

ACTA PERIODICA



EDUTUS FÖISKOLA

10. KÖTET



A MAGYAR TUDOMÁNY ÜNNEPE 2013

KONFERENCIA

2013. november 21-22.

Edutus Főiskola, Tatabánya, Stúdium tér 1.

Edutus Főiskola, Budapest Villányi út 11-13.

Felelős kiadó:

Dr. Jandala Csilla mb rektor

Főszerkesztő:

HavrelkánéVállas Krisztina

Szerkesztő Bizottság:

Dr. Bartók István, dr. Berghauer Sándor, Prof. Dr. Dusan Maga, dr. Gubán Pál,
Dr. Jandala Csilla, Dr. Juhász Krisztina, dr. Keszthelyi Csaba, Dr. Peres Anna, Dr.Sándor Tibor,
Gondos Borbála, Hercz Ágnes, Némethné Dr. Gál Andrea, Papp Vanda

MINDEN JOG FENNTARTVA

A mű egészének, vagy bármely részének másolása, sokszorosítása,
valamint információszolgáltató rendszerben történő tárolása
és továbbítása csak a kiadó engedélyével megengedett

ACTA PERIODICA 10. KÖTET

EDUTUS FŐISKOLA KIADÁSA

www.edutus.hu

ISSN 2063-501X

Tartalomjegyzék

MENEDZSMENT	4
NŐK A VÁLLALATIRÁNYÍTÁSBAN	5
Dr. Bartók István, PhD egyetemi docens	
CENTRUM-PERIFÉRIA VISZONYOK A VILÁGGAZDASÁGBAN	16
Dr. Juhász Krisztina, Phd, Főiskolai tanár	
VÁLLALKOZÁSFEJLESZTÉS AZ EU-BAN – FÓKUSZBAN A	28
KELET-KÖZÉP-EURÓPAI ORSZÁGOK	
Némethné Dr. Gál Andrea PhD, főiskolai tanár	
A MANIPULÁCIÓ NYELVI KIFEJEZŐESZKÖZEI A REKLÁMOKBAN	49
Papp Vanda	
TURIZMUS - VENDÉGLÁTÁS	64
A DISZKONT LÉGITÁRSASÁGOK TÉRNYERÉSÉNEK ÉS A MALÉV	
MEGSZŰNÉSÉNEK HATÁSA MAGYARORSZÁG TURIZMUSÁRA	65
Dr. Jandala Csilla ,CSc főiskolai tanár	
A TURISZTIKAI DESZTINÁCIÓ MENEDZSMENT SZÜKSÉGESSÉGE ÉS	
FELTÉTELEI HARGITA MEGYÉBEN	76
Dr. Horváth Alpár PhD, egyetemi adjunktus	
Babes-Bolyai Tudományegyetem Gyergyószentmiklósi Kihelyezett Tagozat	
KÁRPÁTALJA TURISZTIKAI ADOTTSÁGAINAK VIZSGÁLATA	
KVANTITATÍV ÉS GEOINFORMATIKAI MÓDSZEREK ALKALMAZÁSÁVAL ..	
Dr. Berghauer Sándor, PhD megbízott docens ,.....	96
II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola Földtudományi Tanszék	
EGY HAZAI KISTÉRSÉG TURISZTIKAI KISVÁLLALKOZÁSAINAK ESÉLYEI	
AZ ÉLETKÉPESSÉG MEGŐRZÉSÉRE ÉS A VERSENYKÉPESSÉG	
JAVÍTÁSÁRA – EGY EMPIRIKUS VIZSGÁLAT TAPASZTALATAI	105
Dr. Gubán Pál, főiskolai adjunktus, Prof. Dr.habil Vörös Mihály László PhD, CSc	
A GASZTROKULTÚRA TURISZTIKAI JELENTŐSÉGE HAZÁNKBAN ÉS A	
NÉMET NYELVTERÜLETŰ FŐ KÜLDŐPIACAINKON	118
Hercz Ágnes, főiskolai adjunktus, Dr. Peres Anna, főiskolai tanár	

Gondos Borbála, főiskolai tanársegéd doktorandusz, T. Nagy Judit, főiskolai.....	130
adjunktus, doktorandusz	130
A LIMES, MINT A VILÁGÖRÖKSÉGI CÍM VÁROMÁNYOSA	143
Dr. Sándor Tibor, főiskolai tanár.....
Az ERASMUS-OS KÜLFÖLDI HALLGATÓK MAGYAR NYELV ÉS KULTÚRA C. TÁRGYRA VALÓ OKTATÁSÁNAK TAPASZTALATAI	152
Dr. Keszthelyi Csaba, mestertanár, dr. Univ
MŰSZAKI	159
AZ ELEKTROMECHANIKUS AKTUÁTOROK MODELLEZÉSÉNEK
MATEMATIKAI ALAPJAI	160
Prof.Dr.Ing.Dusan Maga PhD
REPORT ON ACTUAL STATE OF THE „SCIENCE FACE” PROJECT	168
Dusan Maga, Boris Simak, Jiri Hajek, Czech Technical University in Prague.....
COLLEGIUM TALENTUM	174
NEM MEGENGEDETT BELSŐPONTOS ALGORITMUSOK ALKALMAZÁSAI
Takács Petra-Renáta	175
Babeş-Bolyai Tudományegyetem, Matematika és Informatika Kar, Kolozsvár
A PROSTITÚCIÓ POLITIKAI MEGÍTÉLÉSE MAGYARORSZÁGON A XIX..... SZÁZAD MÁSODIK FELÉBEN	184
Tótos Áron, A Nagyváradi Egyetem II. éves MA hallgatója
NEMI EGYENJOGÚSÁG – ELŐNY-E AZ EU TAGSÁG ?.....	198
Lendák-Kabók Karolina, jog tanárnő, okleveles jogász – MSc,
PhD hallgató az Újvidéki Egyetem.....
VEZETÉK NÉLKÜLI SENZORHÁLÓZATOK ALKALMAZÁSA IPARI
KÖRÜLMÉNYEK KÖZÖTT	215
Gogolak László, főiskolai tanársegéd, PhD jelölt, Szabadkai Műszaki Szakfőiskola

MENEDZSMENT

NŐK A VÁLLALATIRÁNYÍTÁSBAN

Dr. Bartók István,

egyetemi docens

Edutus Főiskola, Edutus College

Összefoglaló

Jelen tanulmány arra vállalkozik, hogy megvilágítsa a leginkább exponált magyar vállalatok esetében: a tőzsdén jegyzett nagyvállalatok körében hogyan alakul a nők részvétele a felsőszintű irányító testületekben. A magyar statisztikák, több mint elégséges bizonyítékkal szolgálnak arra, hogy női népesség nem marad el, sőt néhány területen előrébb is jár a felsőfokú végzettség megszerzése terén, mint a férfiak. A vállalatok irányításához szükséges ismeretek megszerzése sem jelenthet leküzdhetetlen akadályt azok számára, aki már egy diploma megszerzésével bizonyították képességeik meglétét. A sok területen lezajlott társadalmi és gazdasági változások ellenére azonban a nők szerepe a gazdasági döntéshozatal felső szintjein még jelentősen elmarad az egyéb területeken betöltött szerepüktől. A nők társadalmi szerepének változása új igényeket hoz létre a vállalatirányítás területén is, mely megjelenik a tevékenység szabályozásának változásában.

Abstract

The present study is aimed at illuminating the participation of women in the highest level corporate governance bodies in the case of the most exposed Hungarian companies, the large listed corporations. The Hungarian statistics provide more than sufficient evidence for the fact that the female population does not lag behind the male population in obtaining a higher education degree and even may come before males in certain areas. Acquisition of skills required for the management of companies does not constitute an insurmountable obstacle for those who already have a degree which proves the existence of their capabilities. Despite the social and economic changes that took place in many areas, however, the role of women in the top levels of economic decision-making still significantly lower than in other areas.

Changes in the social role of women create new demands in the area of corporate governance, which appears in the changing regulatory regime.

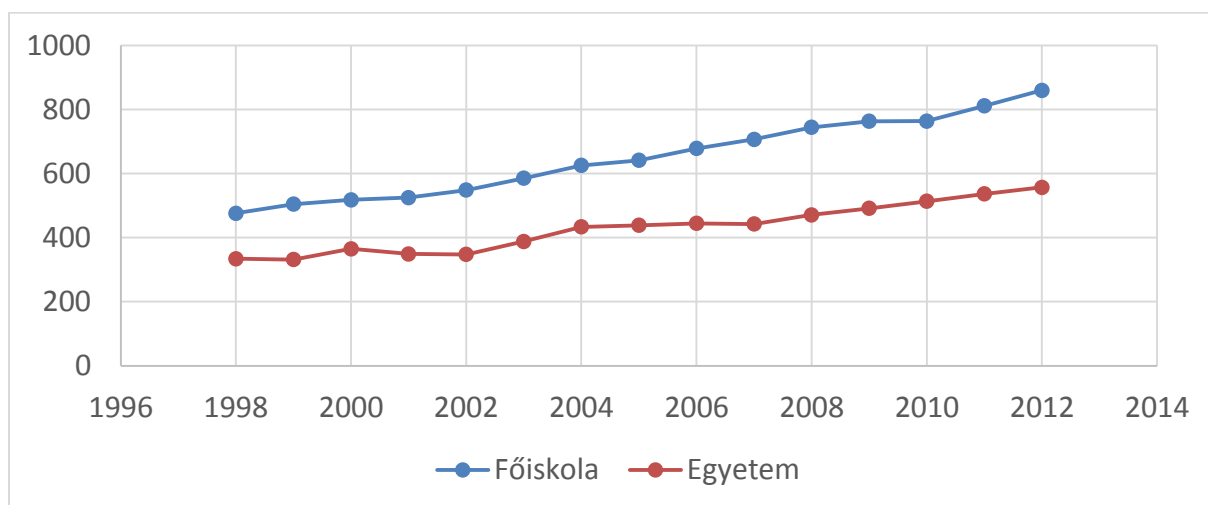
A fejlett tőkepiacokkal rendelkező országokban már jó ideje felmerült az a kérdés, hogy a vállalatirányítás legfelső szintjein mennyire tükröződik a társadalom rétegződése. Sokszor, ez a kérdés, mint a különféle, az adott társadalomra jellemző kisebbségek megjelenésének és a társadalomban betöltött arányainak a vállalatirányítás testületeiben való megjelenésükkel történő összehasonlítás formájában jelenik meg (ld. Branson). A nők, természetesen, aligha tekinthetők kisebbségnek a társadalomban, mégis, a nemzetközi felmérésekben, sokszor a kisebbségi kérdés részeként jelenik meg a vállalatok irányításában betöltött szerepük.

A vállalatok irányításával foglalkozó kutatásoknak már hosszú ideje témáját képezi az a kérdés, hogy az irányító testületek összetétele hogyan befolyásolja a vállalati működés eredményességét. A kutatások során sokat finomodott a kép: kezdve azzal az állítással, hogy a társadalmi nem szerinti összetétel nem befolyásolja a vállalati értéket (ld. Siciliano); egészen odáig, hogy a nők erőteljesebb részvétele az irányítótestületek munkájában javítja a vállalatirányítás szempontjából gyengébb teljesítményű vállalatok értékét, míg rontja a jól vezetettekét (ld. Adams – Ferreira). A tudományos viták mellett azonban, legalább azokkal megegyező jelentőségű, hogy a nők társadalmi szerepének változása új igényeket hoz létre a vállalatirányítás területén is, mely megjelenik a tevékenység szabályozásában is (ld. az Európai Parlament 2013. november 20-i jogalkotási állásfoglalása). A magyar helyzet ezen téren szintén elemzést érdemel, melyre nem jelen tanulmány jelenti az első kísérletet (ld. Nagy Beáta).

A vállalati irányító testületekben való részvétel követelményei

Nyilvánvaló, hogy a nagyvállalatok vezetése megkívánja a részvételhez szükséges tudás és képességek meglétét. A vállalatirányításban való részvétel egyik fontos feltételét a megfelelő ismeretek megléte jelenti, melyhez a felsőfokú végzettség megszerzése alkalmas kiindulópont lehet. Ha megvizsgáljuk a felsőoktatás helyzetét az elmúlt évtizedekben, akkor azt tapasztalhatjuk, hogy folyamatosan nőtt a felsőoktatásban résztvevő népesség száma és aránya is (ld. 1. ábra). Ez egyfelől, a modernizálódó gazdaság növekvő követelményeihez történő

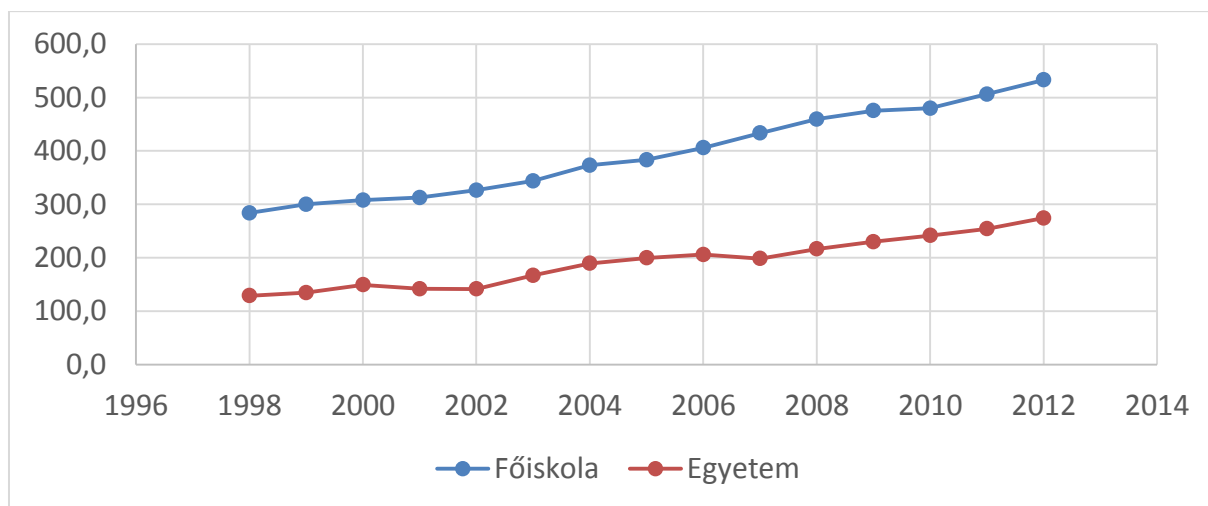
1. ábra Felsőfokú végzettség a 15–74 éves népességben (1998–2012) [ezer fő]



Forrás: KSH Stadat idősor alapján

társadalmi alkalmazkodás folyamatának a részét képezi. Másfelől, azt is megállapíthatjuk a rendelkezésre álló statisztikák alapján, hogy a felsőoktatás bővülésében a női népesség is kellőképpen kivette a részét (ld. 2. ábra).

2. ábra Felsőfokú végzettség a 15–74 éves női népességben (1998–2012) [ezer fő]

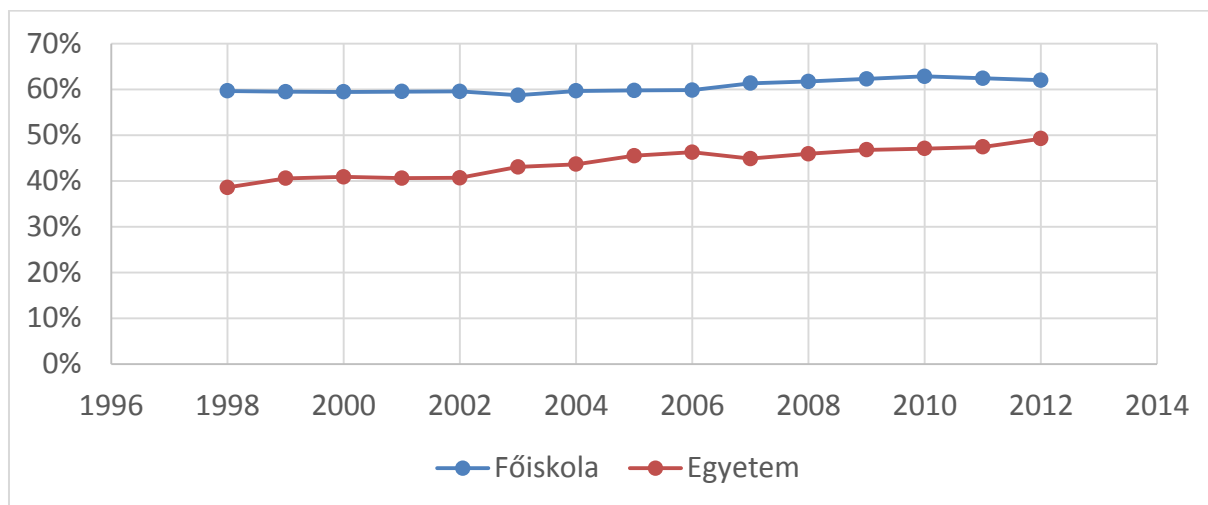


Forrás: KSH Stadat idősor alapján

Sőt, az előző állításnál többet is mondhatunk a 3. ábra alapján. Az ábra azt mutatja, hogy a nők, már hosszú ideje többségben voltak a főiskolai képzéseket választók között. Ugyanakkor, a 3. ábra arról is beszámol, hogy az egyetemi képzések körében felzárkóztak a nők a férfiakhoz a huszonegyedik század első évtizedére. Nem túlzás, talán azt jósolni, hogy

ez a felzárkózási folyamat nem is igen fog megállni a közeljövőben.

3. ábra Nők aránya a főiskolát és egyetemet végzettek között (1998–2012) [ezer fő]



Forrás: KSH Stadat idősor alapján

A bemutatott statisztikák, több, mint elégséges bizonyítékkal szolgálnak arra, hogy női népesség nem marad el, sőt néhány területen előrébb is jár a felsőfokú végzettség megszerzése terén, mint a férfiak. Ugyan, ebben a dolgozatban nem megyek bele a részletekbe annak bizonyítása érdekében, hogy a felsőfokú végzettség megszerzése és a vállalatirányításban történő eredményes részvételhez megkövetel ismeretek és képességek egymással erősen korreláltak. Nyilvánvaló, hogy az üzleti környezetben szerzett vezetői tapasztalat, vagy a vállalati eredmény értelmezéséhez szükséges számviteli ismeretek szükségesek a vállalatirányításban történő eredményes részvételhez; és ezeket, önmagában a felsőfokú végzettség megszerzése nem garantálja. Mégis elmondhatjuk, hogy a vállalatok irányításához szükséges ismeret megszerzése nem jelenthet leküzdhetetlen akadályt azok számára, aki már egy diploma megszerzésével bizonyították képességeik meglétét. Mindezek alapján tehát jogosan várhatnánk, hogy a nők hasonló szerepet töltenek be a vállalatirányításban, mint egyébként amit tudásuk, ismereteik alapján a munka világában elértek a huszadik században. Ám, a helyzet sem Magyarországon, sem pedig a világban, általában nem ez; sőt, éppen ellenkezőleg, várakozásaink ellenére alig találunk női vezetőket a vállalatok legfelsőbb irányításában.

Nők a magyar tőzsdei vállalatok felső vezetésében

A jelen tanulmány arra vállalkozik, hogy megvilágítsa a leginkább exponált magyar

vállalatok esetében: a tőzsdén jegyzett nagyvállalatok körében hogyan alakul a nők részvétele a felsőszintű irányító testületekben.

Az igazi, nagy társadalmi kérdés az, hogy milyen módon alakul a nők szerepvállalása a gazdaságban. Ez azonban egy nagyon összetett probléma, melynek elemzésére egy rövid előadás keretében nem lehet vállalkozni. A gazdaság egyfajta krémjét jelentik a tőzsdén jegyzett nyilvános részvénytársaságok. Feltételezhetjük, hogy működésük modellként szolgál a gazdaság többi szereplője számára, vagy, legalábbis a szokásosnál nagyobb figyelem övezi működésüket. Ezért különösen izgalmas, hogy milyen módon kezeli a nők szerepét ez a fejlődő és progresszív vállalati kör.

A Budapesti Értéktőzsde, honlapján mindenki számára hozzáférhető módon közli a tőzsdei kibocsátó cégek adatait. A cég adatai között egyebek mellett szerepel az igazgatóság, a vállalatvezetés és a felügyelőbizottság személyi összetétele. Az egyes kibocsátók a tőzsdei kereskedelem kategóriái szerint csoportosíthatóak. Jelen tanulmány számára a részvényeket kibocsátó vállalatok jelentik a vizsgálandó kört, melyen belül két fajta kategória bír különös fontossággal: a prémium részvény kategóriába és a standard részvény kategóriába sorolt vállalati kör

1. táblázat BÉT, Prémium részvény kategória 2013.11. hó

Prémium részvények	13 kibocsátó	
Igazgatóság		
Igazgatósági tagok száma	Igazgatósági tag nő	Nők aránya az igazgatóságban
93	6	6%
Felügyelő bizottság		
Felügyelő bizottsági tagok száma	Felügyelő bizottsági tag nő	Nők aránya a felügyelőbizottságban
67	10	15%
Irányító testületek		
Irányító testületek tagjainak száma	Irányító testületi tag nő	Nők aránya a testületi tagok között
160	16	10%
Felsővezetők		
Felsővezetők száma	Felsővezető nő	Nők aránya a felsővezetők között
57	3	5%

Forrás: saját számítás, a BÉT adatai felhasználásával

A prémium részvény kategóriában, a vizsgálat időpontjában: 2013. novemberében tizenhárom vállalat volt jelen (ld. 1. táblázat). A prémium részvény kategóriában jelen lévő

vállalatok igazgatóságaiban összesen 93 fő volt a tagok száma. Közöttük a nők száma összesen 6 fő volt, amely mintegy 6 százalékos képviseleti arányt jelent. A felügyelőbizottságok összesített létszáma a prémium részvény kategóriához sorolt vállalatok esetében 67 fő volt. A felügyelőbizottságok munkájában résztvevők nők száma 10 fő volt, mely 15 százalékos arányt képvisel. Tehát, ezek alapján megállapíthatjuk, hogy a felügyelőbizottságokban magasabb a női részvétel, mint az igazgatóságok esetében. A két irányító testület: az igazgatóság és a felügyelőbizottság tagjainak összesített létszáma a prémium részvény kategória esetében 160 fő, melyeken belül a nők 10 százalékos arányban, 16 fővel jelennek meg. A vállalatok által megnevezett felsővezetők száma összesen 57 főt tett ki, melyek között 3 nőt találunk, mely 5 százalékos arányt jelent. A felsővezető számok jól jellemzik azt a helyzetet, mely az irányító testületek esetében is érvényesül: a bekerüléshez szükséges tapasztalat megszerzése a legfelsőbb menedzseri szinten nehézségekbe ütközik. Ezek alapján úgy látszik, hogy a nők karrierútját behatároló úgynevezett „üvegplafon” a vállalati hierarchián belül alacsonyabb szinten helyezkedik el.

2. táblázat BÉT, Standard részvény kategória 2013.11. hó

Standard részvények	27 kibocsátó	
Igazgatóság		
Igazgatósági tagok száma	Igazgatósági tag nő	nők aránya az igazgatóságban
130	17	13%
Felügyelő bizottság		
Felügyelő bizottsági tagok száma	Felügyelő bizottsági tag nő	nők aránya a felügyelőbizottságban
64	4	6%
Irányító testületek		
Irányító testületek tagjainak száma	Irányító testületi tag nő	Nők aránya a testületi tagok között
194	21	11%
Felsővezetők		
Felsővezetők száma	Felsővezető nő	nők aránya a felsővezetők között
59	16	27%

Forrás: saját számítás, a BÉT adatai felhasználásával

Megvizsgáltam a női részvétel helyzetét a népesebb, mintegy 27 vállalatot tartalmazó standard részvény kategóriában is (ld. 2. táblázat). A vállalatok által közölt adatok szerint, az igazgatóságokban összesen 130 fő működött közre 2013. novemberében. A női igazgatósági tagok száma 17 fő, amely 13 százalékos arányt képvisel. A 27 vállalat felügyelőbizottságai munkájában 64 fő vett részt; és közülük 4 fő nő volt, mely 6 % aránynak felel meg. Az

irányítótestületek tagjainak száma összesen 194 fő volt, melyben a női részvétel 21 fő, mintegy 11 százalék. A standard részvény kategóriába sorolt vállalati körben tehát, szemben a prémium vállalatokéval a nagyobb arányú női részvétel az igazgatóságokban valósult meg. Az irányítótestületi tagság tekintetében azonban összességében hasonló a helyzet: a nők hozzávetőlegesen a tagok egytizedét teszik ki. Dacára a kétszer több vállalat jelenlétének a kategóriában a standard részvények között a vállalatvezetésben megnevezett menedzserek száma alig különbözik a prémium kategóriáétól; összesen 59 vezető tartozik ide. Közülük viszont 16 fő nő, ami jóval magasabb arányú, 27 százalékos részvételt jelent, ami ötször magasabb, mint a prémium kategóriában. Ez a magasabb részvételi arány jóval reálisabb értéket képvisel, mely valószínűleg közelebb esik a teljes vállalati populációt jellemző értékhez

3. táblázat BÉT, Prémium és standard részvény kategória 2013.11. hó

Prémium és standard részvények	40 kibocsátó	
Igazgatóság		
Igazgatósági tagok száma	Igazgatósági tag nő	nők aránya az igazgatóságban
223	23	10%
Felügyelő bizottság		
Felügyelő bizottsági tagok száma	Felügyelő bizottsági tag nő	nők aránya a felügyelőbizottságban
131	14	11%
Irányító testületek		
Irányító testületek tagjainak száma	Irányító testületi tag nő	Nők aránya a testületi tagok között
354	37	10%
Felsővezetők		
Felsővezetők száma	Felsővezető nő	nők aránya a felsővezetők között
116	19	16%

Forrás: saját számítás, a BÉT adatai felhasználásával

A harmadik táblázat, a két kategóriába sorolt jegyzett részvénytársaságok irányítótestületeinek és felső szintű menedzsereinek adatait összegzi. A női részvétel ezen irányítótestületekben átlagosan 10 százalékos értéket mutat. Természetesen, mindannyian tudjuk, hogy ez az arány semmiképpen nem felel meg a nők gazdasági szerepvállalásának, nem is beszélve társadalmi szerepükről. Ugyanakkor nemzetközi összehasonlításban egyáltalán nem mondható rossznak.

4. táblázat Nő vezérigazgatók BÉT, Standard részvény, 2013.11. hó

FORRÁS Vagyonkezelési és Befektetési nyilvánosan működő Részvénytársaság	dr. Hidas Emese, vezérigazgató
FreeSoft Szoftverfejlesztő és Számítástechnikai Szolgáltató Nyrt.	ECK Ilona, vezérigazgató

Forrás: BÉT adatbázis

A negyedik táblázat a részvénytársaságokban csúcsvezetői feladatokat vállaló nőkre vonatkozó, sajnálatosan rövid adatsort tartalmazza. A tanulmány írásának idején mindössze két olyan tőzsdei vállalat volt Magyarországon, melyet nők vezettek.

5. táblázat Nők és férfiak aránya az ügyvezetők közt a nemzeti részvénytőzsde 50 legnagyobb nyilvánosan jegyzett cégében, Közép-Európában

Ország	Arány	Nem	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Európai Unió (27 ország)	%	férfi	98	97	97	96	97	97	97	97	97	97
		nő	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3
Cseh Köztársaság	%	férfi	:	94	98	97	89	85	91	91	100	83
		nő	:	6	2	3	11	15	9	9	0	17
Magyarország	%	férfi	96	98	95	95	100	100	100	92	100	100
		nő	4	2	5	5	0	0	0	8	0	0
Ausztria	%	férfi	100	98	98	100	100	100	100	100	100	100
		nő	0	2	2	0	0	0	0	0	0	0
Lengyelország	%	férfi	:	90	92	88	89	89	95	95	89	95
		nő	:	10	8	12	11	11	5	5	11	5
Románia	%	férfi	100	100	98	97	100	92	100	100	100	100
		nő	0	0	2	3	0	8	0	0	0	0
Szlovénia	%	férfi	94	92	81	80	100	100	93	94	95	89
		nő	6	8	19	20	0	0	7	6	5	11
Szlovákia	%	férfi	100	90	94	96	80	90	90	90	90	90
		nő	0	10	6	4	20	10	10	10	10	10

Forrás: European Commission Database: women & men in decision-making

A nők gazdasági szerepe az Európai Unióban

Az Európai Unió is folyamatosan foglalkozik a nők szerepvállalásával a gazdasági életben. A nők döntéshozói szerepkörére vonatkozóan rendelkezésre állnak európai uniós statisztikák, melyek lehetővé teszik az összehasonlítást. Az ötödik táblázatban az Európai Bizottság által gyűjtött adatokból néhány közép-európai országra vonatkozóan láthatunk adatsorokat. A nemzetközi összehasonlítást nehezíti, hogy a részvénytársasági irányítótestületek formái változatosak Európában. A táblázatban szereplő adatok az ötven legnagyobb tőzsdén jegyzett

részvénytársaság ügyvivő testületei vonatkozásában kínál összehasonlítást. Anélkül, hogy a részletekbe túlzottan belemennénk, tudjuk, hogy a kontinensen sok országban a felügyelőbizottság alá rendelt igazgatóságok működnek, melyeknek a vállalat felső szintű menedzsmentjéből kerülnek ki a tagjai. Az összehasonlítás, alapjában ebből a helyzetből indul ki. A táblázatban szereplő adatok eléggé változékonyak, de összességében azt mondhatjuk, hogy az európai uniós átlagtól és az osztrák adatoktól nem maradnak el a magyar adatok, amennyiben van értékelhető értékük. A közép-európai országok közül Csehországban és Szlovákiában látszik egyfajta trendszerű fejlődés a női gazdasági vezetők arányát tekintve.

6. táblázat Nők és férfiak aránya az ügyvezetők közt a nemzeti részvénytőzsde 50 legnagyobb nyilvánosan jegyzett cégében, Nyugat-Európában

Ország	Arány	Nem	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Európai Unió (27 ország)	%	férfi	98	97	97	96	97	97	97	97	97	97
		nő	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3
Németország	%	férfi	100	100	100	100	100	100	100	97	97	97
		nő	0	0	0	0	0	0	0	3	3	3
Spanyolország	%	férfi	98	98	96	96	100	100	97	97	100	97
		nő	2	2	4	4	0	0	3	3	0	3
Franciaország	%	férfi	98	96	96	96	100	100	100	97	97	94
		nő	2	4	4	4	0	0	0	3	3	6
Olaszország	%	férfi	96	98	96	96	95	95	95	97	97	100
		nő	4	2	4	4	5	5	5	3	3	0
Egyesült Királyság	%	férfi	100	100	100	100	98	100	100	100	100	100
		nő	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0

Forrás: European Commission Database: women & men in decision-making

A hatodik táblázat néhány nagyobb európai uniós ország vonatkozásában ismerteti a Bizottság által gyűjtött, a női vállalatvezetők szerepét jellemző adatsorokat. A nagyobb uniós tagállamok legnagyobb vállalatai esetében nagyjából hasonló képet kapunk, mint amit a magyar adatsor mutat. Ezek alapján meg is fogalmazhatnánk a tanulságot, hogy a nők gazdasági vezetői helyzetét tekintve egész Európában hasonló a helyzet, és ha azon változtatni nem akarunk, akkor nincs is további teendő. Ez a kép azonban ellentmond az egyéb forrásokból rendelkezésünkre álló információknak.

Ismeretes, hogy az Európai Uniói vezetői folyamatosan foglalkoznak a kérdéskörrel. A legújabb fejlemények közé tartozik az Európai Parlament 2013. november 20-i jogalkotási állásfoglalása a tőzsdén jegyzett társaságok nem ügyvezető igazgatói körében a nemek közötti egyensúly javításáról és kapcsolódó intézkedésekről szóló európai parlamenti és tanácsi irányelvre irányuló javaslatról. A jogalkotási állásfoglalás megismétli a korábbi, az Európai

Parlament által 2011. július 6-án elfogadott „A nők és a vállalkozásvezetés” címmel készült nem jogalkotási állásfoglalásában szereplő javaslatot, mely sürgette a társaságokat, hogy 2015-re ériék el a vezetőtestületekben a nők 30 %-os, illetve 2020-ra 40 %-os arányát, mint kritikus határt.

A javasolt kvótákkal kapcsolatban elég nagy ellenállás mutatkozott a legtöbb uniós tagállamban. Közben, azonban azt is láthatjuk, hogy egyre több ország csatlakozik a kvótát alkalmazók köréhez. Az úttörőnek mondható Norvégia mellett, mely 2008-ban vezette be a 40 százalékos kvótát felzárkózott Franciaország, Belgium, Spanyolország, Hollandia, Izland és Olaszország is. Svédország és az Egyesült Királyság kijelölt célértékek önkéntes alapon történő bevezetése mellett döntött. Természetesen lehet bírálni a kvótákat, amiért külső kényszer formájában szólnak bele a magán vállalatok vezetési ügyeibe. Másfelől, a kvótákat támogatók is ideiglenes intézkedésnek tekintik a kvóták bevezetését, melyek a társadalmi változások gyorsítására szolgálnak. Az Egyesült Királyság példája jól mutatja, hogy a kvóták mellett más eszközök is alkalmasak lehetnek a kívánt eredmények elérésére (ld. Lord Davies). Akár kvótákkal, akár más eszközökkel, de elindult Európában a gazdaság működésének átalakulása ezen a területen és a változások megállíthatatlanak látszanak.

Felhasznált irodalom

Adams, Renée B. –Ferreira, Daniel (2008): Women in the Boardroom and Their Impact on Governance and Performance. *Journal of Financial Economics* Volume 94. Issue 2. November 2009. pp. 291–309

Branson, Douglas M. (2007): No Seat at the Table - How Corporate Governance and Law Keep Women Out of the Boardroom. University of Pittsburgh School of Law Working Paper Series. Paper 55.

Európai Parlament 2013. november 20-i jogalkotási állásfoglalása (P7_TA-PROV(2013)0488) a tőzsdén jegyzett társaságok nem ügyvezető igazgatói körében a nemek közötti egyensúly javításáról és kapcsolódó intézkedésekről szóló európai parlamenti és tanácsi irányelvre irányuló javaslatról (COM(2012)0614 – C7-0382/2012)

Lord Davies of Abersoch (2013): Second annual progress report “Women on boards” - April 2013

Nagy Beáta (2005): Nők a vezetésben In: Nagy I.-Pongrácz T.-Tóth I. Gy. (szerk.) Szerepváltozások. Jelentés a nők és férfiak helyzetéről 2005. TÁRKI-IcsSzEM, Bp. 44-56.

Siciliano, Julie I. (1996): The relationship of board member diversity to organizational performance. *Journal of Business Ethics*. Dec 1996. 15. 12. ABI/INFORM Global pp. 1313-1320.

CENTRUM-PERIFÉRIA VISZONYOK A VILÁGGAZDASÁGBAN

Dr. Juhász Krisztina, Phd,

Főiskolai tanár

Edutus Főiskola, Edutus College

ÖSSZEGZÉS

A centrum-periféria modell többféleképpen értelmezhető, jelenleg világgazdasági szinten, fejlettségi dimenzióban értelmezzük. Tekintve, hogy napjaink világgazdaságában a működőtőke-befektetések domináns szerephez jutnak, a cikk ezek alapján gondolja újra a modellt. Különböző javaslatokat tesz a centrumok lehatárolásának módjára, majd Kelet-Közép-Európa néhány országának elemzésével igazolja a nyugat-európai centrumtér ség domináns szerepét.

ABSTRACT

Center and periphery can be interpreted in many several ways. This paper analyzes the question on the level of the world economy and in the dimension of development. In today's global economy became foreign direct investments by/ instead the trade relations more and more dominant. The goal of the paper is to set up the principles of the center-periphery model on the basis of foreign direct investments. It shows several ideas how to define the centers and confirms the dominant role of the western european center in Central and Eastern Europe.

Bevezetés

Az előadás a világgazdaság térszerveződésének egyik elemét: a centrum-periféria viszonyok kérdéskörét elemzi, építve a 2012-13as tanév tavaszi félévében tartott Globális gazdaság térségi folyamatai c. szakkollégium eredményeire. E szakkollégium, és az ahhoz köthető témák egy átfogó kutatási tervbe illeszthetők, melyek a globális gazdaság térbeli folyamatainak, azon belül a centrum-periféria viszonyok (azok létezésének? átalakulásának?) elemzéséhez köthetők. Az előadás elsődleges célja e kutatásnak, illetve kutatási tervnek a bemutatása, a felmerülő kérdések ismertetése és az e kérdésekre kapott eddigi válaszok

összegzése.

1. A centrum és periféria értelmezésének néhány kérdése

A centrum-periféria modell a társadalom- és gazdaságtudományokban elterjedt paradigma. Ennek lényege röviden úgy vázolható, mint egy zárt, egyenlőtlen rendszer, melyben centrum és periféria között egyenlőtlen függőségi viszony áll fenn, a centrum meghatározó, befolyásoló szereppel bír a periféria fölött. Kiemelendő, hogy a centrumnak és perifériának a szerepe, besorolása nem állandó: változhat térben és időben egyaránt. Egy vizsgált terület egység az értelmezés jellegétől, illetve a térségi szinttől függően, amiben gondolkozunk, tekinthető centrumnak, de akár perifériának is.

Ugyanis a modell és ezzel együtt maga a centrum is, többféleképpen értelmezhető. Elkülöníthető egymástól a

- helyzeti (földrajzi) centrum (és periféria), melynek lehatárolásánál a távolság jelenik meg, mint központi fogalom. A centrum ez esetben egy kitüntetett hellyel azonos, míg a periféria egy külső, peremi zónát jelent.
- a hatalmi szempontból értelmezett centrum-periféria megközelítés lényege a függőség, az érdekérvényesítési egyensúlytalanság. A centrum befolyásoló szerepéhez társadalmi mechanizmusok, intézményrendszer kapcsolódik. A hatalmi szempontból értelmezett periféria a függőségi, kiszolgáltatott viszonyban lévő területet testesíti meg.
- a fejlettségi centrum hatékonysági, jövedelmi szempontból értelmezett központi térségeket jelent. Ez alapján centrumnak a fejlett, perifériának az elmaradott területek tekinthetők, eltérő belső struktúrával, melynek következtében eltérőek a területek megújulási, fejlődési lehetőségei. (Juhász-Bakler 2013, Nemes Nagy 1996)

Ez a modell a vizsgálat céljának megfelelően, többféle területi szinten és vonatkozásban értelmezhető, alkalmazható megközelítés a világgazdaság térszerveződésére, a világgazdaságban megjelenő hatalmi, fejlettségi viszonyok leírására is. Wallerstein munkásságában rámutat, hogy a kifejlődő növekedési pólusok, a nagy innovációs képességgel, hatalmi funkciókkal rendelkező centrumok erősödése nyomán a világ többi része perifériává süllyed. A centrumok növekedéséhez nélkülözhetetlenek – nyersanyagforrás illetve felvevőpiacként- a perifériák. (Probáld 1994, 28. oldal) Wallerstein elméletében szerepelnek félperifériák is, mely területek a centrum ország viszonylatában perifériának számítanak, de a periféria vonatkozásában centrumként értelmezhetők. A világgazdasági szintű centrumok, illetve perifériák lehatárolására a nemzetközi kereskedelmi kapcsolatok

alapján került sor. Ennek alapján az USA-hoz, mint centrumtérseéghez tartozó periférikus terület Latin-Amerika, a Nyugat-Európai centrumtérseég hagyományos periférikus területe Dél- illetve Kelet-Európa, valamint a gyarmatosítás következményeként Afrika, míg az ázsiai (Japán) centrumtérseéghez tartozó periféria Ausztrália, Óceánia, illetve a NIC-országok. Ez a „hagyományos” centrum-periféria kép azonban napjainkban több vonatkozásban is ártértékelésre ad okot. Az elmúlt időszak változásai új dimenziókat nyitnak a világgazdaság hatalmi átalakulásában, előrevetítve egy új korszakot, új hatalmi központokkal. Ezek közül a változások közül az alábbiakat emelném ki:

1. A globális folyamatok: főként a transznacionális vállalatok szerepének, valamint a nemzetközi pénzügyi folyamatoknak a felértékelődése és uralkodóvá válása.
2. A Szovjetunió felbomlása.
3. A 2001. szeptember 11, illetve az azt követő események az USA sebezhetőségét, illetve hatalmának korlátozottságát bizonyítják.
4. A 2008-tól kibontakozó gazdasági válság és annak területi-gazdasági-politikai következményei.
5. Az európai folyamatok (Németország újraegyesítésétől kezdve az integrációs folyamatok mélyüléséig, ennek a lehetőségei illetve kihívásai).
6. A Pacifikus-térseég (főként Kína) megerősödése.

Kérdés, hogy az elmúlt évtizedek változásainak következtében hogyan alakul át a világgazdaság térszerveződése, a hagyományos centrum-periféria relációk mennyiben változnak? Mivel az utóbbi évtizedek világgazdaságának meghatározó szereplőivé válnak a transznacionális vállalatok (TNC-k), ezért a továbbiakban a centrum-periféria rendszer világgazdasági értelmezését a TNC-k tevékenységéhez, szerepéhez köthető adatok (ú.m. vállalatok száma, illetve külföldi működőtőke-befektetések = FDI) alapján igyekszem feltérképezni. A továbbiakban e rendkívül szerteágazó kérdéskörnek két elemét szeretném érinteni. Először a centrumok lehatárolásának nehézségeire illetve kérdésre térek ki, majd Németország tőkekivitelének elemzésén keresztül arra a kérdésre igyekszem választ találni, hogy Kelet-Közép-Európában érvényes-e még a hagyományos centrum-periféria lehatárolás.

2. A centrumtérseégek átalakulása

Már önmagában annak a kérdésnek a megválaszolása sem egyszerű, hogy jelenleg mely térseégek tartoznak a világgazdaság centrumai közé. Még akkor sem, ha elemzésünket kifejezetten a gazdasági/fejlettségi kérdéskörre szűkítjük, számtalan kérdés merül fel. Csak

néhányat említek ezek közül, messze a teljesség igénye nélkül.

A centrumok lehatárolásának egyik viszonylag komplex megközelítését adja a Subramanian által kidolgozott „dominance” vagyis hatalmi index. Ebben a mutatóban a szerző a „hatalmat” nemcsak a bruttó nemzeti termék alapján vázolja, hanem kiegészíti azt egyéb szempontokkal. Ahogyan azt az 1. ábra is szemlélteti, a nagyhatalmak köre a világgazdaság története során dinamikusan változik. Jelen korszakban az átalakulás egyértelműen érződik: az USA, mint egyetlen szuperhatalom mellé új nagyhatalomként zárkózik fel Kína, aki „viszonylag rövid időn belül uralkodó szerepet játszik majd a világgazdaságban, s nemcsak a BNT (Bruttó Nemzeti Termék), hanem az ennél szélesebben értelmezett gazdasági tényezők alapján is.” (Simai 13. oldal)

Elemezhetjük a kérdést a prosperitás kérdésére fókuszálva is. Ennek alapján is egy dinamikusan átalakuló korszaknak lehetünk tanúi, melyben egyértelműen kitűnik a Pacifikus-térség (Kína, Dél-Korea, Malajzia) előretörése, mellyel szembe állítható Európa számos országának (Hollandia, Belgium, Dánia, Finnország) visszaesése. (Legatum, 2013)

A világgazdaság irányításának kérdése értelmezhető vállalati szint felől megközelítve is. Egy svájci kutatócsoport több mint 42 ezer transznacionális vállalatot elemzett a tulajdonosi viszonyok alapján és arra a következtetésre jutott, hogy valamivel több mint 1300 TNC alkotja a globális gazdaság magját, ezek közül 147 vállalat között rendkívül szoros a kapcsolat, részben vagy egészben tulajdonosai egymás cégeinek. Úgy is fogalmazhatunk, hogy a cégek kevesebb mint 1%a irányítja a hálózat 40%-át. A vállalati központok alapján továbbra is a globális gazdaság amerikai központúsága mutatkozik meg (az első 50 vállalatból 24 központja található az USAban). (Stefania Vitali, James B. Glattfelder, Stefano Battiston, 2011)

A következőkben a centrumtérségek átalakuló szerepét abból kiindulva igyekszünk megközelíteni, hogy az egyes országok vállalatai (TNC-i) milyen mértéken jutnak szerephez a világgazdaságban. Hiszen ezek a vállalati formációk a tőke- és technológiakoncentrációjuk révén kiemelkedő gazdasági és politikai erőt képviselnek, ennél fogva hozzájárulnak származási országuk „hatósugarának”, befolyási övezetének kiterjesztéséhez. E vállalati kör szerepének megítéléshez két mutatóra támaszkodunk. Először a működőtőke-kihelyezése (FDI outflow és outward stock) alapján vázoljuk a vezető (centrum) térségek átalakulását. Ezt követően elemzésünket a legnagyobb vállalatok körére szűkítjük és megnézzük, a Global 500 központjainak elhelyezkedése alapján hogyan alakul át a centrumok köre.

A működőtőke-befektetések növekedési üteme kiemelkedő, az 1980-as évek közepe óta felülmúlja mind a kereskedelem, mind pedig a GDP növekedését. Ez arra utal, hogy „a

világgazdasági integráció elsődleges mechanizmusát már nem a külkereskedelem, hanem a működőtőke-beruházások jelentik”. Mivel ezen beruházásoknak mintegy 80%-át a transznacionális vállalatok bonyolítják le, így „az FDI a transznacionális vállalatok tevékenységének legátfogóbb indikátora” (Dicken 2003, 52. oldal).

A világ vezető (10 legnagyobb) működőtőke-kihelyező országát elemezve (2. ábra) szembevetendő a centrumtérsegek átalakulása. Egyrészt kirajzolódik a fent említett hagyományos centrumok (ú.n. Triád) vezető szerepe, ugyanakkor szembevetendő, hogy csökken a tőke-állomány koncentrációjának mértéke. Ez azt jelzi, hogy a működőtőke-kihelyezésben új országok, térségek is szerephez jutnak az utóbbi években. Ezt a tendenciát a tőke-kihelyezés éves adatait megvizsgálva még jobban érzékeljük: az ezredfordulót követően Kína és Oroszország bekerül a 10 legnagyobb tőke-kihelyező ország közé, 2012-ben Kínából (Hongkongot is beleértve) származott a tőke-kihelyezések több mint 10%-a. A világ legnagyobb vállalatainak elemzése hasonló tendenciákat mutat. A Fortune Magazin által összeállított vállalati rangsor alapját a vállalat jövedelme jelenti, így e mutatót alkalmasnak ítéltük meg arra, hogy vázolni tudjuk az egyes országok változó világgazdasági szerepét. A 3. ábra egyértelműen jelzi, hogy az elmúlt években Kína nemcsak az exportban, a gazdasági növekedésben és (ahogyan arra fent utaltunk a tőke-kihelyezésben) ért el kiemelkedő értékeket, hanem egyúttal vállalatai is egyre nagyobb jövedelmet realizálnak. A világ 500 vezető vállalata közül már 89-nek a központja található Kínában. Ezzel szemben az amerikai és az európai központú vállalatok száma csökken.

Összegezve a fenti megállapításokat kijelenthetjük, hogy a (gazdasági-hatalmi) centrumtérség köre átalakul. Transznacionális vállalati szinten (is) értelmezve Kínával és Oroszországgal egyértelműen számolnunk kell a jövőben. Az új központok kialakulásával úgy tűnik, hogy a régi térségek szerepe (főként az európai központ) csökken. További kutatási irányként egyéb szempontokkal kívánjuk bővíteni a centrumtérsegek lehatárolásának témakörét. Ennek folyamán az egyes centrum-értelmezésekhez (ú.m. fejlettségi és hatalmi centrum) különböző indikátorokat rendelünk hozzá (pl. GNP, export, K+F-kiadások, szabadalmak, katonai kiadások, migráció, nemzetközi intézményekben betöltött szerep, stb....), melyek alapján kijelölhetők a jelenlegi centrumok, vázolható a (nagy)hatalmi illetve fejlettségi centrumok egybeesése illetve eltérése.

3. A perifériák hovatartozása az új rendszerben

A centrumtérsegek átalakuló szerepe felveti azt a kérdést, hogy vajon a hozzájuk

tartozó perifériák köre mennyiben alakul át? E kérdés megválaszolása rendkívül összetett, több szempontú kutatást igényel. Elképzelésünk szerint ennek egyik része a működőtőke-befektetések alapján határozza meg a perifériák hovatartozását. Ez megtehető egyrészt a centrumok tőke-kihelyezésének regionális megoszlásának elemzésével (vagyis az alapján, hogy a vizsgált centrum ország FDI kivitele milyen országokba irányul), másrészt a perifériák felől megközelítve, vagyis az alapján, hogy a vizsgált periférikus országban melyik centrum a legjelentősebb tőke-kihelyező (azaz a periféria tőkeimportjának regionális megoszlása alapján).

Jelen előadásban e kutatási tervnek egyetlen elemére illetve egyetlen térségre fókuszál: Arra keres választ, hogy a visegrádi országok esetében a működőtőke-befektetések alapján mennyire érvényes a hagyományos centrum-periféria besorolás. Tekintve, hogy az országcsoport az európai centrumtérség „vonzáskörzetébe” tartozik, így az elemzés Németországnak, mint az európai centrumtérség meghatározó nagyhatalmának a működőtőke-kivitelét elemzi.

Németország a világ egyik legnagyobb működőtőke-exportőre. Összesített FDI outward stock értéke meghaladja a 1144 milliárd EUR-t, a 22 ezer német leányvállalat világszerte több mint 3,5 millió főt foglalkoztat. (Forrás: Deutsche Bundesbank, 2013). A német vállalatok terjeszkedésének több korszaka különíthető el, a kelet-közép-európai országok 1990-től jutnak fontos szerephez.

1990 – 2000: A keleti terjeszkedés első szakasza: A korszak jellemzője, hogy a Triád, mint célterület fontosságát megőrizve a német vállalatok „új frontot” nyitottak. A fejlettebb kelet-közép-európai országok valamint Oroszország váltak elsődleges célterületté. Erőteljesebbé vált emellett a délkelet-ázsiai expanzió, főként a NIC országok 1. hullámának országaiban.

2000-2005: : A keleti terjeszkedés második szakasza: Az ezredforduló utáni évek egyértelműen a Kelet jegyében teltek. A legfontosabb célterületek immár egyértelműen a kelet-közép-európai (ú.m. Románia, Bulgária, Balti-államok, Horvátország, Oroszország, Törökország) és egyes ázsiai országok (Kína, Dél-Korea).

2005-2007: A BRIC országok és Kelet-Közép-Európa: E korszakban a legfontosabb célterületeket kelet-közép-európai (V4-ek, Románia, Bulgária) és a BRIC országok jelenti. Figyelemreméltó, hogy (Brazília kivételével) az amerikai kontinens mennyire visszaszorul, mint célterület. A térségben leginkább harmad (pl. Mexikó) vagy negyedleges (pl. USA!) célterületekkel találkozunk.

2007-2009: A válság hatására a célterületek alaposan átrendeződtek. E változás

legszenbetűnőbb jele, hogy tovább erősödik a terjeszkedés a BRIC országok piacain, valamint a válság által kevésbé sújtott kelet-európai országok területén. Ezzel szemben hazánk korábban nem látott mértékű pozícióvesztésen esik át: negyedleges célterületté süllyed. (Juhász 2006, 2012)

A német vállalatok dinamikus nemzetközi terjeszkedésének mértéke hasonlít a nemzetközi tendenciákhoz, minek következtében a német befektetések aránya a világ összesített tőke-állományában viszonylag stabilnak nevezhető. (7-9% között ingadozik az utóbbi 30 évben). Országos szinten elemezve ugyanakkor jelentős változások következtek be a német beruházások relatív pozíciójában. A német befektetések arányát összevetve a világ összes beruházójának arányával, kiegészítve e jellemző időbeli változásával kirajzolódik négy jellegzetes csoport:

1. *“Hagyományos célterületek”*: azok az országok, ahol a német tőkebefektetések magas kiindulási aránya növekedett.
2. *“Újonnan felértékelődő célterületek”*: ahol a német tőke alacsony kiindulási aránya az utóbbi két évtizedben nőtt a világ többi befektetőjéhez viszonyítva.
3. *“Csökkenő jelentőségű területek”*: ahol a német tőke-beruházások magas aránya a kezdeti időponthoz képest csökkent.
4. *“Periférikus területek”*: ahol a német tőke alacsony kezdeti aránya tovább csökkent.

Az elmúlt évtizedek nemzetközi tőkebefektetési tendenciái alapján megállapítható, hogy a kelet-közép-európai országok többsége a német szempontból újonnan felértékelődő célterületek közé tartozik, vagyis a német vállalatok terjeszkedésének mértéke a térségben nemcsak, hogy lépést tartott a többi nagy befektető beruházásnak növekedésének mértékével, hanem az 1990-es évek elejéhez viszonyítva Németország, mint befektető erősítette relatív pozícióját a térség legtöbb országában. (4. ábra) (Juhász 2012)

A továbbiakban elemzésünket a kelet-közép-európai országcsoport egy szűk körére: a visegrádi országokra és Ukrajnára fókuszáljuk. Amennyiben igaz az a feltételezés, hogy a térség az európai (német) centrumtárséghez tartozik, akkor ezekben az országokban Németországnak vezető tőkebefektetőnek kell, hogy számítson. Az 5. ábra ezt a feltételezést igazolja. Látható, hogy valamennyi elemzett országban az EU-ból érkező beruházások dominálnak, ezen belül Németország a vezető beruházók egyike. Arányát tekintve a német tőke-állomány éppen hazánkban a legmagasabb (csökken ugyan, de még mindig 30% körüli). Az elmúlt hetekben sokat hallottunk arról, hogy Ukrajnáért „harcol” az EU és Oroszország. Éppen ezért érdemes megvizsgálnunk Ukrajnát is, mint a két centrumtárség egy fontos

„ütközőállamát”. Talán meglepő, hogy itt is legnagyobb arányban az EUs befektetők jelennek meg, Németország itt a 2. legnagyobb külföldi beruházó. Egyedül Ciprus előzi meg, ami pedig egyértelműen utal arra, hogy itt vélhetően orosz vállalatok érdekeltségéről lehet szó.

Ez utóbbi tendencia is a fent vázolt kutatás nehézségét jelzi: a nemzetközi működőtőke-befektetések alapján történő centrum-periféria lehatárolás ugyanis nemcsak azért nehézkes, mert az adatok különböző forrásokból (döntően az egyes országok Nemzeti Bankjának statisztikáiban lelhetők fel ilyen mértékű bontásban, hiszen a nemzetközi összefoglaló statisztikák, pl. WIR, csak összesített értékeket közölnek, származási ország szerinti bontást nem) származnak, hanem azért is mert a statisztikák mögött gyakran rejtve marad a beruházások valódi származási helye.

Felhasznált irodalom

- Deutsche Bundesbank (2013) Bestandserhebung über Direktinvestitionen. Statistische Sonderveröffentlichung 10. April 2013
- Dicken, P. (2003): *Global Shift Reshaping the global economic map in the 21st century* Sage Publications, London
- Horváth Eszter A földrajzi centrum, és a periféria lehetséges lehatárolásai. Tér és Társadalom 21. évf. 2007/1. 159-170. p.
- Juhász Krisztina – Bakler Csaba (2013) Centrum-periféria modellek világszintű értelmezése a működőtőke-befektetésekben (A 2013. október 11én, Kaposváron a VII. Régiók a Kárpát-medencén innen és túl Nemzetközi tudományos konferencián elhangzott előadás anyaga. Megjelenés alatt)
- Juhász Krisztina (2012) A globalizáció hatása a „Deutschland AG” átalakulására. VIKEK IV. évf. 5. szám (No.11) A sorozat 3. Gazdálkodás-és szervezéstudományi különszám. 2012. 215.-224. oldal
- Juhász Krisztina. (2006) A német nagyvállalatok tevékenységének térbeli szerveződése. Doktori értekezés, ELTE TTK Regionális Földrajzi Tanszék
- Lengyel I.-Rechnitzer J. (2004) Regionális gazdaságtan. Dialóg Campus Kiadó, Budapest-Pécs.
- Legatum Insiute (2013) The Global Prosperity Index 2013
- Nemes Nagy J. (1996) Centrumok és perifériák a piaccgazdasági átmenetben „Földrajzi Közlemények” 1. sz. pp. 31-48.

- Nemes Nagy József (1998): A tér a társadalomkutatásban. Hilscher Rezső Szociálpolitikai Egyesület, Budapest
- Probáld Ferenc (szerk.) 1994 Európa regionális földrajza. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest
- Simai Mihály (2012) A „nagy válság” és az új globális hatalmi rendszer kibontakozása. In: Farkas-Meisel-Novák (szerk.) A változó világgazdaság – útkeresések, tapasztalatok és kilátások. I. Globális kérdések. MTA KRKK, Budapest
- Stefania Vitali, James B. Glattfelder, Stefano Battiston (2011) The Network of Global Corporate Control. Letöltve: <http://www.plosone.org/article/info%3Adoi%2F10.1371%2Fjournal.pone.0025995>
- Szabó Pál 2009 Európa térszerkezete különböző szemléletek tükrében Földrajzi Közlemények 133. évf. 2. sz. pp. 121-134.
- UNCTAD (2013) World Investment Report 2013. United Nations, New York and Geneva

Függelék

1. ábra: A nagyhatalmak átalakuló szerepe a világgazdaságban (%)

1870	1973	2010	2030
Anglia (16,4)	USA (18,6)	USA (13,3)	Kína (18,0)
Németország (9,3)	Japán (8,0)	Kína (12,3)	USA (10,1)
Franciaország (8,3)	Németország (8,0)	Japán (6,9)	India (6,3)

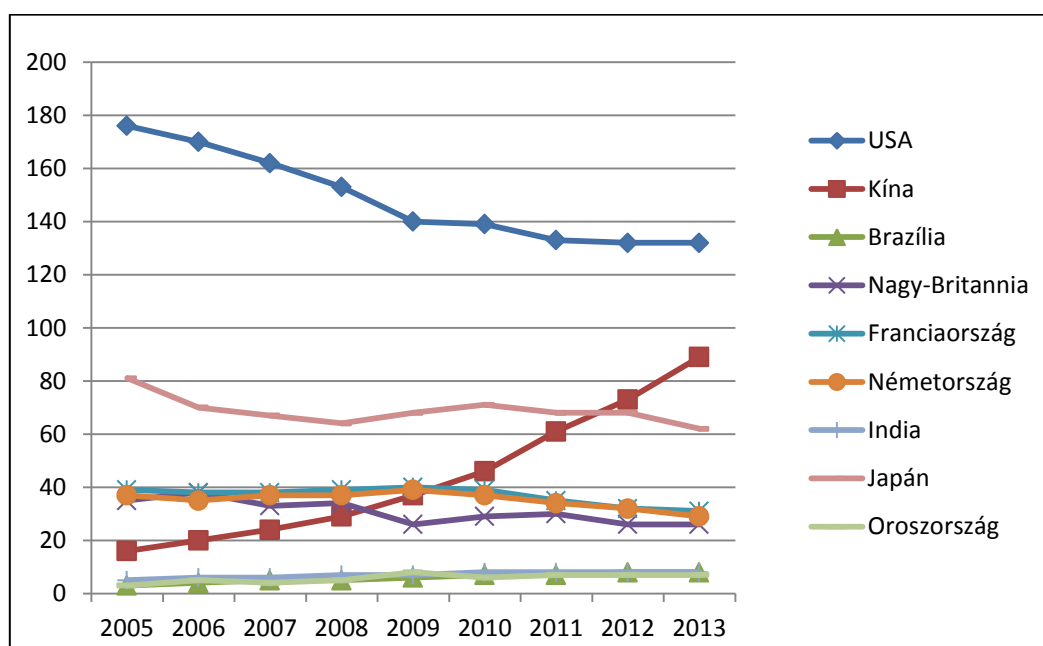
Forrás: Simai (2012), 13. oldal

2. ábra: A 10 legnagyobb tőke-kihelyező ország és részesedésük a világ összes működőtőke-kihelyezésében (FDI outflow, illetve outward stock alapján, %)

STOCK									
	1980		1990		2000		2010		2012
1 USA	39,2	USA	35,0	USA	33,6	USA	22,6	USA	22,0
2 Nagy-Britannia	14,6	Nagy-Britannia	11,0	Franciaország	11,5	Nagy-Britannia	7,7	Nagy-Britannia	7,7
3 Németország	7,9	Japán	9,6	Nagy-Britannia	11,5	Franciaország	7,2	Németország	6,6
4 Hollandia	7,6	Németország	7,2	Németország	6,8	Németország	6,9	Franciaország	6,3
5 <i>Brazília</i>	7,0	Franciaország	5,4	<i>Hongkong</i>	5,4	<i>Hongkong</i>	4,9	<i>Hongkong</i>	5,6
6 Franciaország	4,5	Hollandia	5,0	Hollandia	3,8	Svájc	4,9	Svájc	4,8
7 Kanada	4,3	Kanada	4,1	Japán	3,5	Hollandia	4,5	Japán	4,5
8 Japán	3,6	Svájc	3,2	Kanada	3,0	Belgium	4,4	Belgium	4,4
9 <i>Tajvan</i>	2,4	Olaszország	2,9	Svájc	2,9	Japán	3,9	Hollandia	4,1
10 Olaszország	1,3	Svédország	2,4	Belgium	2,2	Spanyolország	3,1	Kanada	3,0
Összesen	92,5	Összesen	85,7	Összesen	84,2	Összesen	70,1	Összesen	68,9
FLOW									
	1980		1990		2000		2010		2012
1 USA	37,3	Japán	21,0	Nagy-Britannia	19,0	USA	20,2	USA	23,6
2 Nagy-Britannia	15,3	Franciaország	15,0	Franciaország	14,3	Németország	8,1	Japán	8,8
3 Németország	9,1	USA	12,8	USA	11,5	<i>Hongkong</i>	6,5	<i>Kína</i>	6,1
4 Kanada	7,9	Németország	10,0	Belgium	7,0	Svájc	5,3	<i>Hongkong</i>	6,0
5 Hollandia	7,5	Nagy-Britannia	7,4	Hollandia	6,1	<i>Kína</i>	4,6	Nagy-Britannia	5,1
6 Franciaország	6,1	Svédország	6,1	<i>Hongkong</i>	5,6	Hollandia	4,5	Németország	4,8
7 Japán	4,6	Hollandia	5,7	Spanyolország	4,7	Franciaország	4,3	Kanada	3,9
8 <i>Dél-Afrika</i>	1,5	Olaszország	3,2	Németország	4,6	<i>Brit-virgin-szk</i>	3,9	Oroszország	3,7
9 Olaszország	1,4	Svájc	3,0	Kanada	3,6	Japán	3,7	Svájc	3,2
10 Svédország	1,2	Belgium	2,6	Svájc	3,6	Oroszország	3,5	<i>Brit-virgin-szk</i>	3,0
Összesen	91,9	Összesen	86,9	Összesen	79,9	Összesen	64,7	Összesen	68,3

Forrás: UNCTAD adatai alapján saját szerkesztés

3. Ábra: A „Global 500” vállalatainak anyaországai, 2005-2013 (db)



Forrás: Fortune Global 500 adatai alapján saját szerkesztés

4. ábra: A német működőtőke-befektetések relatív pozíciója

		Induló arány	
		Magas	Alacsony
Változás iránya	Nő / stagnál	<p><i>Hagyományos célterületek</i></p> <p>Belgium, Franciaország, Hollandia, Luxemburg, Olaszország, Svájc, Japán, USA, Kajmán-szk.</p>	<p><i>Újonnan felértékelődő célterületek</i></p> <p>Csehország, Horvátország, Lengyelország, Magyarország, Oroszország, Szlovákia, Dél-Korea, Fülöp-szk., Hongkong, Indonézia, Malajzia, Thaiföld, Tajvan, Görögország, Nagy-Britannia, Norvégia, Portugália, Ciprus, Kanada, Ausztrália, Dél-afrikai Köztársaság,</p>
	Csökken	<p><i>Csökkenő jelentőségű területek</i></p> <p>Argentína, Brazília, Mexikó, Nicaragua, Salvador, Venezuela, Dánia, Írország, Spanyolország, Svédország, Elefántcsontpart, Algéria, Marokkó, Nigéria, Tanzánia, Libanon, Irán</p>	<p><i>Periférikus területek</i></p> <p>Bolívia, Chile, Ecuador, Guatemala, Honduras, Kolumbia, Paraguay, Peru, Egyiptom, Ghána, Izrael, Kamerun, Kenya, Kongó, Libéria, Zimbabwe, Szingapúr</p>

Forrás: Deutsche Bundesbank és UNCTAD adatok alapján saját szerkesztés

5. ábra: Az EU-s és a német FDI aránya néhány KKE-i országban

	Csehország		Szlovákia		Lengyelország		Magyarország		Ukrajna	
	2000	2011	2008	2011	2000	2011	2001	2011	2009	2011
EU (%)	84	87	90	92	74	82	74	82	68	80
Németország (% és rang)	25 (2.)	15 (2.)	13 (4.)	12 (3.)	19 (2.)	15 (1.)	54(1.)	30(1.)	16 (2.)	15 (2.)

Forrás: Nemzeti Bankok és investmentmap adatai alapján saját szerkesztés

juhasz.krisztina@edutus.hu

2049 Diósd, Petőfi Sándor utca 22/A

VÁLLALKOZÁSFEJLESZTÉS AZ EU-BAN – FÓKUSZBAN

A KELET-KÖZÉP-EURÓPAI ORSZÁGOK

**Business Venture Development in the EU – Focusing on
Central Eastern European Countries**

Némethné Dr. Gál Andrea PhD

főiskolai tanár, college professor
Edutus Főiskola, Edutus College

Absztrakt

Az utóbbi évek gazdaságfejlesztési stratégiáiban – az Európai Unió egészében is és hazánkban is – nagy hangsúllyal szerepelnek vállalatfejlesztési és vállalkozásfejlesztési célkitűzések és ezek megvalósításának eszközei. Jelen tanulmány célja, hogy megvilágítsa e két fogalom különbségének lényegét, majd pedig – az Európai Unió dokumentumaira támaszkodva – bemutassa a vállalkozói kompetenciák fejlesztésének legfőbb módszereit. Ennek keretében kiemelt szerepet kap az európai vállalkozásoktatás eredményeinek értékelése, különös tekintettel a kelet-közép-európai országok e téren nyújtott teljesítményére.

Abstract

For the last years, in business development strategies, the methods and realization of the goals and aims of both enterprise and business venture development have been particularly emphasized throughout the EU and, of course, in our country, too. The aim of the present study is to explain the difference between the terms: enterprise and entrepreneurship. Afterwards the most important methods of business competences are introduced in the article relying on the documentation issued by the European Union. In connection with this topic the result assessment of the European business education is especially highlighted, the efficiency of Central Eastern European countries is particularly appreciated among the measured results.

1. Bevezetés

Az Európai Unió által 2003-ban kiadott „Vállalkozás Európában” című dokumentum a

következőképpen definiálja a vállalkozás – üzleti életre vonatkoztatott – fogalmát:

„A vállalkozás gondolkodásmód, valamint gazdasági tevékenység létrehozásának és fejlesztésének folyamata, ötvözve a kockázatvállalást, a kreativitást és/vagy az innovációt józan menedzsmenttel egy új vagy már működő vállalaton belül.” (COM(2003)27final: 6)

Ez a meghatározás egyértelműen rámutat arra, hogy a vállalkozás nem szervezet, nem jogilag körülhatárolt struktúra, azaz nem vállalat. Chikán (1995: 16) meghatározása szerint „a vállalat az üzleti vállalkozás szervezeti kerete”, vagyis nem maga a vállalkozás, így a két fogalom közé nem lehet egyenlőségjelet tenni. Ebből következően a „vállalatfejlesztés” és a „vállalkozásfejlesztés” fogalmak sem szinonimák, bár végső céljuk gyakran közös – nevezetesen a kis- és középvállalati szektor fejlődésének elősegítése –, de eszközeikben és módszereikben jelentős különbségeket találhatunk.

2. Vállalat- és vállalkozásfejlesztés – vállalkozói kompetencia

Az előbbieken a vállalatot, mint jogilag körülhatárolt szervezetet azonosítottuk, így a *vállalatfejlesztés* közvetlen célja magának a szervezetnek a fejlesztése. Számos erre vonatkozó fejlesztési célkitűzés, ajánlás és akcióterv szerepel az Európai Unió e témával foglalkozó dokumentumaiban (ezek közül kettőnek az áttekintése szerepel a tanulmány 3. fejezetében). Ezek a dokumentumok – egyebek mellett – a finanszírozási forrásokhoz való könnyebb hozzájutást, az adminisztratív terhek csökkentését, a kisvállalatoknak kedvező jogszabályi környezet kialakítását vagy a klaszteresedés elősegítését jelölik meg a vállalatfejlesztés eszközeiként (COM(2004)70final), vagyis olyan tényezőket, amelyek elősegítik maguknak a vállalatoknak – konkrétan a kis- és középvállalati szektornak – a bővülését és növekedését.

Ezzel szemben a *vállalkozásfejlesztés* eszközei nem a szervezetre, hanem a szervezetben dolgozó emberre irányulnak, és céljuk a vállalkozói kompetenciák fejlesztése. A következőkben arra keressük a választ, hogy melyek ezek a *vállalkozói kompetenciák*, és fejlesztésükben milyen szerepe van/lehet az oktatási rendszer egyes szintjeinek.

Az Európai Bizottság és Tanács 2006-os ajánlása „az egész életen át tartó tanuláshoz szükséges kulcskompetenciákról” tartalmazza azt az európai referenciakeretet, melyben megfogalmazásra kerülnek azok a kulcskompetenciák, melyek minden ember számára szükségesek a tudásalapú társadalomban való személyes önmegvalósításhoz és foglalkoztathatósághoz.

A referenciakeret a következő kulcskompetenciákat határozza meg (2006/962/EK: 13):

1. Az anyanyelven folytatott kommunikáció;
2. Az idegen nyelveken folytatott kommunikáció;
3. Matematikai kompetencia és alapvető kompetenciák a természet- és műszaki tudományok terén;
4. Digitális kompetencia;
5. A tanulás elsajátítása;
6. Szociális és állampolgári kompetenciák;
7. **Kezdeményezőkézség és vállalkozói kompetencia,**
8. Kulturális tudatosság és kifejezőkézség.

A fentiek alapján tehát a vállalkozói kompetencia nem kizárólag azok számára szükséges, akik vállalkozóként szeretnének élni és dolgozni, hanem mindenki számára hasznos, alapvető kompetencia. Ez akkor válik érthetővé, ha megvizsgáljuk a vállalkozói kompetencia belső tartalmát az idézett dokumentum alapján:

„A kezdeményezőkézség és *vállalkozói kompetencia* az egyén azon képességére utal, hogy elképzeléseit meg tudja valósítani. Ide tartozik a kreativitás, az innováció és a kockázatvállalás, valamint annak képessége, hogy az egyén célkitűzései érdekében terveket készít és visz véghez.” (2006/962/EK: 17) Mindezek a készségek és képességek segítik az egyéneket a lehetőségek felismerésében és megragadásában egyrészt a mindennapi életük, másrészt a munkájuk során, segítve ezzel személyes boldogulásukat.

A vállalkozói kompetencia soktényezős fogalom, mely magában foglal ismereteket, készségeket és attitűdöket egyaránt. Az *ismeretek* a vállalkozási tevékenység megértését jelentik, vagyis a gazdaság és benne a munka világa alapvető folyamatainak megértését, a vállalkozás társadalmi szerepének, működési elveinek és alapfolyamatainak átlátását. *Készségek* alatt azokat a – többnyire tanulható, fejleszthető – tulajdonságokat értjük, amelyek elengedhetetlenek az egyéni és a csapatban történő hatékony munkavégzéshez egyaránt. Ide tartozik a kockázatok értékelésének és vállalásának képessége, valamint a projektben gondolkodás (tervezés, szervezés, irányítás, delegálás, elemzés, beszámolás, kommunikáció, értékelés) képessége is. A vállalkozói *attitűd* leginkább a proaktivitással és az innovatív gondolkodással jellemezhető, de magában foglalja a célkitűzések elérését szolgáló motivációt és eltökéltséget is. (2006/962/EK: 18; EC 2012c: 43)

Mindezek alapján a vállalkozói kompetencia fejlesztésére azért kell kiemelt figyelmet fordítani, mert ez olyan „többlet” jelent az egyén számára, amely akkor is elősegíti a foglalkoztathatóságát, ha nem akar vállalkozóvá válni. Az Európai Unió azonban nagy hangsúlyost helyez arra, hogy a fiatalok minél nagyobb számban vállalkozzanak, és az

oktatási rendszer egyik fontos feladatákként jelöli meg a vállalkozásalapítás lehetőségének, mint karriercélnak előtérbe helyezését, „népszerűsítését”. (COM(2012)669végleges: 4)

A „Vállalkozás 2020 akcióterv” leszögezi, hogy a válság utáni gazdasági növekedés újraindításához és a foglalkoztatás szintjének emeléséhez Európának több vállalkozóra van szüksége. Ennek oka, hogy az új vállalatok – különösen a kkv-k – új munkahelyeket teremtenek, tevékenységükkel innovatívabbá és versenyképesebbé teszik a gazdaságot, hozzájárulva ezzel a jólét növeléséhez. (COM(2012)795végleges: 3-4) Emiatt nyilvánvaló kíváncságot az oktatási rendszer felé, hogy ösztönözze a fiatalok vállalkozóvá válását, amely egyértelműen a vállalkozói kompetencia egyes összetevőinek fejlesztésével valósítható meg.

Az alap- és középfokú oktatás elsősorban a vállalkozói gondolkodásmód, attitűd kialakításában játszik meghatározó szerepet, de részben – különösen a középiskolák révén – bekapcsolódhat a vállalkozói készségek fejlesztésébe is. A készségek és különösen a vállalkozói tudás és speciális szakismeretek fejlesztése és oktatása már sokkal inkább a felsőoktatási intézmények (emellett az iskolarendszeren kívüli felsőfokú képzések) feladata. (EC 2012c: 44) A vállalkozásoktatás ajánlott módszereit a következő fejezet tárgyalja, a jelen fejezet rendszerező összefoglalását pedig az 1. táblázat tartalmazza.

1. táblázat: Vállalatfejlesztés – vállalkozásfejlesztés

	VÁLLALATFEJLESZTÉS	VÁLLALKOZÁSFEJLESZTÉS = VÁLLALKOZÓI KOMPETENCIA		
		ISMERETEK	FEJLESZTÉSE KÉSZSÉGEK	ATTITÚDOK
Fejlesztési területek	<p>A vállalat, mint szervezet fejlesztése, pl.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • finanszírozási forrásokhoz jutás megkönnyítése, • adminisztratív terhek csökkentése, • IKT elterjesztésének segítése, • hálózatosodás elősegítése, • adó- és járulékterhek mérséklése, • stb. 	<p>Vállalkozói tudás (elméleti és gyakorlati) fejlesztése, pl.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • gazdasági alapismeretek, • marketing ismeretek, • számviteli, pénzügyi és adózási ismeretek, • jogi ismeretek, • szervezési és vezetési ismeretek, • stb. 	<p>Vállalkozói készségek fejlesztése, pl.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • projektben gondolkodás, • kommunikációs és prezentációs készség, • tervezési készség, • kockázatvállalás, • döntési képesség, • egyéni és csapatmunkára való alkalmasság, • vezetői készségek, • stb. 	<p>Vállalkozói szemléletmód fejlesztése, pl.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • önismeret, • önbizalom, • proaktivitás, • kreativitás, • innovatív gondolkodás, • céltudatosság, • kitartás, • felelősségérzet, • rugalmasság, • stb.
Fejlesztésben közre-működők	<p>gazdaságpolitikai célokat, programokat és jogszabályokat megalkotó és megvalósító intézmények</p>	<p>alap- és középfokú oktatás</p> <p>felsőoktatás és iskolarendszeren kívüli képzések</p>	<p>alap- és középfokú oktatás</p> <p>felsőoktatás és iskolarendszeren kívüli képzések</p>	<p>alap- és középfokú oktatás</p> <p>felsőoktatás és iskolarendszeren kívüli képzések</p>

Forrás: 2009/962/EK és EC (2012c) alapján saját szerkesztés

3. Az Európai Unió vállalkozásélénkítő programjai

Számos közösségi dokumentum tartalmaz olyan terveket, ajánlásokat és konkrét intézkedéseket, amelyek a vállalatok – kiemelten a kis- és középvállalatok –, mint szervezetek fejlesztését célozzák, ugyanakkor több vállalkozásfejlesztési elemet is tartalmaznak, hangsúlyozva ezek fontosságát. A következőkben két közelmúltbeli közösségi dokumentum alapján igyekszünk megvilágítani a vállalat- és vállalkozásfejlesztés eltérő eszközeit, középpontba helyezve a vállalkozásfejlesztés, azaz a vállalkozói kompetencia fejlesztés EU által ajánlott módszereit. A két vizsgált dokumentum a 2004-ben kiadott „Akcióterv: Európai vállalkozási ütemterv” (COM(2004)70final), valamint a 2012-es „Vállalkozás 2020 cselekvési terv: A vállalkozói szellem felélénkítése Európában” (COM(2012)795végleges). Bár a két dokumentum teljesen eltérő világgazdasági helyzetben született, mégis mindkettő célja az, hogy az európai vállalkozási tevékenység élénkítésének módszereire dolgozzon ki ajánlásokat a tagállamok számára.

A 2004-es akcióterv abból az alapvetésből indul ki, hogy a vállalkozási tevékenység – ami elsősorban kis- és középvállalatok létrejöttében és növekedésében nyilvánul meg – az innováció, a gazdasági növekedés és a versenyképesség fő hajtóereje. Azonban Európa nem hasznosítja kellőképpen a rendelkezésre álló vállalkozási potenciálját, ami két vonatkozásban is problémát jelent a makrorégió világgazdasági versenyhelyzete szempontjából. Egyrészt a már meglévő vállalatok termelékenysége egyre inkább elmarad az USA vállalatainak termelékenységétől, ezért az egy főre jutó GDP-ben Európa nem tudott közeledni az Egyesült Államokhoz. Másrészt egy 2003-as felmérés szerint (EC 2003: 4) az európaiak 47%-a részesíti előnyben az önfoglalkoztatást az alkalmazotti léttel szemben, míg az USA-ban ez az arány 59%, és a ténylegesen vállalkozóvá válók aránya is elmarad az amerikaitól. (COM(2004)70final: 3) Így annak érdekében, hogy az Európai Unió lépést tudjon tartani a világgazdasági versenyben, növelni kell mind a vállalkozók számát, mind a vállalatok teljesítményét, aminek elősegítésére az alábbi fő cselekvési területeket tartalmazó akcióterv került kidolgozásra:

COM(2004)70: Akcióterv: Európai vállalkozási ütemterv

1. Vállalkozói gondolkodásmód fejlesztése

1.1. Vállalkozói létforma népszerűsítése

1.1.1. Pozitív példák állítása – sikeres vállalkozók bemutatása

1.1.2. Többféle vállalkozói út felmutatása a különböző célcsoportoknak

1.2. Vállalkozói készségek erősítése

1.2.1. Magas színvonalú, gyakorlatorientált vállalkozásoktatás az egyetemeken
(kiemelten a műszaki képzéseken)

- 1.2.2. Minden tanuló részesüljön vállalkozási ismeretek oktatásában az EU-ban
2. *Vállalkozóvá válás bátorítása minél több ember esetén*
 - 2.1. Az újrakezdés segítése sikertelenség esetén
 - 2.2. A cég átadásának megkönnyítése
 - 2.3. A vállalkozók szociális ellátásának újragondolása
3. *A vállalkozások növekedésének elősegítése, versenyképességük javítása*
 - 3.1. Tudástranszfer, az oktatás-kutatás és a gazdasági szféra együttműködésének élénkítése a K+F és innováció területén
 - 3.2. A kkv-k nemzetközivé válásának segítése
 - 3.3. A klaszteresedés elősegítése
4. *A finanszírozási forrásokhoz való hozzájutás megkönnyítése*
 - 4.1. A kisvállalatok speciális igényeihez igazodó finanszírozási források ajánlása
 - 4.2. A vállalatok tőkeszerkezetének javítása
5. *Kkv-barát szabályozási és adminisztratív környezet teremtése*
 - 5.1. Adminisztratív terhek csökkentése
 - 5.2. Párbeszéd a kkv-kkal – vélemények figyelembe vétele a szabályalkotásnál
 - 5.3. Adózási jogszabályok egyszerűsítése

Látható, hogy az akcióterv 2-5. pontjai elsősorban vállalatfejlesztési eszközöket sorakoztatnak fel, azonban nem véletlen, hogy az 1. pontban a vállalkozásfejlesztés kerül a középpontba, mint a vállalkozási tevékenység élénkítésének alapja. Ezen belül elsőként a vállalkozói létforma társadalmi megbecsülésének növelését, és a vállalkozási tevékenység minél szélesebb körben történő elterjesztését jelöli meg kívánatos irányként a dokumentum, majd pedig a vállalkozói készségek erősítésének fontosságát hangsúlyozza. Ez utóbbira fókuszálva megállapítható, hogy már ebben a 2004-es dokumentumban azonosításra kerülnek – és a későbbi dokumentumokban még hangsúlyosabbá válnak – azok az ajánlások, amelyek ráirányítják a figyelmet a vállalkozásoktatás vállalkozásfejlesztésben betöltött központi szerepére. Itt konkrétan a következő cselekvési irányok azonosíthatók:

- a) *Az egyetemeknek kulcsszerepet kell vállalniuk a vállalkozásoktatásban.* Ennek leginkább a műszaki képzésben van jelentősége, ahol a műszaki tudásnak és az üzleti ismereteknek, vállalkozói gondolkodásmódnak az ötvözésével jöhetnek létre életképes spin-off és start-up vállalatok, és válhat egyre több fiatal sikeres vállalkozóvá.
- b) *Az oktatási módszereknek a gyakorlat irányába kell elmozdulniuk.* Ennek ajánlott módszere a hallgatói mini-vállalatok létrehozása, amiknek a segítségével a tanulmányok ideje alatt valóságos, de mégis „védett” környezetben próbálhatják ki magukat a leendő

vállalkozók. Ezt követően a „jó gyakorlatokat” esettanulmány formájában közzé kell tenni és beépíteni az oktatásba.

- c) *Minden tanuló számára hozzáférhetővé kell tenni a vállalkozási kurzusokat. A közoktatási szintek is kapcsolódjanak be a vállalkozásoktatásba az országos és regionális hatóságok szakmai támogatása mellett. Ennek keretében készüljenek oktatási anyagok, legyenek vállalkozásoktatási kurzusok a tanárok számára közösen az üzleti élet képviselőivel, akiket egyre inkább javasolt bevonni az oktatásba is.*

A 2012-es cselekvési terv a világgazdasági válságból való kilábalás időszakában született. A dokumentum leszögezi, hogy a válság következtében alapvető változások mentek végbe a világgazdasági környezetben, de az továbbra sem változott, hogy a vállalkozói szellem a gazdasági növekedés és a munkahelyteremtés hajtómotorja, éppen ezért a növekedés újraindításához és a történelmi mélypontra zuhant foglalkoztatási szint emeléséhez Európának több vállalkozóra van szüksége. Ez egyre égetőbb kérdés, ugyanis az Európára jellemző alacsony vállalkozói kedv a válság következtében még tovább romlott, egy 2012-es felmérés (EC 2012a: 16) szerint már csak az emberek 37%-a választaná inkább az önfoglalkoztatást az alkalmazotti státusszal szemben. Érdekes megfigyelni, hogy a világgazdasági erőviszonyok átrendeződése hatással volt a benchmark régiók megválasztására, ugyanis a dokumentum már nemcsak az Egyesült Államokban tapasztalt 51%-os – önfoglalkoztatást preferáló – arányt állítja szembe az európai adattal, hanem a kínai 56%-os mutatót is. Számos további probléma azonosítására is sor kerül, például: az új vállalatok lassabban növekednek és kisebb arányban válnak nagygyá, mint az USA-ban vagy Kínában, az oktatás nem biztosít megfelelő alapot a vállalkozói karrier kiépítéséhez, a piaci és szabályozási környezet „szigorú” a kkv-khoz, a szakpolitikákban nem érvényesül kellőképpen a „gondolkozz először kicsiben” elv¹, a közvélemény pedig nem ismeri el kellőképpen a sikeres, munkahelyteremtő vállalkozókat. (COM(2012)795 végleges: 3-4) Ezen a háttéren nagy kihívást jelent a vállalkozói szellem felélénkítése és a vállalkozók számának növelése, aminek eléréséhez a cselekvési terv a következő területeken javasol azonnali beavatkozást:

COM(2012)795: Vállalkozás 2020 cselekvési terv: A vállalkozói szellem felélénkítése Európában

1. Vállalkozásoktatás

- 1.1. A vállalkozásoktatás elterjesztése és minőségének javítása
- 1.2. A vállalkozói ismeretek felsőfokú oktatása

¹ Az elvben az jut kifejezésre, hogy a vállalatokat érintő minden szakpolitikai kezdeményezésben és a szabályozók megalkotásakor figyelembe kell venni a kkv-k szempontjait, sőt azoknak prioritást kell élvezniük. (EC 2007, 5.)

2. Új vállalkozások alapítását és növekedését elősegítő környezet kialakítása

- 2.1. Finanszírozási forrásokhoz való könnyebb hozzáférés
- 2.2. Vállalkozók támogatása a vállalkozás életciklusának kulcsfontosságú fázisaiban
- 2.3. Az infokommunikációs technológiákban rejlő lehetőségek jobb kihasználása
- 2.4. A vállalkozás átruházásának megkönnyítése
- 2.5. Csőd esetén „második esély” biztosítása a tisztességes vállalkozóknak
- 2.6. Szabályozási és adminisztratív terhek csökkentése

3. Példaképek állítása, meghatározott célcsoportok megszólítása

- 3.1. A vállalkozók társadalmi megítélésének javítása – a vállalkozó, mint példakép
- 3.2. A nők, az idősek, a migránsok, a munkanélküliek és a fiatalok megszólítása

Összevetve a 2004-es akciótervvel, látható, hogy lényegében ugyanazok a cselekvési irányok kerültek meghatározásra 2012-ben is, de más szerkezetben és eltérő hangsúlyokkal. A vállalatfejlesztés eszközeit a 2. pont foglalja össze, míg az 1. és 3. pontok foglalkoznak a vállalkozásfejlesztés módszereivel. Témánk szempontjából meghatározó az 1. pont, vagyis a vállalkozásoktatás, ahol a következő fő megállapítások és ajánlások azonosíthatók (COM(2012)795végleges: 6-8):

- a) Európa számára a vállalkozásoktatásba történő befektetés lenne az egyik legnagyobb megtérüléssel járó befektetés.
- b) A vállalkozói ismeretek, készségek és attitűdök megszerezhetők a formális oktatási rendszeren kívül is, aminek ki kell dolgozni az elismerési rendszerét.
- c) A tantervek kidolgozásakor – az oktatási rendszer minden szintjén – együtt kell működni a gazdasági élet szereplőivel, hogy az iskolában megszerzett tudás a való életben ténylegesen használható legyen.
- d) A felsőoktatási intézmények feladata messze túlmutat a vállalkozói ismeretek átadásán, aktív szerepet kell vállalniuk az ipari szövetségekben, és szorosabbá kell tenni a kapcsolatot az oktatás és az innovatív vállalatok között.
- e) Az egyetemeknek vállalkozó szelleműekké kell válniuk, amire az EU kidolgozza a „vállalkozó egyetem” keretrendszerét.
- f) A tagállamok 2015 végéig – összhangban az „EU 2020” stratégiával – az oktatási rendszer minden szintjén építsék be a tantervekbe a vállalkozói kompetencia fejlesztésének elemeit.
- g) Minden tanuló számára váljon lehetővé gyakorlati vállalkozói tapasztalatok szerzése a tanulmányok ideje alatt.

A fentiek alapján az alábbi *összegző megállapítások* tehetők:

- 1) A vállalkozásfejlesztésben döntő szerepe van a vállalkozásoktatásnak, amelynek a vállalkozói kompetenciák gyakorlatorientált fejlesztésében kell megnyilvánulnia az oktatási rendszer minden szintjén és a formális oktatási rendszeren kívül is.
- 2) Szorosabbá kell tenni az oktatási intézmények – elsősorban a felsőoktatás – és a vállalati szféra kapcsolatát, elősegítve ezzel az egyetemek vállalkozó szelleművé válását éppúgy, mint az innovációk létrejöttét.

4. A vállalkozásoktatás eredményei kutatási adatok alapján

A következőkben a 2. táblázatban látható kérdéscsoportokra keressük a választ európai uniós kutatási eredmények alapján. Ezek közül az első két kérdés nem közvetlenül vonatkozik a vállalkozásoktatásra (általános vélekedés a vállalkozókról, vállalkozói lét preferálása), de nyilvánvaló, hogy az oktatás hatással tud lenni – és kívánatos lenne, hogy pozitív hatással legyen – ezeknek a tényezőknek az alakulására. Minden kérdés esetén megvizsgáljuk, hogy mi jellemzi Magyarországot, valamint a hazánkkal leginkább közös történelmi és gazdaságtörténelmi utat bejárt kelet-közép-európai országokat (Lengyelország, Csehország, Szlovákia és Románia), de emellett természetesen az Európai Unió egészének, valamint – ahol ez lehetséges – a legfőbb világgazdasági versenytársaknak tekintett országok, az Amerikai Egyesült Államok és Kína adatait is bemutatjuk.

2. táblázat: Vizsgált kérdéskörök és kutatási jelentések

Kérdéskörök	Kutatási jelentések	Kutatások jellemzői
A/ Milyen a vállalkozókról alkotott közvélekedés?	Flash Eurobarometer 283. (EC 2010)	Kutatás ideje: 2009. dec. Bevont országok: 27 EU tagállam + 9 ország Megkérdezettek: 26.000 fő, 15+ éves személy
B/ Mennyien preferálják az önfoglalkoztatást az alkalmazotti léttel szemben?		
C/ Milyen arányban vettek részt vállalkozásoktatásban?	Flash Eurobarometer 354. (EC 2012a)	Kutatás ideje: 2012. júl.-aug. Bevont országok: 27 EU tagállam + 13 ország Megkérdezettek: 42.000 fő, 15+ éves személy
D/ Mi a véleményük az elvégzett vállalkozási kurzus(ok)ról?		

Forrás: A kutatási jelentések alapján saját szerkesztés

A/ Vállalkozókról alkotott közvélekedés

A 3. fejezetben láttuk, hogy az Európai Bizottság álláspontja szerint az európai vállalkozók nem örvendek kellő megbecsülésnek, elismerésnek, és kevéssé tekintenek rájuk követendő példaképként a fiatalok. A 3. táblázatban láthatók az erre vonatkozó kutatási eredmények,

amelyek a 2012-es adatokat, valamint azoknak a 2009-es felmérés óta bekövetkezett változását mutatják.

3. táblázat: A válaszadók megoszlása a „Milyen az általános véleménye a vállalkozókról?” kérdésre adott válaszok alapján 2012-ben (%), valamint a változás 2009-hez képest (%-pont)

Ország / országcsoport	Inkább kedvező		Inkább kedvezőtlen	
	2012	Változás 2009-hez képest	2012	Változás 2009-hez képest
Románia	52	0	10	3
Lengyelország	42	9	11	-7
Csehország	37	-7	8	1
Szlovákia	34	-6	10	-3
Magyarország	26	0	17	-3
EU-27	53	4	7	-2
USA	60	-13	7	1
Kína	28	-12	4	2

Megjegyzés: Akik egyik fenti válaszlehetőséggel sem éltek, azok „semleges” véleményt formáltak.

Forrás: EC (2012a: 112) alapján saját szerkesztés

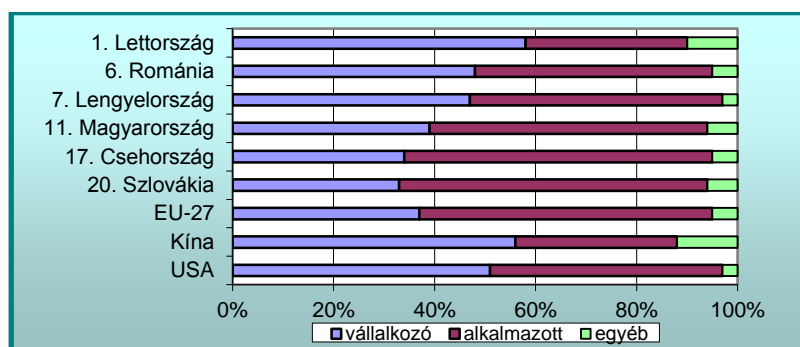
Látható, hogy 2012-ben az Európai Unió egészében a válaszadók 53%-ának volt pozitív véleménye a vállalkozókról, ami 2009-hez képest 4%-pontos javulást mutat. Az USA-ban ettől nagyobb, Kínában pedig jóval kisebb arányban vélekedtek kedvezően a vállalkozókról, és mindkét esetben romlottak az arányok az elmúlt 3 évben. A kedvezőtlen véleményt alkotók arányában nem mutatkoznak jelentős eltérések a három régióban, így összességében megállapítható, hogy az Európai Unióban javult a vállalkozók társadalmi megítélése, de még így is elmarad a legfőbb versenytársnak tekintett USA-hoz viszonyítva.

A kelet-közép-európai országokban mindenütt kedvezőtlenebb a vállalkozók megítélése az európai átlaghoz képest, ami megmutatkozik egyrészt a pozitívan vélekedők alacsonyabb, másrészt a negatívan vélekedők magasabb arányában. Különösen elgondolkodtatóak a magyar adatok: a vállalkozókról kedvező véleményt alkotók 26%-os aránya a legalacsonyabb, a kedvezőtlenül vélekedők 17%-os aránya pedig a második legmagasabb (Bulgária: 18%) egész Európában. (A legjobban egyébként Dániában vélekednek a vállalkozókról, a pozitív-negatív megítélések aránya: 74%-1%.) Ennek ismeretében hazánkban kiemelt fontossággal kell kezelni a szemléletváltás elősegítését ezen a téren, amiben aktív szerepet kell vállalniuk mind a politikai élet, mind a vállalkozói érdekképviseletek és szakmai szervezetek, mind pedig az oktatási rendszer szereplőinek.

B/ Az önfoglalkoztatás (vállalkozói létforma) preferálása

Szintén említésre került már a 3. fejezetben, hogy Európában jóval kisebb a vállalkozási hajlandóság, mint a benchmark régiókban, és ráadásul romló tendenciát mutat. A 2012-es kutatási adatokat az 1. ábra szemlélteti.

1. ábra: A „Ha lehetősége lenne választani, az alkalmazotti vagy a vállalkozói létet preferálná?” kérdésre adott válaszok %-os megoszlása néhány kiemelt országban és az EU-27 országokban 2012-ben



Forrás: EC (2012a: 16) alapján saját szerkesztés

Az 1. ábra adatai alapján az EU-27 országokban összességében jóval többen preferálták az alkalmazotti létet (58%), mint a vállalkozóit (37%), de meglehetősen nagy szórás mutatkozik az egyes országok eredményei között. A legnagyobb arányban (58%) Lettországban vállalkoznának a megkérdezettek, míg a legkisebb arány Svédországban tapasztalható (22%), hazánk pedig a 39%-os eredményével a középmezőnyben, némiképp az EU-átlag felett végzett. (EC 2012a: 16) Az 1. ábra a felsorolt országokon kívül tartalmazza még néhány – a Magyarországgal történő összehasonlítás szempontjából kiemelten fontos – közép-kelet európai ország adatait, valamint – az EU-átlaggal való összevetés szempontjából lényeges – Európán kívüli országok eredményeit. Az ábra alapján elmondható, hogy Románia és Lengyelország polgárai vállalkozóbb kedvűek, mint a magyarok, míg Csehország és Szlovákia vállalkozási hajlandóságára utaló adatai az uniós átlag alattiak. Figyelemre méltó továbbá, hogy az USA-ban és Kínában is nagyobb arányban vállalkoznának az emberek, mint Európában, a kínai adat (56%) ebből a szempontból kiemelkedő.

Érdekes megfigyelés tehető a 3. táblázat és az 1. ábra adatainak összevetésével. Nem meglepő, hogy abban az országban, ahol kedvezőbb a vállalkozók általános megítélése, nagyobb arányban preferálják a válaszadók a vállalkozói létformát, mint abban az országban, ahol a megítélés kedvezőtlenebb. Ez az állítás minden vizsgált kelet-közép-európai országra igaz, kivéve Magyarországot: nálunk a legkedvezőtlenebb a vállalkozók megítélése, mégis közepesen helyezkedünk el az öt ország rangsorában a vállalkozói létforma választása tekintetében.

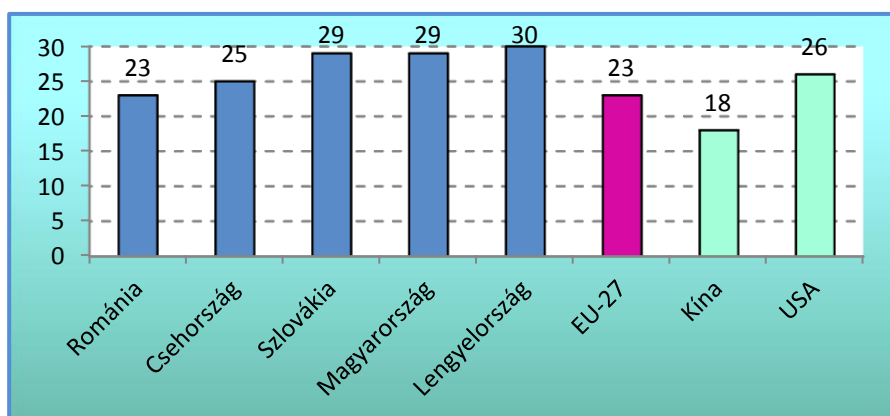
A válság mélypontján ugyan már túljutott a világgazdaság, ennek ellenére a vállalkozó kedv

lényegében mindenütt visszaesett 2009-hez képest. A 27 EU-tagállam közül 23-ban megnőtt az aránya azoknak, akik az alkalmazotti létet előnyben részesítik az önfoglalkoztatással szemben, és csak néhány országra – köztük Csehországra és Szlovákiára – volt jellemző, hogy a vállalkozói létet preferálók aránya növekedett. Ez alapján érthető, hogy az Európai Bizottság miért tartotta szükségesnek újabb cselekvési terv kidolgozását a vállalkozói szellem élénkítésére, aminek a sikeres végrehajtása döntő jelentőségű lesz az európai gazdaság világgazdasági versenypozíciójának, végső soron pedig az európai életszínvonal alakulásának szempontjából.

C/ Részvétel a vállalkozásoktatásban

A 2. ábra azoknak a válaszadóknak az arányát szemlélteti, akik az oktatási rendszer bármely szintjén részt vettek vállalkozási témájú kurzuson vagy gyakorlaton.

2. ábra: A vállalkozási témájú kurzuson vagy gyakorlaton részt vevők aránya néhány kiemelt országban és az EU-27 országokban 2012-ben (%)



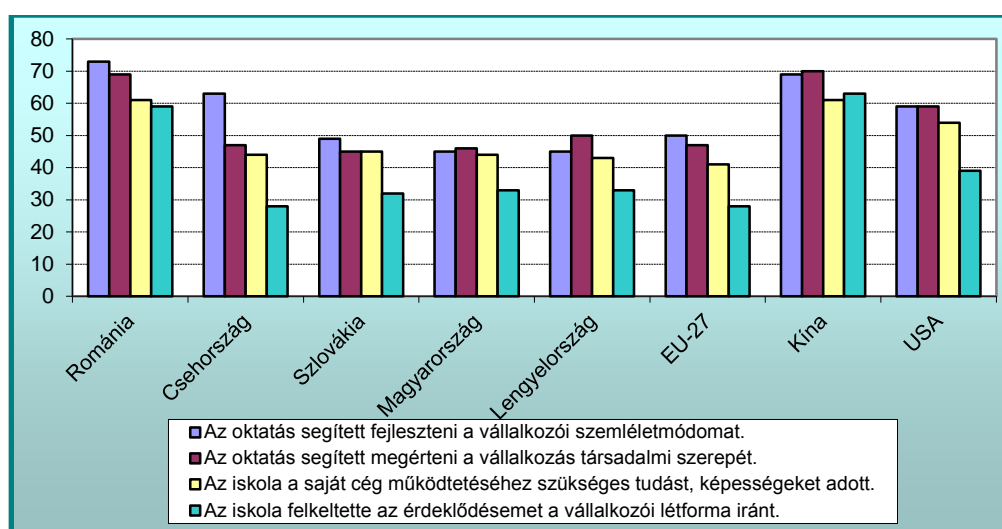
Forrás: EC (2012a: 118) alapján saját szerkesztés

A 2. ábrán szembevetendő, hogy a vizsgált kelet-közép-európai országokban többnyire magasabb a vállalkozásoktatásban részt vevők aránya az európai átlagnál, sőt a kínai és az amerikai aránynál is. Magyarország a 29%-os értékkel az európai középmezőnyben helyezkedik el, ahol a legtöbben Finnországban (39%), a legkevesebben pedig Máltán és az Egyesült Királyságban (15%) vettek részt vállalkozási kurzuson vagy gyakorlaton. Ez az adatsor önmagában arra enged következtetni, hogy a rendszerváltó országok komoly figyelmet fordítottak a vállalkozási kompetenciák oktatási rendszerbe történő beépítésére, de a képet további adatokkal és információkkal szükséges árnyalni. Fontos például megvizsgálni azt, hogy a kurzusokon részt vevők hogyan értékelik azok hasznosságát, amit a most bemutatásra kerülő kutatási adatok szemléltetnek.

D/ A vállalkozási témájú kurzusokról alkotott vélemények

A vállalkozásoktatás témakörében a kutatási kérdőív négy állítást fogalmazott meg, melyet négyfokozatú skálán (teljesen egyetért – egyetért – nem ért egyet – egyáltalán nem ért egyet) értékelték a válaszadók. A 3. ábrán – az eddigiekben is vizsgált országok esetén – azoknak a válaszadóknak az összesített aránya látható, akik az állításokkal valamilyen mértékben egyetértettek.

3. ábra: A felsorolt – vállalkozásoktatással kapcsolatos – kérdésekkel egyetértők és teljesen egyetértők összesített aránya néhány kiemelt országban és az EU-27 országokban 2012-ben (%)



Forrás: EC (2012a: 121-130) alapján saját szerkesztés

A 3. ábrára tekintve rögtön szembetűnik, hogy az amerikai és a kínai válaszadók minden egyes, a vállalkozásoktatást valamely oldalról pozitívan megközelítő állítással lényegesen nagyobb arányban értettek egyet, mint az európaiak. A térbeli összehasonlítást tovább folytatva látható, hogy Románia – ahol egyébként a vállalkozási hajlandóság is a legnagyobb volt – az európai átlag fölött „teljesít”, míg a többi vizsgált európai ország – hazánkat is beleértve – többnyire valahol az átlag közelében.

Tovább árnyalja a képet, ha egyenként áttekintjük a négy állítással való egyetértési arányokat. Minden országban az első két állítással értettek egyet a legtöbben, melyek szerint: „Az oktatás segített fejleszteni a vállalkozói szemléletmódot.”, illetve: „Az oktatás segített megérteni a vállalkozás társadalmi szerepét.” Mindkét állítás a vállalkozással kapcsolatos általános beállítódásra, attitűdre utal, amivel kapcsolatban tehát elmondható, hogy az oktatási rendszer a leginkább képes a pozitív „üzenetek” átadására. A másik két állítás már sokkal gyakorlatiasabb, hiszen a konkrét vállalkozói ismeretek és a vállalkozóvá válás kérdését taglalja a következők

szerint: „Az iskola a saját cég működtetéséhez szükséges tudást, képességeket adott számomra.”, illetve: „Az iskola felkeltette az érdeklődésemet a vállalkozói létforma iránt.” Ezen állítások esetén általában kisebb volt az egyetértők aránya, mint az előző két állításnál, vagyis a gyakorlatban is jól használható vállalkozói tudás átadása, a kompetenciafejlesztés és a vállalkozásra ösztönzés már kevésbé tekinthető sikeresnek.

Ha az egyes állításokkal egyetértők %-os arányát nem egymáshoz viszonyítva, hanem számszerűen tekintjük, akkor nem állítható, hogy nagyon pozitív képet kapunk az európai vállalkozásoktatás eredményességének megítéléséről. Az EU-27 országokban – sorrendben az 1-4. kérdésekig haladva – az egyetértők aránya: 50% - 47% - 41% - 28%, vagyis a többség inkább nem ért egyet a felsorolt állításokkal, tehát nem érzékeli / érzékelt az oktatási rendszer vállalkozási attitűdöt, tudást, készséget serkentő szerepét. (EC 2012a: 120) Magyarország esetén ugyanezek az arányok sorrendben: 45% - 46% - 44% - 33%, vagyis éppen az oktatás gyakorlatorientáltságára vonatkozó kérdéseknél haladja meg az egyetértők aránya az európai átlagot. (EC 2012a: 121-128) Bár ez önmagában öröndetes, viszont tény, hogy még így is kisebb arányban értenek egyet a válaszadók ezekkel a gyakorlati hasznosságra vonatkozó állításokkal, mint az első kettővel.

A fenti kutatási eredményeket összevetve a 2009-es adatokkal, az európai vállalkozásoktatás megítélésének egyértelmű javulását figyelhetjük meg. Ugyan az EU egészében csak néhány %-ponttal emelkedett az egyes állításokkal egyetértők aránya, de az USA-ban látványos visszaesés tapasztalható, így Európa relatív pozíciója egyértelműen javult. A kelet-közép-európai országokat tekintve még kedvezőbb a kép, hiszen minden országban szinte mindegyik egyetértési arány legalább 5%-ponttal, esetenként akár 15%-ponttal is nőtt, ami jóval meghaladja az európai átlagos növekedési mértéket. Most is kiemelkedik a mezőnyből Románia, ahol az első két állítás esetén több mint 10%-ponttal, az oktatás gyakorlati hasznosságára vonatkozó állítások esetén pedig több mint 15%-ponttal nőtt az egyetértési arány.

5. Összegzés, következtetések

A vizsgált dokumentumok és kutatási jelentések alapján az alábbi összegző megállapítások tehetők:

- Az európai gazdaság válság utáni megerősödése, Európa világgazdasági versenypozíciójának javulása szempontjából az Európai Bizottság döntő fontosságúnak

tartja a vállalkozói szellem felélénkítését, melynek legfőbb eszköze a vállalkozói kompetenciák fejlesztése.

- A vállalkozói kompetenciák – ismeretek, készségek, attitűdök – fejlesztésében kulcsszerepe van az oktatási rendszernek, benne az alap-, közép- és felsőfokú oktatási intézményeknek egyaránt. A felsőoktatás szerepe azonban túlmutat a vállalkozásoktatáson, maguknak az intézményeknek is vállalkozó szelleműekké kell válniuk.
- Erősíteni szükséges a vállalkozásoktatás gyakorlatorientáltságát, szorosabbá téve az oktatás és a vállalati szféra kapcsolatát.
- Az utóbbi néhány évben pozitív folyamatok indultak el a vállalkozásoktatás terén Európában, a vállalkozói kurzusokon/gyakorlatokon részt vevők elégedettsége nőtt. Ugyanakkor a képzések gyakorlati hasznosíthatósága, a vállalkozói létforma választására való ösztönző hatása még messze elmarad a kívánatostól.
- A vizsgált kelet-közép-európai országok vállalkozásoktatás terén nyújtott teljesítménye nem marad el az európai átlagtól, sőt egyes országok – a legutóbbi kutatási eredmények alapján leginkább Románia – átlag feletti eredményeket tudnak felmutatni.

Felhasznált irodalom

2006/962/EK: *Az Európai Parlament és a Tanács ajánlása az egész életen át tartó tanuláshoz szükséges kulcskompetenciákról.* Az Európai Unió Hivatalos Lapja, 2006.12.30., Brüsszel.

Chikán Attila (1995): *Vállalatgazdaságtan.* Aula Kiadó, Budapest.

COM(2003)27final: *Entrepreneurship in Europe.* European Commission, Brussels.

COM(2004)70final: *Action Plan: The European agenda for Entrepreneurship.* European Commission, Brussels.

COM(2012)669végleges: *Gondoljuk újra az oktatást: beruházás a készségekbe a jobb társadalmi-gazdasági eredmények érdekében.* Európai Bizottság, Brüsszel.

COM(2012)795végleges: *„Vállalkozás 2020 cselekvési terv”.* A vállalkozói szellem felélénkítése Európában. Európai Bizottság, Brüsszel.

EC (2008): *Vállalkozási ismeretek oktatása a felsőoktatásban, különösen a nem üzleti képzések keretében.* Európai Bizottság, Brüsszel.

EC (2003): *Entrepreneurship.* Flash Eurobarometer 146. European Commission, Brussels.

EC (2007): *Soroljuk a kvv-kat az első helyre!* Európai Bizottság, Brüsszel.

EC (2009): *Students and Higher Education Reform.* Flash Eurobarometer 260. European Commission, Brussels.

EC (2010): *Entrepreneurship in the EU and beyond*. Flash Eurobarometer 283. European Commission, Brussels.

EC (2012a): *Entrepreneurship in the EU and beyond*. Flash Eurobarometer 354. European Commission, Brussels.

EC (2012b): *Entrepreneurship Education at School in Europe*. European Commission, Brussels.

EC (2012c): *Effects and impact of entrepreneurship programmes in higher education*. European Commission, Brussels.

Novotny Ádám (2010): *Vállalkozó egyetemek Magyarországon: technológiatranszfer-aktivitás és -attitűd a magyar egyetemi kutatók körében*. PhD-értekezés, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem.

A MANIPULÁCIÓ NYELVI KIFEJEZŐESZKÖZEI A REKLÁMOKBAN

Linguistic tools of manipulation and fallacies in advertisements

Papp Vanda

Edutus Főiskola, SJE PTK Doktori Iskola
Edutus College, UJS PF Doctoral School

Absztrakt

A tanulmány a befolyásolás, a meggyőzés, és a manipuláció különböző definíciói alapján elkülöníti és megkülönbözteti őket egymástól. A prototipikus manipuláció feltételezi, hogy a befolyásoló szándékai manipulatívak, ugyanakkor ezt meglehetősen nehéz bizonyítani, a legtöbb esetben csak sejthető.

A reklámok a manipuláció különleges esetei, hiszen a manipuláció nyelvi eszközeivel élve, nehezen tetten érhetően próbálják meg befolyásolni a befogadót, hogy mely terméket válasszon. A tanulmány ezen a stratégiák nyelvi megvalósulásait vizsgálja.

Kulcsszavak: meggyőzés, manipuláció, befolyásolás, hibás érvelés

Abstract

The first part of the paper deals with the different definitions of manipulation. Then it aims to distinguish persuasion and manipulation. Prototypical manipulation always presupposes the intention to manipulate our communication partner. At the same time, manipulation is rather hard to prove; in most cases we can only extrapolate it.

However, advertisements are a special case of manipulation, since here receivers expect to be manipulated and actually look forward to it.

In the second part of the study the most common manipulation strategy (phallacies of argumentation) is described and examples in advertisements are given. The linguistic tools used for manipulation are also examined and analyzed.

Key words: manipulation, persuasion, phallacies, advertisements, magazines

Bevezetés

Napjainkban becslések szerint napi 3000 reklámimpulzus ér bennünket. Ebben a hatalmas információs zajban muszáj megválogatnunk, hogy az információk közül mit engedünk be, mire figyelünk oda és főképp, hogy mit jegyzünk meg. A hangsúly a vizualitás felé tolódik, de nem szabad alábecsülni a nyelv szerepét sem. Néhány szóval kell elérni, hogy a reklám megragadja figyelmünket, és bennünk a nekik kedvező cselekvést (vásárlás) váltsa ki, vagyis neki tetsző irányba befolyásolja a befogadót. Ahhoz, hogy képzeletünket megragadják, majd emlékezetünket megtámogassák, a reklámok gyakran játszanak a szavakkal: szokatlan, gyakran meghökkentő, sajátos szókinccset alkalmaznak, más kontextusba helyezik őket, jól megjegyezhető, pergő szlogeneket, esetleg saját kitalálású szavakat használnak. A hangnem általában egyszerű, közvetlen, gyakran felszólító módban szólnak hozzánk. Ebből következik, hogy a reklám nyelve nem semleges, megpróbál befolyásolni. „A nyelvhasználat általi befolyásolás a kommunikáció azon törekvése, hogy az olvasókban vagy a hallgatókban egy adott véleményt alakítson ki, illetve a már meglévő ismereteiket, véleményüket, attitűdjüket megerősítse vagy megváltoztassa” (Árva 2008). Reklámok esetében nagyon fontos, hogy sikeres befolyásolás után az új attitűd stabilizálódjon, beépüljön a befogadó értékrendjébe, interiorizálódjon. Ezek a befolyásoló szövegek, diskurzusok a beszélő szándékától függően lehetnek meggyőző vagy manipulatív szövegek.

Jelen tanulmány először a befolyásolást különböző definíciók alapján különválasztja a befolyásolást, a meggyőzést és a manipulációt, majd reklámok elemzésével bemutatja az írott szövegekben leginkább tetten érhető befolyásolási és manipulációs stratégiákat. Végül röviden kitér a reklámok formáiban bekövetkező változásokra és azokra a kérdésekre, amelyeket ez az újfajta kommunikációs helyzet felvet.

A befolyásolásról

A befolyásolás magába foglalja mind a rábeszélést, a meggyőzést, mind pedig a manipulációt, tehát meglehetősen tág fogalom. „A befolyásolás célja általában véve a célszemély egy bizonyos reakciójának, válaszána kiváltása.” – állapítja meg Zentai István A meggyőzés útjai c. művében (Zentai 2004). Különösen igaz ez a megállapítás, ha a befolyásolás nem azonnali vagy rövidtávú választ idéz elő, hanem hosszú távú, tartós, vagy időben jóval később bekövetkező reakciót, viselkedést, attitűdváltozást kíván elérni. Erre jó példák a reklámok és a politikai propaganda befolyásolási kísérletei. Ahogy azt Zentai megállapítja, a

befolyásolók dolgát ezekben az esetekben nehezíti, hogy az üzenetüket olyan kommunikációs helyzetben kell célba juttatni, ahol rengeteg hasonló üzenet próbálja elérni a befogadókat és gyakorlatilag ugyanazt mondják, termékeik nagyon hasonlóak. A másik – Zentai szerint szintén nehezítő - tényező, hogy a befolyásolók nincsenek jelen, mikor a választás megtörténik, tehát a reklámozók (befolyásolók) feladata az, hogy „beprogramozzák” a befogadót, hogy a számukra kedvező reakciót adják, amikor az inger megjelenik. „Arról természetesen nincs szó, hogy ez valódi választás lenne, abban az értelemben, hogy a választás szempontjából döntő körülmények racionális motívumok, a tárgyhoz szorosan hozzátartozó, releváns információk lennének. A reklám vagy a politikai propaganda célja nem az, hogy a célszemély racionálisan mérlegeljen, csupán annyi, hogy az a hajlama alakuljon ki, hogy az eléje terített „lehetőségek” közül éppen a befolyásoló számára kedvezőt válassza ki.” „A propagandával szemben a befogadó értékrendje ellenálló, de attitűdjei nem – állítja Jakusné Harnos Éva (Jakusné 2005)

Az attitűd tartalmazza a tárgya iránti érzelmeket, nézeteket, vélekedéseket, cselekvési szándékot és tendenciákat, amelyek a kognitív pszichológiában mentális reprezentációba szerveződnek (Síklaki 1994:25). Ha a befolyásolás során sikerül a befogadó attitűdjét beállítani vagy megváltoztatni, akkor automatikusan a befolyásolónak kedvező lehetőséget választja. Attól függően, hogy a befolyásolni kívánt személy mennyire van tudatában a beszélő befolyásolási szándékának, illetve hogy ő mennyire kívánja azt elrejteni, a befolyásolást tekinthetjük rábeszélésnek, meggyőzésnek vagy manipulációnak. Ha a befolyásolásnál a célszemély tudatában van a befolyásolási szándékának, és célnak, mert a közlő nem akarja azt elrejteni, módjában áll ellenállást tanúsítani, elsősorban annak függvényében, hogy milyen már kialakult attitűdjei vannak a befolyásolási szituációval és magával a befolyásoló személlyel kapcsolatban.

Meg kell említenünk a tudatküszöb alatti, vagy szubliminális befolyásolás fogalmát, mert a reklámszakemberek minden tudományos kétkedés ellenére is használják üzeneteik közvetítésére és a manipuláció egyik eszköze lehet. Ilyenkor nagyon rövid ideig látható üzeneteket villantanak fel, hogy befolyásolják a fogyasztókat. Az, hogy akaratunk ellenére venne rá minket dolgokra, bizonyítottan nem igaz, de az bebizonyosodott, hogy a releváns üzenetek befolyásolják a befogadó preferenciáit.

A meggyőzésről és a manipulációról

A befolyásolás elsődleges célja tehát nem a tájékoztatás, hanem a hallgató attitűdjének valamilyen irányba történő megváltoztatása. Mind a meggyőzés, mind pedig a manipuláció a

befolyásolás kategóriájába tartozik, de míg a manipuláció konnotációja alapvetően negatív, a meggyőzés pozitív. A meggyőzés mind a meggyőző, mind pedig a meggyőzendő fél oldaláról tudatos tevékenység, míg bizonyos esetekben befolyásolhatunk valakit a befolyásolás szándéka nélkül is (pl. modell-követés). Síklaki István megfogalmazása szerint „meggyőzésről akkor beszélünk, ha a befolyásoló félnek szándékában áll a befolyásolt fél viselkedését megváltoztatni, a befolyásolt fél pedig ennek tudatában, saját döntése nyomán változtat magatartásán” (Síklaki 1994). Csepeli szerint (1997:288) a meggyőzés különösen akkor hatékony, ha a befogadó még nem rendelkezik közvetlen tapasztalattal, nincs kialakult attitűdje a dologgal kapcsolatban. Vagy ha már létezik ilyen attitűd, akkor a kommunikáció célja ennek megváltoztatása vagy néhány esetben megerősítése. Ugyanakkor Reardon (1991) szerint ez a meggyőzendő fél támadásnak érzékelheti saját önbecsülése ellen, hiszen azt implikálja, hogy valamit rosszul csinált.

A meggyőzésnél mindkét félnek ugyanannyi esélye van meggyőzni a másikat. Itt az észérvek és a logika kerülnek előtérbe, a manipulációval ellentétben ez kétoldalú folyamat (Bárházi 2008). Sikeres meggyőzés esetén a befolyásolt ember úgy gondolja, hasznára válik az adott viselkedés és önként vállalja azt.

Itt szólnunk kell a meggyőzés és a rábeszélés közötti különbségről. A fogalmak használatában a szakirodalom sem egységes: sok kutató a meggyőzést nem tekinti elsősorban észérvekkel való befolyásolásnak, véleményük szerint itt is szerepe lehet az érzelmeknek. Jelen tanulmány írója osztja azt a véleményt, amely szerint a meggyőzés elsősorban logikai úton történik, míg az érzelmekre alapozó, nem manipulatív befolyásolást rábeszélésnek tekinti. Mivel a rábeszélés – a meggyőzéssel és a manipulációval ellentétben - nem az érzelmekre hat, a továbbiakban a tanulmány nem vizsgálja.

A meggyőzés közel áll a manipulációhoz, hiszen mindkettő „célorientált: a kommunikátor arra törekszik, hogy egy neki tetsző álláspontot, véleményt alakítson ki a befogadóban, vagy megváltoztassa (esetleg fenntartsa) a szövegbefogadó véleményét egy adott témában. Reklámszövegek esetében az a cél, hogy az olvasó pozitív képet alakítson ki a termékről, vagy szolgáltatásról, ezáltal potenciális vásárlóvá váljon.” A nyelvhasználat által megvalósuló manipulációt olyan interakcióként definiálja, ahol „a kommunikátor célja egy adott információ, tényállás vagy vélemény elfogadtatása, de az elfogadtatás céljából alkalmazott stratégia nem felel meg az együttműködő kommunikáció elveinek” (Árva 2007).

Harré a meggyőzés és a manipuláció közötti különbséget a cselekvő (közlő) erkölcsi implikációjában látja. Amint azt megállapítja, „ezek a fogalmak morális szempontból különböznek egymástól” (Harré 1988:291). Meggyőzésnél az attitűdváltozás, és az ennek

következtében létrejövő cselekvés a hallgató, meggyőzendő érdekeit szolgálják. A manipuláció esetében mindez a manipulálónak kedvez. Meggyőzéskor a meggyőzendő értelmére próbál hatni, önálló individuusként kezeli, míg a manipulátor dolognak tekinti a meggyőzendő felet és érzelmeire próbál hatni. A manipuláció fogalmát az interperszonális befolyásolás olyan eseteire alkalmazza csak, ahol a befogadó nincsen tudatában a „hatásnak” és az üzenet küldőjének érdekeiben. (Ha tudatában lenne, akkor a manipuláció egyik feltétele nem teljesülne, nevezetesen az, hogy a befogadó csupa „jót” gondol a beszélőről.) Az, hogy a manipuláció által beállított vagy megváltoztatott attitűd mennyire tartós, függ attól, hogy a befogadó tudatára ébred-e annak, hogy viselkedése manipuláció eredménye. Ha igen, ez ellenállást válthat ki és az attitűd az ellenkezőjére fordulhat. Néhány esetben azonban az új, manipulált attitűd illeszkedik a befogadó saját rendszerébe, hatékonynak látja azt, ekkor a manipuláció konnotációja nem válik negatívvá, az attitűd megmarad.

Parret (1993) szerint a manipuláció olyan meggyőzés, amely szándékos és tudatos tevékenység, és amely magában foglalja a perlokúciót azáltal, hogy felbujt valamilyen cselekvésre. Azért tekinthető tisztességtelennek, mert megkérdőjelezi az interszubjektív viszonyokban meglévő szerződést. Ilyenkor a manipulátor kezdettől fogva irányít, egyoldalúvá téve a kommunikációt, amelyben a befogadó három lehetséges attitűd közül választhat: engedelmesség, közömbösség vagy tehetetlenség.

Síklaki szociálpszichológiai alapú megközelítése szerint manipuláció esetén „[a] Beszélő kísérletet tehet arra, hogy valamilyen információtöbbletet arra használja föl, hogy a Hallgatót jóhiszeműségében megtartva igyekezzen olyasmire rávenni, amit esetleg nyílt meggyőző kommunikáció hatására nem tenne: azaz manipulálja” (Síklaki 1994). Azaz a beszélő igyekszik elrejtetni befolyásolási szándékát, implikált állításáért nem vállalja a felelősséget, illetve felelősségvállalásának különböző fokozatai lehetnek.

Hasonlóan vélekedik Zentai is: a manipuláció esetében a célszemély nincs tudatában a befolyásoló szándékának, de végül mégis szándékainak megfelelő reakciót ad. Meglátása szerint „manipulatív mozzanatok gyakran lépnek fel a társas kommunikációban. Minden olyan szituációban megjelenik a manipuláció, ahol az üzenetek feldolgozása tudatosan kis mértékben, vagy egyáltalán nem kontrollált. Látni fogjuk, hogy úgyszólván minden kommunikációban megtalálhatók az ilyen típusú üzenetek, sőt, a kommunikáció szerves, elválaszthatatlan részét alkotják. Sőt, az ilyen típusú üzeneteknek általában nemcsak a vétele, hanem az adása is gyakran nagymértékben tudattalan, kontrollálatlan. Azzal a helyzettel találjuk tehát szemben magunkat, hogy lényegében minden társas kommunikatív szituációt jellemez bizonyos fokú manipuláció”

(Zentai 2004).

Philippe Breton szerint „manipulatív akción olyan erőszakos és kényszerítő fellépést értünk, amely megfosztja szabadságától azt, akit a manipuláció érint” (Breton 2000). A manipuláció esetében a központi stratégia az, hogy a lehető legteljesebben korlátozzák a befogadót abban, hogy megvitathassa, vagy ellenállást tanúsítson azzal szemben, amit ajánlanak neki.

Bárházi Eszter a manipuláció két altípusát különbözteti meg. Az egyikben a közlő rejtett, a befogadóban nem tudatosuló eszközökkel (pl. testbeszéddel) manipulál, a másikban a nyelvi interakció valódi célját rejtje el. Bárházi a különböző manipuláció-definíciók vizsgálatával összegyűjtötte azokat a megállapításokat, amelyekkel a prototipikus manipulációt jellemezhetjük. A legfontosabb jegynek a manipulációs szándék meglétét tekinti, amely magában foglalja azt, hogy a közlő eltitkol, illetve elrejt valamit a befogadó elől. A befogadó oldaláról elmondhatjuk, hogy nem tudja bizonyítani, hogy manipuláció áldozata lett, legfeljebb következtet rá (Bárházi 2008). Manipuláció esetén tehát a manipulatív szándék megléte elengedhetetlen (ez a szándék nem bizonyítható, letagadható), a manipuláció igazi ereje annak bizonyíthatatlanságából ered.

Ezen nézeteknek [t.i. sikeres manipuláció esetén a befolyásolt nincs tudatában a befolyásoló szándékának] ellentmond Chilton (2002) meglátása, amely szerint a félrevezetés lehetősége benne rejlik a kommunikációban és az emberi eszköztárnak része egy automatikus ellenőrzőrendszer, amely a következetességet ellenőrzi, így a manipuláció sikere a befogadón is múlik.

Síklaki István meglátása szerint „a sikeres manipuláció [...] olyan paradox helyzetet teremt, amelyben a manipulátor akkor is eléri a célját, ha hiszünk neki, és akkor is, ha nem” (Síklaki 1994). Ebben az esetben a manipuláció sikere a befogadó felelőssége is, nemcsak a manipulátoré.

A reklám, mint a manipuláció különleges esete

A reklám lényege Breton szerint (2000), hogy a kibocsátó ellenőrzése alatt tartja az üzenetet a kommunikációs folyamat elejétől a végéig. A reklámüzenet célja a meggyőzés. Ezt a folyamatot Breton nyomán két szintre bonthatjuk. Első szinten a reklám informál (ebben nem különbözik a 20. sz. előtt megjelent kereskedelmi hirdetésektől), de ma már több mint szimpla információátadás. Célja nem csupán, sőt, nem is elsődlegesen, a tájékoztatás, hanem a

befolyásolás. Ki akarja váltani a befogadóban az üzenet küldője által vágyott viselkedést (vásárlást). Az információ ennek a befolyásolási folyamatnak csak egyik része. Második szinten a reklám tehát befolyásol, a befolyásolónak tetsző cselekvést vált, ki, ennek eléréséhez az üzenetet kellemessé, meglepővé, önmagában is vonzóvá változtatja.

Mára a reklámozás elmozdult az áruk tulajdonságainak ismertetésétől, már problémákra kínál megoldást ahelyett, hogy nyíltan vásárlásra ösztönözne. (Chouliaraki és Fairclough 1999:77, idézi Jakusné 2005). Szinte minden, a reklámot definiáló meghatározásban megjelenik a reklámok befolyásoló szándéka. Arról azonban nem szólnak, hogy ez a befolyásolás a meggyőzés vagy a manipuláció kategóriájába tartozik-e. Bárházi (2008) véleménye szerint „ha a reklámok a befogadó érdekeit vennék figyelembe, akkor inkább a meggyőzés eszközeivel élnének, ám a reklámok többsége nem ebben érdekelt”.

A fenti értelmezés szerint akkor a reklámok a manipuláció különleges eseteinek tekinthetők, hiszen egyrészt a befogadó nem érvelhet, nem próbálhatja meggyőzni a beszélőt, nem is kétirányú a folyamat, másrészt viszont minden potenciális fogyasztó tudatában van annak, hogy manipulálni próbálják, hiszen

- a sikeres manipuláció következtében megvalósuló cselekvés (vásárlás) a manipulátornak kedvez,
- a befogadó (a manipuláció egyéb eseteivel ellentétben) tudja, de legalábbis sejti – és ennek megfelelően legtöbbször el is várja,- a közlés manipulációs szándékát,
- a manipulátor általában rejtett, a befogadóban nem tudatosuló eszközöket használ, elsősorban az érzelmeire hat.

Key (1972) megállapítása szerint a reklámok hatása abban rejlik, hogy a tudatos meggyőző üzenet mögé rejtik a tudat küszöbe alatt ható valódi befolyásoló üzenetet. Kísérletek bizonyítják, hogy „a nyelvi inger is megvalósíthat küszöb alatti befolyásolást, mégpedig azért, mert a nyelvi inger feldolgozás az automatikus dekódolási szakaszban történik”. Mint azt Árvay (2008) megállapítja, „az üzenet nyelvi síkján tudat alatt olyan tartalmakat (sztereotípiákat) lehet működésbe hozni, amelyek befolyásolják a viselkedést, miközben nem válnak tudatossá”.

Becslések szerint egy nagyvárosi embert naponta szinte feldolgozhatatlan ingermennyiség éri, de ennek nagy része fennakad az érzékelési védőmechanizmusokon, a fogyasztók „hárítanak”, még a periférikus érzékelésig is alig jut el. Viszont annyiszor ismétlik

ezeket a reklámokat, hogy a fogyasztók percepció ellenállása végül megtörik és alárendelődnek a reklámok üzeneteinek. Így amellet, hogy a küszöb alatti befolyásolás módszerével élnek, a folyamatos ismétléssel megtörik a fogyasztók ellenállását és azok végül perifériás érzékeléssel befogadják az üzenetet, manipuláció alanyaivá válnak. (Sas 2009)

Ennek alapján a manipulatív stratégiák a következő módokon valósulhatnak meg:

1. *propozíciók elhallgatása* – ilyenkor az elhallgatás maga valósítja meg a manipulációt
2. *hiányzik a kommunikatív szándék* – a kommunikátor közöl ugyan egy feltevés-halmazt, de a címzett nem tudja, hogy ezt neki szánták
3. a *nyelvi elem maga hordozza a manipuláció lehetőségét*, ennek feldolgozása a dekódolási szakaszban történik, így a küszöb alatt hat, kontextustól függetlenül. Ide tartoznak a szemantikai előfeltevések (pl. határozott névelős főnevek, faktív igék – pl. tud – melyeknél az alárendelt tagmondatot a befogadó feltétlenül igaznak véli
4. *hibás érvelés* (ezek a típusú érvek inkább a meggyőzés perifériás útját követő befogadóknál lehetnek hatásosak, lásd Síklaki)

Az írásbeli szövegeket gondosabban formálják, különösen a reklámokat, többször ellenőrzik, tesztelik, javítják, hogy a kívánt hatást elérjék. A nyelvi kontroll miatt nem következtethetünk az élőbeszéd természetes módjára, viszont jobban tetten érhetők bennük a manipulációt megvalósító nyelvi stratégiák, ezek közül is a hibás érvelés stratégiája. A reklámot tekinthetjük kváziérvelő diskurzusnak, hiszen a közlő be akar bizonyítani valamit a befogadónak, akinek nincs lehetősége saját érveinek ismertetésére, kérdések feltevésére. Ebben az esetben a klasszikus befolyásoló stratégia manipulációs stratégiává válhat. Ugyanakkor nem szabad megfeledkeznünk arról, hogy mára átalakult a reklámok világa is: a web2.0-es alkalmazások miatt a befogadók lehetőséget kaptak arra, hogy azonnal reagálhassanak a befolyásolók stratégiáira. Az eddigi kvázi egyirányú folyamat, amely abból adódott, hogy az írásban megjelenő reklámokra adott befogadói reakció útja hosszadalmas és körülményes volt, mára megváltozott: az eddigi befolyásoltak befolyásolóvá válhattak. Így, mint azt Sas István (2009) kiemeli, a kognitív érvelési taktikáknál hatékonyabb az érzelmi ráhatás, a centrális érzékelés helyett a perifériásra kell hatni. Ugyanakkor nem lehet a befogadót egyoldalú kommunikációs helyzetbe kényszeríteni, ahol csupán passzív szerepet szánunk neki.

Kommunikációs partnerként kell kezelni, és bár a kölcsönösen elismert és Érdemes megvizsgálni azt a kérdést is, hogy ez az új helyzet mennyiben változtatja meg a manipuláció folyamatát, stratégiáit és nyelvi kifejezőeszközeit.

A hibás érvelés stratégiája

A továbbiakban Árvay Anett Eemeren és Grootendorst (1992) pragma-dialektikus hibalistáját alapul vevő kutatásának eredményeiből kiindulva a leggyakrabban előforduló stratégiát, a hibás érvelés stratégiáját vizsgálom a reklámokban (a többi stratégiával a tanulmány most nem foglalkozik). A stratégiák közül a hibás érvelés a leggyengébb, a befogadó által legkönnyebben azonosítható és felfedhető stratégia, hiszen figyelmes olvasással és gondolkodással kiszűrhető. Sok esetben mégis sikeres, mert a befogadó a reklámokat nem figyelmesen olvassa, hanem periferikusan dolgozza fel. Árvay szerint „egy adott diskurzusban az érvelést akkor tekinthetjük hibásnak, ha 1.) a diskurzusban érvelési hibát találunk; 2.) a diskurzus igazságtartalma sérül. Az érvelési hibát gyakran előforduló és megtévesztő, rossz megnyilatkozásként definiálhatjuk (Margitay 2004). Az érvelési hibákról tudni kell, hogy racionálisan rendszerint nem meggyőzőek, de pszichológiai okokból mégis meggyőzőnek tűnnek.” (Árvay 2007)

A következőkben a hibás érvelés különböző megvalósulási módjait vesszük sorra, mivel mélyebb elemzésre ezen tanulmánykeretei között nincs mód, néhány, a Nők Lapja 2013. decemberi számaiból vett példával illusztrálva.

- (1) Érzelmekre apellálás – több altípusa van, általában az egyediség, különlegesség hangsúlyozására törekszik. Ez összecseng Sas István reklámszakember már idézett megállapításával, miszerint napjainkban a hatékony reklámok elsősorban az érzelmeket célozzák meg. Általában ez a hibás érvelés leggyakoribb megvalósulása.

Karintiát a következőképpen jellemzik: „A téli szezon legjobb darabjai **kifinomultak, látványosak és kényelmesek**” (50. szám 34. old.) „Déli hangulat, napsütés – és biztos hó. A Keleti-Alpok egyik **legérdekesebb** hegyvidéki tája, Karintia **álomba illő** sípályáival és **érdekes** programjaival egészen tavaszig várja a téli sportok szerelmeseit” (...) „izgalmas, különleges, kulináris kalandok, csodás, hegyi világ, Ausztria egyik legjobb wellness oázisa”. (50. szám 61. old).

Sóstógyógyfürdőn pedig „[e]gyedülálló környezeti feltételek, páratlan természeti környezet,

csodás üdülőövezet”vár minket. (40. szám 80.old.)

Az Elle magazinról ennyit mondanak: „stílusos, szellemes, szexis.” (49. szám 19. old.)

Mindez azt az érzetet kelti, hogy ha megvásároljuk a szolgáltatást (jelen esetben befizetünk az utazásra vagy megvesszük a magazint), mi is részesei lehetünk a luxusnak.

(2) Az „ad populum” (más is ezt csinálja) érv az érzelmekre hat, és független vásárlók szájába adja a dicsérő szavakat.

„**A gazdagok is a Szemüvegdiszkontot választják**” (49. szám 67.old), így bátran válasszuk mi is. A Magne B-t reklámozó cikkből megtudhatjuk, az átlagos felnőttek mit választanak erejük visszanyerésére: „Év vége felé megszaporodnak a tennivalók, és sokszor úgy érzi, minden ereje elhagyta. Pedig lehet, hogy mindössze a szervezet tápanyagraktáraiban megcsappannak az aktivitást támogató anyagok. (...) **egy átlagos felnőtt szervezetének 300-350 mg magnéziumra van szüksége naponta.**” (50. szám 51. old.)

„A decemberi rohanást követően **sokak** számára vonzó a kellemes környezetben, jó társaságban, vidám szórakozással és különlegesen ínycsiklandó lakomával megünnepelni a szilvesztert.” (50. szám 70.old.) – áll a Danubius Hotel reklámjában.

(3) A *félelemkeltés* (ad baculum) szintén az érzelmekre hat. Ez is rímel egy pszichológiai stratégiára, melynek lényege, hogy elhiteti a reklám befogadójával, hogy ha nem az adott terméket választja, az kellemetlen következményekkel járhat. Ugyanakkor útmutatást is tartalmaz a veszély elhárítására, melyet a befogadók alkalmasnak találnak a célra és elhiszik, hogy képesek véghezvinni mindazt, ami a veszély elhárításához szükséges. A félelem miatt itt megszűnik a racionális mérlegelés.

„35 éves korunk után **elkezdődik a csontvesztés** (...) a csonttömeg **elkezd ritkulni** mindenféle látható tünet nélkül. (...) Sokan úgy gondolják, hogy **kalciumpótlással egyszerűen megelőzhető a csontritkulás. A kalcium tényleg nagyon fontos, de nem elég.**” (K2 vitamin tabletták, 49. szám 13. old.)

(4) Hamis preszuppozíciók – a közlő bizonyos előfeltételek meglétét implikálja, olyan kijelentéseket tesz, amelyek feltételezik egy másik meglétét, anélkül, hogy azt kimondanák.

„**Megint itt a megfázásos betegségek szezonja, és a makacs köhögéstől nehéz megszabadulni. Az Eromed 300 mg kemény kapszula kíméletesen oldja fel a váladékot...** (49. szám 80.old.) – itt az előfeltétel a megfázás, a lerakódott váladék megléte.

Békés ünnepek – görcsök nélkül. (50. szám 51. old.) – Ebben a Magne B reklámban feltételezik, hogy a magnéziumhiány miatt görcsöl a lábunk, amelyre termékük kínál megoldást.

- (5) Homályosság – képes a valódi információtartalmat elfedni, sokszor a szakszavak használatából adódik, amelyet nem magyaráz meg a közlő. Ez egyébként felfedezhető egy pszichológiai manipulációs stratégiánál is, a ritkaság pszichológiájánál.

A liposzómális NovoCPlus vitaminban például a vitamint természetes, sejtmembrán-azonos foszfolipoid réteg védi. (50. szám 70.old.)

- (6) Irreleváns érvelés – amikor a közlő helytálló, ám a reklámozott termékhez nem kapcsolódó érveket használ.

„Magyarország legifjabb gyógyhelye Sóstógyógyfürdő! A rangos cím elnyerése egyedülálló feltételeket jelent: kristálytiszta levegő, páratlan természeti környezet, gyógytényező megléte és fejlett gyógyászati eljárások. Mindezek ötvöződnek a 320 hektáros tölgyerdő ölelésében fekvő Sóstógyógyfürdőn (...)” Az, hogy Sóstógyógyfürdő Magyarország legfiatalabb gyógyfürdője, valószínűleg igaz, a gyógyászati értéket azonban nem befolyásolja. A levegő valószínűleg ugyanilyen tiszta lenne, ha sokkal idősebb fürdőről beszélünk.

- (7) A hamis *ok-okozat* stratégia egymás után következő állítások közötti ok-okozati összefüggés kimondása vagy sugallása révén jön létre. Reklámokban gyakori az egész szövegen átívelő *probléma-megoldás* séma. Ilyenkor a közlő felvet egy problémát, amelyre az egyedüli jó megoldást a saját terméke adja. Ilyenkor a narratív struktúra automatikus meggyőző hatása lép működésbe, az események között ok-okozati kapcsolatot keresünk.

„Természetfotósként mindig lenyűgöz a madarak odaadása, ahogy fiókáikat nevelik. Apaként én is a biztonságot keresem: a kisfiam jövőjének megalapozásánál nincs fontosabb.” (Babakötvény, 50. szám 63.old.) – A probléma jelen esetben a gyermek jövőjének biztosítása, amelyet az apa a babakötvény megvásárlásával oldhat meg.

A következő problémára, nevezetesen, hogy télen nem ihatunk frissítő italokat, mert azok a nyárhoz tartoznak, a Pölöskei áfonya ízű szörp a megoldás: *„A tél beköszöntével sem kell lemondanunk a frissítő italokról!”* (50.szám 70.old.) Itt a rövid szöveg miatt nem lehet pontosan eldönteni, hogy a reklám a probléma-megoldás sémába vagy a hamis preszuppozíciókhoz tartozik-e.

- (8) Szintén gyakran alkalmazott eszköz a *tekintélyérv*, amelyben ellenőrizhetetlen, anonim szakértőre hivatkoznak. Ennek változata, amikor egy *híres ember* nyilatkozik a termékkel kapcsolatban.

Dr Preisz Klaudia, bőrgyógyász ajánlja a Helia-D-t, amely „*megújulás és felüdülés a szomjazó bőr számára*” – itt nemcsak a tekintélyérvvel találkozhatunk, hanem azzal a preszuppozícióval is, hogy *bőrünk száraz és dehidratált (49.szám 62.old)*. Ugyanebben a számban az 59. oldalon **Császári Zita/Zipy** személyi stylist állítja, hogy a „*szép és ápolt cipő nagyon sokat elárul az emberről. Mindig nagy hangsúlyt fektetek arra, hogy a cipőm összhangban legyen a szettemmel, különben nem érzem teljesnek az összehatást.*” A tekintélyérv mellett megjelenik a félelemkeltés is. Természetesen rögtön megoldást is kínálnak: a Renonál megtalálhatja mindenki az öltözékéhez tökéletesen illő cipőt.

- (9) Az *álságos beállítás* lényege, hogy a szavak jelentésének szintjén ügyeskednek. Leggyakrabban ott találjuk a hamis ígéretet, amelyben úgy teszünk, mintha ígérnénk valamit, amink nincs, közben mégsem hazudunk. Pl. a tabletták *enyhíthetik* a fájdalmat. Nem ígérjük, hogy meg is teszik, de a lehetőség fennáll.

„*Mindemellett erősödik az az elmélet, hogy a szervezetbe jutó megfelelő mennyiségű D-vitamin pozitívan befolyásolhatja a testvér csökkenését és szerepet játszat a vírusok elleni harcban.*”
(49. szám 63.old Jamieson D-vitaminok reklámja)

Egy-egy reklámban természetesen több megvalósulási mód is megjelenhet, és amint az a fenti példákból is látszik, sokszor nem könnyű eldönteni, különösen ahol nem elég hosszú a minta, hogy pontosan melyik megvalósulási formához tartozik az adott hirdetés. A leggyakoribb megjelenési forma az érzelmekre való apellálás, különösen, ha figyelembe vesszük, hogy a félelemkeltés (ad baculum) és az ad populum – az ad misericordiammal együtt – ennek a esetetei, melyeket azért említettünk külön, mert kiemelt érzelmekre hatnak. Ide tartozna még az ad misericordiam, vagyis a szánalomkeltés, de ez kimarad, mivel erre nem találni példát a vizsgált reklámok között

A stílus, mint a manipuláció eszköze

A beszélőnek bizonyos határokon belül mindig módja van választani a nyelvi jegyek közül. A rendelkezésre álló nyelvi jegyek közül történő tudatos vagy ösztönös választás stílus. Az, hogy milyen nyelvi jegyeket választunk, meghatározza a stílus meggyőző erejét, vagyis azt, hogy az üzenet mennyire lesz hiteles, erőteljes vagy éppen bizonytalan, esetleg gyenge. Választásunk

mindig attól függ, milyen befogadóra számítunk (Síklaki 1994).

A reklámnál, mint minden stratégiai diskurzusnál tudatosan választunk a lexikonból, a szintaktikai szabályok közül és dönthetünk a norma követése vagy megsértése mellett. Ahogy azt Sandell (1977) megállapította, a reklámok szignifikánsan több melléknevet és túlzó kifejezést (hiperbola) alkalmaznak. Általában rövidebb szavakból állnak és gyakrabban élnek a kihagyás (ellipszis) használatával.

Ha a reklám nyelvének stílusa választékos, elegáns, akkor ez azt a képzetet kelti, hogy válogatott közönséghez szól, nem mindenkire, így a befogadóban is megfogalmazódik az igény, hogy ehhez a különleges, válogatott közönséghez tartozzon, amit azzal érhet el, hogy megszerzi a terméket, megvásárolja a szolgáltatást.

Az elemzett példák stílusáról is elmondhatjuk ugyanezt: azokban a reklámokban, amelyek a hibás érvelés stratégiáján belül a különlegesség élményét ígérik, gyakran találkozunk túlzó kifejezésekkel (*elegáns, különleges, kifinomult*). A szokásosnál több melléknevet is használnak: például *”klasszikus, lázadó, szexi”* egy reklámon belül (36. old.) vagy *„formás, dizájnos, csendes”* kisautó (79. old.).

Amint azt Árvay megállapítja, bizonyos stílusesszéközök (metafora, ismétlés, alliteráció, hiperbola, stb.) szintén manipulációs eszközök lehetnek, mert használatukkal a figyelem elterelődhet a tartalomról és a centrális helyett a perifériális út felé terelheti a befogadást [46]. Azt, hogy az egyes stílusesszéközök a meggyőzés vagy a manipuláció eszközei-e, csak a teljes szöveg vizsgálatával válik láthatóvá.

Befejezés

A tanulmány első felében a különböző definíciók összegzésével és szintetizálásával megállapíthattuk, hogy a prototipikus manipulációnál a legfontosabb jegy a manipulációs szándék megléte, ebből következően az, hogy a közlő eltitkol, illetve elrejt valamit a befogadó elöl, manipulációs szándéka letagadható. A befogadó nem tudja bizonyítani, hogy manipuláció áldozata lett, legfeljebb következtet rá. Vagyis a manipuláció igazi ereje annak bizonyíthatatlanságából ered.

Megállapítottuk, hogy a reklámok a manipuláció különleges esetei, hiszen a befogadó várja, sőt, elvárja, hogy manipulálni próbálják. A reklámokat abból a szempontból manipulációnak tekinthetjük, hogy a sikeres manipuláció következtében megvalósuló cselekvés (vásárlás) a manipulátornak kedvez, és a manipulátor általában rejtett, a befogadóban nem tudatosuló eszközöket használ, elsősorban az érzelmeire hat. Természetesen a reklámok nagy része nem tekinthető racionális diskurzustípusnak, bár megszerkesztettségük alapján annak tűnhetnek

(Árvay 2007).

A második rész a reklámokban megjelenő manipulációt célzó stratégiákkal foglalkozik, közülük is részletesebben a leggyakoribb és legkönnyebben azonosítható stratégiával, a hibás érveléssel. Ennek leggyakoribb megjelenési formája az, amikor különlegességet ígér miáltal a befogadó egy exkluzív csoport tagjának érezheti magát, amelyhez a termék megvásárlásával tartozni fog. Ilyenkor az üzenetet nem centrális úton, odafigyelve, hanem sokszor a tartalomról a stílusra figyelve, perifériális úton dolgozzuk fel a reklám üzenetét. A hibás érvelés stratégiája és ennek nyelvhasználati kifejezőeszközei azért is vizsgálatra érdemesek, mert az egyéb, nem reklám célú befolyásolással és manipulációval ellentétben itt a manipulációs szándékot a befogadó eleve feltételezi, csupán magát a megvalósulást, a közlő eszközeit nem tudja minden esetben tetten érni az átlag nyelvhasználó. A reklámok vizsgálata rávilágíthat arra is, hogy a manipulatív stratégiák milyen sajátosságokkal bírnak, gyakorlati szempontból pedig hasznos lehet egy tudatos, kritikus reklámfogyasztói magatartás kialakításában.

Felhasznált irodalom

Árvay Anett Manipulatív érvelés írott reklámokban. (2007) online dokumentum. <http://www.nytud.hu/alknyelvdok07/proceedings07/Arvay.pdf> letöltve: 2012. október 15.

Árvay Anett. A manipuláció és a meggyőzés pragmatikája a magyar reklámszövegekben. In: *Általános Nyelvészeti Tanulmányok XX.* Akadémiai Kiadó, Budapest 2008

Bártházi Eszter (2008) Manipuláció, valamint manipulációra alkalmas nyelvhasználati eszközök a sajtóreklámokban. online dokumentum. <http://www.c3.hu/~magyarnyelv/08-4/barthazi.pdf> letöltve: 2012. október. 18.

Breton, Philippe *A manipulált beszéd* Helikon Kiadó Budapest 2000 ISBN 963-208-676-7

Chilton, Paul *Manipulation.* In: Verschueren et al. eds. 2002. p. 1-16 ISSN 1572-0276

Eemeren, F. H. van – Grootendorst, R. *Argumentation, communication and fallacies.* Hillsdale NJ: Lawrence Erlbaum 1992 ISBN-10: 0805810692

Harré, Rom *Meggyőzés és manipulálás* In: *Nyelv, kommunikáció, cselekvés II.* Tankönyvkiadó 1988.

Jakusné Harnos Éva. *A kereskedelmi és a politikai propaganda nyelvi eszközei.* In: *Magyar Nyelvőr* 129, 419—36

Online dokumentum. <http://www.c3.hu/~nyelvor/period/1294/129402.pdf> letöltve: 2013, december 09.

Key, Wilson, Bryan Subliminal seduction, New York 1972: New American Library ISBN 0451159519

Margitay Tihamér Az érvelés mestersége. Typotex 2004. ISBN 963-9548-15-4

Reardon, K.K. Persuasion in practice. Newbury Park, CA Sage 1991 ISBN 080-393-317-7

Sandell, Rolf. Linguistic style and persuasion. London Academic Press 1977 ISBN 012-618-150-0

Sas István Te tudod, hogy én tudom, hogy te tudod. In. Korunk, 2009. április online dokumentum. <http://korunk.org/?q=node/10493> letöltve: 2013. január 26.

Síklaki István. A meggyőzés pszichológiája. Scientia Humana. Budapest 1994. ISBN 963-8471-11-5

Zentai István A meggyőzés útjai. Neumann Kht, Budapest 2004. online dokumentum. <http://mek.oszk.hu/05000/05034/html/> letöltve 2013. április 10.

TURIZMUS - VENDÉGLÁTÁS

A DISZKONT LÉGITÁRSASÁGOK TÉRNYERÉSÉNEK ÉS A MALÉV MEGSZÚNÉSÉNEK HATÁSA MAGYARORSZÁG TURIZMUSÁRA

Dr. Jandala Csilla

Tudományos és nemzetközi rektor-helyettes
Tanszékvezető főiskolai tanár, Turizmus Tanszék
Edutus Főiskola

ABSZTRAKT

A légitársaságok szerepe Magyarország turizmusában a világturizmusban tapasztalt arányokhoz képest kevésbé jelentős. Ugyanakkor igen komoly szerepe van bizonyos turisztikai termékek (pl. konferenciaturizmus, városlátogatás) esetében az ország megközelítésében. Ez a lehetőség a MALÉV nemzeti légitársaság megszűnésével megváltozott. A tanulmány azt elemzi, vajon a MALÉV-et „helyettesítő” légitársaságok milyen változásokat hoztak a főváros turizmusában, és hogy ezek a változások pozitívan hatnak-e Budapest turizmusára.

SUMMARY

The air travel plays a less important role in Hungary's international tourism as in the world's tourism. At the same time it has a special role in some tourism products (e.g. conference tourism, city-breaks) where the accessibility of the destination has an important sense.

As MALÉV, the Hungarian Airlines disappeared, the possibilities have changed. The study analyses whether the new airlines had impacts on these changes, or not, and whether these changes are positive in the tourism of Budapest.

1. A KÖZLEKEDÉS SZEREPE A TURIZMUSBAN

A közlekedés a turisztikai kínálat egyik alapeleme. Mivel a turizmus minden esetben helyváltóztatással jár, közlekedés nélkül nem létezik turisztikai forgalom. A helyváltóztatás megvalósulhat tömegközlekedési eszköz vagy egyéni közlekedési eszköz igénybe vételével, illetve eszköz nélkül, gyalogosan is.

A közlekedés és a turizmus fejlődéstörténete több ponton is összecseng, illetve a köztük lévő összefüggések, kölcsönhatások révén újabb és újabb turisztikai keresletet-kínálatot eredményezett.

A XIV. században magyar Kocs községben megépített „kocsi” a közlekedés világtörténetének fordulópontja volt: ezt követően a rendszeres postakocsi járatok kiszolgálására pihenőhelyek jöttek létre, ahol a lovakat lehetett cserélni. Ezek a pihenőhelyek gyors fejlődésnek indultak, szolgáltatásaik egyre bővültek, és a modern értelemben vett vendégfogadókká váltak: alkalmasak voltak evésre, ivásra, éjszakai szállásra és természetesen a lovak ellátására. E folyamatra szép példát találunk hazánkban is, hiszen a Hortobágy azóta világörökségként nyilvántartott csárdahálózata is így alakult ki.

Újabb fordulópontot jelentett néhány évszázaddal később a gőzgép feltalálását követően a gőzhajó és a gőzmozdony (vasút) megjelenése. Az áruszállítás mellett mindkét eszköz a személyszállítás fejlődését is ösztönözte. Különösen igaz ez a vasútra, hiszen az utazási költségek csökkenése tömegek számára tette lehetővé az utazást. A kevésbé jómódúak, a munkások számára is elérhetővé vált a vasúti közlekedés. Ráadásul a vasút azáltal, hogy több száz ember együttes utazására volt alkalmas, megteremtette a szervezett társas turizmus formáját. 1841-ben Thomas Cook elsőként indított hétvégi kirándulásként szervezett utat, mely a később világhálózattá nőtt –maig létező–túraszervezői vállalkozásának alapja volt.

A XIX. Század elejének találmánya, a személygépkocsi új elemet hozott a turizmusba – az utazás szabadságát. A személygépkocsival utazók rugalmasan dönthetik el, hogyan érik el úticéljukat. Utazásukat megszakíthatják, menet közben eredeti elképzelésüket kedvük szerint módosíthatják.

A II. világháború után a világ légi hálózatának kiépülésével a repülés addig távoli, nehezen megközelíthető fogadó területeket kapcsolt be a világ turizmusába.

Nemcsak a közlekedési technika fejlődése, az újabbnál újabb eszközök megjelenése hatot a turizmus fejlődésére, hanem a turizmus fejlődése is befolyásolja a közlekedési módok alakulását. Az új keresleti igények, új motivációk, a fogyasztási szokások változása új közlekedési megoldásokat követel.

A turizmusban a közlekedési eszköz nemcsak a kínálat egyik infrastrukturális eleme lehet, hanem önmagában is lehet vonzerő, kiválthat elsődleges turisztikai keresletet: példaként említhető az Orient Expressz, a ma már nem létező Concorde repülőgép, egy hőlégballonos szafari vagy éppen a Földközi-tenger több ezer fős üdülőhajója.

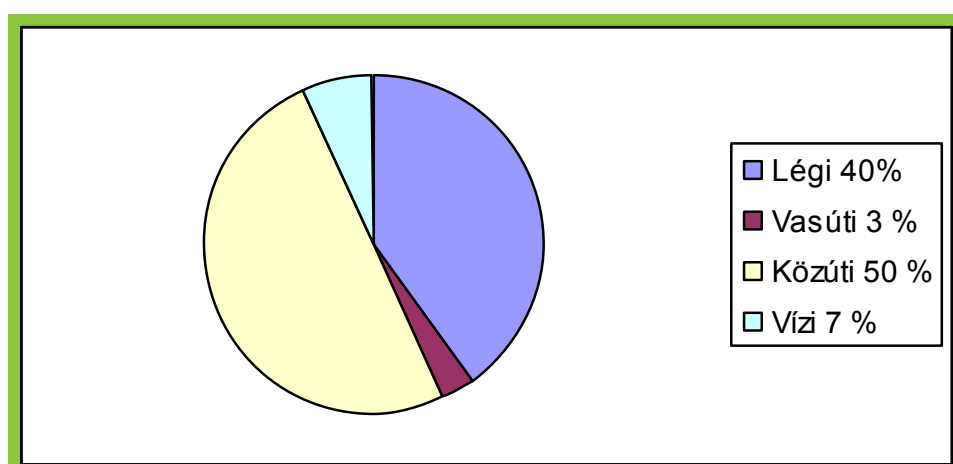
Fentiek alapján megállapítható, hogy a közlekedés nem egyszerűen infrastrukturális feltétele a turizmusnak, hanem ennél jóval összetettebb jelenség.

2. A NEMZETKÖZI TURIZMUS KÖZLEKEDÉSI ESZKÖZÖK SZERINTI ALAKULÁSA

A turizmus közlekedési eszközök szerinti megoszlása földrajzi, politikai és gazdasági adottságokkal magyarázható különbségeket mutat a világ különböző régióiban, desztinációiban.

1. számú ábra

**A világturizmus megoszlása közlekedési módonként
(az érkező turisták száma alapján)**

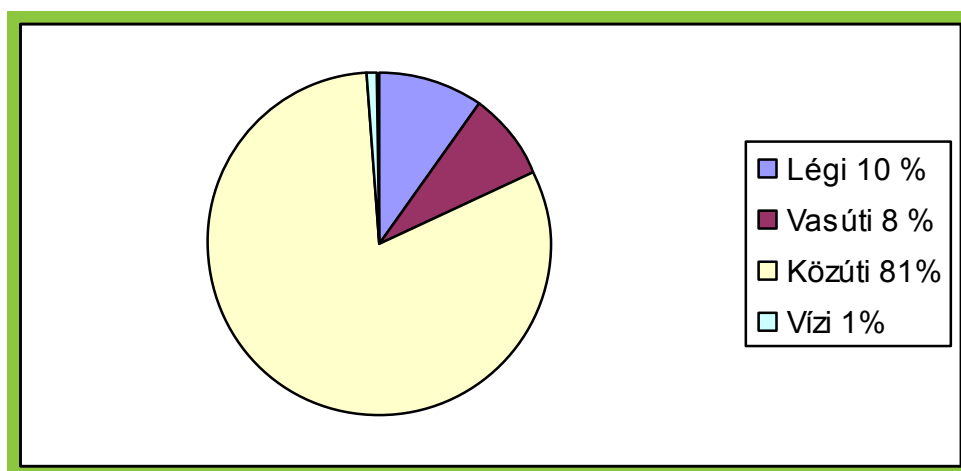


Forrás: saját szerkesztés UNWTO éves statisztikák alapján

A világturizmusban a nemzetközi turizmusban regisztrált turisták számát tekintve az összforgalom fele közúti közlekedésként bonyolódik, 40 %-a légi közlekedésként jelentkezik, a hajózás aránya 7%, a vasúti közlekedés részaránya alig 3 %. (Annak ellenére, hogy a közlekedés fenntarthatósági szempontjait figyelembe véve egyértelműen ez utóbbi a preferált közlekedési mód.)

2. számú ábra

Magyarország beutazó turizmusának megoszlása közlekedési módonként



Forrás: saját szerkesztés KSH éves statisztikák alapján

Amennyiben az európai adatokat vizsgáljuk, megállapítható, hogy a közút és a vasút részaránya a világtátlaghoz képest magasabb, a repülésé alacsonyabb. Ennek az a magyarázata, hogy Európában a nemzetközi turizmus meghatározó része Európából ered. A kontinens sok-sok országra tagolt, relatíve kicsik a távolságok, 100-200-300 km-re történő utazás esetén -ami már külföldi utazást is jelent-, a turisták a közúti közlekedést választják.

Magyarország esetében az európai átlaghoz képest még inkább a közúti közlekedés preferált. Azon túl, hogy hazánk az európai turista áramlások metszéspontjában található, a fő észak-déli és kelet-nyugati útvonalak keresztülhaladnak az országon, a hazánkat körülvevő országokból érkezők utazási motivációja is a közúti közlekedést erősíti.

Magyarország nemzetközi turizmusában a földrajzi fekvés és történelmi adottságok következtében a látogatók többsége a szomszédos vagy közeli országokból érkezik. A szomszédos országokból Magyarországra irányuló rokonlátogatás, a határövezetekben bonyolódó bevásárló turizmus, a relatíve kis távolságok, valamint az érkezők fizetőképessége az

olcsóbb utazást kínáló közlekedési módok preferenciáját igazolják.

Fentiek alapján megállapíthat, hogy Magyarország esetében az egyes közlekedési eszközöknek a turizmusban játszott szerepe az európai átlagtól eltérő turisztikai kereslet függvénye. (Szabadidő, diszkrecionális jövedelem, motiváció)

3. GLOBALIZÁCIÓ ÉS LÉGIKÖZLEKEDÉS

A turizmus fejlődéstörténete bizonyítja, hogy az egyes közlekedési eszközök és közlekedési módok fejlődése milyen gyökeres változást hoztak a turizmusban.

A turizmus és a közlekedés együttes fejlődése következtében mára világ gyakorlatilag teljes mértékben elérhető. Nincsenek megközelíthetetlen desztinációk, a fogadó területek –legyenek bár különböző kontinenseken- esetenként ugyanazért a keresleti szegmensért versenyeznek.

A technika fejlődésével újabb és újabb turisztikai szolgáltatások alakulnak ki, melyek amellet, hogy újdonságot jelentenek, egyben utazásra ösztönzik azokat a társadalmi rétegeket is, akiknek eddig –elsősorban alacsonyabb diszkrecionális jövedelmük következtében- erre nem volt lehetőségük.

A távoli helyekre való eljutásban a légi közlekedésnek van elsődleges szerepe. Ugyanakkor tény, hogy a repülőgépek korlátozott férőhely-kapacitása nem teszi lehetővé valóban nagy tömegek eljuttatását a célterületre. Ez kizárólag járatsűrítéssel, valamint új, addig nem alkalmazott szervezési-kínálati újdonságok bevezetésével valósulhat meg.

Ezt az újdonságot jelentette az 1980-as években a charter-járatok bevezetése, mely a főszezoni tengerparti üdüléseket kínáló fogadó területekre ontotta tömegével a turistákat. A charter-jelenség teljes mértékben az utazás demokratizálódását szolgálta, hiszen kifejezetten „lecsupaszított” terméket kínált (utazás-szállás-félpanzió) relatíve olcsón, lehetővé téve az alacsonyabb jövedelmű turisták részvételét is.

Az 1990-es évektől kezdődően egy újabb utazási forma terjedt el a légi közlekedésben a diszkont légitársaságok révén. Ezeknek a vállalkozásoknak az a célja, hogy menetrendszerinti eljutást biztosítsanak a lehető legkevesebb szolgáltatással a lehető legalacsonyabb áron. A charter-járatokhoz hasonlóan az a céljuk, hogy egy-egy repülőgép maximális kihasználással közlekedjen, a lehető legtöbb utast szállítsa. A diszkont légitársaságok azonban a charterekkel

ellentétben nem csupán a főszezonban közlekednek, hanem egész évben, menetrend szerint. További különbséget jelent az alkalmazott értékesítési csatorna: a charterekhez kapcsolt üdülési terméket –benne a repülőjegy árával- túrszervezők illetve utazási irodák juttatják el a turistákhoz, a diszkont járatokra a turisták egyénileg, online foglalnak helyet.

A diszkont járatok megjelenése egy már létező turisztikai terméket értelmezett újra: a városlátogatást (Short Break vagy City-Break). Bizonyított tény, hogy azokban a városokban, ahol megjelentek a diszkont járatok, ugrásszerűen megnőtt a városlátogatásra –hosszú hétvégre- érkező vendégek száma.

1. sz. táblázat

A hagyományos, a charter és a diszkont légitársaságok összehasonlítása

Hagyományos	Charter	Diszkont
Komplex légi út	Komplex légi út + üdülés	Egyszerű légi út
Repülőjegyben + földi és fedélzeti szolgáltatások	Kedvezőbb ár	Alacsony ár
Hosszú és rövidtávú járatok, csatlakozással	Cél desztinációtól függő távolság	Rövidtávú járatok
Alacsony kihasználtságú járatok	Magas kihasználtságú járatok	Magas kihasználtságú járatok
Módosítás lehetséges	Módosítás nem lehetséges	Módosítás nem lehetséges

Forrás: saját összeállítás

A diszkont légi járatok budapesti megjelenése egyértelműen a főváros turizmusának fejlődésével járt együtt. Egyre több városlátogató turista érkezett, sokan új küldő területekről, elsősorban az Egyesült Királyságból. Ezáltal jelentősen nőtt a budapesti szállodai kapacitás kihasználtság, az érkező vendégek azon túl, hogy számuk nőtt, nemzetiségi összetételük illetve annak súlya megváltozott –a német forgalommal kb. azonos nagyságrendű forgalom jelentkezett az Egyesült Királyságból-, mindez egy kedvezőbb költségi hajlandósággal rendelkező vendégkör megjelenését eredményezte Budapesten.

Mindez ahhoz vezetett, hogy a British Travel Award szerint Budapest elnyerte a „A 8. legjobb City Break desztináció, 2008” címet. A diszkont járatok a fiatalokat is Budapestre csábítják: szívesen látogatnak a fővárosba a „bulizni” vágyók, kedvelt helyszíne lett a leány- és legénybúcsúknak. Ezek a jelenségeket nem minden szakember tekinti pozitívnak

4. A MALÉV MEGSZŪNÉSÉNEK HATÁSA MAGYARORSZÁG TURIZMUSÁRA

A Malév működése utolsó évében, 2011-ben 3,2 millió utast szállított, melyből 1,5 millió átszálló utas volt. Ezzel egyértelműen kielégítette a közép-európai térség hivatásturizmusában jelentkező igényeket, a menetrend kialakítása, a csatlakozási lehetőségek összehangolása kiszolgálta a keresleti elvárásokat. Hajnalban indultak a MALÉV-járatok a térség repülőtereiről Budapestre, ahonnan a reggeli járatokkal jutottak el az utasok Európa fő desztinációiba, vagy éppen a tengerentúlra. Késő éjszaka pedig hazafelé indultak Budapestről az egyes járatok. Ez a lehetőség mára megszűnt.

A MALÉV megszűnésével veszteségként könyvelhető el bizonyos desztinációk „eltűnése”. A balkáni térség átszálló forgalma napjainkban nem Budapesten keresztül realizálódik. Azelőtt két hosszú távú járat is Magyarországra vonzotta az utazókat, manapság ez a lehetőség is megszűnt.

Bizonyos relációkban egyértelműen drágultak a repülőjegyek: azokban, melyeknél a MALÉV megszűnésével partner, ill. versenytárs nélkül maradt egy légitársaság, a tovább üzemelő monopol helyzetbe került a piacon.

A MALÉV megszűnése után rövid idő elteltével új légitársaságok is megjelentek Budapesten, melyek igyekeztek a volt MALÉV-járatokat pótolni, de mintegy 20 új desztinációt is kínáltak, ami egyértelműen pozitív hatást váltott ki a küldő piacok bővülésével.

A Magyarországra érkező külföldiek esetében megállapítható, hogy 2012 februárjától kezdődően nőtt a diszkont légitársasággal hazánkba érkezők aránya. A szomszédos országokból történő beutazások esetében azonban reális alternatíva lett a személygépkocsi, hiszen ez általában olcsóbb és –többszöri átszállással összevetve- gyorsabb eljutást eredményez.

4.1. Változások a turisztikai termékekben

Mindez egyértelműen a beutazók motiváció- és termék-struktúra változását idézte elő. A beutazók körében növekedett a Budapestre, mint célállomásra repülővel érkezők aránya. Köztük

egyre nagyobb súllyal szerepelnek a fiatalok, a nem klasszikus városlátogatásra, hanem sokkal inkább a szórakozóhelyek felkeresése céljából érkezők. Többségük „bulizni” jön, baráti vagy családi körben, legénybúcsúra, leánybúcsúra. Költésstruktúrájuk relatíve egyszerű (szálláshelyi és vendéglátóhelyi kiadások), fajlagos költésük magas.

Ugyanakkor az is megállapítható, hogy az új légitársaságok a magyar turizmus fejlesztési politikájában, stratégiájában versenyképesnek jelölt és arra alkalmas egészségturisztikai termékeket (medical, fogászat) is kiszolgálják, így –növelve a potenciális küldő piacokat- ezen a területen is hozzájárulnak a hazai eredmények növeléséhez.

A kiutazások esetében a MALÉV-járatok megszűnése a vakációs és hivatásturizmus alakulását egyaránt befolyásolta. Csökkent a Budapestről közvetlenül elérhető desztinációk száma, ráadásul az úticélok 50%-a kizárólag diszkont légitársasággal érhető el. Mindez azt is jelenti, hogy a korábban igen kedvelt 3-4 napos –döntően hétvégi- európai városlátogatások, ill. csoportos utak iránti kereslet visszaesett, sőt, bizonyos relációkban meg is szűnt a kínálat. Korábban ezek az utazások éppen a MALÉV által biztosított kedvezményes díjtétel miatt rendkívül népszerűek voltak. Az átszállásokkal, ill. a dráguló repülőjegy árakkal az utazási irodák nem képesek versenyképes városlátogató terméket kínálni

Indulási repülőtérről egyre gyakrabban Bécsre vagy Pozsonyot választják a magyar kiutazók, részben a kedvezőbb, kényelmesebb járatindulások, majdani csatlakozási lehetőségek, részben pedig a repülőtéren kiszolgálás kedvező csomagajánlata (benne ingyenes parkolás) miatt. A Magyarországon működő multinacionális vállalatok üzleti utazásait hosszú ideig meghatározta az az alapelv, hogy kizárólag hagyományos légitársaság igénybe vételéhez járultak hozzá. A desztinációk elérhetőségében bekövetkezett változások hatására ezen a szabályozáson azóta némileg módosítottak.

A konferencia turizmusban - sajátosságainál fogva- rendkívül fontos a biztonság, a tervezhetőség. Egy-egy nagy nemzetközi rendezvény szervezése már akár évekkel korábban megkezdődik. Mivel ennél a turisztikai terméknél elsődleges kérdés az odajutás gyorsasága és kiszámíthatósága, a szervezők azokat a desztinációkat részesítik előnyben, amelyek a fő küldő területekről könnyen, lehetőleg átszállás nélkül, megfelelő szolgáltatási színvonalon elérhetők. Ezeknek a feltételeknek a hagyományos légitársaságok felelnek meg. A diszkont légitársaságok esetében nehéz több évre garantálni egy-egy járat, összeköttetés fennmaradását. Következésképpen a MALÉV megszűnésével a Budapest mint konferencia turisztikai desztináció sokat veszített az értékéből.

4.2. Változások a vendégforgalomban

A KSH által regisztrált adatok alapján megállapítható, hogy a budapesti szálloda forgalomban az előző évhez képest növekedtek a vendégéjszakák. Elsősorban az Egyesült Királyságból és Oroszországból volt jelentősen nagyobb az érdeklődés, aminek hatására egyébként a sokáig legfontosabb küldő piacként szereplő Németország visszaesett a második helyre a rangsorban. Elsősorban a négycsillagos kategóriában erősödött a forgalom, a vendégkör összetétele, motivációja a 4.1.-ben leírtak szerint alakult. Ez a tendencia a vendéglátóhelyeken is megfigyelhető: nem a klasszikus, „tradicionalis” vendéglátóhelyeket, hanem a fiatalosabb, nemzetközi jellegű vendéglátóhelyeket kedvelik és keresik a külföldiek.

2. sz. táblázat

Külföldi vendégforgalom alakulása 2013. január-szeptember (KSH gyorsjelentés)

	Vendégek száma (ezer)	2013/2012 1-9. hó (%)	Vendégéjsz akák száma (ezer)	2013/2012 1-9. hó (%)
Összes ker. szálláshely	3 433	105,9	9 536	105,2
Ebből: szálloda	2 983	105,4	7 822	105,2
Budapesti ker. szálláshely	n.a	n.a	5 356	108,0
Ebből: szálloda	n.a	n.a	n.a	n.a

Forrás: KSH gyorsjelentés, 2013. november

3. sz. táblázat

**Szállodák vendégforgalma küldő országok szerint
2013. január-szeptember (KSH gyorsjelentés)**

	Vendégéjszakák száma (ezer)	2013/2012 1-9 hó (%)
Összes külföldi vendég	7 822	105,2
Európai vendég	6 514	103,4
Németország	1 239	94,9
Oroszország	559	123,0
Egyesült Királyság	496	106,9
Ausztria	452	95,8
Olaszország	446	100,8

Forrás: KSH gyorsjelentés, 2013. november

5. ÖSSZEGZÉS, KÖVETKEZTETÉSEK

Összességében megállapítható, hogy a diszkont légitársaság megjelenése egyértelműen növeli az utazási kedvet, hajlandóságot, lehetővé téve az alacsonyabb fizetőképességű turisták számára is az utazást. Ez a tény azt is jelenti, hogy a korábban megszokottól eltérő vendégkör, eltérő motivációval, más típusú kereslettel érkezik egy-egy adott desztinációba. Ezekre a változásokra a fogadó területnek reagálnia kell.

A MALÉV megszűnése Budapesten ezeket a jelenségeket felgyorsította: a turisták döntési folyamata lerövidült, az utazók átlagéletkora csökkent, a keresletük szerkezete megváltozott. A szolgáltatók reagálniuk kell a változásokra. Ugyanakkor figyelembe kell venniük azt a tény is, hogy a hivatásturizmus igényei eltérnek a fenti tendenciáktól. Ez a kettősség mindenképpen egy részletes kutatást igényel annak érdekében, hogy Budapest továbbra is vonzó turisztikai célpontja legyen a szabadidős és a hivatásturizmusban egyaránt.

FELHASZNÁLT IRODALOM JEGYZÉKE

Dr. Jandala Csilla: A közlekedés szerepe az idegenforgalomban" Közgazdasági Továbbképző Intézet, Budapest, 1983

Dr. Jandala Csilla: A közlekedés szerepe a XXI: század turizmusában–*Globalizáció, regionalitás, fenntartható fejlődés, Harsányi János Emléknep, 2005. április*

Dr. Jandala Csilla: A fapados légitársaságok térnyerésének és a MALÉV megszűnésének hatása turizmusunkra, előadás a Magyar Szállodák és Éttermek Szövetsége 2012. november 22-i konferenciáján

Dr. Jandala Csilla: A turizmus integrált tervezése, Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest, 1994, J10-1756

Dr. Jandala Csilla: Fogyasztói szokások változása a turizmusban, IN: Turizmus a nemzetgazdaságban (szerk.: Gubán Pál – melles Hagos Tewolde –Papp László), Pécsi Tudományegyetem Illyés Gyula Főiskolai Kar, Szekszárd, 2007, ISBN 978 963 7305 26 9

KSH gyorsjelentései a turizmusról, 2012, 2013

UNWTO: Tourism Highlights, 2013 Edition, Madrid

A TURISZTIKAI DESZTINÁCIÓ-MENEDZSMENT SZÜKSÉGESSÉGE ÉS FELTÉTELEI HARGITA MEGYÉBEN²

**Necessity and conditions of tourism destination management in
Harghita County**

Horváth Alpár

PhD, egyetemi adjunktus

Babes-Bolyai Tudományegyetem Gyergyószentmiklósi Kihelyezett Tagozat
assistant professor, Babes-Bolyai University Gheorgheni Extension

Összefoglaló

Hargita megye Románia közepén, hegy- és dombvidéki környezetben való fekvő, viszonylag alacsony népsűrűségű megye. A székely-magyarság részeként a magyar nemzetiségűek a megye népességének mintegy 85%-át teszik ki. A turizmus egyike azoknak a gazdasági tevékenységeknek, amelyektől a székelyföldi önszerveződés kohéziós tényezőinek kialakulását várhatjuk. Ebben a turisztikai desztináció-menedzsment rendszer meghonosítása olyan katalizátortényező lehet, amelyet a térségi turizmus eddigi relatív szerény teljesítménye is szükségessé tesz. A TDM külső feltételei közé tartozik a Romániához és Magyarországhoz való viszony szakmai és finanszírozási hozadéka, a belső feltételek közé tartozik a térségi szervezetépítés és stratégiai menedzsment megteremtése a turizmus irányításában.

Abstract

Harghita county is a relative low populated county in the middle part of Romania, located in the mid and highlands. As part of the Szekely-Hungarian community the Hungarians represent 85% of county's population. Tourism is one of the economic activities, from which the formation of cohesion factors from self-organizing can be expected. In this matter, the adaptation of the

² A kutatás a *TÁMOP-4.2.4.A/2-11/1-2012-0001* azonosító számú *Nemzeti Kiválóság Program – Hazai hallgatói, illetve kutatói személyi támogatást biztosító rendszer kidolgozása és működtetése konvergencia program* című kiemelt projekt keretében zajlott. A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósul meg.

tourism destination management (TDM) may become a major catalyst factor, which is necessary to the improvement of the regional tourism that has proven to have a relatively poor performance up till now. The professional and financial outcome of the relationships with Romania and Hungary will constitute the external factors of TDM, whilst organization-building and creating the strategic management in tourism policy at regional and local level represent the internal factors.

Bevezető

Hargita megye egyike Románia 42 középszintű területi-közigazgatási egységének. Meghatározó sajátossága, hogy az ország közepén, hegy- és dombvidéki környezetben fekszik. Viszonylag kisszámú, mintegy 300 ezer fős népességgel rendelkezik, de ez a népesség etnikai szerkezetét tekintve közel 85%-ban magyar nemzetiségű és a szomszédos Kovászna és Maros megyék egyes részein élőkkel együtt egy sajátos néprajzi csoportot, a *székely-magyarságot* alkotja. E népcsoport sajátos történelmi fejlődésének köszönhetően Magyarország határain túl a legnagyobb, tömbben élő magyar nemzetrészt alkotja (Kocsis 2002, 2011), amennyiben a nemzet fogalma alatt nem csak az adott nemzetállam (Magyarország) állampolgárainak a közösségét tekintjük,³ hanem az ún. *kulturális nemzet* fogalmára vonatkoztatunk (Szarka 2007).

Magyarország és Románia kétoldalú kapcsolataiban sokrétű kérdéskört képez a romániai magyarság helyzete, amelyhez nem csak a Magyarországot képviselő kormányzatnak, hanem a magyar társadalomnak is valamilyen módon viszonyulnia kell, hisz a közéleti diskurzusok a magyarországiak és a határon túli magyar közösségek médiakörnyezetében egyaránt élénken foglalkoznak a kérdéskörrel. 2011 után kormányzati cselekvés részeként megszületett a *Magyar Nemzetpolitika* című stratégiai dokumentum, amely többek között a turizmusra vonatkozó ajánlásokat is tartalmaz.⁴ Ez is aktuálissá teszi azt a problémakört, ami a székely-magyarság önszerveződési törekvéseinek gazdasági megalapozását illeti, és amelynek keretében a Székelyföld történelmi-kulturális régió gyarapodásában a turizmusnak is kiemelt szerepet jut. A külhoni/határon túli magyar közösségek gyarapodását szolgáló intézmények létrehozását, fenntartását a *Magyar Nemzetpolitika* támogatandó célként határozza meg, így a turisztikai desztináció-menedzsment szervezetekét is. A támogatás nem feltétlenül finanszírozási jellegű,

³ Erre utal a 2012 január 1-étől hatályos új magyar Alaptörvény és a Nemzeti Összetartozás melletti tanúságtételről szóló törvény is.

⁴ 2013 októberében a Nemzeti Közszolgálati és Tankönyvkiadó Kántor Zoltán szerkesztésében *Nemzetpolitikai Alapismertek* címen olyan szöveggyűjteményt jelentetett meg, amelynek elsődleges kinyilatkoztatott célja a magyarországi közigazgatásban dolgozó tisztviselők szemléletformálása.

sokkal inkább szakmai tudástranszferre irányulhat.

Székelyföld fogalma nem egy kompetenciákkal, hatáskörökkel felruházott területi egységre vonatkozik, hanem inkább egy *identitásrégióra*, amely a romániai társadalom egy részének, a kisebbségi magyarság tömbben élő csoportjának az önazonosságával kapcsolatos, nehezen lehatárolható régió (Horváth Gy. 2003; Horváth A. 2010a, 2013; Kiss–Barna–Deák 2013; Nagy 2013; Vofkori 2007). A következőkben azt a kérdéskört próbálom megközelíteni, bemutatni, amely a *'székelyföldiség'-tudatnak* a romániai közigazgatásban való érvényesítése elvi lehetőségére és szervezeti feltételeinek megteremtésére irányul.

Előzmények és kontextus

A témakör vizsgálatának több szálon futó előzményei vannak, amelyek egy része a felsőoktatáshoz, más része az önkormányzati és piaci szférához kapcsolódik. Az a felismerés, hogy nem csupán a szakképzés minőségét kell javítani (Jandala 2010), hanem megoldást kell találni a felsőoktatás során továbbadott tudástartalmak hasznosítására is a humántőke megfelelő alkalmazásával, ösztönzést jelent a térségi turizmus teljesítménye alakulásának, feltételeinek és okainak elemzésére (Horváth 2010b, 2011, 2013).

Hargita Megye Tanácsa felkérésére 2009-ben elkészült *Hargita megye turizmusfejlesztési stratégiája* (továbbiakban HMTS; Nagy 2009), amely nagymértékben támaszkodott a 2005-ben kidolgozott magyarországi *Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia* (továbbiakban NTS), integratív szemléletére. Bizonyára jóval inkább adaptálhatóak lettek volna az ok–okozati, vagy eszköz–cél logika mentén ott megfogalmazott összefüggések, ha Hargita megyének a helyzete Románián belül hasonló lenne, lett volna bármely magyarországi megyének a Magyarországon belüli helyzetével.

A különbségek egy része etnikai-nemzeti meghatározottságú, más része pedig *szakmai-közigazgatási* jellegű. És igazából az utóbbit lehet inkább hátrányos adottságnak tekinteni. Nem az a probléma egy nemzeti kisebbség által többségben lakott megye turizmusfejlesztési törekvéseinél, hogy a kisebbségi magyar társadalomépítés párhuzamos a többségi nemzetével, hogy a nemzetiségi társadalom és a többségi társadalom kulturális környezete, identitás-háttere különböző. Nagyobb gond az, hogy a turizmusfejlesztés intézményesülésében Romániának és ezzel együtt majd' minden megyéjének jelentős elmaradása van abban, ahogyan az egyes térségeket és az egész országot a nemzetközi turisztikai piacon hatékonyan meg kellene jeleníteni (Master Plan 2006).

A probléma nem elsősorban promóciós jellegű, nem az a fő gond, hogy az ország és egyes részeinek szereplői nem jutnak elegendő finanszírozáshoz a marketingkommunikációs

kampányokhoz. Sőt, a 2007–2013-as programozási időszakban a turizmusfejlesztési támogatások erre is kiterjedtek⁵. A Regionális Operatív Program 5. *A turizmus fenntartható fejlesztése és népszerűsítése* tengelyének 5.3-as, *A turisztikai potenciál promóciója és a szükséges infrastruktúra megteremtése Románia, mint turisztikai desztináció vonzerejének növelése céljából* című intézkedése egyik komponense az a pályázat, amely a *belföldi turizmus fejlesztésére irányuló sajátos termékek népszerűsítéséhez kapcsolódó marketingtevékenységek* támogatása kapcsán mintegy 55 millió EUR költségkeretből gazdálkodhat. Erre a pályázatra jelentkezhetnek települési és megyei önkormányzatok, azok társulásai és turisztikai profilú civil szervezetek, de nem pályázhattak sem kis-, sem nagyvállalkozások. Egyelőre csak intuitíven, hipotézisszerűen lehet megfogalmazni, hogy a kb. 170 ezer és 1 millió lej közötti (kb. 12–70 mil. Ft.) költségvetésű marketingkommunikációs projektek csak azokban az esetekben váltják majd be a hozzájuk fűzött reményeket és nyugtatják meg a projektek belső és külső érintettjeit, ahol a projektek *nemcsak deklaratív módon integrálódtak* a térségi stratégiákba (feltéve, ha vannak térségi stratégiák és azokat a térségi szereplők magukénak is érzik).⁶

Éppen azért mert a pályázati kiírás nem tette lehetővé konkrét szolgáltatások népszerűsítését, de ugyanakkor megfelelő szervezeti háttér nélküli intézmények is pályázhattak „turisztikai potenciál népszerűsítésére”, talán ráirányítja a döntéshozók figyelmét, hogy nem lehet megfelelő szervezeti háttér (hosszabb távon önmagukban is működőképes TDM-szerű szervezetek) nélkül optimális eredményeket elérni. A program hibái között feltűnő, hogy a népszerűsítendő „termék” fogalmát egyenértékűként kezelték a „turisztikai erőforrás” fogalmával.⁷ Így, a népszerűsítési akciók jó esetben ráirányíthaták ugyan az egyéni utazók és utazásszervezők figyelmét az attrakcióvá fejleszthető természeti és kulturális örökségre, de turisztikai fogyasztást legfeljebb csak közvetve válthatnak ki. Mindehhez előbb az erőforrás-leltároknak kellett (volna) napra késznek lenniük, a terepi valóságnak megfelelő képet kellett (volna) nyújtani a vonzerőkről, azok tényleges állapotáról. Elvileg, a regionális fejlesztésbe integrált (?) turizmusfejlesztési támogatások marketingkommunikációt támogató intézkedése kapcsolatot teremthetett a turisztikai célterületté válásra törekvő térségek és a turizmus piaca között. Nyilvánvaló, azonban, hogy adott térség nem önmagában turisztikai desztináció, hanem *azzá válik* a ráirányuló turisztikai érdeklődés által (Aubert 2007; Butler 2004).

⁵ www.inforegio.ro/ro/implementare/proiecte-finantate.html (letöltve 2013. nov. 18.)

⁶ Az uniós versenyjogról adódó korlátok értelmezése a program előkészítése és lebonyolítása, vagyis ennek részeként a projektgenerálás és a projektek végrehajtása során olyan anomáliákat eredményezett, amelyekre az értékelő tanulmányok csak ezután fognak rávilágítani (remélhetőleg).

⁷ A támogatási kézikönyv fogalommagyarázata szerint: *“jelen kézikönyv értelmezésében a turisztikai terméket nem a fogalom klasszikus értelmében kell értelmezni”, “csak olyan projektek támogathatók, amelyek a turisztikai erőforrások, azaz természeti és emberalkotta környezet olyan elemet népszerűsítik, amelyeket tulajdonságaik és sajátosságuk révén a turizmusban elismernek és hasznosítanak.”* (MDRL AMPOR 2009, p. 11.)

A turizmus piacán az egyéni utazók mellett a meghatározó szereplők a beutaztatásra szakosodó utazásszervező cégek, amelyek a térségek értékeit mintegy saját árualapjukba építik be a térségi szálláshely-, vendéglátó- és szabadidős, sport valamint kulturális programszolgáltatások, személyszállító vállalkozások ajánlataival együtt. Csak az a kérdés, hogy a támogatott kiadványok ténylegesen eljutnak-e az érdekelt piaci szereplőkhöz, megtalálják-e bennük a számukra fontos információkat, vagy legalább – a vizuális elemek hatására – felfigyelnek-e az egyes térségek értékeire, amelyek többek között általuk válhatnak tényleges termékek magjává? A TDM-szerű szervezeteknek, turisztikai információs irodáknak azt kell elérniük, hogy helyi partnereik, támogatóik, vagy éppen fenntartóik a vendégforgalom növekedését úgy tapasztalják meg, mint a TDM szervezet munkatársai erőfeszítéseinek eredményét. Hisz nem csak szerkeszteni és kiadni kell egyes kiadványokat, hanem célba is juttatni. És mindeddig a TDM-nek csakis a térségi promóciós tevékenység egy kis szeletét érintettük, a szakirodalomban, azonban ennél jóval többről is beszélnek (Lengyel 2008; Ritchie–Crouch 2003).

Kitekintés: a *Magyar Nemzetpolitika* turizmusfejlesztési összefüggései, Hargita megye TDM-adaptációja szempontjából

A székelyföldi kistérségekben, akár Hargita megye, akár Maros vagy Kovászna megye területén létrejött LEADER akciócsoportok területéről, akár a helyi közigazgatási törvény (Legea 215/2001) értelmében létrehozott önkormányzati társulásokról, ún. „közösségek társulásokról” van szó, a szakpolitikai tervezési (ötletelési, vizionálási) gyakorlatnál viszonyítási pontokként elsősorban a *romániai jogszabályi környezet* rendelkezései irányadóak. Ebbe beletartoznak az Európai Unió joganyag és szabályrendszer, az egyes fejlesztési programok irányító hatóságai, különböző minisztériumok rendelkezései is. Ezek mellett, azonban, a közfeladatok ellátásának *módszertani* megalapozásához jelentenek „tananyagot”, értelmezési kereteket, fogalomrendszert a magyarországi példák (pl. közel 15 éve ismerkedhettünk a vidékfejlesztéshez kapcsolódó kistérségek sokrétű fogalmával). Másfelől, a Magyar Állam különböző intézményein, közalapítványain (pl. régebben az Új Kézfogás Közalapítvány, Szülőföld Alap, majd a Bethlen Gábor Alapkezelő Zrt.) keresztül a határon túli magyar közösségek szervezetei számára pályázati úton nyújtott támogatások is hozzájárulhattak a fejlesztéspolitikai gondolkodás kialakulásához.

A 2010 utáni magyarországi kormányzati filozófia értékvezéreltségét kifejező *Magyar Nemzetpolitika* című stratégiai dokumentum próbálja rendszerbe foglalni mindazokat a

kérdéseket és stratégiai válaszokat, amelyek Magyarország és a magyar nemzet határon túli közösségei (és egyénei) közötti kapcsolatokra vonatkoznak. Ebben a jogvédelem és jogkiterjesztés, a diplomáciai érdekérvényesítés éppúgy megjelenik, mint a magyarországi társadalom felé való kommunikáció a határon túli magyarságról. Ez utóbbin belül esik szó a *Határtalanul!* Programról is, amely magyarországi diákok határon túli magyar közösségek által lakott területekre való iskolai kirándulásait támogatja, nyilvánvalóan szemléletformálási céllal, (miközben hozzájárul az autóbuszvállalatok és a fogadótérség szálláshelyei bevételeinek gyarapodásához is).

A *Magyar Nemzetpolitika* dokumentum turizmuspolitikai ajánlásokat is megfogalmaz, amelyek egyrészt a magyarországi kormányzati és nem kormányzati struktúrára, másrészt a szomszédos országok hasonló struktúráira is vonatkoztathatók.⁸ Ezen ajánlások közül több olyan megfogalmazás is kiemelhető, amelyek Hargita megye, vagy a Székelyföld területén létrehozandó TDM-szervezetek számára *külső feltételként* értelmezhető.

A nagy nemzetpolitikai kihívás a határon túli magyar kisebbségi közösségek számára, hogy a lakóhely szerinti ország államnemzeti közösségébe is integrálódjanak, miközben az anyaországgal a kultúrnemzeti összetartozás, a nemzeti kultúra ápolása és a nemzeti identitás megélése, megőrzése nem ütközik akadályokba. A szülőföldön való maradás mellett megszereshető kettős állampolgárság (kettős államnemzeti kötődés) közéleti és szakmai viták tárgyát képezi. Hosszabb távra szóló, szociológiailag megalapozott hatástanulmányra volna szükség azt illetően, hogy *milyen egyéb intézkedésekre* van szükség ahhoz, hogy a kettős állampolgárság nyújtotta lehetőségek ne a könnyebb nyugatra vándorlást, hanem tényleg a szülőföldön való boldogulást ösztönözze. Ezek között jelenik meg deklaráltan az autonómia-törekvések támogatása az anyaország részéről különböző külpolitikai, diplomáciai eszközökkel, olykor súrlódásokat is okozva a külügyminisztériumok között, nem kevés híryanagot szolgáltatva a sajtónak és formális (pl. tv-s vitaműsorok) vagy nem formális (internetes fórumokon zajló) vitáknak.

Az autonómia, vagy önszerveződés több formájáért zajlik társadalmi és politikai küzdelem, ami a turizmus szempontjából egyike a turizmusrendszer környezeti összetevőinek. A politikai környezet is hat a turizmusra és viszont, a turizmus működése is elvileg visszahat a politikai környezetre. Egy jól működő román–magyar turizmus hozzájárulhat a kölcsönös megismeréshez, megértéshez, a félelmek és bizalmatlanság lebontásához és akár a

⁸ A dokumentum 3. fejezete Cselekvési területek 3.1.alfjezete Magyarországra, 3.2-es fejezete a külföldi magyarok vonatkozásában, a 3.2.9-es pontban foglalkozik a turizmussal. 2013 december elejére elkészült az új *Nemzeti Turizmusfejlesztési Koncepció 2024* is, amelyben a határon túli magyar közösségekkel való lehetséges együttműködések hangsúlyosabban jelennek meg.

jogkiterjesztési törekvések többségi nemzet általi támogatásához. Hipotézisként fogalmazható meg, hogy adott térségek területi autonómiájának növekedése ösztönözheti a közösségek elitjét a belső erőforrások erőteljesebb és főleg hatékonyabb mozgósítására, ami nemcsak az önszerveződési *szándékot*, hanem az önszerveződési *képességet* is bizonyíthatja. A *működőképes* autonómiához a Székelyföld történeti-kulturális régiót alkotó települések, kistérségek társadalmi-kulturális, gazdasági *kohéziójára* is szükség van, és ebben csak részletkérdés, de kikerülhetetlen kérdés a székelyföldi románok meggyerése az autonómia ügyének.

A *Magyar Nemzetpolitika* dokumentum a magyar kormányzati és társadalmi szereplők valamint a határon túli magyar emberek, közösségek, intézmények cselekvéseit hivatott koordinálni. Mindez sokoldalú partnerségeket feltételez elsősorban magyar–magyar viszonylatokban, de ugyanakkor megfelelő empátiát, problémaérzékenységet és nyitottságot is a magyarság híd-szerepére támaszkodó kárpát-medencei integrációra. A *Magyar Nemzetpolitika* turizmusfejlesztési ajánlásai egyértelműen a Kárpát-medencére mint egységes gazdasági térre vonatkoztatnak, ami magyar szemszögből – történeti-kulturális okokra visszavezethetően – akár teljesen nyilvánvaló lehet. De a nemzetállami, például az állami intézmények hatásköreit illető meghatározottság olyan korlát, amit *nemzetközi szerepvállalással* lehet „légiesíteni.” Szakpolitikai vonatkozásban szükséges lehet az államközi, pontosabban kormányközi közeledés, egyeztetés, akár *Duna-stratégiában*, akár *Délkelet-európai együttműködési* stratégiában, akár más olyan területfejlesztési eszközben gondolkodunk, amely az európai regionális politika *Európai Területi Együttműködés* célkitűzésnek alárendelt határmenti és határon átnyúló programjaiból vezethető le⁹. A nem-EU tagállamokkal (Ukrajna, Szerbia) való együttműködés pedig – Oroszország árnyékában – az *Európai Szomszédságpolitikai Programokba* integrálható.

A *Magyar Nemzetpolitika* 12 egymással összefüggő célt fogalmaz meg a turizmus vonatkozásában, amelyek operacionalizálása vélhetően az új *Nemzeti Turizmusfejlesztési Konceptió 2024* dokumentumban és az ebből levezetett alágazati, termék- vagy térségi stratégiákban, akciótervekben történik meg. A 12 célból itt csak azokat emelem ki, amelyekhez román–magyar és magyar–magyar viszonylatban továbbgondolandónak, tisztázandónak, pontosítandónak tartok.

A Kárpát-medence európai makrorégió egészére kiterjedő keresletélénkítés

Alapkérdés, hogy ki kit élénkíthet? Milyen társadalom- és gazdaságpolitikai intézkedésekkel? A Kárpát-medencéből részesülő országok saját kormányzatai felelősek

⁹ www.ec.europa.eu/regional_policy/how/coverage/index_hu.cfm#3

országai államháztartási egyensúlyáért, intézkedéseik alapvetően kihatnak az illető országok polgárainak és vállalkozásainak jövedelmi viszonyaira. Az utazási kedvhez és célterületek kiválasztásához azonban nemcsak vásárlóerőre és szabadidőre, hanem erős motivációra is szükség van, ebben lehet hatást elérni a szomszédos országok lakóira. Így, pl. a Magyar Turizmus Zrt. külképviseletei ösztönözhetik a Magyarországra való beutazást, nyilván nem csak a határon túli magyarokat, hanem szlovákokat, ukránokat, románokat, szerbeket, horvátokat, szlovéneket és osztrákokat is megszólítva.

A Kárpát-medencei külhoni régiók becsatolása a magyarországi turisztikát illető célkitűzésekbe

Mivel a nemzeti képviselők feladata a belföldi és beutaztató turizmus ösztönzése, nem a kiutaztatás (hisz a külkereskedelmi mérleg beáramlási oldalát kell gyarapítani), ezért a külhoni régiók, pl. Erdélyen belül a Székelyföld vagy a határmenti Partium, a szóránymagysággal rendelkező Dél-Erdély vagy Bánság *küldőpiacként*, vagy olyan *termékfejlesztési együttműködések partnereiként* lehetnek fontosak Magyarország számára, amelyek tárgya pl. a több országra kiterjedő, kiterjeszhető tematikus utak. Legszemléletesebb példa a Mariazellől Budapesten és Máriapócsra Csíksomlyóra vezető *Mária-út*,¹⁰ vagy éppen a határmenti együttműködésekkel fakadó *Középkori templomok útja* (Magyarország, Ukrajna, Románia megyéinek partnerségével).¹¹ A külhoni régiók becsatolása a magyar tőkeexport számára is tartogathat növekedési lehetőségeket, pl. a *Kárpát Régió Üzleti Hálózat* kamarai típusú együttműködései révén.¹²

A turizmus állami szintű intézményei tevékenységében külön Kárpát-medencére koncentráló turizmusfejlesztési irány kialakítása

A magyarországi kormánynak van kompetenciája a saját intézményrendszerében Kárpát-medencére fókuszáló, expanzív turizmusfejlesztési filozófiát érvényesíteni (a fentiek értelmében). A szomszédos országok esetében, azonban a kormányzati filozófiákat a magyarétól eltérő nemzeti térfelfogás, mentális tér befolyásolja. Szlovákiát leszámítva a többi ország nemcsak Kárpát-medencei meghatározottságú (főleg Ukrajna vagy Románia), így a '*kárpát-medenceiség*' tudata a szomszédos országok turizmusának állami szereplői (minisztériumok, államtitkárságok, parlamenti bizottságok) esetén részlegesen és csakis a magyarság politikai érdekképviseleteinek parlamenti jelenlétével, vagy akár kormányzati szerepvállalásával

¹⁰ www.mariaut.hu

¹¹ www.temple-tour.eu

¹² Ez a hálózat érintett leginkább a Kárpát-medencére kiterjedő fejlesztéspolitikai dokumentum a Wekerle-terv végrehajtásában, lásd: www.crbnetwork.eu

képzelt el. De az sem kizárt, hogy szupranacionális megközelítésben a Kárpát-medence makrorégió ugyanúgy területi tervezési egységként jelenik meg, mint a Balti-térség, vagy a Duna-medence. Hargita megye TDM-szerveződése szempontjából az lehet érdekes, hogy a magyarországi TDM-szervezetek sikeressége példaértékű lesz-e pl. a román turizmusirányítási rendszer átgondolása, átalakítása számára. Ez ma már nem utópia, hisz hasonló gondolat a 2006-es román turizmusfejlesztési koncepcióban (Master Plan 2006) és a 2013 év végi, a Ponta-kabinet *decentralizációs* törvénytervezete szellemiségében is kitapintható. Igaz, a decentralizáció és régióátszervezés projektjeinek összefonódása egyfajta politikai konfliktust eredményezett román–magyar viszonylatban a „Székelyföld feldarabolása” miatti félelmek okán.

A Kárpát-medence egységként való megjelenítése a marketingben és a kommunikációban

A Kárpát-medencének nevezett téralakzat nem medence, hanem nagy kiterjedésű medencekomplexum, az azt körülvevő Kárpátok hegyláncával, vagy legalábbis annak belső oldalával együtt. Természetföldrajzi értelemben összetett entitás, amelynek vannak befelé és kifelé mutató kötődései is, pl. a vízhálózat okán (Dövényi 2012). Többnyire a Közép-Duna-medencével rokonítható (Dévénytől Vaskapuig tartó Duna-szakasz vízgyűjtője). A magyar földrajzi és geopolitikai gondolkodásban értelemszerűen az egykori Nagy-Magyarország emlékét őrzi, amely a Trianoni békediktátummal hullott darabokra – nem mellékesen, a Habsburgok által uralt Osztrák–Magyar Monarchiával együtt. A történeti Magyar Királyság emlékezete Trianon után a revizionizmusnak nevezett gondolkodásmód szerves részeként maradt fenn, ami kétségbe vonta az újonnan létrejött határok és új államalakzatok létjogosultságát. Ma is több formában érzékelhető a revizionizmus megnyilvánulása. A kárpát-medencei teret is birtokló államok többségi nemzetei részéről, pedig, valószínűleg emiatt is idegenkedés és bizalmatlanság tapasztalható a magyarsággal szemben. Ez nyilván akadálya is lehet a nemzetközi együttműködéseknek is, így az egységes Kárpát-medence makrorégió gondolat támogatásának is. A magyar politikai, kulturális és gazdasági elit (így a turizmus állami és magánszereplői) számára nagy felelősséget hordoz a *magyar* Kárpát-medence versus *multietnikus* Kárpát-medence képzet felvállalása és a marketingkommunikációban való megjelenítése.

Ha nemcsak magyar–magyar együttműködésben gondolkodunk, egyik lehetséges, máris adott szervezeti keret pl. az ETC, vagyis az *Európai Utazási Bizottság*.¹³ Ebben mintegy 38 EU-

¹³ www.etc-corporate.org és www.visiteurope.com

tag és nem-EU-tag állam képviselteti magát, és amely Európát, illetőleg annak nagytérségeit (Mediterrán-Európa, Balkán, Közép-Európa, Kárpátok térségei, Alpok, Baltikum stb.) hivatott megjeleníteni a turisztikai világpiacon.

A nemzetállamok kizárólagosságra törekvése identitás-harcot eredményezhet a többség-kisebbség viszonyában országos és regionális szinten is. A kulturális pluralizmus (nem valami ködös proletár internacionalizmus, hanem „racionális”, indulatmentes nemzeti elkötelezettség) segítheti elő a nemzetek közötti békés viszonyt, amihez egy multietnikus Erdély, multietnikus Kárpát-medence képzet elfogadása is hozzátartozik. Ennek része a többrétű nemzeti örökség védelme és fenntartható hasznosítása, a közös felelősségvállalás pl. a Magyarország határain kívül található magyar épített és szellemi örökség esetében is (ld. a kolozsvári Mátyás-szobor felújítása, mint jó példa).

A Kárpát-medencei turizmus célközönségének megtalálása, elérése, meggyőzése

Első olvasatra és főleg az etnikai turizmus kérdéskörének tanulmányozását követően (Horváth 2010a) a makrorégió célközönségénél a „kiterjesztett belföldi” turizmus gondolata ugyan kissé „irredenta” jellegűnek is minősíthető lenne, ha csakis a kárpát-medencei magyarság egymás közösségei iránti érdeklődését vennénk figyelembe. Úgy, ahogy egy nemzetgazdaság számára a belföldi turizmus erősítése legalább olyan fontos, mint a külföldiek beutazásának az ösztönzése, így a Kárpát-medence nemzeti közösségei felé megjelenített régiómarketing üzenetek, vagy legalább a földrajzi közelség és látványértékek hangsúlyozása okán képzelhető el a kárpát-medencei *belső*, ha nem is belföldi turizmus. Ez a gondolat analóg az Európadesztináció gondolattal is, ami az ETC, valamint az *Európai Bizottság Ipar- és Vállalkozáspolitikai Főigazgatósága Turizmus Egysége*¹⁴ tevékenységét is meghatározza, csak nyilván más területi léptékre vonatkoztatva.

A magyar turizmuspolitikát is átható *Keleti nyitás* eszméje, a szomszédos országokban is visszhangra találhat, hisz a turizmus globális piacán a BRIC-országok (Brazília, Oroszország, India, Kína) képeznek nagy növekedési potenciállal kecsegtető demográfiai tartalékot. Az orosz turistákról inkább feltételezhető, mint az indiai vagy kínai társaikról, hogy a kárpát-medencei nemzetek történelmi szembenállásáról tudomásuk lenne, de a Kárpát-medence vonzerejét számukra is nyilván erősíti a biodiverzitás és a kulturális sokszínűség is. A határokon átnyúló tematikus termékfejlesztések (akár tematikus utak promóciója) nem jelenti azt, hogy a távolról jövők minden országot bejárnak egy utazással, de a közös megjelenés esélyt ad a kevésbé ismert

¹⁴ www.ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/index_en.htm

helyszíneknek, hogy akár a világörökségi helyszínek árnyékában egy-egy programelemként ismertebbé váljanak.

A *Magyar Nemzetpolitika* dokumentum, tehát, számos olyan perspektívát megnyit, amivel nemcsak országos, hanem akár megyei, kistérségi szinteken, sajátosan a székelyföldi kistérségek turizmuspiaci nyitása során érdemes figyelembe venni és akár turizmusfejlesztési (termékfejlesztés, szervezetépítés, együttműködések stb.) projektgenerálás szempontjából továbbgondolni. Hisz, bármely magasztos koncepció vagy stratégia konkrét tevékenységek, lépéssorozatok következményeiként, eredményeként valósul meg.

A TDM mint a turisztikai regionalizálódás útja?

A turisztikai desztináció-menedzsment fogalma a térségi turizmustervezés és a turizmuspolitika különböző területi szintjei közötti hatalom- és feladatmegosztásban ma egyre nagyobb hangsúlyt kap. Magyarországon ennek a kontextusát a 2005-ben elindított *Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia* erősítette meg, főleg azáltal, hogy a NTS ajánlásai beépültek egyrészt az intézményesült turisztikai régiók stratégiáiba, másrészt a 2007–2013-as programozási időszak regionális operatív programjainak célrendszerébe (NTS 2005; Kovács–Soproni 2006). Az egyes tervezési-statisztikai régiók ROP-jai egyaránt tartalmaztak turizmusfejlesztési célkitűzéseket és ezek között a TDM szervezetek létrehozásának és szakmai programjaik megvalósításának a támogatása is szerepelt, amit 2009 áprilisában 4 md Ft. keretösszegű pályázat keretében indított útjára a Nemzeti Fejlesztési Ügynökség (NTS Monitoring Jelentés 2009). Jelentős szellemi muníciót jelenthetett az a módszertani-szakmai alapozás, ami a Magyar Turizmus Zrt. kutatási részlegében (Soproni 2004; Sulyok 2004, Sulyok–Kiss 2005), másrészt az egyetemi és főiskolai kutatóműhelyekben nemzetközi tudástranszfer révén valósulhatott meg és amelynek eredménye például a különböző szakkönyvek, TDM-kézikönyvek megjelentetése (Aubert 2007; Lengyel 2008) valamint azok térségi fórumokon, előadásokon, szakmai kerekasztalok során való megvitatása (Hanusz 2009, Jónás-Berki et. al. 2012). A magyarországi TDM szervezetek ma már országos szövetségbe is tömörülnek, és szakmai portál¹⁵ is segíti munkájukat, míg a Magyar Turizmus Zrt. TDM-koordinációs szerepet, a Nemzetgazdasági Minisztérium pedig szakmai felügyeletet gyakorol felettük.

A TDM-et illető nemzetközi tudástranszfer természetesen nem azt jelenti, hogy a fejlettebb piacgazdasággal rendelkező és kiforrottabb demokráciákban működőképes modellek Kelet-Közép-Európában egykönnyen adaptálhatóak lennének. A TDM-gondolatkörben, ugyanis

¹⁵ www.tdmszovetseg.eu

kulcsstényezőknél számítanak a társadalmi kohézió, a fejlett civil társadalom, amely a turizmus és a turizmuspolitika társadalmi-kulturális környezetének azon elemeit képezik, amelyek a felülről ösztönzött szervezeti rendszereket *tartósan működőképessé* tehetik. Az a legitimitás, amelyről Lengyel Márton is értekezik a TDM-kézikönyvben (Lengyel 2008), nem más, mint a turizmusgazdaság szereplőinek a desztinációmenedzserekbe vetett bizalma, amelyet egyrészt a szervezetépítésnél meg kell szerezni, másrészt a szervezeti működés során meg is kell tartani. Mindennek főleg akkor van nagyobb szerepe, ha a TDM-szervezetek nem csupán a *'pályázatvezéreltség'* miatt jönnek létre.

A szervezetépítés támogatása akár kormányzati (államháztartási), akár európai alapokból (az Európai Regionális Fejlesztési Alap szinten költségvetési pénzforrás) nem a szervezetek eltartását, fenntartását, hanem inkább indulását és egyes tevékenységek teljesítményelvű támogatását jelenti. Hosszabb távon a forrástervezésnek tehát a térségi vállalkozói tőkére kellene alapoznia, akár a köz- és magánszféra együttműködésére, PPP-konstrukcióra is támaszkodva.

Ha Magyarországon a TDM szervezetek létrehozásához kedvező konstellációt jelentett az NTS és a ROP-ok célrendszere, Romániában mindez több ponton kedvezőtlenebb körülményekre tekinthet. Néhány olyan körülményt körvonalazhatunk, amelyek hosszabb távon vagy szerencsésebb esetben középtávon ösztönözhetik a TDM-modell országos szintű megismerését és elterjesztését a turizmuspolitikai gyakorlatban.

A Turisztikai Világszervezet szakértőivel közösen 2006-ban kidolgozott román turizmusfejlesztési koncepció (Master Plan 2006) tartalmaz olyan ajánlásokat, amelyek a turizmusirányítás rendszerének átalakításában egy Nemzeti Turisztikai Szervezet kialakítását valamint a megyei és helyi turisztikai szervezetek létrehozását javasolja köz- és magánszféra partnerségében, különválasztva a turizmuspolitikai feladatokat a turizmusmenedzsmenttel (engedélyeztetés, promóció stb.) kapcsolatos feladatoktól. A Master Plan-ra történik hivatkozás ugyan, pl. a turizmusfejlesztési pályázati kézikönyvekben, de a magyar NTS-től eltérően, mégsem vált következetesen alkalmazott fejlesztéspolitikai koordinációs eszközzé, így a *szervezeti* ajánlások még mindig csak ajánlások maradtak. 2008 óta – bár kormányprogramok része volt – a turizmustörvényt sem fogadták el, maradtak az 1998. évi 58-as kormányrendelet homályos megfogalmazásai. Ez utóbbit a decentralizációs törvény tervezete csak kiegészíti, de nem pontosítja. Vagyis szükség lesz kiegészítő jogalkotásra pl. a vonzerőleltárak elkészítésére, a szervezetek létrehozására és finanszírozására stb. vonatkozólag.

A helyi közigazgatási törvény (Legea 215/2001) az utólagos kiegészítéseivel lehetővé teszi települési és/vagy megyei önkormányzatok társulását, ún. közösségközi egyesületek, társulások formájában. A Hargita Községi Fejlesztési Társulás Hargita Megye Tanácsa

kezdeményezésére jött létre 2009 végén.¹⁶ A megyei tanácson kívül tagja még 36 települési önkormányzat, bár furcsa módon nem társultak még sem Székelyudvarhely, sem Tusnádfürdő, sem Gyergyószentmiklós városok, annak ellenére, hogy mindhárom településnek jelentős turisztikai érdekeltségei vannak.

A turisztikai piac szereplői szempontjából ez csak annyiban releváns, hogy akár együtt, akár külön-külön képesek-e a megye és a települései hatékony és lehetőleg integrált térségi turizmusfejlesztést generálni? Mivel kizárólag önkormányzati társulásról van szó, amely saját és bevont forrásokból gazdálkodhat, pályázatokat írhat ki civil szervezeteknek, sőt pályázhat is különböző turizmusfejlesztési célú programokra – bármennyire is tekinthető előrelépésnek a szervezet létrejötte – a TDM fogalomkörbe tartozó feladatokat vélhetően nem fogja tudni ellátni, csak abban az esetben, ha a vállalkozói szférát akár informálisan be tudja vonni. A 2009-ben elfogadott HTMS szervezetfejlesztési tengelyében megfogalmazódott a megyei turisztikai *konzultatív testület* megszervezése, ami alkalmanként egy-egy vitafórum erejéig meg tudja mozgatni a megye 67 közigazgatási egységében működő vállalkozókat és akár turisztikai profilú civil szervezeteket is.

Egy másik, elméletileg ígéretes fejlemény a Nemzeti Vidékfejlesztési Program támogatásával létrejött LEADER-hálózat. Annak ellenére, hogy a LEADER helyi akciócsoportok kiválasztása indulásakor 2009-ben még úgy tűnt, a megyének csak két LEADER HACS-ja jöhet létre, végül mégis négy ilyen csoport kapott minisztériumi jóváhagyást, úgyhogy a saját térségeikben ezen HACS-ok a vidékfejlesztésbe integráltan folytathatnak turizmusfejlesztési tevékenységeket. Így, pl. a Sóvidék–Hegyalja HACS területén a *Sóvidéki–Hegyalja Turisztikai Egyesület* már nemcsak kiadványok szerkesztésében, kiadásában és terjesztésében mutatott fel eredményt, hanem a térség TDM-rendszerének a kiépítésén, tájékoztatási és foglalási rendszer megteremtésén, valamint a termékfejlesztés alapjául szolgáló vonzerőleltár összeállításán fáradozik.¹⁷

A turizmusfejlesztés általános kifejezésébe sok minden belefér, sok kis projekt, ami a tényleges termékfejlesztés egy-egy elemét létrehozhatja. A turizmus működésének rendszerjellege azonban a szétaprózott fejlesztési törekvéseknek valamiféle szakmai, stratégiai integrációját tenné szükségessé (Aubert 2007; Jandala 1993; Michalkó 2007, 2012), ami csakis akkor valósulhat meg, ha valamilyen intézmény *koordinációs szerepet* tölt be. Eddig a megyei tanács szakapparátusa keretében működő turisztikai, természet- és környezetvédelmi irodáját, majd a Hargita KFT-t gondolhattuk ilyennek, hisz az egész megyét átfogja a tevékenységük, de

¹⁶ www.adiharghita.ro

¹⁷ www.sovidekiszallasok.hu

igazából az érzékelhető, hogy az öncélú bürokratizmusra való hajlam és a fenntartó intézményen belüli túlságosan lassú dokumentumáramlás miatt nem elég erős a koordinációs kapacitás. A Székelyföld-szintű hálózatos együttműködések is meglehetősen alkalmoszerűnek tűnnek. A közigazgatás modernizációjára voltak ugyan európai pályázati pénzekből történő próbálkozások is, egyelőre azonban a HMTS végrehajtása és a megyei tanács saját projektjeinek és a megye területén, települési szereplők által végrehajtott projekteknek az integráltsága nem elégséges.

Néhány éve elindult a TDM-gondolat népszerűsítésének folyamata (Horváth–Peteley 2008a, b), szerepel a HMTS-ben is. Talán azért nem tapasztalható egy lendületes intézményépítés és főleg folytonos, következetes szakmai munka, még desztinációmarketing vonatkozásban sem (Nagy 2013), mert nem érett meg a közeg a TDM-modell befogadására.

Lehetséges, hogy a közeljövőben részben magyar kormányzati, közalapítványi támogatással, részben a román turizmusirányítás decentralizációjával elindulhat egy önszerveződést elősegítő folyamat, de ehhez mindenekelőtt a térségi szereplők kölcsönös bizalma, szakmai elkötelezettsége és politikamentessége kell, hogy megnyilvánuljon, akkor is, ha nyilvánvalóan a politikai akarat teremtheti meg a szervezeti keretek kialakításának feltételeit. A közigazgatási és politikai szereplőknek elsősorban azt kell megérteniük és elfogadniuk, hogy egy turisztikai desztináció nem egyenlő sem adott közigazgatási egységekkel, sem intézményesült turisztikai régiókkal (Horváth 2010, 2013). Az intézményesült turisztikai régiók szervezetei a régióra határolt desztináció-marketing tevékenységükkel erősíthetik a térségeknek a kínált *határok közé szorított percepcióját* (a lehatárolások mediatizálásával is), de a turisztikai desztinációnál nem a lehatárolás a lényeg, hanem a tartalom. Vagyis, a turisztikai funkció térbelisége, a lokalitások hálózata rajzolja ki a desztinációt, mint utazási célterületet. Adott kiterjedésű térségben elég sok és sokféle szolgáltatásnak, programnak kell lennie, ahhoz, hogy a reménybeli turisták oda vágyjanak s ott is tartózkodjanak minél több ideig, minél többet költve (Aubert 2007; Lengyel 2008; Michalkó 2007, 2012; Ritchie–Crouch 2003).

Mindebből egyenesen következik, hogy a desztináció-építés helyi/térségi szereplőinek a *termékfejlesztésre* kell koncentrálniuk, ami nem más, mint a turisztikai erőforrások termékképessé, majd a termékek piacképessé tétele (a piacra vihetőség megteremtése a versenyképesség kívánalmait, pl. ár-érték arányt is figyelembe kell, hogy vegye). Nemcsak a vállalati szintű termék-, azaz szolgáltatáshalmaz-fejlesztésről van szó. Sok vállalat és sok nem piaci szervezet járulhat hozzá a makrotermékek létrejöttéhez. A falusi fizetővendéglátás még nem jelent falusi turizmust, mint ahogy a városi szállodák sem önmagukban generálják a városi műemlékek meglátogatására, vagy a rendezvényeken való részvételre irányuló kulturális turizmust. A szálláshely-szektor ösztönzője, támogatója és haszonélvezője lehet a térségi

termékfejlesztésnek, de ennek a szereplői vagy a Magyar Turizmus Zrt.-hez hasonló intézmények, partnerségben a regionális marketing irodákkal és tourinform irodákkal, vagy az integráltan megszervezett helyi, kistérségi és regionális TDM-szervezetek. Ezek nem működhetnek olyan bürokratikusán, mint a közhivatalok, szükségük van bizonyos mértékű pénzügyi önállóságra, megfelelően képzett és motiválónan fizetett főfoglalkozású menedzserekre és nyilván felhatalmazásra, ahhoz, hogy adott térségben kizárólagos és hivatalos jelleggel tevékenykedhessenek. Így, elképzelhető a közszféra, politikum részéről a turizmussal kapcsolatos feladatátruházás, felhatalmazás és az elszámoltathatóság megteremtése, de a megfelelő mozgástérhez a vállalkozói összefogáson alapuló finanszírozás és az önálló, de a tagság számára beszámolási kötelezettséggel járó ügyvitel lehetősége is. Az a szervezet, amelynek a tevékenységei minden lépését egy olyan vezetőnek kell jóváhagynia, amely számos elfoglaltság mellett nem ér rá, hogy az adott kiadási tételek indoklását tanulmányozza, majd felelősséget vállalva hagyja jóvá, az a dokumentumok áramoltatása okán lassúságra van ítélve. Szervezési kérdés a hatáskörök és feladatkörök megfelelő átruházása féléves rendszerességgel elszámoltatható menedzserekre.

Mivel a TDM szervezeteknek sokrétű feladatokat kell ellátni és ezek relevanciája térségi szintenként eltérő, ezért a termékfejlesztés legalább kistérségi, vagy akár regionális szinten nyer értelmet, amihez a helyi szereplőket is be kell vonni. A termékfejlesztés többszereplős feladat-együttes, integrálja az attrakciófejlesztést, rendezvények szervezését, a turisztikai infra- és szuprastruktúra fejlesztését, a turisztikai információ-szolgáltatást, a humán erőforrás-képzést és annak menedzsmentjét térségi szinten (Lengyel 2008). A termékfejlesztéshez kapcsolódó minőségbiztosítás térségi szinten *belső marketingkommunikációt* is feltételez, valamint azt is, hogy létrejöjjön a térség turisztikai szolgáltatóinak a közös értékek iránti elkötelezettsége. A közös munka erősítheti a „mi” és „miénk” tudatot, ezért elképzelhető, hogy a „székelyföldiség” megjelenítése befelé és kifelé előbb a *turisztikai regionalizmus* alapját teremtheti meg, vagyis annak tudatosítását, hogy „mi együtt vagyunk a székelyföldi turizmus kínálata”. Ez az identitásbeli regionalizmus intézményépítést is megalapozhat, pl. székelyföldi turisztikai marketing szövetség formájában. És ha az alulról jövő kezdeményezés találkozik a regionalizáció során esetlegesen létrejövő Székelyföldi Régióval (ami egyelőre csak politikai küzdelmek céljaként, víziójaként körvonalazódik), akkor beszélhetünk majd tényleges turisztikai régióról. A „valódi” régió létrejöttéhez, ugyanis, három folyamat járul hozzá: a regionalizáció, a regionalizálódás és a regionalizmus (Agg és Nemes Nagy 2002). Ebből, a Székelyföld esetében még csak a regionalizmusról beszélhetünk. *Regionalizálódás*, azaz régió szintű társadalmi-gazdasági kohézió még csak a kulturális együvé tartozás és elkülönülés, a tömb-magyar jelleg és

székelység-tudat összefonódásában tapasztalható, de ez is inkább a regionalizmus fogalmához áll közelebb. Regionalizálódás csírái jelentkeznek a *Székely termék*, *Góbé termék* típusú közösségi márkaképzés háttérfeltételeinek megteremtése révén.

A TDM-modell adaptációja Hargita megye, vagy akár a szintén székelyföldi, vagy részben székelyföldi Kovászna és Maros megye kistérségeiben előmozdíthatja, nemcsak a turisztikai regionalizmust, hanem a turizmusgazdaság székelyföldi szintű *regionalizálódását* (akár csomópontok hálózatba szerveződésével). Ehhez azonban egyrészt szervezetépítésre, másrészt közös stratégiára van szükség. Hargita megyének van turizmusfejlesztési stratégiája, amelynek a desztinációmarketing tengelye nem mellékesen a *Székelyföld-desztináció* megjelenítésére irányul. Székelyföldnek nincs kompetenciája, a Hargita Megye Tanácsának és az általa létrehozott szervezeteknek, partnerségeknek, azonban, van vagy lehet kompetenciája. A megye jogosult a megyei stratégiát végrehajtani, a végrehajtást nyomon követni és az akciók lebonyolítását követően értékelni, felülbírálni, majd a szükséges korrekciókat megtenni. De, mivel nincs monitoring fejezet indikátorokkal, nincs egy szakmailag illetékes monitoring bizottság, ezért a stratégia – minden konkrét ajánlás ellenére – mégis inkább a koncepció műfajához áll közelebb, mint az akcióterveket megalapozó stratégiai dokumentumhoz. Adott, tehát a feladat: a közigazgatási és kutatási szakma képviselői továbbvihetik a stratégiai tervezés folyamatát, miközben a megfelelő szervezetépítés is párhuzamosan megtörténik (Horváth 2010b).

Következtetés helyett: milyen lehet a székelyföldi magyarság szerepe a turizmusban?

A romániai közvélemény, sajtó, politikum a székelyföldi magyarság önszerveződési törekvéseiről jórészt a politikai és társadalmi szervezetek megnyilvánulásai alapján alkot képet. Kevésbé látványosak, hírértékűek (talán mert kezdetlegesek, erőtlenek) a turizmusgazdaság helyi szereplőinek, érintettjeinek a megnyilvánulásai, pl. egy-két közös jelenlét turisztikai vásárokon (Nagy 2013), promóciós kiadványok szerkesztésére, kiadására irányuló európai uniós finanszírozású projektek, egy-két, kormánytámogatással megvalósult turisztikai közberuházás stb. A Románia történelmi tartományait egyfajta keretként használó országos promóciós felületeken azonban nem jelenik meg a Székelyföld (Horváth 2010, 2013).¹⁸

Ha felületesen közelítünk a kérdéshez, az a benyomásunk lehet, hogy Románia számára a székelyföldi magyarság törekvései feszültségócot, néha diplomáciai viták tárgyát képezik.

¹⁸ www.romaniatourism.com

Románia számára a magyar nemzeti kisebbség a kisebbségvédelem címzettjeként, jogkiterjesztés-követelőként jelenik meg. Az önszerveződésre, autonómiára törekvő közösség szószólóinak elég innovatívnak kell lenniük ahhoz, hogy az *önszerveződésre való alkalmasságot* is megjelenítsék mind a közösség felé, mind pedig a nemzetállam és a többségi nemzet felé is. A nemzetállam iránti elvárt lojalitást úgy is ki lehet nyilvánítani, hogy a kisebbségi lét, kisebbségi kultúra az ország sajátos gazdasági erőforrásaként, a turizmuspiaci potenciál összetevőjeként jelenik meg – a TDM-szervezetek együttműködésén alapuló stratégiai turizmusmenedzsment révén. A többségi nemzet számára nem kizárt a kisebbség felértékelődése (mint ahogy az erdélyi szászok esetében tapasztalható); ennek a leginkább járható útja a piaci integráció, az interkulturális közvetítés, a magyar és román kultúra közötti híd-szerep felvállalása.

Magyarország számára a romániai magyarság és annak tömbben élő része, a székelyföldi magyarság egyfajta *nemzetpolitikai pólust* jelenthet, azaz nemcsak tömegbázist, demográfiai és kulturális tartalékot, hanem tudásközpontot (és döntésközpontot) is. A kisebbségi létből fakadó tapasztalatok kiértékelése során, kiderülhet, hogy annak nemcsak árnyoldalai vannak (pl. az asszimilációtól való félelmek), bár ezek egyelőre még hangsúlyosabban jelennek meg a közéleti diskurzusokban. Az anyaország erkölcsi támogatása kétségtelenül a magyar nemzeti identitás felvállalását erősíti és ez különböző módokon nyilvánulhat meg. A magyar kultúrához való tartozás megjelenítése a turisztikai kommunikációs gyakorlatokban *vonzerőtényezőként* nyilvánul meg a magyarországiak Székelyföldre, Erdélybe utazása során is, de a román utazóközönség számára is „eladható” a Székelyföld/Tinutul Secuiesc homályosan körvonalazódó márkaüzenete (Kiss – Barna – Deák 2013; Nagy 2013).

Magyarország számára a romániai magyarság a *kiutaztató* és személyszállító vállalkozások számára üzleti kapcsolati tőkét is jelent, főleg, ha a kisebbségi magyar beutaztatók árualapja túlnyúlik a magyarlakta területeken, így kisebbségi magyar közvetítéssel, vagy a nélkül magyar–román turizmuspiaci partnerségek, szerződések jönnek létre. Erdélyen keresztül újabb desztinációk nyílhatnak meg Románia területén: a Kárpátok külső oldalán, a Fekete-tenger partján vagy éppen a Duna-deltában. Ezt az irányt azonban a román turisztikai minisztériumnak kell elsősorban erősíteni, nyilván a külügyi kapcsolatok árnyékhatása mellett. A leendő TDM-szervezetek romániai hasonló szervezetekkel való együttműködése szintén ezt az irányt erősítheti.

Magyarország számára a romániai magyar vállalkozások, intézmények a *beutaztatásban* is partner szerepre tehetnek szert, elsősorban a Magyar Turizmus Zrt. romániai képviselője és más intézmények imázsformáló tevékenysége révén. A magyar kultúra a románok számára éppolyan érdekes lehet, mint a magyarok számára a román kultúra, feltéve, ha megnyilvánul a

legcsekélyebb érdeklődés, amit valakinek fel kell ébresztenie. A magyarországi termékek közül már ismert és keresett az egészségturizmus és a budapesti városnézés, esetenként jelentős bevételeket regisztrálhatnak, pl. a határmenti fürdők. A magyarországi TDM-szervezetek, szolgáltatók a romániai magyar és román utazóközönséghez egyfelől testvértelepülési kapcsolatokon, másfelől a Magyar Turizmus Zrt.-n keresztül tudják eljuttatni üzeneteiket. Izgalmas kutatási feladat, felmérni és értékelni Romániát, mint Magyarország egyik lehetséges küldőpiacát, felmérni a romániai kiutaztatók partnerségépítési hajlandóságát. Így, a *Magyar Nemzetpolitikában* megfogalmazott kárpát-medencei keresletélénkítés gondolata is szélesebb alapokra kerülhet.

Irodalomjegyzék

- Agg Z. – Nemes Nagy J. 2002: A politika térségi és helyi szintjei. – Bernek Á. (szerk.): *A globális világ politikai földrajza*. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest, pp. 385–430.
- Aubert A. (szerk) 2007: *A térségi turizmuskutatás és tervezés módszerei, eredményei*. PTE TTK Földrajzi Intézet, Pécs. 391. p.
- Butler R. 2004: The Tourism Area Life Cycle in the Twenty-First Century. – Lew, A. A. – Hall, C.M.–Williams, A. M. (eds.) *A Companion to Tourism*. Blackwell Publishing, Malden–Oxford–Carlton. pp. 159–169.
- Dövényi Z. (szerk.) 2012: *A Kárpát-medence földrajza*. Akadémiai K., Budapest. 1351 p.
- Hanusz Á. 2009: A területi turisztikai tervezés és a helyi TDM rendszerek kialakításának mozgásteret a fehérgyarmati térségben. – Hanusz. Á. (szerk.) *Turisztikai desztináció. „Desztinációs menedzsment”*. Nyíregyháza. pp. 45–60. (a Nyíregyházán 2009. május 20–21-én megtartott konferencia előadásai)
- Horváth A. 2010a: Az etnicitás dilemmája a Székelyföld turizmusfejlesztésében. – *Tér és Társadalom* 3. pp. 147–162.
- Horváth A. 2010b: Kutatás és menedzsment a székelyföldi turizmusfejlesztésben. – Juhász K. – Balázs J. (szerk.): *Határok nélküli tudomány: Kihívások és lehetőségek a tudományterületek határain*. Harsányi János Főiskola, Budapest pp. 86–92.
- Horváth A. 2011: Stratégia és szerveződés: a turizmusfejlesztés feltételei Hargita megyében. – Michalkó G.–Rácz T. (szerk.): *A turizmus dimenziói: humánium, ökonómikum, politikum*. Kodolányi János Főiskola – MTA Földrajztudományi Kutatóintézet – Magyar Földrajzi Társaság, Székesfehérvár–Budapest. pp. 303–316.
- Horváth A. 2013: *Turizmusfejlesztés Székelyföldön*. Nemzeti Kisebbségkutató Intézet, Kolozsvár. 334. p.
- Horváth A.–Peteley A. 2008a: Creating the Conceptual Framework of Tourism Destination Management in Giurgeu Basin. In: *The Role of Tourism in Territorial Development*. International Conference, sept.

- 19–20 2008, Gheorgheni. pp. 197 – 209.
- Horváth A.–Peteley A. 2008b: Adapting the TDM-Model in the Development of Tourism in Harghita County. – *Journal of Tourism Challenges and Trends*. Ed. Universitară, București, pp. 45–60.
- Horváth Gy. 2003: *Székelyföld*. Dialóg Campus Kiadó, Budapest–Pécs (A Kárpát-medence régiói 1), pp. 254–278.
- Jandala Cs. 1993: A turizmus integrált tervezésének általános elvei. – *Kereskedelmi Szemle*. 34. 6. pp. 19–25.
- Jandala Cs. 2010: A turisztikai felsőoktatás helyzete és kérdőjelei 2010-ben Magyarországon. – *Turizmus Bulletin*. 14. 3. pp. 72–76.
- Jónás-Berki M. – Aubert A. – Marton G. – Raffay Z. 2012: The place and role of local tourism destination management organizations in the tourism sector of Hungary. – *The Role of Tourism in Territorial Development*. V., Gheorgheni. pp. 141–154.
- Kiss T. – Barna G. – Deák A. 2013: *Székelyföld turisztikai régió? Kérdőíves, fókuszcsoportos és statisztikai vizsgálat a székelyföldi turizmusról*. Nemzeti Kisebbségkutató Intézet–Kvantum Research, Kolozsvár. 189. p.
- Kocsis K. 2002: A Kárpát-medencei magyar kisebbségek jelenlegi települési és társadalmi szerkezete. – *Magyarország és a magyar kisebbségek*. Magyarország az ezredfordulón. Stratégiai kutatások a Magyar Tudományos Akadémián. Magyar Tudományos Akadémia, Budapest. pp. 31–46.
- Kocsis K. 2011: A magyar népesség története. A Kárpát-medencei etnikai térszerkezet történeti alakulása. – Paládi-Kovács A. – Flórián M. (szerk.): *Magyar Néprajz I.1. Táj, nép, történelem*. Akadémiai K. Budapest. pp. 293–426.
- Kovács B.–Soproni Gy. 2006: Formálódó fejlesztéspolitikai tervek – a turizmus helye a II. Nemzeti Fejlesztési Tervben. – *Turizmus Bulletin*. 10. 1. pp. 53–56.
- Legea 215/2001 – Legea administrației publice locale. *Monitorul Oficial al României*. Nr. 204/23 apr. 2001; republicat *Monitorul Oficial al României*. Nr. 123/20. feb. 2007 [törvény a helyi közigazgatásról]
- Lengyel M. (szerk.) 2008: *TDM Működési kézikönyv*. Heller Farkas Főiskola, Budapest
- Master Planul pentru Dezvoltarea Turismului Național 2007–2026*. Ministerul Turismului, București. 490 p. <http://www.turism.gov.ro/ro/proiecte-minister/2/master-plan>. (letöltve 2013. nov. 10.)
- MDRL AMPOR 2009: Ghidul Solicitantului pentru Domeniul Major de Intervenție 5.3. Promovarea potențialului turistic și crearea infrastructurii necesare, în scopul creșterii atractivității României ca destinație turistică, operațiunea *Dezvoltarea și consolidarea turismului intern prin sprijinirea produselor specifice și a activităților de marketing specifice*.
- Michalkó G. 2007: *Magyarország modern turizmusföldrajza*. Dialóg Campus Kiadó, Budapest–Pécs. 288 p.
- Michalkó G. 2012: *Turizmológia. Elméleti alapok*. Akadémiai Kiadó, Budapest. 266. p.
- Nagy B. 2013: *A turisztikai helymarketing a Székelyföldön. Az imázs- és márkahasználat tudományos megalapozása*. Nemzeti Kisebbségkutató Intézet, Kolozsvár. 259 p.

- Nagy B. (coord.) 2009: *Strategia de dezvoltare a turismului din județul Harghita*. Aquaprofit Consulting Srl. – Consiliul Județean Harghita, Miercurea-Ciuc
- NTS (*Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2005–2013*). Magyar Turisztikai Hivatal. Budapest 2005. augusztus.
- A Nemzeti turizmus fejlesztési stratégia 2009. évi monitoring jelentése*. Önkormányzati Minisztérium Turisztikai Szakállamtitkárság Budapest 2009. december.
- Ordonanța de Guvern 58/1998 privind organizarea și desfășurarea activității de turism în România. *Monitorul Oficial al României*. Nr. 309/26. aug. 1998 [kormányrendelet a turisztikai tevékenységek megszervezéséről és lebonyolításáról Romániában]
- Ritchie, J. R. B. – Crouch, G. I. 2003: *The Competitive Destination. A Sustainable Tourism Perspective*. CABI Publishing, Oxon, UK – Cambridge, MA, USA. 272 p.
- Soproni Gy. 2004: Turizmuspolitika és turizmusmenedzsment. – *Turizmus Bulletin*. 8. 4. pp. 20–29.
- Sulyok J. 2004: Desztinációs marketing szervezetek tevékenységének hatékonyságmérése. – *Turizmus Bulletin*. 8. 4. pp. 30–32.
- Sulyok J.–Kiss K. 2005: A desztinációs menedzsment szervezetek működése és a desztinációs menedzsment trendjei. – *Turizmus Bulletin*. 9. 2. pp. 36–42.
- Szarka L. 2007: A kisebbségek helye a magyar nemzetfogalomban a 21. század elején. – Szarka L. – Vizi B. – Majtényi B. – Kántor Z. (szerk.): *Nemzetfogalmak és etnopolitikai modellek Kelet-Közép-Európában*. Gondolat Kiadó, Budapest. pp. 130–152.
- Vofkori L. 2007: *Utazások Székelyföldön*. Pro-Print, Csíkszereda. 494 p.

**KÁRPÁTALJA TURISZTIKAI ADOTTSÁGAINAK
VIZSGÁLATA KVANTITATÍV ÉS GEOINFORMATIKAI
MÓDSZEREK ALKALMAZÁSÁVAL
A CSAPADÉK ÉVI MENNYISÉGÉNEK IDEGENFORGALMI
SZEMPONTÚ ÉRTÉKELÉSE¹⁹**

Dr. Berghauer Sándor

megbízott docens

II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola Földtudományi Tanszék

The Examination of Touristic Endowments of Transcarpathia by Using
Quantitative and Geoinformatic Methods

The Evaluation of the Annual Amount of Precipitation From the Touristic
Point of View

Sándor Berghauer, PhD

associate professor

Ferenc Rákóczi II Transcarpathian Hungarian College, Department of Earth
Sciences

Abstract

The main direction of the research is made up by examining the touristic endowments of Transcarpathia. The aim of the study is the adaptation of a research method in Transcarpathia, applied earlier in the case of Western Zala region of Hungary, which is now fulfilled with a new approach, by using the tools of geoinformatics. Though the research is in its initial stage yet and only the first results are being reached, but the paper points out that the previously elaborated method of landscape evaluation from the touristic point of view can well be developed due to the original approach, and by it's means we are able to get various information on touristic values of long-range territorial units (counties, regions etc.)

¹⁹ A kutatás az Európai Unió és Magyarország támogatásával a TÁMOP 4.2.4.A/2-11-1-2012-0001 azonosító számú „Nemzeti Kiválóság Program – Hazai hallgatói, illetve kutatói személyi támogatást biztosító rendszer kidolgozása és működtetése konvergencia program” című kiemelt projekt keretei között valósult meg.

Bevezetés

Kárpátalja turizmusa az utóbbi két évtizedben számottevő változásokon ment keresztül. Az ezredfordulót követő gazdasági regenerálódás, fejlődés jól érzékelhető fejlődést idézett elő a megye turizmusában is. Kárpátalja kedvező természeti és kulturális adottságai predesztinálják, hogy a megyében az idegenforgalmat húzóágazatnak tekintsék. Kárpátalja turizmusa ugyanakkor számos hiányossággal is rendelkezik, melyek közül kiemelhető a képzett munkaerő hiánya, labilis befektetői környezet, adathiány stb. Mindezek testet öltenek a megyében gyakorta tetten érhető spontán fejlesztésekben, ami hosszútávon Kárpátalja turizmusának legfontosabb problémájává válhat. Egyrészt, a különleges értékek (UNESCO listán szereplő fatemplomok, védett területek) egyelőre nem kapnak kellő hangsúly az idegenforgalom fejlesztésében. Másrészt, jól érzékelhetőek a szélsőséges problémák kiéleződése, így például Aknaszlatina esetében az egyedi értékek különleges problémákká, ökológiai katasztrófává váltak az utóbbi években (Berghauer S. 2012).

A fentiek alapján a turisztikai adottságok reális alapokon nyugvó értékelése, turisztikai kiskörzetek, idegenforgalmi magterületek feltárása kiemelt jelentőséggel rendelkezik Kárpátalján. Jelen tanulmány célja, egy korábban, más mintaterületen alkalmazott, de Kárpátalján is alkalmazható módszer adaptálása, melyet új megközelítésben, geoinformatikai eszközök segítségével valósítanak meg. A kutatómunka ugyan kezdeti stádiumban van és csak az első eredmények születtek meg, de a cikk rámutat arra, hogy az újszerű megközelítésnek köszönhetően a korábban kidolgozott idegenforgalmi szempontú tájértékelés jól fejleszthető és segítségével sokrétű információt kaphatunk akár nagyobb kiterjedésű területek (megye, régió) turisztikai értékeiről.

Kutatási módszer

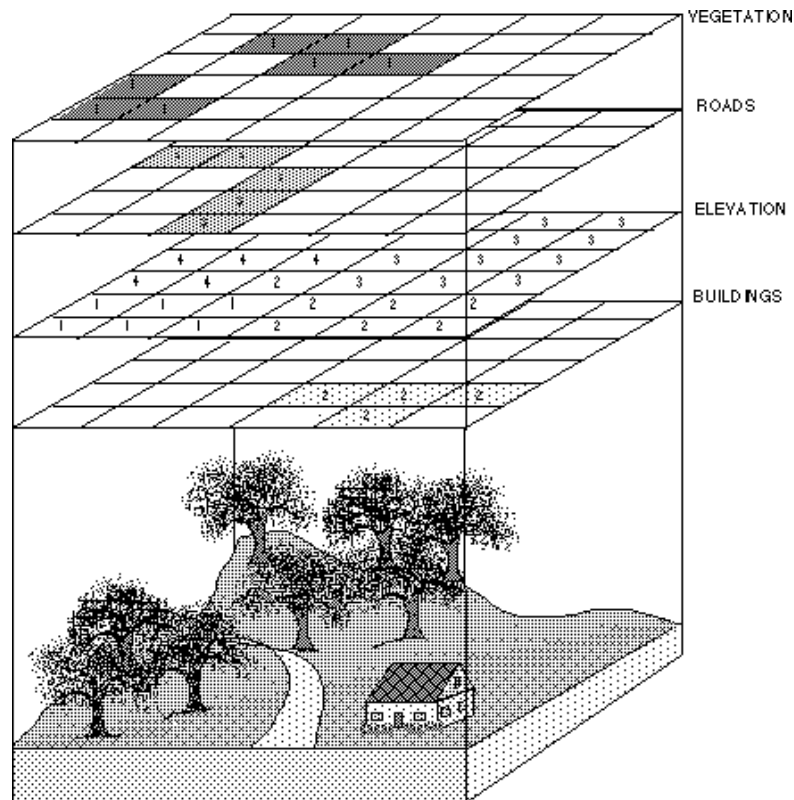
A kutatás gerincét képező komplex kvantitatív turisztikai értékelés két feladatkörből tevődik össze (Gyuricza L. 1997):

- 1. A természeti erőforrások turisztikai szempontú értékelése;*
- 2. A társadalmi erőforrások turisztikai szempontú értékelése.*

Az idegenforgalmi adottságokat raster bázisú térképeken, számszerűsített paraméterek segítségével értékeljük, majd a regionális differenciák alapján turisztikai kiskörzeteket, magterületeket jelölünk ki. A munka során nagy felbontású tematikus térképet használunk az értékeléshez és minden egyes 1 km²-t összesen 32 szempont alapján értékelünk. A paraméterek

alapján elkészített rácshálókat egymásra helyezve, majd a térképek azonos négyzeteinek értékeit összegezve jelölünk ki a turisztikai magterületeket (1. ábra) (Gyuricza L. 1997).

1. ábra. A rácshálózat értékelésének menete



Forrás: <http://courses.washington.edu>

A természeti adottságok feltárása során például külön-külön értékeljük a domborzati, éghajlati, vízrajzi, talajtani adottságokat, illetve az élővilágot. A teljes körű értékeléshez hozzátartozik, hogy egyes mutatókon belül is több szempontot értékelünk, és azok fontosságának megfelelően súlyozzuk részesedésüket a természeti értékelésen belül (a domborzati adottságok között értékelendő a felszabdaltsági index, abszolút relief stb.). A társadalmi erőforrások turisztikai szempontú értékelése szintén négyzetkilométerre lebontva és több összetevőt értékelve történik meg. Alapját a vizsgált terület alpinfrastruktúrájának, turisztikai infrastruktúrájának és ember alkotta vonzeróinak részletes, több szempont szerinti, súlyozott értékelése képezi. Az így kapott „eredményháló” módosíthatja a természeti alapon kijelölt kiskörzetek határait, megmutatja az idegenforgalom szintjét, kiépítettségét és megjelöli azokat a vonzerókat, amelyek valóban vagy csak potenciálisan léteznek (Gyuricza L. 1998).

1. táblázat. A természeti adottságok (egyszerűsített) értékelésének fő szempontjai

Mutató	Max.pont	Természeti adottságokon belüli arány
I. Domborzati adottságok	Összesen: 60 pont ; természeti adottságokon belüli arány: 30%	
II. Éghajlati adottságok	Összesen: 20 pont ; természeti adottságokon belüli arány: 10%	
III. Vízzajzi adottságok	Összesen: 50 pont ; természeti adottságokon belüli arány: 25%	
IV. Élővilág adottságok	Összesen: 60 pont ; természeti adottságokon belüli arány: 30%	
V. Talaj adottságok	Összesen: 10 pont ; természeti adottságokon belüli arány: 5%	
<i>Összesen: 200 pont; természeti adottságokon belüli arány: 100%</i>		

Forrás: Gyuricza L. 1998

A megjelölt módszert a vizsgált területen több okból kifolyólag sem lehet egy az egyben alkalmazni. Jelentős eltérés van ugyanis a két vizsgált terület adottságai, méretei, kutatóssága között. A turisztikai szempontú értékelés során a módszer helyi bevezetésén túl, a terület méreteire és a kutatás részletességére való tekintettel, alkalmazásra kerülnek előre meghatározott geoinformatikai módszerek is, kiszélesítve mind a tájértékelés, mind a geoinformatikai módszerek alkalmazási lehetőségeit. Az ArcGIS program segítségével digitalizált térképek értékelési paramétereit rögzítve egyes részfeladatok megoldása (pl. domborzat elemeinek – abszolút relief, felszabdaltsági index – értékelése) az adott programban részben önállóan, gyorsabban történhet meg.

Kárpátalja éghajlati adottságainak értékelésese – a csapadék értékelése

A kutatás módszerének újszerű, geoinformatikai alapokon nyugvó alkalmazását Kárpátalja éghajlati adottságainak, azon belül is a csapadék területi eloszlásának, értékelésével mutatjuk be.

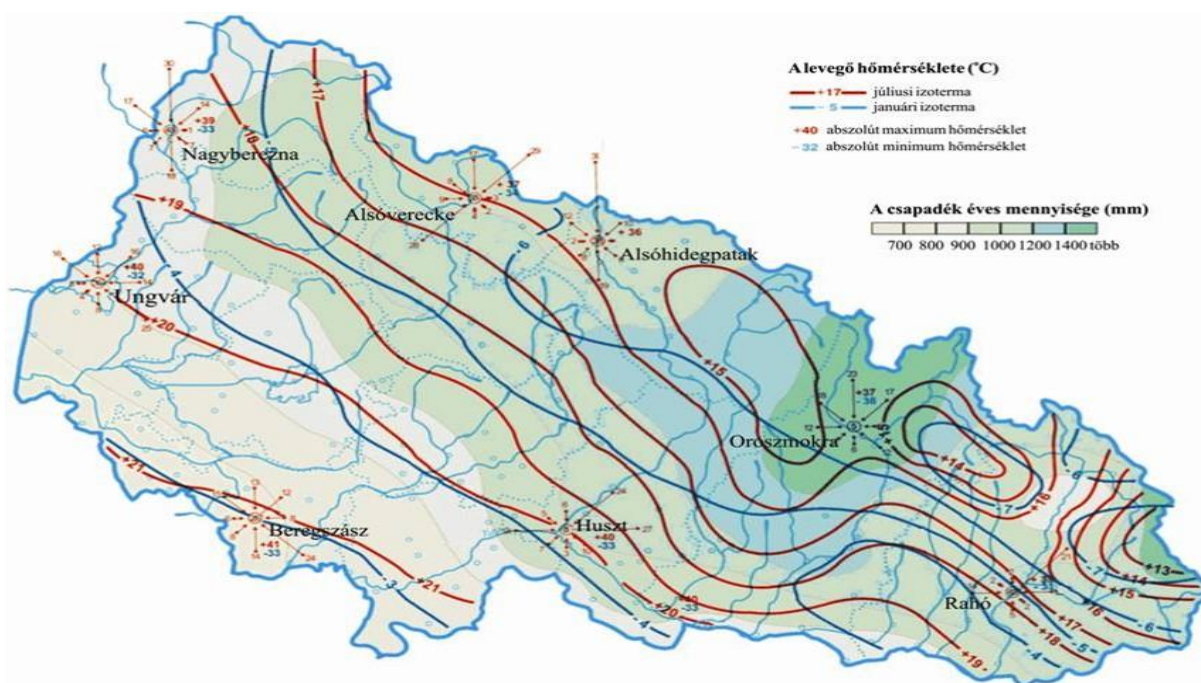
Az éghajlati adottságok értékelésének szempontjai

Mutató	Értékhatárok	Szorzó	Max. pont
Éghajlati adottságok	Összesen: 20 pont; Természeti adottságokon belüli arány: 10%		
1. Lejtőexpozíció	1-5	2	10
2. Évi csapadék (400 méter felett kettős értékelés)	1-5 (2*1-2,5)	1	5 (2*2,5)
3. Júliusi és januári izoterma	1-5	1	5

Gyuricza L. 1997 alapján átdolgozta Berghauer S.

Ezt megelőzően fontos megjegyeznünk, hogy az általunk vizsgált terület (Kárpátalja) domborzati adottságait tekintve jelentősen eltér az eredeti módszerben (Nyugat-Zala) vizsgált területtől, hiszen a megyében a tengerszint feletti magassága 103 és 2061 méter között változik. A jelentősebb tengerszint feletti magasság feltételezi a terület téli- és síturisztikai hasznosítását. Az éghajlati adottságok mindhárom mutatójánál a 400 méter feletti területek esetén kettős értékelést vezetünk be. A 400 méteres határt indokolta, hogy Kárpátalja jelentősebb sípályái eddig a magasságig tolnak le (pl. Szinyák-hegység környékén).

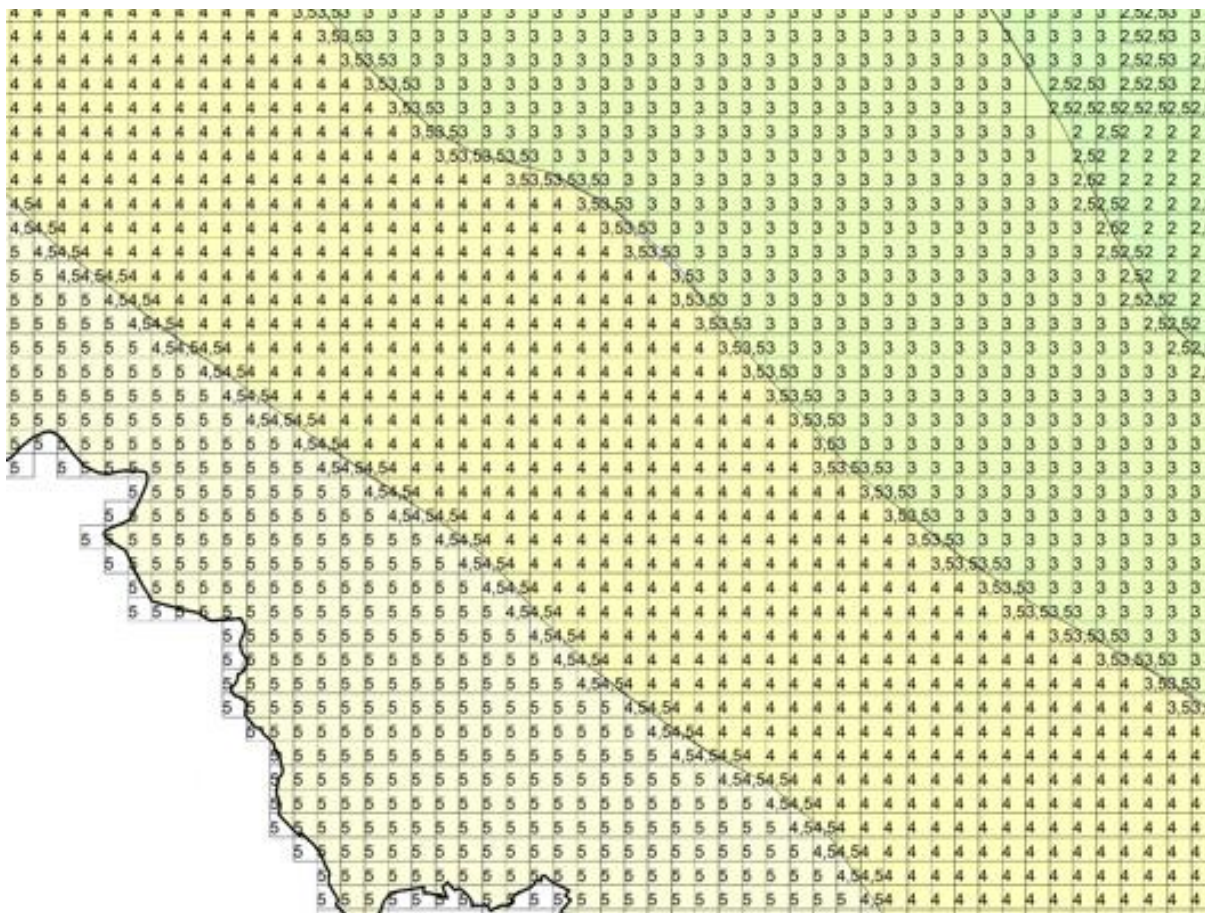
2. ábra. A csapadék területi megoszlása Kárpátalján



Pop, Sz. 2009 alapján szerkesztette Berghauer S.

A csapadék adottságainak értékelése során a 400 méter alatti területeknél (csak) egy nyári értékelést végeztünk, ahol a csapadékban szegényebb területek kapták a maximum (5) pontot. A csapadék növekedésével ezt csökkentettük (lásd eredeti módszer: Gyuricza L. 1997). A 400 méter feletti területek kettős értékelést kaptak, megfelezve a nyári és téli értékek között a maximum pontot (2*max. 2,5 pont). A nyári értékmaximumot a kevésbé csapadékos területek kapták – max. 2,5 pont. A téli értékelésnél a csapadékban gazdagabb területeket értékeltük magasabban (max. 2,5 pont), mivel a téli sportok, aktív pihenés szempontjából különösen fontos a téli csapadék, a hó mennyisége.

3. ábra. A csapadék évi mennyiségének idegenforgalmi szempontú értékelésének menete



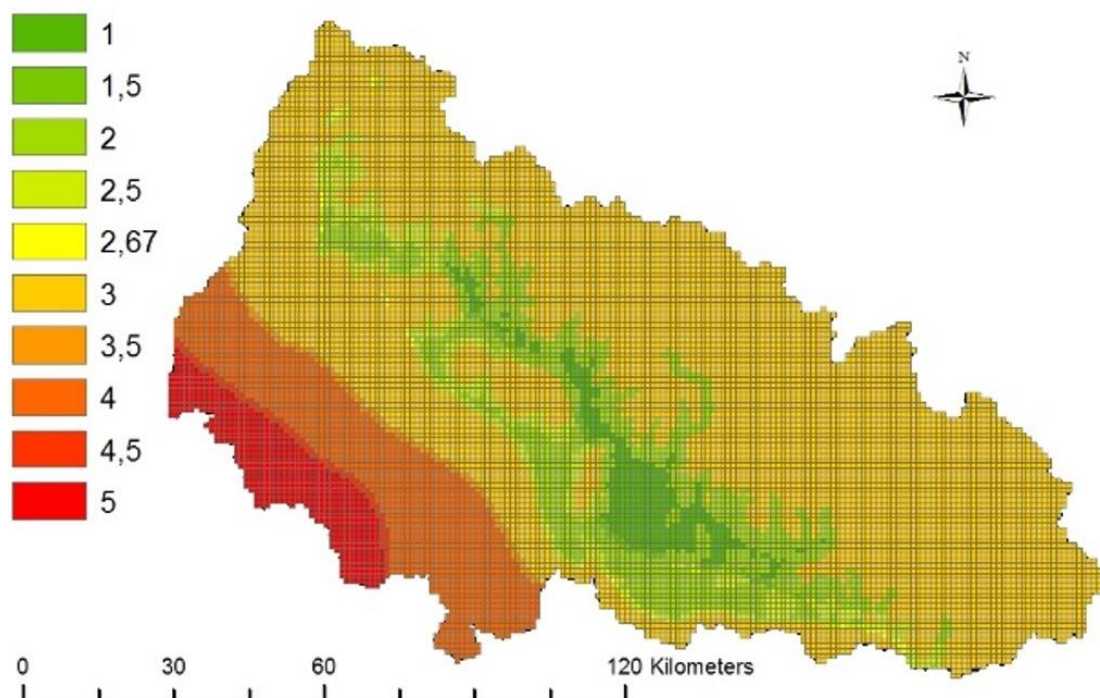
Szerkesztette: Berghauer S.

Az értékelés újszerű megközelítésben végeztük, alkalmazva a jelenlegi geoinformatikai programokat (ArcGIS). Korábban az értékek meghatározása „manuálisan”, minden egyes km²-re vonatkozólag külön-külön történt. Az újítás egyik lényeges eleme, hogy ennek menetét lehet felgyorsítani. Miután a csapadék mennyiségének területi megoszlása Kárpátalján térkép

digitalizálásra került a program segítségével raszterhálót (grid) generáltunk. Az azonos értékelés alá eső területeket kijelöltük a raszterhálón, majd egységesen elláttuk a fentiekben leírt értékelés elvei alapján az adott csapadékterületre vonatkozó értékkel (3. ábra). Az egyes négyzethálóra vonatkozó adatok kezelését Microsoft Excel programban végeztük, így a köztes vagy több értékkel ellátott területek esetében egyszerűen megoldhatóvá vált az átlagérték kiszámítása, illetve a további adottságok értékelése során kapott értékek kezelése, összegzése.

A csapadék évi mennyiségének idegenforgalmi szempontú értékelése során összesen 12800km² -t értékeltünk. Mivel a kapott eredményeket, kis felületek kell szemléltetnünk (egy nyomtatott oldal fele) színskálával láttuk el az értékelt területet, ahol pirossal jelöltük a legértékesebb (5 pont) területeket és zölddel, a legalacsonyabb értékekkel ellátott részeket (4. ábra).

4. ábra. A csapadék évi mennyiségének idegenforgalmi szempontú értékelése



Szerkesztette: Berghauer S.

Következtetések és javaslatok

A fentiekben leírt módszert alkalmazva a kutatómunka további menete során kezdetben a természeti adottságokat (további 15 értékelés minden km²-re) értékeljük, majd hasonló elvek alapján Kárpátalja területének társadalmi erőforrásait vesszük számba turisztikai szempontok

alapján (további 16 értékelés minden km²-re). A természeti és társadalmi adottságok eredményhálójának összegzésével a megye területének minden egyes négyzetkilométere széleskörű turisztikai értékelés alá esik. A kutatómunka eredményeként egyértelműen kirajzolódnak a megye turisztikai magterületei, és az alkalmazott geoinformatikai módszernek köszönhetően Kárpátalja turizmusa több szinten (települési, járási, megyei) válik turisztikai szempontból értékelhetővé. Az alkalmazott módszer újszerű megközelítése révén (ArcGis alkalmazása) jelentősen felgyorsítható a hasonló adottságokkal rendelkező területek turisztikai adottságainak az értékelése, és a korábbiakhoz képest számottevően megnövekszik a vizsgált terület mérete, lehetővé válik teljes régiók egységes értékelése. Az eljárás további előnye a rugalmasság. Egyrészt, az adatok (vagy friss adatok) bevitele a digitalizálást követően viszonylag egyszerűen megoldható. Másrészt, a digitális adatkezelés jóvoltából hosszabb távon az eredeti módszer fejleszhető, akár új kritériumok/adottságok bevezetésével. Harmadrészt, reális esélyt látunk akár egy új, termékspecifikus módszer kialakítására is (pl. síturizmus).

Felhasznált irodalom

1. Berghauer S. 2010: Turizmus Kárpátalján. In: Modern Geográfia, 2010. 2. szám, 23 p. http://www.moderngeografia.hu/tanulmanyok/nemzetkozi_turizmus_berghauer_sandor_2010_2.pdf
2. Berghauer S. 2012: A turizmus mint kitörési pont Kárpátalján (?)(Értékek, remények, lehetőségek Ukrajna legnyugatibb megyéjében). PhD-értekezés. Pécsi Tudományegyetem, Földtudományok Doktori Iskola, Pécs
3. Gyuricza L. 1997: Tájhasznosítási lehetőségek vizsgálata Nyugat-Zalában, különös tekintettel az idegenforgalomra. Kandidátusi értekezés. Pécsi Tudományegyetem, Pécs
4. Gyuricza L. 1998: Természeti és társadalmi adottságok idegenforgalmi szempontú értékelése és komplex turisztikai kiskörzetek kialakítása Nyugat-Zala példáján. Földrajzi Értesítő XLVII. évf. VII. füzet, pp. 173-187.
5. Gyuricza L. 2008: A turizmus nemzetközi földrajza. Egyetemi tankönyv, Dialóg-Campus, Budapest–Pécs 320 p.
6. Gyuricza L. – Berghauer S. 2009: Probleme der Bewertung der Naturbedingungen im Tourismus. In: Acta Beregsasiensis VIII./1. pp. 213–221.

7. Kárpátalja atlasza 1991. Kárpátalja fő talajtípusai; Kárpátalja éghajlata; Kárpátalja erdővel borított területei; Kárpátalja településhálózata. Комитет геодезии и картографии СССР. Moszkva, 1991.
8. Pap, Sz. (Поп С.) 2003: Природні ресурси Закарпаття. „Спектраль”, Ужгород. 296 p.
9. Pap, Sz. (Поп С.) 2009: Природні ресурси Закарпаття. Державне видавництво «Карпати», Ужгород. 336 p.
10. Vavilin, A.: Закарпатська область. 1:700000 méretarányú Térkép-gyűjtemény. Bereg-Press Bt. 2005.

**EGY HAZAI KISTÉRSÉG TURISZTIKAI
KISVÁLLALKOZÁSAINAK ESÉLYEI AZ ÉLETKÉPESSÉG
MEGŐRZÉSÉRE ÉS A VERSENYKÉPESSÉG JAVÍTÁSÁRA
– EGY EMPIRIKUS VIZSGÁLAT TAPASZTALATAI**

Dr. Gubán Pál,

főiskolai adjunktus

Prof. Dr. habil Vörös Mihály László, CSc, PhD,

tudományos vezető

EDUTUS FŐISKOLA/EDUTUS COLLEGE

Helyi élelmiszerláncok fejlesztése és innovációja HÉLIA Szakmai Műhely és Szakkollégium

Local Food Chain Development & Innovation HELIA Working Group and Scientific Student College

Összefoglaló

A jelen tanulmány a „Mohácskapu” Mohács és Térsége Turisztikai Egyesületbe (MTTE) tömörülő turisztikai kisvállalkozások jelenlegi helyzetéről, működőképességéről a HÉLIA Szakmai Műhely és Szakkollégium munkacsoportja által végzett empirikus vizsgálat tapasztalatait, következtetéseit foglalja össze. Az aktuális ágazati statisztikai adatok (vendégéjszakák száma, átlagos tartózkodási idő, költség) tükrében megállapítható, hogy bár a helyi turisztikai kínálat kivételesen gazdag, a kapacitások azonban kiaknázatlanok. A turizmus szerepe, súlya a helyi gazdaságban a lehetőségeihez képest jóval kisebb, a város és térsége marginális szerepet tölt be a hazai turizmusban. A turisztikai szezon - az immár Világörökségi Listán szereplő „Busójárást” nem számítva,- májusra, ill. szeptember-október hónapokra koncentrálódik. A kapacitás kiaknázatlanság legfőbb oka a kereslet egyenlőtlen eloszlása, a szezonális szerep. A helyi turizmusvállalkozások ösztönzésében, koordinálásában az esetlegesség és a spontaneitás a jellemző. Nem érvényesülnek a térségben a turizmus és a helyi élelmiszerláncok szoros összekapcsolására, a hálózatosodásra épülő pozitív multiplikátorhatások, amelyek nemzetközi példákkal jól alátámaszthatók. A kutatás jelen fázisában és annak folytatásában a holisztikus, interdiszciplináris szemléletmód alkalmazását segíti, hogy a vizsgálatban szereplő vállalati kör a turisztikai kínálat széles spektrumára (kulturális turizmus, vendéglátó turizmus, a

hagyományos élelmiszer-termékek értékesítése, gasztró-turizmus, természeti turizmus, víziturizmus, öko-bázisú turizmus, egészségturizmus stb.) terjed ki. A vizsgálat rámutat, hogy a város és térsége a kiemelkedően gazdag természeti-kulturális örökségéhez kapcsolódó turisztikai termékfejlesztéssel gyors ütemben lehetne az ismertséget és a versenyképességet javítani. Tudatos fejlesztési lépések megtételével már rövid-közép távon is érzékelhető eredményeket lehetne elérni. A cikk rávilágít arra, hogy a jelen tanulmányra és további szekunder kutatások elvégzésére, ill. további mélyebb elemzésekre alapozottan a „Mohácskapu”stratégia” mielőbbi elkészítésére lenne szükség.

Abstract

This present study aims to summarize the conclusions of the empirical research conducted by the team established by HELIA Working Group on the current situation of small touristic enterprises of the Mohácskapu Regional Touristic Association. According to the actual statistics it can be asserted that even if the local touristic supply is exceptionally abundant, capacities remain unexploited. The role and importance of tourism within the local economy is a lot lower than its potentials, the town and its region play a marginal role in Hungarian tourism. The touristic season – regardless of the „Busó festivities” designated on the World Heritage List – concentrates on the months of May, September and October. The major cause of untapped capacities is the unevenness of demand, i.e. seasonality. The motivation and coordination of local touristic firms are characterized by eventuality and spontaneity. The positive multiplier effects based on the tight relationship and networking between tourism and local food chain do not prevail in the region, although these effects can be well supported by various international examples.

In the current and next phase of the research the application of the holistic and interdisciplinary approaches is promoted by the fact that the enterprises involved in the study concern a wide range of touristic offers: cultural tourism, hospitality tourism, sales of traditional food products, gastro-tourism, ecotourism, water tourism, health and wellness tourism etc. The findings point out that the recognition and competitiveness of the town and its surroundings could be improved very fast due to the region’s extraordinarily rich natural and cultural heritage. Through conscious development sensible short- and medium-term results could be achieved. The article highlights the urgent need for a „Mohácskapu strategy”, based on the present study as well as further secondary research work and in-depth analyses.

Előzmények, a kutatás tárgya, módszere, munkafázisai.

A HÉLIA Szakmai Műhely és Szakkollégium munkacsoportja (oktatók, hallgatók) a „Mohácskapu” Mohács és Térsége Turisztikai Egyesület (a továbbiakban „Mohácskapu” MTTE) meghívása és felkérése alapján 2013. február 15-18. között helyszíni látogatásokon tanulmányozta kiválasztott turisztikai szolgáltatások jelen helyzetét és működési feltételeit. A tanulmányút ötletét az adta, hogy az egyesület tagjaiból alakult aktívabb vállalkozó csoport arra a következtetésre jutott, hogy nagyobb összefogásra lenne szükség az egyesületen belül a település és térsége turizmusának jelenlegi hátrányos és egyre romló helyzetéből (szezonális dominanciája, csökkenő turista szám és költség, bevételek és jövedelmek visszaesése stb.) való kilábaláshoz. Kezdeményezték, hogy külső szakemberek véleményére támaszkodva objektív helyzetfeltárás készüljön, amely elmozdulást jelenthet számukra és az egyesületnek reálisan megvalósítható lépések megtétele, megoldások keresése, egy integrált térségi turizmus stratégia (Jandala, 1994.) kialakítása irányában. A két teljes napra és két félnapra kiterjedő látogatási programot az egyesület elnöke szervezte meg, majd működött közre annak megvalósításában. A látogatási program harmadik napján a HÉLIA munkacsoport által javasolt és megtartott munkaértekezleten az alábbi egyesületi szintű stratégiai célok kerültek megfogalmazásra, amelyek iránymutatást adnak a kutatómunka jelenlegi és jövőbeni fázisainak végrehajtásához:

- a helyi turizmus-vonzerők, erőforrás bázisok feltárása, a turisztikai kínálat újragondolása, szegmentálása kutatásokkal alátámasztva;
- helyi kézműves termékek, mint turizmus vonzerők feltárása, és beépítése a turisztikai vonzerő leltárba;
- a helyi hagyományos élelmiszer termékek, és helyi gasztronómia, mint turizmus vonzerők feltárása, és beépítése a turisztikai vonzerő leltárba;
- egyéb releváns helyi tájértékek, pl. etnikai sokszínűség, folklór, stb., mint turizmus vonzerők feltárása, és beépítése a turisztikai vonzerő leltárba;
- hálózatépítés erősítése (a térségben, belföldön, külföldi kapcsolatok irányában);
- a település és térség turizmusában a szezonális csökkentése;
- az egyesülésbe tömörülő szolgáltatók egyéni üzleti teljesítményének értékelése, közösségi hozzájárulásuk növelése, javítása; és végezetül
- a turisták számának és az üzleti bevételek növelése (vendégéjszakák, költségek).

A megkezdett feltáró munka célja egy valós alapokon nyugvó, - az egyesület és az együttműködő vállalkozás csoport számára effektív hasznosítható – „Mohácskapu MTTE” turizmus stratégia megfogalmazása, amely magában foglalja perspektivikus fejlesztési irányok

feltárását és meghatározását. Rövidebb, hosszabb távon az egyesülésbe tömörülő szolgáltatók rendelkezésére álló kapacitások, vonzerő potenciál jobb kiaknázását Mohácson és térségében. Nem lehet elvitatni, hogy a tőkehiány, a szűkös erőforrások, az elhúzódozó válság tükrében csak egy reális alapokon nyugvó, a vállalkozások együttműködésére épülő, gyakorlatban használható stratégia jelenthet kitörést a hátrányos helyzetből. Ennek lényege a térség adottságaira és a résztvevők ésszerű munkamegosztására épülő turisztikai marketing portfólió, amely valós, létező és a gyakorlatban működőképes programcsomagokat testesít meg.

A helyzetfeltárás és az empirikus vizsgálat alapját a Mohácson és környező településeken található, összesen 15 turisztikai szolgáltatás, kisvállalkozás képezte, valamennyien a „Mohácskapu” MTTE tagjai (vagy pártoló tagjai), akik kinyilvánították szándékukat a szorosabb együttműködésre, ill. a felmérésben való részvételre. A megállapításokat, észrevételeket a résztvevők szabványos értékelő kérdőíveken rögzítették (szolgáltató neve, település, szolgáltatás, weboldal megléte, színvonalának, minőségének értékelése, a szolgáltatásról alkotott vélemény /pozitív, negatív/ és rangsorolás, milyen célcsoportok számára jelenthet vonzerőt, összbenyomás, SWOT ill. GYELV²⁰ elemzés). A résztvevők a szolgáltató bemutatkozása, a vele folytatott beszélgetés, a konzultációk és internetes keresés alapján töltötték ki a kérdőíveket egyénileg, vagy csoportosan. Az egyéni értékelések összesítése szolgáltató alapul a részletes háttér tanulmány összeállításához, amelyben valamennyi szolgáltatóról külön SWOT elemzés készült. Ezzel összhangban kerültek meghatározásra szolgáltatásonként külön-külön a potenciális célcsoportok, és a releváns, reálisan kivitelezhető fejlesztési ötletek, javaslatok.

A vállalkozók bemutatkozásából, kérdéseinkre adott válaszaikból arra lehetett következtetni, hogy igen különbözőek az elképzeléseik, elvárásaik a „Mohácskapu” MTTE jövőbeni céljait, tevékenységét illetően. Más-más egyéni ambíciókkal, szakmai törekvésekkel bírnak. Ami részben érthető, hiszen teljesen eltérő peremfeltételekkel rendelkeznek. Vannak köztük olyanok, amelyek kínálata és üzleti lehetőségei, jelenleg és perspektivikusan is igen számottevő potenciált képvisel a piacon, a tulajdonosok tőkeerejétől, felkészültségétől, kapcsolatrendszerétől függően. Míg mások, a kisebbek és sérülékenyebbek, esetenként működési gondokkal küzdenek. Ennek oka, hogy hátrányosan érintik őket a kereslet, a piaci igények kedvezőtlen alakulása, a recesszió, valamint az értékrend, életmód változásai a magyar társadalomban. Esetükben az alkalmazkodás, felzárkózás, lépésváltás sokkal munka- és időigényesebb folyamat. Viszont ők azok, akik számára leginkább nélkülözhetetlen az összefogás, a szoros együttműködés, a tudás és tapasztalatok hasznosítása, a jó gyakorlatok megismerése és átvétele, a hatékony

²⁰ SWOT magyar rövidítése W= Gyengeségek, S=Erősségek, O=Lehetőségek, T=Veszélyek.

tudástranszfer. A szakmai segítségnyújtásban rejlő előnyök kiaknázása a tudás és innováció mielőbbi sikeres adaptációja. Akadnak olyan szolgáltatók is a közösségben, amelyek egyedi, különleges, - másutt nem reprodukálható - erőforrásokkal rendelkeznek. Üzleti potenciált képviselnek a hazai és nemzetközi piacokon is és növekvő kereslettel számolva versenyképessé tehetőek, ehhez viszont speciális tudást, készségeket és profizmust igényelnek a menedzsmentben. Ezek egy része már meglévő piaci termék és szolgáltatás, más elemeik jelenleg kialakítás alatt vannak.

A jelen tanulmányban foglalt megállapításokat a fent leírtak szerint összeállított részletes háttéranyag alapozta meg, amelynek nyersanyagát a helyszínen látottak, hallottak alapján kitöltött értékelő lapok képezték. Ezek összegzése, javítása, finomítása, kiegészítése további konzultációkat igényelt. A szolgáltatókkal való személyes találkozókra alapozott elemzések úgy kezelhetők, mint

„gyorsfényképek”, amelyek egyelőre nincsenek tágabb körű kutatásokkal megalapozva. Az irodalmak és a hozzáférhető helyi stratégiai dokumentumok áttekintése, értékelő elemzése, összevetése egy újabb munkafázisban lehetséges.

Az empirikus vizsgálat eredményeinek hasznosításához az egyesületnek következő lépésként azt javasoltuk, hogy az összegző tanulmányt egy szűkebb körű megbeszélésen vitassuk meg néhány kiválasztott, - a térség turizmusában legjáratosabb, a területet legjobban ismerő - egyesületi tag bevonásával, amely lehetővé tenné a stratégiai célok további pontosítását és bővítését. Majd ezt követően lenne érdemes az egyesületnek napirendre tűzni az érintett összes szolgáltatóval való találkozást az egyedi SWOT elemzések áttekintése céljából, valamennyi vállalkozás vezetőjének, kompetens szakemberének részvételével. Emellett célszerűnek tartanánk egy projekt kommunikációs anyag kidolgozását és megbeszélését is a helyi turizmus irányításáért, koordinálásáért felelős szervek részére, hogy az egyesület elkezdje meggyőzni a potenciális döntéshozókat az empirikus vizsgálat és a stratégiafejlesztés fontosságáról annak érdekében, hogy elnyerje anyagi és erkölcsi támogatásukat (térségi források allokálása, országos pályázatokhoz való csatlakozás stb.).

A helyzetfelmérés és elemzés eredményei.

A jelen dolgozatban foglalt empirikus vizsgálat bizonyítja és demonstrálja a „Mohácskapu” MTTE működési területén található turisztikai szolgáltatások széles választékát és gazdagságát (kulturális turizmus, helyi hagyományos élelmiszer-termékek, gasztró-turizmus, természeti turizmus, vízi-turizmus, öko-bázisu turizmus, egészségturizmus stb.). A felmérésben aktív

vállalkozócsoporthoz a hazai turisztikai kínálat igen széles spektrumát képes lefedni. Ez a tájérték/turisztikai erőforrás bázisról készített mátrix alapján is jól érzékelhető.

Mohács és térsége turizmusának helyzetét néhány aktuális statisztikai adat is jól példázza. A vonzerők gazdagságának ellenére, a város és a térség marginális szerepet tölt be a hazai turizmusban. Az elmúlt évben Mohácson mindössze 5.700 vendégéjszakát regisztráltak, amelynek 77%-át a Szent János Hotel tudhatta magáénak. A turisták átlagosan 1,6 napot töltenek a városban, ami szintén jóval az országos átlag érték alatti. Mohács turisztikai szezonja, (a „Busójárást” nem számítva) májusra, illetve az őszi időszakból szeptemberi, októberi időszakra tehető.

Természetesen a település és térsége legkiemelkedőbb turizmus eseményét a részletes munkaanyagban nem elemeztük, a Világörökségi Listán szereplő „Busójárás”, mint hazánk szellemi öröksége jelenti. Mint országosan, itt is a szezonális jelleg jellemző és egyben jól példázza azt is, hogy ennek a kiemelkedő attrakciónak a hatása, szerepe elenyésző. Továbbá, hogy az erőforrások kihasználatlanok, alulhasznosítottak, a turizmus szerepe alig észrevehető, mérhető a helyi gazdaságban. Ennél fogva az ágazat lehetséges pozitív hatásai nem érvényesülnek. A helyi ösztönzés és koordináció hiánya miatt a turizmus eddigi alakulására a spontaneitás a legjellemzőbb, helyi-közzel a pályázati forrásvezérelt jelleggel keveredve.

Az elkészítendő „Mohácskapu stratégia” egyik legfontosabb megválaszolható kérdése lehet, hogyan, milyen módon tudná Mohács városa ezt a kivételes lehetőséget az eddigieknél jobban, a maximálisra törekedve kiaknázni, ami a legutóbbi időkig sajnos több okból eredménytelen maradt. A fő probléma az, hogy a hatnapos rendezvényen belül a látogatottsági csúcs jelenleg csak egy szűk hétvégére (szombat és farsangvasárnap) korlátozódik, ami lökésszerű forgalmat jelent. A jelenlegi felkészültség, feltételrendszer és szervezettség mellett a kisváros képtelen a lakosainak számát 4-6-szorosan meghaladó tömeget kezelni és menedzselni, megfelelő színvonalon kiszolgálni. Ez az oka annak, hogy döntő módon csak a kiránduló forgalom negatív hatásai érvényesülnek. A kiugró vendégforgalom és az ezzel járó többletbevétel csupán szűk szolgáltatói kör számára kamatozik. Természetesen, ezzel a problémával nem egyedül Mohácsnak kell megküzdeni. Más, a Világörökségi Listán szereplő hazai helyszíneken is hasonló gondokkal küzdenek: Pécs sem képes élni római és török kori értékeivel, hírnevével, de Tokaj sem, bár címük más-más kategóriában jegyzett, egyedi értékeik elvitathatatlanok. Megállapítható, hogy hazánk turisztikai helyszíneinek, attrakcióinak döntő többsége egyelőre kizárólag a klasszikus tömegetturizmust tapasztalta meg, annak valamilyen szintű kezelésével próbálkozott. Az országos és térségi turizmus-szervezetek, valamint a szolgáltatók ma alig fordítanak figyelmet a speciális érdeklődésű szegmensekre, illetve a speciális erőforrásaikra,

attrakcióikra. Pedig ezek kereslete alapvetően más ismérvekkel rendelkezik, mint ahogy az ilyen típusú vonzerők fejlesztése, piacra vitele, marketingje és menedzsmentje is más-más technikákat, megoldásokat követelnek. Akut hiányt jelent országunkban ezeknek a lehetőségeknek a felismerése, a megvalósításukhoz szükséges érdekviszonyok megteremtése, az ehhez elengedhetetlen szakértelemmel együtt.

A térség kiemelkedő tájértékei, a Busójáráson túl, a gazdag természeti öröksége, történelme, földrajzi elhelyezkedése (szerb és horvát határ), az etnikai sokszínűsége. A kultúráját, tradícióit, szellemi örökségét őrző nemzetiségi (kiemelten a sokácok, és a svábok), de a török kori emlékek, a csata helyszínének területe, az emlékhely is kiemelkedően fontos helyszín. Kimagasló turisztikai értéknek tartjuk a tájban élő emberek, nemzetiségek kölcsönhatásait, gazdasági tevékenységeit, az elsajátítás módját, jellegzetességeit, amelyek az itt megjelenő kultúrák megtestesítői, a társadalmi, gazdasági, szociális és ökológiai viszonyaik lenyomatai. Ezek máig tetten érhetők Mohács város bizonyos rendezvényeiben is, melyek gyökerei, múltjuk, a közösségeikben betöltött szerepük miatt igen fontosak. A turizmus révén a hagyományok, a tradíciók feleleveníthetők és újjá éleszthetők, amelyek a város és térsége meghatározó turizmus vonzerőit testesíthetik meg, ill. annak elemeivé válhatnak. Mindez szisztematikus fejlesztő munkát, komoly szakértelmet, széles körű partnerkapcsolatokat igényel.

A kutatás fontosságára, a készülő „Mohácskapu stratégia” mielőbbi létrehozásának és intenzív kommunikálásának jelentőségére hívja fel a figyelmet, hogy a település és térség gazdaságfejlesztési programjából ma hiányzik a valós helyzetet tükröző turizmus-adottságok, a szolgáltatási potenciál, a kapacitások pontos ismeretére épülő tudatos hosszú távú, komplex tervezés. Annak ellenére, hogy 2011-ben Mohácson is létrejöttek a szervezeti keretek – a helyi Turisztikai Desztináció Menedzsment TDM szervezet a Mohácsi Városszépítő és Városvédő Egyesület (MVVE) égisze alatt jött létre az Új Széchenyi Terv Gyógyító Magyarország Program támogatási rendszeréhez benyújtott pályázat elnyerése után - helyzet javításában legilletékesebb helyi döntéshozók sajnos máig nem ismerték fel igazán a hosszú távú, stratégiai gondolkodás jelentőségét. Ennek okát a szerzők főleg a szakértelem, ill. a turizmus szakma iránt elhivatott és elkötelezett kellően motivált humán erőforrás hiányában látják, ami a sikeres térségi turizmus tervezés-szervezés-koordináció mindennapi gyakorlatában ma már elengedhetetlen.

A részben központilag támogatott, részben alulról szerveződő TDM szervezet fő funkciója az, hogy megszervezze a térség turizmusában érintett szervezetek (önkormányzat, vállalkozások, szakmai és civil szervezetek és magán emberek stb.) együttműködését és minél szélesebb partneri kört aktivizálva, egy közös jövőkép kialakításán dolgozzon. Ehhez mérje fel a térség valós turisztikai potenciálját, végezzen és végeztessen kutatásokat, kövesse a hazai és

nemzetközi célpiacainak változásait, trendjeit, a desztináció turisztikai szolgáltatóit és szolgáltatásait ezeknek megfelelően orientálja és segítse a komparatív előnyeiket kompetitív előnnyé is konvertálni. Komplex módon közelítse és kezelje a sokrétű multiplikátor hatások generálására alkalmas ágazatot, segítse elő a térség gazdasági-társadalmi-környezeti fejlődését, és járuljon hozzá a helyi boldoguláshoz. A kulcsszó a térség fenntartható fejlődése (Gubán, 1999.) és a helyi lakosok jól-léte.

A látogatás tapasztalatai, az egyesületi tagokkal folytatott konzultáció valamint az internetes honlap tartalmi vizsgálata arra engednek következtetni, hogy a helyi TDM ma még nem, vagy csak igen korlátozottan képes ezeket a funkciókat betölteni. Honlapjuk a jelenlegi tartalmával és színvonalával nem képes az oda látogató, potenciális utazót, belföldi turistát motiválni. Időszerű, valós, hasznos, turista-csalogató információ hiányában a város és térsége képtelen a potenciális érdeklődők figyelmét felkelteni, valamint hathatós, operatív segítséget nyújtani nekik a tájékozódásban. Hiányoznak a térség szerteágazó turisztikai attrakcióinak hatékony marketing kommunikációjának eszközei, amit az ez évi Utazás Kiállításon szerzett aktuális tapasztalatok is alátámasztottak (pl. nem lehetett hozzáférni elegendő számú és megfelelő színvonalú információs anyaghoz a városról és a térségről, érdektelenségre, alulmotiváltságra lehetett következtetni a kiállítási standokon dolgozók válaszaiból, reagálásából).

Perspektivikus attrakciók, tematikus blokkok a térség turizmusfejlesztésében.

A tanulmányút során folytatott beszélgetések révén jutott a tudomásunkra, hogy a város turizmus fejlesztésében jelenleg két kiemelt területre helyeződik a hangsúly: az egyik a kerékpáros-, másik a vízi turizmus. Már a kutatás kezdeti szakaszában összegyűlt tapasztalatok alapján is számos érv szól amellett, hogy ezeknek az irányoknak és törekvéseknek a helyessége megkérdőjelezhető. Egyrészt, ezek az attrakciók - sikerességük esetén is - továbbra is szezonalitást erősítik a turizmuskínálatban. Másrészt multiplikátorhatásuk (Gubán, 2007.) gyenge, nem képesek nyújtani a tartózkodási időt. Szolgáltatási igényeik erősen korlátozottak, azaz nem növelik megfelelő ütemben és mértékben a turisztikai költést. Az empirikus vizsgálat összegzése rámutatott, hogy a kidolgozandó stratégiában az egyik kitörési pontot a kulturális örökséghez kapcsolódó turisztikai termékfejlesztés jelentheti Mohács és térsége számára, ami tudatos fejlesztési lépések megtételével már rövid-közép távon is előrelépést jelenthet a versenyképesség javításában. A „Mohácskapu stratégia” kidolgozása a megkezdett munka folytatásával lehetséges, ami szükségessé teszi szekunder kutatások elvégzését és a további mélyebb elemzést. A kidolgozandó stratégiában az attrakciók két nagy tematikus blokkját

viszont már jelenleg is nevesíteni lehet:

I. Etnikai sokszínűség, az itt élő népek, népcsoportok kulturális öröksége.

- Földművelés, állattartás, farmgazdálkodás (eszközök-módszerek, termékek, ezek elkészítése, tradicionális és jelenbeli használatuk stb.);
- Helyi hagyományos élelmiszertermékek, étkezési kultúra, gasztronómia;
- Kézművesség (tárgyak, eszközök, építés - és berendezés, díszítőművészet stb.);
- Népzene, néptánc, népviselet (ezek jelentéstartalma);
- Népszokások, vallás és az ezekhez kötődő hagyományos ünnepek, tradicionális tartalmaik. Fesztiválok, rendezvények, ezek határon átnyúló tematizálása, összehangolása (testvértelepülések, organikus történelmi kapcsolatok újraértelmezése),
- Török kori emlékek, épített és szellemi örökségek.

II. Természeti, ökológiai örökség.

- Duna, ártér, holtágak, szigetek;
- Duna-Dráva Nemzeti Park (DDNP), Béda - Karapanca (flóra, fauna, ártéri gazdálkodás, a víz szerepe-jelentősége az itt élők életében a múltban, jelenben, jövőben, különös tekintettel a klímaváltozásra való felkészülésben)
- Határon átnyúló lehetőségek: Drávaszög, Vajdaság.

A stratégia kialakításával párhuzamosan sürgős feladat, hogy a hagyományos „idegenvezetést” az interpretációk széles palettájának kidolgozása váltsa fel, és ehhez történjen meg a megfelelő humán erőforrások felkészítése, képzése. Az a sok évtizedes gyakorlat, hogy a meglátogatott helyszínek bemutatása neveket, évszámokat, történéseket sorol, általános - jobbra felszínes - információt nyújtva, – nem felel meg a modern, korszerű turizmus szervezés igényeinek. Megalapozott, széles körű, a szegmenseknek megfelelő szintű és mélységű ismeretek élményszerű előadására van szükség. Különösen fontos ez a külföldről érkezett vendégek esetében, akik ezt kifejezetten igénylik. A fejlesztési feladatok precíz tartalmi tervezéséhez, az interpretációk kidolgozásához különböző szaktudományi területen felkészült szakemberek, partnerek bevonása szükséges.

A stratégiában kiemelt hangsúllyal kezelendő a helyi hagyományos élelmiszertermékek, az étkezési kultúra, és a gasztronómia (lásd I. tematikus blokk), mint turizmus vonzerők feltárása,

azonosítása és ujja élesztése. A térség őstermelői, mezőgazdasági vállalkozói, a helyi, tájjellegű nyers - és feldolgozott áruiról egyelőre korlátozottak az ismeretek, ami nehezíti a multiplikátor hatások felmérését. Ezek nélkül pedig a turizmus gazdasági, szociális-társadalmi és ökológiai előnyei nem hozhatják meg az elvárt eredményeket és a kockázatokat sem lehet minimalizálni. Az agro-turizmus ebben a térségben is kulcsszerepet játszhat a helyi hagyományos termékek népszerűsítésében és a közvetlen, vagy gasztronómiai termékként feldolgozott formában történő értékesítésében. A helyi élelmiszerláncok kiterjesztése a turizmus irányában komoly multiplikátor hatások generálását tenné lehetővé, hozzájárulva a helyi gazdaságfejlesztéshez. Nemzetközi példák egyértelműen jelzik (Vörös-Gemma, 2011.), hogy a helyi, hagyományos élelmiszertermékek értékesítése szoros összhangban fejleszthető az agro-turizmussal, vidéki turizmussal. Számos példát találunk erre a szomszédos és környező EU tagországokban (Ausztria, Németország, Olaszország, Franciaország). A Nyugat-Dunántúli Régióval szomszédos Burgenlandban nagy a hagyománya a helyben előállított hús, kenyér, gyümölcs, zöldség, tejtermékek, pálinka, lekvár, méz, tésztaféleségek, gyógynövények és teák, olaj és ecet termelői értékesítésének. A szomszédos Ausztriában a hálózatosodás és a magas szintű turizmus szervezettség egyik formája a szövetkezés, a másik a közös on-line platform működtetése (www.gutesvombauernhof.at) a közvetlenül értékesítő gazdaságok részvételével. A harmadik tematikus turistautak létrehozása (Kalmárné-Vargová, 2010). A nemzetközi szakirodalomban számos adaptálható, jó gyakorlat példát találhatunk a helyi hagyományos termékek népszerűsítését szolgáló közösségi marketing eszköztárra is.

A turizmusfejlesztési stratégiával szemben támasztott követelmények, elvárások.

A jelen empirikus vizsgálattal a „Mohácskapu” MTTE számára vállalt misszió teljesítése szempontjából felmerül a kérdés, mi a stratégia, és miért szükséges egy-egy turisztikai szolgáltató számára, illetve mit jelent az egyesület és a térség szintjén? Egyszerűen fogalmazva a stratégia olyan eszköz egy turizmusvállalkozás számára, amely, képes megvilágítani a fejlesztés szükséges és lehetséges irányát és módját. Továbbá eszköz a vállalkozás vezető, a tulajdonos kezében az erőforrások helyes, takarékos használatához, a pazarlás megelőzéséhez és megakadályozásához. Olyan, mint az autóversenyzésben az „itiner”, amely minden egyes pozícióban és időpillanatban megmutatja a vezetőnek a célhoz viszonyított helyes haladási irányt. A stratégia megléte önmagában nem pótolja a tanácsadást és képzést. Ugyanúgy, mint az

autóversenyezésben, szükség van a „mitfahrer” jelenlétére, közvetítésére, magyarázataira. A vállalkozási stratégia sikerességét jelentős mértékben befolyásolhatja a térségi szintű stratégia létezése, színvonala, kidolgozottsága és megvalósíthatósága. A helyes térségstratégia a speciális, egyedi helyi adottságokra, a turisztikai attrakciók választékára és potenciáljára ráépülve képes a komparatív előnyök érvényesítésére, és figyelembe veszi az összes tényezőt, ami az adottságok maximális kiaknázását és multiplikátor hatások generálását elősegítheti. Mohács és térsége turizmus stratégiájának kidolgozásakor az alábbi követelményekre és elvárásokra célszerű figyelmet fordítani:

- tervezett, szervezett, jól működtethető rendszer kiépítését támogassa, ne ösztönözze a spontán tömegturizmust;
- a jelen és a jövő belföldi és külföldi keresleti tendenciákat vegye figyelembe,
- a növekedés – orientáltság helyett a hangsúlyt a foglalkoztatottság bővítésére, a jövedelmek és a lakosság életszínvonalának emelésére helyezze;
- a fenntartható turizmusfejlesztés az eddig alkalmazottnál lényegesen szigorúbb és tágabb értelemben vett, komplex gazdasági, társadalmi, környezeti kritériumok szerinti választást kell, hogy jelentsen;
- a fenntartható turizmusfejlesztés a turisztikai szakma, a vállalkozók, a döntéshozók, a kutatók, a helyi lakosság maximális együttműködésére épül, mindvégig tekintettel van a jövő generációira, azok várható igényeire,
- segítse elő a helyi értékek feltárását és újjá élesztését, ösztönözve ezzel a helyi közösséget értékei „kincsei” megőrzésére, védelmére, egyben büszkeséget keltve a saját értékekkel kapcsolatosan, a kínálatot erre alapozva terelje;
- a helyi erőforrásokra alapozva teremtsen lehetőségeket a résziaci igények kielégítésére is (speciális érdeklődésű szegmensek);
- egyre inkább a magas hozzáadott értéket nyújtó turisztikai formák fejlesztését segítse elő,
- ösztönözze a helyi lakosság bevonását, aktivitásának erősödését, a nyílt párbeszédet, a közös új turisztikai jövőkép formálását;
- az összes érdekelt felet igyekezzon bevonni a munkába, fejlesztésekbe, segítse elő a hálózatosodást, ösztönözze a kooperációkat;
- legyen kreatív, ösztönözze az innovációkat, segítse elő a tevékeny együttgondolkodást,
- teremtsen új munkahelyeket, növelje a foglalkoztatást, segítsen új vállalkozások elindításában;
- minimalizálja a negatív hatásokat, maximalizálja az eredményeket;
- tegye lehetővé környezeti ellenőrzési rendszer kialakítását, monitoring rendszer működtetését;

- járuljon hozzá az emberi életminőség javításához, tudatosan építsen a multiplikátorhatások érvényesítésére.

Záró gondolatok, következtetések.

A kutatás eddigi szakaszában elvégzett empirikus vizsgálat nem titkolt korlátja, hogy főként a látottakra, hallottakra támaszkodik, impressziókat, benyomásokat összegez, amely nem helyettesítheti, és főként nem tudja pótolni a szisztematikus terepi kutatást, az objektív információk begyűjtését, a rendelkezésre álló releváns statisztikai adatok elemzését és főként nem válthatja ki a piackutatást. Ha a „Mohácskapu” MTTE közösség a közös fejlesztési stratégia kimunkálása mellett dönt, akkor mindezekre feltétlen szükség lesz. Nélkülük nem lehetséges az „iránytűként” szolgáló, megalapozott, hosszú távú térségi stratégiát és cselekvési programot kidolgozni.

A jelen empirikus vizsgálat a helyszínlátogatásokon szerzett benyomásokon, tapasztalatokon kívül részben épít a szerzők hazai és nemzetközi tapasztalataira, gyakorlatára, nemzetközi szakirodalmi ismereteire. Erre alapozva fogalmaz meg a jövőre vonatkozó ötleteket, javaslatokat, értékelő észrevételeket, összegző megállapításokat. Az elvégzett szolgáltató-vállalkozó elemzés még nem teljes körű, sem térben sem pedig a megoldandó átfogó, komplex feladatok jellege miatt, ezért csak részben tekinthető vonzerő leltárnak. További aprólékosabb vizsgálatok és kiegészítések szükségesek a turizmus potenciálok pontosabb felmérésében. Érdeemes alaposabban górcső alá helyezni például a város és térsége rendezvényszervezési lehetőségeit, valamint a települések testvérkapcsolataiban rejlő potenciálokat, a nemzetközi tapasztalatok alapján ugyanis e területek fejlesztése komoly tartalékokat rejthet magában. Mohácsnak jelenleg tizenöt nagy rendezvénye van, ami önmagában jelzi, hogy a turistaszám növelésében, a szezonális csökkenésében mekkorák a kiaknázatlan lehetőségeik.

A fenti megállapítások egyértelműen alátámasztják, hogy a megkezdett közösségi összefogást, a HÉLIA - „Mohácskapu” együttműködést a helyi és térségi stratégia fejlesztés irányában érdemes lesz folytatni, kiegészítve folyamatos tanácsadással és képzéssel. A működés és a fejlesztés közötti folyamatos monitoring és tanácsadás („coaching”) révén elkerülhetők a felesleges zsákutcák, buktatók, amely bizonyítottan erőforrásokat (idő, energia, pénz, munkaerő) takaríthat meg és hitet, lendületet, bizalmat kölcsönöz az együttműködő közösség tagjai számára a töretlen folytatáshoz. Ahány tagja van jelenleg, vagy lesz a jövőben az egyesületi közösségnek, amely a

„Mohácskapu stratégia” kidolgozásában összefog, annyi különböző igény, szándék, hajlandóság és ráfordítandó időkapacitás, amivel számolni lehet. A legfontosabb azonban, hogy az egyesület ébren tartsa, tovább szélesítse és erősítse az összefogást, az elkötelezettséget.

Szakirodalom, hivatkozások:

Gubán, P.(1999): A fenntartható turizmus - és erőforrás-használat a vidékfejlesztésben. ÖKO X. évfolyam 3-4. szám. pp. 77 - 101.

Gubán, P.(2007) A rurális térségek turizmus fejlesztésének előnyei, in Gubán, P.- Melles, H. T. - Papp, L. (ed.). Turizmus a nemzetgazdaságban, Szekszárd: PTE-IGYFK. pp. 23 - 45.

Hall, C. M., and R. Mitchell (2005): Gastronomic tourism: Comparing food and wine tourism experiences. in: Novelli. M. (ed.). Niche tourism: Contemporary issues, trends and cases. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann. pp. 73-88.

Jandala, Cs. (1994): A turizmus integrált tervezése. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest, 1994.

Kalmárné Hollósi Erika – Zuzana Vargová (2010): Helyi termékek értékesítésének lehetőségei a Nyugat-Pannon EU-Régióban. Gazdálkodás, 52. évfolyam 2. sz. pp.182-185.

Vörös, M. – Gemma, M. (2011): Current Status, Future Trends & Real-life Cases from Japan. In: Intelligent Agrifood Chains and Networks. M. Bourlakis – V. Zeimpekis – I. Vlachos (Ed.) Blackwell Publishing. pp.227-248, ISBN 978-1-4051-8299-7.

Vörös Mihály László (2010): Helyi élelmiszer és helyi fogyasztás: a komplex agrárpolitika kulcseleme Japánban. A FALU. XXV. Évfolyam, 2010 1. sz., Tavasz. pp. 29-39.

Vörös, M., Gemma, M. (2005): Sustainable Farm Management Practices in the Enlarged EU: A Case Study of Integrated Eco Farm in the Central Hungary Region. In: Proceedings of the 15th International Farm Management Congress. Volume 2. “Developing Entrepreneurship Abilities to Feed the World in a Sustainable Way”. Brazil – Campinas – SP, 14-19 August 2005. The Royal Palm Plaza Resort. pp. 218 – 223.

A GASZTROKULTÚRA TURISZTIKAI JELENTŐSÉGE HAZÁNKBAN ÉS A NÉMET NYELVTERÜLETŰ FŐ KÜLDŐPIACAINKON

The touristic role of gastronomy in Hungary and in our main
German-speaking markets

Hercz Ágnes

, főiskolai adjunktus,

Edutus Főiskola/ Edutus College

Dr. Peres Anna,

főiskolai tanár

Edutus Főiskola/Edutus College

Absztrakt

A kultúra, mint társadalmi tényező vagy mint turisztikai vonzerő, igen összetett jelenség. Bármilyen aspektusból vizsgáljuk is, a kultúra egyik fontos összetevője a gasztronómia, az étkezésekhez kötődő szokások és hagyományok. A gasztronómia pedig, mint turisztikai attrakció a XXI. században egyre nagyobb szerephez jut, jóllehet a gasztroturizmus fogalma az egyes célcsoportok számára más- és más jelent. Jelen tanulmány elsősorban a német nyelvterületen élő, hazánk számára igen jelentős küldőpiacokon vizsgálja meg a gasztronómiának, mint turisztikai terméknek a jelentőségét, illetve Magyarország kínálatával kapcsolatos attitűdjeiket.

Summary

Culture – as a social factor or as a tourism attraction as well – is a very complex phenomenon. The Gastronomy, including the dining-related and culinary traditions is an important component of the Culture. Gastronomy, as a tourism attraction, plays growing role in the XXI. century, although the concept of gastrotourism has different meanings for the various target groups. This study examines the importance of the gastronomy as a tourism product, and the attitude to our supply on the german-speaking countries of Europe, which are very important markets for Hungary.

1. GASZTROKULTÚRA NAPJAINKBAN

A gasztronómia mint turisztikai vonzerő, valamint a ráépülő kínálat rendkívül fontos és egyre inkább meghatározó szerepet játszik a világturizmusban. A nemzeti konyha az önazonosság, az önkifejezés része, alapanyagaival, technológiáival és az étkezésekhez kötődő szokásokkal, hagyományokkal áttételesen tükrözi egy nép érzéseit, gondolkodását. Az adott kultúrához tartozó gasztronómiát megismerni egyben azt is jelenti, hogy nemcsak az országot, a tájakat, a látványosságokat látjuk, hanem megérthetünk valamit abból az egységből is, ami közösséggé formál egy népet, hagyományt teremt az alkalomból és megalapozza az összetartozást. Ha belekóstolunk egy ország, egy régió kultúrájába, akkor újabb érzékszervünk kapcsolódik be a megismerésbe.

A gasztronómiát továbbá értelmezhetjük a turizmus mozgatórugójaként is, hiszen az, aki szereti a jó ételeket, érzékeny gasztronómiai érdeklődéssel rendelkezik, azt meghatározóan vonzzák más kultúrák is, nyitott, befogadó és kíváncsi, ebből adódóan szívesen utazik, hogy más népeket, kultúrákat és szokásokat megismerjen. Így a gasztronómia iránt érdeklődők biztosan fontos célközönségét jelentik a turizmusnak is.

A gasztronómia ennek tükrében meghatározó szerepet foglal el Magyarország imázsában is, különösen tradicionális küldőországaink viszonylatában. Kutatásunkban éppen ezért azt törekedtünk megvizsgálni, mit jelent pontosan a magyar gasztronómia kulturális aspektusként a német anyanyelvű országokban, elsősorban Ausztriában és Németországban, mennyire fontos a gasztronómia egy desztináció megítélésében, keresnek –e kimondottan gasztronómiai programokat, fesztiválokat, valamint milyen a magyar gasztronómia megítélése ezeken a küldőpiacainkon.

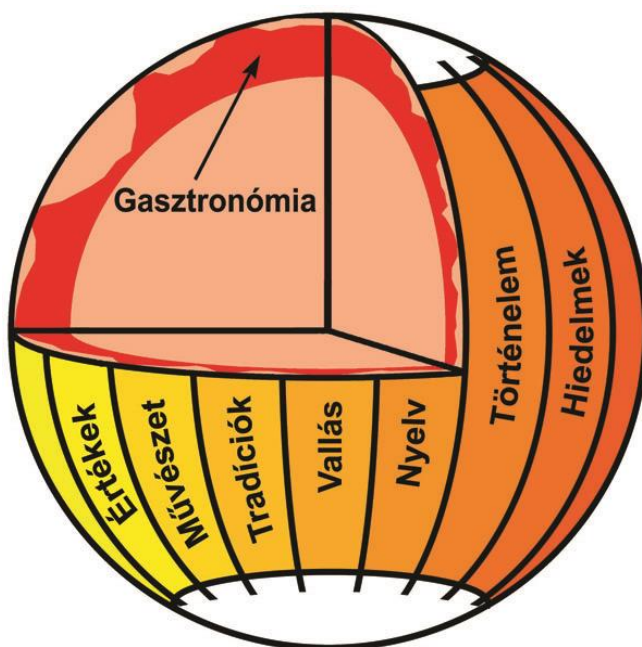
1.1. A gasztronómia és a kultúra összefüggései

A kultúra fogalmát pontosan definiálni²¹ összetett szakirodalma okán szinte lehetetlen. Nehezíti a kérdést, hogy a törekvés, megkísérelni mégis a lehetetlent, szinte egyidős az emberi gondolkodással, a filozófiával. A történelem és a filozófia egyes korszakaiban, a különböző társadalmakban a gondolkodók különbözőképpen határozták meg, mit értenek kultúra alatt. Elméleti definiálás helyett, szintetizálva a lényegi elemeket, meghatároztuk a kultúra legfontosabb összetevőit, és a közöttük fennálló kölcsönhatásokat. Az általánosan elfogadott, egymással kölcsönhatásban álló tényezők között találjuk mindenhol a nyelvet, a történelmet, a tradíciókat, a hiedelmeket, a vallást, a művészeteket, az értékeket. Sokan azt vallják, hogy a

²¹ Boglár Lajos-Papp Richárd: A tükör két oldala: Bevezetés a kulturális antropológiába. Nyitott Könyvműhely, 2007, Elias, Norbert: A „civilizáció” és a „kultúra” fogalom szociogenezise. In *A civilizáció folyamata*. Gondolat, 1987. 101-161.o.

gasztronómiai is a kultúra egyik fontos alkotóeleme, mi inkább úgy gondoljuk, hogy ezen alappillérek mindegyikében külön-külön is megjelenik a gasztronómiai kultúra, Egy nép kultúrájának a gasztronómia legalább ennyire meghatározó alappillére, mely azonban nem önálló tényezőként, hanem az eddig felsorolt tényezőkkel szoros összefüggésben jelenik meg. Példaként: egy nép történelme csakúgy alakítja étkezési szokásait, ahogy az étkezési szokások is visszahatnak a történelmére. A kalandozó magyarok sikereihez hozzájárult speciális étkezési kultúránk (porított, tartósított élelmiszerek könnyű szállítása elősegítette a seregek mozgékonyágát), míg a török hódoltság 150 éve alapvetően határozta meg, hogy a magyar gasztronómiának a mai napig alappillére a sertéshús fogyasztás magas aránya. Ugyanígy a kultúra bármely tényezője esetén bebizonyítható, hogy viszonya a gasztronómiához kétoldalú, egyrészt merít annak hagyományából, másrészt építi is azokat. Így a gasztronómiai kultúraelem az alappillérek mindegyikében külön-külön is megjelenik, mint azt az alábbi modell is szemlélteti. A modellben a kultúra egyes aspektusai, mint a Föld különböző „gerezdjei”, míg a gasztronómia, mint egy gömbhéj jelenik meg, mely mindegyiket gerezdet átszövi. A kultúra Földgömb modellje

Ábra 1: A kultúra földgömb modellje



Forrás: Kádár László Földgömb modellje nyomán saját szerkesztés (grafikai megvalósítás: Füstös Géza)

A gasztronómia jelen reneszánsza közelebbről megvizsgálva ambivalens. Divat vagy tradíció tehetnének fel a kérdést, hiszen modern korunkban divat lett főzni, gasztroblogot írni,

szakácskönyvet kiadni, művészi színvonalú ételfotókat feltenni honlapunkra, közösségi oldalunkra. Másrészt azonban divat lett a hagyományörzés is, azaz egyfajta értékteremtésnek is szemtanúi lehetünk, hiszen a főzés által a régi szokások felelevenítése is divattá vált. Így, ha okosan gazdálkodunk a trendekkel, összességében megújíthatjuk, modernizálhatjuk mindazt, ami hagyományos.

1.2. Gasztronómia megjelenése az eltérő kultúrákban

A művészet készlettárában az étkezés, az étel maga, az étel élvezetének, vagy éppen hiányának, megvonásának az ábrázolása az önkifejezés eszköze. Míg a mediterrán, francia kultúrákban az étkezés, az étel – legyen szó olajbogyóról vagy éti csigáról – az, ami, nem bír mögöttes tartalommal, hanem mint élvezeti cikk jelenik meg a művészetekben, addig Közép-Kelet Európában az étkezés ábrázolása többnyire szimbolikus jelentésű, önmagán túlmutatva valamely társadalmi, filozófiai, vagy vallási problematikának a metaforája.²²

Ebben a kontextusban érdemel említést a lengyel Robert Makłowicz *Café Museum*²³ című tavaly megjelent könyve is. Makłowicz állítása szerint, a gasztronómia egyenesen a béke záloga: összefogta, összekapcsolta a Monarchia népeit, akiknek a családfájában örmény, lengyel, ukrán, osztrák vagy magyar ősöket találunk. Az ízek, az ételek, az étkezések a megértés követői voltak, melynek számos aspektusa a mai napig is fennmaradt. A lángos pl. a fast food egykori változataként fellelhető Szlovákiában, Erdélyben, a Felvidéken, dél-Lengyelországban csakúgy, mint nálunk²⁴.

Napjaink gasztronómiai kultúrájának, a gasztronómia kulturális fontosságának korhú lenyomatai az *Étel és irodalom* c. weboldal²⁵ toplistái, amelyek a művészet egyes ágainak, mint szépirodalom, képzőművészet és filmalkotások és az étkezésnek a kapcsolatát vizsgálják²⁶.

1.3. Gasztronómia, mint kulturális attrakció

Az elmúlt évek számtalan kulturális rendezvénye épít a gasztronómiára mint kulturális attrakcióra. Néhol az összefonódás szinte magától értetődő (pl. egy nemzetiségi bemutatónak elengedhetetlen része a folklór mellett a hagyományos népi ételek bemutatása és kóstoltatása), néhol azonban újszerűnek, meglepőnek tűnhet (pl. Krimivacsorák, gasztroszínházak).

²² Lsd. Hszárik Zoltán: Szinbád, Hamvas Béla: Rántottleves vagy Petri György: A hagyma szól

²³ Robert Makłowicz: *Café Museum*. Európa Kiadó, Budapest, 2012.

²⁴ „A *Café Museum*-ban persze szó esik az étvágyról és a szomjúságról, de elsősorban Közép-Európa titokzatos világába nyit utat, amely sokkal összetettebb és különösebb minden képzelt világnál. Ebből eredeztetjük magunkat mi, közép-európaiak. Mert valójában nincsenek is igazi lengyelek, igazi szlovákok vagy magyarok, az igazi osztrákokról már nem is beszélve – csak igazi közép-európaiak léteznek” (Krzysztof Varga).

²⁵ <http://www.diningguide.hu/toplistak/etterem-informacio-5590>, letöltve: 2013. december 13. 22:05

²⁶ A pontos listákat lsd. I. Sz. Melléklet

Mécs Miklós pl. tihanyi **Art and Food** fesztiválon a performance jegyében árusította saját piaci standjánál a maga gyűjtögetette és feldolgozta élelmiszereket, miközben egyrészt a háttérben a gyűjtésről forgatott dokumentumfilm kockái peregtek, másrészt a nézőknek komplex élményként párhuzamosan lehetőségük nyílt „műalkotások“ készítésére is zöldségekből és gyümölcsökből. Marie Vogelzang 2011-es, az A38-as hajón megrendezett, főképpen roma származású előadókkal megalkotott előadása a kézből etetés, vagy az arc eltakarásának mozzanataival pedig súlyos társadalmi konvenciókat kérdőjelezett meg, illetve fordított visszájukra.

Ugyancsak említést érdemel az A'la cARTe, Gasztronómia a magyar képzőművészetben című, 2012-ben megrendezett kiállítás is, melyben több mint 100 magyar művész gasztronómiával kapcsolatos képzőművészeti alkotását csodálhatta meg az érdeklődő közönség. De a gasztronómiai nem csak időszakos kiállítások, hanem rendezvények kapcsán is összefonódik a kultúrával, hiszen a Múzeumok Éjszakáján számos helyszín kínál gasztronómiához kötődő attrakciókat, idén például a Zwack manufaktúra nyitotta meg kapuit az érdeklődők előtt, vagy a **Kereskedelmi és Vendéglátóipari Múzeum** kínált irodalmi Krúdy-fröccs-estet látogatóinak. A DesignHét rendezvényein is egyre nagyobb hangsúlyt kap a gasztronómiai kultúra, hiszen a bemutatónak napjainkra elengedhetetlen részét képezik a konyhai eszközöket, tálalási művészetet körbejáró tematikák, melyek szépen terített asztalaikkal és látványos tálalásaikkal bizonyítják, hogy az étkezések a kultúra szerves részét képezik.

Végül, a gasztronómia a hagyományörzésnek is egyre fontosabb eszközévé válik. Pár éve még ritkaságszámba ment egy Márton-napi fesztivál, napjainkra pedig szinte minden, magára valamit is adó vendéglátóhely, megrendezi ezeket a hagyományörző programokat, átalakítja pár napra kínálatát. Kitűnő példát mutatnak erre továbbá az immár 7. éve megválasztott Országgtortáink is, hiszen hagyományos, egyszerű, tájjellegű alapanyagaikkal -Madártej torta (2007), Szatmári szilvatorta (2008), Pándi meggytorta (2009), Szilvágombóc torta (2010), Kecskeméti barackkal töltött köles torta (2011), Szabolcsi almás máktorta (2012), Milotai mézes diótorta (2013)- mind hagyományos, tájjellegű gasztronómiánk világhírű megújulásáról tanúskodnak.

2. GASZTRONÓMIA, MINT TURISZTIKAI ATTRAKCIÓ

A gasztronómia egyrészt a turisztikai infrastruktúra alapvető összetevője, másrészt egy desztináció imázsának meghatározó tényezője. Ha elutazunk, akár csak egy napra is, szinte biztos, hogy igénybe vesszünk valamilyen vendéglátóipari szolgáltatást, legyen ez teljes ellátás, vagy akár csak egy kávé és fagyalt délutáni sétánk közben.

Mivel az étkezések élvezete az ókortól fontos szerepet játszik az emberek életében, így könnyű

belátni, hogy az utazási élménynek is fontos összetevőit jelentik a kulináris élmények, szinte minden utazó, minden vendég számára. Ráadásul a kulináris élmények a legtartósabb emlékek közé sorolhatók az élménylánc egyes összetevői közül²⁷, hiszen az emléket otthon is újra- és újra fel tudjuk idézni a különféle hazai vendéglátóhelyeinken is, és ez az otthoni felidézés az eredeti ország/régió gasztronómiai imázsát erősíti.

A gasztronómiai termékek azonban nem csak helyben fogyasztásuk révén szolgálják egy ország terményeinek és termékeinek népszerűsítését, hanem napjainkra a legfontosabb ajándéktárgyak között tartjuk számon őket, melyek révén a látogató hazavihet „egy falat Magyarországot”. Nemzetközi tapasztalatok bizonyítják, hogy az utazók többsége szívesen vásárol egy-egy üveg helyi italt, fűszereket és fűszerkeverékeket, kézműves lekvárokat, sajtokat, vagy egyéb termékeket utazási során. A tokaji borok, a téliszalámi, a pirospaprika, a helyi termelők által előállított termékek a hazánkba látogató turisták érdeklődésére is méltán tarthatnak számot.

Ugyancsak számos nemzetközi felmérés igazolja, hogy az országok turisztikai imázsának meghatározó elemét alkotják a népek gasztronómiai kultúrájáról alkotott elképzelések. Az indiai konyha, a spanyol borok, az olasz Parmezán sajtok, a német sörök mind-mind fontos tényezői az országimázsuknak.

A gasztronómia azonban mára ennél sokkal nagyobb turisztikai jelentőséggel is bír, hiszen kétség sem férhet hozzá, hogy mint önálló utazási motiváció is jelen van a keresleti tényezők között. Hogy csak pár példát említsünk: borturizmus, főzőkurzusokon való részvétel, kóstolóprogramok, tematikus vásárok és gasztronómiai fesztiválok színesítik a turizmus kínálatát szinte minden régióban.

3. A GASZTRONÓMIA ÉS A TURIZMUS KAPCSOLATA A VIZSGÁLT CÉLCSOPORTOK PÉLDÁJÁN

3.1. A kutatás módszere

A gasztronómiai jelentőségének elemzéséhez szekunder- és primer kutatási módszereket is felhasználtunk. Megvizsgálva a rendelkezésre álló tanulmányokat és elérhető statisztikai adatokat, összeállítottunk egy kérdőívet, mely a még feltáratlan összefüggésekre koncentrált, és mely a rendelkezésre álló adatokból és információkból indul ki. A primer kutatás ezek alapján részben kérdőíves megkérdezéssel, részben a válaszadók egy csoportja esetén személyes beszélgetések, telefoninterjúk segítségével zajlott. A megkérdezés időpontja: 2013. Október-november volt. A kérdőívet kb. 100 fő töltötte ki, míg mélyinterjúkra a válaszadók kb. 10%-át

²⁷ Eric Wolf, President, International Culinary Tourism Association

kértük fel. Mivel a kutatás a rendelkezésre álló adatok pontosítása, a háttér-információk feltárása érdekében zajlott, így a minta elemszáma a célkitűzéseknek megfelelően alakult.

3.2 A kutatás eredményei

A kutatási eredmények alapján általánosan levonható következtetés, hogy a gasztronómia, az a téma, melyről mindenkinek van véleménye. Habár a kitöltésben a németek aktívabb szerepet vállaltak, mint az Ausztriában élők, de az eredmények szempontjából ez nem jelent torzítást, hiszen a hazai vendégkörben is nagyobb a Németországból érkezők aránya, mint az osztrák vendégeké.

Ugyancsak általánosan megállapítható, hogy hazájuk gasztronómiáját jól ismerik, otthon rendszeresen vesznek részt különböző gasztronómiai fesztiválokon és rendezvényeken, külföldre azonban viszonylag ritkán utaznak kimondottan gasztronómiai motivációval, jóllehet ott tartózkodásuk alatt szívesen próbálnak ki helyi jellegzetességeket.

3.2.1 Gasztronómia, mint motiváció

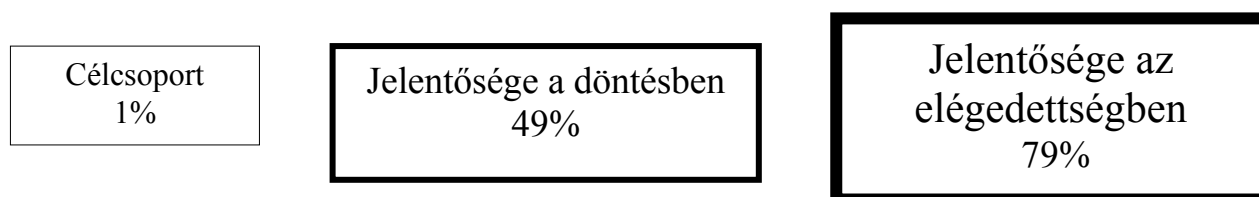
A német nyelvterületen történő kutatások azt bizonyítják, hogy a gasztronómia tekintetében mind az osztrákok, mind a németek meglehetősen lokálpatrióták, belföldi utazásaikat előszeretettel kötik össze gasztronómiai aktivitásokkal. Részt vesznek gasztronómiai fesztiválokon, előszeretettel fogyasztanak tradicionális helyi ízeket, előnyben részesítik a helyi termelőket. Csak egyetlen ország van, mely meg tudta előzni hazájuk népszerűségét a gasztronómiai utazások tekintetében, ez pedig Olaszország. Ha kulináris örömeiket keresnek, szívesen maradnak otthon, vagy utaznak el Olaszország, Spanyolország és Franciaország különböző régióiba, de egzotikusabb régiók is szóba kerülnek, pl. Kína, India, Marokkó, Vietnám és Korea. Az Európai régiókban az ételek mellett a bor a legjelentősebb vonzerő, míg távolabbi célpontok esetén a kóstolás helyett az aktív megismerés kerül előtérbe, szívesen vesznek részt főzőkurzusokon is.

Ha a gasztronómiára, mint önálló attrakcióra gondolnak, akkor mindenképpen különleges kínálatot, kulináris kényeztetést keresnek, mesterszakácsok látványos költeményeit, Michelin csillagos séfek vendéglőit, ahol az ételek mellett a fogyasztás körülményei is különlegesek. Ugyanakkor mindig törekednek arra is, hogy a helyi termékeket megismerjék, megszeressék, betekintést nyerjenek a helyi kultúrába a gasztronómia segítségével. A gasztronómia tehát mint önálló turisztikai termék is jelen van a vizsgált célpiacokon, de ami ennél sokkal fontosabb, gyakorlatilag minden utazási típusnál befolyásolja az utazási döntéseket és az elégedettséget.

Városnéző programokon vesznek részt, melynek programjai között a helyi gourmet vendéglátóhelyek, kézműves műhelyek felkeresése is szerepel, kulturális utazásokon látogatják a hagyományos élelmiszer termelőket/műhelyeket, a falusi programjaik kulcsfontosságú része, hogy megőrizték az autentikus kultúra különféle tényezőit, köztük a gasztronómiai értékeket és szokásokat is.

Összességében a vizsgálat eredményeit jól szemlélteti a 2. ábra, mely azt mutatja, hogy habár kimondottan elsődlegesen gasztronómiai célból csupán a német nyelvterületen élők 1%-a²⁸ indul útnak, ennek ellenére az utazási döntések közel felében szerepet játszanak a különféle gasztronómiai tényezők. És ami talán még ennél is fontosabb, az utazásokkal való elégedettségben a kutatásban részt vevők közel 80%-ánál²⁹ fontos szerepet játszik a gasztronómiai szolgáltatásokkal való elégedettség. Ez a hazai szolgáltatók számára is fontos információ lehet, hiszen a hozzájuk látogató vendégek elégedettsége a szolgáltatásaikkal az utazásuk egészére, ezáltal Magyarország turisztikai imázsára is rányomja a bélyegét.

Ábra 2: A gasztronómia jelentősége az utazásokban a német nyelvterületen élők számára

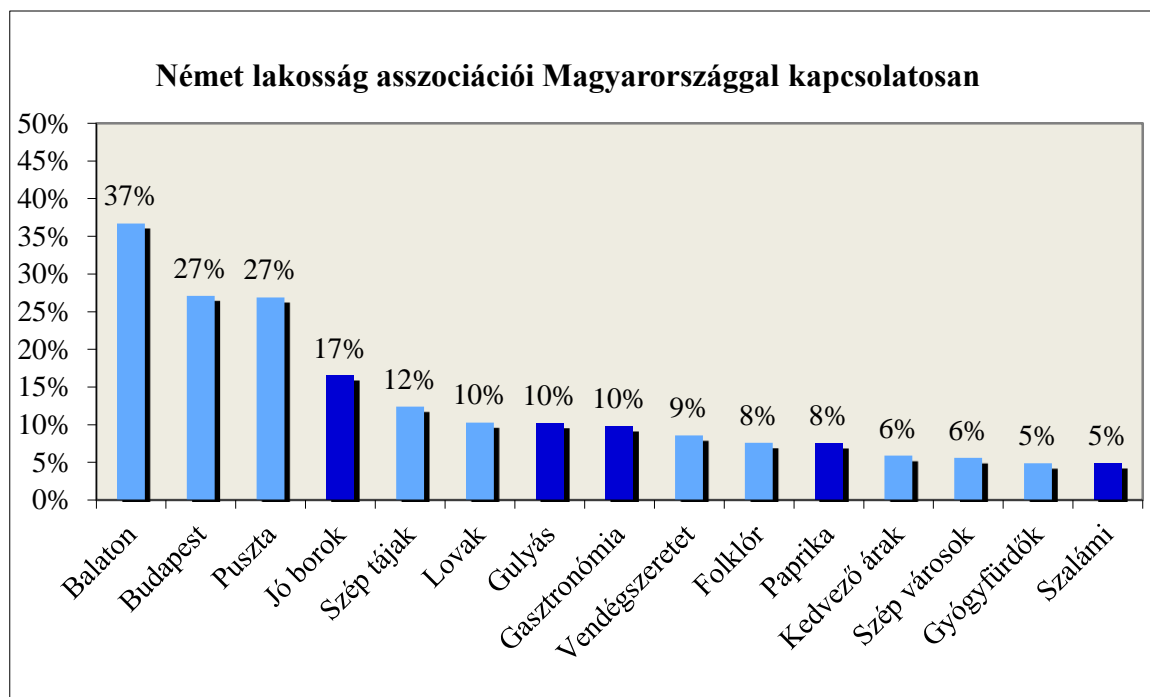


3.2.2 A gasztronómia, mint imázs-építő a vizsgált célcsoport esetében, hazánk gasztronómiájának megítélése

A következőkben bemutatjuk, milyen imázs-elemek jutnak eszükbe a német nyelvterületen élőknek, amennyiben Magyarországra gondolnak. Ahogy a felsorolásokból is látszik, az asszociációk jelentős részben még mindig a klasszikus magyar imázs elemekre épülnek. Első pillantásra örvendetesnek tűnik, hogy az asszociációk között számos olyan szerepel, ami hazánk ismert gasztronómiai tényezőihez kapcsolódik, a nevesített imázs elemek 1/3-a valamilyen gasztronómiai értékhez kapcsolódik. A részletesebb megkérdezések során a válaszadók 50%-a úgy érezte, hogy jól ismeri hazánk gasztronómiáját, és további egyharmaduk próbált már magyar ételeket.

²⁸ Reisetrends der Deutschen im Jahr 2011, de.statista.com

²⁹ Forschung Aktuell Newsletter, 2013. Juli

Grafikon 1

Forrás: Turizmus Bulletin, 2005, Országtanulmányok: a német lakosság utazási szokásai, kiegészítve a saját kutatási adatokkal

A részletesebb megkérdezésekből azonban kiderül, hogy ez napjainkig is sokszor kimerül a klasszikus, évtizedek óta magyarosnak kikiáltott alapételek és egy-két bor ismeretében. Gasztronómiánk úgy tűnik még nem tudott túllépni a fűszeres-paprikás-laktató gondolattársításokon. Sokan kifejezetten hangsúlyozták, hogy a nehéz ételek és a túl sok hús kedvezőtlen a magyar gasztronómiában. Mindez azt is jelenti a hazai vendéglátás számára, hogy az itthon lassan természetesnek tűnő megújulást nem sikerült beépíteni a turisztikai kínálatba. Ennek több oka is lehet. Egyrészt a szervezett utazásokon részt vevőket sokszor a mai napig is szívesen kínálják ezekkel a valóban klasszikusnak számító ízekkel, másrészt azonban alapvetően problémás a gasztrókultúránk marketingje is, sok esetben a gulyás/paprikás/pörkölt ízvilágon, a nehéz zsíros fűszereken túllépve a vendégekben nem tudatosul, hogy magyaros ízvilágot kóstolnak.

Egyetlen tényező az, ahol a gasztronómia területén kimondottan a pozitív imázs kép jelenik meg a célcsoportnál, ez pedig a borkultúra. Ha egy német jó borokra, borutakra gondol, akkor a klasszikus, tradicionális hármast (Franciaország, Olaszország, Spanyolország) után mi vagyunk a negyedik desztináció, amely eszébe jut. Jó lenne, ha ezt a lehetőséget a jelenleginél eredményesebben tudnánk valós keresletté alakítani, kimondottan a borturizmus attrakcióira építve.

4. Összegzés

Napjainkban a turisták többségének fontos, hogy utazásai során minél közelebb kerüljön a felkeresett desztináció népességének kultúrájához, melynek a gasztronómia is szerves részét képezi, hiszen a gasztronómia sok esetben egyben a kultúra tükré is.

A gasztronómia és turizmus kapcsolata ugyanakkor napjainkban egyre sokoldalúbbá válik. Az étkezés, a kulturált italfogyasztás, a kóstolók, a gyártási/készítési folyamatok megismerése, és ételkészítési módjainak elsajátítása csakúgy önálló turisztikai terméké váltak, mint a különböző gasztrokulturális fesztiválokön való részvétel.

Más aspektusból, a fenntartható turizmusfejlesztés, a hatékony desztináció menedzsment feltétele a helyi mezőgazdasági és élelmiszeripari termékek hangsúlyozott jelenléte a térség gasztronómiai kínálatában, a helyi vendéglátóhelyeken csakúgy, mint a hazavihető ajándékok között. Éppen ezért a kulináris értékek megfelelő „tálalása” az utazások során multiplikátor hatásai révén egy adott desztináció gazdaságának fejlődéséhez is hozzájárulhat.

A sikerhez azonban feltétlenül szükség van a megújulásra, ami nem a hagyományokkal való gyökeres szakítást jelenti. A magyaros ételek keleti fűszerekkel, a tengeri herkenytűkből előállított gulyásleves nem lesz autentikus.. Ha azonban a tipikus fűszereket kisebb mennyiséggel, ha a kedvelt pirospaprikát kevesebb zsiradékkal, ha a klasszikus főzelékeket párolt zöldségekkel, ha a nehezebb húsokat „filézett” változattal helyettesítjük, ha az alapanyagokat nem főzzük túl, éppen csak megpároljuk, akkor máris tettünk valamit a fejlődés érdekében. Amennyiben tehát az újítás nem a megszokottól való eltérést, hanem a meglévő értékek megújítását jelenti új technikákkal és eljárásokkal, új ruhát kaphat a világhírű lecsónk, töltött káposztánk, somlói galuskánk.

Kutatásainkból egyértelműen kiderült, hogy a német nyelvterületen élő potenciális vendégeink a gasztronómiát alapvetően két eltérő fogalommal azonosítják. Ausztriában és a délebbi német területeken elsősorban a hagyományörzés kap hangsúlyt, ha gasztronómia és turizmus kerül szóba, de minél inkább észak felé haladunk a régióban, annál inkább a kényeztetés egyik fontos lehetőségét látják a kulináris örömökben. Az eltérő célcsoportok eltérő elvárásaira a kínálati oldalnak is reagálnia kell.

És még egy fontos gondolat – gasztronómiánkat a potenciális vendégeknek házhoz kell vinni. Ki kell lépni az országhatáron, bemutatókon, esetleg magyaros vendéglátóhelyeken keresztül otthon kell felkelteni az igényt – hogy lássák, a magyar gasztronómia megújult és van helye a turisztikai kínálatban.

Felhasznált irodalom

1. Boglár Lajos-Papp Richárd: A tükör két oldala: Bevezetés a kulturális antropológiába. Nyitott Könyvműhely, 2007
2. Dr. Jandala, dr Keszthelyi, Hercz: A gasztronómia szerepe Magyarország és Olaszország turizmusában, Acta Periodica 9., Edutus Főiskola
3. Elias, Norbert: A „civilizáció” és a „kultúra” fogalom szociogenezise. In *A civilizáció folyamata*. Gondolat, 1987.
4. Forschung Aktuell Newsletter 2013. Juli: Was die Deutschen im Urlaub machen, BAT-Stiftung für Zukunftsfragen
5. Global Report on Food Tourism, UNWTO, 2012
6. Harvey, Ena: Agro- and culinary tourism – getting to the next level, 13th annual conference on Sustainable Tourism Development, 2012
7. Robert Makłowicz: Café Museum. Európa Kiadó, Budapest, 2012.
8. Sajna S. Shenoy: Food tourism and the culinary tourist, PhD Thesis, 2005. December
9. Steckenbauer, G. Christian: Kulturtourismus und Kulturelles Kapital, Zeitschrift für Kulturwissenschaften, 2004. April
10. Sustainable Culinary Systems: Local Foods, Innovation, and Tourism & Hospitality (Routledge Studies of Gastronomy, Food and Drink), Szerkesztők: C. Michael Hall, Stefan Gossling, Routledge, 2012
11. TNS Hungary: A német lakosság utazási szokásai, és Magyarország mint turisztikai desztináció ismertsége, imázsa és piaci lehetőségei Németországban (Turizmus Bulletin, 2005/4. szám)

I.sz. Melléklet

Top 10 könyv:

1. Krúdy Gyula művei: [-Isten veletek, ti boldog Vendelinek](#) című novella (ebből az írásból készült Huszárik Zoltán Szindbád című filmjének híres éttermi jelenete) [-Boldogult úrfikoromban](#) c. kötet „gyomornovellái”
2. Móricz Zsigmond: *Tragédia*, [Kivilágos kivríradtig](#) c. regény
3. Parti Nagy Lajos: *A hullámszó Balaton*: ebből a novellából készült az utóbbi évek legnagyobb magyar filmsikere, Pálfi György *Taxidermia* c. filmje
4. Faludy György: *Pokolbéli víg napjaim*

5. Magyar népmesék: *Kőleves*
6. Petri György: *A hagyma szól* c. vers
7. Kosztolányi Dezső: *Omelette á Woburn*
8. Tersánszky Józsi Jenő: *Legenda a nyúlpaprikásról*
9. Hamvas Béla: *A rántottleves*
10. Koháry István versei

Top 10 színházi előadás

1. Katona József Színház: Molière: A mizantróp. (rendező: Zsámbéki Gábor)
2. Vígszínház: Molnár Ferenc: Játék a kastélyban
3. Nemzeti Színház: Móricz Zsigmond: Úri muri
4. Kamra: Knut Hamsun: Éhség
5. Nemzeti Színház Vadászjelenetek Alsó-Bajorországból
6. Shakespeare: Titus Andronicus
7. Gombrowicz: Yvonne
8. Magyar Színház: John Ford : A kurva
9. Varró Dániel: Túl a Maszat-hegyen
10. Forgách András A kulcs

Top 10 film

1. Szindbád, 1972 (rendező: Huszárik Zoltán)
2. Taxidermia, 2005 (rendező: Pálfi György)
3. [Hyppolit a lakáj, 1931 \(rendező: Székely István\)](#)
4. [Sose halunk meg, 1993 \(rendező: Koltai Róbert\)](#)
5. [Indul a bakterház, 1979 \(rendező: Mihályfy Sándor\)](#)
6. [A tanú, 1969 \(rendező: Bacsó Péter\)](#)
7. [Veri az ördög a feleségét, 1977 \(rendező: András Ferenc\)](#)
8. [Rám csaj még nem volt ilyen hatással, 1993 \(rendező: Reich Péter\)](#)
9. [Hukkle, 2002 \(rendező: Pálfi György\)](#)
10. [Tizedes meg a többiek, 1965 \(rendező: Keleti Márton\)](#)

**A TURIZMUS ÉS ÉLETMINŐSÉG KAPCSOLATA A
BALATON-FELVIDÉKEN – KUTATÁSI
RÉSZEREDMÉNYEK BEMUTATÁSA**

**Relationship between tourism and quality of life at Balaton Uplands
- Partial research results**

Gondos Borbála,

Főiskolai tanársegéd, Edutus Főiskola/ Edutus College
Széchenyi István Egyetem, Regionális- és Gazdaságtudományi Doktori Iskola
PhD hallgatója

T. Nagy Judit,

Főiskolai adjunktus, Edutus Főiskola/ Edutus College
Debreceni Egyetem Matematika- és Számítástudományok Doktori Iskola
PhD hallgatója

Summary

Nowadays tourism and quality of life have increasingly important role, more research is made on these topics, that's why I thought to write my PhD. dissertation in this topic at Balaton Uplands, which is the part of Balaton tourism region, and popular resort destination. Methodology of research is questionnaire survey, in which the tourism providers and resort owners were asked from 2013 July, of which the resort owners' data can be read in more details. Unfortunately, we cannot make big conclusion due to limited sample size, but in any case, sometimes we got interesting results.

Összefoglaló

A turizmus és életminőség kapcsolatának vizsgálata napjainkban egyre fontosabb és aktuálisabb téma, ezért gondoltam úgy, hogy doktori munkámat is ebben a témakörben folytatom. A kutatást nem is akárhol: a Balaton-felvidéken kezdtem meg, hiszen ez a Balaton turisztikai régió része lévén, kedvelt üdülő desztináció. Kutatásom módszertanul a kérdőíves megkérdezést választottam, melynek során a turisztikai szolgáltatókat és üdültulajdonosokat kérdeztem meg 2013 júliusától. A válaszadók közül az üdültulajdonosok adatait elemeztem részletesebben

kolléganóm (T. Nagy Judit) segítségével. Sajnos a jelenleg rendelkezésre álló alacsony mintaelemszám miatt nem vonhatók le messzemenő következtetések, mindenesetre néhol érdekes eredmények adódtak.

1. Életmód

Az életmód a viselkedési minták összességét jelenti, amelyek szoros kapcsolatban vannak annak a csoportnak a szociális, kulturális normáival, ahova az egyén tartozik vagy tartozni szeretne, így az életmód attól függ, hogy az egyén mit tekint életnek.

Az életmóddal kapcsolatos szociológiai kutatások már régóta zajlanak, (például Max Weber kutatásai). Bourdieu (1979) szerint az életmód nemcsak a társadalmi szerkezetben elfoglalt pozíciótól függ, hanem lényeges szerepet játszik az egyének társadalmi struktúrában elfoglalt pozíciójának kijelölésében is. A magyar szaknyelvben az életmód mellett az életstílus, életvitel kifejezést is használják.

Az életmód mint a szociológia egyik részterületének kutatása az 1960-as években jelentkezett először, mert megnövekedett a szabadidő, emelkedett az életszínvonal, így lehetővé vált, hogy a szabadidő felhasználásról egyénileg döntsenek. Ekkor már empirikus kutatásokat is végeztek a "szabadidő szociológiáján" belül, mint szabadidő eltöltési lehetőség a tv,- és rádió műsorok nézettségének és hallgatottságának vizsgálata, melyet időmérleg-felvétel segítségével mértek a nap 24 órájában. Később már nem csak a szabadidő vizsgálatát végezték ezzel a módszerrel, hanem a mindennapi élet tevékenységeinek vizsgálatát is. Az 1970-es és 80-as években a szociológiában már nem a társadalmi struktúrák vizsgálata állt a középpontban, hanem a mindennapi élet kutatása (Schütz-Luckmann, 1975; Grathoff, 1989), napjainkban pedig már az egyik legjelentősebb vizsgálati témává nőtte ki magát (Andorka, 2006).

Az elmúlt időszakban már az egészséges életmód is egyre inkább teret hódít, tehát egyre többen próbálnak meg egészségesebben élni, amely a testmozgásban és a táplálkozásban mutatkozik meg elsősorban. Egyre több mozgásforma és ezek kombinációja létezik, illetve egyre több biobolt is megjelenik, melyek mind az egészséges életet hirdetik, így ezek a tényezők is hatnak az egyén életminőségére, mely fogalomról a következőkben írok.

2. Életminőség

Az életminőség fogalmát már sokan sokféleképpen meghatározták az egyes tudományágakban,

éppen ezért nem lehet egy egységes definíciót találni rá. Például: Godfrey (2002) szerint: Az életminőség olyan tényezők együttese, melyek hozzájárulnak az állampolgárok társadalmi, gazdasági és környezeti jólétéhez, így az életminőség emelése a társadalmi, gazdasági és környezeti feltételek olyan javítását jelenti, ami értelmet ad a polgárok életének.

Veenhoven (1996) szerint: az életminőséget nemcsak gazdasági, hanem politikai és társadalmi tényezők is befolyásolják. Maga az életminőség fogalmának megjelenését Pigou-nak köszönhetjük. Ezt a kifejezést már 1920-ban használta, mégis az 1950-es években terjedt el szélesebb körben. Kezdetben például a GDP-vel mérték az életminőséget, melyet a későbbiekben a politikai, szociális értékek vettek át (Galbraith 1958, Risser 2000).

2.1. Az életminőség kétféle értelmezése

Az életminőség kutatására két irányvonalat használnak: a skandináv megközelítést és az amerikai irányvonalat.

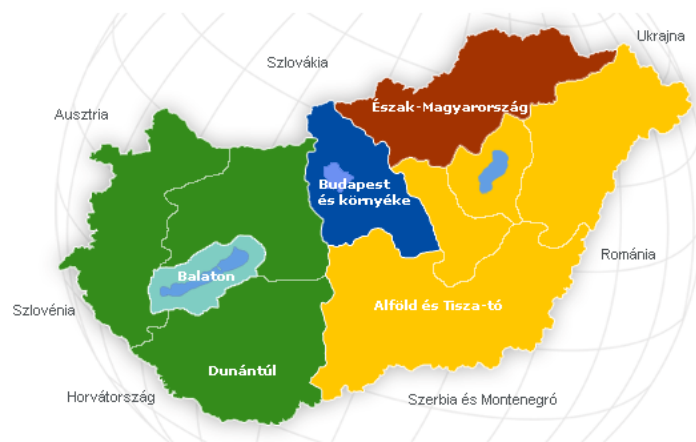
A skandináv megközelítés szerint objektív mutatókat kell használni, úgy, mint például kereset, iskolai végzettség, társadalmi kapcsolatok, melyek felhasználhatók a saját életminőség javítására. Az amerikai irányvonal ezzel szemben az egyén saját tapasztalataira hagyatkozik, a jólétet az egyén szubjektív elégedettségét és boldogságát mérő indikátorokon keresztül vizsgálja (Campbell, 1976).

2.2. A turizmus és életminőség kapcsolata

A turizmus egy olyan tevékenység, mely során a látogatók (többségében pozitív) élményeket szerezhetnek, mely során aktív részeseivé válnak cselekedeteiknek. Ez a fajta élmény többszöri utazás során fokozódhat, az étellel való elégedettséghez hozzájárulhat, ezáltal Veenhoven (2003) szerint pedig az utazás a boldogság tudatosulásához vezethet. Ahhoz, hogy utazásokat tegyünk a motiváció és diszkrecionális jövedelem mellett fontos szerepe van a szabadidőnek, mely olyan tevékenységek halmaza, ami a munka után nyugalmat, pihenést eredményez. A megszokott környezetből való kiszakadást sokan vállalják annak érdekében, hogy a szabadidejüket megfelelően tudják eltölteni, élményeket szerezzenek, melyek boldogságuk forrásává válhat, illetve hozzájárulhatnak az életminőség kedvező mutatóihoz. Az utazások alkalmával szerzett élmények két turisztikai termék kapcsán élhetők át leginkább: a szabadidő,- és hivatásturizmusban (Michalkó, 2010).

Az utazásnak tehát jelentős élettani hatásai vannak, mind regenerálódás, vagy a különböző turisztikai termékek fogyasztása kapcsán.

3. A Balaton



1. ábra: Magyarország régiói³⁰

A Balaton három régió (Nyugat-Dunántúl, Közép-Dunántúl és Dél-Dunántúl) és három megye (Veszprém, Zala, Somogy) határán fekszik (1. ábra). Közép-Európa és egyben Magyarország legnagyobb tava, turisztikai szempontból pedig Budapest-Közép-Duna-vidék után a második leglátogatottabb turisztikai régió.

A legkeresettebb turisztikai termékek a Balatonon az üdülőturizmus, kulturális turizmus, bor,- és gasztronómia, egészségturizmus, aktív turizmus és konferenciaturizmus.

A Balaton kínálata leginkább a tömegetturizmus kiszolgálására, a fürdésre koncentráltan jött létre, mely lassan tud csak változni, viszont egyre inkább megjelennek az egyes célcsoportok igényeinek megfelelően kialakított turisztikai termékek (borturizmus, gasztronómia, egészségturizmus). Sajnos a turisztikai főszezon hossza nem túl hosszú nagyjából 5-7 hét, melynek oka elsődlegesen az egyoldalú turisztikai kínálat. A fő szabadságok időszaka is a nyári hónapokra, leginkább július-augusztusra tehető, melynek egy részét itt töltik a látogatók, így a szállodák, vendéglátóhelyek bevételei leginkább csak erre az időszakra koncentrálnak, sajnos az év többi időszakában veszteségesek és sok esetben bezárnak. A szállodai férőhelyek nagyjából fele fogad vendégeket egész évben. A vendéglátó egységek között még kevés az egyedi kínálatot nyújtók aránya (bár az elmúlt években látható nyomai vannak ennek a

³⁰

http://www.google.hu/imgres?q=turisztikai+r%C3%A9gi%C3%B3&um=1&hl=hu&sa=N&tbo=d&biw=1366&bih=622&tbm=isch&tbnid=GYatQ_rIAQtOKM:&imgrefurl=http://www.denttours.hu/regiok.php&docid=zmlY7bdYyPeoIM&imgurl=http://www.denttours.hu/images/map01-hu.gif&w=546&h=334&ei=G6bhULHaEOTa4QT9joDgBg&zoom=1&iact=hc&vpx=233&vpy=140&dur=1033&hovh=175&hovw=287&tx=153&ty=139&sig=113051265480513367927&page=1&tbnh=147&tbnw=241&start=0&ndsp=18&ved=1t:429,r:1,s:0,i:90 letöltés dátuma: 2012.12.31.

törekvésnek), és a személyzet is sokszor gyorsan változik (fluktuáció), előfordul, hogy nem kellően képzettek az ott dolgozók, az egész éves nyitva tartás sem igazán jellemző.

A Balaton-felvidék gazdag természeti és kulturális értékekben (Tihany, hagyományos mesterségek), így a legfontosabb turisztikai termékei az aktív turizmus, kulturális turizmus, gyógyturizmus, borturizmus.³¹

3.1. A Balaton-felvidék

A Balaton-felvidék sokszínű tája és vonzó természeti adottságai nagyon értékessé teszik ezt a területet többféle szempontból is, mert például a geológiai értékei egyedülállóak Európa szerte.

A Balaton-felvidék a Balaton északi partján található Balatonfűzfőtől a Tapolcai-medencéig, határai északon a Veszprémi fennsík, illetve a Bakony, nyugaton a tanúhegyek.

Kellemes klímája, a szőlőtermesztéshez (borai híressé tették ezt a vidéket) ideális adottsága az őskor óta vonzó lakóhellyé varázsolta a területet, lakói szoros kapcsolatot ápolnak a mai napig egymással illetve a tágabb környezettel, Veszprém, Zala és Somogy megyékkel, továbbá néhány Vas megyei faluval. Ezeknek is köszönhetően gazdag ez a terület kultúrtörténeti értékekben, hisz az apró települések ma is sűrű hálózatot alkotnak és őrzik hagyományaikat, egyedi, helyi építészeti stílusjegyeiket.

A Balaton-parti, illetve a magasabban fekvő területek egyre inkább üdülőterületekké válnak, így a jellemző szőlő- vagy gyümölcsstermesztés egyre inkább hobbiszerű tevékenység, ezzel kapcsolatban is eltűnik a hagyományos gazdálkodás. Az itteni ingatlanokat jellemzően üdülni vágyó magyarok illetve külföldiek vásárolják meg, akik nem szeretnék itt letelepedni, ez gyengítheti a faluközösséget és egy-egy település életben maradási esélyeit.

Nem elég az, ha védetté nyilvánítanak egy területet, azzal együtt az ott lakókat is védeni kell. Ők azok, akik megművelik az adott területet, ha ez nincs, akkor a táj elvesztheti turisztikai vonzerejét. Fontos, hogy, aki itt él, meg tudjon élni a mezőgazdaságból, szálláshelykiadásból, vagy a jellemző turisztikai termékek egyikéből. Fontos, hogy megfizessék az idelátogatók a minőségi szolgáltatásokat, termékeket, mert például a helyi borok nem minden esetben tudják felvenni a versenyt a tömegborokkal melyek elárasztják a helyi piacokat és alacsonyabb áron is kínálják ezeket. Amint megfizetjük a minőséget a helyi termelők is meg fognak tudni élni, továbbá növelnék a látogatók számát a terület természeti értékei iránt is és ezáltal növelhetnék még inkább az adott terület bevételeit. Fontos, hogy nem a tömegturistákra kell koncentrálni

³¹ Balatoni Integrációs Közhasznú Nonprofit Kft.: Balaton Kiemelt Üdülőkörzet Hosszú Távú Területfejlesztési Koncepció 2020-ig, 2009.

ebben az esetben, hanem olyanokra, akik hajlandóak többet áldozni egy-egy helyi termék megvásárlására és értékelik a táj szépségét. Egy adott terület fejlesztése kapcsán szem előtt kell tartani a helyi adottságokat, ezek kihasználását, környezeti állapot javítását, az élet- és munkakörülmények fejlesztését, ezáltal új munkahelyek teremtését, megfelelő kínálatot.

Fontos, hogy megálljon a települések elnéptelenedése és újra vonzó települések legyenek, mert ekkor lehet elmondani, hogy felértékelődnek a helyi sajátosságok, úgy mint, a természeti környezet, szőlő- és bortermelés, gyümölcskínálat, kulturális értékek és emlékek, melyek beleillenek a helyi turisztikai kínálatba, ezért a helyi közösségek jövedelmét is szolgálhatják (Krizsán - Somogyi, 2010).

3.2. A Balaton kutatás

A Balaton turisztikai régió kiemelt szerepe miatt az Magyar Turizmus Zrt. reprezentatív kutatást végzett 2012 nyarán (főszezonban) a Balatonra érkező külföldi és belföldi turisták utazási szokásairól, illetve elégedettségéről. A kutatást szakmai mélyinterjúk készítésével is kiegészítették, amelyen a turisztikai régióban működő turisztikai vállalkozásokat, szakmai szervezeteket, egyesületeket, önkormányzatokat és civil szervezeteket is megkérdezték tapasztalatukról, véleményükről.

A kutatás kapcsán több témát is megvizsgáltak mint, például a Balaton ismertségét és imázsát, a kereslet és kínálat alakulását, a turisták várakozását és elégedettségét, együttműködéseket, és a témám szempontjából is érdekes a helyi lakosok és üdülőtulajdonosok viszonyát.

A szakmai mélyinterjúkból kiderült, hogy a turizmus és a helyi lakosság közötti kapcsolatot alapvetően pozitívnak értékelték a megkérdezettek, amit természetesen a turisztikai vonzerők jellege is erősen befolyásol. A tó egyik specifikus tulajdonsága, hogy magas az üdülők száma, ami nem feltétlenül csak a tulajdonosok céljait szolgálja. A Magyar Turizmus Zrt. szerint további kutatások szükségesek a helyi lakosság és az üdülőtulajdonosok kapcsolatának vizsgálatánál (Magyar Turizmus Zrt./M.Á.S.T., 2012).

4. Kutatás módszertana

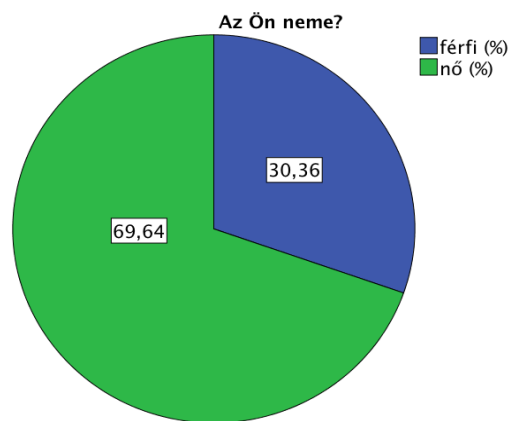
Kutatásomat 2013. júliusában kezdtem a szolgáltatók és üdülőtulajdonosok körében a Balaton-felvidéken. E-maileket küldtem közel 1000 szolgáltatónak (amelyekről utóbb kiderült, hogy jelentős részük magán szállásadással foglalkozik, így nem tudják kitölteni a szolgáltatóknak

szóló kérdőívem), TDM szervezeteknek, a balatoni Regionális Marketing Igazgatóságnak, szövetségeknek, magánszemélyeknek, ismerősöknek. Kérdőívemet a Facebookon és a Balaton imádók klubja oldalon is megosztottam. Személyesen lementem Balatonfüredre a borhetekre. Az erőfeszítések eddigi eredménye: 34 szolgáltatói és 58 üdültulajdonos (rokon, barát, ismerős) kérdőív.

4.1. Kutatási részeredmények - Üdültulajdonosoknak szóló kérdőív

4.1.1. Demográfiai adatok

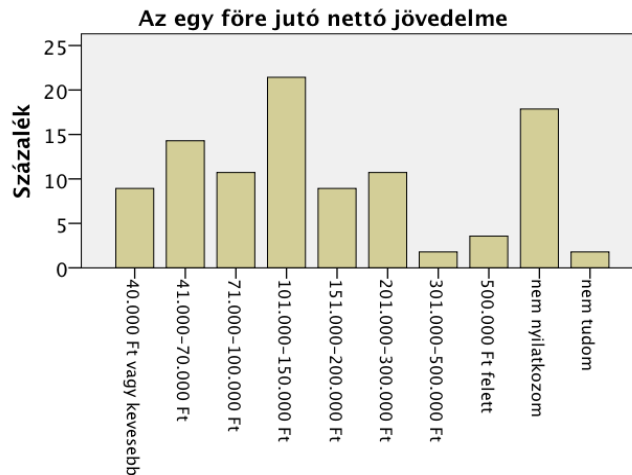
Az üdültulajdonosoknak szóló kérdőívet összesen 58-an töltötték ki, melyből a megkérdezettek 70%-a nő, 30%-a férfi volt (2. ábra).



2. ábra: A válaszadók nem szerinti megoszlása, saját szerkesztés

A megkérdezettek korösszetételét tekintve a legtöbben 35-55 év közöttiek, továbbá 50%-uk felsőfokú végzettséggel, míg 15%-uk szakközépiskolai érettségivel rendelkezik.

Az egy főre jutó nettó jövedelmet tekintve 21,43% 101.000-150.000 Ft-os, 14,29% 41.000-70.000 Ft-os kategóriába esik, 17,86% pedig nem nyilatkozott jövedelméről (3. ábra).



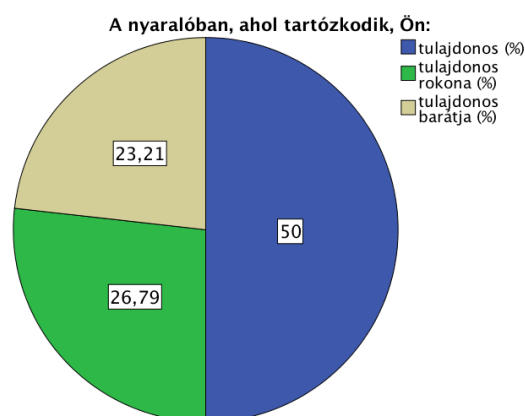
3. ábra: A válaszadók megoszlása egy főre jutó jövedelem alapján, saját szerkesztés

Foglalkozásuk szerint 23,21%-uk szellemi alkalmazott, míg 14,29%-uk irodai alkalmazott, illetve diák.

Lakóhely szempontjából 30,36% Pest megyében, 17,86% Budapesten, 7,14% pedig Veszprém megyében él.

4.2. Kérdőív részeredményeivel kapcsolatos megállapítások

A megkérdezettek közel 70%-ának a Balaton-felvidéken van a nyaralója, a maradék 30%-nak a Balaton déli részén, melyből 50%-a tulajdonos és 50%-a az üdültulajdonos rokona vagy barátja (4. ábra).



4. ábra: A válaszadók kategóriái nyaralóban való tartózkodásuk alapján, saját szerkesztés

A tulajdonosok esetében kíváncsi voltam arra, hogy miért pont a Balatont választotta nyaralója helyszínének, ennél a kérdésnél felsoroltam néhány szempontot, amelyet 1-5 skálán (ahol

1=egyáltalán nem, 5=teljes mértékben) kellett értékelniük. A megkérdezettek több mint 65%-a 5-öst adott "a szép környezet miatt"-i szempontra, 65,38%-uk "a szeretem a Balatont", 56%-a a hangulata miatt, 50% vízparti közelség miatt választotta elsősorban a tavat.

Egyáltalán nem befolyásolta a választásban őket az, hogy közel legyen a nyaraló az állandó lakóhelyhez (40%), illetve, hogy a barátoknak, ismerősöknek is itt legyen nyaralója (38,46%).

A megkérdezettek 88,24%-a pihenni, kikapcsolódni, 11,76%-uk ház körüli teendők miatt utazik nyaralójába.

Arra a kérdésre, hogy részt szokott-e venni turisztikai programokon, amíg nyaralójában tartózkodik, a megkérdezettek mindegyike igennel válaszol, ebből leggyakrabban (50%) gasztronómiai rendezvényen, 25-25% zenei,- illetve sportrendezvényen vesznek részt.

A megkérdezettek 85,71%-a szerint érzékelhető a turisták jelenléte az adott településen, ahol a nyaralója van, 63,64%-uk úgy vélekedett, hogy egyáltalán nem befolyásolják az ottlétet, közel 10%-uk, pedig úgy érzékeli, hogy nagyon zavaró a turisták jelenléte.

A megkérdezettek 36,67-36,67%-a úgy gondolta 1-5 skálán (ahol 1= jelentősen rontja, 5= jelentősen javítja), a turizmus/turisták hatása a munkalehetőségekre elég nagy (4: inkább befolyásol, 5: teljes mértékben), 42,86% és 21,43%-uk szerint a jövedelmek nagyságára is hat (4: inkább befolyásol, 5: teljes mértékben), továbbá a vállalkozási lehetőségekre, település fejlődésére, az épületek állagára, a település hangulatára, a környezetszennyezés mértékére.

Kíváncsi voltam arra is, hogy mekkora örömet jelentenek az egyes turisztikai termékek (1-5 skálán, ahol 1= egyáltalán nem jelent örömet, 5= nagy örömet jelent): 4-5-ös minősítést kapott: a rokonlátogatás; vízparti kirándulás; üdülés; nyaraló felkeresése; városlátogatás; körutazás; ismeretszerzés; egészségmegőrzés; gyógykezeltetés; borkóstolás, gasztronómia;

3-4-es minősítést kapott: hegyvidéki kirándulás; üdülés; kertészkedés a nyaralóban; iskolai tanulmányúton, kiránduláson, táborozáson való részvétel; sportolás; falusi turizmus.

A legkevésbé preferált turisztikai termék a megkérdezettek szerint a zárandoklatokon való részvétel.

Keresztábrák készítésével próbáltunk kapcsolatot kimutatni az egyes kérdések között, ami csak két kérdés esetében sikerült, melynek oka lehet az alacsony elemszám.

Kapcsolat mutatható ki a nem és a vásárlás okozta boldogság mértéke között ($\chi^2=12,060$, $df=4$, $p=0,017$), bár az eredmény nem megbízható.

1.táblázat: A nem és a vásárlás okozta boldogság mértékének kapcsolata, saját szerkesztés

		Az Ön neme?		Összesen
		férfi	nő	
	egyáltalán nem befolyásol	13%	5%	18%
Mekkora örömet jelentenek	inkább nem befolyásol	7%	11%	18%
Önnek az alábbi utazások,	nem tudom eldönteni	7%	25%	32%
utazási típusok? [vásárlás]	inkább befolyásol	2%	23%	25%
	teljes mértékben	2%	5%	7%
Összesen		30%	70%	100%

5 cella esetén (50%) adódott 5-nél kisebb feltételezett gyakoriság.

A nőkre a „nem tudom eldönteni” és az “inkább befolyásol” válasz, a férfiakra az “egyáltalán nem befolyásol” válasz jellemző (1. táblázat). A kapcsolat közepes erősségű ($V=0,464$).

Kapcsolat mutatható ki a nem és a sportrendezvény látogatása okozta boldogság mértéke között ($\chi^2=9,791$, $df=4$, $p=0,044$), bár az eredmény nem megbízható.

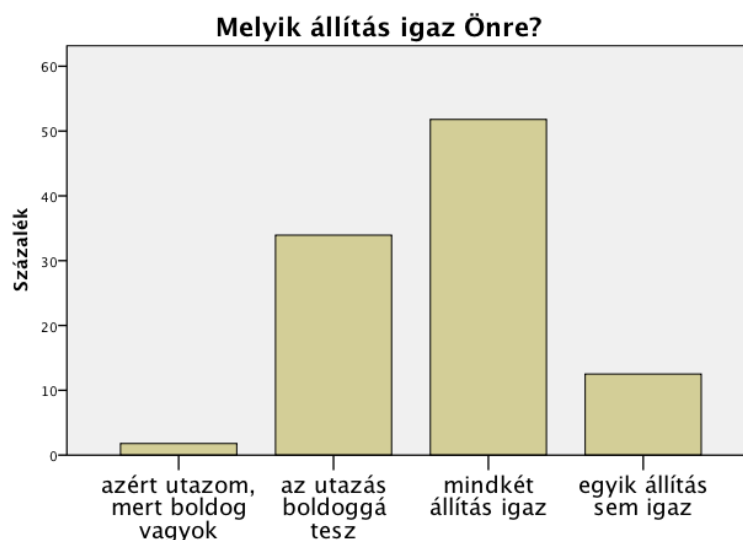
2. táblázat: A nem és a sportrendezvény látogatása okozta boldogság kapcsolata, saját szerkesztés

		Az Ön neme?		Összesen
		férfi	nő	
Mekkora örömet jelentenek	egyáltalán nem befolyásol	9%	14%	23%
Önnek az alábbi utazások,	inkább nem befolyásol	0%	9%	9%
utazási típusok?	nem tudom eldönteni	4%	20%	23%
[spotrendezvény	inkább befolyásol	7%	21%	29%
meglátogatása]	teljes mértékben	11%	5%	16%
Összesen		30%	70%	100%

6 cella esetén (60%) adódott 5-nél kisebb feltételezett gyakoriság.

A férfiakra leginkább a “teljes mértékben befolyásol” válasz, a nőkre az “inkább befolyásol”, „nem tudom eldönteni”, valamint az “egyáltalán nem befolyásol” válasz jellemző (2. táblázat). A kapcsolat közepes erősségű ($V=0,418$)

Az örök kérdés, ami felmerülhet a turizmus és életminőség kapcsolatában, hogy az utazás tesz boldoggá minket, vagy már eleve a boldogabb emberek utaznak. Erre a kérdésre nem egyszerű a válasz, amelyet az 5. ábra is jól szemléltet. A megkérdezettek 2%-a azért utazik meg boldog, 34%-uk szerint az utazás boldoggá tesz, 52%-uk szerint mindkét állítás igaz, 12%-uk szerint egyik állítás sem igaz.



5. ábra: Utazás és a boldogság kapcsolata, saját szerkesztés

Összefoglalás

Az életminőségnek, kutatásának és kapcsolatának szerepe a turizmussal napjainkban egyre fontosabb jelentőséggel bír. Nemhiába olvasható már szinte az összes turizmussal kapcsolatos stratégiában ennek a tényezőnek a fontossága, növelése, javítása.

A Magyar Turizmus Zrt. is egyre több kutatást készít a Balatonnal kapcsolatban, melyből néhány vizsgált terület összeköthető az elégedettséggel, életmóddal, életminőséggel. A 2012-

ben készített kutatásukból kiderült, hogy a helyi lakosság és üdülőtulajdonosok viszonya jónak mondható. A jelenlegi saját kutatási eredményekből az derül ki, hogy az üdülőtulajdonosokat legnagyobb százalékban (63,64%) nem zavarja a turisták jelenléte.

A megkérdezettek több mint 65%-át a szép környezet, a Balaton szeretete és hangulata inspirálta arra, hogy a Balatonon legyen nyaralója, amely azért is jó, mert így legtöbbször pozitív szavakat, érzéseket társítanak a tóhoz. A válaszokból szintén pozitív eredmény lehet az, hogy aki nyaralójában tartózkodik, részt vesz valamilyen turisztikai programon, tehát nem passzívan, csak a nyaralójában tölti el az idejét, ami azért is jó, mert az ott tartózkodásával, költésével a helyi gazdaságot is támogatja.

A 2007-ben lezajlott turizmus és életminőség kapcsolatának vizsgálata eredményei alapján a jelenlegi kutatásban is hasonló eredmények születtek a turisztikai termék és öröm, boldogság érzet összefüggésében: a legnagyobb örömet mindkét esetben a vízparti kirándulás eredményezte, míg a legkevésbé preferált turisztikai termék a vallási turizmusban való részvétel (Gondos, 2011).

Az örök kérdés esetében, azaz a boldog emberek utaznak, vagy az utazás tesz boldoggá minket, a jelenlegi kérdőíves eredmények alapján az szűrhető le, hogy mindkét állítás igaz.

A kérdőív adatainak elemzéséből természetesen nem vonhatóak le messzemenő következtetések az alacsony elemszám miatt, így bízunk benne, hogy az elkövetkezendő pár hónapban sikerül annyi kérdőívre szert tenni, amiből pontos megállapításokat tehetünk.

Felhasznált irodalom

Andorka Rudolf (2006): Bevezetés a szociológiába, Budapest, Osiris kiadó

Baltoni Integrációs Közhasznú Nonprofit Kft. (2009) : Balaton Kiemelt Üdülőkörzet Hosszú Távú Területfejlesztési Koncepció 2020-ig

Bourdieu, P. (1979): La Distinction, Paris, Minuit

Campbell, A. (1976). Subjective measures of well-being, In: Am. Psychologist pp.117-124.

Galbraith J.K. (1958): The Affluent Society, Canada

Godfrey, J. (2002). Standard of Living or Quality of Life: Does One Come First? TD Forum

Gondos Borbála (2011): *A turizmus és az életminőség kapcsolata*, Európaiság, magyarság Közép-Európában, Nyugat-magyarországi Egyetem, Apáczai Csere János kar ,XIV. Apáczai Napok, tanulmánykötet, ISBN 978-963-334-030-1, pp. 176-185

Grathoff, Richard (1978): "Alltag und Lebenswelt als Gegenstand der Phänomenologischen Sozialtheorie". In Hammerich, Kurt-Michael Klein (szerk.): *Materialien zur Soziologie des*

Alltags. Sanderheft 20 der Kölner zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Opladen, 67-85.

Krizsán András - Somogyi Győző (2010): A Balaton-felvidék tájba simuló népi építésze, Cser Kiadó

Magyar Turizmus Zrt./M.Á.S.T. (2012): A Balaton kutatás

Michalkó Gábor (2010). Boldogító utazás – a turizmus és az életminőség kapcsolatának magyarországi vonatkozásai, Budapest, MTA Földrajztudományi Kutatóintézet

Risser R., (2000): Quality of life; Referat für ein TU Symposium, Vienna

Schütz-Alfred-Thomas Luckmann (1975): *Strukturen der Lebenswelt*. Frankfurt/M.

Veenhoven, R. (1996). The study of life satisfaction. In: Saris, W.E. – Veenhoven, R. – Scherpenzel, A.C. – Bunting, B. (eds): A comparative study of satisfaction with life in Europe. Eötvös University Press. Budapest. Pp.11-48

Veenhoven, R. (2003). Hedonism and happiness. *Journal of happiness Studies*. 4.4. pp. 437-457

Internetes forrás:

Magyarország régiói:

http://www.google.hu/imgres?q=turisztikai+r%C3%A9gi%C3%B3&um=1&hl=hu&sa=N&tbo=d&biw=1366&bih=622&tbm=isch&tbnid=GYatQ_rlAQtOKM:&imgrefurl=http://www.denttours.hu/regiok.php&docid=zmIY7bdYyPeoIM&imgurl=http://www.denttours.hu/images/map01-hu.gif&w=546&h=334&ei=G6bhULHaEOTa4QT9joDgBg&zoom=1&iact=hc&vpx=233&vpy=140&dur=1033&hovh=175&hovw=287&tx=153&ty=139&sig=113051265480513367927&page=1&tbnh=147&tbnw=241&start=0&ndsp=18&ved=1t:429,r:1,s:0,i:90 (letöltés dátuma: 2012.12.31.)

A LIMES, MINT A VILÁGÖRÖKSÉGI CÍM VÁROMÁNYOSA

Dr. Sándor Tibor

főiskolai tanár

Edutus Főiskola/Edutus College

Összefoglaló

A limes főnév eredeti jelentése: római hadiút. Eredetileg összeköttetést, később határvédelmet szolgált. Ma a kulturális turizmus egyik Európa szerte legfontosabb desztináció típusa. 2005-ben került fel első alkalommal a Világörökség listájára skóciai szakasza (Hadrianus Fal). A hazai limes is szakasz is a világörökségi cím várományosa. Amennyiben a hadiút folyami határt jelentett, neve helyesen, hazánk esetében: Ripa Pannonica. Nevezetesebb, turisztikai attrakcióként is hasznosítható egységei: Brigetio (Komárom-Szöny) villa mozaikkal, Óbuda – Hajógyári Sziget: Helytartói Palota, Contra-Aquincum erődjének romjai (Budapest, Erzsébet-híd, pesti hídfő). A Budapesttől délre fekvő limes szakaszok turisztikai hasznosítása igencsak költségigényes.

A Gladiátorcímű film (r: Ridley Scott, 2000.) első jeleneteiben Marcus Aurelius utolsó napjainak vagyunk tanúi: barbárok és rómaiak véres küzdelme hajnali szürkületkor egy baljós, sötét és nyirkos erdőben, néhány jelenet, amelyben felvillan a filozófus császár bölcsessége és embersége, majd a halálos ölelés, amikor fia, Commodus – jelezvén egyben a film legsötétebb tónusát – a halálba küldi apját.

Marcus Aurelius vagy Vindobona-ban (Bécs), vagy Sirmiumban (Száva-szentdemeter, Szerbia) halt meg, tehát mindenképp Pannoniában. Valószínűbbnek tartják, hogy Bécs mellett. Ez esetben a filmbéli erdő, akár a Bécsi-erdő is lehetne. Akárhol is történt, közel a limeshez. A Pax Romana utolsó császára a limes-t áttörő barbárokkal hadakozott.

A limes főnév eredeti jelentése szerint hadiutat, azaz olyan utat jelent, amelyet a Római Birodalom csapatai használtak. Szükség esetén az Imperium Romanum bármely útja hadiútként

szolgált. Traianus (98 – 117), majd Hadrianus (118 – 137) császárok uralmának idejétől kezdve az Imperium – mivel elérte védhetőnek tartott legnagyobb kiterjedését – fokozatosan lemondott a további terjeszkedésről. A hadiutak már nem egyszerűen az összeköttetést, hanem egyre inkább a védekezést biztosították.

Pannonia meghódítására 12 és 9 között, Augustus (Kr. e. 27 – Kr. u. 14) uralkodása alatt került sor. A római jelenlét az V. század elejéig tartott, lakossága ekkor elmenekült, majd 433-ban a provincia területét végleg átadták a hunoknak. Kiterjedése nagyobb volt a Dunántúlnál, Ausztria és a délszláv államok területére is átnyúlt. Története folyamán, elsősorban háborús okokból, egyre kisebb részekre osztották. Főbb központjai Carnuntum (Deutsch- Altenburg, Ausztria), Aquincum, Siscia (Sisak, Sziszek, Horvátország) és Sirmium (Sremska Mitrovica, Szávaszentdemeter, Szerbia) voltak. A provincia a késő császárkor ideje alatt központi jelentőséggel bírt, mint Rómához közel fekvő és egyben határterület. Jelentőségét az is mutatja, hogy sok pannoniai születésű császárral találkozhatunk ebben a korban. Itt született II. Constantius, Marcus Aurelius Maximianus (nem azonos a filozófus császárral!), I. és II. Valentinianus. Pannoniával határos balkáni provinciákban látta meg a napvilágot Diocletianus, Caius Galerius Valerius Maximianus és Iulius Nepos.

Hazai történetírásunkban először Anonymus tudósított a limes romjairól, majd Antonio Bonfini, Thuróczy János, Oláh Miklós, a sokat utazó Luigi Marsigli hadmérnök és Bél Mátyás írtak róla. 1848-49 után megjelent a limes kutatók első nagy generációja: Rómer Flóris és Orbán Balázs. A Kiegyezés után megkezdődött Aquincum feltárása, 1894-ben megnyitotta kapuit az Aquincum Múzeum és vidéken is fellendült a római kor emlékeinek feltárása. Az 1930-as években Alföldi András tevékenysége nyomán limes kutatásunk világviszonylatban jelentőssé vált.

1987-ben került fel a Világörökség listára a limes első részlete, a skóciai Hadrianus fal. 2005-ben világörökségnek nyilvánították a limes németországi részeit. Nálunk a világörökségi nevezést szolgáló kutatások az ezredfordulón kezdődtek meg. Ebben úttörő szerepet vállalt a Visy Zsolt professzor által vezetett Pécsi Tudományegyetem Régészeti Tanszéke. 2004-ben Magyarország is csatlakozott ahhoz a világörökségi kategóriához, amelyet Visy professzor javaslatára hoztak létre. Ennek értelmében a limes különböző országokban található szakaszait egységes világörökségi helyszíneként kezelik a jövőben. Azok az országok, amelyeknek limes szakaszai elnyerik a világörökség címet, csatlakoznak ehhez a helyszínek sorozatát magában foglaló kategóriához. Eddig Anglia, Skócia és Németország lettek tagok.

A hazai kutatásokat különböző pályázatok és programok segítségével finanszírozzák. 2000 és 2007 között a Cultura 2000 és a The Frontiers of the Roman Empire, 2008-tól pedig a Central Europe program keretében megvalósítani kívánt Danube Limes Projekt nemzetközi pályázat

részesei voltunk.

2009-ben került fel a magyarországi limes a világörökség várományosi listára. A 2010-ben létrejött Magyar Limes Szövetség legfontosabb feladatának a világörökségi cím elnyeréséhez nyújtott civil összefogás megszervezését tekinti, de jelentős részt vállal az ehhez kapcsolódó kormányzati munka támogatásában is. A Kulturális Örökségvédelmi Hivatal 2011 májusában nemzetközi konferenciát szervezett, amelyen áttekintették a Danube Limes Projekt pályázat eredményeit. A Danube Limes Projekt a hazai örökségvédelem egyik zászlóshajójává vált, pontosabban zászlóshajójává kívánt válni. A világörökségi jelölés jegyében az elmúlt években több nemzetközi konferenciára került sor. 2011-ben az Union Académique International (UAI) felvette támogatott programjai közé a magyar kezdeményezésű, nemzetközi szinten folyó limes kutatás programját. A 2012-ben elindult Dunai Limes Brand Projekt az Európai Unió társfinanszírozásával jött létre. A célja a Limes vonal kevésbé ismert szakaszain fellelhető természeti, kulturális és épített örökség feltárása, megismertetése a nagyközönséggel, valamint egy közös márkanév létrehozása, mely összekapcsolja az eddig csupán szakaszosan létező értékeket. Segítségével a Római Birodalom egyik legjellegzetesebb épített emléke méltó helyet kaphat az UNESCO világörökség listáján. Ebben az EU-s projektben 8 limes témában érintett ország, Ausztria, Bulgária, Szlovákia, Románia, Szerbia, Magyarország, Olaszország és Horvátország vesz részt. A projekt várhatóan ebben az évben zárul és fő feladata a helyszíneken található kulturális és természeti értékek számbavétele, illetve egy olyan egységes márka, brand kialakítása, mellyel ezek az értékek eladhatóvá válnak.

A Dunai Limes Brand projekt a Duna Stratégia kiemelt támogatását is élvezi, így kormányzati és pályázati forrásokra egyaránt számíthat.

A Magyar Limes Szövetség 2011-ben csatlakozott az angol-holland-osztrák-magyar Developing the Frontiers of the Roman Empire as a transnational European Sustainable Tourism Product nevű projekthez, amely szintén uniós társfinanszírozású, és a limes maradványait a fenntartható fejlődés követelményeinek megfelelő turisztikai attrakciók fejlesztését célozza. A projekt ez év januárjában zárult le.

2012 decemberében elkészült a világörökségi nevezés három kötetes dokumentációja, amely a 417 km hosszú hazai Duna szakaszon 86 település, 193 helyszín és közel 4600 ingatlan bevonását tervezi. A Magyar Limes Szövetség ügyvezető igazgatója, Hirschberg Attila szerint 2014 végére megkaphatjuk a világörökség címet. Korábban a szakértők pénzhányra, valamint az érintettek közötti egyetértés kialakításának nehézségeire hivatkozva, szkeptikusabban ítélték meg a helyzetet. Jelenleg a Forster Központ és a Magyar Limes Szövetség fogja össze a rangos, és jelentős gazdasági, turisztikai sikert ígérő cím elnyerésében érdekelteket. Mégsem

ismerhetjük a limes ügyének végkimenetelét. A lehetőség fel nem ismerése, az irdatlan tőkeigény, a szétforgácsolódás, széthúzás és az oda nem figyelés, hanyagság szküllái és kharüdiszei között hanyódik.

Hogyan nézett ki a limes a római korban? Az Imperium számára fenntartása „kiemelt beruházásnak” számított. Mindig sokat költöttek rá. A kezdeti időkben fából és földből épített menettáborok sorakoztak, gondosan átgondolt terv szerint a hadiutak mentén. Tervezőik ugyanazt a szerkezeti sémát követve építették meg őket. A légiós, ha egy tábor ismert, ismerte mindegyiket. Amikor a birodalom területe elérte a még ellenőrizni, uralni vélt maximális kiterjedését, bízva annak változatlanságában, és a védelmi funkció előtérbe kerülésével – éttértek a kőtáborok építésére. A szárazföldi védelmi vonalat mindig kőkerítés, védőárkok és őrtornyok szegélyezték. A népvándorlás okozta háborúk következtében azonban, a fennálló rendszert állandóan módosítani, fejleszteni kellett. Több ilyen limes építési kampányról van tudomásunk. A III. század első felében a vandálok támadása tette szükségessé, később Diocletianus (284 – 305), aki átfogó reformokkal igyekezett úrrá lenni az Imperium több okra visszavezethető válságán, újabb építkezésbe kezdett. A IV. században a méltatlanul kevésbé becsült, Cibalae-ben (Vinkovce, Horvátország) született I. Valentinianus (364 – 375), akit Alföldi András az utolsó nagy pannon császárnak nevezett, szintén hozzákezdett a limes megerősítéséhez. Utána már csak I. Theodosius (379 – 395) – aki szerződéssel igyekezett megoldani a gót kérdést és bár nem tudhatta, de véglegesen kettéosztotta a birodalmat – ért el átmeneti sikereket Pannoniában. Utódai már csak a kivonulás mikéntjén gondolkozhattak.

Abban az esetben, ha határ folyammenti volt, a védrendszert ripa-nak nevezték. Így a Duna menti limes neve helyesen: **Ripa Pannonica**. Az általunk ismerhető, feltárt, legjobban kiépített szakasza, amely a legtöbb ígéretes látnivalóval kecsegtet, Komárom-Esztergom megyében, Budapesten, illetve Pest megyében található.

Lehetséges attrakciók...

A limes mentén fejlődő nagyobb városoknak hármass tagozódású településszerkezete volt. Elsőként a meghatározó szerepet játszó legiotábor (castra legionis) kell említenünk. Aztán, még mindig katonai területen maradván, a tábor körül táborváros (canabae legionis) alakult ki. A harmadik elem a táborhoz és táborvároshoz közel (maximum néhány km távolságra) fekvő polgárváros (municipium, esetleg colonia) volt. Így volt ez Brigetio-ban és Aquincumban is. Brigetio esetében a városokon kívül, a környéken impozáns villák romjait tárták fel. A csodálatos oltárkövek mellett egy kivételes szépségű, Andromeda-t és Pegasus-t ábrázoló freskó került elő, ami akár a Ripa itteni szakaszának turisztikai védjegye is lehetne.



A szőnyi freskó (Brigetio)

Budapest, mint köztudott, nagyon gazdag római emlékekben, amelyek nagy része a III. kerületben található. Külön említést kell tennünk a Hajógyári szigeten feltárt pazar helytartói palota romjairól, amelyet a sikeres regények, filmek sorát megihlető Hadrianus építtetett. A császár feltehetően hosszabb ideig volt lakója. Neve – hasonlóképp Marcus Aurelius nevéhez – önmagában is vonzerő. A helytartó, a császár termeinek ablakai a barbárok földjével néztek farkasszemet.

A palota romjainak sorsa azonban vitatott, csak remélhetjük, hogy a világörökségi cím régészeti-turisztikai felhasználását fogja biztosítani.



A helytartói palota makettje



A helytartói palota romjai az 1950-es évekbeli ásatáskor



...és amit a helyére képzelnek (részlet az Álomsziget projekt tervéből)

Az Álomsziget Kft. mögött álló Plaza Centers cég anyagi helyzete az utóbbi időkben megrendült. Ezért a kormány vissza tudja vásárolni a területet. A tervek szerint aktív- és passzív rekreáció célját szolgáló, a kulturális-, sport- és szabadidő tevékenység számára alkalmas beruházásban gondolkodnak. Bízunk benne, hogy a helytartói palotából egy emléktáblánál többet láthat majd a jövőbeli turista.

Az Erzsébet híd pesti hídfőjénél található Contra Aquincum erődjének romjai. Bár a Duna volt a Barbaricum-tól az Imperium-ot elválasztó határ, a rómaiak részben stratégiai okokból, részben, hogy erejüket fitogtassák, a lehetséges tűzvonalba, a barbárok földjén is építkeztek! A presztízs okok itt a „veszélyes játék” képzetét kelthetik. Az 1930-as években kiásott romok 1971-től egy süllyesztett térszintű szabadtéri múzeumban voltak láthatók. Az állaga fokozatosan romlott, míg a tér 2010-es felújítása során az egész ismét a föld alá került.



Contra Aquincum romjai ma. Üveg alatt, „akvárium pózban”

A budapesti romok helyzete tehát nem túlságosan biztató. Mintha csak jelzéseket kívánnának hagyni róluk, de semmiképp sem törekednek arra, hogy önálló turisztikai attrakcióvá válhassanak.

Budapestről délre Lussonium (Dunakömlöd) táborának és erődjének romjai, valamint Intercisa (Dunaújváros) érdemel figyelmet. Az utóbbi – a dunai átkelő közelében épült megerősített római város – régészeti leletekben igen gazdag. Turisztikai szempontból azért is érdemes mindenképp fejleszteni, mert a város a külföldi turistákat felettébb vonzó „Szoc-reál skanzen” lehetőségét is magában rejti. Dunaújváros, akárcsak Esztergom, jó példája lehet a kulturális turizmusban is szükséges árukapcsolásnak. Esztergomot keresztény emlékei teszik ugyanerre alkalmassá, mert történelmi szempontból nézve minden későbbi keresztény emlékünknél „római eredetű”, hiszen az ő korokban jelent meg a kereszténység a későbbi Magyarország nyugati felében. Géza és Szt. István hagyománya történelmi szempontból jóval fontosabb, de a turisztikai marketing sikerének szempontjából, a külföldi turistákra, adekvát promóció segítségével, majd minden római kori keresztény emléktárgy, épület rendkívül nagy hatást gyakorolhat. Összefoglalva elmondhatjuk, hogy minden azon múlik megkapja-e a magyarországi Limes szakasz az áhított Világörökség címet. A római emlékek turisztikai hasznosítása terén szemléletmód változást csak ettől remélhetünk.

Felhasznált irodalom:

The Romans on the Danube. The Ripa Pannonica in Hungary as a World Heritage Site. A rómaiak a Dunánál. A Ripa Pannonica Magyarországon mint világörökségi helyszín. Szerkesztő/Editor: Visy Zsolt. A Pécsi Tudományegyetem Régészeti Tanszéke, 2011. 120. p. képmellékletekkel.

Az ERASMUS-OS KÜLFÖLDI HALLGATÓK MAGYAR NYELV ÉS KULTÚRA C. TÁRGYRA VALÓ OKTATÁSÁNAK TAPASZTALATAI

Experience of Teaching Hungarian Language and Culture to Foreign Erasmus Students

Dr. Keszthelyi Csaba

mestertanár, dr. Univ.

Edutus Főiskola/Edutus College

Összefoglaló

2011 őszén kezdtem el a - kezdetektől budapesti városnézésekkel és országjáró túrákkal színesített - magyar nyelv és kultúra c. tárgy oktatását. Mostanáig 7 országból 42 hallgató vett részt a kurzuson.

Arra törekszem, hogy minél többet elsajátítsanak nyelvünkől, minél többet megismerjenek történelmünkől, kultúránkól.

A tárgy igen nagy jelentőséggel bír, főleg azért, mert az ország és a főiskola kedvező imázsát, presztízsét növeli külföldön.

Summary

I began teaching Hungarian Language and Culture as a subject in autumn of 2011. The course has involved sightseeing in Budapest and trips to the countryside from the beginning. Up till now 42 students from 7 countries have attended the course.

My aim is to make them acquire as much knowledge of our language, history and culture as possible.

The subject has a great importance, mainly because it improves the favourable image and prestige of the country and our College abroad.

2011 őszén kezdtem el a magyar nyelv és kultúra c. tárgy oktatását a Bécsi úti campuson, akkor még csak 3 portugál hallgató számára. Az első kirándulásokra, városnézésekre még a saját

kocsimmal vittem a hallgatókat. Azóta már buszt kell bérelnünk. Ebben a félévben 15 hallgató látogatja a kurzust. Nagy kedvvel vágtam bele ebbe az új feladatba és a külföldi hallgatók is igen lelkesek voltak. Az első szemeszterben portugálul tartottam az órákat, melyekhez magam gyártottam a segédanyagokat, szóképeket, nyelvtani táblázatokat. Az oktatásba az első csoporttól kezdve beépítettem a budapesti városnézéseket és az országjáró túrákat: a Duna kanyarba (Esztergom, Visegrád, Szentendre), illetve Egerbe (ez utóbbit főleg a török hallgatók kedvéért) látogattunk. Mindehhez maximális támogatást kaptunk a főiskola vezetésétől, különösen dr. Jandala Csilla rektorhelyettes asszonytól, illetve Pongrácz Mártától, az ERASMUS-program vezetőjétől és a nemzetközi kapcsolatok fő felelősétől. A segédanyagok elkészítésében pedig nagy segítségemre volt két kolléganőm: Havrelkáné Vállas Krisztina, illetve Gellérthegyi Diána. Hamar elterjedt a jó hírünk: Portugáliában máig értetlenkednek, hogy miért akar annyi hallgató a távoli Magyarországra és a kicsiny EDUTUS főiskolára látogatni. A külföldi hallgatóink elmondása szerint ennek magyarázata, hogy egyetlen másik intézményben sem foglalkoztak velük annyit és nem törődtek velük ilyen szinten, ahogyan nálunk. Ez természetesen valamennyi kollégánk érdeme, közöttük is kiemelkedik azonban dr. Gubán Pál, aki rengeteget dolgozik ennek a programnak a sikerén. (Régebben, amíg főiskolánkon tevékenykedett, nagyon sokat dolgozott ebben a programban Gergely Zsolt kollégánk is.) 2011 őszétől mostanáig 7 országból 42 hallgató vett részt a kurzuson, a legtöbben Portugáliából és Törökországból érkeztek: 16 – 16 fő, Olaszországból (Szardíniából) 4 fő, 2-2 fő Franciaországból és Litvániából, és 1 – 1 hallgató Spanyolországból, illetve Szlovéniából. Eddig három török hallgató vett részt két féléven keresztül a kurzuson, és nem véletlenül ők érték el a legjobb eredményt nyelvünk elsajátításában. Az idén ismét 4 török hallgató érkezett két féléves kurzusra, így ők a következő félévben is folytatják tanulmányaikat. Nyilvánvalóan kívánatos lenne a két félévet nálunk töltő hallgatók számának emelése, ez azonban elsősorban nem rajtunk múlik.

A magam részéről arra törekszem, hogy minél többet elsajátítsanak nyelvünkben, minél többet megismerjenek történelmünkben, kultúránkban, hagyományainkban, minél jobban megismerjék Budapestet és országunkat. Úgy gondolom, kevés dolog erősítheti jobban az európai népek összekovácsolását, egymás kölcsönös megismerését és megértését, mint ez. Ezzel a céllal is közös programokat szerveztem magyar és külföldi hallgatóink számára, amelyeket mindkét fél nagyon élvezett. Nyelvünk oktatása során arra törekszem, hogy minél több egyszerű mondatot sajátítsanak el (amelyeket tőlem készen kapnak), hogy megértethessék magukat a leggyakoribb szituációkban. Természetesen, igyekszem elsajátíttatni a legfontosabb szavakat (amelyekről

képes ábrákat kapnak), és az alapvető nyelvtani és fonetikai szabályokat, amelyekről táblázatokat kapnak a hallgatók. Már az első órán eljutunk oda, hogy mindenki mond magáról egy rövid bemutatkozó szöveget magyarul, amelyet aztán a továbbiakban szüntelenül ismétlünk és bővítünk. Az összekötő nyelv az angol, de esetenként olaszul és portugálul is megbeszélünk dolgokat. Annál is inkább, mivel az angol nyelv sok mindenre alkalmas, kivéve arra, hogy egy agglutináló nyelvet tanítsunk a segítségével. (Pl.: tárgyas ragozás, magázás, tegezés stb.) Az idegenvezetések pedig négy (angol, olasz, portugál, magyar) nyelven zajlanak, ez utóbbi a magyar hallgatók kedvéért. Minden hallgató kap a kezébe egy rövid ismertetőt a magyar történelemről és Budapestről az angol mellett olasz és portugál nyelven is, sőt, amikor itt volt a Spanyolországból érkezett katalán hallgató, spanyolul is. A hallgatók nagyon élvezik a programokat, városnézéseket, kirándulásokat, múzeumlátogatásokat, ilyenkor mindig igyekszem rámutatni az olasz, török, portugál, spanyol, francia, szlovén, stb. és a magyar történelem, kultúra közös kapcsolódási pontjaira, illetve az itt található török, olasz, francia, spanyol, stb. emlékekre. Nyelvünkben is számos latin, olasz (pl.: castello – kastély, tetto – tető, bastione – bástya, forma – forma, proba – próba, stb.), szláv (pl.: dvor – udvar, potok – patak, szerda, csütörtök, péntek, stb.) illetve török eredetű szó található (pl.: ata – atya, olma – alma, teve – teve, arszlán – oroszlán, papucs – papucs, szandál – szandál, szakáll – szakáll, kapi – kapu, sapka – kalap, stb.), ráadásul a török is ragozó nyelv: ben – im = enyim, és az ő nyelvükben is létezik a hangrendi illeszkedés szabálya, pl.: maciarcia (macsarcsa) – magyarul, türkcse – törökül, amelyre mindig nagy örömmel csodálkoznak rá. A törökökkel külön tematikus városnézést is tartottunk, felkeresve a budapesti török emlékeket (török fürdők, Gül Baba türbe, török sírok a várban, stb.). Esztergomban és Visegrádon lépten-nyomon olasz vonatkozásokra bukkanunk (a Bazilika olasz mesterei: Michelangelo Grigoletti – oltárkép, a Magyar Szent család - és Andrea Ferucci - Bakócz kápolna, a nápolyi eredetű Anjou dinasztia, Mátyás király olasz reneszánsz udvara, Giovanni Dalmata Herkules díszkútja, a velencei eredetű Szent Gellért püspök, valamint az olasz királyi házból származó Savoyai Jenő herceg budai szobrai stb.) Szentendrén a szláv kultúra emlékeivel találkozunk, Budapesten számos francia vonatkozású épület van (az Eiffel cég művei: Nyugati pályaudvar, Margithíd, Szabadság-híd, Párizsi udvar, stb.). Érdekesek lehetnek számukra a Gerbaud cukrászda, vagy a nagymező utcai Moulin Rouge francia vonatkozásai is. A portugálokkal pedig elsétálhatunk a 3-as metró Deák téri állomására, ahol megcsodálhatjuk a portugál művész Joao Vieira azulejo-it. Ezekre a hallgatók mindig örömmel reagálnak.

Eddig mindenki jól teljesített, az eddigi osztályzatok átlaga 4,2, a kimagaslóan legjobb teljesítményt az ázsiai Kónyából érkezett török lány: Kilavuz Burciak nyújtotta, aki a végén már

a legfontosabb dolgokról folyékonyan beszélt magyarul, néha még most is küld egy-egy üzenetet magyar nyelven. Az órákon a részvétel 90 % fölötti, ami kimagaslóan jónak mondható. A kurzus gyakorlati jeggyel zárul, amelyet a hallgatók szóbeli felelettel, gyakorlati feladatok megoldásával szereznek meg. Ettől a félévtől kezdve ezek a jegyek ugyancsak a Neptun rendszerbe kerülnek beírásra.

Összegzésképpen elmondhatjuk, hogy az ERASMUS program, a külföldi hallgatók fogadása és oktatása, ezen belül is a magyar nyelv és kultúra c. tárgy igen nagy jelentőséggel bír és amelyben még további lehetőségek is rejlenek. Mindezt négy pontban összegezhetjük:

- 1.) Az ország és a főiskola kedvező imázsának kialakítása, presztízsének növelése külföldön.
- 2.) Nyelvünk és kultúránk megismertetése.
- 3.) Hallgatóink kapcsolatainak bővítése, nyelvtudásuk gyarapítása, motivációjuk erősítése.
- 4.) Az idegen nyelvi oktatás beindításának előkészítése.

Manapság, amikor annyi rosszindulatú és igazságtalan, sőt hazug támadás éri Magyarországot a nemzetközi sajtóban és befolyásos külföldi körök részéről, országunk megítélésének javítására, a kedvező országimázs kialakítására, a rágalmak cáfolatára aligha van hatékonyabb eszköz, mint a hazánkban tanuló külföldiek számának növelése, velük nyelvünk és kultúránk megismertetése és megszerettetése, illetve a megkülönböztetett figyelemmel történő bánásmód. (Nem egy esetben a nálunk ERASMUS-os kurzuson részt vett hallgatók azok, akik a rólunk terjesztett rágalmakat hazájuk sajtójában cáfolják, illetve országunk kedvező imázsát terjesztik. Legalább ilyen fontos kultúránk világszínvonalú eredményeinek megismertetése, amelyhez nyelvünk legalább alapszinten való elsajátítása is közelebb visz. Hallgatóink számára is igen hasznos a külföldi hallgatókkal való megismerkedés, kapcsolattartás, közös programokon való részvétel, hiszen ezzel nyelvtudásukat is gyarapítják, tapasztalatokat szereznek, kapcsolatokat alakítanak ki és ezáltal erősödik nyelvtanulás iránti motivációjuk.

Amennyiben főiskolánkon beindul a fizetős angol nyelvű képzés, ennél jobb marketing- és propaganda eszköz nem igazán létezik, mondhatjuk: a talaj elő van készítve. Ezért is nagyon fontos, hogy ezt a képzési formát nagyon komolyan vegyük és a többi képzésünkkel egyenjogúan kezeljük. E tekintetben van némi előrelépés, de úgy érzem, akad még tennivaló.

Felhasznált irodalom:

Learn Hungarian (Tanuljunk nyelveket! sorozat)

Erdős József – Prieliszky Csilla: Halló, itt Magyarország! I. Bp., 2012. Akadémiai Kiadó
Gaspar Sinai – gsinai@judyt.org

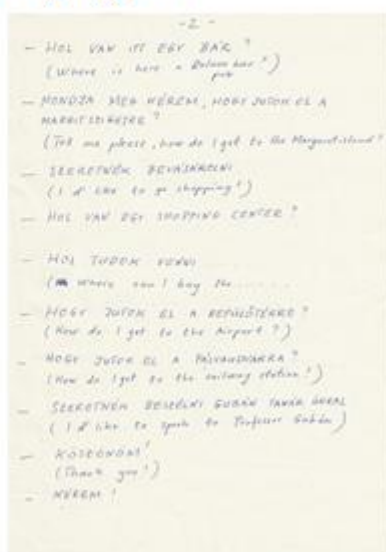
Mellékletek:



Oktatási anyagok



Oktatási anyagok



Elérhetőség: email: keszthelyi.csaba@edutus.hu

Cím: 1055 Budapest, Nyugati tér 9.

Tel.: 70-218-3819

MŰSZAKI

MATHEMATICAL BASES OF ELECTROMECHANICAL ACTUATORS MODELING

Az elektromechanikus aktuátorok modellezésének matematikai alapjai

Prof Dr. Dusan Maga

PhD, kutató

Edutus Főiskola/Edutus College

Abstract:

Modelling of electromechanical actuators is a discipline as old as the actuators themselves. Computer based technologies are less or more successfully used from 20th century (following the boom of power and price of available computational hardware and software). Nowadays, in early 21st century, there is a bunch of low price (very often even free) and relatively high quality software available, together with high computer power. This usually leads to very easy, simply and user friendly operating of offered software products. While these attributes have many advantages, there is a huge amount of potential possible risk: almost under any conditions the software responses to users! This, without sufficient knowledge of physical background, should lead to fatal mistakes and misunderstandings. Based on personal experience of the author, the same important role in the design process must also be devoted to mathematical background.

Összefoglaló: Az elektromechanikus aktuátorok modellezése olyan régi, mint a működtetők maguk. Számítógép-alapú technológiák többé-kevésbé a 20. századtól sikeresen alkalmazhatóak (követve az számítógép és szoftver ár, illetve az erő fellendülését). Napjainkban, a 21. század elején, egy csomó alacsony áron (sokszor akár ingyenes is), és viszonylag jó minőségű szoftver rendelkezésre áll, együtt a számítógép erős teljesítményével. Ez általában nagyon könnyen kezelhető egyszerű szoftver a kínálathoz vezet. Bár ezeknek a tulajdonságoknak számos előnye van, emellett van egy hatalmas mennyiségű potenciális kockázati lehetősége is: Szinte minden körülmény között a számítógép válaszol a felhasználónak! Ez, a fizikai háttér elegendő ismerete nélkül, végzetes tévedésekhez és félreértésekhez vezethet. A szerző személyes tapasztalatai alapján, ugyanazt a fontosságot kell fordítani a matematikai háttére is a tervezési folyamat során.

Keywords: Numerical models; Electromagnetic fields; FDM.

Introduction

The designer's role (especially in technically oriented branches) is to find a system to be able to characterize, design and verify the properties of constructed machinery. The beginning of all these activities is joined with Maxwell's equations (for electromagnetic fields) or to similar equations sets (for different technical problems; chosen parameters can be seen in Table 1). The behavior of wanted results is there describe by set(s) of differential equations. These can (almost) *exactly* be solved by analytical methods; nevertheless, the analytical approach has a major shortcoming: the equations can be solved only for very simple geometries and simply distribution of other input data (typically: field sources).

Table 1 – Analogous quantities

Quantity	Magnetostatic	Temperature	Gravitational
Potential	Potential Ω	Temperature	Newtonian
Flux density	Flux density B	Temperature gradient	Gravitation force
Constant (parameter) of medium	Permeability μ	Thermal conductivity	Gravitation constant (reciprocal)

Another important factor is the complexity of time domain. Based on these, the investigated tasks could be divided into following categories:

- a, time independent,
- b, time dependent, with unneglectable but not significant influence of time domain,
- c, time dependent with significant influence of the time domain.

The analytical solutions can be applied for all of the mentioned cases; however, in cases b, and c, the non-harmonic inputs and their responses may completely disable the application of analytical approach. Therefore, the numerical methods (coarse and *unexact*) can and must be used. There is a wide range of numerical methods; even though, they are based on one of the following three ones:

- Finite Difference Method (FDM),
- Finite Element Method (FEM),
- Boundary Element Method (BEM).

While the first two of the mentioned are built on differential principles, the BEM is based on

integral calculus. The major attention in this paper will be paid to a very simple FDM, completed with brief overview on numerical methods' general principles. Backgrounds of the finite elements, as well as the principles of the boundary elements will be presented in author's future work).

Numerical Field Solution Methods – General Principles

The process of technical problems modeling can be described by the following scheme (Figure 1). Role of user and computer (software) in different steps is indicated within the figure. A lot of different and sometimes complicated factors has to be implemented into the presented system:

- geometry of the model, including the possible simplifications: e. g. regularities and mirroring,
- description of field sources (e. g. permanent magnets, current densities, currents, ...), if any,
- description of used materials properties,
- description of boundary conditions (often could replace the external field sources).

Anyway, the used software and the hardware are typically very precise and do not do any significant mistakes. The central source of possible mistakes is always the user!

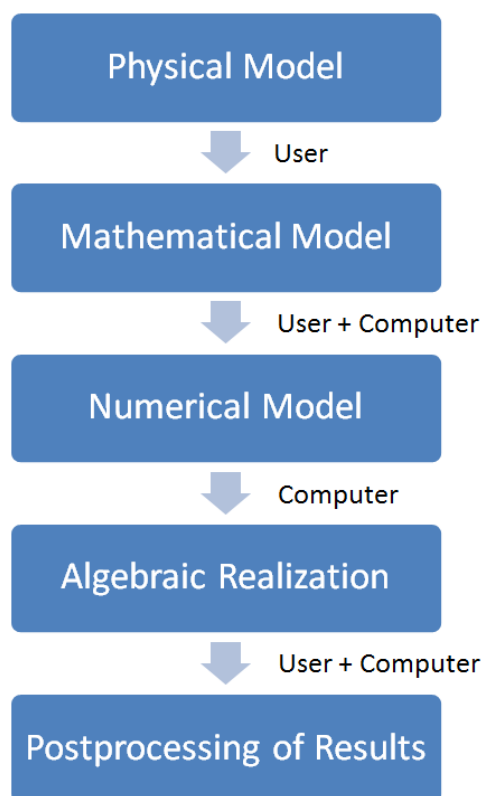


Fig. 1 General Scheme of the Numerical Analysis

The Finite Difference Method

This method has been successfully used to evaluate the field distribution of any type of magnetic field. This very simple method has its bases in early 60-ties of 20th century. Even today are available different upgrades of its scheme, as well as the original principle supported by user friendly environment and powerful computational hardware. The required solution is a solution of Poisson's type equation (1), continuous in area of interest. The solution can be obtained in very easy way – when required not for the complete area but only for a set of chosen points (nodes). These must be chosen very carefully – to represent the geometrical and other properties of the solved problem. This, so called discretization scheme, can be seen in Figure 2. It can be seen, that the step between nodes in x-direction is unique and equal to h , while step in y-direction is equal k . Generally, $h \neq k$.

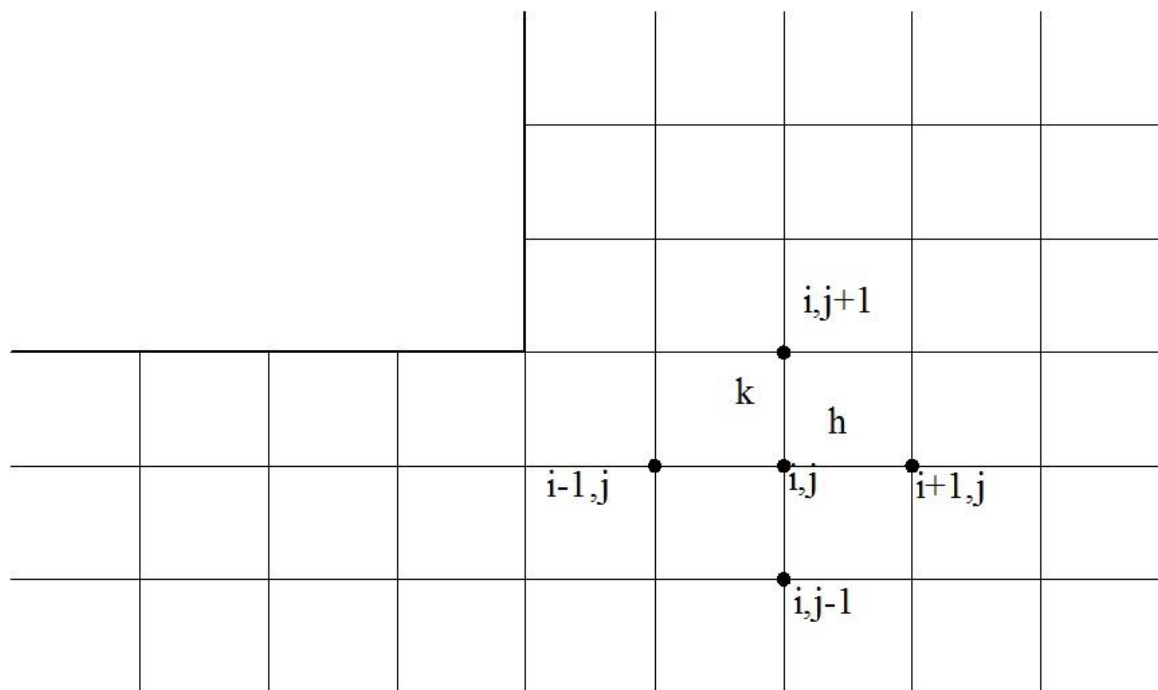


Fig. 2 Discretization scheme of the FDM in 2D [1]

The Poisson's equation for 2D electrostatic fields can be the following:

$$\frac{\partial^2 U}{\partial x^2} + \frac{\partial^2 U}{\partial y^2} = -\frac{Q}{\kappa} \quad (1)$$

where U is the unknown field potential, Q represents the field sources and κ material properties.

Taylor's theorem (successfully implemented by Joseph-Loise Lagrange) can be used to express the second order derivatives in (1)

$$U(x + h) = U(x) + hU'(x) + \frac{1}{2}h^2U''(x) + \frac{1}{6}h^3U'''(x) + \dots \quad (2)$$

$$U(x - h) = U(x) - hU'(x) + \frac{1}{2}h^2U''(x) - \frac{1}{6}h^3U'''(x) + \dots \quad (3)$$

It can be seen, that the equation (2) and (3) are expressing the derivate in x-direction. It is necessary to use the same procedure (with parameter *k*) to express the derivative in y-direction. Comparing the (1) and (2) to Fig. (2) it is easy to replace the coordinates with node-indexes:

$$U(x) = U_{i,j}$$

$$U(x+h) = U_{i+1,j}$$

$$U(x-h) = U_{i-1,j}$$

Addition of (1) and (2), including the coordinate substitution with above presented rules, will lead to the following:

$$U''_{i,j} = \frac{U_{i+1,j} - 2U_{i,j} + U_{i-1,j}}{h^2} \quad (4)$$

The equation (4) represents partial derivative from (1) in x-direction. It is obvious, that a part of the original equation(s) is missing in (4). Nevertheless, the missing part consists (based on Taylor's theorem) of derivatives of order 4 and higher. Because of the general mathematical and physical principles, this neglecting should (will) not lead to significant errors. Using the same procedure, the partial derivative for y-direction is expressed:

$$U''_{i,j} = \frac{U_{i,j+1} - 2U_{i,j} + U_{i,j-1}}{k^2} \quad (5)$$

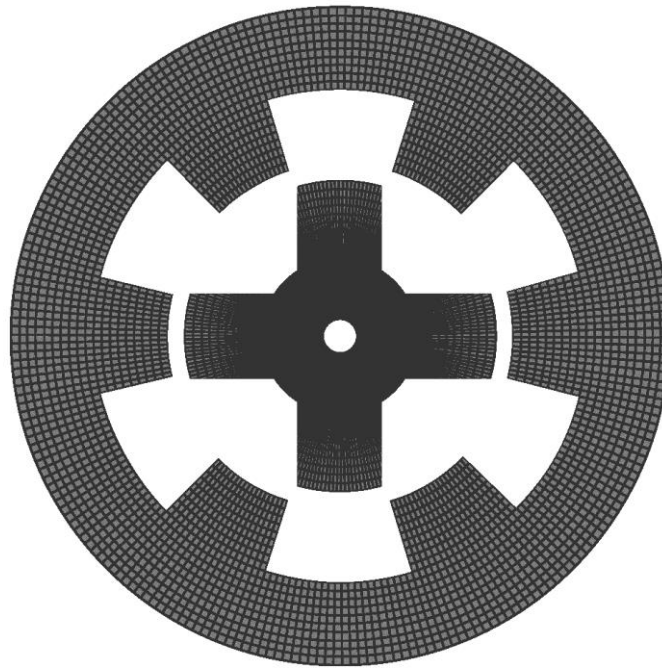
Completing the (4) and (5) into (1) the following expression appears:

$$\frac{1}{h^2} (U_{i+1,j} - 2U_{i,j} + U_{i-1,j}) + \frac{1}{k^2} (U_{i,j+1} - 2U_{i,j} + U_{i,j-1}) + Q = 0 \quad (6)$$

Assigning the (6) to each node from the area of interest, followed by inclusion of boundary conditions, the set of equations is obtained where the number of unknowns is equal to number of equations. So the set has a unique solution.

The Examples

A comparison of FDM and FEM results, discussion of these methods accuracy, etc., has been realized by author in [5]. A simple 6/4 switched reluctance machine has been used to demonstrate the methods principles. The FD model of the machine (resp. of the machine magnetic circuit) can be seen in Fig 3.



-
- Fig. 3 Finite Difference Model of 6/4 SRM Magnetic Circuit [5]
- The uniformity of the mesh, described above, can easily be identified in Fig. 3; nevertheless, despite of presented, the (r, φ) uniformity in case of rotational machinery (instead of (x, y)) has been used. The magnetic field distribution, as well as the secondary results (mechanical torque) comparison, depending on mesh quality, compared to FE software results, can be seen in [5].
- Other examples, demonstrating the FDM basic mathematical principles (e. g. principal solution of field in square coaxial cable in x, y coordinates – Fig. 5), can be found in [1].

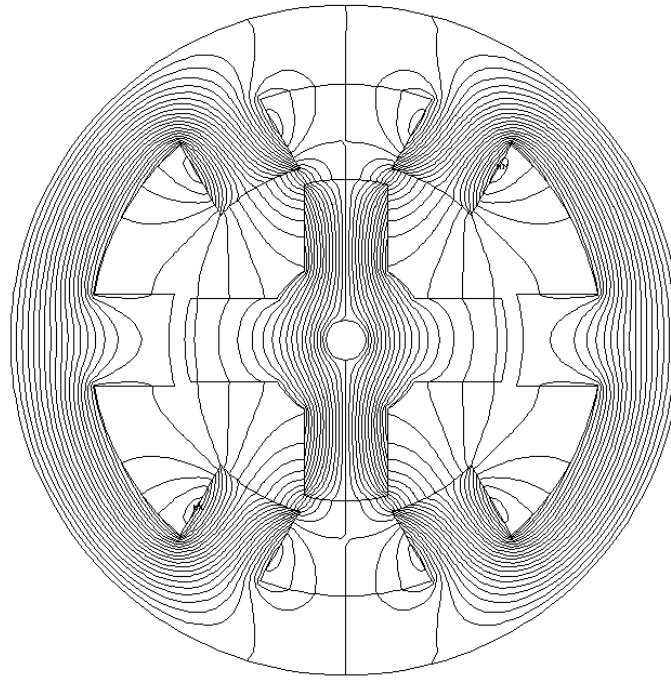


Fig. 4 Field distribution in 6/4 SRM [5]

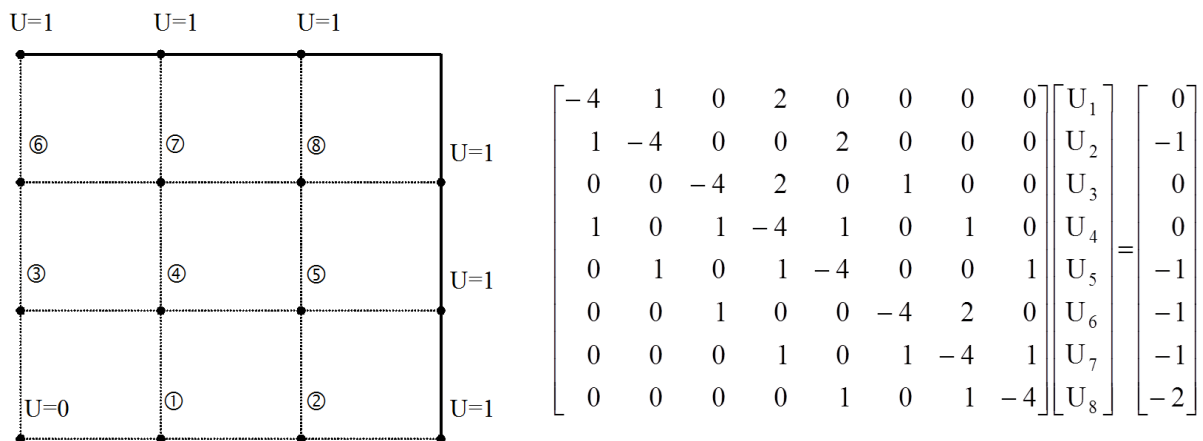


Fig. 5. Coaxial Cable Model and Its Matrix Representation

Conclusions

This paper is the first from the series describing the field distribution solving numerical methods bases and principles. The brief overview of numerical methods is given in the beginning of the paper, then, the first of the method – the Finite Difference Method is described. The principal part of the paper is based on description of mathematical base of presented technique, the role of the given examples is primarily to illustrate that the method can really and successfully be used in magnetic (and other) field solution in rotational electromechanical machinery.

Acknowledgement

This research was supported by the European Union and the State of Hungary, co-financed by the European Social Fund in the framework of TÁMOP-4.2.4.A/2-11/1-2012-0001 'National Excellence Program'.

„A kutatás az Európai Unió és Magyarország támogatásával a TÁMOP 4.2.4.A/2-11-1-2012-0001 azonosító számú „Nemzeti Kiválóság Program – Hazai hallgatói, illetve kutatói személyi támogatást biztosító rendszer kidolgozása és működtetése konvergencia program” című kiemelt projekt keretei között valósult meg”

References

- [1] MAGA, D., HARTANSKY, R. *Numerické riešenia*. Brno: Univerzita Obrany, 2006. 174 s. ISBN 80-7231-130-1.
- [2] MAGA, D., et al. Modelling of Mechatronic Actuating Device. In *Mechatronika 2003 6th International Symposium On Mechatronics*. Trenčín: TnUAD Trenčín, 2003. s. 54-57. ISBN 80-88914-92-2.
- [3] MAGA, D., JUS, M., HRICKO, J. HALGOŠ, J. Using Numerical Methods for Design of Electrical Engines. In *ISEM 2006*. Praha: ČVUT Praha, 2006. ISBN 80-01-03548-4. pp. 172 – 178.
- [4] MAGA, D., HARTANSKY, R., MANAS, P. The Examples of Numerical Solutions in the Field of Military Technology. *Advances in Military Technology*, 2006, Vol. 1, Issue 2, pp. 53-66. ISSN 1802-2308.
- [5] MAGA, D., DEMSKI, W. The Accuracy of FEM - FDM Magnetic Field Solution Based Torque Computation. In *7th international IGTE Symposium on Numerical Field Calculation in Electrical Engineering*. Graz: Technical University, 1996. s. 395-398.

REPORT ON ACTUAL STATE OF THE „SCIENCE FACE” PROJECT

Áttekintés a “Science Face” project aktuális állapotáról

Dusan Maga, Boris Simak, Jiri Hajek

Czech Technical University in Prague

Abstract:

The project focused on popularization of science and research activities of the Czech Technical University (CTU) in Prague has already been introduced in 2012 [1]. Since the first cycle of one of the most important project activities, the “Science Face” competition, has been completed in March 2013, the final results and impressions had not been published yet. The final state of the “Science Face” competition’s first cycle (volume) is presented in the paper.

Összefoglaló: A Prágai Cseh Műszaki Egyetem (CTU) tudományos és kutatási tevékenységeket népszerűsítő projektje 2012-ben került bemutatásra Tatabányán [1]. Mivel az első ciklus egyik legfontosabb projekt tevékenysége (a "Science Face" – tudomány arca – verseny) 2013 márciusban fejeződött be, a végső eredményeket és benyomásokat a szervezők még nem tették közzé. A „Science Face” első ciklusának végső állapotát mutatja be a cikk.

Keywords: *Education; Universities vs. secondary and primary schools.*

Introduction

The CTU project called Popularization of science and research of the CTU in Prague (project No. CZ.1.07/2.3.00/35.0021) has already reached its half-life period. The project started in July 2012 with a large number of dissemination activities focused both on university, secondary and primary school students. One of the most important activities is the competition called “Science Face” (logo can be seen in Fig. 1). The competition consists of three phases:

- 1, test phase, realized by designed web services,
- 2, collection of technically oriented presentations, realized by designed web services,
- 3, final live presentations, realized at CTU in Prague.

Since the competition is designed for primary and secondary year students (age expected between 10-18), two parallel and independent categories are offered: under and above 15.

The test phase is based on a set of 10 questions each displayed with 4 possible answers (one of them is correct, others are false). The registered users are passing through the test; the web service evaluates the each user afterwards. The primary criterion is the number of correct answers, and then the time spent is taken into account between the equally successful users.

The second phase - collection of technically oriented presentations is realized by means of the same web page; nevertheless, it can not be evaluated by computer services anymore. The team of evaluators is rating the obtained presentation in two main categories: the formal level of the presentation and the contents of the presentation. Each evaluation contains a brief recommendation (back-feed) for the author(s). It is natural, that the students need assistance, especially with preparing the presentations. The mentoring of local teachers is very welcome here and is also supported by project.



Fig. 1 Designed Logo of the Competition

While each registered user can do the test and send a presentation, only the best of them (based on test and level of the presentation) are invited to live final presentation in Prague. Generally, the best 10 primary and 10 secondary year students are presenting their projects.

Overview on First Cycle

The first year cycle of the “Science Face” began together with opening the go2fel.cz web gates in October, 2012. The web page is connected to statistical services (google analytics), so the following basic data can be stated:

- number of pageviews: 29102 (total: 38765),

- number of visits: 4651 (total: 6089).

where the “total” means the total value of given indicator from October 2012 to October 2013. The distribution of visitors through the Czech Republic can be seen in Fig. 2.

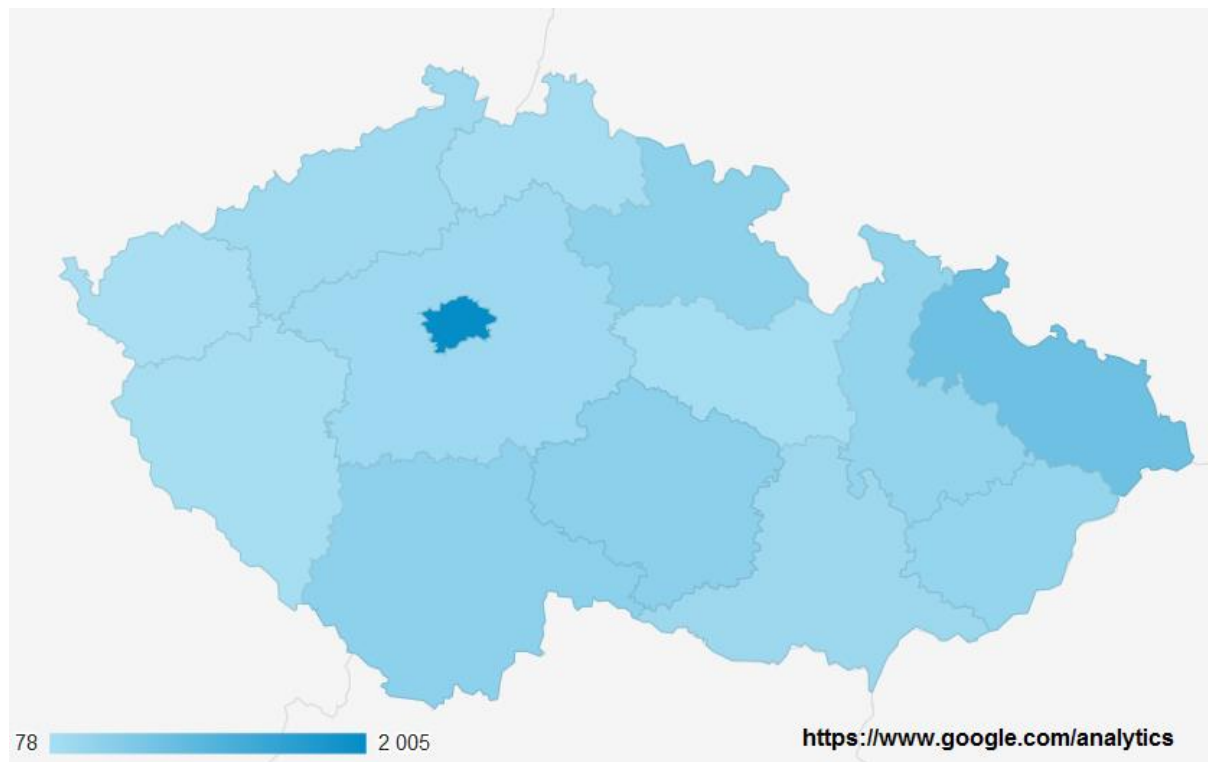


Fig. 2 Distribution of go2fel.cz visitors through the Czech Republic

(statistics by *google analytics* based on internet provider location)

The registration has been completed for 293 primary and 323 (total: 616) school students. All these students passed through the randomly prepared tests. The average success rate was as follows:

- primary schools: 32,21%,
- secondary schools: 42,29%.

The most complicated and the easiest questions can be demonstrated as the examples of questions used in tests. The most complicated questions for primary school category are:

1. The total resistance of two parallel connected resistors of the same resistance is:
 - a, higher as the resistance of the single resistor,
 - b, can not be stated,
 - c, equal to the resistance of the single resistor,
 - d, lower as the resistance of the single resistor.

2. Why the breaks fail at high speed?
 - a, the coefficients of friction and sliding friction are lower at high speeds,
 - b, the coefficients of friction and sliding friction are higher at high speeds,
 - c, the coefficient of sliding friction fades out at high speeds,
 - d, the coefficient of friction fades out at high speeds.

Only 6.66% of responses for question 1 and 7.69% for question 2 were correct. On the other side, the easiest questions (with 100% correct answers) are:

3. The car drives 1 km per each minute, what is the speed of the car in km/h
4. What are the units of length

The statistical distribution of students' success ratio can be seen in Fig. 3. As displayed in the graph, there is a relative high value for low level success ratio. This can be observed both for secondary and primary school students. This can be caused by those users, who really do not know what to expect from the project – they just tried to pass through to see the system response and gave it up after several questions. On the other side, there are 9% from primary school and 6% from secondary school students – they were able to complete the test with success ratio equal to 100%.

Unfortunately, despite of high interest in the first phase, only 104 of registered users took part in the second phase. 104 presentations were received (53+51). From these 22 (10+12) students were invited to present their work in Prague. The final results can be seen at <http://www.go2fel.cz/soutez/finalisti/> web page.

Conclusions

A brief overview on actual state of the “Science Face” project is presented in the paper. The paper follows the general information presented by authors at Edutus in Tatabánya during the conference in 2012 [1]. This paper summarizes the experience of authors and has been written after finishing the first year cycle of the activity and gives an overview on students interest and theirs actual state in the project.

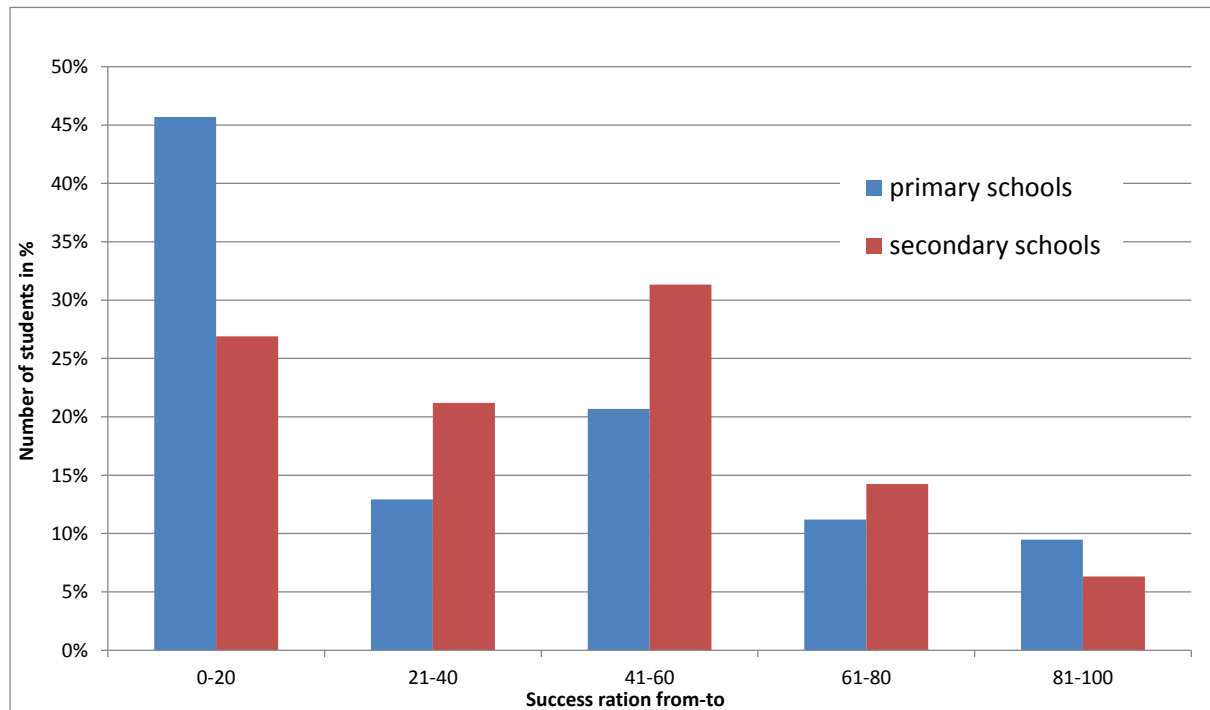


Fig. 3 Primary and Secondary Schools Success Ratio Distribution

Acknowledgement

This work is supported by project ESF/OP VK CTU in Prague Popularization of Science and Research, No. CZ.1.07/2.3.00/35.0021.

References

- [1] D. Maga, B. Simak. Cooperation between Universities and Secondary Schools in the Czech Republic. In: *Acta Periodica (Crisis and Progress)*. Edutus: Tatabánya, 2012. pp. 43-52. ISBN 978-963-8445-34-6.
- [2] CTU. *Popularizace vedy a vyzkumu CVUT* [online]. [cit. 2013-10-01]. Available from: <http://www.go2fel.cz/>
- [3] D. MAGA, J. DUDAK, S. PAVLIKOVA, J. HAJEK, B. SIMAK. Support of Technical Education at Primary and Secondary Level. In: *Proceedings of 15th Mechatronika 2012*. Praha: CVUT, 2012. pp. 195-198. ISBN 978-80-01-04985-3
- [4] J. HRAD, T. ZEMAN. Improved Learning Objects for Distance Education. In: *EAEIE 2012* [CD-ROM]. Cagliari: Universita di Cagliari, 2012, ISBN 978-88-905519-1-8.
- [5] J. HRAD. Motivating Youngsters for Engineering Study. In: *Proceedings of the 24th Annual Conference of European Association for Education in Electrical and Information*

Engineering. Heraklion: Technological Educational Institute of Crete, 2013. pp. 245-246. ISBN 978-960-99889-5-7.

COLLEGIUM TALENTUM

NEM MEGENGEDETT BELSŐPONTOS ALGORITMUSOK ALKALMAZÁSAI

Applications of infeasible interior-point algorithms

Takács Petra-Renáta

Babeş-Bolyai Tudományegyetem, Matematika és Informatika Kar,
matematika szak, Kolozsvár

University of Babeş-Bolyai, Faculty of Mathematics and Computer Science,
Cluj-Napoca

Témavezető: dr. Darvay Zsolt egyetemi adjunktus,

Babeş-Bolyai Tudományegyetem, Matematika és Informatika Kar, Kolozsvár

University of Babeş-Bolyai, Faculty of Mathematics and Computer Science,
Cluj-Napoca

1. Összefoglaló

Különböző gyakorlati példákat mutatunk be, amelyek lineáris optimalizálási problémákhoz vezetnek. Amennyiben nagyméretű feladatról van szó, a hagyományos módszerekhez képest a belsőpontos algoritmusok hatékonyabb megoldást szolgáltatnak. Mivel a kezdeti pontok meghatározása túlságosan bonyolult, ezért olyan módszerekkel dolgozunk, amelyek nem megengedett pontokból indulnak. Ennek a kutatásnak a keretében új keresési irányokat vezetünk be, és ezzel új algoritmusokat határozzunk meg.

Abstract

We introduce different practical examples, which lead us to linear optimization problems. In the case of the large-size problems, the interior-point algorithms give more efficient solution compared to the traditional methods. The determination of the initial points is difficult, hence we deal with methods, in which the initial points are infeasible. In this research we introduce new search directions and using this we define new algorithms.

2. Bevezetés

Az ipari, gazdasági, logisztikai és tudományos feladatok megoldásai gyakran lineáris optimalizálási feladatokra vezethetők vissza. Lineáris optimalizálásról, mint önálló tudományterületről, a múlt század közepétől beszélhetünk. Ezeknek a feladatoknak a

megoldására a leggyakrabban alkalmazott módszer a szimplex módszer, amelyet Dantzig 1947-ben publikált. 1967-ben Dikin határozta meg az első az affín skálázású algoritmust, amelyről később kiderült, hogy szoros kapcsolatban áll az 1984-ben bevezetett belsőpontos algoritmusokkal. 1972-ben Victor Klee és George Minty kimutatták a Klee Minty kocka segítségével, hogy a szimplex módszer a legrosszabb esetben a dimenzió függvényében exponenciálisan sokat léphet. A Klee Minty kockának a segítségével elemzik különböző algoritmusoknak a teljesítményét. Khachiyan 1979-ben publikálta az első polinomiális algoritmust, az ún. ellipszoid módszert. A gyakorlatban viszont ez az algoritmus nem bizonyult hatékonynak. Karmarkar [3] 1984-ben közölte belső pontokon keresztül haladó projektív algoritmusát, amellyel elindította a belsőpontos algoritmusok fejlődését. Ezt követően számos algoritmus jelent meg ebben a témában, amelyek általában polinom időben oldották meg a feladatot. Mivel a lineáris programozási feladatok esetén a kezdeti pontok megválasztása nehézséget okozhat, ezért olyan módszereket vezettek be, amelyek nem megengedett pontokon keresztül közelítik meg a feladat optimális megoldását. Az első nem megengedett módszerekre vonatkozó eredmények Lustig [4] és Tanabe [7] nevéhez fűződnek. Egy nemrég megjelent publikációjában Roos [5] egy olyan új algoritmust vezetett be, amely teljes Newton-lépéseket használ, de nem megengedett pontokat érint.

Ebben a dolgozatban gyakorlati példákat mutatunk be, amelyek lineáris optimalizálási problémákhoz vezetnek. Emellett a belsőpontos algoritmusoknak egy olyan új változatát határozzuk meg, amely nem megengedett pontokból indulva közelíti meg az optimális megoldást. Az [1] publikációban ismertetett eljárást alkalmazzuk a Roos algoritmusára annak érdekében, hogy új keresési irányokkal egy új belsőpontos módszert határozzunk meg [2].

3. Lineáris optimalizálási feladatok matematikai modellje

1. Feladat.[8] Egy magánkórházban a hét különböző napjain teljes munkaidejű alkalmazottak munkájára van szükség. Az 1. táblázat a teljes munkaidejű munkaerő-szükségletet adja meg az egyes napokra vonatkozóan.

	Hány teljes munkaidejű alkalmazott szükséges?
1. Hétfő	16
2. Kedd	16
3. Szerda	18
4. Csütörtök	20

5. Péntek	21
6. Szombat	18
7. Vasárnap	16

1. táblázat: Munkaerő-szükséglet

A szakszervezeti törvény szerint minden teljes munkaidejű alkalmazottnak 5 egymást követő napon kell dolgoznia, és ezután 2 szabadnap jár. A magánkórház úgy akarja napi munkaerő-szükségletét kielégíteni, hogy csak teljes munkaidejű embereket alkalmaz. Fogalmazzunk meg egy lineáris programozási feladatot, amelyet a magánkórház arra tud használni, hogy a lehető legkevesebb teljes munkaidejű embert alkalmazzon!

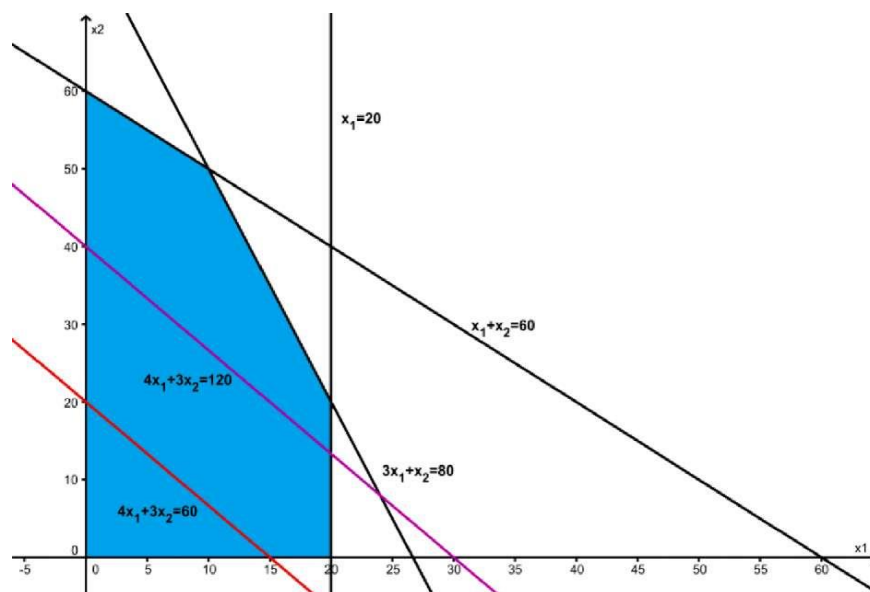
Megoldás. Legyen x_i azon alkalmazottak száma, akik az i -edik napon kezdenek dolgozni (1. nap=hétfő, 2. nap=kedd, stb.). Ekkor a $z = x_1 + x_2 + x_3 + x_4 + x_5 + x_6 + x_7$ lesz a célfüggvény. A korlátozó feltételeket is meg kell adni. A magánkórháznak biztosítania kell, hogy minden nap elegendő számú alkalmazott dolgozzon. Például hétfőn legalább 16 alkalmazottnak kell dolgoznia. Meg kell nézni, hogy kik azok, akik hétfőn dolgoznak. Lényegében mindenki, kivéve azok, akik kedden vagy szerdán kezdenek dolgozni, mert nekik a vasárnap és a hétfő vagy a hétfő és a kedd a szabadnap. Ez azt jelenti, hogy azon alkalmazottak száma, akik hétfőn dolgoznak $x_1 + x_4 + x_5 + x_6 + x_7$, és a hétfői napra vonatkozó feltétel a következőképpen néz ki: $x_1 + x_4 + x_5 + x_6 + x_7 \geq 16$. Összegezve mindezeket, a lineáris programozási feladat a következőképpen fogalmazható meg matematikailag:

$$\begin{aligned}
 x_1 &+ x_4 + x_5 + x_6 + x_7 \geq 16 \\
 x_1 + x_2 &+ x_5 + x_6 + x_7 \geq 16 \\
 x_1 + x_2 + x_3 &+ x_6 + x_7 \geq 18 \\
 x_1 + x_2 + x_3 + x_4 &+ x_7 \geq 20 \\
 x_1 + x_2 + x_3 + x_4 + x_5 &\geq 21 \\
 x_2 + x_3 + x_4 + x_5 + x_6 &\geq 18 \\
 x_3 + x_4 + x_5 + x_6 + x_7 &\geq 16 \\
 x_i &\geq 0, \quad i = 1, \dots, 7 \\
 z = x_1 + x_2 + x_3 + x_4 + x_5 + x_6 + x_7 &\rightarrow \min
 \end{aligned}$$

2. Feladat. Egy vállalat egyszerű és elegáns sálakat készít. Mindkettőhöz 1 négyzetméter anyag szükséges. Az elegáns sál elkészítése 3 órai munkát, az egyszerű sál elkészítése pedig 1 órai munkát igényel. Minden héten 60 négyzetméter anyag és 80 óranyi munkakeret áll rendelkezésre. Az egyszerű sálak iránti kereslet korlátlan, míg az elegáns sálakból legfeljebb 20-at vesznek meg hetente. Minden egyszerű sálból 3 euró, minden elegáns sálból 4 euró profit származik. A vállalat maximalizálni szeretné heti profitját. Ehhez keressünk egy matematikai modellt!

Megoldás. Legyen x_1 az 1 hét alatt készült elegáns sálak, míg x_2 az 1 hét alatt készült egyszerű sálak száma. Ekkor $4x_1 + 3x_2$ a célfüggvény, amit maximalizálni szeretnénk. A feladathoz tartozó matematikai modell pedig a következőképpen néz ki:

$$\begin{aligned} \max \quad & 4x_1 + 3x_2 \\ & 3x_1 + x_2 \leq 80 \\ & x_1 + x_2 \leq 60 \\ & x_1 \leq 20 \\ & x_1, x_2 \geq 0. \end{aligned}$$



1. ábra: A poliéder

4. A lineáris optimalizálási feladat általánosan

Tekintsük az alábbi primál feladatot:

$$\begin{aligned} \min \quad & c^T x, \\ & Ax = b, \\ & x \geq 0, \end{aligned} \tag{P}$$

ahol $A \in \mathbb{R}^{m \times n}$, $\text{rang}(A)=m$, $b \in \mathbb{R}^m$ és $c \in \mathbb{R}^n$. A feladat duálisa a következő:

$$\begin{aligned} \max b^T y, \\ A^T y + s = c, \\ s \geq 0. \end{aligned} \quad (D)$$

Az általánosság megsértése nélkül feltételezzük, hogy a *belső pont feltétel* (BPF) fennáll a primál és a duál feladat esetén is.

1. Feltétel (Belső pont feltétel). Létezik (x^0, y^0, s^0) úgy, hogy:

$$\begin{aligned} Ax^0 = b, \quad x^0 > 0, \\ A^T y^0 + s^0 = c, \quad s^0 > 0. \end{aligned} \quad (BPF)$$

Az önduális beágyazás technikáját felhasználva az $x^0 = s^0 = e$ kezdeti pontokat tekintjük, ahol

$$e = [1, 1, \dots, 1]^T. \text{ Ennek alapján } \mu^0 = \frac{(x^0)^T s^0}{n} = 1.$$

A primál-duál feladatpár optimális megoldását a következő rendszerrel jellemezhetjük:

$$\begin{aligned} Ax = b, \quad x \geq 0, \\ A^T y + s = c, \quad s \geq 0, \\ xs = 0. \end{aligned}$$

(1)

Az (1) rendszer első két egyenletét *megengedettségi feltételeknek* nevezzük, ezek a megengedettséget biztosítják. A harmadik egyenletet *komplementaritási feltételnek* hívjuk. A primál-duál belsőpontos módszerek általában ezt a komplementaritási feltételt egy paraméteres egyenlettel helyettesítik. Így a következő rendszerhez jutunk:

$$\begin{aligned} Ax = b, \quad x \geq 0, \\ A^T y + s = c, \quad s \geq 0, \\ xs = \mu e, \end{aligned} \quad (2)$$

ahol $\mu > 0$. Ha a belső pont feltétel fennáll, akkor egy rögzített $\mu > 0$ esetén a (2) rendszernek egyértelmű megoldása van, melyet μ -centrumnak vagy *analitikus-centrumnak* nevezünk (Sonnevend [6]). A különböző $\mu > 0$ paraméterekre kapott μ -centrumok egy folytonos görbét határoznak meg, melyet centrális trajektóriának hívunk. Ha $\mu \rightarrow 0$, akkor a centrális út a feladat optimális megoldásához konvergál.

4. Primál-duál algoritmus a megengedett esetben

A következőkben a [1] cikkben bevezetett módszert mutatjuk be az elmozdulásvektorok

meghatározására. Legyen $\square^+ = \{x \in \square, x \geq 0\}$, és tekintsük a $\varphi: \square^+ \rightarrow \square^+$ folytonosan differenciálható és invertálható függvényt. Ekkor a centrális utat meghatározó (2) egyenletrendszer az alábbi ekvivalens alakban írható

$$\begin{aligned} Ax &= b, \quad x \geq 0, \\ A^T y + s &= c, \quad s \geq 0, \\ \varphi\left(\frac{xs}{\mu}\right) &= \varphi(e). \end{aligned} \quad (3)$$

A Newton-módszert alkalmazva a (3) rendszerre, új elmozdulásvektorokat határozunk meg. Ha $\varphi(t) = \sqrt{t}$, akkor az alábbi rendszerhez jutunk:

$$\begin{aligned} A\Delta x &= 0, \\ A^T \Delta y + \Delta s &= 0, \\ s\Delta x + x\Delta s &= 2\left(\sqrt{\mu xs} - xs\right). \end{aligned} \quad (4)$$

A centrális úttól való távolságot a [1]-ben bevezetett

$$\sigma(x, s; \mu) = \left\| e - \sqrt{\frac{xs}{\mu}} \right\|$$

mennyiséggel mérhetjük.

Algoritmus. (Primál-duál megengedett algoritmus [1]) Legyen $\varepsilon > 0$ a pontossági paraméter,

$0 < \theta < 1$ a redukciós paraméter (alapértelmezett értéke $\theta = \frac{1}{2\sqrt{n}}$) és $0 < \tau < 1$ a centralitási

paraméter (alapértelmezett értéke $\tau = \frac{1}{2}$). Feltételezzük, hogy (x^0, y^0, s^0) teljesíti a belső pont

feltételt, $\mu^0 = \frac{(x^0)^T s^0}{n}$. Továbbá feltételezzük, hogy $\sigma(x^0, s^0; \mu^0) < \tau$.

begin

$x := x^0; y := y^0; s := s^0;$

$\mu := \mu^0;$

while $x^T s > \varepsilon$ **do begin**

$\mu := (1 - \theta)\mu;$

meghatározzuk a $(\Delta x, \Delta y, \Delta s)$ elmozdulásvektorokat (4) összefüggés alapján;

$x := x + \Delta x; y := y + \Delta y; s := s + \Delta s;$

end

end.

6. A módosított feladat

A továbbiakban nem feltételezzük, hogy a kezdeti pontok megengedett megoldásai a primál, illetve duál feladatoknak. Az eredeti feladatok helyett tekintsük a Ye [9] és Roos [5] által is tanulmányozott, módosított feladatot:

$$\begin{aligned} \min & (c - \nu(c - A^T y^0 - s^0))^T x, \\ Ax &= b - \nu(b - Ax^0), \\ x &\geq 0, \end{aligned} \quad (P_\nu)$$

)

és ennek a duálisát:

$$\begin{aligned} \max & (b - \nu(b - Ax^0))^T y, \\ A^T y + s &= c - \nu(c - A^T y^0 - s^0), \\ s &\geq 0. \end{aligned} \quad (D_\nu)$$

)

A módosított feladatokra vonatkozó centrális utat jellemző rendszer a következő rendszerrel jellemezhető:

$$\begin{aligned} b - Ax &= \nu(b - Ax^0), \quad x \geq 0, \\ c - A^T y - s &= \nu(c - A^T y^0 - s^0), \quad s \geq 0, \\ xs &= \mu e. \end{aligned} \quad (5)$$

Tekintsük az 5. pontban bevezetett ϕ függvényt. Ekkor a centrális utat meghatározó (5) rendszer az alábbi ekvivalens alakban írható:

$$\begin{aligned} b - Ax &= \nu(b - Ax^0), \quad x \geq 0, \\ c - A^T y - s &= \nu(c - A^T y^0 - s^0), \quad s \geq 0, \\ \varphi\left(\frac{x_i s_i}{\mu}\right) &= \varphi(1), \quad 1 \leq i \leq n. \end{aligned} \quad (6)$$

Feltételezve, hogy $\varphi(t) = \sqrt{t}$ és x , illetve (y, s) szigorúan megengedett megoldása a (P_ν) és (D_ν) feladatoknak, a (4) lineáris rendszerhez jutunk

.

7. Egy új primál-duál algoritmus

Legyen $\nu_+ = (1 - \theta)\nu$, ahol $0 < \theta < 1$. Vezessük be a következő jelöléseket is:

$$r_b^0 = b - Ax^0, \quad r_c^0 = c - A^T y^0 - s^0.$$

Feltételezve, hogy x és (y, s) szigorúan megengedett megoldásai a (P_ν) és (D_ν) feladatoknak,

egy olyan $(\Delta^f x, \Delta^f y, \Delta^f s)$ lépést határozunk meg, amelyre a kapott vektorok a (P_{v^+}) és (D_{v^+}) feladatoknak megengedett megoldásai lesznek. Így a következő összefüggést kapjuk:

$$\begin{aligned} A\Delta^f x &= \theta v r_b^0, \\ A^T \Delta^f y + \Delta^f s &= \theta v r_c^0, \\ s\Delta^f x + x\Delta^f s &= 2\left(\sqrt{\mu x s} - x s\right). \end{aligned} \quad (7)$$

A centrális úttól való távolság mérésére a következő kifejezést használjuk:

$$\sigma(v) = \sigma(x, s; \mu) = \frac{\|P_v\|}{2} = \|e - v\|.$$

Az algoritmust az alábbi módon adható meg:

Algoritmus. (Primál-duál nem megengedett algoritmus)

Legyen $\varepsilon > 0$ a pontossági paraméter és $0 < \theta < 1$ a redukciós paraméter (alapértelmezett érték $\theta = \frac{1}{8n}$). Feltételezzük, hogy adottak az (x^0, y^0, s^0) kezdeti értékek, amelyekre $x^0 > 0$, $s^0 > 0$ és $x^0 s^0 = \mu^0 e$. (alapértelmezett értékek $x^0 = \xi e$, $y^0 = 0$, $s^0 = \xi e$, $\mu^0 = \xi^2$, ahol $\xi > 0$).

begin

$x := x^0$; $y := y^0$; $s := s^0$; $\mu := \mu^0$; $v = 1$;

while $\max(x^T s, \|b - Ax\|, \|c - A^T y - s\|) \geq \varepsilon$ **do begin**

$\mu := (1 - \theta)\mu$;

$v := (1 - \theta)v$;

$(x, y, s) := (x, y, s) + (\Delta x, \Delta y, \Delta s)$;

end

end.

8. Következtetés

Olyan gyakorlati példákat mutattunk be, amelyek lineáris optimalizálási példákhoz vezetnek. Emellett egy új nem megengedett belsőpontos algoritmust határoztunk meg, amely új keresési irányokat használ fel a centrális út követése céljából.

Köszönetnyilvánítás

A szerző köszönetét fejezi ki a Collegium Talentum által biztosított kutatási támogatásért.

Felhasznált irodalom:

- [1] Zs. Darvay. New interior point algorithms in linear programming. *Advanced Modeling and Optimization*, 5(1):51-92, 2003.
- [2] Zs. Darvay, A. Mester, I. Papp, and P. Takacs. An infeasible interior-point algorithm with one centering step in a major iteration. Technical Report TR_EME_MI_13_01, Transylvanian Museum Society, Cluj-Napoca, 2013.
- [3] N.K. Karmarkar. A new polynomial-time algorithm for linear programming. *Combinatorica*, 4:373-395, 1984.
- [4] I.J. Lustig. Feasibility issues in a primal-dual interior-point method for linear programming. *Mathematical Programming*, 49(1-3):145-162, 1990.
- [5] C. Roos. A full-Newton step $O(n)$ infeasible interior-point algorithm for linear optimization. *SIAM J. Optimization*, 16(4):1110-1136, 2006.
- [6] Gy. Sonnevend. An "analytic center" for polyhedrons and new classes of global algorithms for linear (smooth, convex) programming. In A. Prekopa, J. Szelezsán, and B. Strazicky, editors, *System Modelling and Optimization: Proceedings of the 12th IFIP-Conference held in Budapest, Hungary, September 1985*, volume 84 of *Lecture Notes in Control and Information Sciences*, pages 866-876. Springer Verlag, Berlin, West-Germany, 1986.
- [7] K. Tanabe. Centered Newton method for linear programming: Interior and 'exterior' point method. In K. Tone, editor, *New Methods for Linear Programming*, volume 3, pages 98-100. 1990. In Japanese.
- [8] Wayne L. Winston. *Operations Research. Applications and Algorithms*. Aula Press, Budapest, 2003. (In Hungarian).
- [9] Y. Ye. *Interior Point Algorithms, Theory and Analysis*. John Wiley & Sons, Chichester, UK, 1997.

Elérhetőség:

E-mail: t_petra92@yahoo.com

Telefon: +40741127272

Postai cím: Kolozsvár (Cluj-Napoca) , Arieşului utca, 11. szám, 400441

A PROSTITÚCIÓ POLITIKAI MEGÍTÉLÉSE MAGYARORSZÁGON A XIX. SZÁZAD MÁSODIK FELÉBEN

The assessment of prostitution in Hungary during the second half of
the 19th century

Tótság Áron

A Nagyváradi Egyetem II. éves MA hallgatója³²

Összefoglaló

A XIX. század második felében, pontosabban a dualizmus korszakában addig még nem tapasztalt gazdasági növekedés vette kezdetét. A városok lakosainak mindezzel együtt a fejlődés árnyoldalaival is szembesülniük kellett. Ilyen volt az egyre nagyobb méreteket öltő prostitúció. Ez nem új keletű jelenség, de a hatóságok a korábbi korokhoz képest másfajta hozzáállása, mely a szabályozásban öltött testet új utakra terelte azt.

Dolgozatunkban arra teszünk kísérletet, hogy bemutassuk, a hatalmi struktúra, hogyan és milyen módon befolyásolta Magyarországon a városi prostitúció jelenségét.

Abstract

In the second half of the 19th century, more exactly during the period of dualism, the economy started to grow in a way that have never been seen before. But at the same time, the inhabitants of towns had to face the night-side of the development. This included the more and more widely spread prostitution. The phenomena of prostitution was not new-fangled, but the totally different approach of the authorities and the new reglementations reformed it.

Through our dissertation we make an attempt to present the way the power structure affected the phenomena of prostitution in Hungary.

Bevezetés

A XIX. század második felében, pontosabban a dualizmus korszakában addig még nem tapasztalt gazdasági növekedés vette kezdetét. A városok lakosainak mindezzel együtt a fejlődés árnyoldalaival is szembesülniük kellett. A prostitúció nem új keletű jelenség, de a hatóságok a

³² A Nagyváradi Egyetem II. éves MA hallgatója. A kutatás létrejöttét a Collegium Talentum ösztöndíja tette lehetővé.

korábbi korokhoz képest másfajta hozzáállása, mely a szabályozásban öltött testet új utakra terelte azt. Alain Corbin ezt a következőképpen fogalmazta meg: „*a prostitúció funkciót vált, a prostituált pedig maszkot s ezt nagyon jól tükrözi a kapitalista struktúrák fejlődésének újabb szakaszát a városi társadalmon belül.*”³³

Dolgozatunkban kísérletet teszünk annak összefoglalására, hogy a hatalmi struktúra, hogyan és milyen módon befolyásolta Magyarországon a városi prostitúció jelenségét. Ehhez elsődleges forrásként a főváros és a törvényhatósági jogú városok egyes szabályrendeleteit használjuk fel. Mindezt kiegészítve a szakirodalommal.

A korabeli diskurzus

Ahhoz, hogy megértsük, mi vezette a hatóságokat a prostitúció elleni szigorú fellépéshez röviden át kell tekintenünk, a jelenségről kialakult korabeli diskurzusokat. Ez ügyben a történész sok esetben ki van téve a források torzító hatásainak. Ennek oka, hogy a közlőt sokszor determinálja, korlátozza szakmája, műveltsége, politikai irányultsága és végső soron üzenetének célja, amelyet közvetíteni szeretne. További nehézséget okoz, hogy maguk a kéjnlők nem tudnak reagálni az őket érintő reakciókra. Ennek oka, hogy nem maradt fenn, legalábbis nem ismerünk ebből a korszakból olyan közvetlen forrásokat, amelyeket a társadalom többi tagjának a véleményével kontrollként szembeállíthatnánk. Sovány vigasz, de más jellegű forrásokból legalább rekonstruálhatóak azok az okok, amelyek valakit a prostitúció útjára sodortak.

A korabeli prostitúciót övező diskurzusok teljes feldolgozása még várat magára, Mátay Mónika kutatásai azért adhatnak némi támpontot. A történésznő tanulmányában egy kettős gyilkosság kapcsán a prostitúcióról, a korabeli sajtóban kibontakozó politikai, társadalmi, orvosi és morális diskurzus kialakulásáról tudósít. Véleménye szerint a gyilkosság (Végh-ügy) apropót adott arra, hogy olyan aktuális témákat emeljenek be a közbeszédbe, mint a nagyvárosi bűnözés, és a prostitúció. Szerinte a sajtóviszhangot csak még jobban felerősítette a rendőrség tehetetlensége, felkészületlensége, korrupciós ügyei, a bűnüldöző tevékenység fejletlensége és színvonaltalansága.³⁴ Magyarországon a prostitúcióra az amúgy is „érzékeny” sajtó reagált elsőként. Ezt követően az 1870-es években megjelennek az első röpiratok és tudósítások, amelyek a prostitúció térhódításaival és társadalmi hatásaival foglalkoznak. De a századforduló körül, már az írók is felfedezték maguknak. Ezzel új irodalmi műfaj született: a realista

³³ ALAIN CORBIN, 1999, 215 p.

³⁴ MÁTAY MÓNIKA 2003, 7 p.

városportré.³⁵ Mindez a 20. század elején pedig kiegészül a szociológiai és riporterri módszerekre építkező munkákkal. A korabeli sajtóban megnyilvánuló prostitúcióra vonatkozó diskurzusokat vizsgálva Frances Finnegan arra a következtetésre jutott, hogy az a nők bűnéből fakad és ez a természet adta hajlamuk.³⁶ Sokan az erkölcsösség hiányában, a bűnözésre való hajlamban és a vallásosság hiányában keresték a prostituálódás okait. Szécsényi Mihály a budapesti királyi büntetőtörvényszék 1918-as peres iratait vizsgálva (97-et követett el kéjné), megállapította, hogy a prostituáltak elsősorban megélhetési gondjaik miatt követtek el bűncselekményeket. Mindez kisebb nagyobb értéktárgyak eltulajdonításában nyilvánult meg.³⁷ A sajtóban és röpiratokban előszeretettel állították párhuzamba a kéjnéket a „tisztességes asszonyokkal”. Ezekben a művekben az előbbit a rendtelenség, a káosz, a tisztátalanság, az instabilitás, a megbízhatatlanság, a kicsapongás, a szexuális túlfűtöttség, jellemvonások megtestesítőiként könyvelték el. Olyan személyt véltek felfedezni a kéjnében, aki a polgári értékrendtől eltérő deviáns személyt elevenít meg.³⁸ A korabeli diskurzusokban a prostituáltat a kollektív társadalom normájaként elfogadott viselkedési mintától eltérő emberként festették le. Ezzel a megengedett és a nem megengedett viselkedési normatíva fokmérőjévé vált.

A prostituálódás okai a történeti kutatások tükrében

A prostitúció korabeli megítélése nem nélkülözheti a prostituálódás okainak a megismerését sem, mivel a kettő kiegészíti egymást. Ez által megtisztítható a prostitúció valós okai a hozzá tapadt társadalmi előítéletektől, melyektől sok esetben a ma embere sem mentes.

Az iparosodás következtében végbemenő társadalmi átrétegződésből a férfiak jöttek ki jobban. Ők végezheték a szakképzett kifinomult ipari feladatokat, addig a nőknek csak a szakképzetlen alulfizetett munka maradt.³⁹ Ez azért fontos információ, mert a szakmunkások kb. kétszer annyit kerestek (!), mint a szakképzetlenek.⁴⁰ A munkát nem csak alulfizették, de még túl is dolgoztatták a munkásokat. A munka általában hajnalban kezdődött és késő estig tartott.⁴¹ Az iparosodás következtében korlátozottan ugyan, de jelentek meg munkalehetőségek a nők számára is. A Központi Statisztikai Hivatal 1891. évi adatai, Budapesten női foglalkozásként a következőket jelölik meg: napszámos, cseléd, női kézimunka, alamizsnából

³⁵ A műfaj gyökerei az 1840-es évekig nyúlnak vissza. Képviselői: Nagy Ignác, Kuthy Lajos, Szentesi Rudolf, Kiss József, Molnár Ferenc, Tábori Kornél

³⁶ FRANCES FINNEGAN 1999b, 132 p.

³⁷ SZÉCSÉNYI MIHÁLY 2008, 186–187 p.

³⁸ MÁTAY MÓNKA 2003, 13 p., BOKOR ZSUZSA 2008, 168 p.

³⁹ ANNE PHILLIPS–BARBARA TAYLOR 2001, 187, 196–197 p., ROSALIND MILES 2000, 258 p.

⁴⁰ ANNE PHILLIPS–BARBARA TAYLOR 2001, 188 p., SÁNDOR VILMOS 1954, 261–264 p.

⁴¹ ROSALIND MILES 2000, 215 p., PALÁDI KOVÁCS ATTILA 2000, 265 p.

élő, magánzó, szabónő, mosónő, tanítónő, háztulajdonos, nyugdíjas, ruhavarrónő, kofa.⁴² Később a középosztályból származó nők számára új munka lehetőségek is kialakultak, mint a tanítás, a postai vagy egyéb irodai munka.⁴³ Az alacsony kereslet végső soron arra csábította és kényszerítette a nők egy részét, hogy a kevés fizetésüket a prostitúcióból származó keresménnyel növeljék. Mivel egy kéjő akár egy nap alatt annyit kereshetett, mint más nő egy hét alatt.

A városok lakosságának a robbanásszerű növekedése, illetve a munkaképes korú nők kilátástalan helyzete magával vonta a városi szegénység elterjedését is. Ezek a személyek szegénynegyedekbe, túlszűfolt nyomortanyákba tömörültek. Sok esetben kénytelenek voltak albérlővel, ágybérlővel megosztani lakásukat, hogy többfelé oszlódjon a lakbér.⁴⁴ Jól megvilágítja a helyzetet Buda és Pest lakáséhsége is. Míg a lakosság 1857–1872 között 50%-al, addig, ugyanebben az időben a lakások száma, csupán 29%-al emelkedett.⁴⁵ „*Ilyen környezetben a szüzesség tünékeny, hamar múló és olcsó jószág*”.⁴⁶ Ebben a városi közegben átértékelődik a szexualitás, egyszersmind az erkölcs szerepe is. A polgári rétegek számára, –de nem kizárólag– a házasság előtt álló leányok szüzessége fontos tényező volt. Mindez egy olyan világban, ahol a férfiak szexuális életét a promiszkuitás jellemzi. Ebben a helyzetben a prostitúció olyan, mint „*a fényes palotában a csatorna, levezette a fölösleget és szennyet a társadalom szexuális életéből*”⁴⁷ Ennek gyökerei a középkorig nyúlnak vissza. A férfi és a női nem erkölcsi megítélése kettős mércével zajlott a korban. Ami a nőnek megbocsájthatatlan volt, azt a férfi esetében csupán egy egyszerű félrelépésként könyvelték el.⁴⁸ A férfiak változatos kicsapongó szerelmi életét a közmegítélés sok esetben természetesnek fogadta el. Forrai Judit mindezt a férfi szerepkörének kettős viselkedési értékével (double standard) magyarázza.⁴⁹ Schreiber Emil ugyancsak a jelenség okait vizsgálva arra a megállapításra jutott, hogy a fiatal leányok prostituálódását a legtöbb esetben „*nem a nyomor, a munkanélküliség, hanem hiányos elhanyagolt nevelés, a környezet káros befolyása, csábítás és kerítés okozzák*”⁵⁰.

Röviden összefoglalva, a prostituálódás okait három fő kategóriába soroljuk: 1. gazdasági (munkanélküliség, alacsony fizetés, korlátozott munkalehetőség, szegénység, zsúfoltság), 2. társadalmi és szociális (nevelés, környezet, oktatás, eltérő nemi szerepkörök,

⁴² FORRAI JUDIT 2004, 129 p.

⁴³ DOBSZAY TAMÁS–FÓNAGY ZOLTÁN 2005, 408–409 p.,

⁴⁴ GYÁNI GÁBOR 1992, 75–76 p., FRANCES FINNEGAN 1999a, 132 p., . E.M. SIGSWORTH–T.J. WYKE 1999, 144 p.

⁴⁵ GYÁNI GÁBOR 1992, 34 p.

⁴⁶ FRANCES FINNEGAN 1999a, 132 p.

⁴⁷ SUSAN P. CONNER 1999, 102 p.

⁴⁸ SZOMSZÉD ANDRÁS 1999, 5 p., FÁBRI ANNA 2009, 25 p., ALAIN CORBIN 1999, 218 p.

⁴⁹ FORRAI JUDIT 2011, 60 p.

⁵⁰ SCHREIBER EMIL 1917, 142 p.

kényelem –a könnyebben megszerezhető pénz vonatkozásában) 3. erkölcs és szexualitás (sűrű együttlakás, a nemi élet nyílt feltárása, a férfi és a nő szexualitásának a dichotómiája, hiszékenység). Ebből is látható, hogy a prostitúciót nem lehet csak egyetlen egy jelenséggel magyarázni. Okai kizárólag a maga komplexitásában válnak értelmezhetővé.

A megtúrt és szabályozott prostitúció: a reglementarizmus

Elérkeztünk dolgozatunk azon részéhez, amelyben megkíséreljük összefoglalni, hogy a hatalmi struktúrák, mint a politikai hatalom letéteményesei, hogyan is viszonyultak a prostitúcióhoz.

Az országos vezetés nem szándékozott foglalkozni a prostitúció kérdésével. Az egészségügyre vonatkozó törvény (1876. évi XIV. tv.) 89. §-a mindössze a „bujakór” járvánnyá dagadása esetén írja elő a kötelező gyógykezelést. Továbbá explicit módon kijelenti, hogy „*a kéjelgési ügy, amennyiben a közegészségre vonatkozik, rendeleti úton szabályoztatik*” (91.§). A törvényhozás ezzel a városok hatáskörébe utalta a prostitúció helyzetének a megoldását. Ezért a városok saját maguk szálltak ringbe, hogy leküzdjék az egyre nagyobb méreteket öltő prostitúciót. Lehetőséget teremtett erre a városok dualizmus korában kialakult hangsúlyozott municipális önállósága is. Saját adminisztrációval, vagyonnal és szabályrendeletekben megnyilvánuló jogalkotással. Így született meg 1867-ben Pest városában a rendőrséggel karöltve belügyminiszteri jóváhagyással az első modernkori magyar szabályrendelet.⁵¹ A szabályrendelet alkotói, már a preambulumban leszögezték, hogy a prostitúció legalizálásának okai az erkölcs, a közbiztonság megőrzésében és a nemi betegségek visszaszorításában keresendő. Másfelől ott van a „*kényszerűség*”, hogy ha már megszüntetni nem tudja, akkor legalább próbálja meg szabályozni azt.

Az 1867-ik évi pesti szabályrendelet mérföldkő a magyarországi prostitúció történetében, mivel új alapokra helyezte a prostitúció közjogi megítélését. Másrészt mintául szolgált más városok szabályrendeleteinek a megalkotásához: 1880 Gyulafehérvár⁵², 1882 Székesfehérvár⁵³, 1884 Sopron⁵⁴, 1885 Szászsebes és Nagyenyed⁵⁵, 1888 Nagyvárad⁵⁶, 1890 Győr⁵⁷, Kolozsvár⁵⁸ és Keszthely⁵⁹, 1894 Gyöngyös⁶⁰, 1895 Pécs⁶¹, 1896 Kecskemét⁶², 1905

⁵¹ Grósz Lajos Orvosi rendőrség című munkájában már 1863-ban felvetette a kénjölgyek orvosi vizsgálatát.

⁵² LUCIAN DĂRĂMUȘ 2003, 228 p.

⁵³ CSURGAI HORVÁTH JÓZSEF 1999, 48 p.

⁵⁴ GÜNTNER PÉTER 1999, 34 p.

⁵⁵ LUCIAN DĂRĂMUȘ 2003 246 p.

⁵⁶ TÓTÓS ÁRON 2012, 4 p.

⁵⁷ BANA JÓZSEF 1999, 31 p.

⁵⁸ BOKOR ZSUZSA 2006, 218 p.

⁵⁹ HALÁSZ IMRE 1999, 92 p.

⁶⁰ HORVÁTH LÁSZLÓ 1999, 109 p.

⁶¹ MÁRFI ATTILA 1999, 120 p.

Abrudbánya⁶³, 1909 Budapest⁶⁴, 1910 Miskolc⁶⁵ stb. Ezek a pesti szabályrendeletet vették alapul, úgy, hogy közben kisebb-nagyobb mértékben adaptálódtak az adott település sajátos gazdasági és társadalmi helyzetéhez.

A reglementációk külön fejezetekben foglalkoztak a kéjnökkel a bordélyházak tulajdonosaival, magukkal a létesítményekkel és nem utolsósorban a rendőrségi és orvosi hatóságok prostitúcióval kapcsolatos teendőivel.

A kéjnök

A szabályozás megteremtette a kéjnök három formáját: a bordélyházit, a magánkéjnököt (Budapest esetében ennek két fajtáját is elkülönítették: 1. bárcás kéjnök, ők csak a rendőrség által kijelölt lakásokban tevékenykedhettek és 2. igazolványos kéjnök, olyan nők, akik egyéb rendes foglalkozásuk mellett a kéjelgést keresetszerűleg is űzték. Ők bárca helyett igazolványt kaptak) és titkos kéjnök (ők a rendőrség által voltak megfigyelve).⁶⁶ Az első két kategória közös jellemzője, hogy kéjbárcával rendelkeztek és kötelező orvosi vizsgálatnak kellett alávetniük magukat. A kéjnök helyzetének igazolására szolgált a bárca, az igazolvány és az egészségi lap. Ezeket a városi tanácsok állították ki, a rendőrséggel karöltve. Az egészségi lap az orvosok számára bírt jelentőséggel, mivel ide jegyezték fel a vizsgálat eredményeit. A szabályozás lehetővé tette a kuncaftok számára, hogy ezeket az igazolványokat az aktus előtt elkérjék a kéjnöktől. Ez egyfajta biztosítékot jelentett a kliens számára, mivel ebből megállapíthatták, hogy védve vannak-e vagy sem a különböző nemi betegségektől.

Azt, hogy kiből lett kéjnök nem tudjuk a teljesség igényével megállapítani. Ennek két fő oka van. Az egyik, hogy az erre vonatkozó források elég lakonikusak vagy feltáratlanok, a másik, hogy többségében csak a bordélyházi és magánkéjnökről maradtak fenn feljegyzések. A titkos kéjnök előző foglalkozására, társadalmi hovatartozására, csupán az első két kategória adataiból következtethetünk. Gyáni Gábor a cselédséget vizsgálva rámutatott arra, nagyon sokan a prostitúcióra, élethossziglani cselédségre, öngyilkosságra vagy kivándorlásra adták a fejüket.⁶⁷ Más kutatások is rámutattak, arra, hogy nagyon sok fiatal leány–nő próbált szerencsét az iparosodó városokban.⁶⁸ S mivel az ismeretlen terepen nehezebben tudtak boldogulni, ezért nagyon sokan a prostitúciót választották. Ennél már könnyebben behatárolható a kéjnök kora.

⁶² KECSKEMÉT SZABÁLYRENDELETE 1896, 352 p.

⁶³ LUCIAN DĂRĂMUȘ 2003 246 p.

⁶⁴ BUDAPEST SZABÁLYRENDELETE 1909, 385 p.

⁶⁵ GÜNTNER PÉTER 1999, 35 p.

⁶⁶ SZÉCSÉNYI MIHÁLY 2008, 183–184 p.

⁶⁷ GYÁNI GÁBOR 2002, 377 p. 388–390 p.

⁶⁸ TAKÁR ZSUZSANNA 2002, 325 p. HORVÁTH LÁSZLÓ 1999, 107 p.

Ugyanis a piaci elvnek megfelelően a prostituáltak legnagyobb része kiskorú vagy fiatalos nő volt. Ezért is határozták meg a szabályrendeletek, hogy 17 év alatt senki nem lehet kéjnök.⁶⁹

A szabályozások összhangban álltak a városrendezéssel is. Lényegében arról van szó, hogy a modern városok küllemének a kialakítói, már nem óhajtották eltérni a kéjnök jelenlétét. Ezért nagymértékben korlátozták a mozgásterüket. Például, nem csavaroghattak az utcán, tilos volt a kacérkodás vagy a kirívó viselkedés. Nem járhattak szétbontott hajjal vagy kitakart kebellet. Színházakban, hangversenyeken csak a rendőrség által kijelölt helyekre ülhetek.⁷⁰ Ezzel a városok vezetői elejét akarták venni annak, hogy az újonnan kialakított parkokban és tereken sétáló és esténként színházakba és éttermekbe járó polgárok időtöltését lerongyolódott, szegényebb társadalmi rétegekből származó kéjnök, csavargók zavarják meg, akik amúgy sem felelnek meg a középosztály mentalitásának, normáinak.

Orvosok és rendőrök a prostitúció szolgálatában

Mint már korábban utaltunk rá a hatalom képviselői számára a prostitúció egészségügyi problémát is jelentett. Ezért nem kevés figyelmet fordítottak a kötelező orvosi vizsgálatok bevezetésére és annak betartására. A vizsgálatokat, általában hetente kétszer hatósági orvosok végezték. Munkájukat nővérek segítették. A tisztii főorvos feladata a vizsgálatok ellenőrzésében és az egészségre vonatkozó szabályok betartatásában merült ki. Magánorvosokat nem vontak be a vizsgálatokba, mivel az visszaélésre adhatott volna okot.⁷¹ A kötelező orvosi vizsgálat bevezetése nyomán a kéjnök életében ellenállás alakult ki a testükbe hatoló vizsgálati eszközökkel szemben. Nagyon sokan hangot adtak azon véleményüknek, hogy a „vizsgálatra elmenni rosszabb, mintha húsz férfival lenne egyszerre”⁷². A kéjnök az eljárást egyszerűen erkölcsstelen és megalázó gyakorlatnak bélyegezték. Judith R. Walkowitz a nemi erőszak egyfajta intézményesített műszerrel végrehajtott formájaként tekint az orvosi vizsgálatokra, amely lehetetlenné tette, hogy a nyilvántartott nők szétválasszák életük nyilvános és magánszféráját. Véleménye szerint a vizsgálatok az önbecsülés lerombolásához, az énkép átfórmáláshoz vezettek.⁷³

A rend őreire is fontos feladatok hárultak. A kéjnök, bordélyházvezetők és bordélyházaik nyilvántartása. Betartatták a szabályrendeleteket, azok megszegése esetén pedig azonnal közbe léptek. A rendelet megsértőit elzárással és pénzbírsággal is büntethették (az 1879. évi XL. tc. 81.

⁶⁹ Budapesten 1916-ban a rendőrségi razziát követően előállított kéjnök 48%-a (952 személy) 20 éves vagy annál fiatalabb volt. SCHREIBERER EMIL 1917, 139 p.

⁷⁰ PEST SZABÁLYRENDELETE 1867, 335–336 p.

⁷¹ 1873-ban Bécsben volt ilyen irányú kísérlet, de az kudarcba fulladt. SCHREIBER EMIL 1917, 122 p.

⁷² JUDITH R. WALKOWITZ 1999, 177 p.

⁷³ Uő, 177 p.

§). A rendőrségnek lényegében egyetlen egy célja volt: a könnyebb kontroll és nyilvántartás érdekében egy helyre zsúfolni és ott tartani a kéjnéket. Így az egészségügyi kontroll is könnyebben véghezvihető feladatnak tűnt. A kéjnök – és nemcsak ők – ki voltak téve a rendőrség folyamatos zaklatásának is. Ennek következtében minden olyan nő, ahol a test promiszkuitásának még csak a gyanúja is felmerült potenciális prostituálttá vált a rendőrség szemében. Azokat a személyeket pedig, akikre sikerült rábizonyítani a prostitúciót azonnal nyilvántartásba vették és kéjbárca kiállítására kötelezték. E miatt sokan csak nehezen vagy egyáltalán nem találtak maguknak másfajta munkát. A stigmatizálás következményeként, ezek a nők akarva akaratlanul megrekedtek a „kéjnői” státuszukban. Mindez elvezetett a prostituáltak sajtóságosan kijelölt és azonosított professzionális osztálya formálódásához.⁷⁴ Hasonló következtetésekhez jut Susan P. Connor is. Szerinte a prostitúciót, mint hivatást éppen a szabályozás, a szexualitás állami ellenőrzése teremtette meg. Ettől kezdve a prostitúció megszűnt alkalmi, részidős foglalkozás lenni.⁷⁵

A reglementarizmus sajátossága: a bordélyházak

Azt már a fentebbi ismeretek kapcsán is kijelenthetjük, hogy a hatóságok célja a kéjnök feletti totális kontroll volt. Ehhez asszisztáltak a rendőrök és az orvosok. Munkájukat azonban nem tudták volna elvégezni a bordélytulajdonosok hathatós segítsége nélkül. Ami, mint később látni fogjuk inkább csak nehezítette a hatóságok prostitúció elleni küzdelmét.

Ezek a személyek mai terminussal élve igazi *managerekként* tevékenykedtek. Sok esetben egy asszonynak, vagy akár hajadonak, több bordélyház is a tulajdonát képezte, vagy mint bérlők bukkannak fel az okiratokban. A szabályok értelmében csak egy bizonyos kort megélt büntetlen előéletű –és mint a kutatások is bizonyítják– többségében női személy nyithatott és vezethetett bordélyházat.⁷⁶ A levéltári források tanulsága szerint a bordélyt vezető személyek miután „kiöregedtek”, gyermekeikre, vagy egy általuk preferált kéjnőjükre hagyták a bordélyházakat.⁷⁷ A létesítmények vezetői a *madame*-ok nemcsak a hatalom képviselői által kidolgozott rendszernek az egyik pillérei voltak, akik felügyelték a kéjnök működését. Tevékenységük ezen túl mutat. Ugyanis ahhoz, hogy létesítményük képes legyen kielégíteni a kliensek igényeit szükség volt a kéjnök folyamatos frissítésére. Történt mindez olyan körülmények között, hogy a szabályok explicit módon kimondták, hogy kéjnöket szigorúan tilos

⁷⁴ Uő, 183 p.

⁷⁵ Susan P CONNER 1999, 120 p.

⁷⁶ HORVÁTH LÁSZLÓ 1999, 112 p.

⁷⁷ HALÁSZ IMRE 1999, 76 p.

bordélyházba csábítani.⁷⁸ Legálisan tehát csak a rendőrség által tetten ért nők választhatták tevékenységük bordélyházakban történő folytatását. Mindez értelemszerűen nem elégítette ki a piaci igényeket. Ezért a bordélyházak vezetőinek más utakról kellett rekrutálniuk a kéjnéket. Bana József a győri bordélyházak kialakulását vizsgálva arra a megállapításra jutott, hogy a tapasztalatlan falusi leányokat a bordélyok vezetői könnyen elcsábították az általuk kínált hitellel (ruházatra, lakásra és étellel). Ez csakhamar nagy összegre emelkedett, ezért a *madame*-ok az összeg kifizetése ellenében egy másik létesítmény vezetőjének adták az eladósodott kéjnéket.⁷⁹ Lucian Dărămuș a gyulafehérvári prostitúciót kutatva ugyancsak felfigyelt a prostitúció és a leánykereskedelem közötti összefüggésre.⁸⁰ Horváth László az egri bordélyházak vizsgálata kapcsán kimutatta, hogy a város bordélyházai az örömlányok kereskedésében a földrajzi közelség miatt egy Nagyvárad–Debrecen–Nyíregyháza–Kassa–Miskolc–Eger „szakmai” hálózathoz kapcsolódnak. Lucian Dărămuș az erdélyi hálózat központját Kolozsvárra teszi. Országos viszonylatban a legfontosabb központnak mégis csak Budapest számított. Egyes kutatások szerint Európa leánykereskedelmének a központja is Budapestre esett.⁸¹ Az export tekintetében a legtöbb leányt Argentínába, Brazíliába, Romániába (innen Oroszországba kerültek) vitték ki. Odessza, Konstantinápoly vagy nyugatra dél franciaországi kikötőkön keresztül. Bár pontos adatok, nincsenek de sok kéjné került a buenos airesi Hungara nevű bordélyházba.⁸²

A modern városokat kialakító városrendező elv érvényesült a bordélyházak elhelyezésének tekintetében is. A szabályozás értelmében bordélyházat csak félre eső helyen iskoláktól és középületektől távol lehetett nyitni.⁸³ Gondosan ügyeltek arra is, hogy a bordélyházak utcára nyíló ablakai egész nap be legyenek függönyözve. Bokor Zsuzsa arról számol be, hogy Kolozsváron a legtöbb bordélyház a város központjában található.⁸⁴ Akadnak azonban kivételek is. Győr városának civil lakossága összefogott és ügyvédek segítségével kérések tömkelegét fogalmazta meg, melynek célja a bordélyházak bezárása volt. A folyamatos kérelmek hatására a hatóság erélyes fellépésére három bordélyház kivételével minden bordélyházat sikerült egy utcába tömöríteni. Igaz, egy fajta *modus vivendi* alakult ki, ugyanis az adott utca közel esett a katonákat elszállásoló kaszárnyákhoz.⁸⁵ Ennek oka, hogy a katonák

⁷⁸ TÓTÓS ÁRON 2012, 7 p.

⁷⁹ BANA JÓZSEF 1999, 18 p.

⁸⁰ LUCIAN DĂRĂMUȘ 2003, 240 p.

⁸¹ GÜNTNER PÉTER 1999, 33 p.

⁸² SCHREIBEL EMIL 1917, 190, 193–196 p., SZŐÖR ANNA 2008, 16–17 p.

⁸³ HALÁSZ IMRE 1999, 92 p.

⁸⁴ BOKOR ZSUZSA 2006, 218 p., Uő., 173–174 p.

⁸⁵ BANA JÓZSEF 1999, 16–17 p.

tették ki a kliensek egy jelentős részét.⁸⁶ Hasonló elv alapján adott engedélyt bordélyok nyitására Nagyváradon is a városi tanács. Ezek többségében a császári és királyi huszár laktanya, a Magyar királyi Honvéd Hadapród Iskola, a Tüzér laktanya és a Honvéd Huszár laktanya közelében nyíltak. Kivételt csupán a Nagy Vásár Tér körüli bordélyházak jelentettek.⁸⁷ Székesfehérváron a Lövő utca lakosai elérték, hogy csak egy bordélyház maradjon az utcájukba. A másik négyet pedig átköltöztették a város más részeibe. A város vezetőinek oly mértékben sikerült a gyakorlatba is átültetnie a szabályrendeletek betűit, hogy a bordélyok ablakait vas vagy fatáblákkal borították.⁸⁸

A 20. század elejére a városok vezetőinek be kellett látnia, hogy a kéj nőknek a bordélyházakban történő elhelyezése nem oldotta meg a prostitúció problémáját. Ezt a folyamatot nagyon jól érzékelteti a nagyvárad bordélyházak számának csökkenése a vizsgált korszakban: 1867-ben 18–20 bordélyház működött hivatalosan, míg 1888-ban 11 volt nyitva a publikum számára, addigra 1915-ben már csak 7 bordélyház maradt.⁸⁹ Beszédes Budapest engedélyezett bordélyházainak, a számának a változása is: 1885-ben 62, 1895-ben 38, 1910-ben pedig 10 bordélyház.⁹⁰ Ugyanez a jelenség figyelhető meg más iparosodó országokban is.⁹¹ A 19. század végétől egyre kevesebb kéj nőt és bordélyházat tartanak számon. Erre vonatkozóan mondta egy kéj nő a prostitúciót vizsgáló amerikai Abraham Flexnernek, hogy „*csak a hülyék jegyeztetik be magukat*”⁹². De akkor mi történik a kéj nővel? A felvetett kérdésre Budapest 1909. évi szabályrendelete válaszol. Ebből megtudjuk, hogy a bordélyházak mellett megjelennek a találkahelyek, a nagyobb számban együtt lakó magánkéj nők elhelyezésére szolgáló magánkéj nőtelepek. Míg mások a szórakoztató ipar különböző ágazatában foglalják el helyeiket, úgy, mint a kávéházak, orfeumok, éttermek, különböző italmérések és egyéb éjjeli mulatóhelyek.⁹³ A prostitúció így már egy komplexebb kikapcsolódást nyújtó program részeként jelenik meg.

A prostitúció felüti fejét az úgynevezett garniszállókban is.⁹⁴ Erre vonatkozóan Borai Ákos a következő definíciót adja: „*a szálloda küllemét végül is magánviselő olyan sajátos intézmény, amely kizárólag a prostituáltak és klienseik szerelmi légyottjaira s nem pedig a*

⁸⁶ JUDITH R. WALKOWITZ 1999, 109 p., E.M. SIGSWORTH–T.J. WYKE 1999, 152 p., HALÁSZ IMRE 1999, 75 p., LAURE ADLER 2004, 113 p.

⁸⁷ TÓTÓS ÁRON 2012, 4 p.

⁸⁸ CSURGAI HORVÁTH JÓZSEF 1999, 47 p.

⁸⁹ Hasonló folyamatok játszódtak le más városok esetében is, például Sopronban. GÜNTNER PÉTER 1999, 38 p.

⁹⁰ SCHREIBER EMIL 1917, 106 p.

⁹¹ LAURE ADLER 1999, 229–233 p.

⁹² RICHARD J. EVANS 1999, 256 p.

⁹³ LAURE ADLER 1999, 78, 90 p., FORRAI JUDIT 2004, 112–115 p., BUDAPEST SZABÁLYRENDELETE, 395–399 p.

⁹⁴ SZÉCSÉNYI MIHÁLY 1999, 57 p.

szállásvendég elhelyezésére szolgál”⁹⁵. A magánkéjnéptepek lényegében a bordélyházak utódai.

Következtetés

Dolgozatunkban megpróbáltuk összefoglalni azt, hogy a magyar politikum, hogyan is viszonyult egy a 19. század második felében elharapódzó társadalmi problémához. Mint kiderült országos szinten a politikai vezetés nem óhajtott foglalkozni a jelenséggel. A városok hatáskörébe utalta azt. A politika helyi képviselői, a városi tanácsosok pedig a rendőrséget és az orvosokat is mozgósították a prostitúció megregalulzására. Tették mindezt azon elv alapján, hogy ha már megállítani nem tudják, akkor legalább próbálják meg kezelni azt. Ezt teszi érdekessé és egyedivé a korszak prostitúciótörténetét.

Munkánkban igyekeztünk a kiemelni a magyarországi reglementációk azon aspektusait, amelyek egyidejűleg jelen voltak, mondjuk a fővárosban, Győrben, vagy éppen Marosvásárhelyen, kihagyva ezúttal azokat a helyi sajátosságokat, amelyek egyedivé és lokálissá tették a prostitúció jelenségét.

Irodalomjegyzék

- ADLER, LAURE 2004: *Casele de toleranță între 1830 și 1930*. Bukarest, 2004. Corint Kiadó.
- ADLER, LAURE 1999: Szerelem az utcán. In: LÉDERER PÁL: *A nyilvánvaló nők. Prostitúció, társadalom, társadalomtörténet*. Budapest, 1999. Új Mandátum Kiadó. 228–247 p.
- BANA JÓZSEF 1999: A bordélyházak kialakulása Győr városában (1848-1919). In: Szerk. BANA JÓZSEF: *Piroslámpás évszázadok*. Győr, 1999. Győr Megyei Jogú Város Levéltárának kiadványa. 5–14 p.
- Borai Ákos 2003: *A prostitúció*. Kecskemét, 2003. Print 2000 Nyomda Kft.
- BOKOR ZSUZSA 2005: A prostituált teste mint az orvosi hatalom önlegitimációs eszköze a két világháború közötti Kolozsváron. In: Szerk. JAKAB ALBERT ZSOLT – SZABÓ Á. TÖHÖTÖM: *Lenyomatok. Fiatal kutatók a népi kultúráról*. 4. Kolozsvár, 2006. Kriza Könyvek. 65–100 p.
- BOKOR ZSUZSA 2006: Technikák a prostituáltak marginalizálására és a nemzeti térből való kizárására. In: Szerk. JAKAB ALBERT ZSOLT – SZABÓ Á. TÖHÖTÖM: *Lenyomatok. Fiatal kutatók a népi kultúráról*. 5. Kolozsvár, 2006. Kriza Könyvek. 215–235 p.

⁹⁵ BORAI ÁKOS 2008, 37 p.

BOKOR ZSUZSA 2008: Nők a deviancia határán. Az átmenet asszonyai Kolozsváron az 1920-as években. In: BAKÓ BOGLÁRKA – TÓTH ESZTER ZSÓFIA: *Határtalan nők*. Budapest, 2008. Nyitott Könyvműhely Kiadó. 165–180 p.

BUDAPEST SZABÁLYRENDELETE 1909: *Budapest a Székesfőváros szabályrendelete a prostitúcióról*. In: Szerk. LÉDERER PÁL: *A nyilvánvaló nők. Prostitúció, társadalom, társadalomtörténet*. Budapest, 1999. Új Mandátum Kiadó. 385–400 p.

CONNER, SUSAN P. 1999: Politika, prostitúció és szifilisz a forradalmi Párizsban 1789-1799. In: Szerk. LÉDERER PÁL: *A nyilvánvaló nők. Prostitúció, társadalom, társadalomtörténet*. Budapest, 1999. Új Mandátum Kiadó. 102–125 p.

CORBIN ALAIN 1999: Szexuális nyomor és prostitúciós kínálat, In: Szerk. LÉDERER PÁL: *A nyilvánvaló nők. Prostitúció, társadalom, társadalomtörténet*. Budapest, 1999. Új Mandátum Kiadó, 209–227 p.

CSURGAI HORVÁTH JÓZSEF 1999: Székesfehérvár és a prostitúció (Fehérvár piros lámpás századai), In: Szerk. BANA JÓZSEF: *Piroslámpás évszázadok*. Győr. Győr Megyei Jogú Város Levéltárának kiadványa. 45–54 p.

DOBSZAY TAMÁS – FÓNAGY ZOLTÁN 2005: Magyarország társadalma a 19. század második felében. In: Szerk. GERGELY ANDRÁS: *Magyarország története a 19. században*, Budapest, 2005. Osiris Kiadó. 397–459 p.

DĂRĂMUȘ, LUCIAN 2003: Permisi pentru o monografie urbană a prostituției. Registrul prostituatelor: indicator al stării prostituției oficiale. In: Szerk. MĂRZA, RADU – STANCIU, LAURA: *Cum scriem istoria; Apelul la științe și dezvoltările metodologice contemporane*, Gyulafehérvár. Aeternitas Kiadó. 225–248 p.

EPERJESSY KÁLMÁN 1971: *Városaink múltja és jelene*. Budapest, Műszaki Könyvkiadó.

EVANS, RICHARD J. 1999: Prostitúció, állam és társadalom a birodalmi Németországban, In: Szerk. LÉDERER PÁL: *A nyilvánvaló nők. Prostitúció, társadalom, társadalomtörténet*. Budapest, 1999. Új Mandátum Kiadó. 248–271 p.

FÁBRI ANNA 2009: Hétköznapi élet Széchenyi István korában. Budapest, 2009. Corvina Kiadó.

FINNEGAN, FRANCES 1999a: Ital, nyomor és betegség. In: Szerk. LÉDERER PÁL: *A nyilvánvaló nők. Prostitúció, társadalom, társadalomtörténet*. Budapest, 1999. Új Mandátum Kiadó. 190–208 p.

FINNEGAN, FRANCES 1999b: Szegénység és prostitúció: York város prostituáltjai a viktoriánus időkben. In: Szerk. LÉDERER PÁL: *A nyilvánvaló nők. Prostitúció, társadalom, társadalomtörténet*. Budapest, 1999. Új Mandátum Kiadó. 126–137 p.

- FORRAI JUDIT 2004: Kávéházak és kéjnök. In: Szerk. ZEKE GYULA: *Budapesti negyed. Budapest a kávéváros*. Budapest, 2004. Kiadja Budapest Főváros Levéltára, 121-130 p.
- FORRAI JUDIT 2011: Szexuális beavatási szertartások, szexuális kapcsolatok alakulásának történetéből. *Kaleidoscope*, 2.(2011), 2. sz., 53–68 p.
- GÜNTNER PÉTER 1999: A soproni prostitúció szabályozása és szerkezete országos összehasonlításban a századfordulón. In: Szerk. BANA JÓZSEF: *Piroslámpás évszázadok*. Győr. Győr Megyei Jogú Város Levéltárának kiadványa. 33–44 p.
- Gyáni Gábor 1992: *Bérkaszárnya és nyomortelep*. Budapest, 1992. Magvető Könyvkiadó.
- GYÁNI GÁBOR 2002: *Család, háztartás és városi cselédség*. In: Szerk. KÖVÉR GYÖRGY: Magyarország társadalomtörténete a reformkortól az első világháborúig II. kötet. Budapest, Nemzeti Tankönyvkiadó
- HALÁSZ IMRE 1999: Keszthelyi “szerelmi szabadfoglalkozásúak” a 19. század második felében. In: Szerk. BANA JÓZSEF: *Piroslámpás évszázadok*. Győr, 1999. Győr Megyei Jogú Város Levéltárának kiadványa. 63–106 p.
- HORVÁTH LÁSZLÓ 1999: Régi hevesi bordélyok. In: Szerk. BANA JÓZSEF: *Piroslámpás évszázadok*. Győr, 1999. Győr Megyei Jogú Város Levéltárának kiadványa. 107–116, p.
- KECSKEMÉT SZABÁLYRENDELETE 1896: *Kecskemét th. Város szabályrendeletének tervezete az üzletszerű kéjtelgés rendezése és a tilos kéjtelgés tárgyában*. In: Szerk. LÉDERER PÁL: *A nyilvánvaló nők. Prostitúció, társadalom, társadalomtörténet*. Budapest, 1999. Új Mandátum Kiadó. 352–372 p.
- MÁRFI ATTILA 1999: A prostitúció szabályozása Pécsen a dualizmus éveiben, In: BANA JÓZSEF: *Piroslámpás évszázadok*. Győr, 1999. Győr Megyei Jogú Város Levéltárának kiadványa. 117–125 p.
- MÁTAY MÓNIKA 2003: *Egy prostituált lemészárlása: a Város, a Nő és a Bűnöző*. In: *Médiakutató*, 4. 7–30 p.
- Miles, Rosalind 2000: *Az idő leányai – A nők világtörténete*. Budapest, 2000. Balassi Kiadó.
- PALÁDI KOVÁCS ATTILA 2000: Az ipari munkásság, In: Főszerk. PALÁDI KOVÁCS ATTILA: *Magyar néprajz*. 8. Köt. Budapest, 2000. Akadémiai Kiadó. 239–390 p.
- PHILLIPS, ANNE – TAYLOR, BARBARA 2001: Biológiai nem és szakképzettség: megjegyzések a feminista közgazdaságtanról. In: Szerk. JOAN WALLACH SCOTT: *Van-e a nőknek történelmük?*. Budapest, 2001. Balassi Kiadó. 187–202 p.
- SÁNDOR VILMOS 1954: *Nagyipari fejlődés Magyarországon 1867-1900*. Budapest, 1954. Szikra Kiadó.

SCHREIBEL EMIL 1917: *A prostitúció*. Budapest, 1917. Pátria irodalmi vállalat nyomdai részvénytársaság.

SIGSWORT E.M. – WYKE, T.J. WYKE 1999: Prostitúció és nemi betegségek a viktoriánus időkben. In: Szerk. LÉDERER PÁL: *A nyilvánvaló nők. Prostitúció, társadalom, társadalomtörténet*. Budapest, 1999. Új Mandátum Kiadó. 138–163 p.

PEST SZABÁLYRENDELETE 1867: *Szabályok a kéjlegés-, bordélházak- és kéjhölgyekről*. In: Szerk. LÉDERER PÁL: *A nyilvánvaló nők. Prostitúció, társadalom, társadalomtörténet*. Budapest, 1999. Új Mandátum Kiadó. 333–341 p.

SZÉCSÉNYI MIHÁLY 1999: Vázlat a budapesti garniszállók történetéből. In: Szerk. BANA JÓZSEF: *Piroslámpás évszázadok*. Győr, 1999. Győr Megyei Jogú Város Levéltárának kiadványa. 55–63 p.

SZÉCSÉNYI MIHÁLY 2008: Prostitúció és bűnözés Budapesten 1918-ban (prostituáltak, bűncselekményeik és életmódjuk az első világháború végén). In: BAKÓ BOGLÁRKA – TÓTH ESZTER ZSÓFIA: *Határtalan nők*. Budapest, 2008. Nyitott Könyvműhely Kiadó. 181–200 p.

SZOMSZÉD ANDRÁS 1999: Félreléptek, megtévedtek? Asszonysorsok Nógrád megyében a 17–19. században. In: Szerk. BANA JÓZSEF: *Piroslámpás évszázadok*. Győr, 1999. Győr Megyei Jogú Város Levéltárának kiadványa. 5–14 p.

SZÖÖR ANNA 2008: *A szeretőtartás szertartása*. Budapest, 2008. Kairosz Kiadó.

TAKÁR ZSUZANNA 2002: *Fenomenul prostituției în Târgu-Mureș în anii 1926–1932*. In: Revista Bistriței XVI. sz., 323–327 p.

TÖTÖS ÁRON 2012: *Câteva aspecte privind casele de toleranță din Oradea în perioada 1850–1914*. kézirat, Gyulafehérvári Tudományos Diákköri Konferencia., 2012 november 16. 1–8 p.

WALKOWITZ JUDITH R. 1999: Egy kirekesztett csoport születése: prostituáltak és munkásnők Plymouth-ban és Southamptonban. In: Szerk. LÉDERER PÁL: *A nyilvánvaló nők. Prostitúció, társadalom, társadalomtörténet*. Budapest, 1999. Új Mandátum Kiadó. 163–189 o.

NEMI EGYENJOGÚSÁG – ELŐNY-E AZ EU TAGSÁG ? Gender Equality – is the EU membership an advantage?

Lendák-Kabók Karolina

⁹⁶, jog tanárnő, okleveles jogász – MSc,

másodéves PhD hallgató az Újvidéki Egyetem Interdiszciplináris és Multidiszciplináris Tanulmányok és Kutatások Központjának, Nemi Egyenjogúság doktori tanulmányain

Munkahely: „Lukijan Mušicki” Szakközépiskola, Temerin, Vajdaság Autonóm Tartomány, Szerbia; „Lukijan Mušicki” Trade School, Temerin, Autonomous Province of Vojvodina, Serbia.

Absztrakt:

A munka célja összehasonlítani a nők helyzetét Magyarországon és Szerbiában a *Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination Against Women* (CEDAW) jelentések alapján és megállapítani, hogy e téren előnyt jelent-e az EU tagság? A CEDAW egyezmény 1979-ben került elfogadásra New York-ban és elsődleges célja a nőkkel szembeni hátrányos megkülönböztetés felszámolása és a nemek társadalmi egyenlőségének előmozdítása. Az ENSZ CEDAW egyezményének 187 ország a részese, így Magyarország és Szerbia is. Az időszakos CEDAW bizottsági jelentések kötelezőek a részes államok számára. A CEDAW kormányjelentések mellett a munka elemzi az ún. *shadow* jelentéseket is, amelyeket a különböző női jogokkal foglalkozó civil szervezetek (NGO-k) állítanak össze. A munka a magyarországi és a szerbiai kormány és *shadow* jelentéseket kritikusan elemzi és meghatározza a két ország közötti különbségeket és hasonlóságokat. A CEDAW jelentések számos területet elemeznek és azok közül ebben a munkában a nők helyzete a politikában és a közéletben, illetve a nők helyzete a foglalkoztatásban kerül elemzésre.

Kulcs szavak: nemi egyenjogúság, CEDAW jelentések, politika és közélet, foglalkoztatás

Abstract:

The main goal of this paper is to compare the position of women in Hungary and Serbia based on the Convention on Elimination of All forms of Discrimination Against Women (CEDAW)

⁹⁶ A szerző külön köszönettel tartozik a Collegium Talentum általi tutorának, Dr. Pető Andreának a témaválasztás segítségéért.

reports and to analyze whether the EU membership is an advantage in this domain. CEDAW was adopted by the UN in 1979 in New York and its purpose is to fight against women's uneven position and to promote gender equality. Today CEDAW has 187 states parties, including both Hungary and Serbia. Periodic country reports are obligatory for the member states. Besides the CEDAW state reports, this paper analyzes the *shadow* reports also, which are put together by women rights NGOs. The paper is critically analyzing Hungarian and Serbian state and shadow reports determining the similarities and differences. Although the CEDAW reports analyze numerous fields, this paper deals only two key aspects, namely women's position in politics and public life, and employment.

Key words: gender equality, CEDAW reports, politics and public life, employment

Bevezető

A nők elleni diszkrimináció leküzdése már évtizedek óta felmerülő probléma és ezáltal állandóan aktuális téma. Az 1960-as években az ENSZ számára ez a probléma megoldásokat követelt⁹⁷. A nők elleni diszkrimináció leküzdéséről szóló deklaráció után amelyet 1967-ben hoztak meg, az ENSZ Bizottság úgy döntött, hogy azt kötelező érvényűvé teszi. A Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination Against Women (rövidítés: CEDAW) 1979-ben hozták meg, már előzőleg megerősítve a részes államok majd önkéntesen beküldött időszakos jelentéseit az Egyezményről, illetve annak gyakorlatban lévő hatásairól is. A nőkkel szembeni megkülönböztetés minden formájának felszámolásáról szóló egyezmény (továbbiakban: Egyezmény megnevezéssel), 1981-ben, miután a huszadik részes állam is ratifikálta, hatályba lépett, így kötelezve a részes államokat annak betartására, illetve az Egyezmény által előírt rendeletek implementálására a hazai jogrendszerbe.

Az Egyezménynek ma már 187 részes állama van, ez a munka viszont Magyarországra (mint EU tagra) és Szerbiára (mint még nem EU tagra) nézve elemzi az Egyezmény egyes rendeleteit. Magyarország megerősítő okiratának letétbe helyezése az ENSZ főtitkáránál 1980-ban valósult meg, Szerbia viszont 2001-ben csatlakozott újra az Egyezményhez miután bekövetkezett a rendszerváltás az országban.

A munka az Egyezmény általános ismertetése mellett két cikkelyre fókuszál majd: a 7. cikkelyre amely a nők politikai és a közéleti szerepéről szól, valamint a 11. cikkelyre amelynek témája a nők foglalkoztatása. A munka a fenn említett részes államok kormányjelentéseit veszi figyelembe illetve az árnyék jelentéseket amelyeket női szervezetek állítanak össze, alternatív jelentéseként. A kormányjelentések közül Magyarország 6. és összevont 7-8. jelentését, a 6. és

⁹⁷ <http://www.un.org/womenwatch/daw/cedaw/history.htm>

7-8. jelentésére írt árnyék- illetve alternatív jelentéseket, Szerbia 1 jelentése és 2-3. összevont jelentése, illetve ezeknek az árnyékjelentései kerülnek elemzésre. A kormányjelentések jellemzője, hogy mind a 21. században kerültek elfogadásra, illetve ugyanazon időszakokat ölelik fel. A kormányjelentéseken belül Magyarország EU-hoz való csatlakozása utáni időszakra lesz fektetve a hangsúly, és Szerbiának is a rendszerváltás utáni időszakára.

A munka célja ismertetni az ENSZ kevésbé ismert dokumentumát, ám nem kevésbé fontosat. A CEDAW egyezmény jelentősége nincs kellőképpen hangoztatva és a közéletben szinte ismeretlen. Ez mellett a munka felhívja a figyelmet a hasonlóságokra és a különbségekre egy EU tagország és egy nem EU tagország között a politika és a közélet, illetve a foglalkoztatás terén, elemezve hogy hol vannak hiányosságok a törvényrendeletek terén és mely téren szükséges a további törvénymódosítás. A munka felhívja a figyelmet a politikai döntések szükségességére a nemi egyenjogúság terén.

A munka kidolgozásában, a szövegelemzés kvantitatív kutatási technikája szolgált alapvető módszerként, mely során másodlagos kutatásként a fenn említett dokumentumok kerültek kivizsgálásra.

CEDAW Egyezmény

“A CEDAW megfogalmazza a nők elleni diszkrimináció elhárításának a politikáját (2. cikk) és a nők *de facto* helyzetének javítását mint az állam minden szférájában való kötelezettségét, főként a politikai, társadalmi, gazdasági, közgazdasági és kulturális szférákban (3-24 cikk), vállalva az összes megfelelő intézkedést megerősítő akcióként” (Dokmanović, 2010: 297). Az Egyezmény a bevezető mellett még hat részből áll, összesen 30 cikkelyből. Az Egyezmény a diszkrimináció fogalmával és annak leküzdésével, a beidegződött szexuális szerepekkel és sérelmekkel, nőkereskedelemmel és prostitúcióval, a politikával és a közélettel, állampolgársággal, oktatással, foglalkoztatással, egészséggel, gazdasági és szociális juttatásokkal, kistelepülésen élő nőkkel, joggal és törvényekkel illetve házassággal és családi élettel kapcsolatban szabályoz. Az Egyezmény a Bizottságra vonatkozó szabályokat is tartalmazza, illetve az államok csatlakozási lehetőségét és a CEDAW felülvizsgálatának lehetőségét is. Az Egyezménynek az angol mellett az arab, kínai, francia, orosz és spanyol nyelvű szövegei egyaránt hitelesek⁹⁸.

SZERBIA

Ebben a fejezetben Szerbia 1. kormányjelentése és 2-3. összevont jelentése, valamint ezekre írt árnyékjelentések kerülnek elemzésre. Két fókuszpontként a politika és közélet és a

⁹⁸ <http://www.un.org/womenwatch/daw/cedaw/>

foglalkoztatás lesz elemezve. Szerbia 1. kormányjelentése és alternatív jelentése 1992-től egész 2006-ig terjedő időszakot öleli fel, két részre osztva ezt a hosszú időszakot, 1992-2003-ig és 2003-2006-ig. A munkában az utóbbi lett figyelembe véve, mint a rendszerváltás és 21. század idősza.

CEDAW Szerbia kormányjelentés 1 (2003-2006)

A 2006-os kormányjelentés szerint Szerbiában a 2000-ben megtartott választások után a köztársasági parlamentben a nő képviselők száma 12% volt, a nő minisztereknek száma 16%. Vajdaság Autonóm Tartományban a helyzet ez a helyzet még rosszabb, a nők 6,67%-a volt képviselő, a 45 önkormányzat közül ötben nem is volt nő képviselő (CEDAW kormányjelentés Szerbia, 2006).

A rendszerváltás demokratikus irányelvek fellendülését hozta, az NGO-k működését amelyek a humanitárius munka mellett nők jogait és a béke iránti küzdelmet hirdették. Az előrehaladás mellett is, a nők szerény képviselete a parlamentekben különösen feltűnő. Az egyedüli előrehaladást a 2002-es Helyi választásokról szóló törvény biztosította, amely előírta a nők 30%-os képviseltségét a választási listákon. Ebben az időszakban további törvénymódosítások és új törvények írták elő a nők képviseltségét a képviselő testületekben. Egyes politikai pártok női fórumokat alakítottak a pártokon belül, viszont pártokon belüli kvóta rendszer nem létezett (CEDAW kormányjelentés Szerbia,2006).

CEDAW Szerbia alternatív jelentés (2002-2006)

A 2007-es alternatív jelentés kihangsúlyozza, hogy a 2002-es Helyi választásokról szóló törvény⁹⁹ előrelátta a nők 30%-os kvótáját, e mellett a választási listákon, minden negyedik képviselő a kevésbé képviselt nemből volt. A törvény nem látott elő kvótákat a megbízatások szétosztásánál. A nő képviselő jelöltek általában a lista alján csoportosultak, ezzel csökkent az esélyük a parlamentbe való kiválasztásra. Amikor a nők képviselők lettek a parlamentekben, lemondásuk után nem nő képviselő került a helyükbe, hanem a következő a listán, tehát férfi. A 2004-es Köztársasági választásokról szóló törvény¹⁰⁰ és a 2004-es Tartományi választásokról szóló törvény¹⁰¹ is előírta a 30%-os kvótát a választási listákon. A kormányba való választásra a

⁹⁹Zakon o lokalnim izborima, ("Sl. glasnik RS", br. 129/2007, 34/2010 - odluka US i 54/2011).

¹⁰⁰Zakon o izboru narodnih poslanika, ("Sl. glasnik RS", br. 35/2000, 57/2003 - odluka USRS, 72/2003 - dr. zakon, 75/2003 - ispr. dr. zakona, 18/2004,101/2005 - dr. zakon, 85/2005 - dr. zakon, 28/2011 - odluka US i 36/2011 i 104/2009 - dr. zakon).

¹⁰¹ Pokrajinska skupštinska odluka o izboru poslanika u Skupštinu Autonomne Pokrajine Vojvodine, ("Sl. list AP Vojvodine", br. 1/2012).

törvények nem írtak elő kvótákat és nem léteztek előírások a nők diszkriminációja ellen a kormány szabálykönyveiben. A politikai pártok programjaiban általában deklaratív jellegűek voltak a nők és a férfiakról szóló egyenlőségért való küzdelmek, a pártokon belül a tradíció által elismert szerepköröket kapták a nők. A női fórumok a pártokon belül saját költségvetés nélkül működtek, befolyásuk a politikai párt programjára elenyésző jelentőségű (CEDAW alternatív jelentés Szerbia, 2006).

CEDAW Szerbia kormányjelentés 3 (2007-2009)

A 2011-es jelentés új törvényeket ismertet, amelyek közül a választási törvények továbbra is 30%-os kvótákat írnak elő a választási listánkon a kevésbé képviselt nem számára, illetve minden negyedik jelölt a listán a kevésbé képviselt nemből. Ha a lista nem tesz eleget ennek a szabálynak hiányosnak lesz nyilvánítva és visszaküldik a lista előterjesztőjének (CEDAW kormányjelentés Szerbia, 2011). Nagy előrehaladásként a 2009-ben hatályba lépett a Nemi egyenjogúságról szóló törvényt¹⁰². A törvény a politika és közélet című fejezetében az esélyegyenlőséget szabályozza. „A nemi egyenjogúság a politikában és közéletben megköveteli a diszkrimináció felszámolását, főként a nők strukturális és rejtett diszkriminációját amely ezen a területen nyilvánvaló” (Pajvančić et al., 2010:83).

CEDAW Szerbia árnyékjelentés (2007-2012)

A 2013-as árnyékjelentés nem szól az Egyezmény 7. cikkéről, viszont kritikákat fűz a nemi egyenjogúságról szóló törvényre és kihangsúlyozza, hogy a törvény gyakorlati hatásai elmaradtak, a törvényrendeleteinek végrehajtásáról a nyilvánosság nem lett értesítve, illetve a törvényrendeletek betartásának elmulasztásakor nincsenek előírt szankciók (CEDAW árnyékjelentés, 2013).

Foglalkoztatás

CEDAW Szerbia kormányjelentés 1-2 (2003-2006)

A 2006-os szerbiai kormányjelentés részletesen elemzi a munkajogi törvény rendeleteit¹⁰³ amely szerint senki sem lehetett hátrányos helyzetbe helyezni a neme, születése, anyanyelve vagy más megkülönböztetés alapján. A munkajogi törvény további rendeletei szerepelnek a kormányjelentésben amelyek a nők védelmére irányulnak a terhesség, a szülés és a szülés utáni gyermekgondozási szabadságot illeti. A munkáltató nem teheti feltételezéssé a munkaviszony

¹⁰² Zakon o ravnopravnosti polova, ("Sl. glasnik RS", br. 104/2009).

¹⁰³ Zakon o radu ("Sl. glasnik RS", br. 24/2005 i 61/2005)

létesítésénél a terhességi tesztet. Ezt követően a nő munkavállalónak tilos felmondani a terhesség alatt, a szülési és gyermekgondozási szabadság alatt. Ettől a törvényrendelettel van kivétel is, amikor a nő munkavállaló munkaviszonya meghatározott időre volt megkötve és a szülési, illetve gyermekgondozási szabadság alatt lejárt. A nők összesen 365 napra jogosultak a szülési és gyermekgondozási szabadságot illetően. Az apák a törvény által előírt esetekben jogosultak szülési szabadságra, viszont a gyermekgondozási szabadságra az apa és az anya egyaránt jogosult, de csak az egyik szülőnek van joga otthon lenni a gyermekével (CEDAW kormányjelentés Szerbia, 2006).

CEDAW Szerbia alternatív jelentés (2002-2006)

Az Alternatív jelentést a CEDAW Bizottságnak 2007-ben a *Glas razlike, Autonomni ženski centar, ASTRA, Incest trauma centar és a Žene u crnom* női szervezetek állították össze. A foglalkoztatás terén a munkajogi törvény¹⁰⁴ definiálja a diszkriminációt, részletesebben előírja „az egyenlő munkáért egyenlő bér” szabályát is. A törvény a zaklatást és a szexuális zaklatást is törvényrendeletbe foglalta. A munkafelügyelők ebben az időszakban sajnos ritkán ismerték fel a diszkriminációt, illetve ritkán tettek jelentést róla. Ez a törvény hiányosságából eredt, nem volt pontos megfogalmazása a nemi alapon történő diszkriminációnak. A legnagyobb nehézséget a „bizonyítás terhe” okozta, a törvény nem ismerte e jogfogalom átirányítását a felperesről az alperesre a diszkrimináció eseteiben.

A munkanélküliség 2003-ban majdnem egy millió embert érintett, abból 54, 4% volt nő. A legnagyobb nehézséget a nők számára a család és a munka egyensúlyozása jelentette. A gyereket nevelő nők konkurencsiája a munkaerőpiacon kevésbé volt kedvező mint a férfiak számára, kevesebb százalékban voltak meghatározatlan időre foglalkoztatva és 20%-ban kevesebbet keresetek. Átszámítva 8 órás munkanapra, a nők 15 napot havonta házimunkával és gyermekneveléssel foglalkoztak. A nők képzettségi szintjüktől függetlenül házimunkát végeznek (CEDAW alternatív jelentés Szerbia, 2006).

A szülési és gyermekgondozási hosszú távollét azt üzeni, hogy a szülői szerep csak egyéni felelősség. Szerbiában évente mindössze 15 férfi vette ki ebben az időszakban a gyermekgondozási szabadságot ennek fő meghatározója a férfi és a nő keresete közötti különbség volt. Mivel átlagban a férfiak 20%-ban többet kerestek a nőktől, a férfiak gyermekgondozási szabadságának elterjedettsége lassú lesz. (CEDAW alternatív jelentés Szerbia, 2006).

¹⁰⁴ Zakon o radu ("Sl. glasnik RS", br. 24/2005 i 61/2005)

CEDAW Szerbia kormányjelentés 2- 3 (2007-2009)

A 2011-ben meghozott 2-3 összevont jelentés mindössze három évet ölel fel. 2007-2009-ig három jelentős törvény lépett hatályba: a diszkrimináció megszüntetéséről szóló törvény¹⁰⁵, a nemi egyenjogúságról szóló törvény¹⁰⁶ és az új munkajogi törvény¹⁰⁷ amelyek a nők helyzetén sokat javítottak.

A kormány is a nők helyzetének javítására összpontosított, így elősegítette a nők önálló vállalkozásait. A kormány rendelkezésnek látható eredményei is voltak, viszont összességében lecsökkent a nő foglalkoztatottak száma. A fiatal, először munkát kereső nők száma nagyobb lett mint a fiatal férfiak száma. A 15 és 24 éves munkanélküliek száma feltűnően nagy a jelentés idejében és főleg nőkből állt.

A tranzíció főként a nőket sújtotta az országban, helyzetük hátrányosabb lett mint a férfiaké. A nő munkavállalók nagy száma a legrosszabbul fizetett gazdasági ágakban dolgozott. Ebben az időszakban a kereseti rés a férfiak és a nők között hatalmas. A különbség a keresetek között főként azokban az ágakban jutott kifejezésre ahol sok a nő munkavállaló, mint amilyenek az oktatás, egészségügy és szociális biztosítás. A nők különösen akkor kerültek hátrányos helyzetbe, ha gyermeket neveltek, e mellett a munkáltatók kerülték a 40 év feletti nők foglalkoztatását is. A szegénység feminizációja lényeges tényezővé vált. Az 52,1% szegénység határa alatt küzdő nő szemben 47,9% férfi volt. A nők rákényszerültségük miatt elvállalják a szociális juttatások nélküli munkát is (CEDAW kormányjelentés Szerbia, 2009).

A nők helyzete nem volt előnyös a vezető posztokon sem, nagyon kevés a nő vehet részt a döntéshozatalban, ez mellett sokszor szembesül az „üvegplafon” fogalmával is, amelynél a nők tisztán látják az előrehaladás útját, viszont mégsem elérhető számukra (CEDAW kormányjelentés Szerbia, 2009).

CEDAW Szerbia árnyékjelentés (2007-2012)

A 2013-as Shadow jelentés a foglalkoztatás terén élethűbb adatokkal szolgál, mint a kormányjelentés. Az árnyékjelentés szerint az alacsonyabb képzettségi szinttel rendelkező nők ritkábban vannak foglalkoztatva a férfiaktól. A nők többet foglalkoznak gyermekneveléssel és fizetetlen munkával, amíg a férfiak számára a nyugdíjba vonulás a leggyakoribb ok az inaktivitásra (CEDAW árnyékjelentés Szerbia, 2013).

A marginalizált nők helyzete a munkaerőpiacon sokkal hátrányosabb a többségi nőkhöz képest.

¹⁰⁵ Zakon o zabrani diskriminacije ("Sl. glasnik RS", br. 22/2009)

¹⁰⁶ Zakon o ravnopravnosti polova, ("Sl. glasnik RS", br. 104/2009).

¹⁰⁷ Zakon o radu ("Sl. glasnik RS", br. 24/2005, 61/2005, 54/2009 i 32/2013)

A roma nők helyzete különösen hátrányos több szinten is, korán hagyják ott az iskolát, nem rendelkeznek személyi igazolvánnyal, rossz életkörülmények között élnek, korán kötnek házasságot, sok gyermeket vállalnak. A másik különösen hátrányos helyzetben lévő kategória a testi fogyatékkal rendelkező nők. A nők helyzete falun is különösen nehéz, főként segítségként dolgoznak, nem rendelkeznek ingatlannal, nem hozhatnak döntéseket stb.(CEDAW árnyékjelentés Szerbia, 2013).

A nemi szegregáció a munkaerőpiacon kifejezett, viszont kisebb olyan esetekben amikor a nők képzettségi szintje magasabb. Viszont a nők sűrűn nem tudnak olyan munkákat vállalni amelyek gyakori és hosszú üzleti utazásokat vesznek igénybe és amelyek nem feltételezik a jobban fizetett és minőségesebb munkákat. Így a nők általában kevésbé fizetett munkákat vállalnak, annak érdekében, hogy több idejük maradjon a családra (CEDAW árnyékjelentés Szerbia, 2013).

A „pay gap” különösen feltűnik és nem lehet kifejezni a képzettségi szinttel, a nők általában 90%-át tudják elérni a férfiak fizetéseinek. A nők több diszkriminatív kérdéssel szembesülnek a munkaviszony létesítésénél. Nem ritkák a következő kérdések: „Családi állapot, gyermekek száma, kivel él egy háztartásban? Hány gyermeket tervez és mikor?”(CEDAW árnyékjelentés Szerbia, 2013).

Nagy a különbség a gyermekgondozási szabadágnál is az országban. Évi szinten 33.000 nő él azzal a jogával és mindössze 10-15 férfi teszi azt. 2010-ben 77%-a a nőknek legalább fél hónapot maradt távol a munkától, gyermekük betegsége miatt. A súlyos betegek gondozása a család felelőssége, így ezt is általában csak a nők végzik (CEDAW árnyékjelentés Szerbia, 2013).

MAGYARORSZÁG

Ebben a fejezetben Magyarország 6. kormányjelentése és 7-8. összevont kormányjelentése, valamint ezekre írt árnyékjelentések kerülnek elemzésre. Két fókuszpontként a politika és közélet és a foglalkoztatás lesz elemezve. A munkában Magyarország 2004-ben történt EU-hoz való csatlakozás utáni időszakára lesz hangsúly fektetve.

Politika és közélet

CEDAW Magyarország kormányjelentés 6 (2000-2006)

Magyarország 6. országjelentése 2000-2006-os időszakot öleli fel mely időszak fő jellemzője Magyarország 2004-ben megtörtént csatlakozása az Európai unióhoz. „A „gender” politika kidolgozása és megvalósítása az Ifjúsági, Családügyi, Szociális és Esélyegyenlőségi

Minisztériumban (a továbbiakban: ICSSZEM) működő Nők és Férfiak Társadalmi Egyenlősége Főosztály feladata, emellett ellátja a CEDAW Egyezményben foglaltak végrehajtásának összehangolásával és ellenőrzésével kapcsolatos feladatokat is, ezért az országjelentés összeállítását is e főosztály koordinálta” (CEDAW kormányjelentés Magyarország, 2006:3). Az ICSSZEM megalakulása mellett az egyenlő bánásmódról és esélyegyenlőség előmozdításáról szóló törvény, 2003-ban lépett hatályba¹⁰⁸. a 6. kormányzati jelentésben a 2002-ben megtörtént választások eredményei szolgálnak alapul a nők politikai és közéleti szerepének kimutatására. A választások után 3 nő miniszter lett a kormányban, de 2003-ban már két miniszteri posztot átvettek a férfiak. Miután megalakult az ICSSZEM minisztérium élére nő került és a Belügyminisztériumot is nő vezette. Új teret nyújtott a nők politikai és közéleti szerepvállalásra az EU Parlament. A hatalmon lévő párt felismerte, hogy ha több nő kerül az EU parlamentbe Magyarország részéről, az EU nagyraértékelését követi majd, mivel a „gender” politika és a nők nagyobb képviseltsége az EU egyik fókuszpontjaként szerepelt (CEDAW kormányjelentés Magyarország, 2006).

CEDAW Magyarország árnyékjelentés (2000-2006)

Magyarország 6. Kormányjelentésére a Hungarian Women’s Lobby árnyékjelentést készített amelyben kritikát intéz a kormánynak, hiszen a Bizottság ideiglenes intézkedéseket javasolt annak érdekében, hogy a nők nagyobb számban legyenek képviselve a politikai és közéletben, de a kormány nem tett lépéseket ez irányban. A nők nagyobb számú politikai képviseltségével az EU parlamentben, az árnyékjelentés szerint, a hatalmon lévő párt, a nemzetközi elvárásoknak tett eleget (CEDAW árnyékjelentés Magyarország, 2007). Az esélyegyenlőségről szóló törvény¹⁰⁹ előírja, hogy a politikai pártok intézkedései szükségesek annak érdekében, hogy a nők (és más hátrányos helyzetű csoportok a vezetőségbe kerüljenek, de az előírásnak nincs kényszerítő mechanizmusa. A kormányjelentés hiányos abból a szempontból, hogy nem szól a más egyesületekben résztvevő nőkről, illetve, nem ismerteti a Szakszervezetek vezetőségének nemi összetételét illetve e civil szervezetek (NGO-k) vezetőségének nemi összetételét sem (CEDAW árnyékjelentés Magyarország, 2007).

CEDAW Magyarország kormányjelentés 7-8 (2007-2011)

Magyarország 2011-ben elfogadott, 7-8 összevont jelentése eltér az előbbi struktúrájától, amelyik követte az Egyezmény cikkelyeit. Az említett kormányjelentésben felsorolásra kerülnek

¹⁰⁸ 2003. évi CXXV. törvény az egyenlő bánásmódról és az esélyegyenlőség előmozdításáról

¹⁰⁹ 2003. évi CXXV. törvény az egyenlő bánásmódról és az esélyegyenlőség előmozdításáról

a nemi egyenjogúság implementációjára szolgáló stratégiák, majd utána következik a helyzetkép bemutatása e téren az országban. A stratégiák szerint intézményes reformok szükségesek a nők politikai döntéshozatalának hátrányos helyzetén való változtatása érdekében. A nők megfelelő képviseltségét a politikában és a közéletben csak megfelelő törvénymódosításokkal lehet biztosítani. A *gender* kérdésekre hangsúlyt kell fektetni és a *gender* módszertant be kell vezetni a kutatásba. Az említett kutatás lehetővé tenné az új kutatási módszereknek kifejezésre jutását, hiszen új kutatási szempontok, új eredmények is születhetnének. Ennek érdekében a nőknek biztosítani kell a tudományos karrierjük akadály nélküli fejlesztését is. Könyvek, publikációk és informatív dokumentáció szükséges ahhoz, hogy a kormányok szolgalmazni tudják a „gender tudatosságot” (CEDAW jelentés Magyarország, 2007).

A kormányjelentés kitér a nők helyzetére is a politikában és a közéletben, a 2010-ben megtartott szavazást követően, illetve az előző időszakot is kivizsgálva. A 2010-es választásokon, kevesebb nő ment ki szavazni, mint az előzőleg és a választások után egy nő sem lett miniszter. A 2007-es évet a kvóta rendszer bevezetésének eredménytelen kísérlete jellemezte. A parlamentben a kvóta bevezetésének szükségességéről sokat tárgyaltak, viszont eredmény nem született. Az ICISSZ a tudatosság emelése érdekében könyvet adott ki „Női kvóta – ha igen, miért nem?”(CEDAW kormányjelentés Magyarország, 2006).

CEDAW Magyarország alternatív jelentés (2007-2013)

A 2013-as alternatív jelentés az ENSZ CEDAW Bizottságához Magyarország hetedik és nyolcadik összevont időszakos jelentésének felülvizsgálatához kapcsolódóan a Magyar Női Érdekérvényesítő Szövetség és az Európai Roma Jogok Központja készítette. Az alternatív jelentés bevezetésében a kormányjelentés éles kritikája olvasható „Az időszakos jelentés jelentős része az előző kormány által 2010-ben elfogadott – és a jelenlegi kormány által ignorált – Nők és Férfiak Társadalmi Egyenlőségét Elősegítő Nemzeti Stratégia – Irányok és Célok 2010-2023 (a továbbiakban NFTE Stratégia) szövegének egyszerű kimásolása” (CEDAW alternatív jelentés Magyarország, 2013:1).

A jelentés a politika és közéleti cikkelyt külön elemzi, megállapítva, hogy a beszámolási időszakban fontos visszalépések történtek a nők közéleti részvétele területén. Az alternatív jelentés is kitér arra, hogy a kormányban megalakulása után egy nő sem volt és pillanatnyilag is csak egy nő miniszter van. A parlamentben a nő képviselők száma mindössze 9% és csak egy roma nő van. Külön intézkedések még mindig nincsenek a nők nagyobb képviseltsége érdekében. A kvótára vonatkozó törvényjavaslatot 2007-ben csak egy párt támogatta és a lelkiismereti szavazása a képviselőknek nem hozott elég támogatást a törvény elfogadására.

Eredménytelen volt a 2011-ben a Lehet Más a Politika és a Jobbik képviselője által benyújtott, országos pártlistákra vonatkozó kvótajavaslat is. A jelentés pillanatában a politikai pártok közül kettőnek van belső kvótája és egy párt segíti elő a nők politikai részvételét (CEDAW alternatív jelentés Magyarország, 2013). Az alternatív jelentés kitér az új választójogi törvény kritikájára, amely nem orvosolja a nemek közötti egyenlőtlenséget, így a nők száma csak csökkenni fog a politika színterén. Az alternatív jelentés felhívja a figyelmet, hogy a kormányzati jelentés a nőket a család szférájára korlátozza, az anyaság szerepét kihangsúlyozva viszont „annak ellenére, hogy a kormány előszeretettel hangsúlyozza a munka és a magánélet összehangolásának szükségességét, az ülések gyakran az éjszakába nyúlnak” (CEDAW alternatív jelentés Magyarország, 2013:5).

Foglalkoztatás

CEDAW Magyarország kormányjelentés 6 (2000-2006)

Magyarországot a 2004-es EU-s csatlakozása jogosította a Strukturális Alapokból származó fejlesztési forrásokra is. Az EU elvárásának és gyakorlatának megfelelően a fejlesztések tervezésénél és a források felhasználásával érvényesíteni kellett a társadalmi nemek közötti esélyegyenlőséget a munkaerőpiacon, ezzel összhangban indult az – EQAL program (CEDAW kormányjelentés Magyarország, 2006).

Kormányzati határozattal a részmunkaidős foglalkoztatás előterjesztését segítették elő. Az EU-s jogharmonizációval összhangban, előterjesztést kell készíteni a részmunkaidős foglalkoztatás magyarországi elterjedésének gátlásairól is. Magyarországon 2000-2006-os időszakban 11.000 férfi részesült gyes/gyed/gyet-ben, ez mellett az törvény előírásai szerint az apák öt napos távollétre jogosultak gyermekük születését követően (CEDAW kormányjelentés Magyarország, 2006).

CEDAW Magyarország alternatív jelentés (2000-2006)

A 2007-ben, Hungarian Women's Lobby által kiadott alternatív jelentés kihangsúlyozta, hogy Magyarországon célzott és átfogó állampolitika a nők munkaerőpiaci helyzetének javítása érdekében, nem létezik. A horizontális és vertikális szegregáció, amely a kereseti rést eredményezi kifejezett. Munkafelügyelő kivizsgálása az esélyegyenlőség terén nem végezhető „ex officio” (CEDAW alternatív jelentés Magyarország, 2007).

A férfiak öt napos távolléti jogosultságát, a gyermek születését követően, az alternatív jelentés szimbolikus jellegűnek tartja. A politikai döntések a gyermekgondozást illetően a nők helyzetét kívánják megőrizni a munkaerőpiacon olyan intézmények létrehozásával kezdeményezik,

amelyek csak nők számára létesülnek, annak érdekében, hogy összeillesszék a fizetett és fizetetlen munkát. A politikai rendeletek nem jegyzik fel a szükségességet ezeknek a munkáknak a felosztására a nők és a férfiak között, se nem határozzák meg a szükségességét a nők kétszeres terhének felszabadítása alól (CEDAW alternatív jelentés Magyarország, 2007).

A törvényrendeletek előírják, hogy azoknak a nőknek akik gyermekgondozási szabadságuk után visszatérnek a munkára, a munkáltató 30 napig nem mondhat fel, viszont a felmondás sok esetben a határidő letelte után biztos a nők számára. Ez mellett a kormány politikája kiábrándító, a nők munkáját értékesebbnek találja, mint a fizetett munkájukat (CEDAW alternatív jelentés Magyarország, 2007).

CEDAW Magyarország kormányjelentés 7-8 (2007-2011)

A 2011-ben hozott kormányjelentés a foglalkoztatás terén sokoldalú. 2004-2007 között a munkavállalók száma 16-64 évesek között csak 0,5%-kal nőtt, viszont a növekedés csak a férfiakra vonatkozott, a nők esetében a munkavállalók száma csökkent. A kormány néhány programot dolgozott ki, mint amilyenek a START programok. A START program feladata, hogy serkentse a fiatal munkavállalók karrier építését, de a 45 éven felüliekét is. A START Extra 50 év felettiak számára lett indítva, de csak azok számára akik a megelőző 16 hónapban 12-öt aktívan munkát kerestek (CEDAW kormányjelentés Magyarország, 2011).

Az alacsony munkavállalási arány arra utal, hogy kevesen dolgoznak részmunkaidőben, mindössze 2,7%- a férfiaknak dolgozott részmunkaidővel és 5,7%-a a nőknek dolgozott ilyen módon.

Nagy a különbség a városok és a faluk között ami a nők munkavállalását illeti. A fiatalokra, idősekre illetve a kisgyermekes anyákra gazdasági inaktivitás jellemző, főként, ha roma származásúak. A 12 évnél fiatalabb gyermeket nevelő nők között van a legtöbb munkanélküli Magyarországon, az EU28-ban csak Máltának van rosszabb aránya.

A nők visszatérését a munkaerőpiacra a gyermekük első életévét követően a kormány lehetővé tette. A nők részmunkaidővel dolgozhattak a gyes és a Start Plus program igénybevételével.

„Family-friendly Workplace” azok a cégek vezették be amelyek segítették a család és a munka közötti egyensúlyt. A „Road to Work” program segíti a nők inaktív állapotából való kilépést az aktív állapot felé.

A 2000-es években a kereseti rés 20% volt, 2006-ra már 11%-ra csökkent és kevesebb lett az EU átlagos 15%-nál.

A nők kevés szakterületen vannak képviselve, viszont az ún „női szakterületeken” is a férfi kapja meg a vezető pozíciót. A nő vállalkozók száma is nagyon alacsony csak 15%-a a

vállalkozóknak, nő (CEDAW kormányjelentés Magyarország, 2011).

CEDAW Magyarország Alternatív jelentés (2007-2013)

Az Alternatív jelentés felhívja a figyelmet, hogy a nők és a férfiak társadalmi egyenlősége kikerült a kormányzat szókészletéből, „gender mainstreaming” helyett megalkották a „család mainstreaming” kifejezést. A Nők és Férfiak Társadalmi Egyenlőségét Elősegítő Nemzeti Stratégia – Irányok és Célok 2010-2021 prioritásai még az előző kormány által lettek megfogalmazva (CEDAW alternatív jelentés Magyarország, 2013).

2011-ben a gyēs-ben részesülőknek 30 órára korlátozták a munkaidőt a gyermek 1 éves korától. Az új Munka Törvénykönyv szerint a pozitív változás a gyermekgondozásról visszatérők munkahelyének fenntarthatóságát szolgálhatják és pedig az atipikus munkaformák. Törvénykönyv negatívuma, hogy azok a munkavállalók akik visszatértek a gyermekgondozásról elbocsájthatók. A 2012-es Alaptörvény nem tartalmazza az egyenlő munkáért egyenlő bérezés elvét, ahogy azt az új Munka Törvénykönyve sem teszi ezt explicit módon. Az új Munka Törvénykönyve ellentétben az előzővel, nem tartalmazza a munkáltatók számára az esélyegyenlőségi tervek elfogadásának lehetőségét. Az új kormány visszaállította a gyermekgondozási távollétek hosszúságát, a gyed- a gyermek 2 éves koráig, a gyēs – a gyermek 3 éves koráig és a harmadik gyermek születésére gyermekgondozási távollét a legkisebb gyermek 8 éves koráig tart. Ezzel a kormány a nők inaktivitását segíti (CEDAW alternatív jelentés Magyarország, 2013).

Az Alternatív jelentés kritikaként veti fel, hogy a Női foglalkoztatásért felelős biztos nem jelenik meg a nyilvános szakmai fórumokon, nem találkozik a nőszervezetekkel és a beszámolójában egyáltalán nem jelenik meg a nők és férfiak egyenlőségének a kérdése (CEDAW alternatív jelentés Magyarország, 2013).

Összehasonlítás

A fejezet a nők helyzetének a CEDAW jelentések alapján elvégzett összehasonlítását tartalmazza Magyarországra és Szerbiára nézve.

Politika és közélet: különbségek és hasonlóságok

Szerbia parlamentében pillanatnyilag 33% a nő, ez a kvótarendszer bevezetésének köszönhető, illetve a választási listákra kiszabott rendeleteknek törvények által. Ezzel ellentétben Magyarországon képviselőházában jelenleg 9% a nő, 2007-ben sikertelenül végződött a kvóta rendszer bevezetése. A 2010-es év hozta a nemi egyenjogúság mélypontját a politika terén,

ugyanis akkor nem volt egy nő miniszter sem a kormányban Magyarországon.

Mindkét országban, az EU-s Antidiszkriminációs irányelvekkel összhangban, hatályba léptek a vonatkozó törvények, név szerint a Nemi egyenjogúság törvény 2009-ben (Szerbia) és Esélyegyenlőségi törvény 2003-ban (Magyarország). A törvényhozás terén érezhető az EU tagország előrehaladottsága, ugyanis hat évvel előbb lépett hatályba az Esélyegyenlőségi törvény. Látszólag a politika terén az EU-tagság nem jelent előnyt, ugyanis annak ellenére is hogy hiányosságok állnak fenn a szerbiai törvényrendeletekben is a nők nagyobb képviseltsége érdekében, mégis látható a létező intézkedések hatályossága. Az EU28-ban a legalacsonyabb képviseltsége a nőknek Romániában, Cipruson, Magyarországon és Máltán, amit a felsorolt országoknak jelként kellene felismerni, annak érdekében, hogy nagyobb erőfeszítéseket tegyenek a nemi egyenjogúság terén, amit az Európai Unió egyik alapértékének tekint (Lendák-Kabók, 2013).

Foglalkoztatás: különbségek és hasonlóságok

A foglalkoztatás terén az EU-tagságnak jelentős a pozitív hatása. Szerbiában a „pay gap” 20%-os, Magyarországon viszont a korábbi 20%-ról 11%-ra csökkent, ami még az EU átlag 15%-tól is alacsonyabb. Magyarországon a részmunkaidős foglalkoztatás előterjesztése sokat segít a gyermekgondozás terén, míg Szerbiában ezt a munkavállalási formát nem lehetséges gyermekgondozás esetén használni (csak meghatározott esetekben a Munkajogi törvény keretében). A szülési és gyermekgondozási távollét Szerbiában összesen 365 nap, Magyarországon ez sokkal hosszabb, a gyes- 3 év távollétre, a gyed- 2 év távollétre és a harmadik gyermek születése után 8 év távollétre jogosítja a szülőt.

Az EU-hoz való csatlakozás után a strukturális alapokból származó fejlesztési források által egyes foglalkoztatásra irányuló programok indultak, mint pl. az EQUAL és a START. Szerbiában a kormány próbálja serkenteni a nő vállalkozókat, de a segítségnek közel sincs olyan jelentősége mint Magyarországon. A hasonlóságok száma nagyobb a foglalkoztatás terén, mint a politikában és a közéletben, ugyanis mindkét országban megválasztásra került a Nemi egyenjogúság biztos (Szerbia) és Női foglalkoztatásért felelő biztos (Magyarország). Mindkét országban kevés a nő a vezető posztokon. A gyermekgondozási távollétre mindkét szülő jogosult, viszont Szerbiában elenyésző számú férfi élt ezzel a lehetőséggel (összesen 15 évente), míg Magyarországon már ez a szám figyelemre méltó (11.000 hat év alatt). Mindkét országban továbbra is megoldásra vár a fizetetlen munka felosztása a nemek között. Az árnyékjelentés szerint Szerbiában a nők havonta 15 napot házimunkával foglalkoznak. A többszörösen megkülönböztetett nők helyzete különösen hátrányos mindkét országban, itt főként a roma nőkre

és a testi fogyatékossgal rendelkező nőkre gondolunk.

Mindent összegezve megállapíthatjuk hogy a foglalkoztatás terén mindkét ország hasonló kihívásokkal küzd, és azt hogy az EU-tagság előnyt jelent.

Összegzés

A munkában a CEDAW egyezmény került bemutatásra, amely a nőekkel szembeni megkülönböztetés minden formájának felszámolásáért küzd. Az ENSZ dokumentumaként sajnos kevésbé közismertek közé tartozik, viszont jelentősége kimagasló. A munka összehasonlította a nők helyzetét Magyarországon és Szerbiában a CEDAW jelentések alapján. A CEDAW kormányjelentések mellett a munka elemezte az árnyék illetve alternatív jelentéseket is, amelyeket a civil szervezetek állítanak össze. A felsorolt jelentések kritikus elemzése után a munka elemezte a két ország közötti különbségeket és hasonlóságokat a politika és a közélet, illetve a foglalkoztatás terén. Az összehasonlításra került területek alapján a munka azt a következtetést vonta le, hogy míg a politika és a közélet terén nem jelent előnyt az EU-tagság, addig a foglalkoztatás terén az EU-tagságnak nagy a jelentősége Magyarország számára. Mindkét országban van még tennivaló a nemi egyenjogúság terén, hiszen a társadalmi egyenjogúság a modern világ természetes vívmánya, emellett az EU egyik kiemelt célja is.

Hivatkozások

- [1] Autonomni ženski centar et al. (2013), Senka nad Srbijom, Autonomni ženski centar, Beograd. (CEDAW árnyékjelentés Szerbia, 2013)
- [2] Consideration of reports submitted by States parties under article 18 of the Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination against Women Initial report of States parties Hungary –sixth periodic report of State parties - 2006, UN (CEDAW kormányjelentés Magyarország, 2006).
- [3] Consideration of reports submitted by States parties under article 18 of the Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination against Women Initial report of States parties Hungary –seventh and eight combined periodic report of State parties – 2012, UN (CEDAW kormányjelentés Magyarország 2012).
- [4] Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination against Women (CEDAW) (1979), UN General Assembly.
- [5] Consideration of reports submitted by States parties under article 18 of the Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination against Women Initial report of States parties Serbia - 2006, UN (CEDAW kormányjelentés Szerbia, 2006).

- [6] Consideration of reports submitted by States parties under article 18 of the Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination against Women Initial report of States parties Serbia –second and third combined periodic report of State parties - 2011, UN (CEDAW kormányjelentés Szerbia 2011).
- [7] Glas razlike – grupa za promociju ženskih političkih prava, Autnomni ženski centar-ASTRA & Incest traume centar – Žene u crnom (2007), „Alternativni izveštaj komitetu CEDAW“(CEDAW alternatív jelentés Szerbia, 2007).
- [8] Hungarian Women’s Lobby (2011), „Shadow Report“(CEDAW árnyékjelentés Magyarország 2011).
- [9] Lendák-Kabók K. (2013), Temida, No 2, Vol 16, Viktimološko društvo Srbije, Beograd, pp. 133-147.
- [10] Magyar Női Érdekérvényesítő Szövetség & Európai Roma Jogok Központja (2013), „Alternatív jelentés az ENSZ CEDAW Bizottságához Magyarország hetedik és nyolcadik összevont időszakos jelentésének felülvizsgálatához kapcsolódóan“(CEDAW alternatív jelentés Magyarország – 2013).
- [11] Pajvančić, M. et al (2010), Komentar zakona o ravnopravnosti polova, Friedrich Ebert Stiftung, Beograd.
- [12] Dokmanović M. (2011) Rod i pravo. In: Stanković, F. & Markov, S. editors, Uvod u rodne teorije, Univerzitet u Novom Sadu, Centar za rodne studije, ACIMSI, Novi Sad, pp 295-308.
- [13] Zakon o izboru narodnih poslanika, ("Sl. glasnik RS", br. 35/2000, 57/2003 - odluka USRS, 72/2003 - dr. zakon, 75/2003 - ispr. dr. zakona, 18/2004,101/2005 - dr. zakon, 85/2005 - dr. zakon, 28/2011 - odluka US i 36/2011 i 104/2009 - dr. zakon).
- [14] Pokrajinska skupštinska odluka o izboru poslanika u Skupštinu Autonomne Pokrajine Vojvodine, ("Sl. list AP Vojvodine", br. 1/2012).
- [15] Zakon o zabrani diskriminacije ("Sl. glasnik RS", br. 22/2009)
- [16] Zakon o ravnopravnosti polova, ("Sl. glasnik RS", br. 104/2009).
- [17] Zakon o radu ("Sl. glasnik RS", br. 24/2005 i 61/2005).
- [18] Zakon o radu ("Sl. glasnik RS", br. 24/2005, 61/2005, 54/2009 i 32/2013)
- [19] Zakon o lokalnim izborima, ("Sl. glasnik RS", br. 129/2007, 34/2010 - odluka US i 54/2011).
- [20] 2003. évi CXXV. törvény az egyenlő bánásmódról és az esélyegyenlőség előmozdításáról
- [21] <http://www.un.org/womenwatch/daw/cedaw/history.htm>, megtekintve 2013.10.15.

[22] <http://www.un.org/womenwatch/daw/cedaw/>, megtekintve 2013.10.15.

Elérhetőségek:

- Lakcím: Narodnog fronta 23E, 21000 Újvidék, AP Vojvodina, Srbija.
- Mobil: +38163/525286
- Email: karolina.lendak@uns.ac.rs; karolina.kabok@gmail.com

VEZETÉK NÉLKÜLI SENZORHÁLÓZATOK ALKALMAZÁSA IPARI KÖRÜLMÉNYEK KÖZÖTT

Wireless sensor networking in industrial environment

Gogolák László,

főiskolai tanársegéd, PhD jelölt

Szabadkai Műszaki Szakfőiskola, Subotica Tech,

Absztrakt:

Az utóbbi évtizedben a vezeték nélküli eszközök alkalmazása nagymértékben növekedett, így immár az információ-átvitel egyik legelterjedtebb formájává nőtte ki magát. A vezeték nélküli szenzorhálózatok e technológia egyik legújabb és egyben legkutatottabb képviselői. A munka a vezeték nélküli szenzorhálózatok ipari körülmények közötti felhasználásával foglalkozik, ezen belül is az ipari gyártó és összeszerelő sorok megfigyelésének és irányításának a megvalósításával. A kutatásunk fő iránya a helymeghatározás kivitelezése vezeték nélküli technológia felhasználásával az említett környezetben. A kísérletünkben vezeték nélküli szenzorokat telepítettünk az éppen összeszerelés alatt lévő termékek bázis elemére. A kifejlesztett rendszer képes a termékek a gyártósoron belüli pontos helyének a meghatározására és annak időbélyeggel való naplózására. Ezen információk felhasználásával a termék összeszerelési idejét lehet végigkövetni. A termékek helyének pontos meghatározására a szenzorhálózat elemei közötti jelerősséget (angol: Received signal strength indication-RSSI) használtuk fel. A termékek pillanatnyi helyzetét egy neurális hálózat segítségével számoljuk. A szenzorokat felhasználva az összeszerelés folyamán a pozíció meghatározás mellett a terméket ért környezeti hatások is mérhetőek és feljegyezhetőek, így naplózható pontosan hol és milyen hőmérsékleti hatások, páratartalom, ütések stb. érték a terméket az összeszerelés folyamán. A vezeték nélküli szenzorhálózatok ezen felhasználásával az összeszerelt termékek minősége javítható, továbbá az összeszerelés folyamata megfelelően optimalizálható.

Abstract:

The use of wireless devices has greatly increased in the last decade, and it has been one of the most widely used medium of information transmission. Within the wireless devices the wireless sensor networks are the most contemporary and most commonly researched field. The work deals with the industrial use of wireless sensor networks and more precisely with monitoring and controlling industrial assembly lines. The focus of this study is localization by the use of

wireless technology in the above mentioned environment. In the experiment wireless sensors are placed on the base elements of currently being assembled products. The developed system is able to specify the precise place of the product in the assembly line and record the time of localization. By the use these information the time of assembling the product can be monitored. For determining the place of the product the Received signal strength indication – RSSI has been used. The current position of the product is calculated by a neural network. The use of these sensors makes possible the measuring and recording of the influences on the product during the assembly, such as the effects of temperature, humidity, or if the product has been hit or damaged. By the use of these wireless sensor networks the quality of the assembled products can be improved and the process of assembly can be optimized.

1. Bevezető

A munkánk legösszetettebb fázisa a belső térben történő helymeghatározás. Így a dolgozat főleg e problémával foglalkozik.

A külső lokalizáció napjainkban már nem jelent nagy problémát a GPS fejlettsége miatt. Számtalan eszköz tartalmaz már GPS jel fogadására és feldolgozására szolgáló egységeket. A földünk bármely pontján megállapítható a pozíciónk akár 2 cm pontossággal is. Ezen pontosság eléréséhez megfelelő eszközkészlettel kell rendelkezünk, valamint nyílt terepen kell tartózkodnunk. Az ilyen lokalizáció pontosan, csakis nyílt terepen tud üzemelni. A beltéri lokalizációra számos megoldás létezik már, különféle technológiák kihasználásával. Legtöbbször valamilyen RF jel feldolgozásával juthatunk el a belső pozíció információjához. Az ilyen lokalizációt hívjuk „fingerprinting” eljárásnak [1][2]. Ebben a munkában be lesz mutatva egy lokalizációs eljárás, amely vezeték nélküli szenzorhálózat (angol: Wireless Sensor Network-WSN) felhasználásával tud belső térben helymeghatározást végezni akár ipari körülmények között is.

A munkánkban két kísérlet eredményeit fogjuk bemutatni. Az első kísérletünk folyamán egy zárt teremben WSN szenzor modulokat helyeztünk el egy bizonyos rendszer szerint állandó ismert pozíciókra („anhor” modulok). A terem nem ideális struktúrájú mivel tartalmaz bútorokat, számítógépeket, a falain ablakok vannak stb. Egy mobilis WSN modul segítségével a terem több pontján méréseket végeztünk. Lemértük az RSSI (Received Signal Strength indicator) értékeket a mobilis és minden egyes anhor között. Az így felhalmozódott mérési eredményekből egy adatbázis jött létre. Ezen mérési eredményeket tudjuk felhasználni arra, hogy valamilyen összefüggést találjunk az RSSI értékek változása és a mobil szenzor pozíciója között. Ezen összefüggések meghatározásához a munkában a neurális hálózatokat használtuk fel. A

rendelkezésre álló adathalmazt felhasználtuk egy neurális hálózat betanítására. Melynek eredményeként a betanított háló képessé vált, egy új mérési eredmény alapján megállapítani a mobil szenzor pozícióját. A neurális hálózat tesztelés szimulációs környezetben történt.

A második kísérlet valójában az első kísérlet megismétlése ipari körülmények között. Kísérletünkben azt szeretnénk volna bebizonyítani, hogy az ipari objektumok mágneses zajokban gazdag környezete mennyiben befolyásolja a lokalizáció pontosságát. A lokalizációt egy olyan rendszer elemeként használjuk fel, amely képes folyamatosan követni az összeszerelés alatt álló termékek pozícióját és azokat ért környezeti hatásokat.

2. Vezeték Nélküli Szenzorhálózatok

A vezeték nélküli kommunikáció napjaink egyik legelterjedtebb adat továbbító médiuma. Otthonainkban jelen van vezeték nélküli internet kapcsolat formájában, mobiltelefonok Bluetooth kapcsolata formájában, stb.. A vezeték nélküli szenzorhálózatok alacsony fogyasztású, kisméretű, vezeték nélküli kommunikációra képes mérő eszközök alkotta hálózat. Felhasználási területük nagyon széles skálán mozog [3][4]. A kísérleteink során a Crossbow cég IRIS szenzor moduljait (1. ábra) használtuk fel amelyek IEEE 802.15.4 szabványnak megfelelően képesek a vezeték nélküli kommunikációra.



1. ábra: Crossbow Iris szenzor modul

Az Iris szenzorok 8 bites Atmel 1281 mikroprocesszort tartalmaznak és 2.4GHz frekvencián rádió adatátvitelt tesznek lehetővé. Az adatátvitel ZigBee kommunikációs protokoll felhasználásával történik. A Iris szenzor felhasználását nagymértékben könnyíti a TinyOS operációs rendszer használata, amely NesC-ben írt alkalmazások futtatását teszi lehetővé [8].

3. Kísérleti mérések leírása

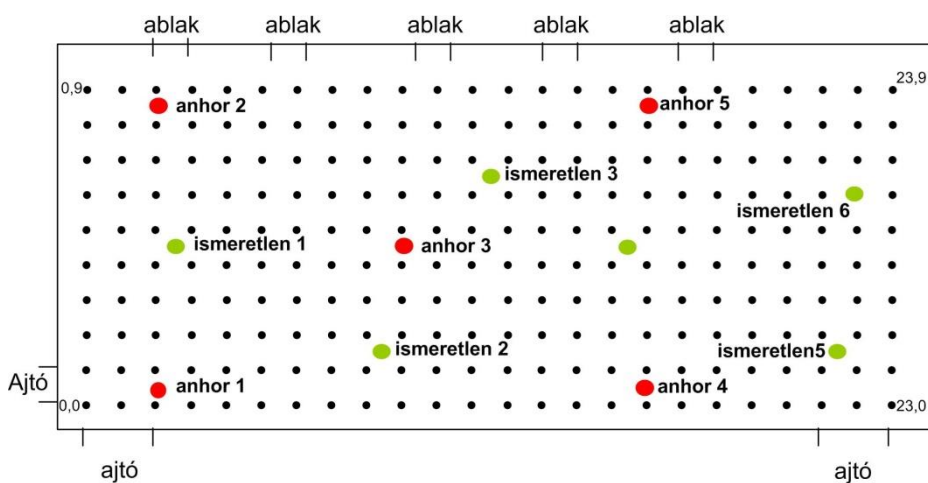
Bármely lokalizációs algoritmusnak szüksége van egy mérési adatbázisra, aminek alapján képes pozíciót meghatározni. Minél nagyobb, illetve információban gazdagabb egy adathalmaz, az növelheti a lokalizáció pontosságát. Fontos meghatározni azt a célterületet, helységet ahol a lokalizációt végezni szeretnénk. Fontos tudni azt, hogy a fingerprint lokalizáció pontosságára nagyban kihat a zárt helység berendezése, környezete, mivel ez kihat vezeték nélküli adatforgalom minőségére [6].

A kísérletet két fázisra oszthatjuk fel: a kísérlet első fázisában egy viszonylag ideálisnak mondható környezetben (teszt laboratóriumban) alkalmaztuk a lokalizációs eljárást, míg a második fázisban valódi ipari körülmények között használtuk fel az eljárást.

3.1.A teszt laboratóriumi mérés struktúrája

A helység ahol az első fázis mérései készültek egy laboratóriumi célokra szolgáló tanterem, melyben asztalok, székek, számítógépek találhatóak. A cél az volt, hogy a mérés és adatgyűjtés egy realisztikus környezetben történjen.

A szobában egy 24 x 10 pozícióból álló koordinátaháló lett kialakítva melynek a rezolúciója 60cm. A kísérlet alkalmával 5 fix pozíciójú szenzor pont (anhor) lett felhasználva. Az anhorok pozíciói tetszőlegesen lettek megválasztva, figyelembe véve az egyenletes eloszlásukat. A 2. ábrán látható, hogy a fekete pontok jelölik a mérés pozíciókat, míg a piros pontok az anhorok helyzetét [5]. A zöld ponttal jelölt pozíciókban felvételezett RSSI értékeket a lokalizáció pontosságának a tesztelésére használjuk.



2. ábra: A teszt laboratórium struktúrája

Az egymástól 60 cm távolságban lévő pozíciókra felvételezve lett az anhor és a mobil szenzor

közötti RSS értékek. Az 5 anhor mindegyikére 100 RSSI érték minta lett felvételezve. Így egy koordinátához összesen 500 mérési eredmény tartozott. A pontosság javítása céljából a méréseket elvégeztük a kommunikáció másik irányába is, hogy mekkora a mobil szenzor jelerőssége az anhor szenzorokban. Mivel összesen 240 pontból áll a hálózatunk, így összesen 12000 mérési eredményünk van a mobil-anchor RSSI mérésre és 12000 az anhor-mobil RSSI mérésre.

3.2 Ipari Laboratórium

A kísérletünk második fázisában egy ipari környezetnek teljes mértékben megfelelő ipari laboratóriumban alkalmaztuk a lokalizációs eljárást. Az ipari laboratóriumban egy termék összeszerelő sor található, amely vízpumpák összeszerelésére lett kialakítva. Az ipari laboratórium teljes mértékben megfelel az ipari körülmények biztosítására, a vezeték nélküli kommunikáció és a lokalizációs eljárások vizsgálatára [11]. A 3. ábrán látható az ipari laboratórium kialakítása.



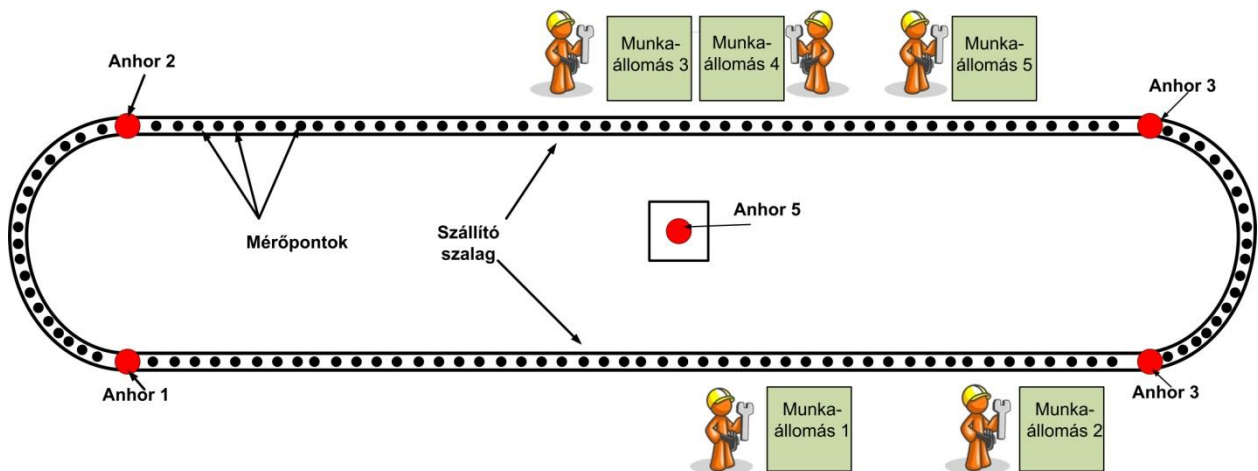
3.ábra: Az ipari laboratórium kialakítása

Az összeszerelő sor a következő elemeket tartalmazza:

- Összeszerelő munkaállomások,
- Futószalag és paletták a bázis alkatrész továbbítására,
- Technológiai eszközök,

➤ Ipari BOSCH robot.

A bemutatott laboratóriumban a lokalizációhoz szükség van a vezeték nélküli szenzorhálózat felállítására. A lokalizációs eljárás működéséhez szükség van a gyártósor egyedi RSSI térképének a létrehozására. A teszt laboratóriumhoz hasonlóan a gyártósor esetében is szükség van az ismert pozíciójú anhorok telepítésére (4. ábra).



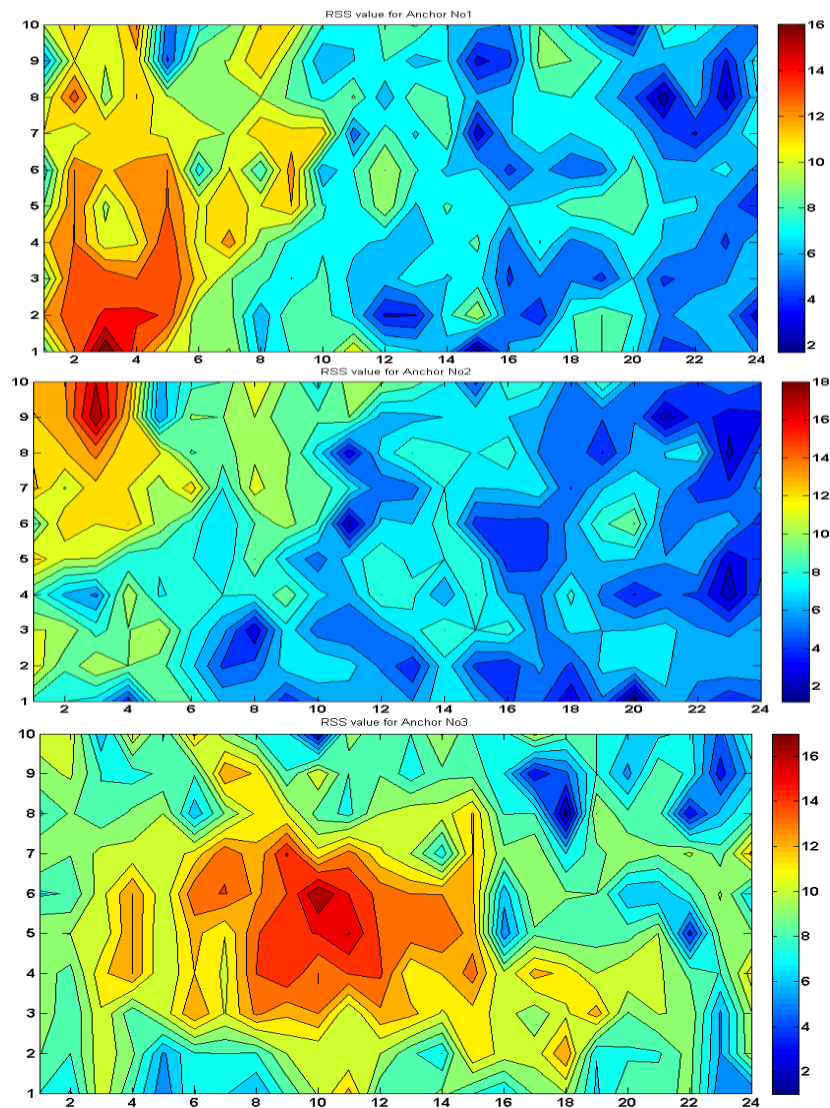
4. ábra: Az ipari laboratórium mérőhelyeinek struktúrája

Az RSSI térkép létrehozásához szükség van az RSSI érték felvételezésére az anhorok és a mobil mérő szenzor között, amelyet a karakterisztikus mérőpontokban végzünk. Az RSSI térkép minősége annál jobb minőségű lehet amennyivel nagyobb az RSSI értékek felvételezése [7]. Az RSSI értékek a mérőhelyek pozíciójával együtt tároljuk el egy adatbázisban. A gyártósor esetében a mérés a mérőhelyek egymás közötti távolsága, rezolúciója 10 cm.

4. Adatok felvételezése és előkészítése

4.1 A teszt laboratórium adatainak felvételezése

Az adatok felvételezése után az adatbázisban 24000 RSSI érték szerepel. Az legkisebb RSSI érték 4 míg a legnagyobb 16 . Valójában így 12 RSS szintet tudunk megkülönböztetni. Ez a rezolúció relatív kevésnek mondható és feltehetőleg nagyban kihat a lokalizáció pontosságára, de a „Crossbow” Iris szenzorjai csakis ilyen érzékenységgel tudják mérni a jelerősséget. Mivel a szoba környezete nem ideális, így különböző zavarok jelentkezhetnek a rádió jelben. A jelerősség eloszlása a teremben a következő képen van bemutatva (5. ábra). Látható az első három anhor jelerősségének eloszlása a pozícióktól függően. A képeken az RSSI értékek átlaga lett ábrázolva.



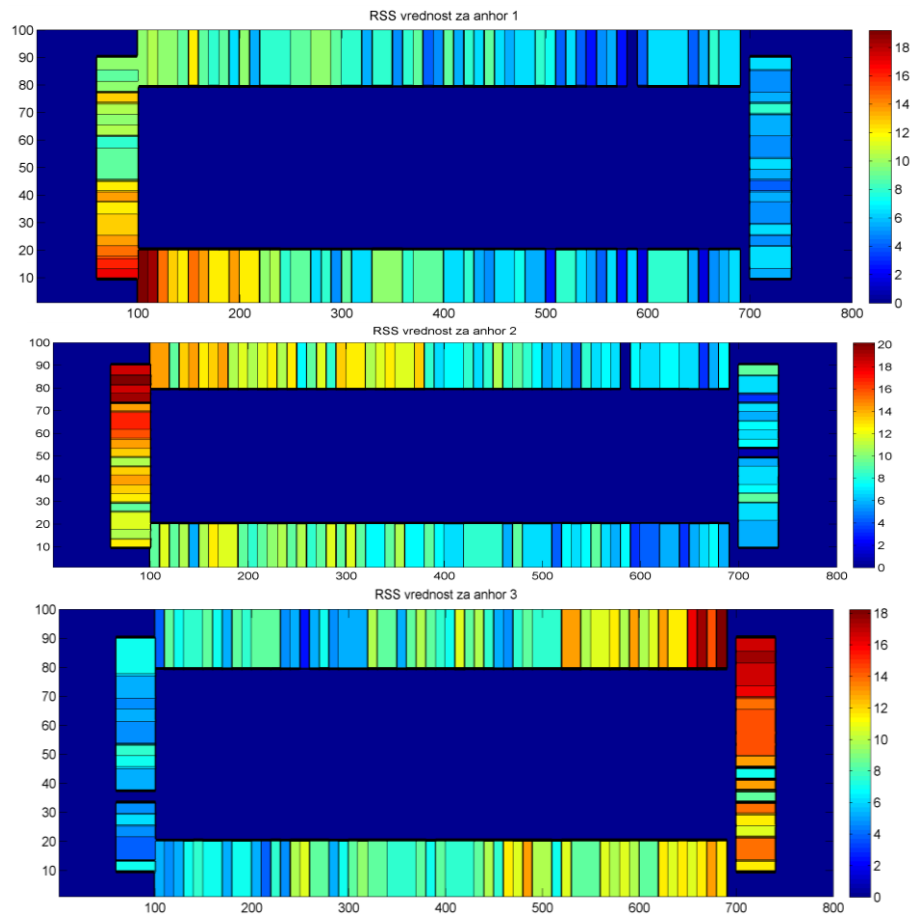
5. ábra: Az RSSI értékek eloszlása a teszt laboratóriumba (anhor 1,2,3)

Mivel a 100 mérési minta közül néhány a csomagvesztés miatt hibás, ezért azok is korrigálva vannak a jelerősség átlagértékkel. A mért adatokat a munka folyamán a neurális hálózat betanítására fogjuk használni, ezért fontos hogy azok a megfelelő formában legyenek előkészítve. A munka folyamán két adathalmazzal dolgoztunk. Az egyikben a nyers (raw) adatok voltak, míg a másikban különböző az RSSI értékek statisztikai értékei minden egyes pozícióra. Ez utóbbi adatbázisban az RSSI értékek átlag, medián és standard deviációs értékei találhatóak.

4.2 Az ipari laboratórium adatainak felvételezése

Az RSSI értékek eloszlása az ipari laboratórium esetében különbözik a test laboratórium RSSI eloszlásától. Az alapvető különbség abban van, hogy az ipari laboratórium esetében a mérések

csakis az összeszerelő sor területére koncentráltak. Mint már említettük, a mérések 10 cm-ként történtek, így ebben az esetben az összeszerelő soron 160 mérőpontot különböztettünk meg. A két hosszabb oldalon egyenként 60 mérőpont, míg a végeken egyenként 20 mérőpont található. A 6. ábrán egyenként látható az RSSI értékek elrendeződését az első három anhor esetében. RSSI eloszlás mind az öt anhor esetében kimutatható, a munkában csak ebből hármat tudunk bemutatni. Az illusztráción az összeszerelő sor ellipszis alakzatát az ábrázolhatóság miatt szögletes átmenettel approximáltuk.



6. ábra: Az RSSI értékek eloszlása az ipari laboratóriumban (anhor 1, 2, 3)

Az ipari laboratórium csakúgy, mint a valós ipari összeszerelő sorok számos fém elemmel vannak felszerelve, így nem várhatunk homogén RSSI eloszlást. Az RSSI eloszlásának illusztrációja nagyon fontos szerepet játszik az anhorok megfelelő helyzetének a kivizsgálására.

5. Neurális hálózat alkalmazása a lokalizációban

A munka során megpróbáltuk megtalálni azt a neurális hálózat típust, amely legnagyobb pontossággal meg tudja határozni a pozíciót. A neurális hálózat tanítása és szimulációja matlab programcsomagban történt [10]. A neurális hálózat „*feed-forward back-propagation*” struktúrájú volt. A tanítás módok közül alkalmaztuk a „*Levenberg-Marquardt*” és a „*Resilient*

„backpropagation” algoritmust [9]. Az aktivációs függvények közül pedig kombináltuk a „purelin”, a „tansig” és a „radial base” függvényeket.

A neurális hálózat alap struktúrája 5 bemenetből és 2 kimenetből áll. A bemenetre érkezik az 5 anhor mért RSSI értéke, míg a kimenet az x és y koordináták jelennek meg. Az RSSI értékek a következő mátrixos alakban érkeznek a bemenetre:

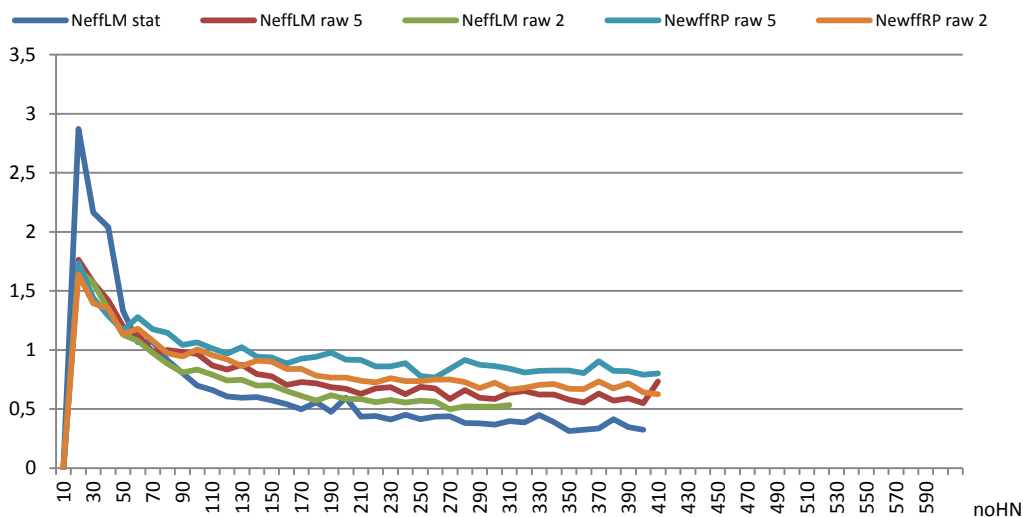
$$S_j = \begin{bmatrix} S_{11} & S_{1i} & \dots & S_{15} \\ S_{j1} & S_{ji} & \dots & S_{j5} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ S_{N1} & S_{Ni} & \dots & S_{N5} \end{bmatrix}$$

ahol az s_{ji} jelöli az i -ik anchor RSSI értékét $i \in (1,5)$ a j mérőpontban. A kimeneteket, azaz a pontok koordinátáit pedig a következő mátrixos alakban használjuk:

$$xy_j = \begin{bmatrix} x_1 & y_1 \\ x_j & y_j \\ \vdots & \vdots \\ x_N & y_N \end{bmatrix}$$

A j értéke mindig igazodik a bemeneti j indexhez. Mindkét mátrix esetében használt N jelölés jelöli az összesített mérési értékek számát, melyet a tanítás során használunk.

A tanításra, mint már említettük két adatbázis is elő van készítve. Az egyik melyben a nyers (raw) adatok vannak, míg a másikban a statisztikai előszámításon átesett adatok. A munkánk során összehasonlítottuk, hogy melyik adathalmaz által tanított hálózat ad pontosabb pozíciót. A rendelkezésre álló adathalmazból az adatok 20-25 % el lett különítve a betanított hálózat tesztelésére. Az 7. ábrán látható a különböző adathalmazokkal tanított hálózat hibadiagramjai. Nagyon fontos megemlíteni még azt, hogy nem mindegy egy betanított hálózat rejtett rétegeiben mennyi rejtett neuron szerepel. Lehet, hogy egyik tanítás pontosabb eredményt produkál, de viszont több rejtett neuront igényel a rejtett rétegben.



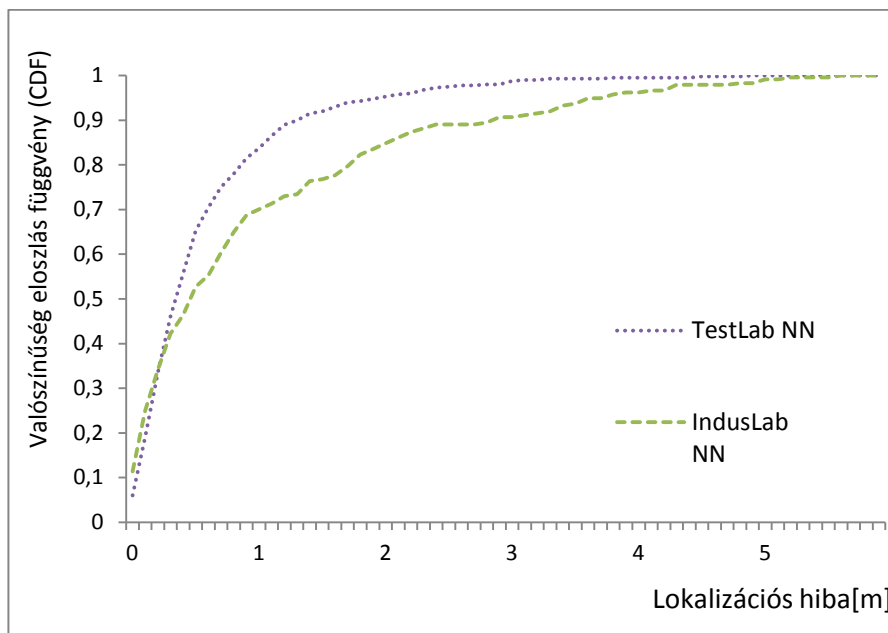
6. ábra: A neurális hálózat lokalizációs hibája a rejtett neuronok számától függően

A grafikon abszcisszáján a rejtett rétegben lévő neuronok száma, míg az ordinátán pedig a lokalizáció négyzetes átlag hibája látható. (angol: *MSE* - *mean square error*) látható. Az adatok melyeket a tesztelésnél használtunk már előre el lettek különítve a tanításra használt adatoktól. A diagramon látható a különböző tanítási algoritmusok hatásai is. A „NewffLM” nevű görbék a „Levenberg-Marquardt” algoritmussal, míg a „NewffRP” görbék viszont a „Resilient backpropagation” algoritmussal lettek betanítva. A „raw2” és „raw5” indexelés jelöli a nyers érték adathalmazból való RSSI értékeket 2 illetve 5 mintavételezési értékkel. A „stat” index viszont a RSSI középértékek használatára utal. A legjobb eredményt és leggyorsabb tanulást a „Levenberg-Marquardt” algoritmus produkálta. Egyetlen hátrányának mondható, a sok memória igény amely a tanítás folyamán jelentkezik a sok neuron szám esetében. „Resilient backpropagation” algoritmus pontosságban valamelyest elmarad az előző módszertől, viszont a tanulás és a lokalizáció sebessége jobbnak mondható.

7. Teszt eredmények

A munkánk fő célja az, hogy megmutassuk, hogy ipari körülmények között is realizálható lokalizáció „fingerprint” eljárással. Amennyiben ez lehetséges akkor alkalmazható lenne az ipari gyártó és összeszerelő sorok bármelyikénél, különféle alkalmazások kifejlesztésére. A eredmények összehasonlítására az akkumulációs valószínűség eloszlás függvényt használtuk (angol: *cumulative distribution function-CDF*). A CDF megmutatja milyen pontosságú lokalizációt kapunk mekkora valószínűséggel.

Először azt teszteltük, hogy milyen pontos a lokalizáció azokon a mérőpontokon, amelyekben felvételezve lett az RSSI érték. Tehát az RSSI térkép egyes elemeit kivettük, mint teszt értékek és azokat a pontokat kerestettük vissza az algoritmus segítségével. A 8. ábrán a CDF függvény látható ezekre az „ismer” teszt pontokra.



8. ábra: Valószínűség eloszlás függvény az „ismert” pontok esetében

Az 8. ábrán látható görbék közül a pontosabb lokalizációt a test laboratórium esetében figyelhetjük meg („TestLab NN” görbe). Az eredmény annál jobbnak mondható minél meredekebb a görbe, tehát nagyobb valószínűséggel kapunk kisebb hibájú lokalizációt. Láthatjuk, hogy a 0.5 méteres pontosságot mindkét esetben hasonló valószínűséggel határozhatjuk meg. Ezután távolodik el egymástól a két görbe. Így az 1 méteres pontosságot már a teszt laboratórium 0.9 valószínűséggel tudjuk meghatározni, míg az ipari laboratórium esetében ugyan ezt a pontosságot már 0.7 valószínűséggel tudjuk megkapni. A lokalizáció sikeressége az ipari laboratórium esetében láthatóan eltér a laboratóriumi körülmények között végzett kísérlettől, mégsem mondható sikertelennek. A 2 méteres pontosságú lokalizációt már 0.9 valószínűséggel végezhető, ami ipari felhasználásra teljes mértékben elfogadható. Ez az eredmény mindenképpen javítható még a szenzorhálózat struktúrájának változtatásával és különféle lokalizációs algoritmusok alkalmazásával.

9. Összegzés

A munkánkban a vezeték nélküli szenzor hálózatok alkalmazhatóságát vizsgáltuk ipari körülmények között. Kutatási céljaink között a számos alkalmazás szerepel, amely erre a technológiára támaszkodna, így fontos volt kivizsgálunk annak alkalmazhatóságát. Ebben a munkában a vezeték nélküli technológián alapuló lokalizációs eljárások ipari alkalmazhatóságát teszteltük. A munkában bemutattunk egy „fingerprint” lokalizációs eljárást melynek segítségével egy zárt teremben lokalizációt tudunk elvégezni. Kísérletünk első fázisában egy teszt laboratóriumban alkalmaztuk a lokalizációs eljárást. Ezután egy valós ipari környezetnek

megfelelő ipari laboratóriumba telepítettük a szenzorhálózatot. A helymeghatározásra neurális hálózatot alkalmaztunk. A lokalizáció pontosságát CDF függvény felhasználásával osztályoztuk. A munkánk eredményeképpen bemutattuk, hogy mennyiben tér el a helymeghatározás pontossága ipari körülmények között a laboratóriumi körülmények között végzett lokalizáció pontosságától. A kapott eredmények alapján a vezeték nélküli szenzorhálózatokon alapuló lokalizációs eljárások ipari körülmények között is sikeresnek mondhatóak. További munkánk során tervezzük alkalmazni a vezeték nélküli szenzorhálózatokat ipari gyártó és összeszerelő sorok felügyeletére és vezérlésére. Terveink között szerepel a termék gyártósoron belüli helymeghatározása mellett az azokat ért különböző környezeti hatások megfigyelése is. Úgy gondoljuk, hogy egy ilyen rendszer kialakításával a gyártás és a termékek minősége egyaránt javítható lenne.

Köszönetnyilvánítás:

A munka a Collegium Talentum támogatásával készülhetett el.

Irodalomjegyzék:

- [1] Radu Stoleru, Tian He, John A. Stankovic, David Luebke “A high-accuracy, low-cost localization system for wireless sensor networks”, *Proceedings of the 3rd international conference on Embedded networked sensor systems*, Pages: 13 - 26 , California, 2005.
- [2] Mustapha Boushaba, Abdelhakim Hafid, Abderrahim Benslimane “High accuracy localization method using AoA in sensor networks”, *Computer Networks, Volume 53, Issue 18, 24 December 2009, Pages 3076-3088*
- [3] Gogolak Laslo, Dr Pletl Szilveszter, Gál Péter, Dukai Zoltán – “ Observing inland waters with ultrasonic distance measuring by the aid of wireless sensor networks” - *SIP 2010 June 3-4, 2010 Subotica, Serbia XXVIII. “Science In Practice”*
- [4] Guoqiang Mao, Barış Fidan, Brian D.O. Anderson “Wireless sensor network localization techniques”, *Computer Networks, Volume 51, Issue 10, 11 July 2007, Pages 2529-2553*
- [5] Silvester Pletl, Péter Gál, Dragan Kukolj, László Gogolak- “An Optimizing coverage in mobile wireless sensor networks” *8th International Symposium on Intelligent Systems and Informatics- SISY 2010, September 10-11, 2010 Subotica*
- [6] Y. Koren, J. Borenstein “Potential Field Methods and Their Inherent Limitations for Mobile Robot Navigation”, *Proceedings of the IEEE Conference on Robotics and Automation, Sacramento, California, April 7-12, 1991, pp. 1398-1404*

- [7] Simon János, Goran Martinović, Matijevics István, “WSN Implementation in the Greenhouse Environment Using Mobile Measuring Station” *International Journal of Electrical and Computer Engineering Systems pp. 1-10, Osijek, Croatia, 2010*
- [8] TinyOS official documentation: http://docs.tinyos.net/index.php/Main_Page
- [9] Kermani, Bahram G., Susan S. Schiffman, and H. Troy Nagle. "Performance of the Levenberg–Marquardt neural network training method in electronic nose applications." *Sensors and Actuators B: Chemical* 110.1 (2005): 13-22.
- [10] Demuth, Howard, Mark Beale, and Martin Hagan. "Neural Network Toolbox™ 6." *User Guide, COPYRIGHT 2008 (1992).*
- [11] Low, K.S., W.N.N Win, and J.E. Meng (2005). Wireless Sensor Networks for Industrial Environments. In: International Conference on Computational Modelling, Control and Automation, 2005 and International Conference on Intelligent Agents, Web Technologies, and Internet Commerce, 2, 271-276.

Forrás: Stadat, KSH