasztrofális méreteket ölt (OECD, 2020).

A dualizmus korában, 1880-ban egy felmérés szerint a magyarok 60%-a volt írástudatlan, amely mára mindössze 1-2%-ra tehető (T. Kiss, 2013). A kép azonban nem ennyire kedvező, mivel egy 1997-es kutatás alapján minden negyedik ember(!) funkcionális analfabétának tekinthető. Csoma Gyula és Lada László szerint az írni és olvasni tudásnak ez egy olyan szintje, mely gyakorlatilag nem alkalmas új információ, új tudás befogadására, illetve azok feldolgozására, értelmezésére. Bár ezek az emberek birtokában vannak az írás és olvasás bizonyos szintű képességének, ez azonban a gyorsan változó világ által elvárt készségekhez, képességekhez már nem elegendő. „Ezért a funkcionális analfabéták nem képesek felmérni és megoldani problémáikat a képességeknek (a jártasságoknak és készségeknek) olyan szintjén, mint azok, akik birtokában vannak a kommunikatív képességek szükséges színvonalának.” (Csoma & Lada, 1997:3) [A funkcionális írástudatlanok nyilvánvalóan pénzügyileg is analfabétáknak tekinthetők, hiszen nem lesznek képesek feldolgozni, értelmezni a megfelelő pénzügyi döntésekhez szükséges információkat. Ennek tükrében talán már nem is olyan meglepő az S&P 2015-ös jelentése, mely szerint a magyarok 46%-a tekinthető pénzügyileg analfabétának \(Klapper et al., 2015\).](#)

[Korunkban a rendkívül gyors digitalizáció megkövetel bizonyos digitális kompetenciákat is.](#) A digitális (számítógépes) írástudást olyan ismeretek, készségek alkotják, amelyek lehetővé teszik a felhasználó számára a számítógép által nyújtott lehetőségek kihasználását [\(szoftverek, internet, multimédiás eszközök használata\).](#) [A 2018-as bizottsági jelentés alapján a magyar lakosság 27%-a alacsony digitális kompetenciával jelentkezik, de 23% azok aránya, akik digitálisan analfabétáknak tekinthetők. A digitális készségek hiánya hátráltatja a megfelelő információkhoz való hozzájutást, az esetleges pénzügyi eszközök összehasonlításának lehetőségét, így a digitális készségekkel nem rendelkezők kiszolgáltatottakká válnak pénzügyi területen is.](#)

Kiemelt feladat hárul tehát az oktatási intézményekre, a nevelőkre, a családokra is (Inotai, 2012). Valójában már gyermekkorban is szükséges átadni olyan ismereteket, amelyek a gazdasági életben való alapvető tájékozottságot alapozzák meg. Továbbá ebben a korában már elsajátíthatóak olyan készségek is, amelyek a későbbiekben az adott helyzetben eredményes pénzügyi viselkedést irányozzák elő. Ezért is van az, hogy Magyarországon a pénzügyi kultúra fejlesztésére kiemelt figyelem irányul, mely során elsősorban az iskolás korosztályt célozzák meg. Ennek előnye, hogy ez a korosztály a legkönnyebben elérhető, és már a Nemzeti alaptanterv céljai közé is bekerült ennek a területnek az erősítése. De természetesen nem elhanyagolható a közoktatáson kívüli szervezetek tevékenysége sem, ahol akár több napos képzéseken, egyre több résztvevőt érnek el (Németh, 2020).

Sok esetben a felnőttkori döntések is levezethetők a korábbi mintákból (McNeal, 2007), kialakulnak azok a szokások, amelyek a későbbi szocializáció alapvető elemeivé válnak. Ezen feltételezésre építi Roedder (1999) fogyasztói szocializációs modelljét, melyben hangsúlyozza, hogy bizonyos életkor felett már a döntéshozatalhoz is éretten képesek viszonyulni a fiatalok.

Többen vizsgálták már az egyén pénzhez való viszonyulását, amelynek már egész korai életszakaszban kiemelt szerepe van (Kooreman, 2007). A pénzről alkotott tudást a családon

kívül jelentősen befolyásolja a kulturális környezet, de társadalmi-gazdasági tényezők is (Ruckenstein, 2010). Természetesen a pénzhez való hozzáállást egyéni, pszichológiai faktorok is befolyásolják, ami hatással van a későbbi viselkedésre is (Goldberg & Lewis, 1978).

Az említettek miatt különösen fontos a pénzzel kapcsolatos ismeretek elsajátításának támogatása, a korábban felhalmozott tudás kiegészítése, esetleg a gondolkodásmód megváltoztatása (Wong, 2010). Annak érdekében, hogy a különböző oktatási intézmények kellően hozzá tudjanak járulni a pénzügyi kultúra színvonalának növeléséhez, nélkülözhetetlen az egyének pénzügyi attitűdjének megismerése. A különböző oktatási szinteken megfelelő felkészültség szükséges ahhoz, hogy a tanulók számára befogadható, gyakorlati szituációkban alkalmazható ismerteket adjanak át.

Fontos hangsúlyozni, hogy a pénzügyi kultúra nemzetgazdasági szinten is kiemelt figyelmet érdemel. A fogalmat pedig már sokan különféleképpen értelmezték. Már a múlt század közepén a pénzügyi termékekhez kötötték (Jelly, 1958), ami a fokozódó innovációs tevékenység következtében megváltozott. A fogalom értelmezése különböző kutatásokhoz is kapcsolódik, melyekben a kutatók is változatos módon közelítettek a témához. Az első alaposabb vizsgálódások angolszász területről indultak ki, melyek fokozatosan terjedtek Európa többi országában. Fontos kiemelni, hogy elsősorban nem egységes definícióként, hanem inkább koncepcióként értelmezik a legtöbben a pénzügyi kultúrát, amely magában foglalja a pénzügyi tudást, a pénzügyekben való jártasságot, a pénzügyi készségeket, a pénzügyi tudatosságot egyaránt (Habschick & Britta, 2007). A hazai megfogalmazás is tükrözi a koncepcióban történő gondolkodást, így a Magyar Nemzeti Bank definíciójában is megjelennek a pénzügyi ismeretek, képességek, pénzügyi információk, pénzügyi döntések egyaránt (MNB, 2008).

A nemzetközi szervezetek közül az OECD évről évre újabb és újabb kutatásokat végez a pénzügyi tudatosság és a pénzügyi jártasság témakörében. Ezeknek a kutatásoknak nem csak a felnőtt lakosság, hanem a diákok is látókörébe kerültek, így már a PISA (Program for International Student Assessment) felmérések során a 15 évesek pénzügyi ismeretei is megjelennek a publikációkban, és nemzetközi szinten is összehasonlíthatóvá válnak. A kutatás külön érdekessége, hogy a legutóbbi felmérés során már magyar diákok is kitölthették a feladatlapot, melynek eredményei 2023 végére várhatók. A korábbi eredmények alapján azonban elmondható, hogy a fiatalok 94%-a elsősorban a szüleitől szerzi pénzügyi ismereteit, melyek 80%-ban elegendőek arra, hogy a mindennapi pénzügyi dokumentumok fontosabb részleteit megértsék, de a bonyolultabb kérdésekben, mindössze a megkérdezettek 10% tudott megalapozott döntést hozni (OECD, 2020).

Azonban arra is érdemes figyelni, hogy mindenki tisztában legyen a saját képességeivel a pénzügyek területén is. Kovács és társai (2020) kutatásuk során a középiskolás korosztály pénzügyi jártasságát mérték fel, de a kérdőívben arra is kíváncsiak voltak, hogy a diákok hogyan értékelik saját pénzügyi tudásukat. Eredményeik alapján 2013-ban, a 14-18 éves korosztály saját pénzügyi tudását kicsit jobb, mint közepesre értékeli, ami a valós, pénzügyi tudást mérő kérdések eredményéhez képest kicsit jobb átlagot mutat, hiszen ott a kitöltők mindössze 10%-a nyújtott 64%-nál jobb eredményt. Természetesen a pénzügyi tudást nagyban meghatározta az, hogy az illető hány éves, vagy, hogy tanult-e már korábban pénzügyi-, gazdasági ismereteket az iskolában.

Összegzés

Fontos hangsúlyozni tehát, hogy a pénzügyi kultúra megértése és implementálása makrogazdasági és társadalmi érdek. A piaci mechanizmusra épülő rendszer velejárója az öngondoskodás, a pénzügyi tájékozottság. Az egyén szempontjából lényeges, hogy képes legyen alkalmazkodni a változó környezethez, ugyanis világunkat, így a korábban stabilnak vélt gazdasági-társadalmi állapotot is számos kihívás éri. Továbbá a változó környezethez alkalmazkodik a pénzügyi rendszer is. A pénzügyi szolgáltatások körének bővülése, összetettebbé válása, a pénzügyi intézményrendszer módosulása is az említett folyamatot erősíti.

Egyes események hangsúlyosabban felhívják a figyelmet a változásokra, az alkalmazkodás szükségességére. Az elmúlt évtizedekben megjelent válságszituációk során egyéni és üzleti döntéshozók is kihívásokkal szembesültek. Az ilyen helyzetekre történő megfelelő reakció feltételezi, hogy a pénzügyi ismeretek, képességek bizonyos szinten már rendelkezésre állnak. Ebben az egyének hozzáállásán, motivációján kívül nagy szerep jut az oktatási intézményeknek, a pénzügyi kultúra elmélyítését célzó stratégiáknak, továbbá az alacsonyabb megértést lehetővé tevő kutatásoknak egyaránt.

Irodalomjegyzék

- de Bassa Scheresberg, C. (2013). Financial Literacy and Financial Behavior among Young Adults: Evidence and Implications. *Numeracy*. 6(2). Article 5. DOI: <http://dx.doi.org/10.5038/1936-4660.6.2.5>
- Csoma, Gy., & Lada, L. (1997). Tételek a funkcionális analfabetizmusról. *Új Pedagógiai Szemle*, 47(6). pp. 3-11.
- European Commission (2023). *Financial Literacy*. https://finance.ec.europa.eu/consumer-finance-and-payments/financial-literacy_en#about Letöltve: 2023.07.04.
- Goldberg, H. & Lewis, R. (1978). *Money Madness*. Springwood Books, London
- Habschick, M. S. & Britta, E. J. (2007). *Survey of Financial Literacy Schemes in the EU27*. EversJung
- Inotai, A. (2012). Válság után? *Magyar Pénzügyi Szemle*. 56. pp. 352–368.
- Jelly, H. (1958). *A Measurement and Interpretation of Money Management Understandings of Twelfth Grade Students*. Unpublished doctoral dissertation, University of Cincinnati, Cincinnati
- Klapper, L. F., Lusardi, A., van Oudheusden, P. (2015). *Financial Literacy Around the World: Insights from the Standard & Poor's Ratings Services Global Financial Literacy Survey*. https://gflec.org/wp-content/uploads/2015/11/Finlit_paper_16_F2_singles.pdf Letöltve: 2023.07.02.
- Kooreman, P. (2007). Time, money, peers, and parents; some data and theories on teenage behavior. *Journal of Population Economics*. 20. pp. 9–33
- Kovács, P., Kuruczleki, É., Rácz, T. A., & Lipták, L. (2021). Survey of Hungarian High School Students' Financial Literacy in the Last 10 Years Based on the Econventio Test. *Pénzügyi*

Szemle = *Public Finance Quarterly*. 66(2). pp 175–194.
https://doi.org/10.35551/PFQ_2021_2_1

McNeal, J. U. (2007). *On Becoming a Consumer: The Development of Consumer Behavior Patterns in Childhood*. Elsevier, Burlington, MA

MNB (2008). *Együttműködési megállapodás a pénzügyi kultúra fejlesztéséről* (MNB és PSZÁF), Vol. 2012. Budapest, MNB, PSZÁF

Németh E., Vargha B. T., & Domokos K. (2020). Pénzügyi kultúra. Kik, kiket és mire képeznek? Összehasonlító elemzés 2016–2020. *Pénzügyi Szemle/Public Finance Quarterly*. 65(4). Article 4.

OECD (2020). *PISA 2018 Results (Volume IV): Are Students Smart about Money?*. PISA, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/48ebd1ba-en>.

OECD/INFE (2020). *International Survey of Adult Financial Literacy*. <https://www.oecd.org/financial/education/launchoftheoecdinfeGLOBALfinancialliteracysurveyreport.htm> Letöltve: 2023.07.10.

Roedder, J. R. D. (1999). Consumer Socialization of Children: A Retrospective Look at Twenty Five Years of Research. *Journal of Consumer Research*. 26. pp. 183–213.

Ruckenstein, R. (2010). Time scales of consumption: Children, money and transactional orders. *Journal of Consumer Culture*. 10. pp. 383–404.

T. Kiss Tamás (2013). Az analfabetizmus: a dualizmus kori Magyarország kulturális/politikai problémája. In: *Kultúrkapuk: tanulmányok a kultúr[politik]áról, az érték közvetítésről és a kulturális valóságról*. pp. 11–42.

Wong, J. (2010). An Analysis of Money Attitudes: Their Relationships & Effects On Personal Needs, Social Identity and Emotions. *Journal of Leadership, Accountability & Ethics*. 8. pp. 57–64.

On the emergence of identity economics: a review

László TÓTH¹, Kende RADOS²

DOI: [10.29180/978-615-6342-76-8_41](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-76-8_41)

Abstract

The emerging sub-field of identity economics has gained a recognizable increase in interest since the publishing of the seminal work of Akerlof and Kranton (2000). One must acknowledge that there have been significant antecedents of their work within psychology. According to our review of the related literature, the application of social identity theory from social psychology to economics seems as a theoretically well-founded logical step; however, the actual integration of the concept of identity into the analysis of economic choice has resulted in a rather fragmented literature. In this paper, we reviewed the seminal theoretical works, and the most representative empirical papers on possible applicability of the identity economics approach. We claim that after recognition of alternative approaches like considering identity as relations, rather than categories, the field will gain a more significant role in economic analysis.

Keywords: identity economics, social identity theory, social environment, decision making

Why identity economics?

Economists' approaches to decision-making are often criticized for decontextualizing the decision-making process, while representing economic agents as simplified beings with a single aim of utility maximization. The emerging subfield of identity economics attempts to remedy the shortcomings of the current mainstream economics approaches. According to this line of research, humans are social beings who base their choices not only on monetary incentives, but also on their social identities. From this perspective, individuals and economic transactions are embedded into social context, where the desire to build, to maintain or to avoid certain identities in relation to others can also serve as a motivating factor for individuals. In this short paper, we review the seminal theoretical works that have led to the emergence of the field, followed by an introduction of selected empirical studies from various areas of application. By compiling this review, we aim to provide a foundation for future research in identity economics.

Theoretical foundations

Social identity theory and identity economics

Identity economics is an emerging sub-field of economics that is not associated with a singular, standardized and agreed upon theoretical and empirical framework. Due to this characteristic, psychologist, sociologist and economist researchers over the past 40-50 years have developed their models and theories along separate paths, sometimes creating divergent interpretations regarding their focus on identity functions (Charness & Chen, 2020). However, several more established and cited models have emerged, two of which are social identity theory by Tajfel and Turner (1979; 1986) and the identity economics framework by Akerlof and Kranton (2000; 2010) which are discussed in this literature review along with papers that build on these works,

¹ Budapest Business University, Faculty of International Management and Business, Department of International Economics, e-mail: toth.laszlo@uni-bge.hu

² Independent Researcher, radoskende@gmail.com

as both of them have been instrumental in creating the groundwork that a significant number of identity economics related papers cite and incorporate.

The concept of social identity, as examined in the following line of research, is defined as an individual's sense of self in relation to social group memberships, as perceived by that individual (Charness & Chen, 2020). The studies of human identity and its behavioral implications started in the psychology sphere, where a noteworthy model called social identity theory was developed by Tajfel & Turner (1979; 1986). According to the model, a person's social identity is an important variable that is responsible for one's motivations of grouping other individuals and themselves into social categories and consequently for discriminating behavior between the thusly established groups. Individuals categorize others and themselves into social groups via inherent human instincts, which categorization is then utilized to gain positive feeling and identification from those group memberships. On the other hand, this also goes for discrimination towards outgroups, as viewing them negatively reinforces the positive feeling from belonging to the ingroup.

The social identity theory utilizes the minimal group paradigm, where the ingroup and outgroup is distinguished only by an irrelevant classification. However, that classification difference is found to influence reward distribution between outgroup and ingroup members; in other words, there is a positive ingroup bias even for unrelated social group memberships (Tajfel et al., 1971). An integral component of social identity theory, the self-categorization theory, (Turner, 1985) describes how priming individuals for certain environmental cues causes specific social categories to become salient, which causes the individuals' behaviors to change towards the social norms associated with the newly salient category. Utilizing priming, it is therefore possible to create the conditions needed to observe behavior changes related to social categorization and its inherent biases towards group memberships. Integrating the social identity theory and the self-categorization theory led to the broader concept of the social identity approach, which denotes the utilization of the underlying concepts into a significant number of fields of research, cited most popularly in psychology, business and management, with economics also being on the list (Brown, 2019).

Identity economics, as developed by Akerlof and Kranton (2000), approaches the topic by criticizing the rational choice and expected utility theories stating that they do not adequately represent how individuals make economic decisions, and to remedy this they created a new utility function. In their system, individuals are a part of society which influences what is considered the appropriate decision by a certain individual. Individuals value goods that are related to their social identities, while reject goods that are unsupported by their social norms as these goods provide positive and negative utility, respectively. Additionally, identity economics is applicable to the economics of organizations alongside individuals. It is stated that a positive effect exists between effort put in work and the remuneration provided for it, which has implications for what is the optimal amount of work for a given amount of remuneration. This is also applicable for education, where social identity associated with studying and the institution determines how much positive or negative utility is generated. In the job market, the model explains the effect of gender segregation on which jobs are seen as socially accepted for each gender (Akerlof and Kranton, 2010).

Advances in identity economics

Other subfields, combined with identity economics, can advance understanding and fill in gaps of knowledge. Complications in stratification economics were addressed through identity economics which arose from how individuals can have multiple identities. In this case, two

types of social identities are distinguished: categorical and relational identities, which are both self-constructed and socially constructed. These social identities are ranked by individuals based on social contexts they are in (Davis, 2014). While most reviewed research involves categorical identities, Garai (2017) discusses an alternative strain of social identity research based on relational identities. In his work, the external environment is in focus, shifted from the internal environment, where individuals are interconnected through their relationships to each other and their social groups. These relationships are defined by interactions and the saliency of social identities in these interactions, as opposed to categorical classifications of defining attributes.

Review of empirical studies of different fields

An example of the economics application of the self-categorization theory and social identity is seen in a study that looks at Asian and Black ethnic category norms on time and risk preferences by utilizing priming targeted to make the racial background salient causes Asians to make more patient choices, and Blacks to become more risk averse in stock market participation (Benjamin et al., 2010). Additionally, when priming a group of Asian American women for racial identity, which is associated with quantitative skills expertise, they performed better at a math test than when they were primed for gender identity, in which case they are not associated with the corresponding skills (Shih et al., 1999).

Group conflicts can happen both in an organizational setting and between different social groups based on social identities and their conflict generating tendencies. Social identity theory, as applied to organizational settings, relates to how employees' social group memberships are impacted based on how employees perceive their own and others' social prestige. It was found that management accountants' prestige, that is derived from their perceived social identities as employed by an organization, has an effect on their potential conflicts with their managers. In this case, a higher perceived prestige lowered the potential conflicts within an organization, as the accountants felt more respected and taken seriously (Hiller, 2014).

In the context of conflict in a non-organizational setting, two groups, who are primed with different identities, can introduce outgroup conflict between them, while strengthening ingroup unity and effort. Sen (2007) explores how cultural or historical differences, in salient identity, can cause conflict between outgroups. While an individual might possess multiple identities, some of which they share with other individuals, not all identities are salient at once; this can exclude otherwise shared identities with others, causing differences as opposed to shared values to be the defining factors between them. This selective saliency of identities has the potential to generate conflict between groups who would otherwise peacefully coexist. A study, based on the identity-based conflict literature, found that conflict arises between groups in a real identity-based context, but not necessarily in a minimal group setting. In the experiment, two groups were separated based on racial characteristics in a competitive lottery game, involving Caucasians and Asians respectively, which when revealed to the group members caused a stronger ingroup unity and lesser free-riding effect within the groups, particularly in female participants. Meanwhile, in a minimal group setting where only a color indicator was the known difference between the groups, the effect was not observable (Chowdhury et al., 2016).

Social identity can be used to uncover the underlying motivations for individuals starting an activity and who have a desire of being productive. In a study utilizing interviews, it was found that individuals aged 50 or older want to be perceived by themselves and others as productive

members of society, who are capable of autonomy and self-realization, instead of being relegated into the less prestigious social category of pensioners (Soto-Simeone & Kautonen, 2020). The individual's perceived position in the social group membership system also determines what earnings are viewed as remunerative. Using national survey data in India, a study found that an individual's position within the Indian caste system has an influence on what earnings are seen as remunerative when looking at what self-employed jobs different caste members would find acceptable doing, which depends on their social status derived from their position in the caste system. Individuals with a higher position would require higher returns on self-employment, while lower ranked individuals would perceive lower remuneration as acceptable, while also perceiving the earnings gap as smaller than the actual earnings gap based on data (Goel & Deshpande, 2020).

From the political identity side, a financial risk-taking variance is found based on whether an individual identifies as a liberal or a conservative. Manipulating participants' self-efficacy, defined as their belief in their ability to perform actions as situations demand, it is shown that conservatives have increased financial risk-taking preference as self-efficacy increased, while the effect is not observed for liberals. This effect is attributed to conservatives possessing more social dominance orientation, while for liberals it is not an important part of their social identity (Han et al., 2019).

In terms of investments, a study uses the social identity theory to investigate how social information is used by crowdfunding investors. As it is found through an experiment designed to task the participant to invest into one of two crowdfunded companies, social identity theory can explain how investors might forgo the profit-maximizing option based on social group membership. When the investors are primed for a certain identity shared by one of the crowdfunding companies, the social information available about the company becomes more attractive to the investors, who then become more willing to invest into that option even if that means foregoing the financially more lucrative option due to the shared values and identity causing strengthened commitment. This effect is also observed when negative social information is shared, in which case there is a defensive investment taking place by the investors sharing the identity with the company (Kuselias, 2020).

A separate study examined the effect of social group membership on crowdlending. In the experiment the authors used simple email manipulation on lenders of the Kiva crowd-lending community. The emails encouraged lenders to join lending teams, which if successful, was observed to have a positive effect on lending activity during a one-week window after joining. Overall, joining a team increased prosocial lending, as the identity gained by being team members encouraged them to contribute to the team's standing on the leaderboards alongside the increased information sharing regarding the potential borrowers (Ai et al., 2016). In the context of donations, a similar effectiveness of group dynamic is observable, where forming teams that compete for matching funds inspires team members to not let their teams down and thus increase donations. In the experiments, participants received endowments, a proportion of which they could donate in multiple experiment configurations of separate individuals, added matching funds and in team contexts. Adding the variable of matching funds increases the size of donations, while belonging to teams has the largest effect on contributions due to the salient presence of a social group membership (Charness & Holder, 2018).

Religious identity is also possible to be primed that has an impact on economic behavior. In an experiment, priming participants for religious identity caused them to act closer to the norms associated with their salient religion. Priming Catholics resulted in decreased contribution to public goods in line with the fall in trust associated with vertically organized religions, while

Protestants increased public goods contributions due to the presence of higher unconditional contribution norms (Benjamin et al., 2016). Another study found that religious identity behavior is also applicable to Muslims in the context of financial investment. In the study, it is shown that during Ramadan there is an increased optimism regarding investor sentiment linked to the religious identity, which causes investors to increase their volume of investments, leading to higher stock prices in stocks that are predominantly traded by Muslims. This effect is due to the religious influence of solidarity and optimistic social identity which influences investor sentiment benefiting stocks for the duration of the month (Białkowski, et al., 2012).

Social group membership does not only have positive effects, as free riding is a negative phenomenon that can manifest in social groups. There is a desire by individuals to join social groups that have high social status associated with them, potentially leaving less desirable social groups behind. However, social groups are shaped by their members' exogenous behavior and attributes, which can get diluted by an influx of new members. Some individuals are only interested in gaining the positive association of being part of the high-status social groups but are unwilling to contribute the necessary norms and behavior demanded by the particular group they wish to join. As an example, a free rider joins an altruistic group to adopt the social prestige associated with the group by being vocal about it, but in effect does not contribute to donations, thus reducing the overall prestige of the group. This behavior harms the original group members. As a deterrence mechanism, high contributors can exploit endogenously determined social attributes to combat free-riding and introduce required status goods to create an entry barrier into the social group (Bernard et al., 2016).

In addition, morally right behavior can be turned to produce a negative effect, as individuals rely on their social identities to adhere to moral standards and norms, but the cues dictating what is moral can intentionally or unintentionally be distorted into selfish behavior to narratively better suit the identity of the individual (Bénabou and Tirole, 2011). Another negative effect of social group memberships is potential antisocial behavior when social comparison is present and there is inequality between individuals. A study revealed through a laboratory investment task in which participants can reduce the payoff of other participants that they are inclined to do so in certain instances. In the experiment, when social identity is unknown, the low-income individuals produce a more antisocial behavior to other low-income individuals than when the social identity among them is shared, thus known (Gangadharan et al., 2019).

Conclusions

We set out to review the main works related to identity economics, in order to provide a foundation for future studies. Based on our review of the related literature, we can conclude that the field is rather fragmented both from theoretical and empirical perspectives. In this paper, we presented the theoretical works that are most often referenced and the empirical works that are most representative of the various applicability of the identity economics approach. Although Akerlof and Kranton's (2010) seminal work stands out as the basis of many subsequent papers, one must recognize alternative approaches, as well. As mentioned above, Davis (2014) points out that social identities can be considered as either categorical or relational. Garai's (2017) work, for example, could provide a valid alternative to Akerlof and Kranton's approach, when considering identities not as categories, but as relations to others. From this perspective, our identities are not set or given, but are produced through our interactions with the other members of society. Accordingly, our economic decisions are

motivated by the development, maintenance or even the avoidance of an identity dimension, in other words the identities are constantly being worked out by our interactions with others, requiring investments of resources into these social maneuvering processes. Hence, identity economics, and its recognition of this resource allocation mechanism, is predicted to play a more significant role in the future of economics research.

References

- Ai, W., Chen, R., Chen, Y., Mei, Q., & Phillips, W. (2016). Recommending teams promotes prosocial lending in online microfinance. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, *113*(52), pp. 14944–14948. <https://doi.org/10.1073/pnas.1606085113>
- Akerlof, G. A., & Kranton, R. E. (2000). Economics and Identity. *Quarterly Journal of Economics*, *115*(3), pp. 715-753. <https://doi.org/10.1162/003355300554881>
- Akerlof, G. A., & Kranton, R. E. (2010). *Identity Economics: How Our Identities Shape Our Work, Wages, and Well-being*. Princeton University Press.
- Bénabou, R., & Tirole, J. (2011). Identity, Morals, and Taboos: Beliefs as Assets. *The Quarterly Journal of Economics*, *126*(2), pp. 805-855. <https://doi.org/10.1093/qje/qjr002>
- Benjamin, D. J., Choi, J. J., & Fisher, G. (2016). Religious Identity and Economic Behavior. *Review of Economics and Statistics*, *98*(4), pp. 617–637. https://doi.org/10.1162/rest_a_00586
- Benjamin, D. J., Choi, J. J., & Strickland, A. J. (2010). Social Identity and Preferences. *American Economic Review*, *100*(4), pp. 1913–1928. <https://doi.org/10.1257/aer.100.4.1913>
- Bernard, M., Hett, F., & Mechtel, M. (2016). Social identity and social free-riding. *European Economic Review*, *90*, pp. 4–17. <https://doi.org/10.1016/j.eurocorev.2016.01.001>
- Białkowski, J., Etebari, A., & Wisniewski, T. P. (2012). Fast profits: Investor sentiment and stock returns during Ramadan. *Journal of Banking & Finance*, *36*(3), pp. 835–845. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2011.09.01>
- Brown, R. (2019). The social identity approach: Appraising the Tajfellian legacy. *British Journal of Social Psychology*, *59*(1), pp. 5–25. <https://doi.org/10.1111/bjso.12349>
- Charness, G., & Chen, Y. (2020). Social Identity, Group Behavior, and Teams. *Annual Review of Economics*, *12*(1). <https://doi.org/10.1146/annurev-economics-091619-032800>
- Charness, G., & Holder, P. (2018). Charity in the Laboratory: Matching, Competition, and Group Identity. *Management Science*, *65*(3), pp. 1398-1407. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2017.2923>
- Chowdhury, S. M., Jeon, J. Y., & Ramalingam, A. (2016). Identity and group conflict. *European Economic Review*, *90*, pp. 107–121. <https://doi.org/10.1016/j.eurocorev.2016.02.003>
- Davis, J. B. (2014). Stratification economics and identity economics. *Cambridge Journal of Economics*, *39*(5), pp. 1215–1229. <https://doi.org/10.1093/cje/beu071>

- Gangadharan, L., Grossman, P. J., Molle, M. K., & Vecchi, J. (2019). Impact of Social Identity and Inequality on Antisocial Behaviour. *European Economic Review*, 119, pp. 199-215. <https://doi.org/10.1016/j.eurocorev.2019.07.004>
- Garai, L. (2017). *Reconsidering Identity Economics: Human Well-Being and Governance*. Palgrave Macmillan New York.
- Goel, D., & Deshpande, A. (2020). Social identity and perceived income adequacy. *Review of Development Economics*, 24(2), pp. 339-361. <https://doi.org/10.1111/rode.12646>
- Han, K., Jung, J., Mittal, V., Zyung, J. D., & Adam, H. (2019). Political Identity and Financial Risk Taking: Insights from Social Dominance Orientation. *Journal of Marketing Research*, 56(4), pp. 581-601. <https://doi.org/10.1177/0022243718813331>
- Hiller, K., Mahlendorf, M. D., & Weber, J. (2014). Management Accountants' Occupational Prestige Within the Company: A Social Identity Theory Perspective. *European Accounting Review*, 23(4), pp. 671-691. <https://doi.org/10.1080/09638180.2013.849204>
- Kuselias, S. (2020). Follow the Crowd: How Social Information and Social Identity Influence Investing Decisions. *Abacus*, 56(3), pp. 407-435. <https://doi.org/10.1111/abac.12188>
- Sen, A. (2007). *Identity and violence: The illusion of destiny*. Penguin Books India.
- Shih, M., Pittinsky, T. L., & Ambady, N. (1999). Stereotype Susceptibility: Identity Salience and Shifts in Quantitative Performance. *Psychological Science*, 10(1), pp. 80-83. <https://doi.org/10.1111/1467-9280.00111>
- Soto-Simeone, A., & Kautonen, T. (2020). Senior entrepreneurship following unemployment: a social identity theory perspective. *Review of Managerial Science*, 15(6), pp. 1683-1706. <https://doi.org/10.1007/s11846-020-00395-z>
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. In W. G. Austin & S. Worchel (Eds.), *The social psychology of intergroup relations*. pp. 33-47. Monterey, CA: Brooks/Cole.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1986). The social identity theory of intergroup behaviour. In S. Worchel & W. G. Austin (Eds.), *Psychology of intergroup relations* pp. 7-24. Chicago, IL: Nelson.
- Tajfel, H., Billig, M. G., Bundy, R. P., & Flament, C. (1971). Social categorization and intergroup behaviour. *European Journal of Social Psychology*, 1(2), pp. 149-178. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2420010202>
- Turner, J.C. (1985) Social Categorization and the Self-Concept: A Social Cognitive Theory of Group Behavior. In: Lawler, E., (Ed.), *Advances in Group Processes*. pp. 77-121. Greenwich, JAI Pres

A hagyományos szakirodalmi keresési eljárások korlátjai egy új kutatási téma feldolgozása során

TÓTH-TÉGLÁS Tünde¹, SZÁSZVÁRI Karina², REICHER Regina³, KOLNHOFER-DERECSKEI Anita⁴

DOI: [10.29180/978-615-6342-76-8_42](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-76-8_42)

Absztrakt

Felgyorsult életünkben olyan szerteágazó információforrás áll rendelkezésre, amely napjainkban jelentősen megnehezíti és egyre szubjektívebbé teszi egy megalapozott szakirodalmi feldolgozás elkészítését. Tanulmányunkban egy hiánypótló, új kutatási terület feltárása során készített irodalomfeltárás példáján mutatjuk be a hagyományos szakirodalomfeldolgozás „új” lehetőségeit és korlátait. A hagyományos vagy narratív módszertan részletes leírása után, konkrét esettanulmányon keresztül elemezzük ezen módszer előnyeit és hátrányait, valamint tapasztalatainkat. Az irodalomfeldolgozási tapasztalataink igazolják, hogy a megnövekedett információrengetegben a tradicionális irodalomfeldolgozás hitelességét és kétoldalúságát a transzparencia biztosításával kiegészítve biztosíthatjuk.

Kulcsszavak: hagyományos szakirodalomfeldolgozás, transzparencia, hazai szakirodalmak

Bevezetés és elméleti alapok

A kutatási problémák felderítése megfelelő szakirodalmi tájékozottságra épül. Ennek során tisztázásra kerülnek a témakörben releváns fogalmi és módszertani keretek, és a vizsgált szakterület paradigmái (Szabó, 2002). Az irodalomfeltárás során felkeressük a területen zajló kutatásokat, új eredményeket, feltárjuk a kutatás fejlődéstörténeti háttérét, azonosítjuk a vitás pontokat ezáltal pontosíthatjuk kutatási témánkat (Szokolszky, 2004). A hagyományos elbeszélő (narrative) formában készült irodalomfeldolgozás logikailag rendezett, kritikus szemléletű áttekintést ad a kutatás háttéréről és szintetizálja a releváns információkat. (Matthews-Ross, 2010) A szakirodalmi feltárás során ügyelnünk kell a hiteles, eredeti és időszzerű források felkutatására és kiválasztására, valamint az egyoldalúság elkerülésére.

A hitelesség kérdése tekintetben a tudományos szakmai közönség által elfogadott, lektorok és szerkesztők által ellenőrzött források fellelhetőségének problémája vetődik fel. Babbie (1989) a társadalomkutatások gyakorlatáról szóló, alapvető iránymutatást adó könyvében a hagyományos könyvtárak használatáról még külön fejezetet írt, és a számítógépes nyilvántartásokat utópisztikus gondolatként említi. Az ezredforduló előtt a hiteles források elérhetősége jelentett problémát, ma már a rendelkezésre álló tudományos források túltengésével küzdünk. Egyes kutatási témával kapcsolatban való keresés több ezer relevánsnak tűnő találatot is adhat, ugyanakkor komoly nehézséget okoz az információrengetegből a megfelelő anyagok kiszűrése (Szokolszky, 2004). A válogatás, a hitelesség szempontjából, a

¹ Eötvös Loránd Tudományegyetem, Pedagógiai és Pszichológiai Kar, Felnőttképzés-kutatási és Tudásmenedzsment Intézet, e-mail: toth-teglas.tunde@ppk.elte.hu, ORCID: 0000-0001-9507-9759

² Budapest Gazdasági Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Kar, Menedzsment Tanszék, e-mail: szaszvari.karina.agnes@uni-bge.hu, ORCID: 0000-0002-2583-4808

³ Budapest Gazdasági Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Kar, Menedzsment Tanszék, e-mail: reicher.regina@uni-bge.hu, ORCID: 0000-0003-3929-6331

⁴ Budapest Gazdasági Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Kar, Üzleti gazdaságtan Tanszék, e-mail: kolnhofer-derecskei.anita@uni-bge.hu, ORCID: 0000-0002-1780-7674

formai és a módszertani követelményeknek való megfelelés vizsgálatát, a „pongyola” publikációs gyakorlatok kiszűrését is jelenti (Körösi-Mátyás-Székely, 1985).

Eredetiség szempontjából gyűjthetünk a kutatási eredményeket első kézből bemutató elsődleges, és másodlagos forrásokat is, amelyek az adott témáról áttekintő, elemző összefoglalásokat tartalmaznak (Szabó, 2002). A forráskeresés folyamatában eltérően használhatunk elsődleges és másodlagos forrásokat. Szabó (2002) a detektívek munkájához hasonlítja a folyamatot, ahol először madártávlatból keressük a tágabb összefüggéseket, a témánkhoz kapcsolódó irodalmakat másodlagos források segítségével. Majd később „az ígéretesnek látszó szálak nyomába” eredünk, és a jelentősebb referáló folyóiratok legújabb számainak fellapozásával folytatjuk a keresést. A kutatási témánkhoz szorosan kapcsolódó források keresése során már elsősorban elsődleges forrásokat választunk. A tudományos közegben is megoszlanak azonban a vélemények arról, milyen mélységben szükséges a választott kutatási téma elhelyezése a tágabb szakterületen belül, és hol húzzuk meg a határt szorosan kapcsolódó irodalmak körénél. A tradicionális téma vezérelt keresési eljárás előnye, hogy már a keresés folyamatában segíti a feldolgozást, ugyanakkor fókusza a szerző szubjektivitásából adódóan szűkebb (ezáltal akár fókuszáltabb) lehet.

Az időszerűség tekintetében erőteljes tendencia, hogy „a forrásstruktúra eltolódik az elevenebb, időszerűbb források felé, a folyóiratok dominálnak a könyvekkel szemben, a konferenciaanyagok a folyóiratokkal szemben.” (Szabó, 2002; 89.o.) A forrásgyűjtés során napjainkban is erőteljesen a frissebb, időszerűbb források felkutatására törekszünk. Fontos azonban megjegyezni, hogy a társadalomtudományokban is gyakran érdemes lehet „visszanyúlni a régiekhez” (Szabó, 2002). A tudományos közösségek publikációk időszerűségére vonatkozó elvárásai is nagyon eltérőek lehetnek.

Vitathatatlan tudományos elvárás - a bizonyítás korrektsége szempontjából - a kétoldalúság, az ellentétes eredmények és vélemények bemutatása, ütköztetése (Szabó, 2002). „A tudományos közélet azonban olyan, mint a gazdasági élet: sok a csalás, a szándékos vagy pusztán csak hanyagságból, felületességből történő minőségromlás, és kevés az ellenőrzés.” (Szabó, 2002; 110.o.) A transzparencia hiányával a hagyományos irodalomfeldolgozás megbízhatóságát megkérdőjelezheti a szerzők szubjektivitása (Kamarási – Mogyorósy, 2015). Nemcsak a feldolgozás, hanem már a források keresésének és válogatásának folyamatában is felmerülhet az egyoldalúság problémája. A hagyományos keresési eljárásokban nem követhető nyomon, ha egy tanulmány csupán néhány vezércikkre és ezt kiegészítő tanulmányok feldolgozására épül (Batizi, 2023). A másodlagos források áttekintő, összefoglaló tanulmányainak felhasználása a szerzők egyoldalúsága esetén tovagyrúzó torzításokat okozhat. A tudományos publikációk jelentős mennyiségi növekedésével ez a probléma egyre erőteljesebben érezhető, amely egyre jobban felerősíti a forráskeresés és kiválasztási folyamat, a szűrési feltételek nyomon követhetőségének igényét. Kamarási és Mogyorósy (2015) olyan torzításokra is felhívja a figyelmet, amelyek már a publikációk megjelenése során is egyoldalúságot eredményezhetnek. Állításuk szerint a kutatások publikálása során a szerkesztők a pozitív és az elfogadott normáknak megfelelő eredmények tanulmányait szívesebben és gyorsabban publikálják, mint az ellentétes vagy negatív eredménnyel végződő kutatások beszámolóit.

Kutatási tapasztalatok

Tanulmányunkban egy olyan téma szakirodalmi áttekintésének tapasztalatairól számolunk be, amelyet alapvetően hiánypótlónak feltételezünk a hazai, magyar nyelven elérhető tudományos források tekintetében. Az ILO (International Labour Organisation) által 2020 májusában közzétett jelentésében került első ízben említésre az ún. „lezárt (lockdown) generáció”, a pandémia időszakában a lezárások alatt a munka világában szocializálódó fiatal korosztály

megjelenése a munkaerőpiacon (ILO, 2020; ILO Monitor, 2020). Feltételezésünk szerint a COVID-19 okozta lezárások és korlátozások olyan rendkívüli és erőteljes eseményként jelentkeztek, amelyek egy új alpopuláció kialakulását eredményezhetik. Szakirodalmi feltárásunk igazolta, hogy tervezett kutatásunk témája, újszerű és ezáltal hiánypótló lehet. Ebben a cikkben a magyar szakirodalmak gyűjtésének folyamatát mutatjuk be.

A magyar szakirodalmi feltárást a tradicionális eszközökkel végeztük, mivel a hazai szakirodalmi feltárásban a szisztematikus keresési és modellezési technikák alkalmazását a technikai lehetőségek korlátozták. A keresésről készített riport készítése során ugyanakkor a transzparencia biztosításával törekedtünk a szubjektivitás csökkentésére. (1. táblázat) A feltárás során tágabb témakörből kiindulva szűkítettük a keresés fókuszát. A keresést először a munkaerőpiac aktuális helyzete felől vizsgáltuk, majd a generációk munkahelyi szocializációján keresztül haladva szűkítettük a témafókuszot a „lockdown” generációig. A téma aktualitására való tekintettel a keresést minden esetben a 2020 után megjelent tanulmányokra szűkítettük. A keresést első körben az MTMT (Magyar Tudományos Művel Tára) adatbázisában végeztük, ahol inkább tágabb témakörben lehetséges a keresés. Második körben a Google Scholar-ban kerestünk, ahol lehetőség volt szűkebb témafókuszban is keresni. Itt a magas találati arány okozott nehézséget a válogatásban. Ezt követően a releváns szakfolyóiratokban kerestünk, és a releváns tanulmányok irodalomjegyzékén keresztül „nyomoztunk tovább”. A folyóiratok elérhető tanulmányai között a tartalmi keresők sajnos nem megfelelően segítik a kutatók munkáját, amely különösen nehézkessé és pontatlanná teheti a válogatást.

1. táblázat: Keresési találatok összefoglalója (2023. március 30-i állapot)

<i>Forrás</i>	<i>Keresési kifejezések</i>	<i>Találatok</i>	<i>Szűkítés</i>	<i>Eredmény</i>
MTMT	Munkaerőpiac	384	21 →	1
	Munka és COVID	9	8	
Google Scholar	fiatalok pandémia munka	3700	6	1
	diplomás pályakezdő generációk	607		2
	generációk munkahely	3050		2
	z generáció átmenet	1650		4
	munkahelyi szocializáció Z generáció	433		-
	Lockdown generáció	218		1
Releváns szakfolyóiratok	Vezetéstudomány		10	2
	Új Munkaügyi Szemle		8	
	Szociológiai Szemle		4	
	Educatio		1	
	Kultúra és Közösség		1	
Metszetek		1		
Irodalomjegyzék			6	

Forrás: saját szerkesztés

Az MTMT adatbázisában tágabb témakörben volt mód a keresésre, itt a munkaerőpiac, valamint a munka és COVID keresőszavak alapján végeztük a keresést. Összesen 473 találatot kaptunk (fent szűkítés utáni érték szerepel), a részletes keresés során 21 olyan tanulmányt találtunk, amely a munkaerőpiac pandémia hatására megfigyelhető aktuális kérdésekkel foglalkozik. A legtöbb a távmunka vonatkozásában és további EEM (emberi erőforrás menedzsment) intézkedésekkel kapcsolatban íródott. A generációk vonatkozásában 8 olyan tanulmányt találtunk, a fiatal korosztály munkaerőpiaci integrációjára vonatkozóan mindössze egy valóban releváns tanulmányt találtunk. A Google Scholar keresőprogramon keresztül tapasztalataink szerint a keresés sokkal rugalmasabb vagy szükség esetén, fókuszáltabb

keresőszavak használatát teszi lehetővé. Ugyanakkor olyan sok találatot ad ki, amelyek áttekintése és kiválogatása sokkal több szubjektivitást tartalmazhat. A „fiatalok pandémia” keresésre 3700, a „diplomás pályakezdő” keresésre 607, a „generációk munkahely”-re 3050 találatot kaptunk, amelyekből mindössze 5 tanulmányt választottunk olvasásra. A „Z generáció átmenet” kulcsszóra tapasztalataink szerint sok olyan találat érkezett, amely elsősorban az „átmenet” kérdéskörével foglalkozó szakdolgozatot ad ki. A „munkahelyi szocializáció Z generáció” kulcsszóra már „csak” 433 találatot kaptunk, de a témánk szempontjából kevésbé releváns tanulmányokat találtunk. Végül a legszűkebb kulcsszóra, a „lockdown generáció” keresésre 218 találatot adott ki a Google Scholar. Tapasztalataink szerint azonban ez a kulcsszó „félrevitte” a szűkítést, mert sok találat valójában a generációk kifejezésre érkezett. A témánk szempontjából 6 releváns szakfolyóirat adatbázisában folytattuk a keresést. Ezek a tanulmányok a témánk tágabb kontextusában lehetnek érdekesek. A válság különböző aspektusairól, a digitális kompetenciákról, a generációs elméletekről, valamint az új „csendes” generáció jellemzőiről, pályaválasztási preferenciáiról szólnak. Ebből a válogatásból további szűkítéssel 2 olyan tanulmányt választottunk, amely a fiatal generáció pandémia alatti munkahelyi beilleszkedéséhez szorosabban kapcsolódik. A releváns tanulmányok irodalomjegyzékén haladva 6 olyan meghatározó tanulmányra találtunk, amely fontos kiindulópontot adhat a kutatásunk szakterületi meghatározásához. Ezek 5, a munkaerőpiaci elemzésekkel foglalkozó szerzőhöz köthetőek. Megjelenésüket tekintve 4 darab 2020 előtti forrás, amelyek visszamenőleges vizsgálódáshoz, a szakterület paradigmáinak megértéséhez nyújthatnak kiindulópontot. Ezen kívül találtunk 2 átfogó friss tanulmányt, amely a témakör statisztikai megalapozását teszi lehetővé.

Következtetések, javaslatok

Összegezve az elérhető források erőteljesen megnövekedő mennyisége szükségessé teszi a szakirodalmi feldolgozás transzparenciáját. Ezáltal biztosíthatjuk az összegyűjtött források hitelességét, eredetiségét, valamint a válogatás kétoldalúságát. A hagyományos elbeszélő vagy narratív jellegű irodalomfeldolgozást felváltja, vagy kiegészítheti a megbízható információkat átlátható protokoll alapján készített forrásgyűjtés (Ágoston, 2022). Bryman (2016) kutatómódszertani könyvének új kiadásában úgy vélekedik, hogy a hagyományos irodalomfeldolgozással készült elemzések szisztematikus elemzés nélkül is megfelelhetnek a szakmai kritériumoknak. A nemzetközi, angol nyelven íródott szakirodalmak esetén a kiterjedt és egységesített adatbázisok és az összehangolt keresési eljárások megkönnyítik a munkánkat. Ugyanakkor a hazai, magyar nyelven írt anyagok felkeresése, amelyek nélkül a magyar jellemzők megértése és tudományos kutatása elképzelhetetlen, a lehetséges források megtalálásával kezdődik, ehhez kiindulásként az MTMT használatát javasoljuk, ahol a releváns folyóiratok listája és besorolása is elérhető. A szakirodalmi gyűjtés automatikus adatbányászati alapokon nyugvó, újszerű szisztematikus rendszerezése, az eltérő forrásformátumok miatt nehézkes. Ezért magyar nyelven, továbbra is a tradicionális vagy narratív technikák alkalmazása célravezető.

Köszönetnyilvánítás

A tanulmány a BGE Felsőoktatás Jövője Kiválósági Központ (FHERC) Tudásközpontjának égisze alatt jött létre.

Irodalomjegyzék

- Ágoston, N. (2022): Külföldi csódelőrejelző módszerek szisztematikus irodalomelemzése, *Vezetéstudomány*, 52 (1). pp. 69-89.
- Babbie, E. (1989): *A társadalomtudományi kutatás gyakorlata*. Negyedik kiadás. Balassi Kiadó, Budapest
- Babbie, E. (2003): *A társadalomtudományi kutatás gyakorlata*. Balassi Kiadó, Budapest.
- Batizi, D. (2023). A karrierút és a személyiségjegyek kapcsolata. Szisztematikus szakirodalmi áttekintés. *Vezetéstudomány*, 54 (4). pp. 18-27.
- Bryman A. (2016): *Social research methods*. Fifth Edition. Oxford University Press, United Kingdom
- ILO (2020): ILO Monitor: COVID-19 and the world of work. Fourth edition. 27 May 2020.
- ILO Monitor: Youth & COVID-19: Impacts on jobs, education, rights and mental well-being. 2020. April. 7
- Kamarási, V., Mogyorósy, G. (2015): Systematic surveys of literature – importance and methodology. *Support in diagnostics and therapy. Orvosi Hetilap*, 156(38), pp. 1523–1531.
- Kőrösi, G., Mátyás, L., Székely, I. (1985): Ökonometriai alkalmazások – némi hiányosságokkal (Avagy kigyógyulunk-e a gyermekbetegségekből?) *Tudományos Élet*, pp. 193-200.
- Kun, T., S. (1984): *A tudományos forradalmak szerkezete*. Gondolat Kiadó, Budapest
- Matthews, B., Ross, L. (2010) *Research methods. A practical guide for the social sciences*. Pearson Education Limited, England
- Szabó, K. (2002): *Kommunikáció felsőfokon*. Kossuth Kiadó, Budapest
- Szokolszky, Á. (2004): *Kutatómunka a pszichológiában*. Osiris Tankönyvek, Budapest

A fordítás művészete az oktatás szemszögéből

VICZAI Péter Tamás¹, KISS Katalin², KÓNYI Judit³

DOI: [10.29180/978-615-6342-76-8_43](https://doi.org/10.29180/978-615-6342-76-8_43)

Absztrakt

A fordítás (tolmácsolás) során nem csupán a különböző nyelvek, hanem az eltérő kultúrák között is közvetíteni kell. Az egyik nyelv szellemében megformált mondanivalót a másik nyelv szellemének megfelelő formában és stílusban adjuk át. Általában nem szó szerint fordítunk, hanem az elhangzott vagy írott szöveg lényegét, üzenetét juttatjuk el a címzethez, illetve a befogadóhoz. A ma már legendának számító fordító, tanár és szinkron dramaturg, Hársing Lajos szakmai szemléletmódja, munkássága zsinórmértékül szolgálhat a minőségi munkához. A tanulmányban a fordítás művészetének és technikájának fontosságát, valamint az oktatási folyamatban betöltött szerepét vizsgáljuk Hársing Lajos szellemi hagyatékának tükrében. A különböző nyelvekre, kultúrákra jellemző sajátos stílusú művek, kifejezések, szófordulatok oktatásban történő felhasználása különösen hasznos lehet, mivel ezen fontos ismeretek hiánya megértési nehézségeket okozhat a fordítás és tolmácsolás folyamata során.

Kulcsszavak: fordítás művészete, műfordítás, kulturális környezet, oktatási folyamat, tartalmi és formai hűség, magyar nyelv

Bevezetés

A tolmácsolás tevékenysége, a fordítás tudománya vagy művészete kultúrákat, nemzeteket és országokat kapcsolhat össze, mi több, különleges korok és különböző kultúrák különleges képviselőit hozhatja közelebb egymáshoz. Így a tolmácsokat korábban nem véletlenül és nem alaptalanul tartották a kultúrák és a különböző kulturális jelenségek fontos összekötőinek. A fordítás során nem csupán nyelvek, hanem az eltérő kultúrák között is tolmácsolni kell. A tolmács és fordító nem pusztán fordítja az elhangzott vagy éppen írott szöveget, hanem sokkal inkább közvetíti azt, és annak üzenetét juttatja el a befogadóhoz, továbbítva a beszélő vagy a szerző eredeti gondolatait, illetve lényegi mondanivalóját. A magyar szinkron koronázatlan királya és egyik leginkább meghatározó alakja Hársing Lajos (1925-2000) író, tanár és szinkron dramaturg. A ma már legendának számító alkotó nem volt költő, de tudott verset írni, faragni és fordítani, mivel viszonylag sok időt töltött el a tolmácsolás, a fordítás és a műfordítás világában. Legjellegzetesebb alkotásainak a mai napig nálunk is közkedvelt Louis de Funès és a Pierre Richard filmeket tartják, amelyek esetében, mint szinkron dramaturg kamatoztatta magas szintű filmszakmai és fordítói képességeit. A tanulmányban a fordítás technikájának és művészetének fontosságát, az oktatás folyamatában betöltött sajátos szerepét és jelentőségét vizsgáljuk Hársing Lajos munkásságának tükrében, a teljesség igénye nélkül.

¹ Budapesti Gazdasági Egyetem, Külkereskedelmi Kar, Nemzetközi Üzleti Szaknyelvek Tanszék, viczai.petertamas@uni-bge.hu, ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-3831-1220>

² Budapesti Gazdasági Egyetem, Külkereskedelmi Kar, Nemzetközi Üzleti Szaknyelvek Tanszék, kiss.katalin@uni-bge.hu, ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-6476-5440>

³ Budapesti Gazdasági Egyetem, Külkereskedelmi Kar, Nemzetközi Üzleti Szaknyelvek Tanszék, konyi.judit@uni-bge.hu, ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-2541-501X>

A fordítás tudománya és művészete

A fordítás és a műfordítás kihívásai a legtöbb nyelv esetében többnyire azonosak, ily módon komoly szakirodalmi leírásokat találhatunk róla szerte a világon. A kiváló szakember Hársing Lajos hitvallása szerint, aki valamilyen irodalmi művet vagy filmet idegen nyelvről fordít az anyanyelvére, kétségkívül művészeti alkotást hoz létre. Az illető nem feltétlenül művész, de ért a művészethez, a műveket megfelelő módon át tudja ültetni, mert van hozzá szaktudása és tehetsége. Filmről lévén szó, például úgy kell beszéltetni a szereplőt, hogy amit mond, az a lehető legnagyobb összhangban legyen az egész filmbéli alakkal, annak minden egyes mozdulatával, beleértve a szájmozgását is. A szövege csak akkor lehet hiteles vagy hihető, amennyiben az említett összhang látványos módon létrejön. Egyébként hamissá válik, és rögtön feltűnik, hogy szinkront hallunk. A jó szinkronnál ugyanis észre sem lehet venni, hogy a színész valamilyen más nyelven beszél hozzánk, mint az alkotás eredeti változatában teszi. Hársing Lajos a fordítás egyik lényeges alapvetését úgy határozza meg, hogy nem lehet olyan szabályt kimondani, amely szerint az eredeti szöveg minden egyes szavát le kellene fordítani. Ez egyben azt is jelenti, hogy nem túl szerencsés az egyes fordítók által ugyan kedvelt, de meglehetősen „földhözragadt” tükörfordítást alkalmazni, görcsösen ragaszkodva az eredeti mű mondatfűzéséhez, kifejezéseinek szinte szó szerinti megfogalmazásához vagy átvételéhez. Sokkal inkább az értelmét, illetve a jelentését kell visszaadni az egyes gondolatoknak, így az eredetivel azonos hangulat és élethelyzet létrehozására kell törekedni. Hasonlóan fogalmaz Kovács Zoltán fordító és tolmács szakember is, akinek gondolatait idézve az egyik nyelv szellemében formába öntött információtartalmat úgy fogalmazzuk meg, hogy az megfeleljen a másik nyelv szellemének (Kovács, 1996). Ez lesz az úgynevezett tartalmi és formai hűség, ami azonban nem jelenti és nem is jelentheti azt, hogy az egyes szavakat szigorúan csakis a szótári jelentésükkel, az összetett szószerkezeteket kizárólag az eredetihez kísértetiesen hasonló megoldásokkal, a mondatokat pedig ugyanolyan nyelvtani struktúrákkal próbáljuk fordítani vagy ültetjük át. Ez sok esetben nem is lehetséges, mivel a forrásnyelv és a cél nyelv szövegalkotási normái, technikai teljesen különbözőek is lehetnek. Előfordulhat, hogy míg az egyik nyelv kedveli a passzív szerkezeti formákat, addig a másik nehezen viseli el ezeket. Vagy például az egyik nyelvben jellemzőek a soktagú, többszörös birtokos szerkezetek, míg a másik esetében ezek csak bizonyos egyedi helyzetekben képzelhetők el. A különböző mozgásirányok is nagyon eltérő módon juthatnak kifejezésre az egyes nyelvek esetén: vannak nyelvek, ahol például közömbös, hogy közeledő vagy távolodó mozgást fejezünk ki, míg más nyelvekben a *jön-megy*, *hoz-visz* lényeges jelentésbeli különbségeket jelölhet. E gondolatsort folytatva az egyes kultúrákra jellemző sajátos látásmód közötti markáns eltéréseket is ajánlott figyelembe venni, amit Kovács Zoltán megállapításai is igazolnak:

Egy-egy nép sajátos látásmódja fejeződik ki az állat- vagy növényvilágból vett szóképekben, illetve abban, ahogyan emberi vonásokkal ruház fel dolgokat: ha a forrásnyelvben egy edénynek szája, hasa, füle, fenéke van, valami másnak orra, csőre, az ujjunknak begye, nem biztos, hogy a cél nyelv is ugyanilyen eszközökkel operál; az antropomorfizmus megtévesztő is lehet: amit az egyik nyelv nyaknak nevez, az egy másikban száj vagy torok lesz, a magyarban a darunak karja, a franciában csőre van; ilyenkor a szó szerinti fordítás teljes értelmetlenséget eredményezhet (Kovács, 1996, p. 60).

Az elmondottakból következik, hogy bármely nyelvre, illetve nyelvről is fordítunk, egyaránt igen nehéz egyszerre szépnek és hűnek is maradni. Ez egy csaknem kivitelezhetetlen és lehetetlennek tűnő vállalkozás a fordító számára. Különösen nehéz a forrásnyelvi szöveg információtartalmát maradéktalanul átadni, mivel minden nyelvben szinte minden szóhoz háttérinformációk és asszociációk tömege tapad (Kovács, 1996). Így nem véletlen a már kissé

elcsépelte és szinte közhelynek számító mondás, miszerint a műfordítás olyan, mint az asszony vagy a feleség: ha hű, akkor nem szép, ha szép, akkor nem hű. A helyes, tökéletes magyarság kérdéséről nem is beszélve, amelynek alapvető feltétele a magyar nyelv kiváló ismerete. Eme utóbbi gondolat kapcsán érdemes lehet bemutatni Hársing Lajos egyik rövidke, de annál szemléltetőbb példáját egy filmszöveg interpretálására a színész kissé nyakatekert mondandója kapcsán, amely az alábbiak szerint hangzik a filmben: „Ezt nem szabadott volna megtennem”. Magyarul ez a mondat helyesen úgy lenne, hogy „Ezt nem lett volna szabad megtennem”. Az első, és nem éppen helyénvaló fordítói (színészi) megoldás egyfajta nyelvi slendriánságra, illetve színvonaltalanságra utal a fordító, esetleg a színész részéről. Ez a példa is nagyon jól szemlélteti, hogy a minőségi fordításhoz elengedhetetlen az anyanyelv magas szintű ismerete a tolmácsok és fordítók körében. Rendkívül jól kell ismerniük az egyes nyelvi árnyalatokat, talán még jobban is, mint az adott nyelv hordozóinak egy része. Egyáltalán nem biztos például, hogy minden magyar ember határozott magabiztossággal különbséget tud tenni az *árny* és az *árnyék* szavak között.

Az anyanyelv alapos ismerete mellett az adott idegen nyelv magas szintű tudása ugyancsak fontos, bár ismert fordítók esetében is nemegyszer előfordult, hogy elég gyatrán beszélték azt a nyelvet, amelyről fordítani szoktak. A fordítás titka és művészete többek között abban is rejlik, hogy a fordítónak (tolmácsnak) kiválóan kell ismernie azon nyelvterület képviselőinek kultúráját, szokásait, hétköznapi életét és gondolatvilágát, amelynek nyelvéről fordít. Ez pedig igen nehezen képzelhető el megfelelő szintű nyelvtudás nélkül. Buda Béla kommunikációs szakember ide illő elgondolása szerint, a köztudat egy másik kultúra megértésének legfőbb nehézségét a nyelv tudásának hiányában látja (Buda, 1998).

Egyszer egy angol filmet fordítottam – emlékszik vissza Hársing Lajos –, az angol nyersfordítónk munkája alapján, aki a következő furcsaságot írta: „mert így akarja az Anyáról elnevezett szent templom”. Ez tulajdonképpen nem más, mint az Anyaszentegyház, csak a szavak az angolban más sorrendben vannak, és a fordítónak fogalma sem volt erről. Egy másik kolléga pedig, – folytatja Hársing –, aki oroszul tudott, az orosz filmjében azt fordította, hogy „a Komszomolról elnevezett Lenin”, holott a Leninről elnevezett Komszomol lett volna a helyes megoldás. A szórend valószínűleg itt is megzavarhatta, illetve megrézfalta a fordítót (Viczi, 2022).

A fordítások során a szleng és az argó is gyakran problémákat szokott okozni. A magyar argó szegényesebb például a franciánál, az angolnál, valamint az orosznál is. Így külön művészet, ha az egyes szavak megfelelőjét valahogyan sikerül megtalálni. A szójátékokat, a vicceket pedig legtöbbször nem is lehet egy az egyben lefordítani. Ezeket magyarul a fordítónak kell kitalálnia, az adott helyzet körülményeihez igazodva. Jó példa erre a következő felettébb pikáns filmbéli szituáció, amikor két férfi, két minden hájjal megkent jóbarát, társkereső irodát alapít. Az induláskor ők ketten alakítanak ki kapcsolatokat csinosabb, szemrevaló hölgyeményekkel. A film eredeti címe a nem éppen szokványos történet és cselekmény sajátos mivoltát tükröző *Társkereső klub* lett. A cím hallatán Hársing Lajos a következőket nyilatkozta az egyik interjújában: Ez nekem nem igazán tetszett – kommentálja a helyzetet Hársing –, és így keletkezett a magyar fordításnál az egész mókás szituációt megjelenítő *Vágyrajárók* cím. Itt említendő meg, hogy éppen ezért a külföldi filmek esetében az alkotások címe nemegyszer teljesen másképp hangzik az idegen nyelvű, például magyar fordításban, mint az eredeti nyelven. A történethez az is hozzátartozik, hogy ebben a filmben az egyik férfi egy színes bőrű nővel beszél meg esti, esetleg éjszakába nyúló kalandot. Ezt a mű eredeti szövegében a másikkal egyszerűen csak úgy közli, hogy „Ma este egy fekete nő fog jönni”. A helyzet felettébb pikáns mivoltához igazodva, Hársing ezt a mondatot nagyon találóan úgy fordította, hogy „Ma este feketézünk” (Viczi, moszkvater.com).

Sokan ismerhetik a *Magas szőke férfi felemás cipőben* című, egykori nagy sikerű filmet, amelynek magyar változata Hársing Lajos munkája nyomán született meg. Az egyik filmbéli

szereplő konkrétan nevén nevezve a szerelmi aktust közli, hogy mi is történik valójában az adott jelenet során. A humor és a nyelvi lelemény szintjén mindez magyarul úgy hangzik, hogy „Megy a ketymety”. Egy másik filmben pedig, ahol a történet a XVIII. század idején játszódik, az egyik szereplő a bíróság előtt a bíróság egybegyűlt tagjainak valami olyasféle furcsa dolgot mondhatott, hogy azok a nyelvükkel úgymond tisztítsák meg az ülőszervét. A jelenetben egyértelműen látható, hogy a tárgyalás csaknem teljes hallgatósága dühösen és felháborodottan ugrik fel a helyéről. Így érthető módon olyasvalamit kellett mondani a magyarra fordítás során is, hogy az felháborodást keltsen, vagy megbotránkoztassa a nézőt, de ugyanakkor túl otromba se legyen. A film XVIII. századi stílusához némileg illeszkedve, az archaizált magyar szöveg Hársing Lajos fordításában az „Illessék az alfelemet” formában hangzik el. Eme leleményes és különösen jó érzékkel megalkotott rövidke mondat minden bizonnyal nem okozhat semmilyen nehézséget a befogadó számára, ami a tolmácsolás és a fordítói tevékenység egyik alapvető célja, és egyben sikerének kulcsa, illetve záloga is lehet. További példák szintjén, többek között erre is ráirányítja a figyelmet Kaiser László *Dr. Hársing Lajos hivatása – kalandozás a magyar szinkron és a műfordítás világába* című könyve, amely 2020-ban a Hungarovox Kiadó gondozásában jelent meg Budapesten (Vicgai, 2022).

A kulturális sajátosságok egyes megnyilvánulásai a fordítás során

Az angol nyelv különleges nemzetközi státusza folytán a tolmácsolás és fordítás esetében egy exkluzív helyzetről beszélhetünk. A kultúrák közötti különbségek ebben az esetben többnyire mérsékeltebb formában nyilvánulnak meg a kommunikáció kapcsán (brit angol, amerikai angol, ausztrál angol, új-zélandi angol), mint például a markánsabb eltéréseket mutató európai portugál vagy brazil portugál nyelvhasználatok között. Ugyanakkor viszont bizonyos afrikai, mondjuk, a ghánai angol nyelvhasználat esetében lényegesen nagyobb különbségeket lehet felfedezni az angol nyelv vonatkozásában is. A kultúrák közötti közvetítés ily módon akár egy nyelven belül is megvalósulhat. A kulturális különbségek a nyelvhasználat terén gyakorta látványos módon mutatkoznak meg. Ritkán hallani például egy számunkra idegen angol vagy amerikai ember szájából a következő furcsa mondatot: *I want to be your friend!* A visszafogott, tartózkodó angollal vagy a büszke amerikaival ellentétben egy átlagos ghánai embertől ez a furcsa figyelemfelkeltő kijelentés teljesen megszokott, különösen abban az esetben, amikor egy fehérbőrű embertársával (white man) találkozik, ami számára köztudottan egy örömteli esemény. Így a fordító vagy tolmács munkája során az egyik legnagyobb kihívást talán az alkalmazkodás jelenti ahhoz az idegen kulturális közeghez, illetve környezethez, amelynek a képviselőjéhez beszél. A kultúra a kommunikáció egyik létfontosságú tényezője, és bármely nyelvről is legyen szó, mindig oly módon kell közvetíteni az idegen kulturális kontextust, hogy a befogadás folyamata ne okozhasson zavart vagy nehézségeket a befogadó számára, illetve véletlenül se vezessük félre az adott személyt, a hallgatót, az olvasót. Ez csakis abban az esetben lehetséges, ha a célnyelv szellemének, illetve gondolkodásmódjának megfelelő ismerete birtokában sikerül megtalálni a leginkább optimális arányt és összhangot az értelmi, valamint a formai megfelelés szabályai, követelményei között, továbbá a fordítás (közvetítés, átültetés) során némi egyéni kreativitást is sikerül felcsillantani. A gazdag puskinsi orosz nyelv vonatkozásában szemléltető példaként hozható fel az alábbi rövidke idézet az ismert poéta, gitáros dalnok, színész és előadóművész Vlagyimir Viszockij erőteljes költészetéből: « Жизнь кидала меня – не докинула! ». Az össznépi szovjet-orosz mester meglehetősen gazdag szellemi hagyatékának egyik legkiválóbb magyarországi gondozója, a Kossuth-díjas alkotó, Földes Hobo László tollából az alábbi magyar nyelvű változatot olvashatjuk: « Dobált az élet, de el nem dobott... ». Hobo remek fordításában a *dobálni* és *dobni* igék játszanak kulcsszerepet, akárcsak az eredeti szerkezetben. Viszockij ugyanis a *кидать* (kidaty) és *кинуть* (kinuty) igékkel fejezi ki a tartalmi mondandót, amit a fordító egy az egyben meg is tart. Talán az

idézetben meghúzódó ügyes szójáték kapcsán dönthetett így a magyar művész. De vajon világos-e mindenkinek, hogy mit jelenthet ez a Viszockij-gondolat? Mennyire értelmezhető az idézett megállapítás egy külföldi, vagyis nem orosz anyanyelvű ember számára, hogy az élet valakit dobált, de el nem dobta?! Fel is merülhet a költői kérdés, hogy a könnyebb érthetőség kedvéért az eredeti szóhasználatától eltávolodva, esetleg más szavakkal helyettesítsük a *dobni* és *dobálni* igéket a magyarra átültetés esetében. Ha nem is a legjobb megoldás, de a fent idézett sort talán lehetne fordítani így is: «Meggyötört az élet, de el nem gyötört». Vagy hangozhatna akár ily módon: «Megviselt az élet, de el nem gyötört». További lehetőségként felmerülhet például a «Hányt-vetett az élet, de el nem vetett» (dobott) verzió is. Az olvasó itt maga döntheti el, hogy melyik átültetést tartja leginkább korrektnek, befogadásra alkalmasnak vagy elfogadhatónak. A formai sajátosságokkal ebben az esetben nem kellett túl sokat törődni, legfeljebb csak oly mértékben, hogy ne hangozzék idegenül a magyar nyelven megalkotott mondat. E rövidke kiragadott gondolat, illetve szövegrész vizsgálatáról lévén szó, rímek faragására sem volt szükség, elegendőnek bizonyult az eszmei mondanivaló hű megfogalmazása.

Maradva a jellegzetes orosz nyelvi környezetnél, a szovjet-orosz népi és kulturális vonásokra kiváló példaként szolgálhat Viszockij dalszerzői, költői munkássága, amely a legkülönbébb jelenségek, hősök és témák egész sorát, univerzumát vonultatja fel. Az egyes rímbe szedett történetek többnyire a hétköznapi életből ellesett jeleneteken alapulnak a kor sajátosságait mindenki számára érthető formában tükrözve. Az orosz nemzet háborús múltjából jónéhány jellembeli tulajdonság eredeztethető, például a szabadságvágy, az orosz ember önfeláldozó jelleme, a hősiesség, a férfiaság, a bátorság. Mindez Viszockij balladáiban ugyancsak tetten érhető a fordító dolgát jelentős mértékben megnehezítve. Az orosz nép lelki gazdagságának számos vonása kifejezésre jut az irodalmi művekben és a hétköznapi nyelvhasználatban egyaránt. Ennek jele többek között a nyelvben gyakorta előforduló becéző szóalakok megléte. Ezek egyaránt vonatkozhatnak személyekre, tárgyakra, élettelen főnevekre (Péterke, utcácska, könyvecske). Az orosz ember szellemi gazdagságának, filozófiájának középpontjában főként a nagybetűs Élet értelme, a földi lét és a halandó ember nagy dolgai, a vallásosság fontossága, és nem utolsósorban a Mindenható tisztelete, valamint a végtelenségig nyitott és legtöbbször szabadon szárnyaló emberi lélek áll. Viszockijhoz hasonlóan más alkotók munkásságában is megfigyelhetők ezek a népi vonások. Többek között például Gennagyij Nord esetében, akinek az elmúlt néhány évben két magyar nyelvű kötete is megjelent hazánkban. A ma is élő kortárs orosz költő, színész, humorista, előadóművész formabontónak is titulálható, igencsak egyedi hangvételű műveire jellemző játékos szófordulatok, ízes-zamatos gondolatok, kétértelmű kifejezések és megoldások bárki fordítói képességét próbára tehetik. A művész alkotásainak igen jelentős részét olyan különleges viccek, aforizmák, kacagtató verses négysorosok teszik ki, amelyek sajátos humorát vagy nem éppen szokványos tartalmi mondanóját – ahogy a Viszockij-művek esetében is – maradéktalanul visszaadni bárki számára csaknem lehetetlen vállalkozás. Néhány jellegzetes példa Nord munkásságából a teljesség igénye nélkül:

Verses négysorosok

Kopasz vagyok, kopasz lettem.
Francba vele, ki tagadja.
Nemcsak nekem tar a fejem,
Csak másokét haj takarja.

Harcos múltunk ős igazát
A legifjabb honfi is érti:

Okozza éltünk összes baját
A törpe méretű férfi.

Doktor segített rajtam,
Ne bámulj rám folyton.
Szamba varrta két ujjam,
Szomjam így elfojtom.

(Viczi, 2018, p. 77).

Az utóbbi négysoros kapcsán feltétlen meg kell jegyezni, hogy Oroszországban korábban az alkoholizmus népbetegségnek számított, aminek gyors és folytonos terjedését a Szovjetunió első embere, Gorbacsov elnök is próbálta megfékezni, nem túl átütő sikerrel...

Viccek és aforizmák:

Oroszthon – hol tíz év alatt megváltozhat minden,
És nem változik semmi száz év alatt sem.

Soha nem tiszteltek úgy, mint ahogy nem tisztelnek most.

Számos rossz szokásom van, és mindegyikkel szívesen élek vissza.

- Doktor úr, a beteget elvesztettük.
 - Akkor majd szóljanak, ha találtak egy másikat. Addig elmegyek enni.
- (Viczi, 2020, p. 116).

Gennagyij Nord aranyköpéseinek mintájára az utolsó anekdotához kapcsolódva, nézzünk meg egy magyar példát is a teljesség igénye nélkül:

- Doktor úr, annyira fáj a lábam, hogy alig tudok menni.
- Hát akkor ne menjen, hanem járjon...

Ezt a viccet szinte szó szerint lehetne fordítani, de ennek ellenére mégis értelmetlen lenne egy orosz anyanyelvű beszélő számára a *járni* és *menni* igék nyelvek közötti eltérő használatából kifolyólag. Az orosz ajkú ember épp a mondanivaló lényegét, vagyis a vicc csattanóját nem tudná érzékelni, illetve megfelelő módon értelmezni a saját kulturális kontextusa szerint.

A kulturális sajátosságok kapcsán muszáj szót ejteni az utóbbi évtizedekben egyre divatosabb nemzetközi jelenségről, amely mellett ma már nehezen lehetne elmenni szó nélkül: a mémek megjelenéséről, majd fokozatos térhódításáról. A mémek fogalmát, valamint pontos működési elvét máig nem sikerült meghatározni a szakembereknek tudományos igényességgel. Az eddigi kutatások alapján viszont nagy valószínűséggel állapítható meg, és szinte vitathatatlan tényként kezelendő, hogy a mémek szakszerű fordításához elengedhetetlen az adott kultúra, illetve kulturális környezet ismerete. Számos kulturális elemről feltételezik, hogy mémként viselkedik, vagy mémként viselkedő elemekből áll össze. Ilyenek lehetnek például a divatok, a vallások, a sláger-dallamok vagy a viccek (<https://hu.wikipedia.org/wiki/M%C3%A9m>). Ebben az értelmezésben mémnek számíthat mindaz, amire mémként tekintünk. Eme megfogalmazás kapcsán pedig lényegében visszakanyarodhatunk Hársing Lajos filmbéli példáihoz, vagy a vizsgált Nord-strófákhoz, illetve Viszockij-idézetekhez, annál is inkább, mivel a mémeknek egyaránt sajátja a szleng és a vicces kifejezések gyakori használata.

A fordítás nehézségei az oktatás szemszögéből

A tolmács és fordítói munkavégzés során a tárgyi tudás és az úgynevezett kemény képességek (hard skills) mellett, amelyeket tanulással az életünk különböző szakaszaiban sajátíthatunk el (nyelvtudás, előadásmód, beszédstílus), az ember veleszületett tulajdonságai, úgymond a puha képességek (soft skills) is fontos szerepet játszhatnak, mint például az empátia, a stressztűrő képesség vagy az emocionalitás. Mindezekon túlmenően a rugalmasság, a magabiztosság és meggyőzőerő, az intelligencia, a rögtönzőképesség, a képzelőerő, de a pártatlanság is a fordító legfőbb erényei, illetve főbb tulajdonságai között kell, hogy szerepeljenek. Pártatlanság alatt elsősorban az értendő, hogy a szakszerű fordítás esetében a tolmács (fordító) érzelmi állapota nem tükröződhet a beszéd vagy az írott szöveg stílusán, főleg nem annak mondanivalóján. A tolmács és fordítói munka az egyre nehezedő szakmai kihívások és az élethosszig tartó tanulás folyamata ellenére is motiváló hatású lehet. A nyelvtudás, illetve a nyelvtanulásra fordított idő szinte azonnal megtérülő befektetés, ami a modern, felgyorsult világunkban egyre fontosabb szempont a felnövekvő új nemzedék képviselői számára.

Az oktatás folyamata során gyakran megesik, előfordul (nyelvórákon, nyelvvizsgán, szakmai rendezvényeken egyaránt), hogy idegen nyelvű szövegeket kell lefordítani az anyanyelvünkre, vagy éppen magyarról valamilyen idegen nyelvre átültetni. Így már iskolai tanulmányaink során szembesülhetünk bizonyos szempontból a tolmács és fordítói szakma árnyoldalaival, illetve szépségeivel egyaránt. Az egyes nyelvek kulturális háttérében álló sajátos látásmód kapcsán már volt szó arról, hogy például a közeledő, illetve távolodó mozgásokat jelölő igék esetében a különböző idegen nyelvek eszköztárát vizsgálva egészen markáns eltérések is kimutathatók. Kiváló példa erre az orosz nyelvből ismert mozgást jelentő kettős igék esete (használata), amely a magyar nyelvhez képest jelentős eltéréseket mutat. Kosaras István *Orosz nyelvtan a középiskolák számára* című könyvében ezzel kapcsolatban a következőket olvashatjuk:

Van az oroszban néhány mozgást jelentő folyamatos ige, amelyeknek külön alakjuk van a konkrét és az általános cselekvés kifejezésére (igepárok). A magyarban csak néha van külön ige e kettősség kifejezésére (megy-jár, visz-hord), ezért ezeknek az igéknek a használata külön nehézséget okoz nekünk. A konkrét igék egyszeri, egy meghatározott irányban és céllal végrehajtott cselekvést jelölnek. Az általános igék határozatlan vagy többféle irányban, nem kifejezett céllal végrehajtott cselekvést jelölnek; kifejezhetnek ismétlődő és szokásos cselekvést is vagy a cselekvést általában (Kosaras, 2001). A mozgást jelentő kettős igék használatán túlmenően az úgynevezett igeszemlélet kérdése is eléggé megfoghatatlan és nehezen behatárolható sajátossága az orosz nyelvnek. A magyarban talán a tárgyias és alanyi igeragozáshoz hasonlítható a nehézségi fokát illetően. Ahogy egy külföldi csaknem képtelen megtanulni (tisztelet a kivételnek) az alanyi és tárgyias ragozás használatát a magyar nyelvben, úgy a magyar ember számára a folyamatos és befejezett igék megfelelő és helyes alkalmazása élethosszig tartó tanulás esetén sem garantált. A különböző nyelvtankönyvek is többnyire csak példák végeláthatatlan során keresztül képesek érzékeltetni a folyamatos és befejezett igék használata közötti főleg jelentésbeli különbségeket, valamint a kétféle igitípus szintaktikai és egyéb sajátosságait.

A már említett példákra visszautalva, a nyelvi jelenségek mellett számos esetben a kulturális (történelmi) háttér hiányos ismerete is gátat szabhat a fordítás sikerének. Gondoljunk például Viszockij vagy Nord első olvasásra bonyolultnak látszó zseniális műveire, amelyek tanítása során az oktatás folyamatában külön időt kell szánni a történelmi háttér főbb sajátosságainak megfelelő megismerésére. Ezeket az alkotásokat tanulmányozva nemegyszer csak a sorok között olvasva derülhet fény a szövegek valódi jelentésére a fordító számára.

Az angol nyelvben használatos tizenkét igeidő vizsgálata kapcsán ugyancsak példák egész univerzumát lehetne felvonultatni e témában, amire azonban jelen cikk keretében már nem nyílik lehetőség. Az egyes igeidők nem megfelelő használata, akár csak az orosz

igeszemlélet hiányos ismerete, igencsak kellemetlen helyzeteket idézhet elő, illetve megértési nehézségeket okozhat a fordítás és tolmácsolás során.

Összegzés

A különböző nyelvi jelenségek, bizonyos szófordulatok és kifejezések kulturális hátterének pontos ismerete bármely nyelv esetében a szakszerű fordítói munka egyik alapvető feltétele. A tanulmányban a fordítás (tolmácsolás) során felmerülő kulturális sajátosságok egyes nyelvi megnyilvánulásait, aktuális kihívásait szemléltettük, elsősorban a két kortárs szovjet-orosz művészlegenda, Vlagyimir Viszockij és Gennagyij Nord erőteljes munkásságából kiragadott példákon – a magyar szinkron koronázatlan királya, Hársing Lajos példaértékű szakmai szemléletmódja és magas színvonalú filmes fordítói tevékenysége tükrében. A teljesség igénye nélkül főként az orosz nyelvből vett konkrét példák segítségével próbáltuk szemléltetni a fordítás technikájának bizonyos nehézségeit, az oktatás folyamatában betöltött szerepének jelentőségét és fontosságát. A példák alapján megállapítható, hogy az egyes kultúrákhoz szorosan kapcsolódó és nem éppen szokványos témájú viccek, aförizmák, versek, mémek sajátos stílusát, olykor igen különleges vagy kétértelmű tartalmi mondandóját maradéktalanul visszaadni bármely fordító számára embert próbáló tevékenység lehet.

Irodalomjegyzék

Buda, B. (1998). Kommunikáció és kultúra. In: Hidasi Judit (szerk.) Szavak, jelek, szokások. A nemzetközi kommunikáció könyve. Windsor Kiadó, 266 p.

Kaiser, L. (2020). Dr. Hársing Lajos hivatása – kalandozás a magyar szinkron és a műfordítás világába. Hungarovox Kiadó, 105 p.

Kosaras, I. (2001). Orosz nyelvtan a középiskolák számára: Budapest, Nemzeti Tankönyvkiadó.

Kovács, Z. (1996). Sűgő a fordítónak. Segítség dolgozatíráshoz. Külkereskedelmi Főiskola, 115 p.

Viczai, P. (2018). Gennagyij Nord, avagy az „Ismeretlen Viszockij...”. Versek, dalok, anekdoták. Hungarovox Kiadó, 108 p.

Viczai, P. (2020). Viszockij nyomában, avagy a Nord-jelenség. Versek, dalok, anekdoták. Hungarovox Kiadó, Budapest, 135 p.

Viczai, P. (2022). A szinkron koronázatlan királya. <https://moszkvater.com/a-szinkron-koronazatlan-kiralya/>

Internetes források

<https://hu.wikipedia.org/wiki/M%C3%A9m> (Letöltve: 2022.10.25.)



BGE

www.uni-bge.hu