



VÁLSÁG ÉS NÖVEKEDÉS –
20 ÉVES AZ EDUTUS FŐISKOLA
A MAGYAR TUDOMÁNY ÜNNEPE 2012

KONFERENCIA

2012. november 21-23.

Edutus Főiskola, Tatabánya, Stúdió tér 1.

Edutus Főiskola, Budapest, Bécsi út 324.

Felelős kiadó:

Dr. Bartók István rektor

Főszerkesztő:

Dr. Jandala Csilla rektor-helyettes

Nemzetközi szerkesztő bizottság:

Giacomo del Chiappa
Dr. Levente Dimen
Niels Egelund
Dr. Marja-Ritta Eriksson
Jette M. Göbel
Prof. Dr. Mike Hoffmeister
Ing. Dusan Maga
Dr. Pantelis Kyrmizoglou
Prof. Dr. Gisela Theis
Prof. Dr. Jörg Winterberg
Prof. Dr. Ulrich Holzbaur
Francois Cudel

Dr. Sárkány Péter
Dr. Nagy Gyula
Dr. Kovács András
Dr. Mária Bernschütz Mária
Vogelné Takács Gabriella
Prof. Dr. Halmi Attila
Dr. Garaj Erika
Dr. Vörös Mihály
Dr. Gubán Pál

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 9. KÖTET

EDUTUS FŐISKOLA KIADÁSA

www.edutus.hu

ISBN 978-963-8445-34-6

Tartalomjegyzék

KÖSZÖNTŐ	6
I. PLENÁRIS ÜLÉS	8
AZ EDUTUS FŐISKOLA ÉS KÖRNYEZETE 1992-2012 (DR. BARTÓK ISTVÁN). 9	
SZÉCHENYI ISTVÁN, A MANDÁTUMOS EMBER (DR. PÁLFI JÓZSEF)	25
COOPERATION BETWEEN UNIVERSITIES AND SECONDARY SCHOOLS IN THE CZECH REPUBLIC(DUSAN MAGA – BORIS SIMAK).....	43
II. TUDÁS-TRANSZFER ÉS INNOVÁCIÓ A GAZDASÁGBAN	53
A KIS- ÉS KÖZÉPVÁLLALATOK ÉS AZ INNOVÁCIÓ (NÉMETHNÉ DR. GÁL ANDREA).....	54
APORIA – THE VALUABLE FOCUS OF LEADERSHIP (DR. NÉMETH JÁNOS PÁL).....	67
KAPCSOLATÉPÍTÉS MINT INNOVÁCIÓ-FORRÁS A HAZAI KKV SZÉKTORBAN (VITÉZ ÉVA – DR. GARAJ ERIKA)	72
A DÉL – SZLOVÁKIAI BORPIAC JELENLEGI HELYZETE ÉS FEJLŐDÉSÉNEK JÖVŐBENI ÚTJAI (DR. VÍGH KATALIN).....	87
NEW WAYS IN BUSINESS EDUCATION: IMPROVING CREATIVE INTELLIGENCE WITH ENTERPRISE CASE STUDIES (DR. GARAJ ERIKA) .	102
III. HÉLIA-HELYI ÉLELMISZERLÁNCOK FEJLESZTÉSE ÉS INNOVÁCIÓJA	115
A GASZTRONÓMIA SZEREPE MAGYARORSZÁG ÉS OLASZORSZÁG TURIZMUSÁBAN (HERCZ ÁGNES – DR. JANDALA CSILLA – DR. KESZTHELYI CSABA)	116
A TERMELŐI PIACOK SZEREPÉNEK VÁLTOZÁSA A KERESKEDELMI ÉRTÉKESÍTÉS RENDSZERÉBEN (BOTTYÁN LÁSZLÓ).....	135
A SZÖVETKEZETI KERESKEDELEM SZEREPE A HAZAI ÉLELMISZERKERESKEDELEMBEN – ÚJ MODELL LEHETŐSÉGEI (DR. GÉRÓ IMRE)	150

IV. GLOBÁLIS VÁLSÁG ÉS REAKCIÓK	174
VÁLSÁG ÉS NÖVEKEDÉS ALULNÉZETBŐL 2012-BEN (ILYÉS FERENC).....	175
A TRANSZNACIONÁLIS VÁLLALATOK NEMZETI JELLEGE ÉS A GLOBALIZÁCIÓ – A NÉMET VÁLLALATI TERJESZKEDÉS ÉS A „DEUTSCHLAND AG” ÁTALAKULÁSA (DR. JUHÁSZ KRISZTINA)	184
LATERÁLIS INNOVÁCIÓ, MINT NEMZETKÖZI MOBILITÁSI TÉNYEZŐ (DR. SZALAI IBOLYA)	200
AZ EDUTUS FŐISKOLA OKTATÁSI VONZÁSKÖRZETÉNEK VÁLTOZÁSA (DR. KOVÁCS ANDRÁS).....	212
BANKUNIÓ: VÁLASZ A SZUVERÉN ADÓSSÁGVÁLSÁGRA? (DR. LOSONCZ MIKLÓS)	226
A BIZONYTALAN JÖVŐ –GAZDASÁGPOLITIKA A GLOBALIZÁCIÓ ERŐTERÉBEN (DR. NAGY GYULA).....	241
AHÁNY HÁZ ANNYI... VEZETŐI SZÁMVITEL?! – MANAGEMENT ACCOUNTING A KKV-K IGÉNYEI SZERINT (FERKE GYÖRGY).....	257
V. TURIZMUS.....	291
A KLÍMAVÁLTOZÁS HATÁSA A TURIZMUSRA (DR. JANDALA CSILLA)....	292
FENNTARTHATÓSÁGI ÉS FEJLESZTÉSI KÉRDÉSEK A MAGYARORSZÁGI TURISZTIKAI KKV SZEKTORBAN (GONDOS BORBÁLA – T. NAGY JUDIT) 307	
TOURIST UTILIZATION OF THE BUILT HERITAGE OF TOTALITARIAN REGIMES – ATRIUM (GYŐR, HUNGARY) (DR. FEKETE MÁTYÁS)	322
MINŐSGMENEDEZSMENT KÉRDÉSEI A SZÁLLODAI ANIMÁCIÓS TEVÉKENYSÉGBEN (MAGYAR MÁRTON)	330
A HERCEGNŐ A NAGYVÁROSBAN -TURIZMUS ÉS MARKETING A RÓMAI VAKÁCIÓ CÍMŰ FILMBEN (DR. SÁNDOR TIBOR).....	344
HOW DOES DESTINATION GOVERNANCE AFFECT DESTINATION BRANDING: THE COSTA SMERALDA CASE STUDY (GIACOMO DEL CHIAPPA).....	354
A TÖBBNYELVŰSÉG DIDAKTIKÁJA A FELSŐOKTATÁSBAN (DR. PERES ANNA)	366
BEFOLYÁSOLÁSI STRATÉGIÁK ÉS AZOK NYELVHASZNÁLATI ESZKÖZEI AZ UTAZÁSI IRODÁK HIRDETÉSEIBEN (PAPP VANDA).....	377

THEORETHICAL ASPECTS REGARDING ROMANIAN AGRO-TOURISM DEVELOPMENT (LARISA DRAGOLEA – LEVENTE DIMEN)	392
VI. KÖZÉP-EURÓPAI GAZDASÁG ÉS TÁRSADALOM - COLLEGIUM TALENTUM	403
A MAGYAR NYELVŰ KUTATÁSOK KÖRÜLMÉNYEI KÁRPÁTALJÁN ÉS ERDÉLYBEN (MŰHELYVITÁK A KÜLHONI MAGYAR KUTATÁSOKRÓL) (DR. KANDIKÓ JÓZSEF)	404
A VAJDASÁGI EGYNYELVŰSÉG ÉS KÉTNYELVŰSÉG ÉRZELMI KONTEXTUSAI (BEATA GRABOVAC).....	422
AZ 1841-ES ERDÉLYI „REVERZÁLIS”-KÖRLEVÉL – BELÜLRŐL (NEMES ISTVÁN).....	441
ASZIMMETRIA A TŐZSDEINDEXEK INVERZ STATISZTIKÁJÁBAN: MEGHATÁROZÓ IDŐSKÁLÁK (SÁNDOR BULCSÚ)	458
EGY NASKALATI JUHESZTENA ESZKÖZTÁRÁNAK VÁLTOZÁSVIZSGÁLATA (SALLÓ SZILÁRD).....	472
ERDÉLY SÓS TAVAINAK KÜLÖNLEGES ALGÁI (KERESZTES ZSOLT)	500

KÖSZÖNTŐ

Bevezető

Az Edutus Főiskola 2012-ben ünnepli működésének 20-ik évfordulóját. Az évforduló kapcsán, a tavasz folyamán már sor került az öregdiákok találkozójára és bált is rendeztünk. Ez a konferenciakötet a Főiskola tudományos tevékenységét mutatja be. A konferencia címe: „Válság és növekedés”. Kétség sem férhet hozzá, hogy egy világválság időszakában élünk, immár évek óta. Sajnálatos módon, a mai helyzet sem biztató. A válság több szinten is jelentkezik. A pénzügyi válság egy egyre mélyülő látszó gazdasági válságba megy át. Sajnos, azonban a válság mögött mélyebb folyamatok is meghúzódnak. A növekedés orientált gazdaságban a fogyasztás növelése szinte fétissé vált; és ez a helyzet a társadalmi értékek válságára irányítja a figyelmet. A válság azonban megjelenik egy ennél is tágabb mezőben: az ember és az őt körülvevő világ viszonyrendszerének keretében. A válság tehát problémákat vet fel és választút elé állít minket. Ez azonban azt is jelenti, hogy szükség és lehetőség is van új megoldások kigondolására és bevezetésére.

A kibontakozást az innováció vezette megújulás jelentheti. A konferencia egyik szekciója a tudás-transzfer és innováció szerepét dolgozza fel a gazdaságban. A HÉLIA szekció keretében szintén előkerül az innováció, a helyi élelmiszerláncok fejlesztése perspektívájában; és ez a téma már kicsit kitekint a gazdaságból az ember-környezet kapcsolatrendszer irányába. A Neumann János Számítógép-tudományi Társaság Komárom-Esztergom megyei szervezetével közösen meghirdetett szekció a „Jelen és jövő” címet viseli. A szekcióban bemutatkozó középiskolás fiatalok a jövő tudományos reménységei: magyar és nemzetközi versenyek nyertesei. A „Globális válság és reakciók” szekció előadásai a válság megoldásának néhány kulcsszereplőjével: globális nagyvállalatokkal, a pénzügyi szféra szereplőivel és a gazdaságpolitikával foglalkoznak. A szakkollégiumi és Tudományos Diákköri szekciókban olyan fiatalok előadásai szerepelnek, akik már megtették a kezdő lépéseket a tudomány útján és akiktől eredményeket várunk az innovatív megoldások terén is. Még előrébb járnak és már sok tekintetben kiválóságukat bizonyították a Collegium Talentum tehetséges tagjai, akik bemutatják legújabb kutatásaikat. Végül, de egyáltalán nem utolsó sorban a turizmussal foglalkozó szekció, azon túl, hogy a terület, a magyar gazdaság és a Kárpát-medence számára kibontakozási lehetőséget kínál, szintén szervesen kapcsolódik a válság egyik meghatározó kérdésköréhez: az ember és környezete közötti kapcsolatrendszer jövőjéhez.

Remélem, a kötetet kézbevevők nemcsak elmélyülhetnek a számukra érdekes témákat kifejtő előadásokban; de azok inspirálóan fognak hatni és további előadásokhoz szolgálnak majd kiindulópontként.

Dr. Bartók István

rektor

Introduction

The Edutus College celebrates its 20th anniversary in 2012. In connection with the anniversary, Alumni meeting was organized in the spring and we celebrated with a ball. This conference proceedings introduces the reader into the scientific activities of the College. The Conference is titled 'Crisis and Growth'. There is no doubt that we have been living in a time of crisis for years. Unfortunately, the situation is not encouraging. The crisis appears to have on several levels. The financial crisis has been transforming into an ever deepening economic one. Unfortunately, there are deeper processes behind the crisis. The growth oriented economy makes consumption sort of a fetish, and this situation reflects on the crisis of social values. The crisis also appears in a wider sphere: in the framework of the relationship of mankind to its environment. The crisis brings up problems and therefore we are at crossroads. However, it also means that there is a need and an opportunity, as well, for inventing and introducing new solutions.

The solution may be innovation-led revival. One of the sections of the Conference is on the role of knowledge transfer and innovation processes in the economy. In the context of the HÉLIA section innovation is in the perspective of the development of the local food chains; and this topic is already a little outlook to the topic of man-environment relationships. The section organised together with John von Neumann computer society in Komárom-Esztergom County, has the name 'Present and Future'. The section is on the future of science among young people, secondary school pupils introduce themselves as Hungarian and international competition winners. The presentations in the section on 'Global Crisis and Reactions' deal with the key players of the crisis: global enterprises, the actors of financial sphere and economic policy makers. The sections of the special colleges and the student science organisation contain presentations of students who made the first steps on the road of science and we expect them to come up with innovative solutions, as well. The talented students of the programme 'Collegium Talentum' have reached farther on the road of science and they present their most recent scientific findings. Last, but not least, the section on tourism, which deals with an industry of strategic importance for the Hungarian economy and the whole of the Carpatian basin also touches the topic of man and environment, which is an underlying issue of the present crisis.

I hope, the readers not only find interesting presentations in this volume, but also will be inspired to make further research.

Dr. István Bartók

rector

PLENÁRIS ÜLÉS

AZ EDUTUS FŐISKOLA ÉS KÖRNYEZETE 1992-2012

Dr. Bartók István

rektor

Edutus Főiskola

Absztrakt

A Modern Üzleti Tudományok Főiskolája képzéseit 1992-ben indította el székhelyén Tatabányán. A magyar gazdaság és így Komárom-Esztergom megye gazdaságának átalakulása, a rendszerváltás is az 1990-es évek elején kezdődött meg. A megye gazdasági fejlődése és a Főiskola tevékenységének kibontakozása egybeesik időben, ezért is érdemes vizsgálni a két folyamatot együtt. Az előadás erre a vizsgálatra vállalkozik.

The College of Modern Business Studies started its programmes in 1992 at its seat, at Tatabánya. The transformation of the Hungarian economy and thus the economy of Komárom-Esztergom County, also began in the early 1990s. The County's economic development and the activities of the College itself also coincides with the time, so you may want to consider the two processes together. The presentation undertakes this examination.

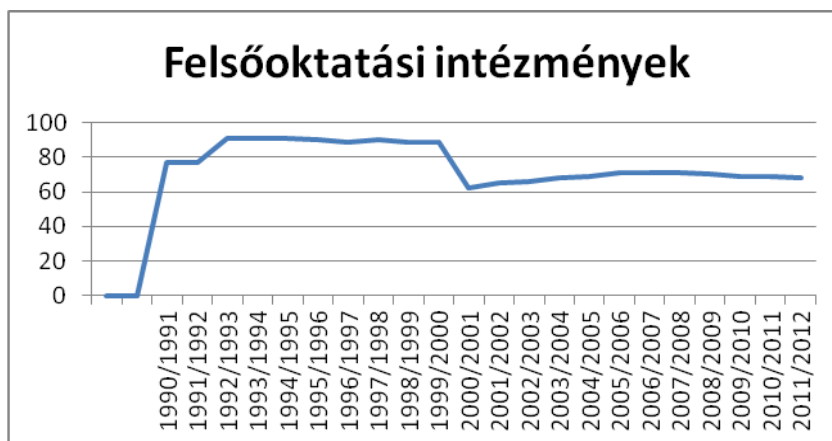
Létrejön a Modern Üzleti Tudományok Főiskolája

A Modern Üzleti Tudományok Főiskolája képzéseit 1992-ben indította el székhelyén, Tatabányán. A magyar gazdaság és így Komárom-Esztergom megye gazdaságának átalakulása, a rendszerváltás is az 1990-es évek elején kezdődött meg. A megye gazdasági fejlődése és a Főiskola tevékenységének kibontakozása egybeesik időben, ezért is érdemes vizsgálni a két folyamatot együtt. Az előadás erre a vizsgálatra vállalkozik. Az Edutus Főiskola, az alapításától eltelt évtizedek során jelentős átalakuláson ment végbe: új képzési helyszínek és új képzési területek jelentek meg a palettán. Így, az előadás

címe alapján minden képzés és helyszín vonatkozásában törekedni kellene az elemzésre. Ez azonban nagyon megnövelné az előadás terjedelmét; így az, tartalmilag a székhelyre koncentrál.

1992 nyarán történt alapítását követően szeptember 1-jén megkezdte a működését a tatabányai Modern Üzleti Tudományok Főiskolája. A MÜTF magánintézményként és a gazdasági képzések területén kialakított új képzési koncepciójának eredményeként újdonságot jelentett a magyar felsőoktatásban.

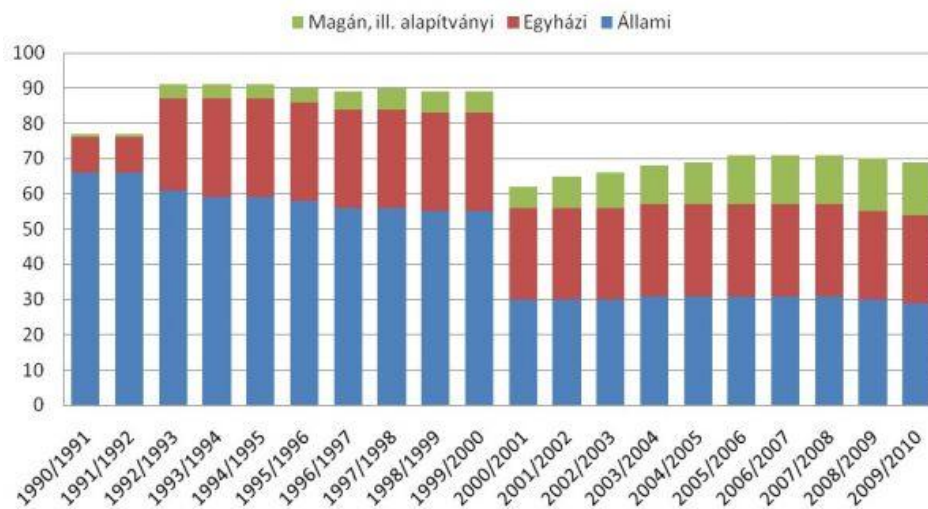
Felsőoktatási intézmények száma Magyarországon 1990-2010



Forrás: Stadat, KSH

Ahogy az az első táblában közölt statisztikai adatokból is látható, az 1992/93-as tanév kezdete jelentős fordulatot eredményezett a magyar felsőoktatásban. Az azóta sem megismétlődött intézmény alapítási láz 14 új felsőoktatási intézmény létrejöttét eredményezte. Miközben az állami felsőoktatási intézmények száma az intézmény-összevonások következtében csökkenő trendet mutatott, az újonnan létrejött intézmények az egyházi és magán, illetve alapítványi fenntartók szándéka eredményeként jelenhettek meg.

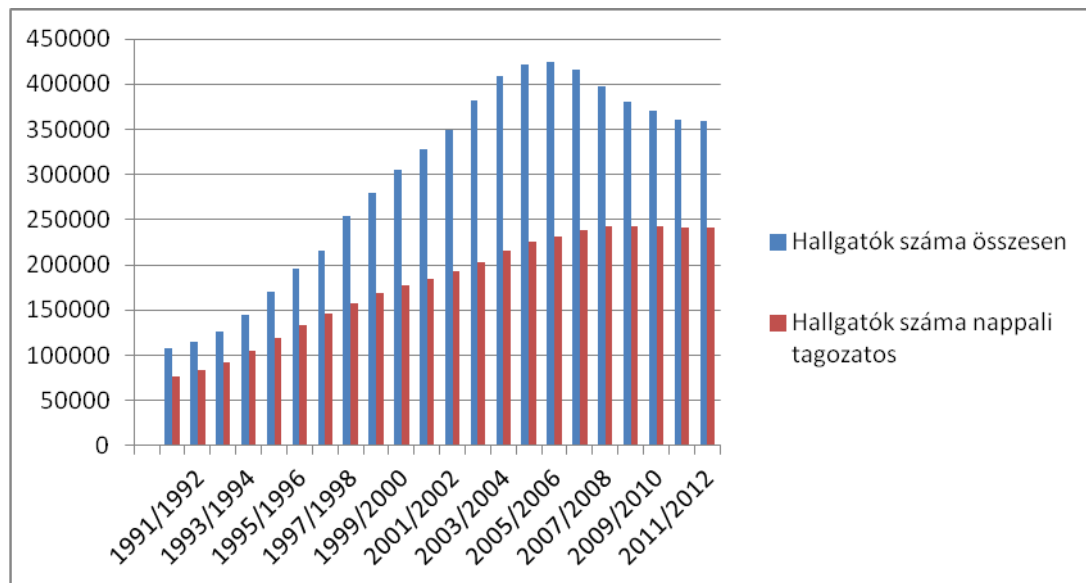
Felsőoktatási intézmények száma fenntartó szerint



Forrás: Vágó Irén – Tomasz Gábor: A felsőoktatási intézményrendszer

Az intézmények számának növekedése egybeesett a hallgatói létszám növekedésével. A hallgatói létszámban bekövetkező változás jelzi a felsőoktatás társadalmi szerepének megváltoztatásával kapcsolatos társadalomfejlesztési elképzeléseket, melyek tükrözik az átalakuló gazdaság által támasztott kereslet összetételének átalakulását.

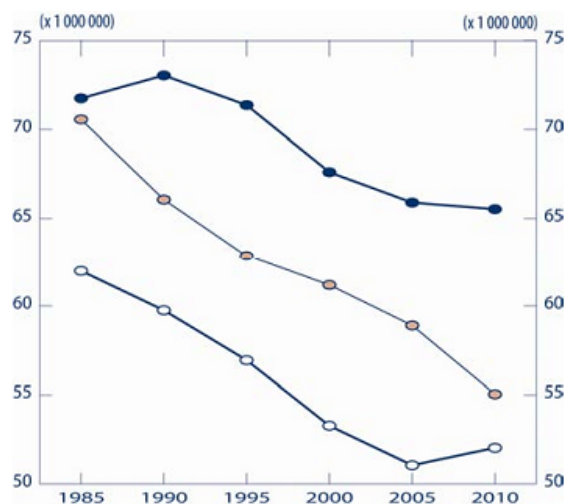
Felsőoktatási hallgatók száma Magyarországon 1990-2010



Forrás: Stadat, KSH

A technológiai fejlődés hatása megjelent a legújabb információs és kommunikációs technológiák elterjedésében, ami nemcsak a gazdaság egészét jellemezte, de kiterjedt a társadalomra és az államigazgatásra is. A modernizálódó gazdaságban és társadalomban fokozatosan emelkedett a korszerű infokommunikációs rendszerekbe illeszkedő munkahelyek aránya. Ez új kihívás elé állította az oktatás egészét: a megváltozott igényekhez kellett igazítani a képzéseket. A képzések tartalma azért is változott, mert a rendszerváltás eredményeként létrejövő piacgazdaság és a demokratikus politikai rendszer működése és szabályai jórészt ismeretlenek voltak korábban. Így tehát olyan strukturális változások következtek be az országban, melyek kihatottak a felsőoktatás iránt támasztott keresletre. Egyfelől nőtt az ország igénye a felsőfokú végzettségűek iránt mennyiségileg. Ezt az igénynövekedést tükrözi a hallgatói létszám változása. Másfelől, az új piacgazdasági rendszer igényeihez igazodva, tartalmilag és szerkezetileg is átalakultak a képzések.

Az EU27 országai fiatal népességének megoszlása 1985-2010



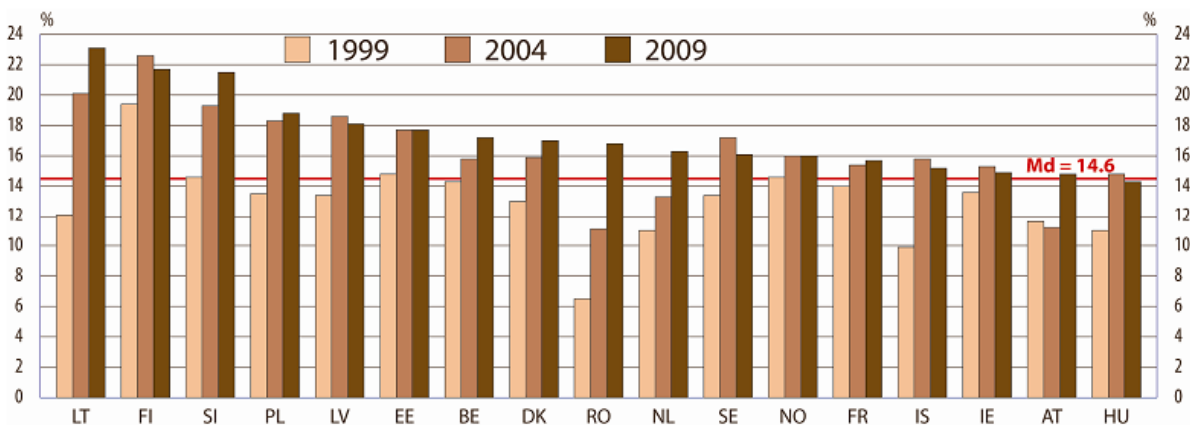
	0-9 age group	10-19 age group	20-29 age group
	○	●	●
1985	61 981 774	70 560 146	71 747 526
1990	59 755 140	66 069 001	73 035 161
1995	56 945 603	62 870 813	71 366 222
2000	53 277 500	61 186 120	67 608 395
2005	51 056 067	58 902 949	65 903 421
2010	52 038 210	55 045 826	65 533 037

Source: Eurostat, Population statistics (data extracted July 2011).

Forrás: Key Data on Education in Europe 2012, 19.o.

A felsőoktatásban tapasztalható növekedés inkább a társadalom igényeinek változását tükrözi mintsem a népesség növekedését. Az európai számok tükrében világos, hogy a népesség, így a fiatal, az oktatási rendszerben résztvevő népesség is folyamatos csökkenési tendenciát mutat az elmúlt évtizedekben.

A 18-34 éves korosztály részvétele a felsőoktatásban 1999-2009, a népesség %-ában

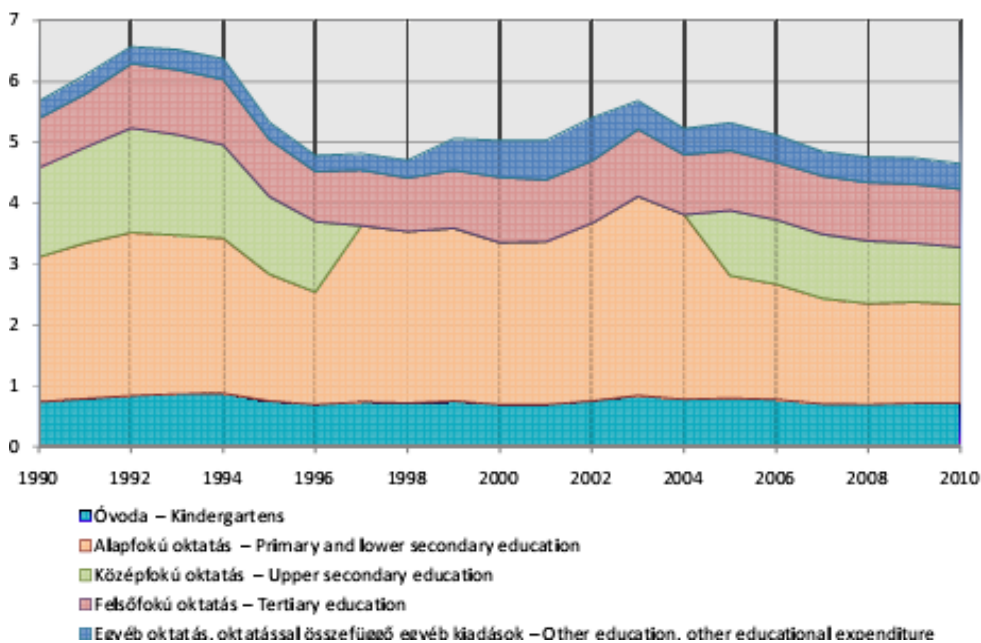


Forrás: The European Higher Education Area in 2012, 21.o.

Nemzetközi összehasonlításban értékelve a két évtizedes fejlődési pályát azt láthatjuk, hogy a hallgatói létszám növekedése révén elértük az Európai Felsőoktatási Térség mediánját és ezzel nagyjából a középmezőnyben foglalunk helyet.

Jelentős kihívást jelentett az oktatási rendszer egésze számára, hogy a rendszerváltás és az új oktatási rendszer kialakítása során hosszabb távon csökkenő állami finanszírozási források álltak rendelkezésre. A felsőoktatásban közben megjelenő jelentős bővülés során összességében érdemben nem változott; a felsőoktatás finanszírozottsági szintje, egy százalékos érték körül mozgott a GDP arányában az elmúlt két évtized során.

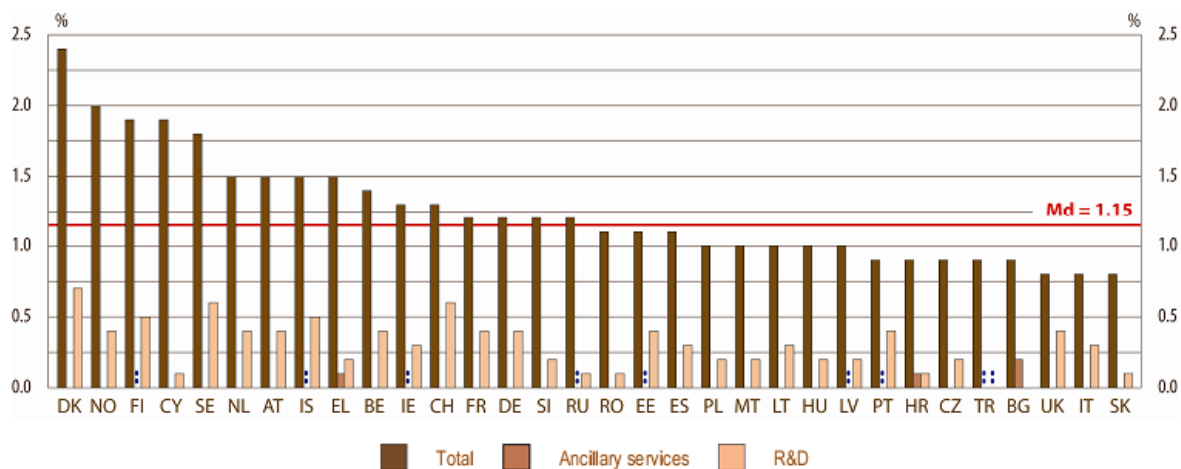
Az oktatás szintjeinek költségvetési támogatása a GDP %-ában



Forrás: Oktatási Évkönyv 2010/2011, NEFMI, Budapest, 2011., 179.o.

Nemzetközi összehasonlításban a magyar költségvetésből a felsőoktatásra fordított pénz nem mondható túlzottan alacsonynak, hiszen elég közel van az Európai Felsőoktatási Térség mediánjához, bár ezzel a térség országainak alsó harmadához tartozunk.

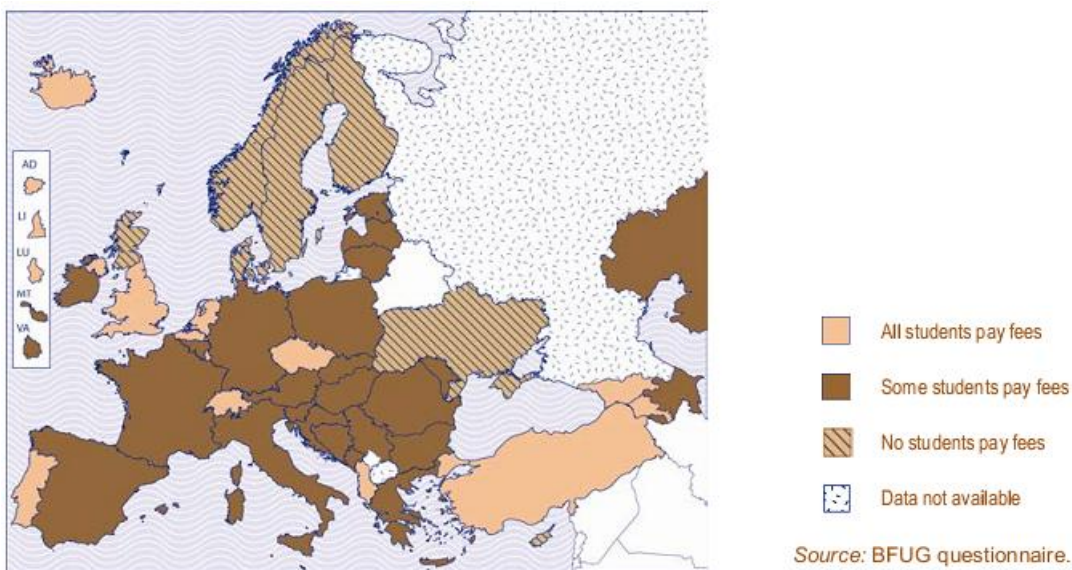
Éves költségvetési kiadások a GDP %-ában



Forrás: The European Higher Education Area in 2012, 24.o.

Az állami finanszírozás szintjéből adódóan erőteljes nyomás érvényesült az intézményeken a hatékonyság növelése vonatkozásában. Mivel a nagymértékű mennyiségi növekedéssel arányos hatékonyságnövelést nem volt sem elvárható, sem feltételezhető; ezért logikus, hogy az állami források szerepe csökkent, miközben a magán forrásoké pedig emelkedett a folyamat során.

Költségtérítés az első ciklusban 2010/2011

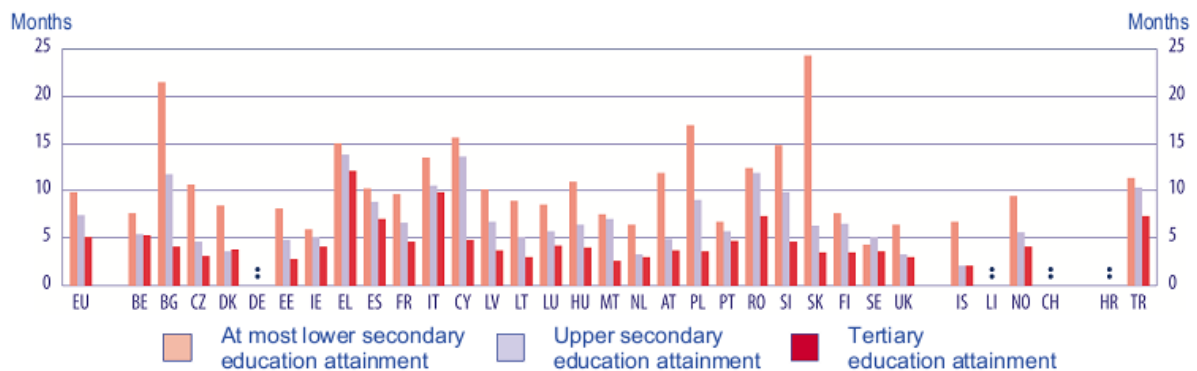


Forrás: The European Higher Education Area in 2012, 91.o.

A változások eredményeként létrejött rendszerről azt láthatjuk, hogy Magyarország az Európai Felsőoktatási Térség országainak többségére jellemző megoldás mellett voksolt, amikor sem a költségtérítések kizárólagosságára, sem pedig az állami finanszírozás kizárólagosságára nem szavazott.

A tanulásba fektetett idő, energia és pénz biztosan megtérül. Ezt egyrészt alátámasztják azon statisztikák, melyek a magasabb végzettségűek által elérhető, az átlagosnál magasabb jövedelmeket részletezik. De nem csak a várható jövedelem nő a végzettség szintjének növekedtével, hanem a munkához jutás esélye is.

Végzéstől az elhelyezkedésig eltelt idő 2009, hónap



Forrás: Key Data on Education in Europe 2012, 179.o.

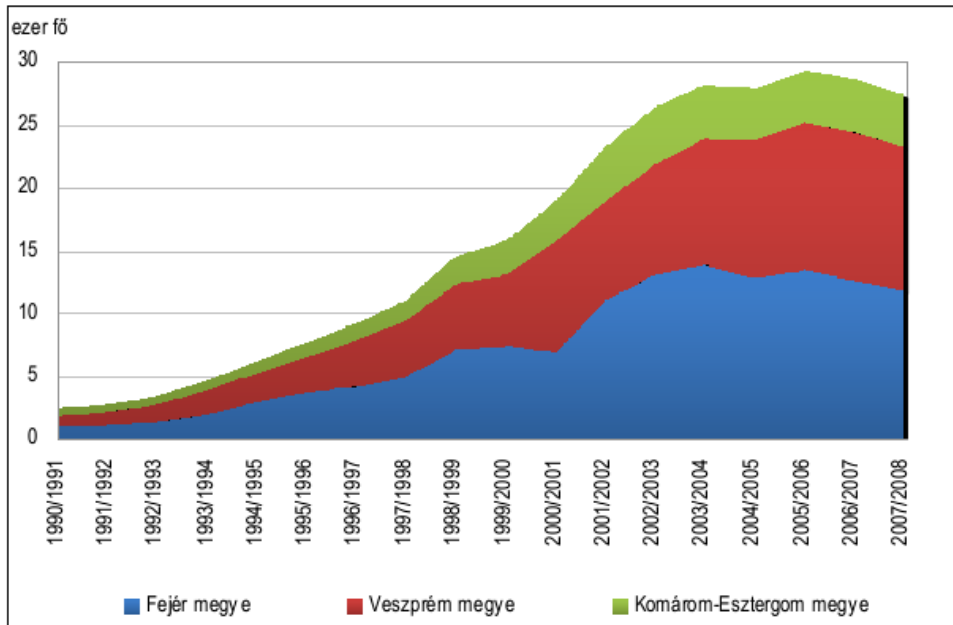
Magyarország, a gazdasági válság ellenére is viszonylag jól tartja a helyét a középmezőnyben az elhelyezkedés sikerességét és gyorsaságát tekintve.

Közép-Dunántúl, Komárom-Esztergom megye

Miközben az országban nagyjából négyszeresére duzzadt a felsőoktatás a hallgatók létszámában mérve a méretet, addig a közép-dunántúli régióban huszonhét-szeres növekedés következett be az

ezerkilencszázkilencvenes évek elejéhez viszonyítva. A bővülés Fejér és Veszprém megyékben jóval nagyobb méretű felsőoktatás kialakulásához vezetett, mint Komárom-Esztergom megyében.

A hallgatói létszám változása a Közép-Dunántúlon



Forrás: KSH (2009): Felsőoktatás a Közép-Dunántúlon, internetes kiadvány, 3.o.

A közép-dunántúli régió felsőoktatásának fejlődését megyei bontásban szemlélve szembetűnő különbségeket tapasztalhatunk az egyes megyék között a felsőoktatási kínálat kiegyensúlyozottsága tekintetében. Míg Fejér és Veszprém megyében szélesebb körben férhetők hozzá a képzések az egyes tudományterületek szerinti megoszlásban, addig Komárom-Esztergom megyére a gazdasági képzések túlsúlya jellemző.

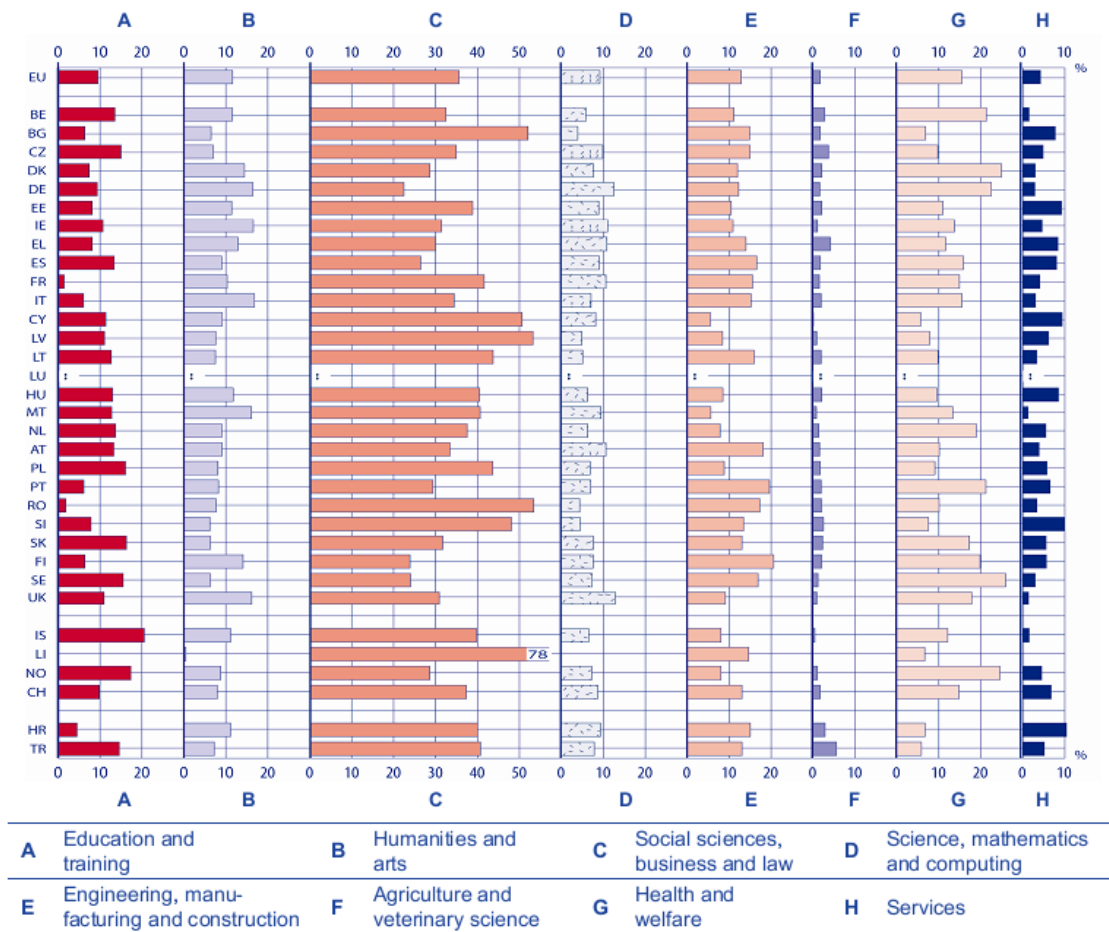
A hallgatók megoszlása képzési területek között Közép-Dunántúlon 2008-ban

Képzési terület	(%)			
	Fejér	Komárom- Esztergom	Veszprém	Közép- Dunántúl
	megye			
Gazdaság és menedzsment	34,6	53,2	23,5	32,5
Műszaki tudományok	24,6	-	13,9	16,6
Tanárképzés és humán tudományok	6,4	5,9	23,1	13,4
Szolgáltatás	7,8	-	20,0	11,9
Újságírás és információ-kezelés	14,0	17,2	-	8,5
Egészségügy, szociális gondoskodás	4,2	18,6	4,8	6,5
Informatika	6,8	-	6,2	5,6
Társadalomtudományok	1,2	2,1	5,9	3,4
Egyéb	0,4	2,9	2,6	1,7
Összesen	100,0	100,0	100,0	100,0

Forrás: KSH (2009): Felsőoktatás a Közép-Dunántúlon, internetes kiadvány, 7.o.

Szembetűnő, hogy Komárom-Esztergom megyében a műszaki tudományok oktatása hiányzik 2008-ban. Ez a helyzet abból a szempontból értékelendő, hogy az oktatás szerkezet hogyan viszonyul a munkaerő kereslethez. Egyfelől elmondhatjuk, hogy ha összehasonlítjuk az országos helyzetképet a nemzetközivel, leszűrhetjük a tanulságot, hogy a magyar felsőoktatás szerkezete a kibocsátás megoszlását tekintve eltér az európai átlagtól a természettudományos és műszaki képzések népszerűségét tekintetében, mely területeken nálunk relatív alacsonyabb kibocsátás jelenik meg.

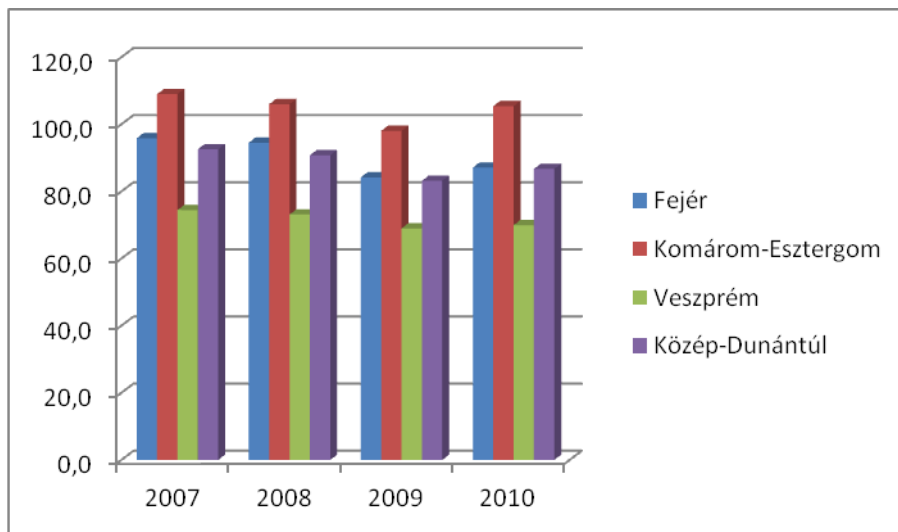
Felsőoktatásban végzettek megoszlása területek szerint



Forrás: Key Data on Education in Europe 2012, 174.o.

Komárom-Esztergom megye gazdaságáról elmondhatjuk, hogy teljesítménye az országos átlagot meghaladja, régiójában pedig a legmagasabb. Ez azt mutatja, hogy a gazdaság dinamikusan fejlődött az elmúlt évtizedek során és ennek eredményeként a megye gazdasága jelentős strukturális átalakuláson ment keresztül a rendszerváltás óta.

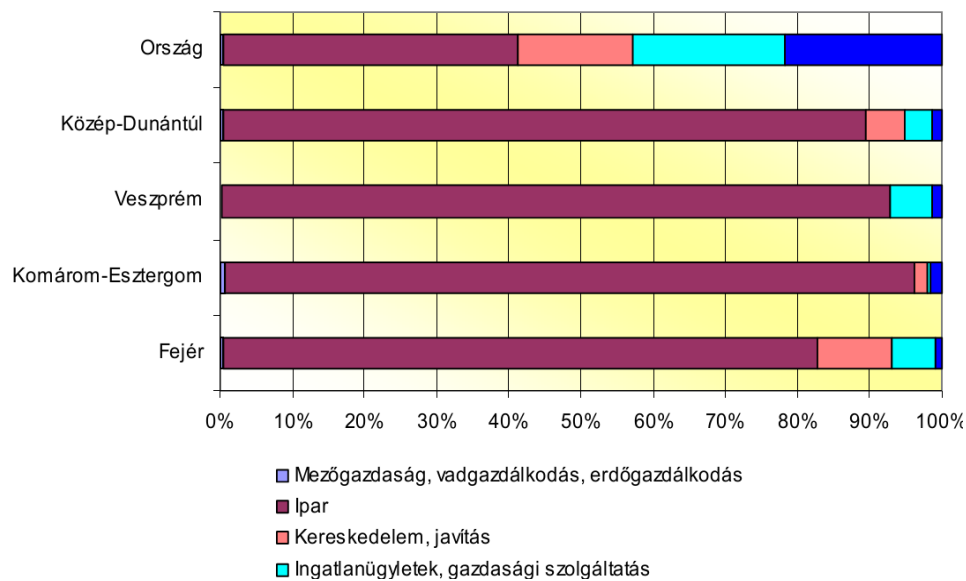
Egy főre jutó bruttó hazai termék az országos átlag százalékában



Forrás: Stadat, KSH

Az átalakulás egyik jelentős tényezője volt a külföldi tőke bevonásával megvalósuló beruházások fejlődése. A folyamat nagy sebességgel változtatta meg a gazdaságot és egyben a munkahelyeket is. A külföldi tőkéből megvalósuló beruházások általában a legkorszerűbb technológia felhasználásával valósulnak meg. Ez egyben azt is jelenti, hogy a munkahelyeken általában a legkorszerűbb számítástechnikai rendszerek üzemelnek, melyek működtetése képzett munkaerőt igényel.

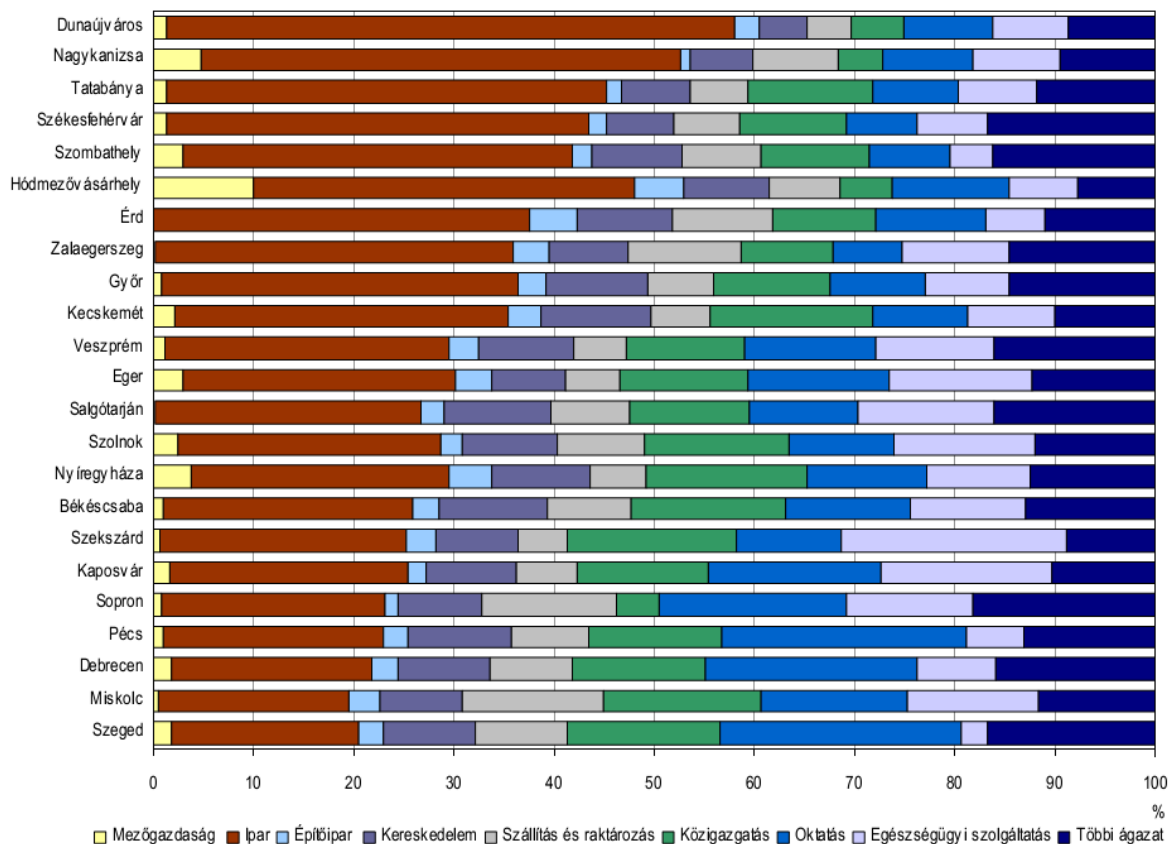
A külföldi tőke megoszlása ágazatok szerint, 2006



Forrás: Külföldi tőke a Közép-Dunántúlon 2008., 9.o.

Tekintettel arra, hogy a beruházási tevékenység főként az ipar területén valósul meg Komárom-Esztergom megyében és Tatabányán is, nem lepődhetünk meg azon sem, hogy így ezen a területen dinamikusán bővül a munkahelyek száma. Ez a tendencia folyamatosan érvényesül; így Tatabánya a megyei jogú városok közül az élmezőnyben helyezkedik el az ipari foglalkoztatás területén.

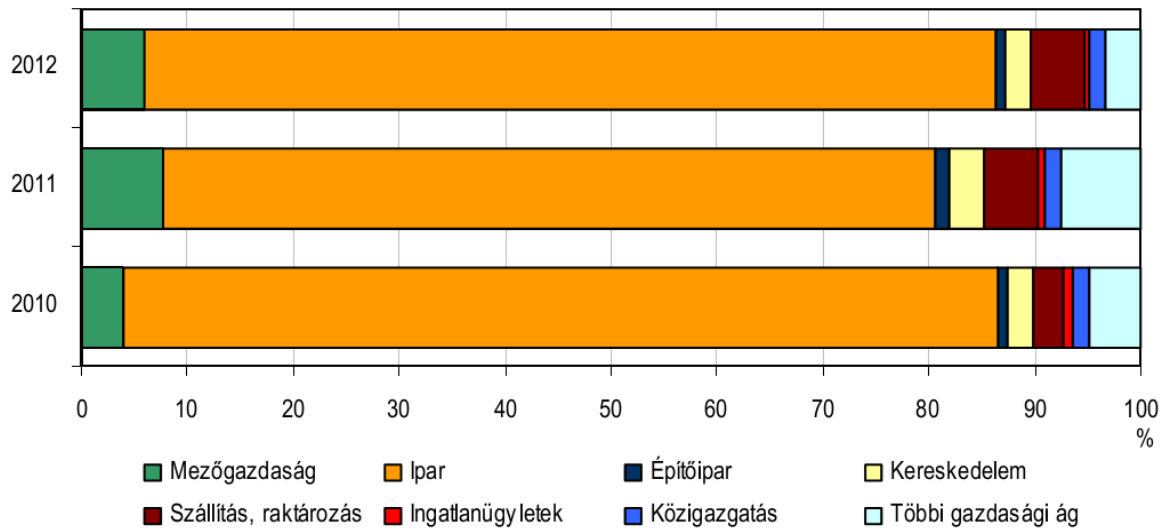
Teljes állásban foglalkoztatottak megoszlása gazdasági áganként, 2010.



Forrás: Megyei jogú városok 2012 július, 9.o.

Ha csak a híreket figyeljük, akkor is könnyen az a benyomásunk támad, hogy Tatabánya gazdasága a válság ellenére is töretlen dinamizmussal növekszik az újonnan megjelenő vállalkozások és vállalatok révén. A rendelkezésre álló adatok is ezt a megfigyelést támasztják alá. A beruházások, továbbra is az ipar területére koncentrálnak.

Beruházások megoszlása Komárom-Esztergom megyében, I.félév



Forrás: Statisztikai tájékoztató Komárom-Esztergom megye 2012/2, 5.o.

A trend tehát világos: az ipar fejlődése erőteljes a Közép-Dunántúlon és azon belül is az átlagot meghaladó mértékű és ütemű Komárom-Esztergom megyében és Tatabányán. Az Edutus Főiskola dolga, hogy az ebből adódó erőteljes munkaerő keresletet a gazdasági és műszaki szakemberek vonatkozásában kielégítse és fejlessze műszaki képzéseit a városban. Értelemszerűen, bár előadásunkban erre nem térünk ki, de a többi működési helyszín esetében eltérő helyzettel és így, természetesen, eltérő fejlesztési súlypontokkal találkozunk. Az Edutus Főiskola arra törekszik, hogy működése helyszínein megfeleljen érintettjei igényeinek, valamint általában véve is kiszolgálja szellemi kapacitásával környezete fejlesztési igényeit.

Irodalom:

Felsőoktatás a Közép-Dunántúlon (2009): KSH, internetes kiadvány

Key Data on Education in Europe 2012, Education, Audiovisual and Culture Executive Agency

(EACEA P9 Eurydice), <http://eacea.ec.europa.eu/education/eurydice>

Külföldi tőke a Közép-Dunántúlon 2008, KSH

KSH: Stadat, internetes kiadvány

Megyei jogú városok 2012 július, KSH

Oktatási Évkönyv 2010/2011, NEFMI, Budapest, 2011.

Statisztikai tájékoztató Komárom-Esztergom megye 2012/2, KSH.

The European Higher Education Area in 2012: Bologna Process Implementation Report, Education, Audiovisual and Culture Executive Agency, 2012., <http://eacea.ec.europa.eu/education/eurydice>

Vágó Irén – Tomasz Gábor: A felsőoktatási intézményrendszer. letöltve:

http://www.ofi.hu/tudastar/felsooktatas/felsooktatas-adatok#_felsooktatasi_intezmenyrendszer

SZÉCHENYI ISTVÁN, A MANDÁTUMOS EMBER

István Széchenyi, the man with a mandate

Dr Teol. Pálfi József PhD, tanár-lelképásztor, tanszékvezető

Partiumi Keresztény Egyetem, Nagyvárad / Partium Christian University, Oradea

Előadásunk témáját Széchenyi István, a 19. század első felének egyik legkiemelkedőbb alakja és munkásságának kezdete adja. Széchenyi az új és korszerű Magyarország alapjait rakja le. Elméleti, majd a politika, a gazdaság és a társadalom egyéb összefüggéseiben váltotta valóra gondolatait. Tanulmányunkban a kezdetekre, illetve az elméleti alapvetésre koncentrálunk, a Magyar Tudományos Akadémia megalapítására, majd a Nemzeti Casino létrehozására. Széchenyi eszmeiségét és gondolkodását kezdettől fogva áthatja egy biblikus, istenes szemlélet. A Teremtő és teremtmény viszonylatában szemlélte saját és nemzete sorsát. Imádságban kérte a Teremtőtől teremtményi mandátumát az adott helyen és időben. Teremtményként teremteni, alkotni és művelni akart. Kulcsfogalmak: Széchenyi István, teremt, művelődés, Akadémia...

The theme of the presentation is given by István Széchenyi, one of the most remarkable figures of the first part of the 19th century and by the beginning of his scholarly activities. Széchenyi laid the foundations of a new and modern Hungary. He accomplished his thoughts in theory, and then related to politics, economy and society. The present study concentrates on the beginnings and the theoretical grounds, the foundation of the Hungarian Academy of Sciences, and later the National Casino. Széchenyi's ideas and thoughts were

inspired by a biblical, sacred view from the very beginning. He approached his own and his nation's fate with respect to the relation between the Creator and creature. He asked the Creator in his prayers for his creature mandate in the given place and time. As a creature he wanted to create and educate. Key concepts: István Széchenyi, create, education, Academy...

I.

„És a pogányok, akik megtartatnak, annak világosságában járnak; és a föld királyai az ő dicsőségüket és tisztességüket abba viszik. És annak kapui be nem záratnak nappal (éjszaka ugyanis ott nem lesz); És a pogányok dicsőségét és tisztességét abba viszik. És nem megy abba be semmi tisztátalan, sem aki útálatosságot és hazugságot cselekszik, hanem csak akik beíratnak az élet könyvébe, amely a Bárányé.” (Mennyei Jelenések 21, 24-27)

Lélegzetelállító, monumentális, minden emberi értelmet és képzeletet felülmúló pillanatképek víziójának, szavakkal alig kifejezhető beavatottjai vagyunk.

Az Írás korábbi szavainak értelmében a régiek elmúltak, a világot teremtő, mindenható és mindenütt jelenvaló Úr, Ő ígérte meg, valóban mindent újjáteremtett (2Kor 5,17). A totális apokalipszis végjátéka, fülsiketítően kaotikus robaja elcsendesedett, és a győzedelmes élet arca békévé simult. A vég utáni, emberi, idői és térbeli terminológiával már ki nem fejezhető, egyszerre új kezdet és vég révbe ért teljessége ez. Olyan ez, melyet emberi szem nem látott, fül nem hallott, sem pedig emberi szív meg nem gondolt. (1Kor2:9, Heidelbergi Káté 58. K. – F.). Az új Jeruzsálemben találjuk magunkat, amely térben, helyileg nem lokalizálható. Az égből földre leszálló, mennyei Jeruzsálem grandiózus és dicsőséges városa ez, melyben a mindenható és örökkön élő Isten uralkodik. A város leírása arról is árulkodik, hogy ez az új semmiben sem hasonlít a régi, földi Jeruzsálemre. Külső és belső szerkezeti felépítésében, struktúrájában, rendszerében az ókori Babilont idézi meg. A leírtak alapján totális szakralitásához és univerzalitásához semmi kétség sem fér. Ahhoz sem, hogy a benne

lévők, az ott helyet szerzők mind szentek. Csak egy dolog emelkedik ki: középen a templom, mint az univerzumot átölelő abszolút origó.¹

Ha a Golgotai kereszten az a szó hangzott el, hogy (a világ megváltása) *elvégeztetett!*, akkor itt azt kell mondanunk, hogy a teremtett mindenség sorsa *ki- és beteljesedett*. Krisztus legyőzte az Antikrisztust, és nyomában szép sorjában megdicsőült minden: a világmindenség, az anyaszentegyház, az emberiség, és a természet.²

Christus vincit! – mondja a középkori himnusz. Ő valóban győzött, és az élet él. *Vivimus!* – élünk! Élünk? – de kik azok, akik élnek? Az előbb olvasott bibliai versek, az újjáteremtett mindenség origójában, a megdicsőült emberiség jelenetét láttatja velünk. A pogányok, azaz az üdvösségre rendelt más *etnosok*, népek, nemzetek, királyok és fejedelmek folyamatosan idehordják, mintegy hatalmas mennyei kaptárba, az ő dicsőségüket, tisztességüket.³ Idehozzák hitüket, szeretetüket, békességüket, képességeiket és tehetségüket, jó sáfárként el nem herdált értékeiket. Csak ezeknek lesz itt helyük, mivel mindazok, akik csalárd módon loptak, hazudtak, utálatosságokat és tisztátalan dolgokat cselekedtek, gyilkoltak, azok oda már eleve be nem juthatnak. Erre figyelmeztet az evangélista próféciaja is. Ők azok, akik idehozzák dicsőségüket, az abszolút értékeket. Ők azok, akik beírtak a Bárány könyvébe, mely egyben az Élet könyve is. A látomásban leírtak szerint, a végső nagy zarándokló körmenet tagjai körüljárnak, és ide hozzák, sőt felajánlják a minden egyén és közösség működőképes létalapját adó morális értékeiket. A népek és nemzetek megtérésével az örök világrend helyreáll, és az Istennel való végső nagy megbékélés megtörténik.

¹ Jelenések 21-22, 5.; László Dezső: *János apostol mennyei jelenésekről szóló könyve*. Kolozsvár, 1992

² Hegedűs Lóránt: *Apokalipszis most és mindörökké*. Budapest, 2005, 304-305.

³ Varga Zsigmond: *Újszövetségi görög-magyar szótár*, MRZSIS. Budapest, 1992: *Doxa*-vélemény, szándék, hír, hírnév, becsület, tekintély, dicsőség, fény, ragyogás; *timao*-becsül, értékesnek tart, tisztel, tiszteletben tart, megtisztelés, kitüntetés, méltóság

A felsereglők sorába, a népek, nemzetek koronázott és koronázatlan királyainak közösségébe, azok tartoznak, akik a maguk korában és helyén meghallották a sok hivatalos között, hogy ők választottak és küldöttek. Ők hallották és cselekedték az Igét. Az Írás utolsó lapjain szereplők közzé azok tartozhatnak, akik a Biblia kezdő lapjain írottakat: „*műveld* és *őrizd*”,⁴ a kellő időben meghallották, megértették és cselekedték. Ők munkatársaivá lettek a Teremtőnek. A méltósággal felruházott és megkoronázott teremtménynek, a Teremtő kezdetektől fogva kijelölte szerepét, helyét, feladatát és célját.

Kezdetben a Teremtő, a teremtés okán és rendjén, rendet teremtetett az univerzum káoszában. A tudomány mai állása szerint is a „nagy rendező elv”, a Valaki – meggyőződésünk szerint a Teremtő – a sötétben tatóngó, ismeretlen űrben mintegy 13,7 milliárd évvel ezelőtt szabad folyást adott a világtörténelemnek. A létrehívott galaxisok között, egy jól meghatározott naprendszerbe 4,5 milliárd évvel ezelőtt előbb a Földet, majd 3,5 milliárd esztendeje pedig komplex életformák létrehívásával, élhető létet teremtett bolygónkon. Az ember és az emberiség pedig egy nagyon hosszú kozmikus fejlődés eredménye. A homo erectus, azaz az első felegyenesedett emberszerű lény mintegy 1,5 millió éve jelent meg a Földön, ám akik hozzánk hasonlónak mondhatók, a homo sapiens, mintegy 200 ezer éve.⁵ A Biblia szerint az Édenben *kertet teremtve* életteret biztosított, és lehetőséget adott szeretete tárgyának, az embernek. Nemcsak életteret, de életcél is adott a saját képére és hasonlatosságára teremtett teremtménynek. A kertbe letette (nuah), belehelyezte, és az élet éléséhez, műveléséhez, megőrzéséhez megfelelő életfeltételeket és életlehetőségeket biztosított. Az egyéni és közösségi feladat, melyhez a teremtménynek fel kellett és fel kell nőnie, a korábban már említett két fogalom: *művelni és őrizni*.

⁴ 1 Móz 2,15: És vevé az Úristen az embert, és helyezteté őt az Éden kertjébe, hogy művelje és őrizze azt.

⁵ Küng, Hans: *Minden dolgok kezdete. Természetudomány és vallás*. Kairosz Kiadó. Budapest, 2009, 141.

A héber *gan*, azaz *kert* szó jelentése egyértelmű, az Éden viszont elgondolkodtató. Több értelmezési lehetőség is van. Az óperzsa *apiri-daeza* olyan gyümölcsös kertet jelent, amelyik fallal van körülvéve. Ez a kifejezés a héber nyelvbe *pardes* formájában ment át, és ezt illetve a *gan* szavakat a Septuaginta *paradeisos*-ként fordította.⁶ Lehetséges, hogy a Bibliában levő Éden kifejezés egy földrajzi, konkrét lokációs elnevezés, az Izráelt északon összekötő Libanonnal. (Dr. Teol. Balogh Csaba, Kolozsvár szóbeli közlése alapján.) Az itt található *Bit Adini* asszír nevű térséget Ptolemaiosz *Paradisusnak* nevezi. Lehet ugyan konkrét lokáció, ám úgy gondoljuk, hogy a kifejezés etimológiájának vizsgálata közelebb visz annak megértéséhez. Ennek értelmében az ó-héber az akkád *edinu*-ból vette át később, amely pedig eredetileg a sumér nyelvből. Itt a szó jelentése síkság, vadon, elvadult vegetációjú, lakatlan terület, de nem sivatagszerű pusztaság. Akár azt is mondhatnánk ugar.⁷ Az embernek tehát a vadont, az elvadult ugart kellett feltörnie, lenyesnie, bevetésre előkészítenie, és folyamatosan művelnie. Ezt azonban nem elég megművelni, hanem azt őrizni, vigyázni, gondozni is kellett. A művelni szó héber eredetije *ábod*, ami azt is jelenti, hogy szolgálni. Eszerint tehát minden munka egyben szolgálatot is jelent és így bármi amit az ember elvégez, tesz, cselekszik, az Isten tiszteletként az Istenre mutat, utal vagy tekint vissza.

Érdekes a művelni szó etimológiája. A Széchenyihez korban közel álló Czuczor-Fogarasi etimológiai szótára a *művelni* szó magyarázatánál megtanít arra, hogy vegyük figyelembe a szó gyökerét, tövét, bokrát.⁸ A *művel* és *mível* között is finom különbséget tesz. A *művel* általában tesz, cselekszik, csinál valamit, bizonyos célra alkalmassá tesz valamit, bizonyos szabályok vagy mód szerint munkál; vonatkozhat egyszerre és testi és szellemi tehetség képzésére, idomítására, nemesítésére, finomítására. A *mível* azonban általában anyagi, testi, fizikai cselekvést feltételez. A *művel* inkább a szellemi erőre vagy cselekvésre

⁶ Delameau, Jean: A paradicsom története. Budapest, 2004, 10

⁷ Vö. *Chicago Assirian Dictionary*, vol e, 33. *Pennsylvania Summerian Dictionary*, elektronikus kiadás itt: <http://psd.museum.upenn.edu/epsd/nepsd-frame.html>

⁸ Czuczor Gergely, Fogarasi János: *A magyar nyelv szótára*, Sors szócikk. CD-ROM, Arcanum Adatbázis Kft.

vonatkozik. Érdeemes megvizsgálni a *mű* szócikket is, amelyről azt írja, hogy az a széles értelemben vett munka eredménye, mely lehet, testi, szellemi erő megfeszítése, s valamely célra ezek által létrehozott valami. Szorosabb értelemben maga az erő megfeszítése által előállított dolog. A *mű* szócikk, majd a *munka*, munka általános erőfeszítést, mozgást jelent. A Magyar Értelmező Szótár szerint a *művelődés* és a *kultúra* kifejezésünk jelentése fedi egymást; ez utóbbi a latin *colo, colui* szóból ered, melynek jelentése: megművelés, ültetés, amely jelent ugyanakkor testi, szellemi munkát, illetve valamely istenség tiszteletét. Nem véletlen tehát, hogy a *kultúra* és a *kultusz* kifejezések közös eredetre utalnak. Végeredményben pedig az Isten tiszteletére és szolgálatra mutatnak.

II.

Széchenyi István nem szalasztotta el a minden ember egyszer kapott, nagyszerű életlehetőségét. Országépítőként művelte, munkálta és őrizte a rá bízott „magyar kertet”, amelyről Arany János az éneket parafrázálva azt írta: „Ha a föld az Isten kertje: a magyar nép a virág benne.”⁹ Teremtményi őszsenije ismerte a tájékozódási kiindulópontot. Naplójában egy 1826. decemberi feljegyzése rendjén mélységes, biblikusan kikristályosodott, öntudatos imádságban fogalmazta meg gondolatainak, tetteinek szellemi-lelki mozgatórugóját:

„Mindenható Isten! Hallgasd meg mindennapi, minden órai imámat. Töltsd be szívemet anyagi tiszta szeretettel iránta, s hazám, embertársaim, s honfiaiim iránt! Világosíts fel engem egy kerub lángszellemével, erős eszével. és gondolkodó erejével. Engedj a jövőbe pillantanom, s megkülönböztetni a jónak magvát a gonosztól. *Add tudtomra mit tegyek, s miként kezdjem, hogy Neked egykor a reám bízott tőkéreől beszámolhassak.*

⁹ Arany János: Népies politikai cikkek (1848) In: Szigethy Gábor (szerk): *Gondolkodó magyarok*. Magvető Kiadó. Budapest, 1982, 19.

Gondolkodni akarok és dolgozni, éjjel és nappal, egész életemen át. Segítsd sikerre azt ami jó; tipord el csirájában azt, aminek rosszja gyümölcse lehetne. Nyújtsd segélyedet, hogy minden heves indulatot elnyomhassak magamban. Engedd, hogy igazi lelki alázattal tekintsek mindent a világon, s úgy fogjak hozzá akármihhez. Azt az angyalt pedig kitől világosságot nyerek, engedd élni békében, s csendes boldogságban... Ezen imám pedig ne csak szóval legyen elmondva, hanem tetteimben nyilvánuljon, s legyen szüntelen az éghez bocsátva”(1926 december).¹⁰

Tanulmányunkban nem adhatunk teljesen átfogó képet arról, hogy Széchenyi István mennyire meggyőződéses vallásos és gyakorló keresztyén életet élt, arról sem, hogy milyen távol állt tőle minden felekezeti szűklátókörűség, elfogultság vagy intolerancia. Ez nem csak későbbi évtizedeire volt jellemző, hanem már egész ifjú korában is, amikor még lapokat írt tele „ethikai, és vallásbölcseleti elmélkedésekkel”, tünődött a „lélek halhatatlansága, s a síron túli élet felett, majd a pusztá elmélettel be nem érve, Franklin mintájára vonalazott tabellákat készít magának, melyekbe saját erkölcsi magaviseletét napról-napra, s hétről-hétre minden egyes rovat alá bejegyzi, s a hónap végén az eredményt összesommázza”.¹¹ Ezt tükörként tartotta maga elé, és szüntelenül ellenőrizte, hogy milyen mértékben haladt előre vagy hátra a lelki tökéletesedés útján. A teremtő Isten Széchenyi István életében mindig az Őt megillető helyen volt. Önmagát az örökkévalóság mércéjével mérte, az örökkévaló Istenre úgy tekintett, mint a világmindenség, az univerzum Alkotójára, törvényszerűségeinek, működésének (rend)fenntartójára. Úgy gondolta és hitte, hogy Isten a „nagy összhangzatos mindenség alkotója. Ő egyedüli kútfeje minden jónak és magasztosnak, mentők közelebb állunk Hozzá, annál tökéletesebbek azaz boldogabbak vagyunk, s mentől távolabb Tőle: annál szerencsétlenebbek!... van felettünk egy magasb, egy tökéletesb lény! Ebben a végtelenségben

¹⁰ Gróf Széchenyi István Naplója. Adalék a nagy hazafi jellemrajzához. Az Magyar Tudományos Akadémia megbízásából összeállította Zichy Antal. Budapest 1984, 602.

¹¹ Gróf Széchenyi István Naplója. Im, 579.

minden csak a körül sűrög-forog, hogy a súlyegyent megtalálja, s az örök harmóniába beleillessze magát. Öntudat és akarat nélkül is törekszik minden a tökéletesség, az örök világosság, az üdvösség felé!...A Mindenható maga bizonyos törvényeket szabott Önmagának, mert Ő maga a rend és törvényesség fogalma. Az idő s a véletlen hatalma (a törvények felismerése által) az emberi nemet bűnökön és szerencsétlenségeken keresztül fogja végre odavinni, ahol semmi fájdalma, semmi kínzó emléke többé nem lesz.”¹²

Isten-világ-ember hármasság viszony- és kapcsolatrendszerében gondolkodott és élt. Meggyőződéssel hitte, hogy mandátumát Istentől kapta, aki arra választotta ki, hogy nemzete körében a legmagasabb szintű *életaktivitást* megvalósítva, végezze küldetését. Kiválasztottság-tudata abból táplálkozott, hogy Istennek terve van az egész világmindenséggel. Világterve a helyreállítandó világrendre tekintett. Ebben pedig hitte, hogy saját korában, Kárpát-medencei magyar nemzete körében, neki személyre szóló feladatot és küldetést adott. Az Isten végső uralma alatt megvalósuló világrend/betételben és helyreállításban látta korabeli helyét és szerepét, a magyar kertben.

Korábban idézett imádsága személyes, partneri viszonyt feltételez a Teremtő és a teremtmény, mint helyesen értelmezett munkatárs között. Ebből fakadt a közért végzett személyes feladat, a kor-mandátum, amelyre meggyőződése szerint predestináltatott. Érezte, tudta, hogy felelősséggel tartozik a Teremtőnek, mint alkotó és munkálkodó teremtmény. Meghallotta és megértette, hogy a világ Ura őt is bevonta a *művelők* és az *őrzők* strázsáló sorába. Gondolkodni és tenni akart népéért, nemzetéért, öntudatos felelősségének tudatában, értelmes választ adva a történelmi helyzet kihívására és konkrét funkcionalitást a megfogalmazódott gondolatoknak. Az egyéni és közösségi, a lokális, Kárpát-medencei és korabeli euro-globális identitásválság hullámváltozásai között fix pontokat, alapcölöpöket verve,

¹² Gróf Széchenyi István Naplója. Im, 584-586.

keresett és javasolt kiutat a krízisből. Kora morális, politikai és gazdasági kríziseit nem tragédiaként élte meg, hanem feladatot látott benne.

Az anyanyelvét is jól, csak később megtanuló Széchenyi a magyarban, Istennek olyan népét, nemzetét ismerte fel, amelynek küldetése, feladata van. Azokat meg kell fogalmazni, s a szemléletváltás szinte vérből születő munkáján keresztül önazonosságát, önbecsülését visszanyert emberekkel kell elvégezni. A legnagyobbak szellemi rokonságában, szinte mindig magányos lélekként, a közcélt szem előtt tartva cselekedett a köz érdekében, a közösségért. Magánéletét is a közügyek oltárán áldozta fel. Miként imádsága is erről vall, Karácsony Sándorral egybehangzóan vallhatta, hogy a magyar feladat nem oldható meg Isten nélkül.¹³ Ebben ő személyesen is a teremtő Isten segítségét kérte, mert szüntelenül gondolkodni és dolgozni akart, s a rá bízott javakkal pedig felelősen elszámolni. Egész életét a régi latin mondás jegyében élte: *nulla dies sine linea*, azaz egy nap sem múljék el nyomtalanul el úgy, hogy valami hasznosat ne cselekedett volna.

III.

A 18. század szinte teljesen egyhangú politikai helyzete után, az 1790-es évek elejétől teljes változást generáló és elindító folyamatok kezdődtek Magyarország történetében. A feudalizmus Európára és a Kárpát-medencére is áttérjedő morális és gazdasági válságával elkezdődött egy hosszú, a társadalmat zsigereiben is megmozgató, ádáz küzdelem, amelynek célja a polgári átalakulás volt. Ez azonban nem ment egyszerűen, egyik napról a másikra. Bécs kihasználta mindent, az amúgy is jelentkező gazdasági megszorításoktól kezdve, a nemzeti, etnikai lázongások szításán át. Bármit, csak hogy akadályozza a reformok megindulását, és az átalakulás országos méretű kiteljesedését, azaz a fejlődést. Számára Magyarország csak gyarmat, és hátországi termelő egység volt. A háborús hatalmi és

¹³ Karácsony Sándor: *A magyar világnézet*. Budapest, 1941, 348.

fegyverkezési költségekkel szisztematikusan srófolta az amúgy is növekvő adók nagyságát. Ez fájdalmas, érzékeny pontja volt a társadalom egészének, de különösképpen a közép és alsó rétegeknek. A birodalom folyamatos háborúban volt érdekelt, ennek pedig rendszeres pénzügyi vonzata volt. A papírpénz 1811-es devalválása, az államadóság az évi jövedelem többszörösére való emelkedése, növekvő elégedetlenséget váltott ki nemesekből és nem nemesekből egyaránt. A szervezettebb ellenállás jelei egyre markánsabban mutatkoztak. Az 1811-12-es országgyűlés után még mindig nem történt jelentősebb elmozdulás. Az elviselhetetlen adók teremtette gazdasági válság, Bécs nem alkotmányos és jogi eszközökkel irányított országos politikája, a király önkényes rendelkezései, fokozták az elégedetlenséget és az ellenállást.

Az 1825-27 között tartott országgyűlést sorsfordítónak, korszakváltónak tekinthetjük, hiszen a reformkor ekkortól datálható. Ettől kezdve jelenik meg a történelem színpadán Széchenyi István. Kevesen látták olyan élesen az ország korabeli állapotát, és sürgették oly egyértelmű következetességgel és tervszerűséggel a társadalmi haladás szükségességét, mint ő. Széchenyihez egyre több nemzetben gondolkodó, szervezkedő társult. A nemzeti közhangulat célirányosan alakult, a közvéleményt lépésről-lépésre felrázták, akik Széchenyihez hasonlóan gondolkodtak, éreztek és cselekedtek.

Szilárd istenhívő öntudatával, józan reálpolitikai érzékével, zseniális tudományos képzettségével együtt sem volt könnyű dolga és egyszerű a helyzete kora társadalmi viszonyai között. Ám az itt és most történelmi feszültségében mégis jól érzékelt a pillanatot, hogy mikor kell lépni, és hiába „kétle a bölcs, hátrált a tevékeny, Bújt az önérdek, fitymált a negéd: Ő megjelenve, mint új fény az égen, Felgyújtá az oltár szövétnekét.”¹⁴ És bejelentette a Magyar Tudományos Akadémia korszakos jelentőségű megalapításának gondolatát. Ekkora már sok minden mint fundamentum sorakozott föl a háta mögött. Bejárta az egész Kárpát-

¹⁴ Arany János: Széchenyi emlékezete, 1860.

medencét, sőt Európa több országában is utazásokat tett. Ismerte mind a hazai, mind a külföldi társadalmi berendezkedéseket, politikai és társadalmi viszonyokat. Közben mindvégig nem szűnt meg tudományt művelni, szüntelenül képezte magát, elméleti és gyakorlati összefüggésekben is. Kereste a találkozásokat, a beszélgetéseket a művelt szellemi világ képviselőivel, csakúgy, mint az egyszerű, szegény, falusi és vidéki emberekkel.

A Tudományos Akadémia gondolatával kiengedte a szellemet a palackból. Széchenyi, bár az 1825. november 3-ai ülésen tette meg ajánlatát, konkrét formában mégis közel fél év múlva, 1826. február 15-én nyújtotta be *Kérvény a Magyar Akadémia megalapítása végett* címmel egy Magyar Tudós Társaság megalapítását célzó javaslatát.¹⁵ A Kérvényt vele együtt még hárman írták alá: Vay Ábrahám, Gróf Andrássy György és Gróf Károlyi György. A kérvény első mondatában megfogalmazva a korhelyzetet és kihívást, azt írta, hogy „...az országosan egybegyűlt Statusok és Rendek buzgó igyekezettel fáradoznak mindazon akadályoknak feltalálásán, melyek Nemzetünk dicsőségét, nagyságát, és boldogságát hátráltatják, mint pedig azon módoknak meghatározásán, melyek által azok feltatláltván el is hárittathatnának, valamint szinte azon segédeszközöknek ki-gondolásán is, melyek által a ditső Magyar Nemzet, országunknak szerentsés fekvése, Polgári alkottatása, Nemes eredeténél fogva, méltán reménylhető magasságra és virágzó boldogságra eljuthasson.” Meggyőződéssel gondolta, hogy a szunnyadozó Magyar Lélek felébresztését az Akadémia megalapításával lehet és kell elkezdeni. Az azonos nyelven történő kommunikáció és anyanyelvű tudományművelés válhat alapjává és lehet a legjelentősebb a célravezető utak közül, a hosszú távon történő nemzeti egység helyreállításában. Ahhoz, hogy a nemzetet „nemzetiségében”, azaz öntudatában fel lehessen ébreszteni és megerősíteni, abban nélkülözhetetlen szerepe volt, ahogy írta a *nemzeti nyelvnek*.

¹⁵ In: Gróf Széchenyi István politikája iskolája, saját műveiből összeállítva. Második Kötet. Pest, 1864, 343-346.

Az Akadémia gondolatával erős, független, szabad és haladó magyar társadalom jövőképe lebegett előtte. Ennek megvalósításáért ő is tudta, hogy nagyon kemény és következetes munkát kell folytatni. Szisztematikus építkezésre kell berendezkedni, konkrét célokat kell megfogalmazni, ám ezekhez megfelelő alapra van szükség. A magyarság nemzeti öntudatának, önbecsülésének visszaszerzése és visszaadása nélkül nem lehet hosszú távú, következetes munkát folytatni. A függetlenség, a szabadság, az önállóság kivívása, majd megőrzése és megtartása, csak az arra felkészített, és szellemileg-lelkileg edzett, kitartó nemzettel lesz lehetséges. Egyik kései, szellemi utódával, Bibó Istvánnal együtt gondolva a nemzet szellemi-lelki *minőség forradalmát* hirdette meg, azzal, hogy egymást értő, művelt, kulturált és képzett embereket egymás mellett látni, tudni. „Fajunk biztosítása és nemesb kifejtésének” gondolatát, tervét így látta elkezdni és véghezvinni.¹⁶ A nemzetet minden körülmény között fölébe emelte az államnak. Azt felette látta mindennek, és attól nem sajnált semmilyen (anyagi) áldozatot. Erről vall ominózus kijelentése is, amikor az Akadémia létrehozásának gondolata kapcsán azt mondta az országgyűlésben, hogy „nekem itt szavam nincs. Az ország nagyja nem vagyok, de birtokos vagyok, és ha feláll oly intézet, mely a magyar nyelvet kifejti, mely azzal segíti honosainknak magyar növeltetését, jószágomnak egy évi jövedelmét feláldozom”. Mondta ezt egy olyan huszárcapitány, aki ekkor a magyar nyelvet még meglehetősen hibásan beszélte.

Sokan nem értették és nem tartották fontosnak az Akadémia indításakor megfogalmazott nemzetépítő alapgondolatát. Legtöbben korszerűtlen, haszontalan gondolatnak tartották, amely „szóviták és szófirkákba való fulladozás” lesz majd - fogalmazta meg jóval később, az 1842. november 27-én mondott Akadémiai megnyitó beszédében.¹⁷

¹⁶ Függelék. Jellemvonások gróf Széchenyi István államférfiúi életéből, b. Kemény Zsigmond koszorús emlékirata szerint, mely a „Magyar szónokok és státusférfiak” című munkában megjelent. In: *Gróf Széchenyi István politikája, iskolája, saját műveiből összeállítva*. Harmadik Kötet. Pest, 1864,

¹⁷ Széchenyi István: A magyar Akadémia körül. In: Szigethy Gábor (szerk): *Gondolkodó magyarok*. Magvető kiadó. Budapest, 1981

Kortársai közül többen fontosabbnak, célszerűbbnek, korszerűbbnek és hasznosabbnak tartották volna helyett, olyan „specialitásokra képezni a magyart”, amelyek még Magyarországon ismeretlen tudományok, mint például „egy életbe vágó politechnikum”. Mások úgy látták, „hogy valami gyakorlatira kellett volna egyesíteni erőnket, mi az életbe vág, s nem valamire, minek legjobb esetben is csak szó és szó marad az eredménye”. Széchenyi sohasem vitatta a korszerű, praktikus tudományok szerepének nélkülözhetetlen fontosságát, ám azt pontosan tudta, hogyha „nem értik egymást”, akkor nem lehet együtt gondolkozni, álmodni és alkotni. Nem jelentéktelen Széchenyi anyanyelven tervezett, tudományművelés koncepciója sem egy olyan világban és korszakban, melyben a magyarság a teljes elnémetesítésnek volt kitéve. Ebben az időszakban a tudomány több évszázados nemzetközi nyelve, a latin is leáldozóban volt. Széchenyi úgy gondolta, hogy az emberek között a legtöbb zavar és nyomorúság nem abból támad, hogy szívtelenek vagy rosszak, s a bajok oka sem a szándékos gonoszság, hanem az, hogy nem értik egymást. Sőt félreértik egymást, és „ebből eredő szenvedély, ezt követő bosszú, s innen folyó gyűlölet és rosszakarat meg vakság képzi szinte minden emberi nyomornak sarkalatát, azaz: hogy nem értik egymást.”

Talán nem erőltetett őt, a majd kétszáz évvel korábban élt Apáczai Csere János kései utódának tekintenünk e tekintetben, aki a Magyar Enciklopédia megírása céljának kifejtésekor úgyszintén az anyanyelven történő tudományművelésre irányította a figyelmet. A haladó európai kultúrkörhöz kívánta népét felzárkóztatni. Tudta, hogy a talpraálláshoz és a fejlődés hosszútávú biztosításához anyanyelven történő tudományos művelődésre, kontinentális méretekben és összefüggésekben gondolkodókra de lokálisan cselekvő kiművelt emberfőkre van szükség.

Széchenyi mellett egyre többen kezdték megérteni majd képviselni azt a gondolatot, hogy az anyanyelv a nemzeti megmaradás, összetartozás és a haladás alapja. Németh Lászlót parafrazálva képes volt tudni és érezni magyarul és magyarán egy ilyen korszakban. A reformkor az az időszak, amely a programalkotás, a programok születése, továbbgondolása, formálása és kivitelezhető megvalósításának hangulatában alakult, melyben az anyanyelvűség és nemzeti tudat megkerülhetetlen szerepet követelt magának. A társadalmi haladás és a nemzeti összetartozás szükségességét hangsúlyozták sokan. Széchenyi látva a pártoskodást, a különböző társadalmi kategóriák töredezettségét, a nemzeti haladás szempontjából kevésbé hasznos osztálykülönbségek közti hatalmas szakadásokat, a nemzeti eszmecsere számára új fórumot hozott létre a *Nemzeti Kaszinó* megalapításával. Minden figyelmét és gondolatát a nemzet megszervezésére koncentráta, melynek rendjén a megosztó és táborokba szerveződött pártpolitikát elutasította. A *Nemzeti Kaszinóba* rendi különbségek nélkül, a pártpolitika háttérbeszorításával, a nemzetben politizálók felelős embereit hívta meg. Megnyitó beszédében többek között azt hangsúlyozta, hogy „... a mi hazánkban is legyen olyan megkülönböztetett, díszes, összegyülekező hely, melyen főbb és előkellőbb, s jobb nevelésűek, eszes, értelmes, férfiak a társasági rendek osztályából egymással vagy barátságos beszélgetés végett találkozzanak, vagy többféle politikai újságokat, s hasznos gazdasági, tudományos, művészi, hónapos írásokat olvassanak.” A közösségteremtő eszmecsere, vita és dialógus felpörgetésével és egyre gyakoribb összejöveteleivel a társadalmi cselekvésre akart sarkallni. A Nemzeti Kaszinó megalapításával az volt a célja, hogy „a közművelődés, közhasznú eszmecsere és kellemes társaság előmozdítása céljából egyesület alkotassék.”¹⁸Vagy ahogy Naplójában is írta: „...az a fő célom, hogy hazánk erői összpontosuljanak. A megyei, városi, mágánási, nemesi, polgári, vallási, nemzeti, stb, elkülönülések egy magasabb célra olvadozzanak össze. Az ember ne mindig címe és állása, de mint ember belbecse után

¹⁸ A Pallas nagy lexikona. Arcanum : FolioNET Kft. Szerk. Bokor József

latoltassék. Elmesúrlódások által a nemzet legnagyobb kincse, a kiképzett, előítélet nélküli emberi velő mindinkább növekedjék s kellő helyére emeltessék, hogy fölébredjen a közlélek, s így erősebb legyen a haza és dicsőbb a fejedelmi szék.”¹⁹

Dessewffy Aurél írta visszaemlékezéseiben²⁰, hogy Széchenyi Pozsonyba érkezésekor „tüstént egy klubbot alakított, szétágazó nézetek központosítására. Széchenyinek szokásai közzé tartozott, a felső arisztokráciának fiatalabb sarjadékait maga köré gyűjteni, s az utolsó időkben is örökké lehetett nála és vele iskoláit alig elhagyott mágnásokra találni, kiket a már éltes férfiúhoz a honfítiszteleten kívül meleg baráti viszony csatolt”.

Kemény Zsigmond pontosan átlátta Széchenyi módszerét, amikor lényegre tapintva azt írta róla, hogy már „első nyilvános föllépésekor eszméinek terjesztésére azon módszert használta, melyre egész politikai pályája alatt leginkább, sőt talán a helyes mértéken túl támaszkodék. Értem a szellemi összpontosítást társulati téren; klubbok, casinók, egyletek, részvényes társulatok, lóverseny, tudományos, ipari és gazdasági intézetek által. Az eszmék ily nemű propagandája iránt a gróf akkora előszeretettel volt, hogy reformatori terveinek majdnem kizáró emeltyűjévé tette, s néha az alkotmányos institutiók befolyást a társulati térért elhanyagolta.”²¹A Kaszinóval tehát a Tudományos Akadémia ajtaját nyitotta ki mások számára is. Szisztematikusan tervezett és építkezett a tudomány, a társadalom, a művelődés, a kultúra, a nemzetpolitika és a gazdaság összefüggéseiben. Ennek rendjén mindent a nemzet előrehaladásának, fejlődésének, s a hogy ő maga szerette használni, csinosodásának rendelt alá. Pártkoncepciója is ezt támasztja alá. „Az a párt, amelyet én alakíthatnék, egyedül a reform, a progresszió zászlaja alatt állhatna. Reform, progresszió, nemzeti és alkotmányos

¹⁹ Széchenyi vallomásai és tanításai. Széchenyi anthológia. Összeállították Fekete József és Várad József. A Stúdium kiadása. Budapest, 1926, 119.

²⁰ In: Gróf Széchenyi István politikája iskolája, saját műveiből összeállítva. Második Kötet. Pest, 1864, 343-346.

²¹ U.o.

vágásokban, engesztelődés minden hazafiak iránt, s mindenek fölött erkölcsi és társadalmi tisztaság...”²²

Bécs korabeli mindent elnémetesítő világában, ebből az istenes mélységből és magasságból, szélességből és hosszúságból fakadt népe iránti szeretete. Népe iránt nem volt elfogult és szubjektív. Kora társadalmának pulzusán tartva kezét, nagy precizitással érzékelt helyzetüket, és hibáikkal együtt mindenestül vállalta nemzete *létsorsát, -sorat, -sorját*.²³ Ahogy ő fogalmazott, a Mindenható számára személyesen elrendelt sorsát szolgálatként fogadta és végezte. Így lett sorsformáló személye és történelmet alakító tényezője korának. Talán a régi latin bölcsességet is ismerte: *a sors az akarót vezeti, a nem-akarót pedig vonszolja*.²⁴ Vallotta ezt azzal együtt, hogy társadalma nem mindenben állt mellé. Sőt terveit nemzetére vonatkozó reformátori gondolatait, nem mindig értették vagy értettek vele egyet. Hatása elvitathatatlan volt a maga korában még akkor is, ha azt sokan kétségbe vonták és meg is kérdőjelezték: „bámulta a magyar őt, de nem merte tartózkodás nélkül, egész önátadással szeretni, mert úgy hitte, hogy mindent Fonttal mér, a szellemi súlyokra keveset ad, a sikert, mint Vespasianus a pénzt, jó szagúnak tartja, akárhonnán vétetik ki, az embereket csak vak eszköznek tekinti, az utilizáció hideg tanának apostola, a lelkesedés ostora, nagy önző, okos számító, jó hazafi, de meleg kedély nélkül és erényes, de szívtelen ember.”²⁵ Széchenyi sokak számára ellentmondásos személyét is csak küldetése, rendeltetése és feladata felől lehet megérteni. Ez elől nem tért ki, hanem vállalta. Nem várt karba tett kézzel és tétlenül arra,

²² Széchenyi vallomásai és tanításai. Im 167.

²³ A *sors* az ő értelmezésében az élet menete, az emberi élet változásai, eseményei, viszontagságai, akár magunk leszünk az okai akár nem. Akár kedvező akár kedvezőtlen. Tehát nem végzet, vagy egy „titkos hatalom, mely a világ eseményeit létrehozza és kormányozza, nevezetesen, mely az emberi élet állapotára, mintegy szükségképp befoly. Ezt a régiek egy felsőbb szellemi lénynek képzeltek, melynek istenek és emberek alája vetvék. (Fátum)” és nem is „Véletlen bal vagy jó személy, melyet bizonyos cselekvés vagy szertartás előz meg, de közöttük semmi okszerű összefüggés nincs”. Lásd: Czuczor Gergely, Fogarasi János: *A magyar nyelv szótára*, Sors szócikk. CD-ROM, Arcanum Adatbázis Kft.

²⁴ *Fata volentes ducunt, nolentes trahunt.*

²⁵ Függelék. Jellemvonások gróf Széchenyi István államférfíui életéből, b. Kemény Zsigmond koszorús emlékirata szerint, mely a „Magyar szónokok és státusférfiak” című munkában megjelent. In: *Gróf Széchenyi István politikája, iskolája, sajtát műveiből összeállítva*. Harmadik Kötet. Pest, 1864, 324-364.

hogy mit szán neki esetlegesen a történelem, hanem belső fülekkel meghallotta a történelem Urának sugallmát, és arra határozottan adott választ tettein keresztül, s vált történelmet alakító, sorsformáló tényezőjévé a magyar valóságnak.

Felhasznált irodalom

Arany János: Széchenyi emlékezete, 1860

Bokor József (szerk.): A Pallas nagy lexikona. Arcanum: FolioNET Kft.

Czuczor Gergely, Fogarasi János: *A magyar nyelv szótára, Sors* szócikk. CD-ROM, Arcanum Adatbázis Kft.

Delameau, Jean: *A paradicsom története*. Budapest, 2004

Chicago Assirian Dictionary, vol e

Finály Henrik, dr. (szerk.): *A latin nyelv szótára*. Franklin-Társulat. Budapest, 1884

Gesenius, William: *A Hebrew and Englisch Lexikon of the Old Testament*. Oxford, 1906

Gróf Széchenyi István Naplói. Adalék a nagy hazafi jellemrajzához. Az Magyar Tudományos Akadémia megbízásából összeállította Zichy Antal. Budapest, 1984

Gróf Széchenyi István politikája, iskolája, saját műveiből összeállítva. II. Kötet. Pest, 1864

Gróf Széchenyi István politikája, iskolája, saját műveiből összeállítva. III. Kötet. Pest, 1864

Hegedűs Lóránt: *Apokalipszis most és mindörökké*. Budapest, 2005

Karácsony Sándor: *A magyar világnézet*. Budapest, 1941

Küng, Hans: *Minden dolgok kezdete. Természettudomány és vallás*. Kairosz Kiadó, Budapest, 2009

László Dezső: János apostol mennyei jelenésekről szóló könyve. Kolozsvár, 1992

Mályusz Elemér: *A Türeلمي Rendelet*. Kiadja a Magyar Protestáns Irodalmi Társaság. Budapest, 1939

Pennsylvania Summerian Dictionary, <http://psd.museum.upenn.edu/epsd/nepsd-frame.html>

Spira György: *A magyar negyvennyolc pártjai, mai szemmel*. Magyar Tudomány 1974. 7-8. sz.

Spira György: *Széchenyi a negyvennyolcas forradalomban*. Budapest, 1979

Szigethy Gábor (szerk): *Gondolkodó magyarok*. Magvető. Budapest, 1982

Széchenyi vallomásai és tanításai. Széchenyi anthológia. Összeállították Fekete József és Váradi József. A Stúdium kiadása. Budapest, 1926

Varga Zsigmond: *Újszövetségi görög-magyar szótár*, MRZSIS. Budapest, 1992

Pálfi József

Postacím: Románia, 410115, B-dul Stefan cel Mare Nr. 6, Oradea

Telefon: +40743180363

E-mail: palfijozsef67@gmail.com

COOPERATION BETWEEN UNIVERSITIES AND SECONDARY SCHOOLS IN THE CZECH REPUBLIC

Dusan Maga, Boris Simak

Czech Technical University in Prague

Technicka 2, 166 27 Prague, Czech Republic

dusan.maga@fel.cvut.cz, simak@fel.cvut.cz

tel.: +420 224 354 021, fax: +420 223 339 810

Abstract: “Crisis and Progress” is the head-line of the upcoming conference in Tatabanya, Hungary. Maybe these terms are originally focused on recent processes passing through the industry and economics; nevertheless, they are very up-to-date even in the sphere of university education. Especially when dealing with the central-European region. The overall capitation of the state budget for research and education is usually around (or less) than 1% of GDP (in several countries 0.5% of GDP). Within these boundaries are universities competing for a “piece of cake” which is typically based on quality and quantity of scientific results (outputs) and number of students. This paper gives brief information about trends and recent situation in ranking the scientific outputs in the Czech Republic and gives an overview on university activity focused on cooperation between the Faculty of Electrical Engineering (FEE), Czech Technical University (CTU) in Prague, and secondary schools in the republic.

Keywords: Education; Dissemination activities; Universities vs. secondary schools.

Introduction

The Czech Technical University in Prague is one of the largest and oldest technical oriented universities in Europe. It has been established in 1707, based on Austrian Emperor *Joseph I* written letter to the Czech General Estates, requesting the foundation of an engineering school. Nowadays, there are more than 24000 students attending lectures at one of 8 faculties. There is an actual offer of 179 study disciplines based on 54 study programmes (academic year 2012/2013). The CTU has been included in world top 400 universities in 2010 (ranking by *The Times*). Between technical oriented universities the CTU is world ranked as nr. 144 (in 2011).

Faculty of Electrical Engineering, with its more than 5000 students (including 600 PhD) and academic staff over 600 is in a leader position between the CTU in many aspects. The faculty produces cca 180 SCI journal papers per year. The structure of income sources [1] is as follows:

grants and projects: 52%

education: 39%

contracts and other: 9%

The Department of Telecommunications Engineering (workplace of the authors) focuses on optical communications, and carries out high quality research, development and educational activities in the field of wireless networks. The department participates in numerous important European and national projects [1]. Of the mentioned activities is based on cooperation between the university and the secondary schools. The basic impact of the project would be the strengthening the item “education” within the faculty structures; primarily not only regarding the quantity but mainly regarding the quality of the possible students. Nevertheless,

the current 39% of income sources is worth of future support. On the other hand, there was, is and will be a difference between the universities and academies of sciences. The basic role of the university, as it is understood by this paper authors, is to transfer their own latest knowledge to future experts (represented by current students). These ideas led to the activities described in the following chapters.

About the Project

The presented activities are included in a project called *Popularization of science and research of the CTU in Prague* (project No. CZ.1.07/2.3.00/35.0021). The aim of the project is to create a reasonable base for dissemination activities between secondary (and primary) school students. This is realized by sets of lectures at secondary schools, summer/winter courses for students, different e-learning activities focused on students, etc. The activities covered by FEE departments are focused on popular/scientific TV series, creating an innovative and interactive publicational baseground (MediaWiki) for secondary school students (entitled with nickname “pop science”), and designing and creating an interactive web page for testing and competition of secondary (and primary) school students (“science face”) – Fig. 1. The web-page covering these three FEE activities has already been already released [2] and is offering services for registered users.



Figure 1. Designed Logo-link for the Activities

The important activities based on the presented project, focused on secondary schools, are both concerning the students, teachers and the schools. Of course, the spot-light is on the student, since he can prove and demonstrate his talent and abilities to technical thinking and knowledge. As mentioned above, a technical oriented test is prepared for the students (screen shot of the web page can be seen in Fig. 2). The designed system generates a set of 10 questions (from the field of electronics, physics, robotics and similar). There are for possible answers offered for each question, with only and unique correct solution. At the end of the set the evaluation (following the rule +1 for correct answer, -1/3 for wrong answer, 0 for unanswered questions) shows the correct answers and positions the student into the ranking list (with public access possible). Of course, the participation requires registration of the participants. Due to his/her registration and future log-in, a percentile is also available – this value announces that the user has better knowledge as a certain percentage of registered users. The set of 10 questions is constructed by random choice from a large group of approx. 100

The screenshot shows the homepage of the Science Face website. At the top, there is a logo for 'SCIENCE FACE Elektrotechnická olympiáda' and a blue cube graphic with technical symbols. Below the logo, there are two call-to-action buttons: 'Bavi tě technika kolem nás?' and 'Přidej se k nám!'. A navigation bar includes links for 'Hlavní stránka', 'Informace', 'Olympiáda', 'Semináře a publikování', and 'TV pořady'. A secondary navigation bar lists 'Na úvod', 'Pravidla', 'Vypracování testu', 'Odeslání prezentace', 'Průběžné pořadí', 'Moje skóre', and 'Kontakty'. The main text area, titled 'Na úvod', provides information about the competition and lists two stages: 1. 'vypracování znalostního testu z oblasti technických oborů' and 2. 'vypracování prezentace (projektu)'. At the bottom, there are two buttons: 'Přihlášení existujícího uživatele' and 'Registrace nového uživatele'. On the right side, there is a 'Důležité termíny' section with dates for the competition stages and a Facebook widget for 'Pop science'.

prepared questions and answers, so it is (almost) guaranteed that the same combination will never appear during the duration of the activity.

Figure 2. View on Activity Web-page

The next step of the activity is in technical presentation. The user has to create a technical presentation and upload it to the web-site. The themes are drawn from, but not limited to electronics, robotics, ICT, IT, etc. The participation for this step requires absolving the previously mentioned test. These activities are realized by designer web services and must be completed as remote. Opposite to these, the third and the last step of the activity is realized in the form of live presentation, where the most successful students (evaluated by commission of specialists) are presenting their technical presentations at FEE in Prague. The presentation are expected not only theoretical, but also practical, as can be seen in Fig. 3, taken from previous final presentations [3].



Figure 3. Final Presentations

One of the most important factors in the activity is the motivation. The first and fundamental motivation for students is in their competitiveness. There are a huge number of young people who would like to compare their knowledge to knowledge of others – especially when they did not need to move from the computer keyboard. Another motivation factor is the possibility of financial award – the best student will receive “cash” instead of technical or similar matters (these awards are not paid from the budget of Grant No CZ.1.07/2.3.00/35.0021 – the organizers use different sources to cover the credits). Of course,

for the best students (as the activity covers the complete country²⁶) the study at FEE is offered without an acceptance test. One of the most important questions is how to mobilize the secondary schools, as an important subject of impact. There are three different motivation factors in the activities. First, already mentioned, is the set of popularization lectures guaranteed and realized by experts from the university. The interesting topics (e.g. How can I break the WEP-protection of Wi-Fi?) can attract the students and also motivate the schools to participate. Second important motivation factor is that the project expects the participation of secondary school teachers and has a part of the budget for their activities – mostly as a local supervisors of the most talented students. Non-negligible factor is pointed to schools themselves - as the best students are awarded with “cash” their schools are awarded as well, whereby the value is doubled. The detailed rules and limits are described in Czech at activity web-page [2].

Similar Projects

The presented project is unique but not the only. Activities focused to secondary schools are realized by Czech Academy of Sciences (Open Science, Open Science II), Palacky University Olomouc (Science is Fun), University of West Bohemia Plzen (Energetics and environment), Mendel University in Brno (Career centers), as well as by other universities in e. g. Brno, Ostrava, etc [4, 5, 6]. This proves that when even more and more attention is paid to results in science and research, the universities have a clear vision on their roles within the scope of research and education. This vision based on balanced research and modern educational activities (declared for instance as e-learn activities described in many papers, e. g. [7, 8]) is in agreement with authors' opinion on roles of universities. Even though the legal environment, expectations, external and internal management force the universities to focus on quality of science outputs, the “business” with students is still very attractive.

²⁶ Besides the region of Prague – according to rules of sponsor

Heads vs. Papers

The strength of these science output oriented trends can be illustrated on comparison of previous and actual criteria used to evaluate the quality of scientific outputs. While several years ago each “short” publication (paper in journal or conference proceedings) had been taken into account, nowadays the outputs are very strictly classified. Concerning the papers in conference proceedings only those registered at *Conference Proceedings Citation Index – Science* or *Social Science & Humanities* (before: *ISI Proceedings*) administrated by *Thomson Reuters* (this system is valid in the Czech Republic for/from 2011). On the other hand, the system has 4 categories of journals:

- prestige journals with impact factor (*Nature, Science*),
- journal with impact factor (weighted according to the position of journal in the JCR list),
- journals registered in SCOPUS (or ERIH),
- journals registered by *Research, Development and Innovation Council* of Czech Republic.

Besides these, of course, the “long” publications (books) are still important, although the most valued are patents (especially when registered in Europe (EPO), USA (USPTO) or in Japan).

The important conclusion is, that even though these criteria are stricter year by year, the universities are still interested in relations to secondary schools and do not transform themselves to another and parallel system to the academies of sciences. This attitude has to be appreciated, especially when taking a look into the age structure (“life tree”) in the Czech Republic. The representation of particular age categories of 18 and below (prospective university students) can be seen in Fig. 4

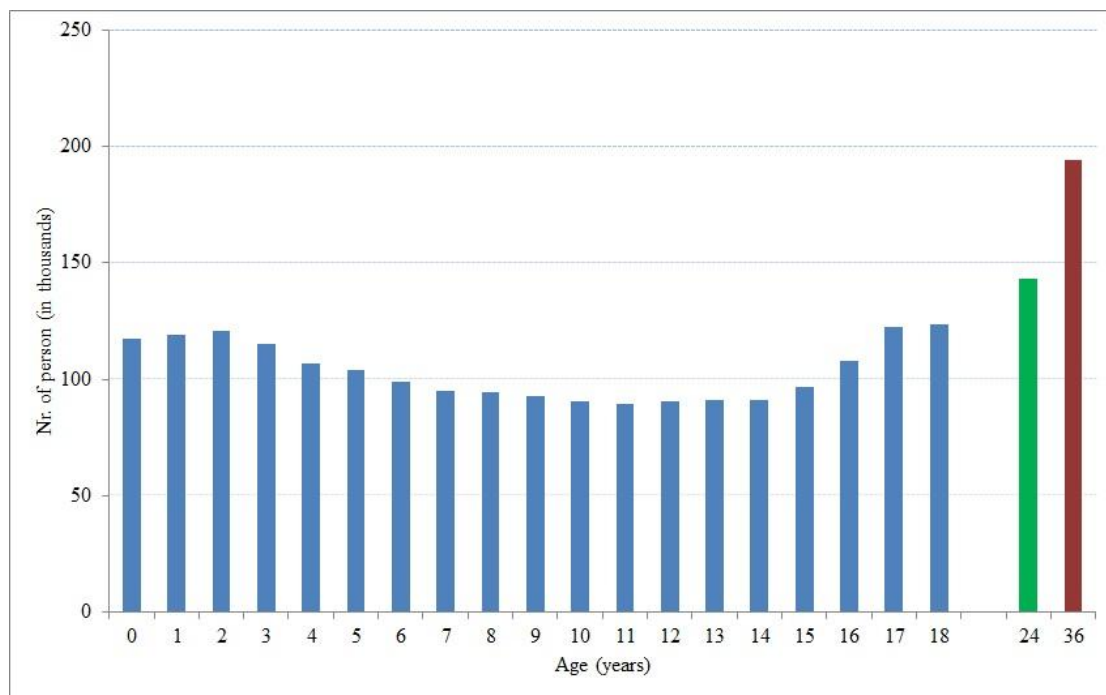


Figure 4. Part of the Life-tree in CR

To be able to illustrate the discussion also the important reference point is included – number of person with age of 24 (expected age of graduation). Another important value can be seen in Fig. 4 – number of person with age of 36 – this is currently the most crowded category in the republic. When assigning the 100% to the number of person of age 24, the best year (36) lead to more than 135%. On the other hand, this (next) year the number of possible applicants for the university study is about 14% lower! The less occupied category is the category of 11 (and 10). This would also be the most critical for the universities (based on number of possible first year students), because the base for the students is about almost 38% reduced! It is very easy to determine that this comes in 2019.

In compliance with above brief statistics, it is clear that the universities are producing activities to select the most talented students and prevent the possible drop-out in “heads” (and budgets...). Of course, it is also very important to analyze the structure within the categories, mortality ratio, etc. but this is out of the scope of the presented paper.

Conclusions

The presented paper describes the actual activity of the Department of Telecommunications Engineering, FEE CTU in Prague. Besides a brief introduction to university, faculty and department, a description of one of the department's most important activity focused on secondary school students has been presented. The reasonability of this activity is supported by a relatively large number of similar projects realized by different universities located in different regions.

In contrast to activities focused on students the basic ideas of rating the science outputs in the Czech Republic have been illustrated. Following the presented activities it can be concluded that even though the force on high quality results is year by year stronger (and is reflecting on structure of budgets received from the supporter); the universities are still very interested in activities focused on their possible students. Why are these activities so important? The presented brief overview on age structure can answer this question.

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] *Faculty of Electrical Engineering: Czech Technical University in Prague*. 2012, 26 p.
Available from: http://www.fel.cvut.cz/vz/propagace/brozura_en.pdf
- [2] CTU. *Popularizace vedy a vyzkumu CVUT* [online]. [cit. 2012-10-13]. 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. ISBN 978-80-01-04985-3, in press.
- [4] T. BREZINA, Z. HADAS, V. SINGULE, P. BLECHA. European Projects for Support of Mechatronic Fields at Brno University of Technology. In: *13th Int. Symposium on Mechatronics, Mechatronika 2010*. Trencin: TnUAD, 2010. pp. 109-111. ISBN 978-808075461-7.
- [5] J. SVOBODA, B. SIMAK, T. ZEMAN, J. HRAD. Educational activities of the CTU Prague team in EMC and support of the EMC development problems in the Czech Republic. In: *13th International Wroclaw Symposium and Exhibition on Electromagnetic Compatibility*. Wroclaw: Institute of Telecommunications, 1996. pp. 208-211. ISBN 83-901999-4-7.
- [6] 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.
- [7] P. BAUER, V. FEDAK. Philosophy of Interactive e-Learning for Power Electronics and Electrical Drives: a Way from Ideas to Realization. *Journal of Power Electronics, Special Issue on Power Electronics Education*, 2010, Vol 10, No 6, pp. 587-594. ISSN 1598-2092.
- [8] P. BAUER, V. FEDAK. Teaching Electrical Drives and Power Electronics: eLearning and Beyond. *Automatika*, 2010, Vol. 51, Issue 2, pp 166-173. ISSN: 0005-1144.

TUDÁS-TRANSZFER ÉS INNOVÁCIÓ A GAZDASÁGBAN

A KIS- ÉS KÖZÉPVÁLLALATOK ÉS AZ INNOVÁCIÓ

Némethné Dr. Gál Andrea²⁷

főiskolai docens, Edutus Főiskola

Abstract

The Lisbon Community Program for the realization of the updated Lisbon strategy was set up in 2005 and its aim was to make knowledge transfer and innovation the key drivers of the European development and growth. To strengthen the prime goals of the strategy, the project 'Europe 2020' program, further strengthened the strategy by giving the name 'Innovative Union', to one of the highlighted initiatives of the 'Intelligent Growth' program, which is among the three most important priorities. Both R&D activities and innovation play a significant role in EU strategy, without them it is not possible to reach the main goals of increasing the employment and inspiring growth. SMEs being the core participants of the European economy are impossible to be missed out from these activities either. That is why it is really important how to describe the efficiency of the European R&D&I, more precisely how to characterize our country's, and our main competitors', Central and Eastern Europe's SME sector in this respect. This study tends to analyze the answer to these questions regarding the years between 2005 and 2010.

Abstract

Már a 2005-ben megújult lisszaboni stratégia megvalósítására létrehozott Közösségi Lisszaboni Program is célul tűzte ki, hogy a tudás és az innováció legyen az európai növekedés mozgatórugója. Tovább erősíti ezt az „Európa 2020” stratégia azzal, hogy a három prioritása közül az „Intelligens növekedés” prioritás egyik kiemelt kezdeményezése az

²⁷ nemethne.gal.andrea@edutus.hu

„Innovatív Unió” nevet kapta. A K+F és innovációs tevékenység fellendítése ezzel kiemelt helyet kapott az EU stratégiájában, mint ami nélkül nem képzelhető el a fő célkitűzés, vagyis a növekedés és a foglalkoztatás fellendítésének megvalósítása. Ezzel együtt nem lehetséges az sem, hogy az európai gazdaság gerincét képező kis- és középvállalati szektor kimaradjon ebből a tevékenységből. Ezen a háttéren kulcsfontosságú kérdés, hogy mit mondhatunk az európai kkv-k K+F+I teljesítményéről, és ezen belül hogyan jellemezhetjük hazánk, és a fő versenytársainknak számító közép-kelet-európai országok kkv-szektorát ebből a szempontból. A tanulmány ezekre a kérdésekre keresi a választ a 2005-2010 közötti időszakra vonatkozóan.

1. Bevezetés

„A kis- és középvállalatok alkotják az európai gazdaság gerincét. Virágzásuk alapvető feltétele a további növekedés elérésének, valamint a több és jobb munkahely megteremtésének, ezért a kkv-politika kulcsfontosságú a megújított lisszaboni növekedési és foglalkoztatási partnerség 2005-ös újraindítása óta.” (COM(2007)592final:3) – olvasható az Európai Unió egyik 2007-es dokumentumában. Az Európai Unió kis- és középvállalatok szerepével kapcsolatos felfogása azóta sem változott meg, viszont felerősödött az a meggyőződés, hogy a kkv-szektor csak akkor tud sikereket elérni, és ezzel hozzájárulni országához, valamint egész Európa fejlődéséhez, ha a „tudás” főszerepet kap a vállalkozói gondolkodásban, a kutatás-fejlesztési és innovációs tevékenység pedig szervesen beépül a vállalatok működésébe.

2. Innováció és versenyképesség – az Európai Unió szemlélete

Az Európai Unióban mára kialakult versenyképesség felfogás egyik legfőbb megalapozója az 1993-ban megjelent Delor's jelentés, azaz a növekedés, a foglalkoztatás és a versenyképesség alapkérdéseit áttekintő Fehér Könyv volt. A jelentés leszögezi, hogy a versenyképesség növelése nem öncél, hanem a jólét, az életszínvonal növelésének eszköze. Ez a cél csak megfelelő foglalkoztatási szint mellett valósulhat meg, ezért az a gazdaság versenyképes, amely magas gazdasági növekedés mellett elegendő munkahelyet tud teremteni.

Az ezt követően a témában született számos közösségi dokumentum nem hozott lényeges változást a versenyképesség fogalmának meghatározása terén. A következőkben idézett 2001-

es dokumentumban található definíciót változatlan formában alkalmazták a következő években is: „A versenyképesség az életszínvonal fenntartható növekedését jelenti, miközben a kényszerű munkanélküliség szintje a lehető legkisebb.” (EC 2001a: 9). Az Európai Unió versenyképesség felfogása azonban mégis változott az évek során, azonban ez a változás nem a definíció szintjén, hanem a versenyképességet – lényegében a termelékenységet és a foglalkoztatást – befolyásoló legfőbb tényezők megjelölésében érhető tetten. A hangsúlyeltolódás legalább két terület javára biztosan megfigyelhető:

- 2001-től kezdve egyértelműen látszik a „tudás” versenyképességet fokozó szerepének felértékelődése,
- 2005-től kezdve kiemelt figyelem övezi a kis- és középvállalatok versenyképességét, valamint annak a nemzetgazdaságok és az EU versenyképességére gyakorolt hatását.

A változás egyik legfőbb eleme, hogy a korábbiaknál nagyobb hangsúly helyeződik az információs és kommunikációs technológia (IKT), a kutatás-fejlesztés (K+F) és innováció, és ezzel összefüggésben az oktatás és szakképzés versenyképességet befolyásoló szerepére. A 2001-2004. években publikált versenyképességi jelentések kiemelkedő jelentőséget tulajdonítanak a felsorolt tényezőknek a termelékenység javítása (EC 2001a: 10-11), a tudásalapú gazdaság megteremtése (EC 2002: 15), a kis- és középvállalatok fejlesztése és a régiók közötti fejlettségbeli különbségek mérséklése (EC 2003a: 11) terén, valamint megjelenik a kormányzati szektor ezirányú tevékenységének (kormányzati K+F ráfordítások és innováció) gazdaságélénkítő szerepének hangsúlyozása is. (EC 2004a: 10)

A 2005-ben megújult lisszaboni stratégia megvalósítására létrehozott Közösségi Lisszaboni Program célul tűzi ki, hogy:

- a tudás és az innováció legyen az európai növekedés mozgatórugója,
 - Európa befektetési és munkavégzési szempontból még vonzóbbá váljon,
 - több, és jobb minőségű munkahely teremtése váljon lehetővé Európában,
- és minden eddigénél jobban hangsúlyozza a fenntarthatóság követelményének szem előtt tartását. (COM(2005)330final: 3-4)

Figyelemre méltó, hogy a tudás és az innováció növekedést serkentő – és ezzel együtt versenyképességet javító – szerepe itt is az első helyen szerepel.

A K+F, az innováció és az IKT-használat fontosságát tovább erősítik a versenyképességi jelentések is. A 2006-os jelentés (COM(2006)697final) a gazdasági reformok fontosságára

hívja fel a figyelmet, míg a 2007-es jelentés (COM(2007)666final) a termelékenység növekedésének fokozását jelöli meg fő célként. Azonban az ismertetett európai uniós célkitűzések megvalósítása önmagában nem fog együtt járni a versenyképesség növekedésével akkor, ha továbbra is jellemző marad az ún. „európai paradoxon”, vagyis a tudomány és gyakorlat között meglévő szakadék. Az egyetemi kutatások – néhány kivételtől eltekintve – elavult, a piaci igényeket kevésbé figyelembe vevő rendszere, valamint a nehézkes és drága szabadalmaztatási eljárások megakadályozzák, hogy a kutatások eredményei gyorsan kézzelfoghatóvá váljanak. (Papanek 2003: 62)

Ezen a háttéren nagy jelentőségűnek tekinthető a lisszaboni stratégia 2008-2010-ig tartó új ciklusát elindító dokumentum, amely az elkövetkező időszak fő feladatainak egyikeként a következőt jelöli meg: „Az oktatás-kutatás-innováció háromszög megerősítése az Európai Innovációs és Technológiai Intézet (EIT) és a Közös Technológiai Kezdeményezések (JTI) létrehozásával és működtetésével.” (COM(2007)803végleges: 3) Ugyanezt a gondolatot erősíti az Európai Bizottság által 2005-ben nyilvánosságra hozott, és a 2007-2013-ig tartó időszakra szóló *Versenyképességi és Innovációs Keretprogram* (COM(2005)121final). A program egyik fő célkitűzése a versenyképes és innovatív információs társadalom fejlődésének felgyorsítása, szoros összefüggésben a kkv-k versenyképességének előmozdításával.

A 2010-ben elindított „EU 2020 – Innovatív növekedés keretprogram” szintén nagy hangsúlyt helyez a vállalatok, kiemelten a kkv-k K+F+I tevékenységének előmozdítására. A stratégia három prioritása az „intelligens, a fenntartható és az inkluzív növekedés”, melyek közül az „intelligens növekedés” prioritás mindkét kiemelt kezdeményezése foglalkozik a kkv-k és az innováció kapcsolatával. Az „Innovatív Unió” kiemelt kezdeményezés célul tűzi ki a kutatás-fejlesztési és innováció források könnyebb elérhetőségének megvalósítását a vállalati szektor számára, a tudáspartnerség erősítését az oktató és kutató intézmények, valamint a vállalatok között, valamint a vállalkozói készség és innovatív szemléletmód tantervekbe való beépítését. Az „Európai digitális menetrend” kiemelt kezdeményezés annak fontosságát hangsúlyozza, hogy a modern IKT elterjesztése alapvető fontosságú a kkv-k versenyképességének javítása és nemzetközivé válásuk segítése tekintetében. (COM(2010) 2020 végleges)

3. Az innováció szerepe a kkv-k versenyképességében – nemzetközi összehasonlítás

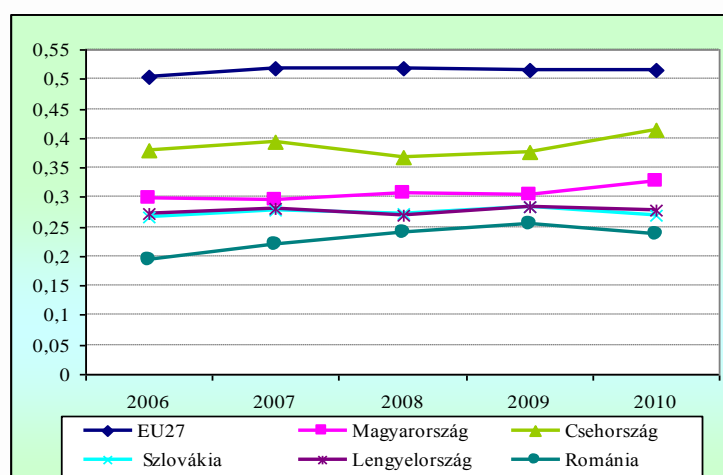
A vállalati versenyképességet befolyásoló külső tényezők egyik része a vállalat makrokörnyezetéből, mindenekelőtt a telephelyül szolgáló ország által biztosított feltételrendszerből származik. Ennek a feltételrendszernek a bemutatására, a hatótényezők csoportosítására az egyik legteljesebb és legkönnyebben alkalmazható modell megalkotása Philip Kotler nevéhez fűződik. Kotler a vállalat marketingkörnyezetének részeként mutatja be a makrokörnyezet elemeit. Ezek – nézete szerint – olyan külső erők és hatások, amelyeket a vállalat nem képes befolyásolni, de folyamatos figyelésük és a hozzájuk való alkalmazkodás elengedhetetlen feltétele a sikeres piaci működésnek. A makrokörnyezet elemei Kotler-Keller (2006: 79-95) alapján a következők: demográfiai, gazdasági, társadalmi és kulturális, természeti, technológiai, valamint politikai és jogi környezet. A fenti csoportosításon alapul a hazai szakirodalomban gyakran alkalmazott STEEP-elemzés, ami a Kotler-féle rendszerezés kisebb átalakításának tekinthető. A STEEP-tényezők az alábbiak: társadalmi (social), technológiai (technological), gazdasági (economical), természeti (ecological) és politikai-jogi (political) tényezők. (Józsa 2003: 50.) Ezek közül témánk szempontjából a technológiai környezetnek van kiemelt jelentősége, mivel ezen belül nagy jelentőségű elem a K+F és innovációs tevékenység adott országbeli fejlettsége, mint a vállalati versenyképességet befolyásoló külső makrotényező. Ez valóban tekinthető külső hatótényezőnek, hiszen a vállalatok innovációs tevékenységére nyilván hatással van, hogy milyen „innovációs miliőben” tevékenykednek, ugyanakkor kölcsönhatás figyelhető meg a vállalatok és környezetük között, hiszen ez a tevékenység a vállalati szféra aktív közreműködése által befolyásolható.

Az előbbiekből egyértelműen következik, hogy a vállalatok innovációs aktivitása nem, sőt nem elsősorban külső tényezők függvénye, hanem versenyképességük belső hatótényezője (mennyire jellemző a vállalatra az innovatív gondolkodásmód és annak ösztönzése) és eredménye (milyen eredményességű K+F+I tevékenységet képesek folytatni) is.

A fenti megfontolásokat figyelembe véve e fejezet keretében nemzetközi összehasonlításban vizsgálom azt, hogy a magyar kkv-szektor innovációs teljesítményét mennyire segíti vagy gátolja a hazai gazdaságra jellemző innovációs aktivitás (makroszint), majd a következő fejezetben térek ki a hazai kkv-k kutatás-fejlesztési és innovációs teljesítményének bemutatására (mikroszint).

Az Európai Unió a lisszaboni stratégia meghirdetése óta az összeurópai és a tagállami K+F és innovációs teljesítmény értékelésére a benchmarking módszerét alkalmazza, aminek keretében számos indikátor nemzetközi összehasonlítására kerül sor. Az indikátorokat az *Összesített Innovációs Index (Summary Innovation Index – SII)* foglalja össze, amit az Európai Bizottság 2001 óta évente közzétesz. Az SII struktúrája az évek során változott ugyan, de a legfőbb mutatócsoportok²⁸ minden változatban szerepelnek, és átfogó képet adnak a tagországok kutatás-fejlesztési és innovációs tevékenységének színvonaláról. (Pakucs-Papanek 2006: 181) Az SII 2006-2010 közötti alakulását az 1. ábra szemlélteti.

1. ábra: Az Összesített Innovációs Index (SII) alakulása



Forrás: EC: Innovation Union Scoreboard 2010. 71. o. alapján saját szerkesztés

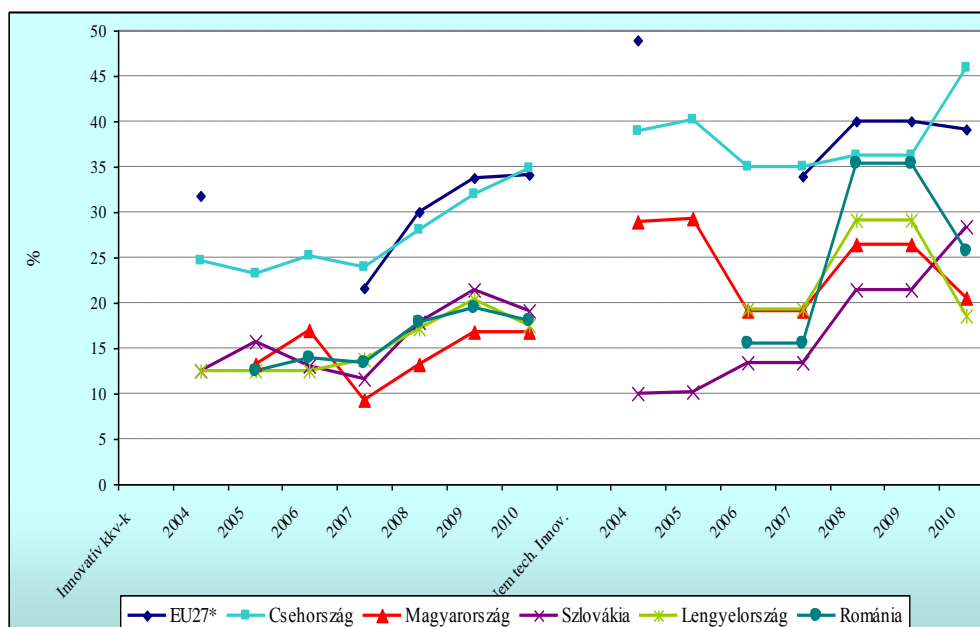
Az ábra alapján megállapítható, hogy a vizsgált országok K+F és innovációs teljesítménye ugyan enyhén növekvő tendenciát mutat, de számottevő mértékben elmarad az Európai Unió átlagától. Ennek nyilvánvaló oka a régi tagországok jobb teljesítménye, amelyek közül a legmagasabb SII-vel Svájc rendelkezett a teljes vizsgált időszakban. Magyarország, Szlovákia és Lengyelország adatsora szinte egybeesik, vagyis ezek az országok közel azonos teljesítményt nyújtottak, amihez képest Csehország teljesítménye lényegesen magasabb,

²⁸ A 2008-as innovációs eredménytábla az erőforrások (humán erőforrás és K+F finanszírozás), a vállalati innovációs aktivitás, és az alkalmazás outputjai (megvalósult innovációk és gazdasági eredmények) területekhez kapcsolódó 30 mutatót tartalmaz. (EC 2008: 5)

Romániáé pedig alacsonyabb volt. Ugyanakkor Románia esetében figyelhető meg a legnagyobb mértékű javulás 2006 és 2009 között, aminek eredményeként lemaradása csökkent. Összességében tehát a vizsgált országok közül Csehország vállalatai rendelkeznek versenyelőnnyel az őket körülvevő makrokörnyezet K+F és innovációs teljesítménye szempontjából.

Ezek után fontos megvizsgálni, hogy az egyes országok kis- és középvállalatai mennyiben járulnak hozzá a vállalati szféra K+F+I teljesítményéhez (bár a rendelkezésre álló nemzetközileg összehasonlítható adatok köre igen szűkös). Az SII-hez használt indikátorok között szerepelnek a kkv-körre vonatkozó mutatók is, amelyek közül az *innovatív kkv-k aránya* és a *nem technológiai innovációt bevezető kkv-k aránya* mutatókat emelem ki. Az előbbi mutató azoknak a vállalatoknak a teljes kkv-szektorhoz viszonyított arányát fejezi ki, amelyek egyedül vagy más vállalatokkal, intézményekkel kooperálva valamely új termék vagy eljárás kifejlesztésében, bevezetésében tevékenykedtek (az innováció szűkebb értelmezése), az utóbbi pedig azoknak a kkv-k-nak az aránya, akik szervezeti vagy marketing jellegű újítást vezettek be. (2. ábra)

2. ábra: Az innovatív kkv-k és a nem technológiai innovációt bevezető kkv-k arányának alakulása (%)



Forrás: EC: Innovation Union Scoreboard 2009 és 2010. alapján saját szerkesztés

Az ábra alapján szembeűnő, hogy a nem technológiai innovációt bevezető vállalatok aránya minden országban – Szlovákia időszak eleji adatainak kivételével – magasabb, mint az új termék vagy eljárás kifejlesztésében résztvevő kkv-ké. Ez annyit jelent, hogy a vállalatok innovációs teljesítményének értékelésén sokat „javít”, hogy napjainkban az innováció tágabb értelmezése az elfogadott.

Az egyes országok adatait 2008-2009-ig – azaz a gazdasági világválság kitöréséig – összehasonlítva megállapítható, hogy Csehország kkv-szektorának innovációs teljesítménye az európai uniós átlag körűli, és messze felűlműlja a többi vizsgált országban működő kkv-két. Magyarországon az innovatív kkv-k aránya 10-15% körűli, és ez az arány nem tér el lényegesen Szlovákia, Lengyelország és Románia mutatóitól, sőt a legfrissebb adatok szerint éppen a magyar innovatív vállalatok aránya a legalacsonyabb. A szervezeti és marketing újítást bevezető kkv-k aránya a 2009-es magyar adat szerint 25% körűli volt, amitől egyedűl a szlovák arány marad el a térségben.

Nagyon szembeűnő a 2008-2009-ben elkezdődött gazdasági világválság negatív hatása a kkv-k innovációs teljesítményére, különösen a nem technológiai innováció területén. Úgy tűnik, hogy a vizsgált országok között vannak „nyertesek” és „vesztesek”. Az előbbi csoportba tartozik Csehország, ahol a nem technológiai innovációt bevezető kkv-k aránya 2010-ben jóval meghaladta az európai uniós átlagot, valamint Szlovákia, amely ország kkv-szektora ugyanezen mutató alapján a „sereghajtó” pozícióból a második helyre lépett előre a vizsgált országok körében. Sajnos hazánk – Romániához és Lengyelországhoz hasonlóan – jelentősen veszített pozíciójából, a kkv-k innovációs teljesítménye visszasűlyedt a 2006-os szintre.

Mindezek alapján egyértelmű, hogy a K+F+I területén korábban bemutatott cseh versenyelőny a kkv-szektor innovációs teljesítményének vonatkozásában is igaz. Hazánkra nézve kedvezőtlen viszont, hogy míg az ország és az összvállalati szektor K+F és innovációs aktivitása alapján többnyire megelőzzük a Csehországon kívűli versenytársainkat, addig a kkv-szektor innovációs teljesítményére ez nem igaz, sőt komoly versenyhátrány állapítható meg ezen a területen.

4. A magyar kkv-szektor K+F+I teljesítménye

Több hazai kutatás is alátámasztja azt a megállapítást, hogy a vállalatok kutatás-fejlesztési és innovációs tevékenysége nagyban függ a vállalat méretétől. Az egyik a Versenyképesség Kutató Központ által 2004-2006 között végzett felmérés²⁹, ahol a vizsgálatba bevont mintegy 300 vállalat esetében a vállalatméret pozitív irányú szignifikáns összefüggést mutatott egyrészt a marketinginnováció versenytársakhoz viszonyított intenzitásával, másrészt pedig az újdonságnak számító terméket bevezető vállalatok arányával. (Chikán-Czakó (szerk.) 2009: 237, 245) A másik a GKM 2007-es reprezentatív felmérése. A kutatási eredmények alapján a vállalati működés valamely területén fejlesztést, újítást végrehajtó (tág értelemben innovatív), valamint a K+F tevékenységet végző vállalatok arányát mutatja az 1. táblázat.

1. táblázat: Az innovatív és a K+F tevékenységet végző vállalatok aránya 2007-ben Magyarországon (%)

Vállalat jellemzője	Mikro		Kis	Közép	Együtt
	0 fő	1-9 fő			
Innovatív	8,3	20,4	41,7	60,0	14,2
K+F tevékenységet végez	4,5	6,2	12,3	20,0	5,5

Forrás: GKM (2007a: 26-27) alapján saját szerkesztés

Itt is határozott pozitív korreláció figyelhető meg a vállalatméret valamint az innovációs és K+F aktivitás között³⁰. Ez ugyan az eddigiek után nem meglepő eredmény, de meg kell jegyezni a következőket:

- Az innovációs tevékenységet végző kisebb és nagyobb vállalatok aránya közötti különbség a valóságban nagy valószínűséggel kisebb, mint amit a vállalati megkérdezéseken alapuló felmérések adatai mutatnak. Ennek oka, hogy a mikro- és kisvállalatok jelentős része anélkül végez innovációnak minősíthető tevékenységet, hogy tudna róla. (Például az egyedi igények szerint tervezett bútorokat készítő asztalos, az új jogszabályokat alkalmazó könyvelő, stb. innovál, noha nem feltétlenül nevezi ezt így.) Tovább nehezíti az innovációs

²⁹ A felmérés a „Versenyben a világgal” kutatási program harmadik fázisa keretében készült. A vizsgálatba bevont vállalatok többsége (57,2%) középvállalat és nagyvállalat (37,7%) volt, a többi (5,1%) kisvállalat, mikrovállalatok nem szerepeltek a mintában. (Chikán-Czakó (szerk.) 2009: 93)

³⁰ Ugyanezt az összefüggést kimutatta már egy 2003-as kutatás is (Inzelt-Szerb 2003: 1004), amely a fentieket – egyebek mellett – azzal a kutatási eredménnyel egészíti ki, hogy a technológiai innováció inkább a nagyobb, míg a termékinnováció inkább a kisebb cégekre jellemző. (Inzelt-Szerb 2003: 1015)

tevékenység számbavételét, hogy a kisebb vállalatoknál sokkal kevésbé jellemző a munkafolyamatok sztenderdizáltsága és az írásbeli szabályozottság, mint a nagyobbaknál, így nincsenek meg azok a viszonyítási alapok, amelyektől való eltérés – a nagyobb vállalatok gyakorlatának megfelelően – kimutatható lenne, vagyis amivel az innováció ténye dokumentálható lenne. (GKM 2007a: 27)

- A magyar kkv-k K+F intenzitása lényegesen alatta marad – az egyébként nemzetközi összehasonlításban alacsony – innovációs teljesítményüknek. Kutatási eredmények alapján ennek legfőbb oka, hogy a magas kockázattal és költségekkel járó K+F tevékenység önálló finanszírozására a kkv-k döntő többsége nem képes, a nagy- és multinacionális vállalatokhoz kapcsolódó kis cégek nagyrészt „bérmunkázó” jellegű tevékenységet végeznek, ahol jóval nagyobb szerepe van az adaptációnak, a technológia egyszerű átvételének, mint a kutatás-fejlesztésnek. (Artner 2004: 4) Emellett az is tény, hogy – az innováció tágabb értelmezését alapul véve – a szervezeti- vagy marketinginnovációk jelentősebb K+F kiadások nélkül is megvalósíthatók. (Szanyi 2009: 70)

Ezek után érdemes megvizsgálni a magyar vállalati szektor K+F adatainak vállalatméret szerinti megoszlását, amit a 2. táblázat szemléltet.

2. táblázat: A vállalati kutató-fejlesztő helyek adatai Magyarországon 2008-ban

Vállalat- méret	Kutatóhelyek száma		Kutatóhelyek/ Vállalatok (%)	K+F foglalkoztatottak		K+F ráfordítások	
	db	%		fő	%	millió Ft	%
Ismeretlen	52	4,5	-	116	1,02	961,1	0,69
Mikro	488	42,3	0,07	1559	13,71	11937,9	8,52
Kis	260	22,5	0,90	2175	19,12	16553,7	11,82
Közép	209	18,1	4,05	2351	20,67	17931,3	12,80
Nagy	146	12,6	15,3	5172	45,48	92657,9	66,16
Együtt	1155	100,0	0,16	11373	100,0	140041,9	100,0

Forrás: KSH: Kutatás és fejlesztés 2008.89. o. alapján saját szerkesztés

A kutatóhelyek száma tekintetében megállapítható, hogy az összes kutatóhely közel több mint 85%-a kkv-knál működik. Ugyanakkor, ha megnézzük, hogy az összes adott méretű vállalat számához hogyan aránylik a kutatóhelyek száma, akkor a nagyvállalati kör messze kiemelkedik a kkv-khoz képest a 15,3%-os aránnyal. A nagyvállalatok előnyét méginkább mutatja az e területen foglalkoztatottak számából való részesedésük: az összes K+F területen foglalkoztatott munkavállaló 45,5%-át nagyvállalatok foglalkoztatják. Ettől is szembetűnőbb a kkv-szektor lemaradása a K+F ráfordítások esetén: a kkv-k és nagyvállalatok részesedése ez esetben 1/3-2/3, természetesen a nagyvállalatok javára. Mindez egyrészt természetesnek mondható, hiszen a K+F tevékenység viszonylag nagy forrásigénye nem kedvez a kisebb méretű vállalatok ezirányú tevékenységének, ugyanakkor az is látszik, hogy a szektor nem használja ki az ezen a területen különösen hasznosnak értékelhető együttműködési lehetőségeket.

Következtetések

A magyar kkv-szektor K+F+I teljesítményére vonatkozó adatelemzések összegzéseként elmondható, hogy a magyar kis- és középvállalatok kutatás-fejlesztési és innovációs teljesítménye – ami a „változóképesség”, a környezeti kihívásokhoz való alkalmazkodás képességének egyik legfontosabb mutatója – európai összehasonlításban igen szerénynek

mondható. A vizsgált versenytársak közül az országos K+F+I eredmények tekintetében csak Csehország előzi meg Magyarországot, ugyanakkor a hazai kkv-szektor teljesítménye – a lengyel és a román kkv-kéval együtt – a leggyengébbek közé tartozik Európában. Mivel a versenyképesség javításának alapvető feltételét képező „tudás” a K+F és innovációs tevékenység közvetítésével – időigényessége miatt általában néhány éves késéssel – hasznosul a gazdaságban (Smahó 2008: 149), ezért e tevékenységek elégtelen színvonala alapjaiban veszélyezteti a hazai kis- és középvállalatok jövőbeli versenyképességét, illetve versenyképességük javításának lehetőségét is.

Felhasznált irodalom

ARTNER ANNAMÁRIA (2004): *A magyar kis- és középvállalatok és a külföldi tulajdonú cégek közötti együttműködés jellemzői a műszaki fejlődés szempontjából*. MTA Világgazdasági Kutatóintézet, Kihívások 171.

CHIKÁN ATTILA – CZAKÓ ERZSÉBET (szerk.) (2009): *Versenyben a világgal. Vállalataink versenyképessége az új évezred küszöbén*. Akadémiai Kiadó, Budapest.

COM(2005)121final: *New Framework Programme on Competitiveness and Innovation*. European Commission, Brussels.

COM(2005)330final: *Common Actions for Growth and Employment: The Community Lisbon Program*. European Commission, Brussels.

COM(2006)697final: *Economic reforms and competitiveness: key messages from the European Competitiveness Report 2006*. European Commission, Brussels.

COM(2007)592végleges: *Kis- és középvállalkozások – megoldás a további növekedésre és a jobb munkahelyteremtésre. A modern kkv-politika féldős felülvizsgálata*. Európai Bizottság, Brüsszel.

COM(2007)666final: *Raising productivity growth: key messages from the European Competitiveness Report 2007*. European Commission, Brussels.

COM(2007)803végleges: *Stratégiai jelentés a növekedést és foglalkoztatást célzó megújult lisszaboni stratégiáról: új ciklus indítása (2008-2010)*. Európai Bizottság, Brüsszel.

COM(2010)2020végleges : *EURÓPA 2020 - Az intelligens, fenntartható és inkluzív növekedés stratégiája*. Európai Bizottság, Brüsszel.

EC (2001): *European Competitiveness Report 2001. Executive summary*. European Commission, Brussels.

- EC (2002): *European Competitiveness Report 2002. Executive summary*. European Commission, Brussels.
- EC (2003): *European Competitiveness Report 2003. Executive summary*. European Commission, Brussels.
- EC (2004): *European Competitiveness Report 2004. Executive summary*. European Commission, Brussels.
- EC (2008): *European Innovation Scoreboard 2008*. European Commission, Brussels.
- EC (2009): *Innovation Union Scoreboard*. European Commission, Brussels.
- EC (2010): *Innovation Union Scoreboard*. European Commission, Brussels.
- GKM (2007a): *Piac, növekedés, finanszírozás (Kérdőíves felmérés a kis- és középvállalkozásokról)*. Gazdasági és Közlekedési Minisztérium, Budapest.
- INZELT ANNAMÁRIA – SZERB LÁSZLÓ (2003): *Az innovációs aktivitás vizsgálata ökonometriai módszerekkel*. Közgazdasági Szemle, L. évf. november, 1002-1021.
- KOTLER, P. – KELLER, K. L. (2006): *Marketing Management*. Upper Saddle River, New Jersey.
- KSH (2008): *Kutatás és fejlesztés*. KSH, Budapest.
- PAKUCS JÁNOS – PAPANÉK GÁBOR (szerk.) (2006): *Innovációs menedzsment kézikönyv*. Magyar Innovációs Szövetség, Budapest.
- PAPANÉK GÁBOR (2003): *Az „európai paradoxon” a magyar K+F szférában*. Fejlesztés és Finanszírozás 4. 62-76.
- SMAHÓ MELINDA (2008): *A tudás és a regionális fejlődés összefüggései*. Doktori értekezés. Széchenyi István Egyetem, Multidiszciplináris Társadalomtudományi Doktori Iskola, Győr.
- SZANYI MIKLÓS (2009): *Tudomány és innováció, avagy mit és hogyan fejlesszen az állam a kis európai országokban?* Külgazdaság, LIII. évf. május-június, 63-90.

APORIA – THE VALUABLE FOCUS OF LEADERSHIP

conceptual paper

János Pál NÉMETH, Edutus College, Hungary

Summary

The mission and responsibility of corporate management is to steer the company to reach its goals. This is a big task and involves the supervision of different aspects of all business areas. The complexity of the task is obvious. The work of management teams is supported by a range of business information technology applications. Yet the available business applications also shrink and eventually misplace the focus of management, especially that of top managers, business leaders. This paper describes a concept based on the notion of aporia that could be a guideline to valuable management thinking and strategic decision making. The concept focuses the work of management on a higher purpose and helps to rethink the philosophical foundations of management and the work of leadership.

Challenge

During an era of recession or slowing growth, in global corporations where operation is complex and influenced by different interests, finding the right focus of management thinking and ensuring that management decisions are executed as they are meant is essential to hold companies on the right track. This is even more so if you have to take into account the different shareholder and stakeholder expectations, like revenue/profit growth, sustainability and value creation.

To highlight how complex the situation is we have to mention all the tools and applications that are aimed to assist managers and leaders in their supervisory and decision making activities. These tools can be a great help and a major distraction at the same time. By using the business information tools managers can get detailed insight into the whole operations of

their company. Choosing the wrong set of data or sticking to data too much can distract managers from what they really should be focusing on.

Problem

It is not by accident that Stephen Covey's book, *The 7 habits of Highly Effective [1] People* became and still is a top-selling business book. His first major statement is that the focus of management in the second half of the 20th century shifted into a wrong direction. The leadership thinking in the 150 years before World War II. focused on "character ethic" attributes such as integrity, humility, courage, patience and the Golden Rule. These basic principles of effective living and true success depended on integrating these principles into one's character. One of Covey's favorite authors was Ben Franklin, whose autobiography was representative of this kind of literature. Covey noticed a significant shift in the leadership success ideas published after World War II. He realized the world had moved away from the character ethic toward what Covey calls the "personality ethic", where success was more based on personality, technique, appearance and having a positive mental attitude. In my understanding the personality ethic shift also involves what leaders take responsibility for and how. Covey's last book [2] addresses this question and highlights the need of thriving for greatness, beyond being effective.

While vision is emphasized by leaders a lot, their real focus is on quarter by quarter execution and figures. There lies the catch of management information systems and their misuse. MIS gather immense volumes of information about the company and present it to higher management in a clear and understandable way. It is so irresistible to be informed about everything in the company and to be presented with the most important issues of business that MIS data and especially Balance Score Cards become the sirens of top managers and board directors. They know that their role and responsibility is to govern the corporation being liable

to all stakeholders [3] but analyzing excel charts, making decisions on red/green fields on management reports is so comfortable and risk avoiding. The management consultancy industry has great responsibility in sustaining this situation. Instead of confronting their clients with essential questions the majority of consultants share “best practice” advice based on red/green excel tables. The generation and analysis of these excel tables isn’t just resource consuming at all levels of the company, in most cases it is unnecessary and distracting for top managers if done in such extent.

Solution

„To be or not to be: that is the question” is the opening line of Hamlet’s monologue and one of the most famous and most often used quotes in literature. Besides describing a human drama and a faithful son’s fight this question relates profoundly to the real dilemma of every leader.

Ancient Greeks called *aporia* a figure of speech in which the speaker expresses real or simulated doubt or perplexity. In classical rhetoric, *aporia* means placing a claim in doubt by developing arguments on both sides of an issue. [4] In business life an *aporia* can be any decision situation where all the available arguments of both sides of the given business decision have equal weight thus make it impossible to decide based on pure data.

In our view the valuable focus of leadership must be an *aporia* concerning the companies current business issues or strategic plans. By finding and answering these big questions, leaders will be able to give guidance to their colleagues and the corporation they lead. Answering the questions should be based on a positive approach, guided by positive psychology’s [5] business application. The approach we believe is the most efficient is Appreciative Inquiry, used successfully in solving organizational deadlocks. If combined with

real empowerment in the execution of the plan, these organizations will outperform hierarchical ones [6][7], especially those with red/green focus.

We believe that leaders, board directors should focus on organizational, business and strategic issues where questions like the following arise.

Tradition or change? Vision or reality? Freedom or responsibility? Logic or emotions? Plan or improvisation? Discussion or reflections? Justice or compassion? Creativity or concentration? Confidence or consideration?

We call this way of addressing corporate issues the aporia approach. Finding these issues is not an easy task but it can be facilitated with the systematic safeguarding of the company's business interest. [8]

For example, the usual reaction to declining figures is the ever increasing data collection at all levels of the company. That is good and necessary for the first line managers who can use these data to focus on areas that need more resources or commitment. But the self-justifying mechanisms of regional management [8] shift the focus of higher management from value issues to red/green excel ones. So in case of slowing sales top management deals with how to trim headcount and operational expenditure instead of finding the underlying value question, like for example confidence or consideration, freedom or responsibility.

The aporia approach helps organizations and their leaders find valuable questions the answering of which will advance the business of the company. We believe that the aporia approach is a good tool in the decision making process of top level management. Questions that can be answered based on red/green excel tables should be answered and taken responsibility for by lower level managers who gathered the information into those tables. Top level managers should focus on questions that imply values.

References

- [1] S. Covey: The 7 Habits of Highly Effective People, 1989, Free Press, ISBN: 0-7432-6951-9
- [2] S. Covey: The 8th Habit: From Effectiveness to Greatness, 2004, Free Press, ISBN: 0-7432-8793-2
- [3] Carter McNamara: Field Guide to Leadership and Supervision in Business, published by Authenticity Consulting, LLC.
- [4] R. Nordquist: What is aporia?, About.com, 2012.10.21.
- [5] William C. Compton: An Introduction to Positive Psychology (2005) Wadsworth Publishing. pp. 1–22. ISBN 0-534-64453-8.
- [6] Bill George: The Power of Leadership Groups for Staying on Track, HBS Working Knowledge, 2011.
- [7] Günther Ossimitz: Von der Notwendigkeit des Unmöglichen Wie Aporien unser Leben prägen, 2009, Universitaet Klagenfurt
- [8] J.P. Németh: An Organizational Solution to Safeguard the Business Interest of a Company, Edutus Acta Periodica 2011, pp. 237-243

KAPCSOLATÉPÍTÉS MINT INNOVÁCIÓ-FORRÁS A HAZAI KKV SZEKTORBAN

Vitéz Éva, SZIE DI PhD hallgató

Dr. Garaj Erika, főiskolai tanár, kutatásvezető

Edutus Főiskola

Bármely szervezet sikerének alapja, hogy mennyire képes makro-és mikrokörnyezete szereplőivel hatékony kapcsolat kialakítására és a velük való együttműködésre. Az egyes szektorok közötti átjárást – például a felsőoktatás és a KKV-k között - a személyes kapcsolatok jelentősen megkönnyíthetik. A szervezeti teljesítmény- és hatékonyságnövelés mint stratégiai cél közös platformot jelent a különböző tevékenységi területeken működő szervezetek számára. A kapcsolatépítés lényeges eleme a bizalom, az innovatív gondolkodás és az együttműködési hajlandóság. Ehhez biztosít terepet a Fiatal Vállalkozók Országos Szövetsége (FIVOSz). Tanulmányunkban a kik, mit, miért és hogyan kérdések mentén ismertetjük a kapcsolat-építésben mint innováció-forrásban rejlő lehetőségeket. Kutatási tapasztalatainkat a vállalkozásfejlesztésben való továbblépés reményében osztjuk meg a szakmai közönséggel.

Kulcsszavak: vállalkozás, esettanulmány, innováció, hálózat

JEL: A23 - Graduate Economic Education and Teaching of Economics; M13 - Business

Administration: New Firms, Startups

Bevezetés

Bármely vállalkozás sikerének alapja, hogy mennyire képes makro-és mikrokörnyezete szereplőivel (stakeholdereivel) hatékony kapcsolat kialakítására és a velük való együttműködésre. A szervezeti teljesítmény- és hatékonyságnövelési szándék közös pontot jelenthet a különböző tevékenységi területeken működő kkv-k számára. A kapcsolatépítés lényeges eleme a bizalom, a vállalkozási szellem és az együttműködési hajlandóság (Mandják és Piricz, 2008). Hazánkban a 15 és 34 év közötti fiatalok mindössze 3,7%-a vállalkozik, amely európai és amerikai viszonylatban is rendkívül alacsony szám. Hogyan lehet érdemi segítséget nyújtani számukra a vállalkozásindításban és vezetésben? Milyen szolgáltatásokkal lehet támogatni a fiatal kezdő vállalkozókat, akik egyedül nem tudnak, vagy nem mernek vállalkozást indítani, mert nem rendelkeznek az elinduláshoz szükséges ismeretekkel, üzleti kapcsolatokkal? A hálózati és a kapcsolatmarketing a vállalkozásfejlesztés egyik lehetséges módja.

1. KIK? - A FIVOSZ szervezete

Tanulmányunkban nem egy klasszikus vállalatot mutatunk be, hanem egy olyan szervezetet, amelyben a kapcsolati marketing véleményünk szerint, s az esettanulmányban bemutatott tényezők alapján és alátámasztásul jól működik. A Fiatal Vállalkozók Országos Szövetségének (FIVOSZ) küldetése a magyar vállalkozó fiatalok intézményes segítése szakmai és egyben személyes kapcsolatok, háttértámogatás által, mely szervezet mára a legnagyobb ifjúsági szövetséggé nőtte ki magát a gazdasági szektorban. A FIVOSZ alapítója egy 25 éves fiatalember, Kovács Patrik, aki saját tapasztalataiból vezérelve döntött úgy, hogy huszonevesen egy a fiatal tehetséges vállalkozókat tömörítő szervezet hív életre, nem kímélve időt, pénzt és energiát, magánéletét is alárendelte a szervezetben betöltött úttörő szerepének, ami most a legmeghatározóbb momentum számára. Kovács Patrik, a Szövetség elnöke hangsúlyozza, hogy nem kizárólag szakmai támogatásról van szó, hanem valódi

közösségépítésről is. A FIVOSZ egy olyan erőteret képvisel, amely katalizátorként van jelen az érvényesülni kívánó új, ma még 18-35 év közötti gazdasági generáció életében, és a „gazdasági utánpótlás” kinevelésén munkálkodik. Feladatának tekinti az y generáció megszólítását és motiválását a gazdasági területen, a híd kiépítését a ma és a jövő vállalkozói között, hiszen a szervezet saját felmérése alapján a magyar fiatalok mindössze 3,7% - a vállalkozik, 2,3 millió 15 és 34 év közötti fiatalból ez csak 87 700 fő. Kiemelt feladatának tekinti a törvénykövető és tisztességes szemléletmód átadását, mert nyilvánvalónak tartja, hogy a mai fiatalok a jövő gazdasági döntéshozóiból kerülnek majd ki. Mindezt a honlapon megtalálható Etikai kódex is rögzíti és mérvadónak tartja a taggá válás szempontjából. A FIVOSZ-t 2007. december 6-án alapították. 2011 végére 13 megyében működött helyi FIVOSZ bizottság. A négy éve működő szervezet 2012-ben eddig regisztrált tagjainak száma 1250 fő, melyből 84 fő döntéshozóként tevékenykedik. A szervezettel kapcsolatban álló fiatalok száma eléri a 8000 főt.

1. sz. táblázat: A FIVOSZ taglétszámának alakulása

	2010	2011
A FIVOSZ tagjainak száma	392	621
Az FVH* helyszínen regisztrált látogatóinak száma	4000	5500
Az FVH* közvetlen elérése	6500	8000
A FIVOSZ éves egyedi elérése a teljes célcsoportból	20000	28000
A FIVOSZ Facebook oldal rajongóinak száma	1200	2000
A FIVOSZ hírlevélre feliratkozók száma	2000	4000

Forrás: FIVOSZ (2012) és a Fiatal Vállalkozók Hete* alapján saját szerkesztés

2. MIT?

A szövetségi tagság négy formáját különbözteti meg, úgy, mint Junior tagság, rendes tagság, senior és jogi személyiség tagok. A Junior tagok részt vehetnek az egyesület életében,

tájékoztatást kapnak hírlevél formájában a Szövetség életéről és a legkülönbözőbb lehetőségekről. Jogosultak a közösségi programokon és a Szövetség által rendezett versenyeken részt venni (a térítéses programokon kedvezményrel). Nyitva áll számukra a tanácsadás a vállalkozás elindításához és a kompetenciamérés. A junior tag részese lehet a Szövetség életének, egy jó közösségnek és folyamatosan hasznos információkban részesül - jelképes éves tagdíjért. Azoknak a fiataloknak szól, akik tájékozottak szeretnének lenni, akik nyitottak az értékes információkra és szeretnének egy jó közösséghez tartozni, de még nincs vállalkozásuk. A szövetség rendes tagjai részesülnek a Szövetség szolgáltatásaiból, ezáltal jelentős kedvezményeket és segítséget, valamint fontos információkat és lehetőségeket kapnak a Szövetségtől és annak partnereitől. A rendes tagok számára a partnereink rendezvényein is lehetőség nyílik a részvételre, a saját rendezvényeinken pedig kedvezményesen vehetnek részt. A rendes tagok jelentős segítséget kapnak egy vállalkozás beindításához, vagy a már meglévő vállalkozás még professzionálisabb lábakra állításához, menedzseléséhez. Mindezen felül kapcsolati tőkét biztosítanak a vállalkozás vezetőjének, valamint a Szövetség szolgáltatásaihoz és partnerhálózatához való hozzáféréssel jelentős összegek megtakarítására nyílik lehetőség. Azoknak a 18 és 35 év közötti vállalkozó szellemű fiataloknak szól a rendes tagság adta szolgáltatási kör, akik most kívánnak vállalkozást indítani, illetve azoknak akik már vállalkoznak. Harmadik kategória a Senior tagság, mely azon 35 év feletti vállalkozóknak és a Szövetség céljaival azonosulni kívánó magánszemélyeknek szól, akik részt kívánnak venni a Szövetség életében és tapasztalatukkal segíteni kívánnak a jövő fiatal vállalkozói generációjának, azaz a FIVOSZ tagoknak. A Senior tagokat a Junior tagokkal azonos jogok és kötelezettségek illetik meg, valamint tanácsadói szerepkört tölthetnek be. Ez a tagsági forma remek lehetőséget biztosít fiatal partnerek, adott esetben utódok felfedezésére. A negyedik tagsági forma keretében jogi személyiség nélküli társaságok (KKT., BT.) és jogi személyek is (KFT., Zrt., Nyrt.) valamint egyéb társadalmi

szervezetek (Alapítvány, Egyesület, Szövetség) lehetnek a FIVOSZ tagjai. Ezen tagok szorosan együttműködnek a Szövetséggel. A Szövetség természetes személy tagjaira vonatkozó előnyöket ezen vállalkozás tagok is élvezhetik, valamint ezen szervezetek részt vállalhatnak a szövetség érdekképviseleti munkájában. Tagságuk révén a jogi személyiség tagjaink közvetlen kapcsolatba kerülhetnek jövődöbéli beszállítóikkal, vevőikkel, partnereikkel, melynek segítségével újabb és újabb kapcsolatokra tehetnek szert.

A Szövetség hídképző szerepét bizonyítva, számos vállalkozással áll kapcsolatban, legyen az már a FIVOSZ ernyője alatt kisarjadt cég, vagy a „senior” kategóriába tartozó, példaképként a tagok előtt álló nagyvállalat. Ezt támasztja alá a honlapjukon szereplő 59 cégen kívül az is, hogy a 2011-es Fiatal Vállalkozók Hete elnevezésű rendezvényen olyan nevek képviseltették magukat, mint Veres Zsolt, az IBM Magyarország Kft. vezérigazgatója; Zab Gábor, a Red Bull Hungária ügyvezető igazgatója; dr. Piller Gábor, a Vodafone Magyarország Zrt. vezérigazgató helyettese; Boczárdi László, a Siemens Zrt., SCM stratégiai igazgatója; Lakatos Péter, a Videoton Holding vezérigazgatója és társtulajdonosa; Major György, az MVM Partner Zrt. vezérigazgatója; Lőcsei Tamás, a Pricewaterhouse Coopers Kft cégtársa; Károlyi László, a Legrand Magyarország Zrt. vezérigazgatój.; Takács János, az Electrolux Nyrt. vezérigazgatója; Takács Krisztián, a Business Telecom Zrt. vezérigazgatója, tulajdonosa.

3. MIÉRT? - A FIVOSZ környezete

1. A kkv szektor versenyhelyezete

A 2002 és 2010 közötti időszakban az új álláshelyek 85 százalékát kis- és középvállalkozások teremtették meg az Európai Unióban. Ez az érték jelentősen meghaladja az összes

foglalkoztatottból a kkv-kra eső 67 százalékos arányt. Az elmúlt nyolc éves időszakban évente átlagosan 1,1 millióval bővült az álláshelyek száma. A foglalkoztatás nagyobb arányban növekedett a kkv-k körében, mint a nagyvállalatoknál az EU-ban.

A hazai gazdaságpolitika egyik kulcskérdése a növekedés újraindítása és a munkahelyteremtés. A statisztikai adatok alapján azt látjuk, hogy az új munkahelyek nagy részét a cégek egy szűkebb csoportja adja: a válságot megelőző három évben a vállalatok mindössze tíz százalékának volt köszönhető az új munkahelyek több mint 87 százaléka. A hazai kkv szektort az átlagnál jobban megviselte a válság, hiszen már korábban is az alultőkésítettség volt a jellemző. Ezek közül is kiemelkednek a leggyorsabban növekvő kis- és középvállalkozások, melyeket a szakirodalom „gazelláknak” nevez: ezek a cégek hozták létre az összes új munkahely 30 százalékát. Jó eséllyel lehet számítani arra, hogy a fiatal, dinamikus és jó termelékenységű mutatókkal jellemezhető vállalkozások előbb vagy utóbb „gazellákká” válnak. Magyarországon jelenleg a mikro-, kis- és középvállalkozások az üzleti szférában foglalkoztatottak háromnegyedének biztosítanak munkát. A több mint 682 ezer vállalkozás körülbelül 2 millió munkavállalót foglalkoztat.

2. Vállalkozási hajlandóság a fiatalok körében

Az új vállalkozások egy részét fiatalok, közülük is az egyetemisták és főiskolások alapítják. Kik és milyen körülmények között hoznak létre saját vállalkozást? Rendszerezett és átfogó hazai felmérésről a témában nem tudunk, de több magyar felsőoktatási intézmény is részt vesz nemzetközi kutatásokban, amely az egyetemisták és főiskolások vállalkozói készségét és aktivitását értékeli (Szűcs - Garaj, 2011). Ezek közé tartozik a svájci University of St. Gallen és a német European Business School 2006-os „International Survey on Collegiate Entrepreneurship” (ISCE 2006) és a 2008-as „Global University Entrepreneurial Spirit Students’ Survey” (GUESSS 2008) közös felmérése, amely 2011-ben folytatódott. A

vizsgálatok legfontosabb eredménye a hallgatói vállalkozói hajlandóságot mérő index összeállítása, amely nemzetközi összehasonlításokra ad lehetőséget. Eszerint a magyar hallgatók válaszási aránya elmarad a nemzetközi átlagtól (Farkas 2011). A 2. táblázat a hallgatói vállalkozói index alapján meghatározható ország rangsort mutatja. Magyar szempontból kiemelendő, hogy 2006-ban a vállalkozási index a magyar egyetemisták a részletesen vizsgált 11 ország közül a 8. helyre szorultak, 2008-ban pedig a középmezőnyben foglaltak helyet. Viszont a vállalkozásalapításban az 5. helyet érték el 2008-ban, jelentősen meghaladva a nemzetközi átlagot.

2. táblázat:

A GUESSS projektben részt vevő országok hallgatói vállalkozói indexei
2006-ban és 2008-ban

Ország	2006	2008	Ország	2006	2008
Svájc	3,45	2,80	Szingapúr	3,95	3,70
Németország	3,39	2,90	Írország	4,09	3,80
Luxemburg	na	3,00	Lichtenstein	3,75	3,80
Belgium	3,60	3,00	Új-Zéland	3,66	3,90
Görögország	na	3,20	Dél-Afrika	na	4,50
Finnország	3,71	3,20	Észtország	na	4,70
Franciaország	na	3,30	Mexikó	na	4,70
Ausztria	3,53	3,30	Indonézia	na	5,20
Magyarország	3,52	3,50	Norvégia	3,49	na
Nemzetközi átlag	3,55	3,30			

Forrás: Farkas (2011) 28.o.

3. A kezdő vállalkozók kihívásai

A vállalkozás felé vezető úton három kérdéscsoport megválaszolása szükséges (Vecsenyi 2012, 18). Ezek:

- Miért vállalkozom?
- Hogyan vállalkozom?
- Mit vállalkozom?

A vállalkozó SZEMÉLYES KIHÍVÁSAI közé tartoznak a „Miért?” kérdésre adandó válaszok, mint a személyes tények (érzések, tapasztalatok, kapcsolatok), vállalkozói motívumok (függetlenség, megélhetés, ambíció), jövőkép (cégépítés, növekedés, stabilitás) és a vállalkozói szerepértelmezés (vállalkozó, menedzser, szakember). MENEDZSMENT KIHÍVÁSNAK tekintjük, hogy: Hogyan akarjuk felépíteni a vállalkozás jövőjét? Hogyan építhetünk fel egy önjáró céget a vállalkozásból? Hogyan építsünk és tartsunk fent külső kapcsolatokat? A két legfontosabb terület, ahol az ÜZLETI KIHÍVÁSOK jelentkeznek: a piac és a pénz. Ezt segítik tisztázni azok a kérdések, hogy: Tudjuk-e, hogy mit akarnak a vevők? Miért, kivel és hogyan működünk együtt? Hogyan finanszírozzuk a vállalkozás növekedését és kik segíthetnek ebben?

4. Helyettesítő termékek/szolgáltatások

A vállalkozások hatékony működtetéséhez szükséges tudás egy része az oktatás különböző szintjein is elsajátítható. A felsőoktatási-intézményi környezet szerepe jelentős lehet a vállalkozási szándék kialakulásában, erősödésében és a hallgatói vállalkozások alapításban. A GUESSS kutatás (2008) szerint Magyarországon a felsőoktatási intézményeknek nem sikerül hatékony vállalkozói környezetet biztosítani a hallgatók számára, kevés a hallgatók vállalkozás indítását támogató szolgáltatás. Az sem meglepő, hogy elsősorban a gazdasági főiskolákon érhetőek el a hallgatói vállalkozások indítása, támogatása szempontjából fontos kurzusok és szolgáltatások. A teljes képhez hozzátartozik, hogy a közelmúltban számos új

szolgáltatás, támogatás segíti már a hallgatói vállalkozások indítását. Az új megoldások pályázati források bevonásával teremtenek forrást a hallgatói vállalkozások indításához, a felsőoktatási intézmények által nyújtott szolgáltatások kidolgozásához és fenntartásához. A teljesség igénye nélkül, néhány az új programok közül: Spin-off Klub – Budapesti Corvinus Egyetem, Egyetemi Spin-off Mentor Program – Nyugat-magyarországi Egyetem, Team Academy – Debreceni Egyetem és Technológia Transzfer Program – Kaposvári Egyetem, INNOVORG Research Szakkollégium - Edutus Főiskola.

Fiatalok a magyar gazdaságban

Kovács Patrik a legfőbb különbséget a magyar és általában az EU országok fiatal vállalkozói között az attitűd, motiváció különbözőségében látja. Véleménye szerint, mellyel osztozik két további meghatározó személy a szövetségen belül, G. Kovács László (szolgáltatás-porfólió menedzser) és Mágocsi Rudolf (közép-magyarországi regionális vezető) is, a magyar fiatalok többsége nem látja a lehetőséget a vállalkozások világában, mindezt tetézi az exkommunista országok speciális helyzete a téma kapcsán, mely egyfajta negatív hangot ad a vállalkozó szónak. Ennek ellensúlyozására is nyomatékos a FIVOSZ küldetésében a korábban említett törvénykövető és tisztességes szemléletmód. Kiemelten problémának tartják az idegen nyelv tudás alacsony szintjét a magyar fiatalok körében, ami tulajdonképpen a globalizáció adta lehetőségek, mint „határ nélkülség” kihasználását nehezítik meg, de a nemzetközi tapasztalatszerzést és az együttműködést mindenképpen. Ugyanakkor lehetőségként nevezik meg az internet adta különböző utakat, amely segítségével kitörési mód áll a fiatalok előtt, gondoljunk itt pl. az online kereskedelem lehetőségére, mint vállalkozási irány.

Mindennek következtében elmondható, hogy a mai magyar fiatalok csupán 5-10%-a aktív gazdasági területen, s nagy százalékban tájékozatlanok és ezáltal tehetetlenek is saját jövőjük szempontjából. A szövetség hiányolja a jó magyar példákat, példaképeket, még az üzleti

képzések terén is, ugyanúgy, mint a gyakorlati útmutatást az elméletivel szemben.

Ugyanakkor nagy hangsúlyt fektetnek az öngondoskodás témakörének népszerűsítésére, vállalkozóként nagyobb teret látnak a tapasztalatszerzés, tanulás, szakmai fejlődés és a jövedelem növelésében.

Elmondható azonban az is, hogy az alultámogatott, pályázatok híján lévő, adókkal terhelt vállalkozások, amelyek nehezen tudnak Magyarországon életben maradni külföldi társaikhoz képest, ahol az önfoglalkoztatást támogatják, a humán erőforrás oldalt, vagyis magukat a fiatal vállalkozókat tekintve előnyben vannak, még hozzá a leleményesség, kreativitás oldaláról. A nem megfelelő anyagi háttér, az iparágfüggő lét, két féle attitűdöt prezentál a fiatalok körében. Az egyik, amikor teljesen új, innovatív ötletet valósítanak meg vállalkozás keretében, a másik, amikor régi ötletet felfrissítve állnak elő innovációval a magyar fiatalok, külföldi társaikat lekörözve. Elmondható, hogy a magyar fiatalok zöme szorgalmas, kreatív, rendszerszemléletű és megfelelő tanulási vágygal rendelkezik.

A FIVOSZ elnök saját tapasztalata a magyar gazdaság és a fiatal generáció közötti kapcsolat vonatkozásában meghatározó motor a szövetség életében. Ennek hatásaként a lehető legtöbb kapcsolatot igyekeznek kialakítani a magyar gazdaság aktuális szereplőivel az együttműködés különböző formáiban. Mindennek hangot is adnak különböző fórumokon, melyről számos írásos anyag készült online és print formában egyaránt. 2011-ben 97 offline és 227 db online média megjelenést produkáltak.

4. HOGYAN? - Együttműködés, mint kapcsolati forma

A szervezet legfőbb ereje és mozgatórugója a kapcsolataiban rejlik (Little, 2008). Jelenleg a magyar GDP 40%-át adó cégekkel állnak kapcsolatban, beleértve azok döntéshozóit is, akiket

– Kovács Patrik szerint – a legnehezebb, de a legszükségesebb meggyőzni. A kapcsolatépítés három kiemelt irányát vázolhatjuk fel a FIVOSZ esetében, amely azonban azok dimenzióit korántsem fedik le. Mindenesetre kiemelt szerepet szánunk a vállalatokkal, a felsőoktatási intézményekkel és a kormányzati döntéshozókkal való kooperációnak. Ez utóbbi egyik kiemelkedő eredménye, hogy az Új Széchenyi Terv keretében indult pályázatnak köszönhetően 7 milliárd forintból akarja támogatni a fiatal vállalkozókat, szám szerint 1600-at a Nemzetgazdasági Minisztérium. Kovács Patrik azt reméli a lehetőségtől, hogy az okos, tettekre kész magyar fiatalok nem hagyják el az országot a jobb jövő reményében, hanem itthon próbálnak meg elsősorban érvényesülni. Ehhez hasonló támogatási program csak Romániában létezik, így ezzel Magyarország az Európai Unió élvonalába kerülhet a fiatal vállalkozások támogatása terén.

Az Etikai Kódexben és hitvallásban is megfogalmazott motívum, miszerint a FIVOSZ elköteleződik a tisztességes vállalkozások működtetése mellett alátámasztja és magyarázza azt az együttműködést, mely 2012 nyarán köttetett a NAV Közép-magyarországi Regionális Adó Főigazgatósága, a NAV Közép-magyarországi Regionális Vám- és Pénzügyőri Főigazgatósága és a Szövetség között az adómorál javítását, a vállalkozói kultúra részét képező adótudatos magatartás erősítését célként kitűzve. Az együttműködés keretében a NAV képviselete arra tett ígéretet, hogy rendszeres tájékoztatást nyújtanak az adózással és vámügyi igazgatással kapcsolatos szabályokról, azok változásairól, ezzel is segítve a fiatal vállalkozók jogkövető magatartását. A NAV szakemberei előadások megtartásával is hozzájárulnak a közös platform kialakításának alapjául szolgáló szakmai konzultációkhoz.

Képviselet

A Szövetség potenciális célközönsége a 18-35 év közötti fiatalokból áll, melynek nagy része felsőoktatási intézmény hallgatója, ebből kifolyólag fontos a jó partneri kapcsolat ápolása a

különböző intézményekkel is. A 2012-es évben többek között együttműködési megállapodást írtak alá a Budapesti Kommunikációs-és Üzleti Főiskolával, melynek értelmében a két fél a meglévő kapcsolati tőkéjét és szakmai tudását fogja felhasználni a fiatal, vállalkozás iránt érdeklődő tanulók képzésére egy előadássorozat keretein belül. A BKF Klub névre keresztelt programsorozat célja, hogy a felsőoktatási intézményben erősödjön a gyakorlati tapasztalatok szerepe, valamint, hogy a már elsajátított elméleti ismereteket kiegészíthessék a hallgatók. Az együttműködés nem titkolt célja, hogy a fiatalok körében népszerűsítse a vállalkozói életmódot, ezzel támogatva a hazai KKV szektor megerősödését. Hasonló célokból működik együtt az Edutus Főiskolával is, ahol az elmúlt évben többször is tiszteletét tette különböző rendezvények alkalmával, mint a Sikerre ítélve című szakmai workshopon, ahol a FIVOSZ alapküldetésnek megfelelően az érdeklődő hallgatók példákat hallhattak fiatalok által létrehozott, és már - akár nemzetközi terepen is - sikeresen működő vállalkozásokra, s nem utolsósorban személyesen beszélhettek Kovács Patrik elnökkel, aki korából adódóan a fiataloknak megfelelő stílusban kommunikált a résztvevőkkel. Ezen kívül a Verseny – Képesség – Vállalkozás elnevezésű, fiataloknak szóló verseny aktív szereplője volt a Szövetség, egyrészt az előkészületeket, másrészt a zsűrizést tekintve. Itt a főiskola hallgatói prezentálták megálmodott cégük üzleti tervét szakmai zsűri előtt. Harmadsorban pedig a CTP Üzleti Ifjúsági Program egy hetes tatabányai táborában vett részt Mágocsi Rudolf zsűriként, majd folytatta ebbéli tevékenységét a határokon túl is, Erdélyben. A 2012-es Kutatók Éjszakája megmozduláson a FIVOSZ a Corvinus Egyetem berkein belül mutatkozik meg és osztja meg tapasztalatait előadás, majd kötetlen beszélgetés formájában az érdeklődőkkel.

Önálló események

A FIVOSZ a partnerek rendezvényén való rendszeres megjelenésén kívül saját programokon tájékoztatja tagjait és az érdeklődőket, mint potenciális tagokat a vállalkozásokat érintő kérdésekről. 2011-ben 193 rendezvényt szerveztek az ország egész területén a FIVOSZ 13 megyéjében. Rendszeresen tartanak klubokat, vállalkozás- és kapcsolatépítő találkozókat, ahol jellemzően sikeres cégek döntéshozói prezentálnak vállalkozást segítő témákban. A klubrendezvények között, melyből a 2011-es évben kerekén 100 alkalmat tartottak országszerte, megtaláljuk a klasszikus, mindenkire szóló összejövetelen kívül a kifejezetten fiatal hölgy vállalkozókat megszólító Női Club-ot is. A különböző helyszíneken megrendezett találkozók egy-egy sikeres fiatal- vagy már befutott, neves vállalkozó ad elő a tagok számára. Az interaktív előadást követlen beszélgetés, tapasztalatcsere és kapcsolatépítés követi. Az ú.n. FIVOSZ Business Beer Party, mely a 2011-es évben 45 alkalommal került megrendezésre lazább hangulatú, szórakozással egybekötött üzleti rendezvény, mely általában havi egy alkalommal segít a fiatalok számára kapcsolatot építeni, tapasztalatokat cserélni. Kiemelkedik és nemzetközi szinten is a legfontosabb eseménynek számít a FIVOSZ - Fiatal Vállalkozók Hete, melynek keretében 2011-ben 44 különböző esemény kapcsolódott a magyar vállalkozásfejlesztéshez. A hazai gazdasági utánpótlás nevelés kulcsfontosságúként számon tartott országos rendezvénye a szövetség legfontosabb eseménye minden évben, melyet a Global Entrepreneurship Week világmozgalom keretében rendeznek meg. 2011-ben több mint 5500 tudatos fiatal vett részt a 11 városban megrendezett eseményen. Az előadók és partnerek a Magyar GDP 6,5%-át képviselő cégek voltak. A rendezvényt záró gálán átadásra került a két fiatal vállalkozói díj is: „Az Év Fiatal Vállalkozója” Díj és „Az Év Női Vállalkozója” Különdíj.

A gyakran külföldi helyszínnel összehívott FIVOSZ hétvége az elmúlt évben 4 alkalommal színesítette a Szövetség éves programját, a személyes és üzleti kapcsolatok elmélyítése, tapasztalatcsere céljából.

Nemzetközi jelenlét

A nemzetközi porondon is képviselteti magát a szervezet, élén Kovács Patrik elnökkel, aki a egész Európát képviselte a G20 fiatal vállalkozói szervezetében Mexikóban, itt került megrendezésre a „nagy” G20 találkozó is, de részt vett 2010-ben az alapszabályzat véglegesítésének folyamatában, Indiában is. Mexikóvárosban gyűltek össze a G20 országok (a G20 a Föld 20 legnagyobb gazdaságával rendelkező országokból álló szervezet) fiatal vállalkozókat tömörítő szervezeteinek küldöttei, mintegy négyszázan. Ennek eredményeképpen született egy dokumentum, melyet Mexikó elnökének, Felipe Calderón úrnak kezébe adtak, aki a G20 találkozó házigazdájaként fogja ismertetni a fiatalok által megszövegezett dokumentumot az összegyűlt vezetőknek. A javaslat 5 pontból áll, melyben többek között - a kezdő vállalkozások anyagi terheinek csökkentését, átláthatóbb bürokráciát és a vállalkozás minden stádiumában elérhető támogatások kidolgozását javasolták az országoknak. A nemzetközi fiatal vállalkozói életben való részvételt és tenni akarást bizonyítja annak a nagyszabású nemzetközi felmérésnek a támogatása és népszerűsítése, melyet a GEW (Global Entrepreneurship Week) indított. A több nyelven is elérhető kérdőív kitöltésével a résztvevők hozzájárulnak ahhoz, hogy a vállalkozói szféra még látványosabban jelenhessen meg, továbbá nemzetközi jellegéből adódóan hivatkozási alapként szolgálhat több tanulmány és stratégia összeállításához.

Hivatkozások

Farkas Szilveszter (2011): Jelentős hallgatói vállalkozói aktivitás – csekély támogatással? – egy nemzetközi kutatás tapasztalatai. *Innovation for Business*, 2011. I. évf., 1. szám, pp. 28-28.

FIVOSZ – Fiatal Vállalkozók Országos Szövetsége 2007-2012. Belső dokumentum.

Little, Ed (2008): *Relationship marketing management (magyar) Kapcsolati marketing*. [ford. Pollák Tamás], Budapest : Akadémiai Kiadó, ISBN: 978 963 05 8282 7

Mandják Tibor; Piricz Noémi (2008): A személyes kapcsolatok szerepének komplexitása az üzleti kapcsolatokban In: *A Dunaújvárosi Főiskola Közleményei XXX/3. (2008) pp. 149-158.*

Szűcs Imre – Garaj E. (2011): A vállalkozói magatartás alakulása az egészségügyi felsőoktatásban-egy attitűdvizsgálat tanulságai. *IME: Informatika és Menedzsment az Egészségügyben*, 2011. (10. évf.) 4. sz. pp. 18-21, Online:
<http://www.imeonline.hu/pdf/aktualis/2011majus/7.pdf>

Vecsenyi János (2012): Az ifjú vállalkozók előtt álló kihívások – vállalkozói tudásmenedzsment In: Szirmai Péter (Szerk.): *Ifjúság – vállalkozás – vállalkozásoktatás. Konferenciakötet*. Aula, Budapest, pp. 11-28. ISBN 978-963-339-030-6

A DÉL – SZLOVÁKIAI BORPIAC JELENLEGI HELYZETE ÉS FEJLŐDÉSÉNEK JÖVŐBENI ÚTJAI

Végh Katalin

főiskolai docens, Edutus Főiskola

ABSZTRAKT

A dél –szlovákiai borászat napjainkban átmeneti állapotban van. Az elmúlt évtizedben egy - az egész ágazatot sújtó - értékesítési válságon és az iparág egészét ugyancsak érintő strukturális átalakuláson esett keresztül. Pillanatnyilag piaci egyensúly nagyjából helyreállt, a belföldi fogyasztás nagyjából megfelelő mennyiségi szinten stabilizálódott, ám az ágazat jövőjét sok megoldatlan kérdés teszi bizonytalanná. A piaci lehetőségek reálisan szemlélve jelentős mennyiségi növekedést nem tesznek lehetővé. A belföldi igények várhatóan nem növekednek, s az alacsonyabb árkategóriában állandóan új kihívást jelentenek a külföldi tőkével bőségesen rendelkező előállítók erőfeszítései. A vásárlói szokásokat érzékenyen érinti az életszínvonal csökkenése, mely az elmúlt években épp azt a réteget sújtotta legjobban, akik a bor potenciális fogyasztói. Termelési szempontból nyomasztó nehézséget jelent a szőlőterületek felaprózottsága, és számos ültetvény pusztulása. Bár a tulajdoni és termelési formák sokszínűsége kedvező hatású lehet, de a jelenlegi állapotban a tőkehiány miatt ennek inkább negatív hatásai érvényesülnek.

A belföldi piac esetén számolni kell azzal, hogy a külföldi borok mind nagyobb mennyiségben kerülnek be az áruházakba, s így a versenyhelyzet folyamatosan éleződik. Nagy tartalékok vannak viszont a helyi boreladás erősítésében, a növekvő méretű turizmus, a falusi vendéglátás világszerte egyre népszerűbb megjelenése jó lehetőségeket kínálhat az ágazatnak.

Kulcsszavak: borpiac, bormarketing, borvidék, import borok, szőlészet, borászat nehézségei

BEVEZETÉS

Az elmúlt években jelentős változásokon ment keresztül a hazai szőlészeti és borászati ágazat. Megváltoztak a piaci tendenciák, megnövekedett a bizonytalanság az ágazat minden

szektorában. A borkereskedelem kiterjedése, valamint a borfogyasztás csökkenése meghatározta a borpiac átalakulását. Befolyásoló tényezővé vált az ágazat számára a nemzetközi verseny erősödése, mellyel fokozódott a kereslet a minőségi borok iránt. Azokat a dél-szlovákiai borászokat mutatja be, akik több éves tapasztalattal rendelkeznek ebben az ágazatban. Az interjú célja, hogy felmérje a dél-szlovákiai borok helyzetét és a helyi piacot.

A hazai és külföldi borpiacokon bekövetkező változások, az egyre növekvő piaci tendenciák, a borfogyasztók magatartásának változása és a fogyasztás stagnálása, a termékek speciális tulajdonságai alapján történő megkülönböztetés, az állami támogatások csökkenése, az uniós borreform szigorítása egyre inkább rámutat a szőlő- és a borágazat versenyképességére. Éleződik a verseny a feltörekvő gazdaságok (Ázsia, Oroszország), valamint az Újvilág élőtörésével, melyek hatékonyságuk folyamán kiszorítják az európai bortermelőket. Napjainkban nagy szerepet játszik a szőlő- és bor ágazat, melyet az emberek sokasága kapcsol a hagyományokhoz, a gasztronómiai rítusokhoz, de elsősorban jövedelemszerzési lehetőségként vív harcot. A kínálat növekedése, a termelési árak emelkedése, a fogyasztás csökkenése a versenyképes vállalatokat is nehéz döntések elé állítja.

A tanulmány a dél-szlovákiai borászokat mutatja be, akik több éves tapasztalattal rendelkeznek ebben az ágazatban. Az interjú célja, hogy felmérje a dél-szlovákiai borok helyzetét és a helyi piacot.

ELMÉLETI VONATKOZÁSOK

Napjainkat a megváltozott piaci viszonyok, a fokozott versenyképesség és a jövedelem maximalizálása jellemzi. Egyre nagyobb követelmények és elvárások tárulnak elénk a termékekkel/ szolgáltatásokkal kapcsolatos tevékenység során. Olyan globalizált világban, ahol az emberek sokasága egyetlen szemléletmód felé orientált, mindent haszonelvűként, anyagi folyamatként minősít, joggal kérdezhető: hogyan állja meg helyét a piacokon a szőlészeti-borászati ágazat? (Gaál 2007) Ebben a kérdésben értékelődik fel a marketing szerepe, ahol fő terméként, egy egész éves munka gyümölcseként jelenik meg a BOR.

„A bor nem terem, hanem születik. Lehet fiatal, üde lány karcsú, férfiasan kemény, bársonyosan harmonikus, nemesen simulékony, telt testes, tüzes, ha mélyrubin, akkor elegáns.“ (Kurucz 2009, 14. p.)

Az élelmiszer-gazdasági marketing egyik speciális területe a bormarketing, amely egyedi figyelmet érdemel. Botos (2004, 96. p.) így fogalmazza meg a bormarketing lényegét: „ A

bormarketing a marketing-és a bortudományok ötvözete, de nem csupán egyszerű összege.“ A bor marketingjét nem lehet leegyszerűsíteni, mivel számos szakterületek összekapcsolódásából jön létre. Ilyen a szőlészeti-borászati szakismeret, a piackutatás, ökonómiai és szociológiai ismeretek, pszichológiai, mint fogyasztók befolyásolása; valamint a borreformokhoz kapcsolódó politikai szempontok figyelembevétele szükséges az ágazat sikeres működéséhez. Szemben más tudományokkal a bormarketing különlegessége a szőlő-bor történetének kialakulásában, az évtizedek óta zajló hagyományokban, a borkultúrában, borminőség bizonyításában, a fogyasztói réteget megnyerni képes nyelvi, földrajzi kiterjedésében rejlik. Nincs még egy olyan termék, mely mindezen tulajdonságokra képes. Egyes marketingkutatók szerint, a borásznak sokféleképpen kell tudnia gondolkodni, mivel ma már a társadalom is sokféleképpen gondolkodik, tudni kell, hogy számtalan megoldás van; tudni kell, hogy hová igyekszik, mi a célja, mit céloz meg a bor. Marketing a borpiacon a piac és a termék ismerete nélkül nem létezne (Molnár 2007). Mire van szükség egy új termék bevezetéséhez a borpiaconra?

- Marketingkutató a borpiacon
- Új termékkel való pozicionálás
- A fogyasztók megnyerése, a vásárlási döntések befolyásolása
- A versenytársak elemzése
- Marketing-stratégia kialakítása és megvalósítása

A borpiac és jellemzői

Napjainkban gyakran hallani a borpiac megváltozásáról és fejlődéséről. Ezek a változások nemcsak a globális felmelegedés, azaz az időjárás viszonytagságának, a borászati technológiai fejlődésének, a megnövekedett kínálat áradatának, a borpiaci feltételeknek köszönhető, hanem az előretörő külföldi országok versenystratégiájának, a helyettesítő termékek versenyének is tudható. A piaci szereplők versenye a piac alapvető eleme, döntő jelentőséggel bír a kereslet és kínálat összehangolásának folyamatában (Hajdú-né 2005). A túlkínálat megfékezésére hozták létre a törvényeket, EU-s szabályokat, amelyek bizonyos esetekben korlátozásokat írnak elő, melyeknek elsődleges célja a fogyasztók védelme; másrészt előtérbe helyezik a versenyképesség javulását a borpiacon. A hazai borpiacon hirtelen előtérbe kerülnek a borok minősége, amely pozitív irányba mozdítja el a fogyasztókat. Viszont versenyt jelent számukra a tömegborok megjelenése, amely megfelelő minőséggel, jó ár / érték aránnyal befolyásolja a

piaci helyzetet. Így tehát a marketingnek nagy jelentősége van! Dominé (2004, 80. p.) munkájában található, hogy a kínálatban nagy hányadot képvisel „korunk átka, az olcsó, taszító bővli“, de éleződik a verseny a nemes termékek globális versenye és annak választékbővítő és minőségteremtő hatása közt is.

Az elmúlt évek tapasztalatai azt bizonyítják, hogy a szőlészeti-borászati ágazatot termelési és kereskedelmi koncentráció jellemzi. Egyre nagyobb borászatok, birtokméretek és elosztási csatornák termelnek és kereskednek (Botos 2004). Folytatódik a fogyasztói piacok és a fogyasztási magatartás differenciálódása (Lehota 2001), azaz a termékcsoportok és az elosztási csatornák közti különbségek (Botos 2004). A borok esetében a termékdifferenciálás két részre oszlik: vertikális és horizontális. A borok vertikális differenciálódása az alapanyag és a technológiai tevékenységhez kapcsolódik, így földrajzi névvel megjelölt-, minőségi-és különleges minőségű borkategóriákat különböztetünk meg. Horizontális differenciálódás a bortípusokat (fehér, vörös, rozé), fajtaborokat és meghatározott termőhelyhez kötött borokat mutat (Lehota -Fehér 2007, NR SK č.313/2009 Z.z.)

Mivel a borpiacon folyó verseny szükségessé teszi, hogy termelők, ill. a kereskedők egyre nagyobb erőfeszítéseket tegyenek a fogyasztók megtartásáért, az új vevők megszerzéséért. A piaci méret növekedése a fogyasztói igények diverzifikációja nem teszi lehetővé a borpiac teljes átfogását és minden fogyasztó elégedettségét. Ezért szükség van a piacot felosztani, a vevőket csoportosítani, a piac szegmentálásával meghatározni azt a részpiacot, amelyben a fogyasztók érdeklődést mutatnak a termékeink iránt (Hoffmann-né 2000).

VIZSGÁLATI MÓDSZER

A tanulmány a dél-szlovákiai borvidék, egy újonnan létrehozott pincészetének piacra való bevezetését mutatja be. A szekunder kutatások a hazai szőlő-és bortermelésre irányulnak. A kutatás során kérdőíves megkérdezéssel kerülnek felmérésre a fogyasztók igényei a borokról, valamint kvalitatív kutatás folyamán pincészeteket keresek fel. Mélyinterjú alkalmazásával a borászokat kérdezem a tapasztalataikról, véleményükről. Hogyan értékelik a helyi borpiacot? Hogyan látják a jelenlegi borfogyasztást? Milyen véleményeik vannak a helyi eladásokról, ill. a borturizmusról?

VIZSGÁLATI EREDMÉNYEK

Szlovákia szőlő - és bortermelése

A szőlészet a mezőgazdaság egyik legősibb szakosodott ágazata, amely a szőlőtermesztés és a feldolgozás során készített bortermelésre irányul. A tízezer éves tradícióval rendelkező szlovákiai szőlőtermesztés bekapcsolódik a gazdasági és kulturális fejlődésben. A szlovákiai szőlőtermesztő térségek az európai rajonizáció szerint a B zónába tartoznak. Ez olyan besorolás, amely a termőhely és a klimatikus tényezők alapján történt. Szlovákia három részre van felosztva: B1-es zónába azok a területek tartoznak, amelyek a legjobb talaj-és mikroklimatikus feltételek közt alkalmasak a kiváló minőségű szőlő termesztéséhez. Ide tartoznak a déli, dél-keleti, dél-nyugati és nyugati részek. B2-es zóna olyan területek tartoznak, melyek a legjobb talaj-és klíma viszonyokkal rendelkeznek. Ide tartoznak a keleti, keleti-déli-keleti pozíciójú területek. B3-as zóna kevésbé megfelelő zóna. Ide az északi, észak-nyugati, észak-keleti részek

(Pospíšilová et. al. 2005). Szlovákia szőlőterülete 6 bortermelő vidékre (1. ábra), és 40 szőlőtermesztési körzetre oszlik.

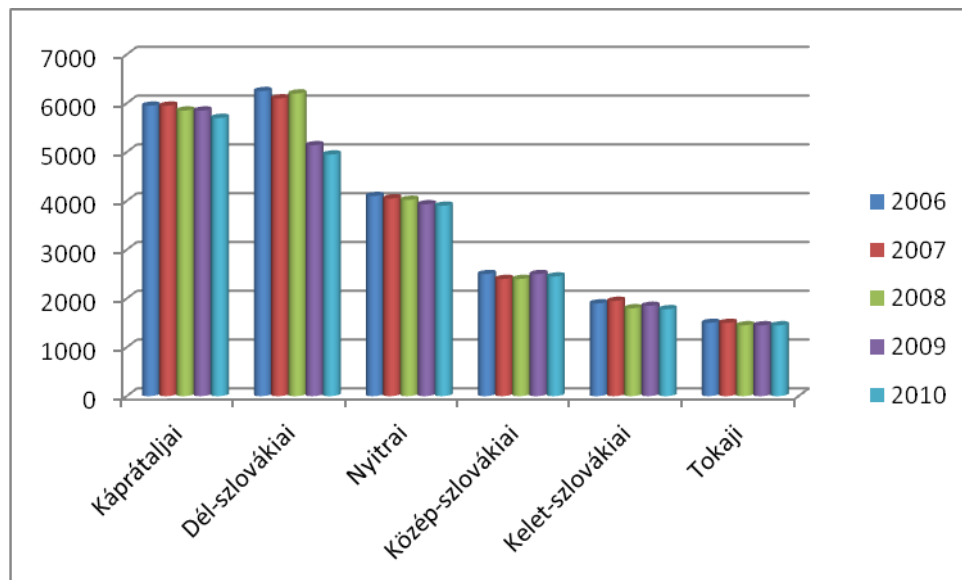
1. ábra. Szlovákia szőlőtermesztő területei



Forrás: [http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/f/f4/Vinohradnicka oblasti Slovenska.png](http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/f/f4/Vinohradnicka_oblasti_Slovenska.png),

Amint a térkép is mutatja a szőlőterületek 27 %-a dél-szlovákiai régióban, 28 %-a a kárpátaljai-, 19 %-ban a nyitrai-, 11 % a közép-szlovákiai-, 8 % kelet-szlovákiai és 7% a tokaji borvidéken helyezkednek el. A piaci változások következtében a területek évről évre csökkenő tendenciát mutatnak. Ezt a 6. ábrán figyelhetjük meg a szlovák mezőgazdasági statisztikai hivatal adatai alapján (VÚEPP-Výskumný ústav ekonomiky poľnohospodárstva a potravinárstva), hogy a legnagyobb területi változás a dél-szlovákiai körzetben volt.

2. ábra. Szlovákiai borvidékek területi eloszlása 2006-2010



Forrás: saját szerkesztés, 2011. VÚEPP adatai alapján

A mezőgazdasági hivatal adatai alapján 1 510 ha-os szőlőterület-csökkenés következett be 2006-tól, amely 30 %-os veszteséget jelent. A termésmennyiség t / ha növekvő tendenciát mutat 2. táblázat, viszont a 2010-es évjárat kivételnek számít.

1. táblázat. Termésmennyiségek alakulása 2006-2010 (t / ha)

Évek	2006	2007	2008	2009	2010
Termésmennyiség (t/ha)	4,85	4,42	5,35	5,02	2,38

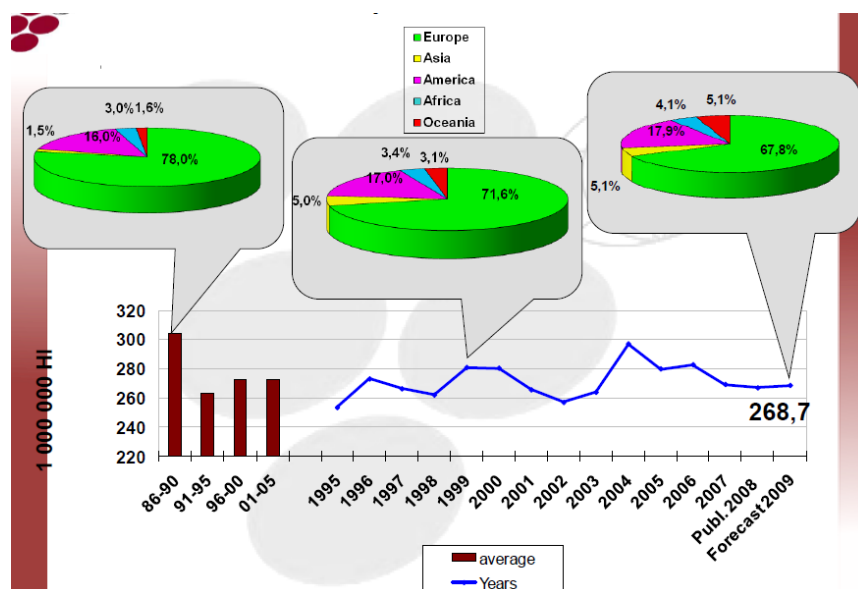
Forrás: saját szerkesztés, 2011. VÚEPP adatai alapján

A termésmennyiségek adatai azért fontosak, mivel ez adja az alapját a bortermelésnek. A bortermelés évenként eltérő terméshozammal írható le, melyet a klimatikus tényezők, a termőfelület jelentősen meghatároz. A 1. táblázatban is látható, hogy évről-évre a változók függvényében csökken, ill. növekszik a termésmennyiség, ezért a bortermelést elég nehéz

pontosan leírni. Az OIV 2010 adatai szerint a világ jelenlegi bortermelése 260 millió hl. Ennek jelentős részét az Európai Unió tagállamai adják, amely 58,8 %-ot teszi a világ bortermelésében (OIV 2011).

Az 3. ábrán is látható, hogy az idők során a világ bortermelése is ingadozik, de az EU termelése meghatározó, a többi világrész csak kis százalékot jelent. Érdekes megfigyelés, hogy az évenkénti termelésben Amerika 1 %-ot növekszik, ill. csökken. Az sem elhanyagolható szempont, hogy 15 év alatt az Ázsia országok bortermelése rohamos növekedésnek indult. A fejlődés érezteti hatását a hazai piacokon is, mivel megnövekedett a versenyképesség, és ezáltal kiszorulnak a hazai bortermelők.

3. ábra. A világ bortermelése 1986-2009



Forrás: http://news.reseau_concept.net/images/oiv_uk/Client/DIAPORAMA_STATISTIQUUES_Tbilissi_2010_EN.pdf,

Az utolsó években történő bortermelési tendenciák Szlovákiát sem kerülték el. Egyes években túltermelési problémák, az eladási nehézségek egyaránt sújtották a termelőket. A 2. táblázatba összefoglaltam az egyes években történő bortermelést és a fogyasztást, melyben látható, minden évben bizonyos mennyiségek halmozódnak fel készletekben. A bortermelésben stagnálás figyelhető meg, évenként nem nagyok a különbségek.

2. táblázat. Szlovákia bortermelése és fogyasztása 2004-2011 (1000 hl)

Évek	2004-05	2005-06	2006-07	2007-08	2008-09	2009-10	2010-11
Készlet	568	491	410	416	432	446	366
Import	226	355	416	420	374	440	508
Termelés	409	302	328	319	433	346	287
Összesen	1 203	1 148	1 154	1 155	1 239	1 232	1 161
Fogyasztás	554	551	609	634	638	666	597
Export	99	115	129	132	94	128	107
Veszteség	57	99	0	0	58	72	59
Összes fogyasztás	710	765	738	766	790	866	763
Különbözet	493	410	416	389	446	366	398

Forrás: saját szerkesztés, 2011. VÚEPP adatai alapján

A borfogyasztásban viszont némi növekedés tapasztalható, 2004-2009 a növekedés 1,14% átlagosan. A bortermelést (beleértve az import-és a készlet mennyiségét) nem haladja meg a növekvő borfogyasztás sem. Az egy főre jutó fogyasztást a 3. táblázat mutatja, amely a növekvő tendenciát jelzi. A 2010-es évre nem jelentek meg friss adatok.

3. táblázat. 1 főre jutó borfogyasztás Szlovákiában (l)

Évek	2005	2006	2007	2008	2009	2010
1 főre jutó fogyasztás (l)	10,2	12,2	11,5	11,4	12,7	?

Forrás: saját szerkesztés, 2011. VÚEPP adatai alapján

Ez a növekedés egyrészt az olcsó, kevésbé színvonalas import boroknak is köszönhető, másrészt különböző borfogyasztási szokások kialakulásának, hagyományoknak és kultúráknak. Mára azonban kezd kialakulni az a fogyasztói réteg, amelyik a minőségi borokat helyezik előtérbe, s többek között hozzásegíti a szlovák borpiac növekedését. A tanulmány a dél-szlovákiai borvidék egy új pincészetének a borpiacra való bevezetését célozza meg, ezért röviden szeretném jellemezni a területet.

4. ábra. Dél-szlovákia borvidékeinek elhelyezkedése



Forrás: [http://www.ovine.cz/web/structure/podoblasti_51.html?do\[loadData\]=1&itemkey=c_z_48#](http://www.ovine.cz/web/structure/podoblasti_51.html?do[loadData]=1&itemkey=c_z_48#)

A dél-szlovákiai borvidékek 8 régióra vannak felosztva, amelyet a 4. ábra szemléltet.

Ezek a következők:

- Šamorínský vinohradnícky rajon
- Dunajskostredský vinohradnícky rajon
- Galantský vinohradnícky rajon
- Palárikovský vinohradnícky rajon
- Komárňanský vinohradnícky rajon
- Hurbanovský vinohradnícky rajon

- Strekovský vinohradnícky rajon
- Štúrovský vinohradnícky rajon (Pospíšilová et. al. 2005)

A borrégiók további 129 községre osztoznak. A dél-szlovákiai borvidék jelenleg 4 903 ha-os területen van (VÚEPP, 2010 adatai alapján), amely a B1-es zóna, legjobb területének minősül. A borvidékre külön statisztikai adatok nem állnak rendelkezésemre, viszont a 6. ábra alapján elmondható, hogy a második legnagyobb szőlőterülettel rendelkezik. Ez a rész adja Szlovákia szőlőtermelésének a nagy részét.

A dél – szlovákiai borpiac felmérése kvalitatív módszer segítségével

A fejezet elején bemutatásra kerültek a Szlovákiára vonatkozó statisztikai adatok a bortermelés és fogyasztás függvényében. Azonban a dél-szlovákiai borpiacot ezekből a számadatokból nem lehet teljes pontossággal megállapítani. A tanulmányban kiemelkedő szerepet tulajdonítok egy olyan primer kutatásnak, mellyel egy közelítési pontot kapok a dél-szlovákiai borpiacról. A kutatás kvalitatív elemzési módszer segítségével történt, melyek személyes interjúk során váltak világossá. Az interjúk alkalmával olyan közeli borászokat kerestem fel, akik több éves tapasztalattal rendelkeznek ebben az ágazatban. Olyan pincészetekben jártam, amelyeket megkülönböztet a termelési kapacitásuk. Két pincészet kisméretű, két pincészet közepes méretű és egy pincészet nagy volumennel végzi tevékenységét. Az interjú célja az volt, hogy felmérje a dél-szlovákiai borok helyzetét és a helyi borpiacot, valamint információkat szolgáltasson egy új pincészet piaci bevezetéséhez. Az interjú minden pincészetnél kb. 1,5 óráig tartott, az előre egyeztetett időpontban.

A következő interjúkérdéseket intéztem a partnerek felé:

- Milyen meglátásai vannak a belföldi piacról?
- Hogyan értékeli a helyi borpiacot?
- Hogyan látja a dél-szlovákiai borok helyzetét?
- Milyen tapasztalatai vannak a jelenlegi borfogyasztásról?
- Mennyire kell hangsúlyt fektetni a reklámozásra? Borturizmusra vagy más marketing kommunikációs eszközökre?
- Ön véleménye szerint milyen problémákat kellene megoldani rövid ill. hosszú távon, hogy a jövőben sikeres legyen ez az ágazat?

A borvidék pincészeteinek megkérdezése

A kutatás során öt pincészetet kerestem fel, melyek nyitottak és segítőkészek voltak a kérdéseim megválaszolásában. A borászokkal személyes ismeretség révén beszélgettem el a helyi borpiacról.

Drozdík pincészet: tulajdonosa Drozdík József, 60-as éveiben járó nyugdíjas fizika tanár, fiával Attilával művelik a 3,5 ha-os szőlőterületet. Már az 50-60-as évektől gazdálkodik 56 áras területen, majd a rendszerváltozás után szőlőt telepít 1,5 ha-on. A 90-es években újabb telepítésekbe kezd a gyümölcsösök helyére. A szőlőterületük több részen található a Párkány melletti Hegyfarkon, Öreghegyen és a Dankhegyen, ahol az egyik legnagyobb fehérboros pincéje is található Kéménd-Iszomfalván, Köbölkúttól 12 km-re, keletre. A pince 1865-ben lett építve, 35 m hosszú és vályogból készült. Másik vörösboros pince, amely a Kissallón, az Alsóhegyen fekszik, Párkány melletti területen és 12 m hosszú, téglából építve. Szőlőfajtái: Királyleányka, Zöldvertelini, Devín, Pálava, Szürkebarát, Olaszrizling, Rajnai rizling, Szentlőrinc, Dunaj, Kékfrankos, Zweigelt.

1983-tól saját borokat készít, kis mennyiségben 5-6 ezer litert, melyek különleges minőségűek. Ezek a következők: fürt-és bogyóválogatású, valamint töppedt szüretelésű borok. Értékesítés Szlovákiában vendéglőkben, borszaküzletekben. Magyarországon pedig Debrecenben.

Strekov 1075: Melecsky Tibor és Sütő Zsolt a pincészet tulajdonosa Kürtön, amely 15 km-re, északra van Köbölkúttól. Szőlőterületük 12 ha, amely négy területen helyezkedik el Kürt szőlőhegyén, a Garammenti-hátság dombjain. Dülői a Góré, Kálvária, Újhegy, Mária-völgye és a Farkasfogó. Termesztésükben megjelenik az a természet közeli gondolkozás, amely a természetet védi és óvja. Nagy becsben tartják a természetes közeget, a tiszta környezetet, a talajt, melyen az „Isteni csoda“ megtermett. Ezért a szőlőtermesztés természetű növényvédelemre épül. A talajból megpróbálják kihozni a terroir jelleget. 2002-ben épült a pincészet, amely csak kis mennyiségű bort állított elő kb. 9000 palackot. Az idők folyamán megnövekedett a terület, s ezzel együtt fejlődött a borászat is. Jelenleg 90 ezer palackot, csak limitált mennyiségeket készítenek. Megtalálható az Olaszrizling, Rajnai rizling, Devín, Szentlőrinc, Oportó, Kékfrankos, Dunaj. Értékesítés a szlovák piacon, elsősorban gasztronómiai szolgáltatásokban, valamint borszaküzletekben Pozsony és Kassa. Külföldi piacokon nagy szeretettel fogadják őket: Belgium, Hollandia, Olaszország és Csehország.

Vintop Karkó pincészet: tulajdonosa Karkó János, családi, közepes méretű vállalkozás Búcsón. A község 7 km-re, nyugatra van Kőbölkúttól. Édesapjától tanulta meg a borászati szakmát, mivel Karkó úr mezőgazdasági gépészmérnöknek tanult. 18 évesen már saját bort készített, ekkor saját területük 0,1 ha volt. A környező szövetkezetektől vásárolta az alapanyagot. 2003-ban elhatározta, hogy további szőlőtelepítésekbe kezd, melyet önköltségi szinten valósított meg. Később kiépítette a pincészetét, amely 35 x 3,5 m területen helyezkedik el, 45 db 1600 l-es acéltartályokkal és korszerű új technológia berendezésekkel felszerelt. Jelenleg 18 ha-os szőlőterülete van. A termesztésnél hangsúlyt fektet a minőségre, ezért gondosan odafigyel a terméskorlátozásra. A megnövekedett kapacitás tükrében növekedett a turisták száma is, mivel a borászat mellett éttermet és panziót is működtet. Nagy jelentősége van a borturizmusnak. A vendégeknek gyakran tart borkóstolót, melyet a fajták széles választékából kínál. 15 fajta borválasztékot ajánl, melyet Szlovákiában csak ritka helyeken találhatnak meg a fogyasztók, mivel a szlovákiai nyilvántartásban ezek a fajták még nem szerepelnek hivatalosan. Ilyenek a Cserszegi fűszeres, Merlot, Cabernet franc, Roessler, Ráthay és a Syrah. Azonban vannak elfogadott fajtái is: Rajnai rizling, Chardonnay, Szürkebarát, Savignon blanc, Sárga muskotály, Olasz rizling, Szentlőrinc, Kékfrankos, Cabernet sauvignon, Pinot noir. A bor értékesítése a helyi piacon, magánszemélyeknek történik. A termelés 50 %-át palackozott állapotban, 10 %-át a vendéglátóköri egység vásárolja meg, a külföldi piacot nem látják el ill. csak pár száz palackot visz el néhány vállalat ajándékozás céljából. Borszaküzletek vásárolnak tőlük Dunaszerdahelyen, Komáromban, Pozsonyban illetve éttermek, hotelok Wellness Pat, Trnava és Kassa, melyet hetente egyszer saját szállításukkal látnak el.

Chateau Belá pincészet: tulajdonosa Egon Müller a világhírű borász Moselben lakik. A bélai kastély (Kőbölkúttól 6 km-re, keletre található) pincéje 1742-ben épült barokk stílusban, amelyet 2000-ben felújították. A helyi főborász, Miroslav Petrech igazgassa a birtokot. A kastély alatti pince a 80-as években tárolónak volt felhasználva, ahol vegyszerek voltak elhelyezve. Ebből az okból kellett újjáépíteni, modern technológiát, rozsdamentes acéltartályokat helyeztek el, mellyel csak minőségi borokat készítenek. A borkészítéshez szükséges szőlőt felvásárolják a Rivel s. r. o. vállalatától. Évi bormennyiség 40 ezer liter, melynek 90 %-a Rajnai rizling szőlőfajtából készül. Megtalálható még: Olaszrizling, Szürkebarát, Alibernet, Cabernet sauvignon, Pinot noir. Értékesítés a hazai piacon

borszaküzletekben és éttermekben történik, a külföldi értékesítést Egon Müller végzi egész Nyugat-Európa számos országában, de 1-2 ezer palack található Új-Zéland, Ausztrália, Kanada, Amerika és Ázsia egyes részein is.

Chateau Topolčianky: Kőbölkúttól kb. 50 km-re, északra található, a Nyitrai borkörzetben, Szlovákia legnagyobb borászata. 1993-ban alakult. 4 tulajdonossal, akik a Víno Nitra borüzemben dolgoztak. Saját szőlőterülettel nem rendelkeztek, csak felvásárlás során termeltek. Fokozatosan bővítették a termelésüket. 2001-ben a párkányi részleget megvásárolták és szőlőterületeket alakítottak ki négy részen. Marcellházán és Madaron különböző szőlészeti cégeket, kft-t hoztak létre. Ezek a Dél-Szlovákiai régióba vannak, mely összesen 280 ha szőlőterületet tesz ki. A nyitrai és a topolčianky-i területen 160 ha szőlőt vásároltak meg. Minden telepítést EU-s támogatás keretében valósítottak meg. Hangsúlyt helyeztek a szőlőültetvények gépesítés általi művelésére. Korszerű gépekkel szerelkeztek fel. A borászati technológia fejlesztése terén is növekedés történt, a régi technológiát kicserélték a nyugati-és a francia mintára. Vörösbor elkészítéséhez Szlovákia legnagyobb hordós pincéjével rendelkezik. Éves viszonylatban 8-10 millió liter bort állítanak elő. Értékesítés túlnyomórésztben a szlovák borpiacon, a legnagyobb hiper-és szupermarketek üzletláncáiban, de borszaküzletekben is megtalálhatók a boraik. Külföldre Olaszország, Csehország, és az angliai piacra is próbálnak betörni. Filozófiájuk azon alapul, hogy úgy alakították ki a borászatot, hogy a minőséget helyezték előtérbe.

KONKLÚZIÓ - A DÉL-SZLOVÁKIAI BORPIAC FELMÉRÉSÉNEK ÉRTÉKELÉSE

Az interjúk során megkérdezett pincészetek információkat adtak a szlovákiai borpiacról, valamint a helyi piacról. Kutatásomban azért választottam az előzőekben említett pincészeteket, mert egyrészt Kőbölkút községhez közel helyezkednek, másrészt versenyelemzés szempontjából. Viszont választottam egy távolabbi helyről származó borászatot is, amely Szlovákiában a legnagyobb és leghíresebb pincészet, igaz nem Dél-Szlovákiában helyezkedik el. Az interjúk során felmért borpiac az egyes pincészetek véleménye és tapasztalatai szerint a következőképpen értékelhető:

- A belföldi piacot nagy mértékben befolyásolják a külföldről importált olcsó borok mennyisége, valamint a fogyasztók fizetőképessége. Meghatározó szerepe van az árak. A dél-szlovákiai borok nem annyira ismertek a fogyasztók szemében, mivel kevés a helyi

marketing. A terület kiválósága és adottsága lehetővé teszi a minőségi borok előállítását, csak nehezen érvényesülnek a borpiacon. Kell egy arculat kialakítás erre a vidékre, mellyel különböző pincészetek ismertetik meg a fogyasztókkal a termékeiket.

- A növekvő borfogyasztás kialakításához a pincészeteknek olyan kis apró taktikai lépéseket kell bevetni, mint a borok kategóriájának kialakítása az árakon keresztül. A fogyasztókat így próbálják megszerezni és megtartani.
- Egyes pincészetek nem használnak reklámokat az értékesítés fellendítéséhez, mivel kis volumennel rendelkeznek ahhoz, hogy a reklámra magas összegek költsenek. Viszont elismerik, hogy reklám nélkül nagyon nehéz piacon maradni. A nagy kapacitással rendelkező borászat reklámok nélkül nem tudna érvényesülni. Az interjúból kiderült számomra az is, hogy az érvénysüléshez szükséges a személyes eladás, a rendezvények, kiállítások és a borkóstoltatás. Személyes kommunikációval nagyobb sikereket érhetünk el.
- A szlovákiai borágazatban levő problémákat csak a kormány segítségével lehetne kiküszöbölni az állami támogatások biztosításával, valamint a piaci változások fékentartásával. Nagyobb összefogás kell ennek az ágazatnak, mind a termelők, mind pedig a pincészetek által, hogy sikeresen kialakítható legyen a jövőben vidékünk arculata. Ez által híresebbé tennénk szülőföldünk szépségét és csodáit.

FORRÁSMUNKÁK JEGYZÉKE

- (1) BOTOS, E. P. Bormarketing. Budapest: Mezőgazda Kiadó, 2004. 72. p. ISBN 963 286 120
- (2) DOMINÉ, A. Bor. Budapest: Vince Kiadó, 2004. 928. p. ISBN 978 963 955 229 6
- (3) GAÁL, B. A magyar borok, borászok és a bormarketing. In Gazdálkodás Jubileumi Évkönyv 1957-2007. HU ISSN 0046-5518. 2007. 59-62 p.
- (4) HAJDÚ, I.-NÉ. Bormarketing. Budapest: Mezőgazda Kiadó, 2004. 95. p. ISBN 963 286 120 5
- (5) HOFFMANN, I.-NÉ. Stratégiai marketing. Budapest: Aula Kiadó, 2000. 484. p. ISBN 963 9215 81 3
- (6) LEHOTA, J – FEHÉR, I. Borexport-marketing: Nemzetközi borkereskedelem és marketing. Gödöllő: Szent István Egyetem Gazdaság-és Társadalomtudományi Kar Marketing Intézet, 2007. 212. p. ISBN 963 948 372 7

- (7) KOVÁCS, F. Szülőfalunk, KÖBÖLKÚT: A keltáktól a 3. évezredig. Dunaszerdahely-Dunajská Streda: Lilium Aurum Kiadó. 1998. 170. p. ISBN 80-8062-005-9
- (8) KURUCZ, M. A bor dícséretéről. In Agrofórum. ISSN 1788-7380. 2009. 20. évf. I: p. 14.
- (9) MOLNÁR, E. A szekszárdi és a villányi borvidék összehasonlító marketingelemzése. Doktori (PhD) értekezés. Kaposvár. 2007.
- (10) [http://www.ovine.cz/web/strukture 51.html?do\[loadData\]=1&itemKey=cz 48#](http://www.ovine.cz/web/strukture%2051.html?do[loadData]=1&itemKey=cz%2048#),
- (11) http://news.reseau-concept.net/images/oiv_uk/Client/2011_note_conj_mars_EN.pdf,
- (12) http://news.reseau_concept.net/imagas/oiv_uk/Client/DIAPORAMA_STATISTIQUES Tbilissi_2010_EN.pdf,
- (13) <http://www.vuepp.sk/Komodity/r.2006/II.polrok/vino2.pdf>,
- (14) <http://www.vuepp.sk/Komodity/r.2007/II.polrok/vino2.pdf>,
- (15) <http://www.vuepp.sk/Komodity/r.2008/II.polrok/vino2.pdf>,
- (16) <http://www.vuepp.sk/Komodity/r.2009/II.polrok/vino2.pdf>,
- (17) <http://www.vuepp.sk/Komodity/r.2010/II.polrok/vino2.pdf>,
- (18) <http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/f/f4Vinohradnickeoblasti slovenska.png>,

NEW WAYS IN BUSINESS EDUCATION: IMPROVING CREATIVE INTELLIGENCE WITH ENTERPRISE CASE STUDIES

Garaj, Erika PhD, college professor, research leader

Edutus College

To form a new approach to innovation of business education focusing on relations between student skills (as creativity, problemsolving and innovative thinking) and business simulations. This paper illustrate how new ways of business education with case studies can boost creative intelligence? The creativity is a source of innovation. The model of multiple intelligences described by Howard Gardner offer plenty of options for creative people. The author incorporated case studies of enterprises from the perspective of innovation, decision making and strategic choice, taking account of students' feedback loops. Examples were used from types of creative intelligence and business-related situations and teaching methods.

Keywords: *business education, enterprise, case studies, teaching methods, innovation*

JEL codes: *A23 - Graduate Economic Education and Teaching of Economics; A39 – Other Collective Works; M13 - Business Administration: New Firms, Startups*

Introduction

The present small and medium enterprises (SMEs) are constantly facing the changes of environment, its instability, crisis, resulting rapid turns in their environment and strategic management decisions which call for changes in business education. Innovation in higher education is important not only because the new business training programmes and support services (for business partners, students' start ups, alumni network) help capture and retain

market share and increase profitability among universities, but also because as the business environment changes new opportunities and constraints emerge and need to be responded to (Deés-Garaj, 2012). Our challenge is to address new thinking about innovation from the perspectives of business education and to use them analytically to improve decision making. The business environment need new competencies and some skills as creativity, problem-solving and innovative thinking which help problem-solving for starters (and other entrepreneurs) in practice-oriented way. Therefore students have to learn about various organizational problems and alternative solutions in business organizations depending on the subjects. The management-oriented subjects are taught by external lectures with business practice. In order to develop such process based student skills, educators have many techniques and teaching methods to choose from. Typical experiential activities include simulations, role-playing, case study, group projects and debates. This paper focus the case study which is one the most innovative methods in business education.

Case studies in business education

According CAPAM (2010) a case study is a story about how something exists within a real world context that is created by carefully examining an instance. It recounts real life situations that present individuals with a dilemma or uncertain outcome. The case describes the scenario in the context of the events, people and factors that influence it and enables students to identify closely with those involved. When multiple cases are examined then it is called a comparative case study. A case study as a general approach to understanding phenomena can involve many specific methodologies such as interviews and direct observation. The art and science of creating case studies is known as the case method. It is a method of learning based on active participation and cooperative or democratic discussion of a situation faced by a group. The method of discussion also replicates the manner in which most decisions are taken in practice. It also involves replicating discussions with supervisors, peers or subordinates. If

properly used, it has the power to improve the acquisition of knowledge, skills and attitudes.

Below are four dominant approaches to case methods (Table 1).

Table 1: Approaches and case study tipologies

1. Traditional approach	2. Business school approach	3. Learning history approach	4. Best practice approach
Illustrative case study	Field case study:	Actions	Implementation case study:
Exploratory case study	Literature case study	Events	Success case study
Explanatory case study	Armchair case study	Episodes	Failure case study

Adapted from CAPAM (2010)

1. Traditional Approach: Attempts to understand a subject through systematic gathering of empirical data. Emphasis is on ensuring that the research evidence is accurate and unbiased. As a result much of the case study report is spent describing and justifying the specific methodological decisions made and elaborating on detailed findings. It involves accurate observation and rigorous collection of evidence. Variants of this approach include: Illustrative Case Study: is a descriptive account of the main characteristics of a real world example to clarify an idea or reinforce an argument. Exploratory Case Study: Attempts to understand what happened within a case by looking beyond descriptive features and studying surround context. Explanatory Case Study: Attempts to explain why certain behaviors occurred by determining causes and effects.

2. Business School Approach: It emphasizes analyzing decisions and actions of managers and their consequences through using real world examples to better prepare students for on the job challenges. Variants include: Field Case Study: Involves the gathering of original research by gathering data within the context being studied. Usually involves direct observation and interviews. Literature Case Study: Developed by looking exclusively at already

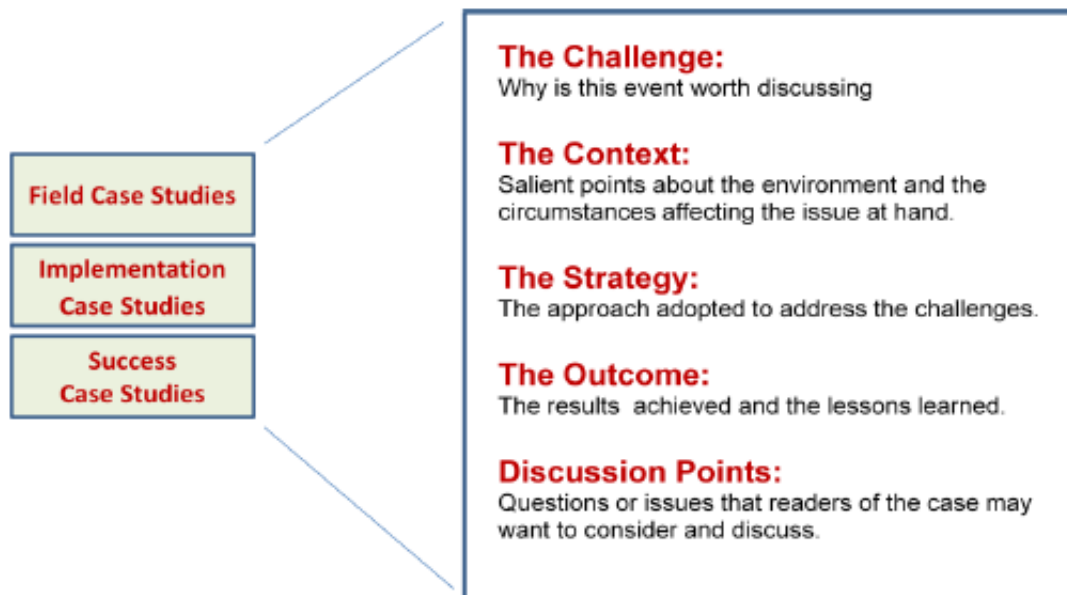
existing/published materials. Armchair Case Study: Explains a management idea by presenting a hypothetical scenario.

3. Learning History Approach: This method involves collectively reflecting on experience in order to draw constructive lessons. It analyzes actions, events, and episodes from multiple points of view in order to gain insights.

4. Best Practice Approach: This method emphasizes analyzing the worthwhile and replicable practices likely to improve the way an organization operates i.e. analyzing factors likely to contribute to success or failure. The primary aim is to identify techniques that can be replicated elsewhere. Variants of this method include: Implementation Case Study: Focuses on the change management aspects of putting a practice into effect within the workplace. Here the scrutiny is placed on each major stage of the process, not necessarily the long-term outcome. Success Case Study: Looks at those practices that have proven successful in terms of outcomes. Involves isolating success factors and likely causes of failure. Failure Case Study: Looks at situation where things went wrong with the intention of generating ideas about the practices that could have been implemented to prevent problems from happening or make recommendations for recovery.

As illustrated in the diagram below (Figure 1), Field Case, Implementation Case and Success Case methodologies seem most plausible for business education purposes for the following reasons: (a) Challenge: these approaches generally tend to highlight why an event is worth discussing, (b) Context: highlight salient points about the context and circumstances affecting an issue at hand, (c) Strategy: highlight approaches adopted to address identified challenges , (d) Outcome: show results achieved and lessons learnt and finally (e) Discussion Points: facilitate discussions through issues and questions readers may identify.

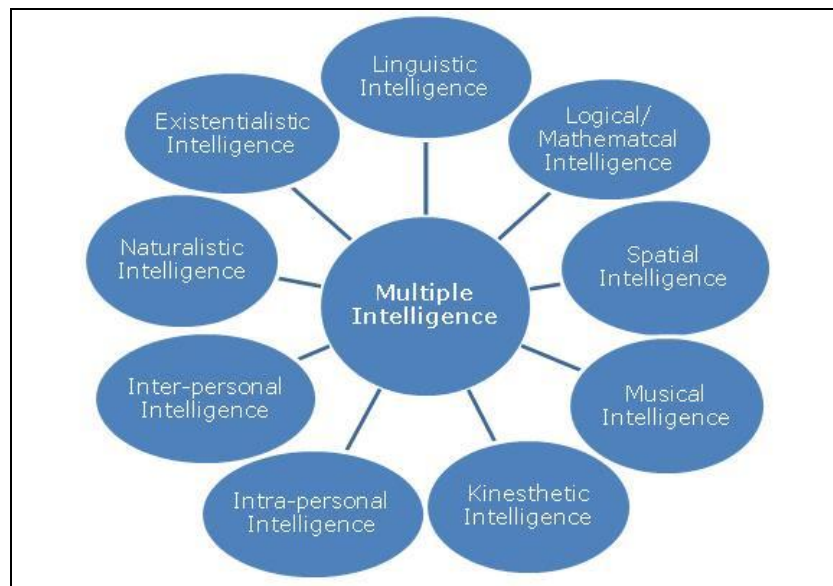
Figure 1. Case studies in business education



Intelligence and business framework

Intelligence is defined as ability or abilities to acquire and use knowledge for solving problems and adapting to the world. By solving problems, intelligence offers a way in which to learn different methods of receiving information. Each of us exhibits different levels of intelligence(IQ) and also parts of our brain are more developed than others(multiple intelligences).The nature of intelligence involves: "the capacity to learn, the total knowledge a person has acquired, and the ability to adapt to new situation and the environment in general" (Gardner 1983, 12). Howard Gardner from Harvard University, developed the theory of Multiple Intelligences (MI) in 1983 which improved in 2006. According to Gardner, human beings have nine different kinds of intelligence that reflect different ways of interacting with the world (Figure 2).

Figure 2. Types of multiple intelligences



Adapted from Gardner (2006)

Each person has a unique combination, or profile. Although we each have all nine intelligences, no two individuals have them in the same exact configuration - similar to our fingerprints. Intelligence is: (1) the ability to create an effective product or offer a service that is valued in a culture; (2) a set of skills that make it possible for a person to solve problems in life; (3) the potential for finding or creating solutions for problems, which involves gathering new knowledge.

Gardner's nine multiple intelligences (MI):

1. Linguistic Intelligence (word smart): the capacity to use language to express what's on your mind and to understand other people. Any kind of business leader for whom language is an important stock in trade has great linguistic intelligence.

Support this intelligence with the case studies in the classroom by (Mc Kenzie, 2005):

- *Exploring new vocabulary*
- *Learning terms and expressions from other languages (business expressions)*
- *Encouraging opportunities for public speaking (presentations on the conferences/workshops, interview with business partners)*
- *Incorporating drama into learning (business situational games)*

- *Keeping daily journals or homapage*
- *Promoting opportunities for creative writing*
- *Nurturing oral storytelling*
- *Including opportunities for expository and narrative writing*
- *Utilizing quality students' literature in the classroom (talent supporting)*

2. Logical/Mathematical Intelligence (number smart): the capacity to understand the underlying principles of some kind of causal system, the way a scientist or a logician does; or to manipulate numbers, quantities, and business operations. *Support this intelligence with the case studies in the classroom by:*

- *Creating intrinsic and extrinsic order in your classroom*
- *Presenting criteria at the beginning of an activity to provide structure*
- *Offering open-ended problem solving tasks*
- *Including convergent thinking activities in instruction*
- *Promoting experiments which test student hypotheses*
- *Using syllogisms in language*
- *Encouraging classroom debate*
- *Incorporating puzzles into learning centers*
- *Setting short term, achievable goals for the class*
- *Allowing students to participate in building assessment rubrics*

3. Musical Rhythmic Intelligence (music smart): the capacity to think in music; to be able to hear patterns, recognize them, and perhaps manipulate them. rhythmic intelligence can be used in the arts, sciences and other supporting business fields. *Support this intelligence with the case studies in the classroom by:*

- *Working with pattern blocks*
- *Hearing sounds in one's environment (company visiting)*
- *Drawing visual patterns*
- *Learning a foreign language (text in English or German)*
- *Identifying rhyme schemes*
- *Finding patterns in sequences of numbers*
- *Working with music (incidental music for video case study)*

4. Bodily/Kinesthetic Intelligence (body smart): the capacity to use the body or parts of the body (your hands, your fingers, your arms) to solve a problem, make something, or put on some kind of production. *Support this intelligence with the case studies in the classroom by:*

- *Providing hands-on learning centers*
- *Incorporating creative drama into your instruction (business situations)*
- *Including interactive games in reviewing and remediation of content*
- *Engaging students in hands-on science experiments*
- *Utilizing manipulatives in math instruction (business models and management tools)*
- *Allowing opportunities for building and taking apart*
- *Encouraging students to construct physical representations of concepts*
- *Keeping students physically moving throughout the business programmes (workshop, conference, company visiting)*

5. Spatial Intelligence (picture smart): the ability to represent the spatial world internally in your mind -- the way an entrepreneur in event planning, coordination, logistic or tourism fields represents a more circumscribed spatial world. Spatial intelligence can be used in many business fields. *Support this intelligence with the case studies by:*

- *Allowing student movement around the learning environment (outdoor and indoor case studies)*
- *Providing a visually stimulating environment*
- *Sketching plans before beginning work*
- *Brainstorming ideas*
- *Semantic mapping (mind mapping)*
- *Guided imagery exercises*
- *Working with manipulatives*
- *Diagramming abstract concepts*
- *Providing visual assessment performance tasks*
- *Utilizing visual technologies such as PowerPoint and other WEB 2.0 tools*

6. Naturalist Intelligence (nature smart): the ability to discriminate among living things (plants, animals) and sensitivity to other features of the natural world. This ability was clearly of value for organic farms and environmental entrepreneurship. *Support this intelligence with the case studies in the classroom by:*

- *Using graphic organizers*
- *Providing sorting and attribute grouping tasks*

- *Brainstorming categories*
- *Charting hierarchies*
- *Utilizing semantic mapping of ideas*
- *Building portfolios of student work*
- *Making connections to the natural world*
- *Modeling strategies for finding common attributes, categories and hierarchies across the case studies*

7. Intrapersonal Intelligence (self smart): having an understanding of yourself; knowing who you are, what you can do, what you want to do, how you react to things, which things to avoid, and which things to gravitate toward. We are drawn to people who have a good understanding of themselves. They tend to know what they can and can't do, and to know where to go if they need help. *Support this intelligence with the case studies by:*

- *Differentiating instruction*
- *Using analogies in making comparisons*
- *Providing activities which offer learner choices*
- *Having students set goals for themselves in the classroom*
- *Including daily journal writing in your classroom routine (about case study)*
- *Providing opportunities for learners to express their feelings on a topic*
- *Allowing opportunities for student reflection on learning*
- *Examining current events in terms of social justice*
- *Including student self-assessment in classroom assessment strategies*
- *Utilizing interest inventories, questionnaires, interviews and other approaches to measuring student growth*

8. Interpersonal Intelligence (people smart): the ability to understand other people. It's an ability we all need, but is especially important for business men who deals with other people. *Support this intelligence with the case studies in the classroom by:*

- *Allowing interaction among students during learning tasks*
- *Including activities where students work in groups*
- *Providing opportunities for students to select their own groups*
- *Forming cooperative groups wherein each member has an assigned role*
- *Planning activities where students form teams to be successful*
- *Allowing competition that promotes higher level achievement*

- *Incorporating structured dramatic activities in which students can role play*
- *Utilizing resource people to invigorate your classroom*
- *Promoting interaction with other classes by participating in learning tasks together*

9. Existential Intelligence (value smart – named by the author): the ability and proclivity to pose (and ponder) questions about life, death, and ultimate realities. *Support this intelligence with the case studies in the classroom by:*

- *Offering an overview before starting new instruction*
- *Considering topics from multiple points of view*
- *Relating material to global themes and concepts*
- *Integrating your instruction across the case studies*
- *Including the arts in instruction where appropriate (illustrations)*
- *Discussing how topics are important to the business life or/and in the classroom*
- *Bringing in resource people who offer additional perspective on a topic*
- *Helping students learn to cohesively summarize what they have learned*
- *Allowing students to demonstrate learning by applying understanding in new and different contexts*
- *Having students participate in rubric development for performance-based tasks so that they take ownership for their learning.*

Some success key factors of the teaching with case studies

Learning through a variety of unique experiences allows students to better understand themselves as lifelong learners, and to see how others acquire knowledge and apply their skills. The key to implementing multiple intelligences (MI) successfully is to design your classroom and the particular lesson so that students are able to participate in learning and understand the material in a variety of ways.

1. Teaching with MI often necessitates that students work together in groups and/or on projects that employ many materials. Be sure that you adapt your classroom space as best you can to the parameters of the lesson. For example, if the lesson plan asks students to work with computers and you do not have enough in your classroom, try to schedule time in the

computer lab in advance. If the lesson plan involves drawing or acting, be sure to arrange your classroom so that there is sufficient space and materials.

Examples in business education: Preparation of equipments and materials (copies of case studies, internet, PC), Schedule time (lesson, teamwork), Organisation of outdoor programs (company visiting, business workshop), Invitation of business partner (hot seat-method).

2. Be prepared not only to encourage collaboration and thinking outside the box, but also to maintain some control by setting specific boundaries for students. For example, if the assignment calls for the students to work together to develop a presentation, be sure to define exactly how they should work together (perhaps by encouraging them to assign different roles within the group) and what to do if they have trouble cooperating. In order to the more efficient case study processing let's meet the students' personality and encourage them to recognize themselves as well, that could shape and improve their attitudes (Deés and Kenéz, 2012).

Examples: Preparing aspects of case studies, Controlling of discussion in teamwork about cases and solutions, Managing methods in practice (SWOT, budget, marketingmix), Coordination of team roles (by Belbin), Personal-oriented tasks depend on personality and attitudes.

3. One "answer" or outcome is not the only acceptable measure of a students' understanding. For example, if your objective is for students to understand the literary elements of a story or novel, different learners might grasp the concept in different ways. One student might illustrate them through drawing, another might be able to re-create the elements through acting, and yet another might better be able to summarize them in writing.

Examples: More case studies types, Business situation acting (interview, conflict, response variations), Business planning in teamwork (demonstrational tasks), Case study making and presentation in team, Using of colour and alternative forms (drawing, video).

4. Students need to have a clear understanding of how their work will be evaluated. Be sure to lay out the exact objectives and expectations of your lesson before beginning. Because MI allows for many different means of learning and expression, students need to understand that there may be many different forms of evaluation and that one style of work is not necessarily more demanding or time consuming than another. For example, if a project gives participants a choice between writing and illustrating, the outcomes will obviously be very different, but they may be given the same grade for meeting the same objective.

Examples: Evaluation aspects by measurable goals, Measurement of students' satisfaction, Evaluation plan, Feedback about demonstration and discussion on case studies (continuous and closing), Development of business education (curriculum, new ideas, student researches, talent supporting).

Conclusion

Thinking is the ultimate human resource, but we can never be satisfied with this importance of our skill. If a SME wants to become more creative, rather than just encouraging people or the organizational climate, then perhaps one of the best ways is to develop teaching methods in business education. Using a variety of approaches within thinking and problem-solving allows the issue to be addressed from a variety of angles, thus servicing the needs of all individuals concerned. It is not important how good we are or how good we become, we must strive to be better. The right tools harness the power of creativity. The brain thrives on organization so these tips based on brain research can unleash invention, as well as expand and preserve it. According to Epstein et al. (2008), there are four core competencies of creative expression: Capturing – preserve your new ideas; Surrounding – surround yourself with interesting people and things; Challenging – tackle tough problems and Broadening – expand your knowledge. Interestingly, creativity's not only big one for arts, but also tackling anything everybody does in a creative way, from organizing private life to hobbies. Inventive

people in everywhere could share tendencies of open-mindedness, persistence, intrinsic motivation, positive outlook and curiosity.

References

CAPAM (2010): Overview of Case Study Models and Methodology. Commonwealth Association for Public Administration and Management, Shared Library of Public Administration Case Studies (CAPAM/Commonwealth Secretariat Project) URL: http://www.capam.org/_documents/reportoncasestudymethodologies.pdf

Deés Sz – Garaj E.(2012): Communication Based on Market Relationship? - New Form of Knowledge Management in Higher Education. „Trends in Economics and Management for the 21st Century” International Conference, September 20-22 2012, Brno University of Technology, Faculty of Business and Management, Brno, Czech Republic, Conference Proceedings+CD, pp.1-8, ISBN 978-80-214-4581-9

Deés Szilvia - Kenéz András (2012): Az esettanulmányok hatékony alkalmazása a marketingoktatásban. „Coopetition – verseny és együttműködés a marketingben” Marketing Oktatók Konferenciája, 2012. augusztus 30-31. Konferenciakötet, MMSz, Miskolc pp.1-8.

Garaj, E. (2012): Escape in the Future? Developing New Competences for Health Sector. The Case of Healthcare Project Manager Education at Semmelweis University. In: Bálint Ágnes (szerk.): Az Utópia ezer arca. Tanulmányok, PTE, Bölcsészettudományi Kar, Neveléstudományi Intézet, Pécs ISBN 978-963-642-460-2 , pp. 230-241.

Gardner, Howard (1983): Frames of Mind: The Theory of Multiple Intelligences. New York: Basic Books

Howard E. Gardner (2006): Multiple Intelligences: New Horizons in Theory and Practice, Basic Books, New York

Robert Epstein, S. M. Schmidt, and R. Warfel (2008): Measuring and Training Creativity Competencies: Validation of a New Test. Creativity Research Journal, 20(1), pp. 7–12

Walter McKenzie (2005): Multiple Intelligences and Instructional Technology, Second Edition, ISTE Publications, US, URL: www.iste.org

HÉLIA-HELYI ÉLELMISZERLÁNCOK FEJLESZTÉSE ÉS INNOVÁCIÓJA

A GASZTRONÓMIA SZEREPE MAGYARORSZÁG ÉS OLASZORSZÁG TURIZMUSÁBAN

Hercz Ágnes

Főiskolai adjunktus

Dr. Jandala Csilla

tudományos és nemzetközi rektor-helyettes, tanszékvezető főiskolai tanár

Dr. Keszthelyi Csaba

mestertanár

Turizmus Tanszék, Edutus Főiskola

ABSZTRAKT

A gasztronómia, mint turisztikai vonzerő ill. az arra épülő kínálat egyre fontosabb szerepet játszik a világturizmusban. Elsősorban azok az országok lehetnek versenyképesek, ahol a gasztronómiának eddig is nagy tradíciói voltak, éppen ezért választottuk Olaszországot kiindulásként hazai kutatásunkhoz. Magyarországon a téma az örökségturizmus keretén belül került be a Nemzeti Turizmus Fejlesztési Stratégiába, illetve az elmúlt évek során a 2006-ban megrendezett tematikus évben vált a nagyközönség számára is ismertté. Azóta hagyomány lett a Torkos Csütörtök megrendezése, és egyre több gasztronómiai fesztivál szervezésére kerül sor az ország egész területén. A tanulmány azt feszegeti, lehet-e még új terméket kialakítani a gasztronómia segítségével.

SUMMARY

The gastronomy –as an attraction or an important basic element of the product- plays a more and more important role in the world tourism. First of all that countries could be competitive,

where the gastronomy has well-known traditions that is why we have chosen Italy as a best-practice to our research. In Hungary the gastronomy is a part of the heritage tourism that is one the most important tourism product to be developed according to the National Tourism Development Strategy. It became known to the public in 2006 when a thematic year was launched focusing on gastronomy. Since then a lot of gastronomical festivals are organized and "Torkos Csütörtök" special day -when restaurants give 50% discount- became a tradition. The study asks whether there is a possibility to develop new tourism products with the help of gastronomy or not.

1. HÁTTÉR: A GASZTRONÓMIA SZEREPE A TURIZMUSBAN

A turizmusban a gasztronómiának mindig is fontos szerepe volt: egyrészt egyik eleme a turisztikai kínálatnak, hiszen az embereknek –így a turistáknak is- létszükséglete az evés-ivás, másrészt meghatározó szerepet játszik/játszott egy-egy desztináció imázsának kialakulásában ill. fennmaradásában.

Az étkezések és az élvezet, szórakozás az ókor óta összekacsolódó fogalmak, már ebben a korban is többet jelentett egy-egy étkezés egyszerű szükséglet kielégítésnél. A kulináris élvezetek azután szép lassan egy új turisztikai termék alapjait rakták le. Napjainkra kétség sem férhet hozzá, hogy a gasztronómiai- és borturizmus létező utazási motivációk, a fesztiválok közül sokszor a legnépszerűbbek a gasztronómiához, kulinaritáshoz kötődő események.

A nemzetközi turizmusban ráadásul még további hatása is van a gasztronómiai tényezőknek. Az utazás során nagyobb részben szolgáltatások, kisebb részben árucikkek exportálására és importálására kerül sor. Ez az adás-vétel ugyanakkor igen sajátos módon megy végbe: nem az árucikkek, hanem a fogyasztó (a turista) "mozgatásával" valósul meg. Következésképpen a turista külföldi utazása során számos olyan terméket is megvásárol (köztük élelmiszereket), melyeket az adott ország nem tudna exportálni - vagy azért, mert az áru természete folytán az

nehézkes lenne, vagy azért, mert a magas szállítási költségek, illetve az áru alacsony minőségi színvonala folytán a piacon nem lenne versenyképes. Ráadásul a helyszínen történő értékesítés magasabb áron történik (kiskereskedelmi áron), mint amekkorát exportálás esetén realizálni lehet (nagykereskedelmi ár). Végül, de nem utolsó sorban előnyösebb a turizmus segítségével értékesíteni a különféle termékeket, mivel az így keletkező jövedelem a gazdaság más területeinek fejlődésére is kedvező hatással van.³¹

A turizmus során a látogatók motivációjuktól függően étkezésüket vagy vendéglőkben, vagy rokonoknál, barátoknál oldják meg, illetve élelmiszereket vásárolnak a kiskereskedelmi bolthálózatban, és saját maguk készítik el azt. A folyamat során értékesítésre kerülő helyi termékek egyértelműen hasznot eredményeznek a helyi gazdaságnak, annak fennmaradását szolgálják. Ez különösen fontos a fejlődő országok számára, ahol gyakorlatilag a turizmus az egyetlen gazdasági tényező, az egyetlen jövedelem-forrás, így a helyi termékek értékesítése egyben a helyi gazdaság motorját, fennmaradásának lehetőségét teremti meg.³²

Ahogy az a hazai lakosság körében végzett felmérésekből is kiderül, a fesztiválok népszerűsége mellett egy-egy ország/régió imázsát is jelentősen befolyásolja annak gasztronómiája. Ahogy mi magyarok büszkék vagyunk hazánk konyhájára, és reméljük, hogy alapanyagaink, ízeink meghódítják a világot, úgy tudunk mi is örülni egy-egy külföldön megsimert íznek, melyet azután itthon is keresünk, színesítve ezzel mindennapjainkat. Az, hogy a tanulmányban hazánk turizmusa mellett Olaszország gasztronómiai elemzésére helyeztük a hangsúlyt, két okra vezethető vissza. Egyrészt az olasz konyha, az olasz borok világszerte elismert népszerűségére, másrészt arra a kutatási tapasztalatra, hogy hazánkban is

³¹ Dr. Jandala Csilla: A turizmus közgazdasági elemzése, egyetemi jegyzet, Veszprémi Egyetem, 2001

³² Communicating Heritage – A Handbook for the Tourism Sector, UNWTO, 2011

az olasz konyha jut eszébe a legtöbb megkérdezettnek először, ha a gasztronómia és turizmus kapcsolatára kérdezzük rá.

A vizsgálat végül jól beleillik abba a kutatási sorozatba is, mely a helyi termékek turisztikai kínálatban való hangsúlyozott jelenlétének gazdasági hatásait vizsgálja.

A kutatás tapasztalata egyértelműen alátámasztotta azt az előzetes elképzelést, hogy – habár a magyar utazós körében a gasztronómia, mint önálló utazási motiváció elsősorban a fesztivál látogatásokra korlátozódik – az úticél kiválasztásánál mégis szempont a térség gasztronómiai kínálata, és az utólagos emlékek között is meghatározó szerepet játszhatnak a kulináris tapasztalatok. Így elmondhatjuk, hogy turisztikai élménylánc nem lehet teljes a felkeresett térségek gasztronómiájában való alapos elmélyülés nélkül.

2. A GASZTRO-TURIZMUS MINT A VILÁGTURIZMUS ÚJ TRENDJE

A világturizmus XXI. századi trendjei között a gasztronómiai túrák, körutak, tematikus utak is markánsan megjelennek. Ebben óriási szerepük van a gasztronómia kiadványoknak, folyóiratoknak, szakácskönyveknek, az egy-egy híres, neves szakácsra, ill. színészre épülő TV-sorozatoknak, vagy éppen azoknak a filmeknek, szépirodalmi műveknek, melyekben az utazás és az adott desztináció gasztronómiája egyaránt fontos elem.

Ebben a folyamatban kitüntetett helyet kapnak a gasztro-kulturájukról híres francia és olasz régiók, de mögöttük felsorakoznak svájci, holland, spanyol, görög fogadó területek is. Az UNWTO szerint a gasztronómiai utazás definíciója a következő:³³

„A gasztronómiai út egy olyan utazás, melynek célja egy gasztronómiai régió megismerése rekreációs ill. szórakozási célból, melynek során elsődleges ill. másodlagos helyi termelőket, gasztronómiai fesztiválokat, élelmiszer-kiállításokat, eseményeket, termelői piacokat, főző-

³³ Global Report on Food Tourism, UNWTO, 2012

bemutatókat, főző-iskolákat keresnek fel a látogatók. Az utazás során megismerik a különféle kultúrákat, élet-stílusokat...”

A gasztronómiai utazások többféle módon is csoportosíthatóak, egy lehetséges tipizálás a következő:

- 1, Egy-egy híres, különleges vendéglátóhely felkeresése
- 2, Gasztrotúrák, melyek egy-egy régió gasztronómiai értékeinek komplex megismerésére törekednek (ideértve a regionális borutakat is)
- 3, Egy-egy speciális (általában kézműves) élelmiszeripari termék előállításának tanulmányozása, kóstoló programokkal, ezek egyfajta gasztronómiai tematikus útnak is tekinthetőek (sajttúrák, teautak, csokoládé utak, Whisky-túra, stb.)
- 4, Gasztronómiai fesztiválokra való részvétel
- 5, Főzőkurzusokra való részvétel

A felsoroltakon kívül napjainkban olyan különleges kínálat is megjelenik, mint például a gasztro-színház, ahol éttermekben, miközben a vendégek ebédjüket, vacsorájukat fogyasztják, az asztalok között zajlik a színházi produkció. Természetesen nem öncélúan, hanem a témához, tartalomhoz igazodóan.

A lakásétterem szintén új elem a turisztikai kínálatban, jóllehet a fogalom az 1990-es évek óta ismert, gyökerei Kubába vezetnek. Először itt nyíltak illegális családi étkezdék, később Spanyolországban, majd New York-ban is egyre bővült ez a kínálat. Magyarországon 2007-ben nyílt meg az első lakásétterem Budapesten. Manapság amatőr vagy profi szakácsok készítik az ételeket, s az a cél, hogy a vendég ne csupán különleges gasztronómiai élményhez jusson, hanem, hogy az adott „lakáson” keresztül bepillantást nyerjen a helyi lakosság életébe is.

3. OLASZORSZÁG MINT A GASZTROTURIZMUS MEGHATÁROZÓ DESZTINÁCIÓJA

Méltán mondhatjuk, hogy Olaszország mind a turizmus, mind a gasztronómia területén jelentős tradíciókkal és óriási értékekkel rendelkező nagyhatalomnak számít. Főiskolánk - immár tradicionálisan - minden évben tanulmányi kirándulást szervez hallgatóink és oktatóink számára Olaszországba. Ilyenkor a résztvevők izgatottan várják, nem csak a felejthetetlen látnivalókat, de az olasz konyha finomságait is.

Olaszország minden szempontból kiváló úti célnak számít, lett légyen szó örökség-, üdülő-, kulturális, sport-, falusi-, gyógy-, vagy éppen gasztroturizmusról. Kevés ország dicsekedhet olyan kiváló turisztikai adottságokkal, mint Itália. Szerencsés földrajzi fekvésének köszönhetően, több mint 3000 km hosszú tengerparttal rendelkezik. Magáénak mondhatja a Földközi-tenger két legnagyobb szigetét, Szicíliát és Szardíniát, számos kisebb, de a turisták által nem kevésbé kedvelt szigetet, mint például Elba, Capri, Ischia, Stromboli stb. Északon az Olasz-Alpokban, a francia határon található Európa legmagasabb hegycsúcsát, a Monte Biancót (4810 m), Dél-Olaszországban pedig földrészünk legnagyobb működő vulkánját, az Etnát (3200), a festői Vezúvot (1270 m) és az állandóan füstölgő, kicsi Strombolit. Édesvizű tavai (Lago di Garda, Lago Maggiore, Lago di Como) fürdésre és vízisportokra egyaránt alkalmasak. Az ország az erőteljes vulkanikus és posztvulkanikus tevékenységnek köszönhetően termálvizekben és gyógyfürdőkben is igen gazdag. Mindezekhez a páratlan természeti adottságokhoz járul a több mint 3000 év alatt felhalmozódott hatalmas kulturális örökség, amely mágnesként vonzza a látogatókat, akiket antik romvárosok (Agrigento - Templomok-völgye, Siracusa, Pompei, Ercolano stb.), a középkor hangulatát árasztó városközpontok (Velence, Firenze, Siena, Pisa, Lucca, Bologna, Verona, Padova, Ferrara stb.) és kisvárosok (Assisi, San Gimignano, Orvieto, Cefalú, vagy éppen az Örök Város (Urbi aeterna): Róma várnak.

Itt található a világ legjelentősebb múzeumi gyűjteményei közül is jó néhány, pl. Vatikáni Múzeumok, firenzei Uffizi Képtár, Nápolyi Archeológia Múzeum, velencei Szépművészeti Múzeum stb.

Mindehhez kapcsolódik még a kellemes, az Alpokat leszámítva, mediterrán éghajlat, a hosszú, márciustól október végéig tartó idegenforgalmi szezon.

Nem beszéltünk még az olaszokról mint vendéglátókról, akik barátságosak és vendégszeretőek, és a római ősöktől örökölt fantasztikus mediterrán életöröm árad belőlük. A turizmus terén azt mondhatjuk, Olaszország sajátos helyzetben van, a bőség zavarával küzd.

Az idegenforgalmi bevételek Olaszország GDP-jén belül mintegy 7-8%-ot tesznek ki, de ne feledjük, az ország a világ egyik legfejlettebb gazdasága, a G8 csoport tagja. Ez azonban meglehetősen egyenetlenül oszlik el, hiszen a fejlett gazdasággal bíró Észak- és Közép-Olaszországban, a tengerparti üdülőhelyeket leszámítva, az emberek nagy része nem a turizmusból él. Észak- és Közép-Olaszország városai az év 9 hónapjában szinte fuldokolnak az őket ellepő turistaáradattól. Nem véletlen, hogy itt újabban mindent elkövetnek, hogy a látogatók számát korlátok között tartsák, indirekt módon valamelyest visszaszorítsák (idegenforgalmi adók, autóbusz-forgalom korlátozása, vagy teljes kitiltása, számos korábban ingyenes attrakció, vagy szolgáltatás fizetőssé tétele stb.)

Ezzel szemben Dél-Olaszország a „Mezzogiorno” igencsak rászorul a turizmusból származó bevételekre, ezért mindent elkövetnek, hogy odacsábítsák a vendégeket. Nápolytól délre az autópálya ingyenes, nincsenek azok az adók, vagy illetékek, amelyeket északon fizetni kell, és a turisták autóbuszai is szabadabban mozoghatnak.

A fentiekből következően a gasztronómiai tényező perspektivikusan inkább a Dél turizmusában jelentkezhetsz turista csalogatóként. Olaszország a gasztronómia terén is nagyhatalomnak számít. Az olasz konyha méltán világhírű. A világ öt kontinensének számos

városában az olasz éttermek a legkeresettebbek közé tartoznak. Az olasz konyha igen változatos. Minden régióknak megvannak a tipikus fogásai, és az ételek sajátos elkészítési módja, melyeket elsősorban az adott helyen termelt élelmiszerek határoznak meg. Az észak-olasz konyha sok vaját és rizst használ, és itt több húst esznek, és jóval kevesebb halat. A közép-olasz régiókban az ételeket szinte kizárólag olíva olajjal főzik, akárcsak délen, sok kenyeret és tésztát esznek, míg délen és a szigeteken nagyon sok halat, tenger gyümölcseit, rizst, zöldséget és gyümölcsöt fogyasztanak. Az olasz konyha világhírét minden bizonnyal a tésztaféléknek köszönheti, amelyet ők általában leves helyett esznek tavasztól késő őszig. Ismerik a húslevest („brodo”), zöldséglevest („minestra”), hallevest („zuppa di pesce”), de nagyon ritkán fogyasztják, nyáron szinte sohasem. A világszerte ismert spagetti északon született: Bolognában, Milánóban, Velencében. A hosszúmetélt: fettucine, rövid metélt: tagliatelle és a penne közép-olasz találmány. A makaróni és a lasagne viszont kétségtelenül dél-olasz eredetűek. A pizzát egész Olaszország magáénak vallja, elődjét a régészeti leletek tanulsága szerint már az ókorban is sütötték, a termopóliumokban, az akkori gyorséttermekben.

Az olasz étkezés fontos kiegészítői a kiváló sajtok (parmezán, gorgonzola, pecorino, bel paese stb.), valamint a desszertek (pl. a szárd eredetű tiramisu, amelynek jelentése „dobj fel engem”, valamint a világszerte kedvelt fagyaltok. Az olasz konyha másik világszerte ismert jellemzője a bármely nyelvre nehezen fordítható „cuocere al dente” (fogra főzni), ami azt jelenti, hogy semmit nem főznek egy másodperccel sem tovább, mint amikor már nem nyers, és még őrzi eredeti állagát, a vitaminokat, ásványi anyagokat stb. Ezért egyes külföldiek olykor keménynek találják az olasz ételeket. Az étkezésekhez kitűnő olasz borokat kínálnak (Olaszország bortermelésben a mennyiség tekintetében világelső). Ezek közül talán legismertebbek az északi Lambrusco, és Sangiovese, a toszkán Chianti, a déli Lacrima

Christi, valamint a szicíliai Corvo, Messiás. Az étkezéseket pedig mindig kitűnő minőségű kávéval zárják.

Az olaszok nagyon megadják az étkezések módját, ha valami nem friss, hanem fagyasztott áruból készül, azt fel kell tüntetni az étlapon. Egyes városkákban, vagy nagyvárosok negyedeiben egy-egy népszerű szent, vagy éppen a város védőszentje ünnepén utcabálokat és gasztronómiai bemutatókat tartanak. Ilyenkor a környékbeli termelők hozzák a kóstoló: sonkát, sajtot, kolbászt, süteményeket, bort, amelyeket kiraknak az asztalokra, és azokból mindenki ingyen fogyaszthat. (Rómában ilyenek a Via Giulia napok május utolsó hetében.)

4. A HAZAI LAKOSSÁG VÉLEMÉNYE A GASZTRONÓMIA ÉS TURIZMUS KAPCSOLATÁRÓL

4.1 A kutatás módszere

A gasztronómiai hazai jelentőségének elemzéséhez egy 300 fős mintán végzett kutatást végeztünk, mely részben online, részben véletlenszerű, szóbeli megkérdezés segítségével zajlott. A megkérdezés időpontja: 2012. októbere.

A megkérdezés célja annak felmérése volt, hogy a belföldi lakosság mennyire tartja fontosnak egy adott desztináció gasztronómiai kínálatát az utazásaik során, illetve a mindennapi életükben, lakóhelyükön keresik-e a gasztrnómiai fesztiválokat. A vizsgálata során igyekeztünk felmérni a hazai lakosságban a magyar gasztrnómiáról kialakult imázst is, hiszen, illetve azt, hogy a nemzetközi konyhák közül melyek azok, melyek a legnagyobb hatást tették rájuk, és melyeket a mindennapi, otthoni étkezéseik részévé tettek. A kutatás során összehasonlításokat végeztünk a Torkos Csütörtök népszerűségéről³⁴, valamint a lakosság kulturális fogyasztási

³⁴ Gondos Borbála – Hercz Ágnes: A gasztronómiai rendezvények hatásai a Torkos Csütörtök vendégkörének elemzése alapján (Turizmus Bulletin, XIV. Évf. 3.)

szokásairól³⁵ végzett 2010-es felmérésekkel, illetve a 2005-ös, a hazai lakosság fogyasztási szokásait és gasztronómiai imázs³⁶ vélekedését vizsgáló kutatással.

4.2 A kutatás eredményei

A kutatási eredmények alapján általánosan levonható következtetés, hogy a gasztronómia, mint téma a válaszadók jelentős részének gondolatait megmozgatta. A témához való kötődés lehet az egyik legfőbb magyarázata annak, hogy a kifejtendő kérdések jelentős részét is megválaszolták a kitöltők, sokan a rendelkezésre álló helynél jóval hosszabban fejtették ki véleményüket, és ezek a vélemények valóban a téma feldolgozása szempontjából relevánsnak tekinthetőek. Ebben a tekintetben nem mutatható ki jelentős különbség demográfiai tényezők alapján sem, talán csak annyi, hogy a fiatalabbak (18-39) hajlamosabbak voltak kerek mondatokkal, egész bekezdésekkel válaszolni a kérdésekre, míg a közép-és idősebb korosztály inkább rövid, tömör kulcsaszavakat használt a válaszadás során.

4.2.1 Gasztronómia szerepének megítélése

A kérdések első csoportja arra vonatkozott, hogy mennyire tartják fontosnak az adott desztináció gasztronómiai kínálatát az utazás tervezése során, utaznak-e kimondottan gasztronómiai céllal, illetve mely ország esetében tekintik a gasztronómiát kimondottan a turisztikai vonzerő részének. Ugyancsak ebben a kérdéskörben vizsgáltuk a különböző gasztronómiai fesztiválok ismertségét, népszerűségét is.

Habár az utazásoknak csak alig több mint 40%-ánál játszik szerepet a desztináció kiválasztásában a térség gasztrokulturális kínálata, és 30% alatt van azok aránya, akik kimondottan egy fesztiválon való részvétel céljából kelnek útra (ők is az esetek 80%-ában

³⁵ Hercz Ágnes: A kulturális tevékenységek megjelenése a mindennapokban és az utazási motivációkban (Határok nélküli Tudomány, 2011)

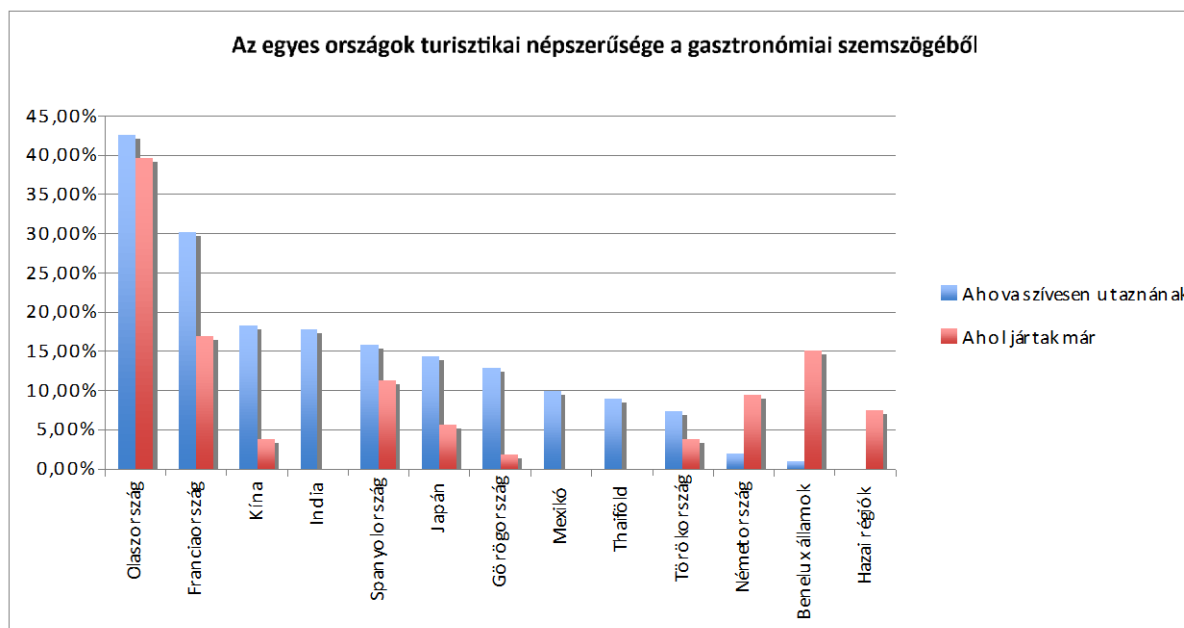
³⁶ M.Á.S.T. Piac- és Közvéleménykutató: A magyar lakosság étkezési és alkoholfogyasztási szokásai és Magyarország gasztronómiai imázsa 2005-ben (Turizmus Bulletin, 2006/1. szám)

belföldi helyszíneket keresnek fel), mégis azt tapasztaljuk, hogy a gasztronómiai, a kulináris értékek meghatározóak az utazási élmény, és a hazahozott emlékek tekintetében is. Ezt igazolja, hogy a válaszadók 85%-a fontosnak tartja utazásai során, hogy a felkeresett régió ízeivel megismerkedjen, sőt közel 40%-uk akár extrém ételek és italok megkóstolására is vállalkozik, és 45%-uk számára jelentett már olyan kulináris élményt egy-egy utazás, hogy az ott megismert ételeket vagy italokat az itthoni kínálatukba is felvették.

Az első vizsgált kérdéskör arra kereste a választ, hogy mely országok gasztronómiai kínálat tekinthető egyben turisztikai attrakciónak is. Két kérdést tettünk fel ezzel kapcsolatban a válaszadóknak, egyrészt, hogy volt-e már olyan utazásuk, melyet kimondottan a felkeresett térség gasztronómiai kínálata motivált, illetve hogy ha szabadon utazhatnának, mely térségeket keresnék fel annak gasztronómiai értékei miatt. Habár az első két helyet mindkét kérdéskörben Olaszország és Franciaország foglalja el, a következőkben a kép sokkal árnyaltabb a megvalósult és az „álom” utazások tekintetében.

Az országok gasztronómiai rangsorát magasan vezeti Olaszország, ahova a megvalósult gasztronómiai célú utazások 39,6%-a irányult, és mely a megkérdezettek 42,6%-ának legfontosabb gasztronómiai desztinációja lenne egy jövőbeli utazás során. Franciaországnál már sokkal nagyobb az eltérés, hiszen a megvalósult utazások 17,0%-a, míg a tervezett utazások 30,2%-a irányulna ide. A grafikonon jól látszik, hogy a jövőbeli elképzelésekben az első két helyezett utána lapvetően olyan távoli desztinációk következnek (Kína, India, Japán, Mexikó, Thaiföld), melyek valóban híresek kulináris kínálatukról, és melyek közé már csak két európai ország, a szintén egyedi konyhával rendelkező Spanyolország és Görögország tudott bekerülni.

Ha a megvalósult utazásokat tekintjük, akkor itt az európai desztinációk dominanciájával találkozhatunk, a már említett térségeken kívül a Benelux államok (15,1%) és Németország (9,4%) kerültek be az első öt rangsorába.



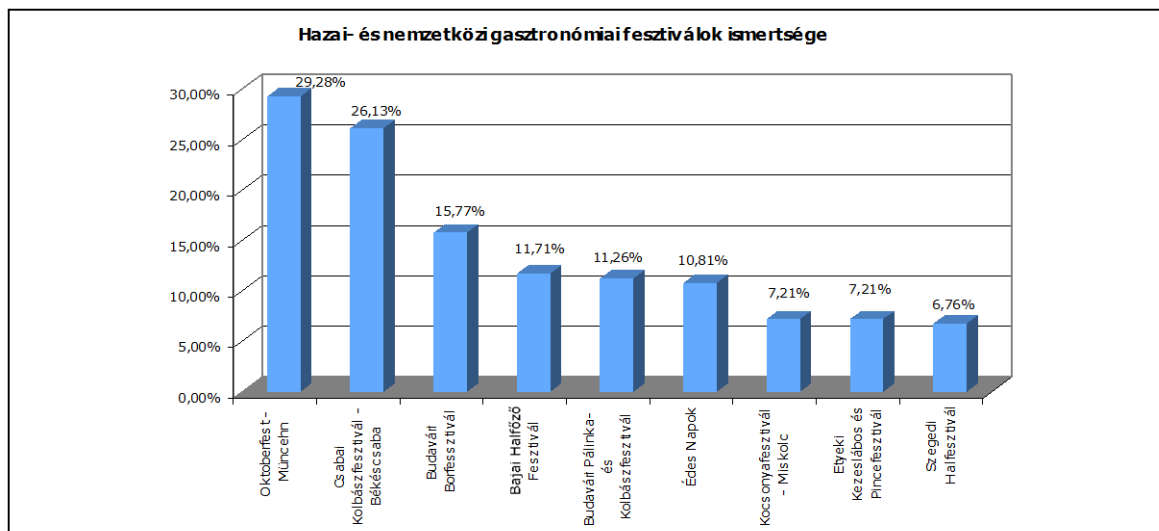
Forrás: Kutatási eredmények alapján, saját szerkesztés

Mindenképpen említést érdemel Magyarország említése, hiszen a válaszadók 7,6%-a – habár a kérdés elsősorban a külföldi országokra vonatkozott – fontosnak tartotta megemlíteni, hogy hazánk bizonyos régióit és borvidékeit is felkereste már kimondottan a térség étel- és italkínálatának megismerése céljából.

Ugyancsak az olasz konyha vezet a rangsort abban a vizsgálatban is, hogy mely utazásoknak köszönhetik legtöbbet a magyar turisták. Az olaszországban megszerett ízek közül a borok és habzóborok, a Limoncello, az olasz sonkák és tészták kerültek be a válaszadók 20%-ának otthoni asztalára, míg 17% esetében a görög konyha ízei lettek itthon is keresettek (ouzo, tzatziki, muszaka). Ugyancsak 5% feletti említést kaptak az indiai ételek (melyeket sok esetben nem Indiából, hanem más ország indiai étterméből ismerik a turisták), és az Erdélyi konyha ízei is (padlizsánkrém, sült paprika, stb.). Sokan említették az italok közül a Sangriát és a Metaxát, az ételek közül a különböző sajtkülönlegességeket (kemény sajtok, francia sajtok, holland sajtok...), a tengeri halakat- és egyéb tenger gyümölcseit, a csevapsicsát, a bajor kolbászokat, az osztrák gőzgombócot, valamint az olivaolajat és olajbogyót, az oregánót is.

4.2.2 Gasztronómiai fesztiválok ismertsége

A megkérdezettek körében a legismertebb fesztiválok Magyarországhoz kötődtek, csupán egyetlen olyan nemzetközi fesztivállal találkoztunk, mely alapvetően országrszerte ismertnek tekinthető hazánkban, ez a Münchener Sörfesztivál, azaz az Oktoberfest. Habár a fesztiválok összesített rangsorát látszólag ez utóbbi vezeti, a kép mégis csalóka, hiszen a válaszadóknak számos hazai fesztivál közül kellett választaniuk az elsőket ami eszükbe jut, míg külföldi fesztivál összesen 15 került megnevezésre a közel 600 említés között. A belföldi fesztiválok közül összességében 137 különböző rendezvényt nevesítettek a válaszadók. A legismertebb fesztiválok rangsorát az alábbi táblázatban szemléljük.



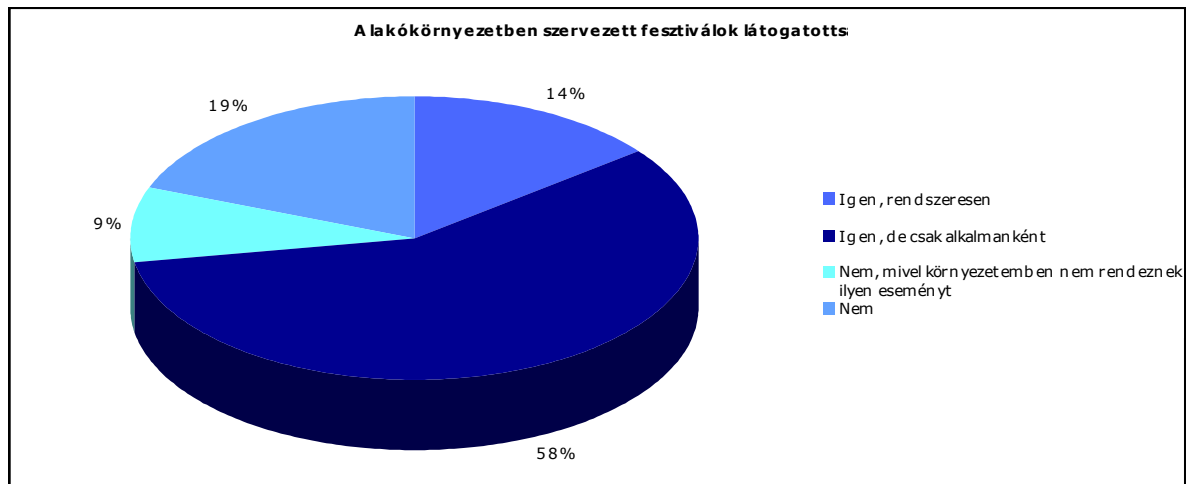
Forrás: Kutatási eredmények alapján, saját szerkesztés

4.2.3 Gasztronómiai fesztiválokra való részvétel

A kérdések második körében azt vizsgáltuk, hogy a válaszadók mennyire aktív látogatói a különféle gasztronómiai eseményeknek, fesztiváloknak.

Mivel a hazai települések jelentős részén (kisebb települések esetében esetleg csak annak közvetlen környezetében), rendeznek valamilyen gasztronómiához kötődő fesztivált, így

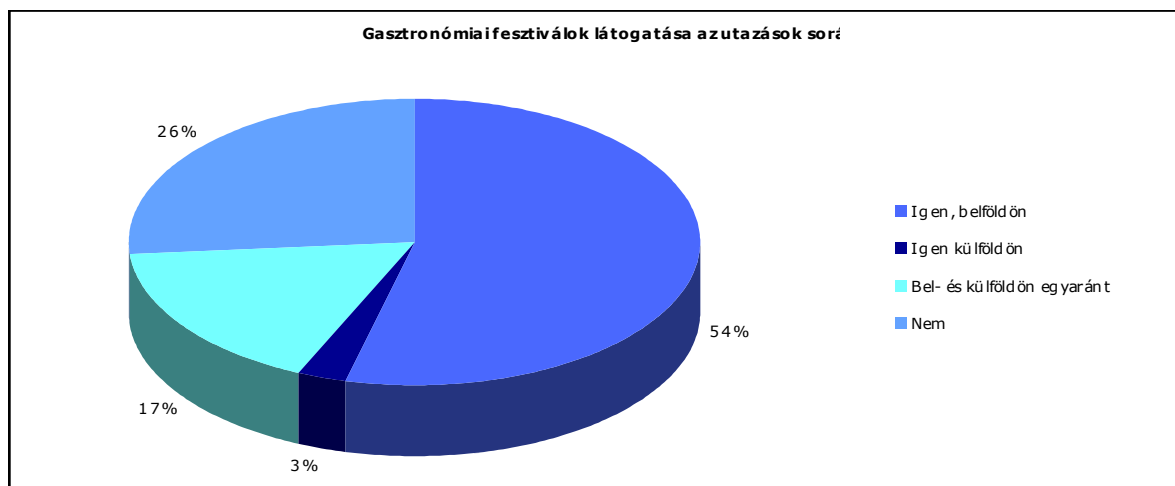
először a közvetlen környezetben megtartott események látogatottságára kérdeztünk rá. A válaszokat az alábbi ábrán szemléltetjük.



Forrás: Kutatási eredmények alapján, saját szerkesztés

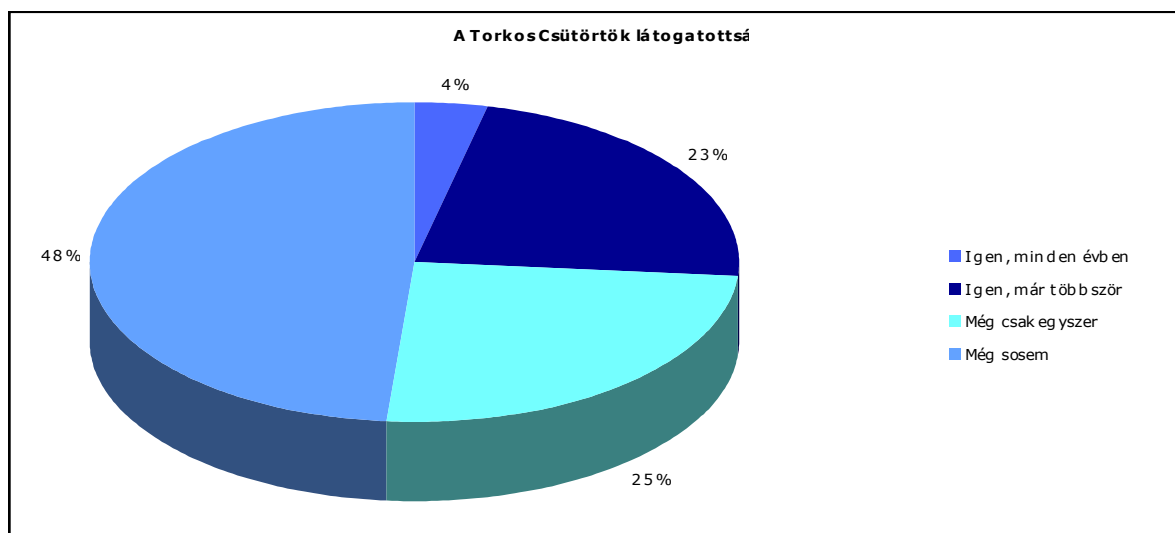
Ahogy a diagramon is látszik, lakókörnyezetének fesztiváljait, rendezvényeit a megkérdezettek 72%-a látogatja, és csupán 19% válaszolta azt, hogy habár vannak ilyen események, ezeket sosem keresi fel.

A kérdés második felében arra kérdeztünk rá, hogy utazási során, lakóhelyétől távolabb látogatja-e a bor- és gasztronómiai rendezvényeket. Ahogy az alábbi ábrából is látható, a turizmus és gasztronómiai fesztiválok látogatottsága szoros összefüggést mutat, csupán a válaszadók egynegyede nem keresett még fel kulináris rendezvényt utazásai során. A többség természetesen a belföldi rendezvényeket látogatja (71%), de a megkérdezettek 20%-a már külföldön is vett részt ilyen rendezvényen. Érdekesség, hogy még azok sem neveztek meg minden esetben nemzetközi fesztivált a szabad említések során, akik egyébként már saját maguk is vettek részt ilyen eseményen. Ennek magyarázata lehet az is, hogy ők belföldön is több fesztiválon vettek már részt, így – mivel csak 3 fesztivál megnevezésére kaptak lehetőséget – a belföldi kínálatból is sokkal nagyobb választék állt rendelkezésükre.



Forrás: Kutatási eredmények alapján, saját szerkesztés

A gasztronómiai események között, immár évek óta nagy népszerűségnek örvend a számos településen megrendezett Torkos Csütörtök. Az esemény látogatottságát, ismertségét már több kutatás is vizsgálta, mi most itt csak az esemény látogatásának gyakoriságára kérdeztünk rá. A jelentős árkedvezményeket biztosító fesztivál népszerűségét mi sem jelzi jobban, mint hogy a válaszadóknak több mint fele (52%), már legalább egyszer részt vett ennek programján.

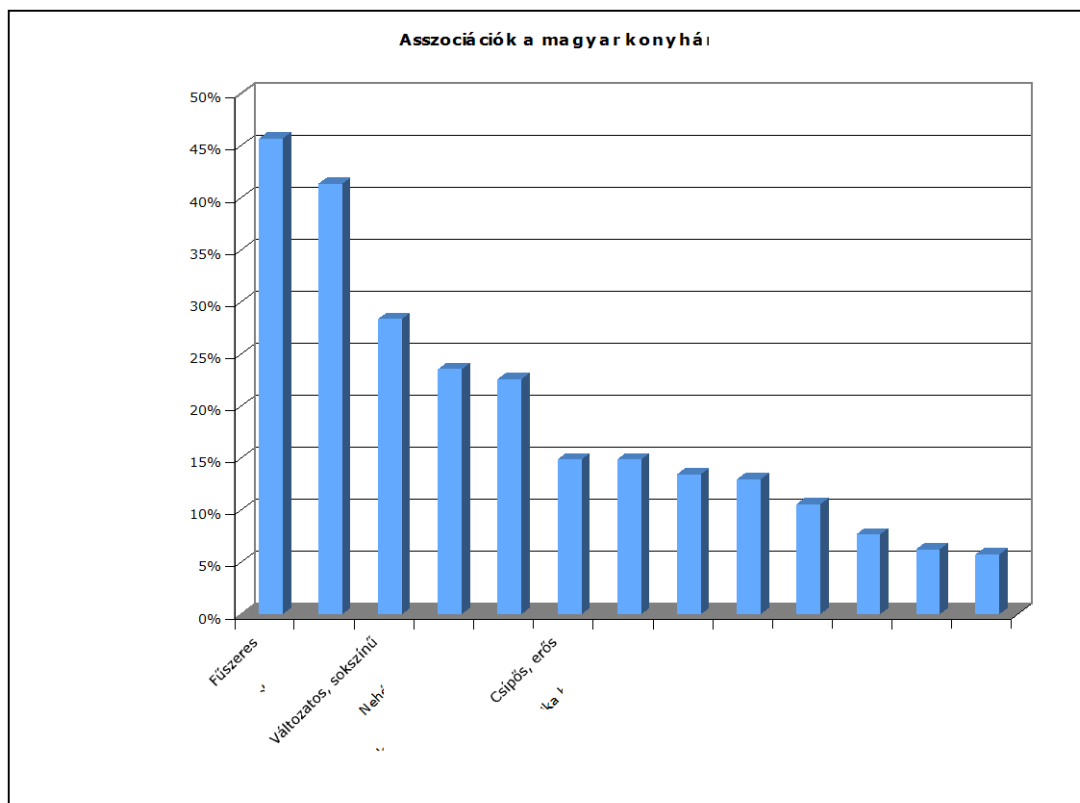


Forrás: Kutatási eredmények alapján, saját szerkesztés

4.2.4 A hazai gasztronómia megítélése

A megkérdezés során arra is kíváncsiak voltunk, hogy a hazai konyhát hogyan értékelik a megkérdezettek, hiszen a népszerűsítés egyik fontos záloga, hogy mi is megfelelően tudjuk „eladni” gasztronómiánk különlegességeit a külföldiek körében. Ha úgy érezzük a magyar konyha értékes, a külföldieknek érdemes megismerkednie vele, akkor tudjuk csak ezt megfelelően közvetíteni feléjük is, akkor van esélyünk étелеink és italaink népszerűsítésére is.

Éppen ezért öröndetes, hogy a válaszadók 95%-a úgy gondolja, hogy ajánlané a magyar konyhát külföldi vendégeinek. A szabad asszociációk során számos jelző elhangzott gasztronómiánkkal kapcsolatosan, a megkérdezettek 85%-a szavakban is megfogalmazta gondolatait, és átlagosan több mint 3 jelzöt is találtak a hazai ételek és italok jellemzésére. A leggyakrabban elhangzott kifejezéseket csoportosítottuk és az alábbi táblázatban mutatjuk be:



Forrás: Kutatási eredmények alapján, saját szerkesztés

Az ábrából is látszik, hogy továbbra is nehéz szabadulnunk azoktól a sztereotípiáktól, hogy konyhánk fűszeres, nehéz, csípős, paprikás-hagymás, de ennek ellenére azt mondhatjuk, hogy a felsorolásban a pozitív asszociációk dominálnak, konyhánkat ízletesnek, gazdagnak, változatosnak tartjuk, és jellemzőek ránk az ízletes borok és finom pálinkák is. Akik részletesebben is kifejtették véleményüket, sok esetben hangsúlyozták, hogy ellőnyösnek találják a házias ízek megjelenését a vendéglátóipari kínálatban, de egyre inkább találkoznak a megújítú törekvésekkel is. A megkérdezettek 2,5%-a már kifejezetten modernnek, megújulónak nevezte gasztronómiai kínálatunkat, ami azért előre vetíti annak lehetőségét, hogy szép lassan a világ is úgy gondoljon ránk, mint egy ízeiben hagyományörző, de alapanyagaiban, technológiájában modern konyhára.

Végezetül azt is megkérdeztük, vajon hová vinnék el külföldi vendégeiket azok, akik a magyar agsztronómiával szeretnék őket megsimertetni. A válaszok között egyértelműen a borvidékek dominanciája figyelhet meg (Tokaj – 36,4%, Eger – 27,3%, Villány – 21,7%, Badacsonyi Borvidék – 11,2%), melyeket akár egy borút program, akár egy szüreti fesztivál, vagy csak egy egyszerű pincelátogatás keretében mutatnának be az érdeklődőknek, egyéb gasztronómiai fesztiválra 30% kísérné el szívesen külföldi vendégeit, míg 8,6% az alföld gasztronómiáját, egy-egy hagyományos magyar csárdát mutatna meg, és halételekkel népszerűsítenié kulináris értékeinket a válaszadók 8,1%-a. Régióink közül az Alföld mellett a Balaton-felvidék (6,6%) és az Őrség lenne még alkalmas arra, hogy koncentrált kínálatával bepillantást engedjen hazánk kínálatába. A legismertebb vendéglátóhelyeink nem kerültek fel erre a listára, éttermeink közül a legtöbb említést a Trófea Grill hálózata kapta (3%).

5. ÖSSZEGZÉS

Ahogy a tanulmányból is kiderült, a gasztronómia és turizmus kapcsolata napjainkban egyre sokoldalúbbá válik. Az étkezés, a kultúrált italfogyasztás, a kóstolók, a gyártási/készítési folyamatok megismerése, más népek kulináris kínálatának megismerése, és ételkészítési

módjainak elsajátítása csakúgy önálló turisztikai terméké váltak, mint a különböző gasztrokulturális fesztiválokon való részvétel. Napjainkban a turisták többségének fontos, hogy utazásai során minél közelebb kerüljön a felkeresett desztináció népességének kultúrájához, melynek a gasztronómia is szerves részét képezi.

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, megvásárolható ajándékok között. Hiszen a megsimert, megkedvelt ízek egy-egy különleges csomagolásban „tálalva” a legnépszerűbb ajándékok közé tartoznak. Salzburgból Mozartkugel nélkül hazatérni szinte ugyanannyira elképzelhetetlen, mint Észak-Olaszországból Parmezán, vagy Tokajból egy üveg Tokaji nélkül. Éppen ezért a kulináris értékek megfelelő „tálalása” az utazások során multiplikátor hatásai révén egy adott desztináció gazdaságának fejlődéséhez is hozzájárulhat.

Végezetül, a gasztronómia a turisztikai imáznak még azon turisztikai termékeknél is fontos részét képezi, melyek nem kimondottan a kulináris értékek megismerésére építenek. Ahogy kutatásunk is bizonyítja, a turisták jelentős része fontosnak tartja, hogy utazásai során a helyi ízekkel megismerkedjen, az utazási fotók között is egyre gyakrabban jelennek meg különféle megkóstolt ételek- és italok képei, egy-egy különleges tálalás, egy hangulatos vendéglátóhely. Így válnak lassan a turisták konyhánk nagyköveteivé, akik akarva-akaratlanul „nekünk dolgoznak”. Hazánkban jelenleg még nem tekinthető kiemelkedő jelentőségűnek a gasztronómiai turizmus, de lehetőségeink adottak arra, hogy a különleges ízek, helyi kultúra, jó borok és kiváló gasztronómiai szakemberek egyre változatosabb lehetőségekkel csábítsák ide a téma iránt érdeklődő bel- és külföldi látogatókat.

FELHASZNÁLT IRODALOM JEGYZÉKE

1. Dr. Jandala Csilla: A turizmus közgazdasági elemzése, egyetemi jegyzet, Veszprémi Egyetem, 2001
2. Communicating Heritage – A Handbook for the Tourism Sector, UNWTO, 2011
3. Global Report on Food Tourism, UNWTO, 2012
4. Együd Evelyn: Olasz-magyar gasztronómiai körutazás, szakdolgozat, Harsányi János Főiskola, 2011
5. Sustainable Culinary Systems: Local Foods, Innovation, and Tourism & Hospitality (Routledge Studies of Gastronomy, Food and Drink), Szerkesztők: C. Michael Hall, Stefan Gossling, Routledge, 2012
6. Sajna S. Shenoy: Food tourism and the culinary tourist, PhD Thesis, 2005. December
7. A Magyar Turizmus Zrt. Kutatási Csoportja. (2008). A 2008 évi Torkos Csütörtök akció fogadtatása. Turizmus Bulletin XII. évfolyam 1. Szám
8. Gondos Borbála – Hercz Ágnes: A gasztronómiai rendezvények hatásai – a Torkos Csütörtök vendégköreinek elemzése alapján, Turizmus Bulletin, kiadó: Magyar Turizmus Zrt., szerkesztő: Mester Tünde, XIV. évfolyam, 3. szám.
9. Hercz Ágnes: A kulturális tevékenységek megjelenése a mindennapokban és az utazási motivációkban, Határok nélküli tudomány: Kihívások és lehetőségek a tudományterületek határain, tanulmánykötet, kiadó: Harsányi János Főiskola, 2011.

A TERMELŐI PIACOK SZEREPÉNEK VÁLTOZÁSA A KERESKEDELMI ÉRTÉKESÍTÉS RENDSZERÉBEN

Bottyán László

Edutus Főiskola

Bevezetés

Sorra nyílnak hazánkban a termelői piacok, számukat nehéz meghatározni, de kb. 700 körül lehet. A piacok hatása így vagy úgy szinte mindenkinél jelentkezik. Úgy látszik, hogy a helyi termelés, feldolgozás és a közvetlen értékesítés mind a termelők, mind pedig a fogyasztók számára egyre fontosabb. Az egészséges termékek fogyasztása iránti igény vagy a termelői megélhetési nehézségek ösztönzik egy ilyen helyi piac kialakulását? És vajon jól működnek ezek a piacok, megtalálja-e mindenki a számítását? Ha igen, akkor kinek és mit kell tennie ahhoz, hogy ez a hagyományos kereskedelmi forma tovább éljen?

Többek között ezekre a kérdésekre igyekszik a tanulmány választ adni, közgazdasági, logisztikai és szociológiai megközelítés alapján.

Néhány elméleti kérdés

A piacokról írni nagyon nehéz, hiszen leginkább axiómaként kell értelmezni, miszerint a kereslet és kínálat közvetlen találkozásának a színtere. A helyi termelői piac fogalmára elfogadhatjuk a jogszabályban meghatározott meghatározást, amely szerint a helyi piacot leginkább a fekvése szerint minősíti (10.).

Mi mutathatná jobban a piac működését, ha nem egy termékpiac és ezen belül a termelői piac. A termelői piac egy koncentrált piac, ahol a kereslet és a kínálat elemei azonnal megmutatkoznak. A termelői piacon termelői árukat értékesítenek: zöldséget, gyümölcsöt, élőállatot, saját készítésű termékeket (szőnyeget, faárukat, bőrárukat, díszárukat, stb.).

A piacformák jellemzőinek leírása alapján egyértelműnek tűnik az a megállapítás, hogy a legtöbb termelői piac kompetitív jellegű, nem általánosítható, de mégis a termelői piacokra szokásos (érvényes) néhány jellemző, amelyeket érdemes megvizsgálni (1):

- Szereplők száma
- Hatás az árra
- Ki- és belépés a piacra
- Információáramlás
- Termék jellege

A szereplők száma szerint a termelői piac sokszereplősnek tekinthető. Egy kisebb községi piac esetén kevés számú (4-5 eladó kínálja a termékét) a nagyobb piacok esetén kb. 100 körüli lehet az eladók száma. Szempontunkból azt lenne célszerű megvizsgálni, hogy ki a tényleges termelő, aki a piacra viszi az áruját. Ennek a megállapítása azért nehéz, mert az adózási szabályok miatt az őstermelőket illeti meg a kedvező adózást érintő kedvezmény, aminek feltétele az őstermelői igazolvány. Őstermelői igazolvánnyal viszont sokan rendelkeznek, de érdekes ennek a megléte olyan esetben, amikor az eladandó áruk között pl. a banán is feltűnik. Nagyon nehéz a tényleges eladószámot meghatározni azért is, mert az időjárási körülményektől, ill. a termelt kultúra érési idejétől ez nagymértékben változó. Másrészt a

helyi piacokon a magyar hagyományoknak megfelelően a következő kínálati összetételt találjuk:

- őstermelő
- kereskedő mezőgazdasági termékekkel
- kereskedő ipari termékekkel
- vendéglátó vállalkozó
- alkalmi árus

Az adószabályok szigorodása (a számlaadási kötelezettség) abba az irányba változtatja a piacok összetételének a változása, hogy az őstermelők részarányának a növekedését eredményezi.

Vizsgálhatjuk az egyes termelők hatását az árakra, amely árelfogadó. Az árelfogadás azt jelenti, hogy a termelő mivel nem tudja az árakat egyedül befolyásolni, így kénytelen alkalmazkodni a piacon az adott időpontban kialakuló árhoz. Az azonos termékeknél az árak legkevésbé sem az önköltség alapján alakulnak ki, hiszen egy termelő általában nem végez részletes kalkulációt a termelés után, az értékesítés előtt.

Amit azonban mindenképpen figyelembe kell vennie, az a piac. Azaz mások mennyiért kínálják a terméket. Ez persze nem egy piacra lépés időpontjában lévő ár meghatározását jelenti, hanem egy hosszabb megfigyelési időszakot jelent, hiszen a termelőnek meg kell figyelnie az árak változását, amely az adott termék érési folyamatának, az időszak időjárásának az alakulásától függ, de az adott napi felhozatal is nagymértékben alakítja az árakat. Gondoljunk csak arra, hogy a csapadékosabb időjárás hátráltathatja a termék érését,

akadályozza a betakarítást, a betakarításkor a növény szennyeződhet és ez mindenképpen minőségromtó tényező.

Az ár meghatározásakor a termék piacon lévő mennyiségén kívül a minőséget is figyelembe kell venni. Sokkal jobban, mint más értékesítési viszonyok esetén. A termelő akár egymás mellett több, különböző minőségű árut is találhat, amelyet kézbe vehet, esetleg megkóstolhat, de mindenképpen alaposan megvizsgálhat.

A termék általában nem csomagolásban van, hanem a maga fizikai állapotában vizsgálható, még az áruismerettel különösen felvértezett vevők is megtudják állapítani az almáról, hogy mikor jó. Darabos, színezett terméket keresnek, amely sérülésmentesek és foltmentesek. Összehasonlítva az apró, zöld, sérült termékekkel nagy biztonsággal az előbbi terméket fogják választani. Mivel általában a mezőgazdasági termékek akár külső szempontból is jelentősen különböznek (nem beszélve pl. az ízről vagy a beltartalmi tulajdonságokról), az árak minden nehézség nélkül összehasonlítással könnyen kialakíthatók. Tehát a piacra árut szánó kereskedő egy egyszerű áralakítással gyorsan betudja sorolni az ár alapján a saját termékét.

Sokszor azt tapasztalhatjuk, hogy egy piaci napon belül, a piaci értékesítési időn belül is jelentősen változik a termékek ára, általában csökken a nyitvatartási idő vége felé, hiszen a termelők ha betakarították a terméket, akkor már nem akarják visszavinni. Gyakran nagy kárt is jelentene, hiszen pl. a fejes saláta néhány órán belül jelentősen veszít az értékéből, mert a minősége ugrásszerűen csökken.

A termelői piacra történő ki- és belépés meglehetősen könnyű. Általában a piacon nehezen meghatározható, hogy kik azok, akik olyan termelők, akik állandóan résztvevői a piacoknak. Olyan termékkel valószínűleg kevesen jelennek meg a helyi termelői piacon, amely egész évben értékesíthet pl. tejtermék, méz. Mivel a piaci részvétel különleges eszközöket nem

igényel (az asztal rendelkezésre áll, regisztrációs számot és adószámot egyébként is ki kell váltani, nyugtatomb vásárolható, mérleg sok helyen bérelhető), így a megtermelt termékek bármikor a piacra vihetők.

A helyi termelői piacon az információáramlás szabad. A piacon közvetlen kapcsolat alakul ki a vevők és a termelők között. A piac egy közösségi tér, ahol a fogyasztók nagy része a termelőkkel szívesen beszélget, hiszen gyakran ismerősök találkoznak egy ilyen piacon. A termelő megtudhatja az előző értékesítésének a tapasztalatait, amit a termelés során felhasználhat. Nincs még egy ilyen értékesítési mód, ahol ilyen jelentős a személyes kapcsolat fontossága. Még sok kereskedelmi értékesítésben sokat költ a kereskedő a vevői igények megismerésére, mert különböző piackutatási módszereket alkalmaz, addig a termelői piacon egyszerű szóbeli kommunikációval a vevői igények kideríthetők.

A termék jellege szerint homogénnek tekinthető. Ugyancsak hivatkozva a helyi termelői piac jellemzőire, területileg fővárosi, megyei és 40 km-es körzetben regionális vonzata van. Tehát regionálisan az adott területen termelt, ill. a termelés után tárolt termékeket kínál minden termelő. Természetesen fajtabeli, ill. minőségbeli különbségek lehetnek.

A piaci termelés tárgyi feltételei

Termelői piac bárhol kialakulhat, spontán módon is. Az önkormányzati törvény (9) viszont az önkormányzatok számára lehetővé teszi a termelői piac kialakítását, ahol erre igény van. Egyes önkormányzatok sokat is költöttek, költenek erre.

A piacok települési elhelyezésére sok lehetőség adott: egyes önkormányzatok a település frekventált helyén, mások pedig inkább a település perifériális területén alakítják ki. Erre

sokszor az a magyarázat, hogy a régi időktől fogva azon a területen tartották a vásárokat és mostanra ez a szintér megmaradt. Ma már az az igazság, hogy a vásárok és a piacok közötti éles határ elmosódott. Léteznek még az országos állat- és kirakóvásárok, de ezek leginkább az ún. nagyállatok (sertés, juh, kecske, ló, kutya) értékesítésére szerveződnek, kevésbé jelentős a zöldség-gyümölcsfélék értékesítése és nem is a napi ellátást tűzik ki célként. Ezek a vásárok gyakran a történelmi időkben kijelölt helyen létesültek és működnek azóta is. A sokszor eléggé beépített települési központok nehezen is tudnának egy külső részen kialakított piacot befogadni.

A piac tárgyi feltételeit tekintve találkozhatunk nyitott piaccal, félig fedett piaccal és fedett piaccal.

A nyitott piac esetén sokszor csak az önkormányzat által biztosított területtel találkozunk minden egyéb eszköz biztosítása nélkül. Egyes helyeket rögzített asztalok állnak rendelkezésre, máshol esetleg az asztalokat esővédővel védik. Néha a területet körbekerítik.

A félig fedett piacok esetén a piaci terület egy része vagy teljes területe fedett, de nem fűtött, ill. temperált, nem biztosít a szélsőséges hőmérsékleti viszonyok között megfelelő körülményeket.

A fedett piacok esetén, mintha bevásárló központba járnánk, jóleső hőmérséklet, világítás, burkolt, kövezett utak.

Egy önkormányzat mindig nehéz helyzetben van, egyrészt kötelezettséget jelent a piac, másrészt pedig némi bevételt hoz. Általában nem nevezhető a termelői piac fenntartása nyereséges üzletnek. Bevételeként a „helypénz”-nek nevezett tételből kell a költségeket

fedezni. De hát ha a piacot önkormányzati intézményként működtetik akkor nem is ez a fontos, hanem az önkormányzati igények kielégítése.

A termelői piacok fenntartása

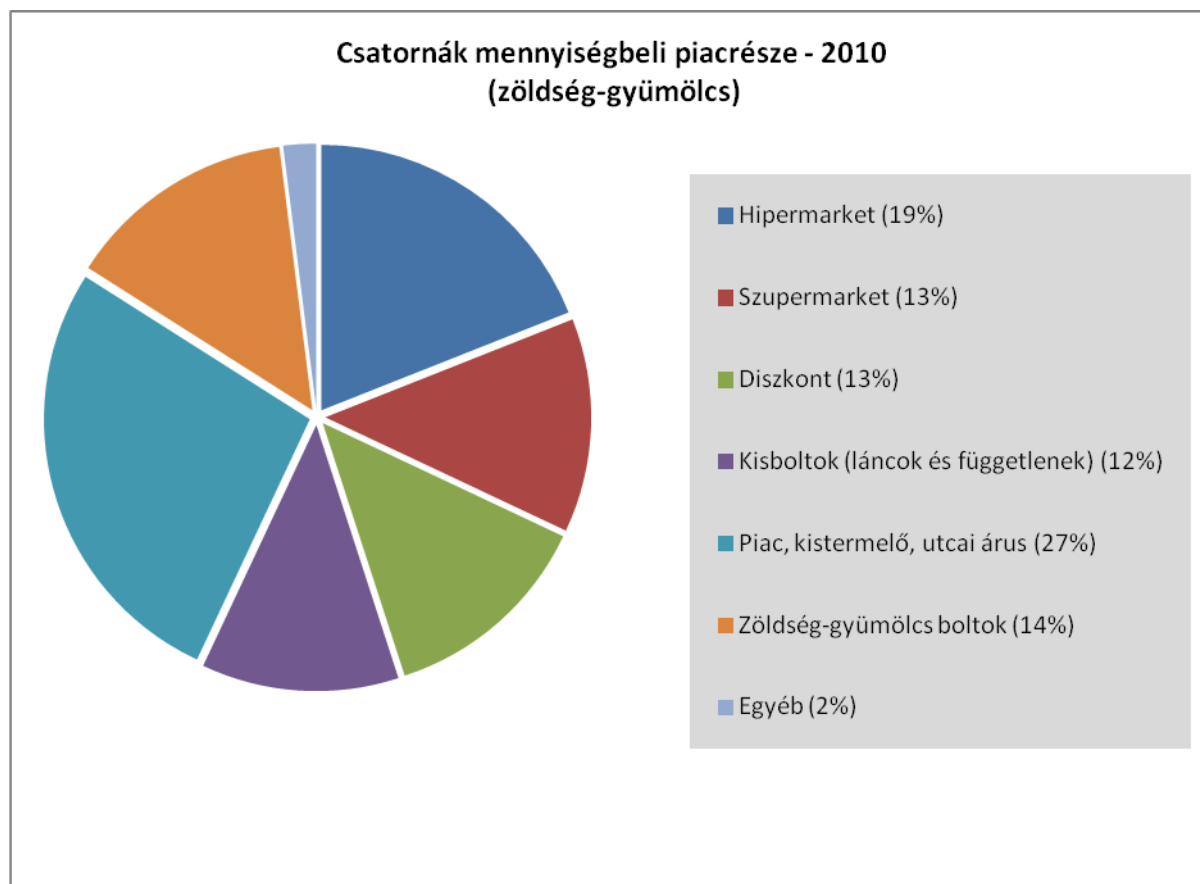
Az előzőekben már ismertettük, hogy a termelői piacok kialakítása önkormányzati feladat, amely azonban szinte egyáltalán nem nyereséges tevékenység. Az önkormányzatok ezért egy átlagos színvonalú piacot igyekeznek kialakítani, ennek a fejlesztése ritkán tartozik a legfontosabb célok közé.

Néhol civil kezdeményezésre is történhet piac kialakítás, mint ahogy főleg Budapesten látunk erre néhány példát (pl. Kossuth Lajos téri piac péntekenként a Néprajzi Múzeumnál).

Egy kormányrendelet (11) meglehetősen pontosan szabályozza a helyi termelői piac létrehozásának, ill. üzemeltetésének szabályait. A helyi termelői piacra vonatkozó szabályozó eszközök a jogszabályokon túl az önkormányzatok kezében vannak.

„Fontosak-e még a hagyományos vásárlási helyszínek?” teszi fel a tanulmányában az egyik gazdasági kutató cég (5). 1997-ben a hipermarketek csak 2%-át adták a hazai lakossági kiadásnak addig az utóbbi években ez az arány stabilan 25% körül van (5).

A friss zöldség-gyümölcs vásárlások megoszlása a kereskedelmi csatornák szerint (mennyiség alapján, százalékban) az 1. ábrán látható.



Forrás: GFK felmérése alapján (5) saját szerkesztés

1. Ábra

Csatornák mennyiségbeli piacrésze 2010-ben

Az ábrából – bár nem dinamikus a megjelenítés – de mégis látható, hogy az összes értékesítés kb. negyede még a piachoz köthető, sőt ha ennek az adatnak és a zöldség-gyümölcs boltoknak az forgalmát összegezzük, akkor a zöldség-gyümölcsértékesítési mennyiség közel fele ún. szakértékesítő rendszeren keresztül kerül a vásárlókhöz.

Ezt az arányt tartanunk kell a következők miatt:

- A termelői piac az adott régió termelt termékét mutatja be, így biztosítva választékot a vevőknek.

- Hozzájárul a regionális termelési érték megtermeléséhez, közvetve az adott régió fejlődéséhez.
- A helyi piacokhoz kapcsolható foglalkoztatás önfoglalkoztatás fontos tényezője.
- A helyi termelői piac esetén a piac közösségfejlesztő szerepe mindenképpen jelentős.
- A termelők a fajta génmegőrzésében, de a nemesítésben is kiemelkedő szerepet játszanak.
- Mivel nincs hosszú szállítási idő és a betakarítás is optimálisan megválasztható, ezért a termelt termékek minősége sokkal jobb.

A termelői csoportok

A Vidékfejlesztési Minisztérium honlapja szerint 2012. szeptember 30-án Magyarországon 246 termelői csoport működik. De mi is az a termelői csoport? A termelői csoportok termékekre, termékcsoportokra szerveződő olyan együttműködések amelyek tagjai, mezőgazdasági, erdészeti vagy halászati tevékenységre épülve kölcsönösen segítik egymás termelői, forgalmazói és értékesítési tevékenységét. Számos jogszabály lehetővé teszi, ill. serkenti a termelői csoportok létrehozását.

A termelői csoportok létrejöttének számtalan előnye van:

- Elvi megközelítés, hogy az uniós csatlakozási szerződésben vállaltuk, hogy segítjük a termelői csoportok létrejöttét.
- Támogatási lehetőséget biztosítanak a tagjaik részére a termelői csoportok két területen: egyrészt a támogatási kérelmek beadásával egy ötéves időszakra vonatkozó támogatás, a kifizetési kérelem beadásával pedig a második évtől kezdődően évi támogatás igényelhető.

- A termelői csoportok megtanítják azt a tagokat az együttes felelős gazdálkodásra.
- Információáramlást biztosítanak, amelyek segítségével a gazdálkodók az egyéni fáradságos és költséges információ megszerzési folyamatot egyszerűsíthetik.
- Megismerhetik azokat a korszerű termelés technológiai módszereket amelyekkel nagyobb termékmennyiséget, jobb minőséget, optimális fajtaválasztékot, hatékony és eredményes gazdálkodást lehet folytatni.
- Az értékesítési lehetőségek segítségével biztosabb pozíciót érhetnek el a piacon.

A magyar agrárfejlesztés területén természetesen nem csak az értékesítési lánc közvetlen szereplői között kell kapcsolatot létrehozni, hanem tágabban vidékfejlesztésben kell gondolkodni és az értékesítési láncba közvetlenül kapcsolható szereplőknek is szervezeti keretet kell biztosítani. A Magyar Nemzeti Vidéki Hálózat a vidékfejlesztésben érintett intézmények, szervezetek és csoportok együttműködésének elősegítésére jött létre. Sőt ennek a hálózatnak a feladata az hogy a (Európai Vidéki Hálózat tagjaként) a uniós tagországok megismerjék a magyar fejlesztési eredményeket, a sikeres és hasznos magyarországi gyakorlatot, de a magyar közösségek is tanuljanak a külföldi mintákból.

A termelői piacok értékesítési módja

A termelői piacok jellemző értékesítési módja a hagyományos értékesítés. A hagyományos értékesítési mód alkalmazása során az alapvető kereskedelmi logisztikai eszköz a pult, amelyhez kötődik az értékesítés. Az értékesítési folyamat eredményessége a vevő és az eladó személyes kapcsolatától függ. Az eladó leggyakrabban kereskedelmi szakismerete alapján képzetlennek számít, hiszen eladói képzettséggel nem rendelkezik. Mégsem mondhatjuk, hogy nem tud eladni, hiszen valószínű, hogy egy termelő áruismerete jóval magasabb egy

eladótól elvárható ilyen irányú ismeretnél. Az őstermelő termelte meg az adott mezőgazdasági terméket, lehet, hogy több éven át nevelgette azt a gyümölcsfát, amelynek termését most eladásra kínálja. Tudhat valaki nála többet erről a termékről? Az őstermelők áruválasztéka szűk, leginkább egy adott termékből a tömegtermelésre törekednek, hiszen így egyszerűbb a munkájuk. Egyes esetekben némi választékot kell biztosítani, leginkább fajtaválasztékot (édes alma mellé, savanyú almát vagy édes étkezési paprika mellé csípőset), de érdemes lehet hasonló fajokból álló választékot is kialakítani pl. sárgadinnye mellé görögdinnyét.

Sokszor a vevők a termelőkhöz jobban kötődnek, mint a kereskedőkhöz, pl. Budapest környékén fogalom lett az etyeki tej.

A helyi piac szervezésének hozzátartozik az áruellátás és a vásárlás logisztikájának szervezése.

Az állandó piac esetén naponta, az ideiglenes piac esetén, piaci napokon a termelők a piac nyitása előtt fel kell, hogy standoljanak. Ilyenkor koncentrált árumozgás történik, gyakran kézi erővel, ill. a termelő saját eszközeit alkalmazva a kialakított parkolóból az árut az eladás helyére szállítja. Majd megindul a vevők folyama, tömegközlekedéssel vagy gépkocsival jutnak el a piacra. Egyes, főleg helyközi buszforgalmat bonyolító társaságnál, külön piaci napa vonatkozó menetrend is készül, ill. a menetrend kialakítása esetén a piaci forgalmat figyelembe veszik. A gépkocsi használatával, ill. ennek a parkolásával sokszor gond van, mert belvárosi piacok esetén gyakran nincs elég parkolóhely (pl. Budapesten a Fővám téri vagy a Lehel téri piacnál, a szegedi piacnál, a szolnoki piacnál), így gyakran ez túlszűfolttságot okoz. Sokszor a parkolási díj bevezetése is enyhít a problémán, amelyeket a piacigazgatóság alkalmaz. A piac helyének a módosítását nem sok önkormányzat vezeti be, mert a termelői

piacok nagy része a szokásrendszer alapján évtizedek óta működik egy adott helyen. Új piacok kialakításánál is inkább központi elhelyezésre gondolnak, a vevők kényelmének biztosítása érdekében (lásd. Budapesten a Kossuth téri piac működtetése minden pénteken).

A termelői piacokkal kapcsolatos szociológiai kérdések

Egy termelői piac többféle funkciót tölt be a lakosság életében. Friss árucikkek szerezhetőek be, hiszen ennél közvetlenebb és rövidebb értékesítési mód kevés van (pl. a „szedd magad mozgalom”), mert az áru közvetlenül a termelőtől a fogyasztóhoz kerül. A termelők az eladott áruk után árbevételhez jutnak, így realizálódnak a ráfordításaik és a nyereségük. A termelők találkoznak egymással, megfigyelhetik és összehasonlíthatják az árukat, a termelésre vonatkozó tapasztalatokat cserélhetnek. A piac szervezésével az önkormányzatok egy lakossági/termelői igényt elégítenek ki és bevételhez jutnak.

Természetesen, ha szociológiai elemzést szeretnénk végezni, akkor egy közgazdasági kategóriából kell kiindulni.

A fent említett funkciók alapja a szükséglet. A fogyasztó elsősorban a zöldség-gyümölcs szükségletének a beszerzését a piacról akarja megvalósítani. A piacra járás, mint társadalmi szokás változása, jelenősen befolyásolja a piacok működését. Ha a piacok látogatása, az azon történő vásárlás (annak mennyisége, értéke) növekedne, valószínű, hogy a piacok száma, ill. az átlagos piaci értékesítés is nőne. Ha ez így történne, akkor a beszedett helypénz növekedne és közvetetten pedig a vállalkozói adó (itt az összes mezőgazdasági termelő különböző formában beszedett jövedelemadója gondolkodunk) is nőne.

Szociológiai megközelítés, hogy feltesszük azt a kérdést, hogy milyen társadalmi tényezők változására növekedne a piacok vásárlási forgalma (itt most a közgazdasági változási tényezőktől eltekintünk, pl. a vásárlóerő növekedése)?

A látogató piac forgalma a hazai vásárlóktól nem nagyon függ. A látogató piac inkább a turizmust fejleszti, itt szép, de magas árfekvésű, elsősorban „magyar” áruk szépen csomagolt formában történő értékesítése folyik. Itt inkább kereskedők értékesítenek.

Az igazi termelői piacok turista célpontokat nem jelentenek, hiszen lehet, hogy az áruk nincsenek is „kikészítve”.

A termelői piacok látogatottsága függ többek között:

- Az adott régió mezőgazdasági sajátosságaitól, azaz milyen növényi és állati termékeket állítanak elő, azokat milyen minőségben termelik.
- Mennyire jellemző, az ún. paraszti életforma. A paraszti életformát a házat körülvevő területen a konyhakerti zöldségtermesztés és a levágó állatok tartása jellemzi. Ebben az életformában a szűk választékú saját termeléshez szinte mindig szükséges piaci hozzávásárlás is.
- Más beszerzési lehetőségek megléte az adott regionális környezetben. A hipermarketek és bevásárlóközpontok számának a növekedése esetleg a piacok látogatottságának a csökkenését okozhatja. Ebben az esetben ugyanis más jellegű áruk beszerzésével együtt a zöldségek és gyümölcsök is beszerezhetők.
- A családok főzési hajlandósága. A nagyobb főzési hajlandósággal rendelkező családok, ill. azok tagjai többet járnak a piacra és többet vásárolnak.
- A divat és az egészségtudatosság kérdései. Az bizonyos, hogy a televíziók egyre több főzőműsort sugároznak, amelyekhez egyre korszerűbb alapanyag felhasználás kapcsolódik. Finomított liszt elhagyása, friss zöldségek és gyümölcsök egyre nagyobb mértékben történő felhasználása.

Ezek mind mélyebben kutatandó kérdéskörök, amelyekre nem könnyű a válasz megkeresése, de mégis fontos a helyi termelői piacok működtetése szempontjából.

Befejező gondolatok

A kutatás eddig elkészült anyaga rengeteg információt és gondolatot ad és rengetegbe nem enged belepillantani. A piacokról nagyon kevés statisztikai adatot lehet tudni, mert egyrészt nem volt kedvelt téma a kutatók között, másrészt pedig nagyon nehéz adatot gyűjteni.

Legyen adott egy kisvárosi piac. Már a besorolás is nehézkes. Egy árusító vajon közli magáról, hogy kereskedő? Nem, inkább az adószabályok miatt termelőnek nyilatkozza magát.

Mi a piacok jövője? Az látszik, hogy egyre növekszik a piacok száma, a kormány és a különböző szakértők támogatása nyomán egyre több piac nyílik, egyre több termelő jelenik meg ezeken az eladásra szán portékájával és a vásárlók száma is növekszik. A növekedés azonban nem kiugró, így azt mondhatjuk, hogy most élük reneszánszukat a termelői piacok. Kapjon tehát minél többször a különböző fórumokon figyelmet a termelői piac, legyen kampány ezek fejlesztésére, amíg meg nem találja ez a kereskedelmi forma a méltó helyét az értékesítés rendszerében.

Irodalom

1. Farkasné Fekete Mária - Molnár József: Mikroökonómia, Szaktudás Kiadó Ház, Budapest, 2006. 53.p.

2. Fodor Erika: Közösségi célt szolgálnak az adományboltok, Helyi Téma (VIII. kerület), 2012. szeptember 19. 6.p.
3. Juhász Anikó: A közvetlen termelői értékesítés lehetőségei és korlátai Magyarországon c. előadás, a Konferencia a közvetlen értékesítésről és a rövid értékesítési láncról c. konferencián, Budapest, Francia Intézet, 2012. október 4.
4. Juhász Anikó – Szabó Dorottya: A piacok, vásárcsarnokok és a vásárok elhelyezkedése és jellemzői, a termelői piacok kiemelésével, Élelmiszerlánc Elemzési Osztály, Agrárgazdasági Kutató Intézet (AKI), Budapest
5. Sánta Zoltán: Fontosak-e még a hagyományos vásárlási helyszínek? GFK Hungária, Budapest (www.gfk.hu)
6. Szabó Dorottya: A piacok helyzete és lehetőségei a hazai élelmiszer-ellátási láncban c. előadás, A válság hatása a kiskereskedelemre c. konferencián , Szent István Egyetem, Gödöllő, 2012. május 10.
7. Szabó Dorottya - Juhász Anikó: A piacok szerepe és lehetőségei a hazai élelmiszer-ellátási láncban, Gazdálkodás, 217-229.p.
8. Jelentés a kiskereskedelem 2008-2010. évi teljesítményéről, KSH, 2011. december
9. 1990. évi LXXV. törvény a helyi önkormányzatokról
10. 2005. évi CLXIV. törvény a kereskedelemről
11. 55/2009 (III:13.) Korm. rendelet A vásárokról, piacokról, és a bevásárlóközpontokról
12. KSH egyéni megkeresés utáni adatközlés
13. www.elotisza.hu/uploads/.../piacokweoldalra0119-1xls

A SZÖVETKEZETI KERESKEDELEM SZEREPE A HAZAI ÉLELMISZERKERESKEDELEMBEN – ÚJ MODELL LEHETŐSÉGEI

Dr. Géro Imre PhD főiskolai tanár EDUTUS Főiskola Tatabánya

„The role of the Consumer’s Co-operatives’s Trading in the Hungarian foodstuffs trading – Possibilities of a new model”

In the study we examine theoretically the role and position of the Hungarian Consumer’s Co-operative’s Trading in the Hungarian foodstuffs trading. The essence of the analysis, to create a possible new theoretical model of Consumer’s Co-operatives Trading.

The cooperative alliances and the different types of the cooperatives are not too well-known, and many times were lost of interest. However these types of „economical-movements” consist very important social and economical **values**, which had in the past, and will have very important role in the future too, in the life of human beings, mainly in the rural regions. We examine and analyse what particular kinds contain the cooperative’s theories and values, and how influence these effects the possible new model both of the theory and practice, and finally there will be a short description of the new model: „Multi-Coop” regional cooperative cluster concept.

Összefoglaló

A tanulmányban elsődlegesen elméleti oldalról vizsgálom a magyar fogyasztási szövetkezeti kereskedelem helyzetét az élelmiszerkereskedelemben. A fogyasztási szövetkezetek vidéki magyarországi hagyományainál fogva, valamint a szövetkezésben rejlő értékekre és alapelvekre alapozva egy teljesen új marketing gondolkodásmóddal felépített stratégia segítségével véleményem szerint középtávon gyökeres fordulat érhető el a fogyasztási szövetkezeti kereskedelem és általában a szövetkezés társadalmi megítélése tekintetében a jövőben.

A legújabb marketing koncepció elmélet alapján a vevő/szövetkezeti tag számára olyan új értékeket (vevőértéket) javasolok létrehozni egy új szövetkezeti modell segítségével, ami vonzóvá teszi számára az új típusú szövetkezeti formációt és vélelmezhetően örömmel csatlakozna is hozzá. Egy - a tanulmányban megfogalmazott - új fogyasztási szövetkezeti modell lehetne az integrátora a fenntartható fejlődés- és vidékfejlesztéssel kapcsolatos nemes célok megvalósításának.

A kutatás célja

A magyar fogyasztási szövetkezeti kereskedelem helyzetének, szerepének vizsgálata a hazai élelmiszerkereskedelemben. Az EU szintjén is kétségtelen sikereket felmutatni tudó magyar fogyasztási szövetkezeti kereskedelmi hálózat szerepe és jelentősége azonban jóval túlmutat azon a kizárólagos „kereskedelmi-szakmai téren”, amelyet ágazati szakmai szempontból a bolti kiskereskedelem és a logisztikai funkciókat betöltő Pro-Coop rendszer létrehozásával elért a „vidék” meghatározó kereskedelmi üzletlánc. A legújabb marketing koncepció elmélet alapján a vevő/szövetkezeti tag számára olyan új értékeket (vevőértéket) javasolok létrehozni egy új szövetkezeti modell segítségével, ami vonzóvá teszi az új típusú szövetkezeti formációt és vélelmezhetően örömmel csatlakozna is hozzá.

A kutatás módszere

A kutatás egészében módszertani szempontból meghatározó szereppel bír a szakirodalom elemző feldolgozására épülő szekunder (Internet) kutatás. Ezt egészíti ki egy Delphi-módszerrel készült – szakértői megkérdezésre alapult – vizsgálat, valamint egy, a szövetkezeti tagság, illetve a potenciális szövetkezeti tagság körében végzett falu-fókuszcsoporthoz kvalitatív kutatás. Ez utóbbi két módszerrel elvégzett kutatás egy marketing szemléletű – új fogyasztási szövetkezeti modell elgondolás alátámasztását szolgálta.

1. Fogyasztási szövetkezetek a magyar élelmiszer kiskereskedelemben

1.1. A fogyasztási szövetkezeti bolti kiskereskedelem

A szövetkezeti szektor átalakulása, az áfészek főbb jellemzői

A kilencvenes évek előtt a Szövetkezetek Országos Szövetsége (SZÖVOSZ) három szövetkezeti ágazatot felügyelt (a lakásszövetkezeteket, a takarékszövetkezeteket, a fogyasztási és értékesítési szövetkezeteket), és látta el ezek érdekképviselőit. A SZÖVOSZ 1990-es megszüntetésével egyidejűleg a különféle szövetkezeti ágazatok szétváltak. A lakásszövetkezetek és a takarékszövetkezetek önálló útra léptek, s létrehozták saját szövetségeiket.

A legjelentősebb fogyasztási és értékesítési szövetkezetek, az *áfészek* úgy döntöttek, hogy megyei szervezeteik mellett fenntartanak egy országos képviselői szervezetet is. Ez lett az 1990-ben megalakult Általános Fogyasztási Szövetkezetek Országos Szövetsége (ÁFEOSZ), amelynek elsősorban érdekképviselői feladatokat szántak. A rendszerváltást követően az áfészek helyzetét, a kieléződő piaci versenyben való helytállását megnehezítette a szövetkezetek kedvezőtlen politikai megítélése, a törvényalkotás elhúzódása és a törvények ellentmondásos végrehajtása.

A szövetkezetek mint gazdasági szervezetek egy ideig nem vehettek részt az állami vagyon privatizációjában. Végül is az áfészek a szövetkezeti átmeneti törvény és a szövetkezeti törvény előírásai szerint átalakultak, a vagyon mintegy 70 százalékát nevesítették. Az áfészek természetes személyek társas vállalkozásai, a magántulajdon szerves részei lettek.

A politikai (a szövetkezetpolitikai), a jogi, illetve a közgazdasági, a demográfiai, mindezek összegeződésésként a környezeti feltételek leszűkítették, vagy drasztikusan korlátozták az áfész-ek (a coop-ok) mozgásterét, cselekvőképességét. Azok gúzsba kötve harcoltak megmaradásukért és a jövőjükért.

1.2. A Coop üzletlánc versenyképessége

A Coop-üzletlánc, a Coop Integráció létrejöttének körülményei

A Coop üzletlánc létrehozásával az áfész-ek a kereskedelemben is mutatkozó globalizáció kihívásaira, a multinacionális cégeknek az évtized közepén megkezdődött

terjeszkedésére reagáltak. Ebben az időszakban lényegében már lezajlott a hazai kereskedelem privatizációja, s igen erőteljes volt a kereskedelmi tőke koncentrációja. A nagy kereskedelmi világcégek elhatárolták magyarországi hálózatuk kiépítését. A szövetkezeti kereskedelem számára tehát más út nem kínálkozott, mint a saját üzletlánc kialakítása, s annak folyamatos bővítése. Az már az alapításakor (az évtized közepén is) nyilvánvaló volt: a Coop üzletlánc legfontosabb előnye, hogy segítségével az akkorinál kiélezettebb versenyben is megőrizhető a csatlakozó áfész-ek vagyona, megtarthatók a munkahelyek, s vásárlási kedvezmények nyújthatók a tagságnak.

Az országos szakmai összefogás látványos sikereket hozott. A Coop üzletlánc ugyanis dinamikusan fejlődött. A Pro-Coop Áfész Beszerzési Egyesülés az ország legnagyobb árubeszerző szervezetévé vált. Olyan kölcsönösen előnyös együttműködés alakult ki, amelynek révén minden tagja javította pozícióit. A gazdasági siker azonban nem „részegítette” meg a döntéshozó testületeket. Feszegették, helyes-e az, hogy az ÁFEOSZ, mint országos érdekképviselő, egyidejűleg a gazdasági központ szerepét is átveszi. Hosszas vita után győzött az az álláspont, amely szerint a szövetségen belül szétválasztották a klasszikus érdekvédelmet, illetve a gazdaságszervező munkát. Az Országos Tanács úgy döntött, hogy ez utóbbi tevékenységet gazdasági társaság végezze. Megalakították a Co-op Hungary Rt-t.

Ezzel egy olyan hatékony szervezet jött létre, amely hosszú távra alapozta meg a szövetkezeti kereskedelem helytállását. A mindeddig az érdekképviselőten belül működő kereskedelemirányítás és a korlátozott üzleti mozgásteret adó Pro-Coop Egyesülés feladatait az Rt. vette át, amely a szállítókkal való tárgyalásokon, s az áfész-kereskedelem belső életének szervezésében lehetővé tette az áfész gazdasági csoport korábbinál egységesebb, hatékonyabb fellépését.

A vizsgált évtized második felében is gond volt az, hogy az *áfész-ek és menedzsmentjeik alkalmazkodása a gazdaság, a piaci verseny kihívásaira a kívánatosnál lassúbb volt. Változás* e téren az *évtized végére* következett be. Ekkor (a megállapodások szintjén) a Pro-Coop-ok (a területi beszerző szervezetek) integrációja lezárult. Kialakult az *öt régiós központ*. Ezek gazdaságosan látták el az áfész-eket, s egyenként megfelelő nagyságrendet képeztek. A különböző szállítóik feltételeinek megfeleltek, s ezért többletkedvezményben részesültek.

Megalapozott gazdasági érvek szóltak a szellemi és a tőkekoncentráció, az ennek keretét adó egyesülések mellett. A korábban felülről irányított „gyógymódot”, az egyesülések útját azonban ekkor már az érdekelt áfész-ek (döntő többségükben) nem vállalták. *A gazdasági ésszerűség helyett periferikus érdekek érvényesültek. Az évtized közepének (csak igen kevés példával illusztrálható) kezdődő egyesülési folyamatait a menedzsmentek holtvágányra juttatták. Rövidtávú választ adtak a versenykörnyezet kihívásaira. A szövetkezeti önkormányzatok, s a tagok is - a menedzsment befolyására - az egyesülések ellen fordultak.* A gazdasági logikával, törvényszerűségekkel szemben álló döntések miatt *sok áfész tovább gyengült, s került zsákutcába, elvesztette vagyonát, vagy a fejlődés esélye nélkül vegetált.*

Az áfész-ek száma az évtized elején 276, a végén 219 volt. Állományuk tehát 21%-kal csökkent. A falvakban és a városokban (az áfész-ek addigi működési területén) ezért szövetkezetmentes területek alakultak. A fogyás ebben az értelemben veszteségnek számított. A helyi forrásokat (eszközöket, stb.) csak igen korlátozott mértékben egyesítették. A tevékenység szélesítésének (főleg hatékonysága növelésének) klasszikus szövetkezeti keretei közötti általános megalapozása és kiépítése pedig végképp elmaradt. A fájdalmas művelet „ellenszerül” (önállóságuk megtartása mellett) az áfész-ek az egymás közötti integrációt választották. Az áfész-ek nagybani árubeszerző rendszere (Co-op Hungary Rt. és a régiós Pro-Coop-ok) a szövetkezeti kereskedelemnek már fontos hátterei voltak. A kiskereskedelem integrációja azonban - jórészt az egyesülések elmaradása miatt - még váratott magára. Ebben a helyzetben jelentett kiutat az úgynevezett új gt-modell (lehetőleg több áfész által alapított gazdasági társaság, amely magába foglalja az alapítók vagyonának meghatározó hányadát és működteti a bolthálózatot). Ennek a megoldásnak az előnye volt, hogy a szövetkezeti jelleg megőrzése mellett a piaci körülmények közé jobban illő, rugalmasabb gazdálkodó szervezetek jöttek létre. Mivel politikai érvek is szóltak a vagyon gazdasági társaságba áthelyezése mellett (az egymást váltó kormányok jellegétől függetlenül kiszámíthatatlan szövetkezeti törvénykezés miatt), ezért ez a folyamat jórészt viszonylag tömegesen és gyorsan lezajlott. A gazdasági ésszerűség azonban a szövetkezeti társaságok megalakításakor mégis csak elvértve érvényesült. Mélyen az optimális üzemméret alatti áfész-ek is saját gazdasági társaságot alapítottak. A több áfész összefogásából létrejött társaságra csak elvértve akadt példa. A korábbi menedzsment és működési struktúra lényegében tehát a legtöbb helyen változatlan maradt, csak más cégér alatt. Pedig a tőkeegyesítés, a koncentráció útján nem lehet megállniuk az áfész-eknek. Számuk alapján az évtized végére a 102 áfész (47%) 97 modell

gazdasági társaságot alapított. A számok összevetéséből is kitűnik az, hogy csak elenyésző számban hozott létre több áfész közös, azaz nagyobb méretű gt-t. A formálisan elhatárolt két gazdálkodói kör: az áfész-ek és a gt-k, valamint a régió központok általában összehangolt rendszerben fejtették ki aktivitásukat. Tevékenységüket az áfész-csoport együttes, közös megjelenítését és fellépését biztosító országos beszerző és elosztó szervezet (részvénytársaság) koordinálja.

Az évtizedben tehát *két alapvető kihívás* dőlt el:

- *„holtvágányra” jutott a szövetkezeti egyesülések ügye;*
- *elfogadottá vált a gazdasági társaságokba való tömörülés.*

Az *elsőt* leginkább szubjektív okok (a tagság, a menedzsment, az önkormányzat) motiválta, s nem utolsó sorban az a körülmény, hogy időközben más alternatíva is született: az *új szövetkezeti modell*. A másodikat *alapvetően kényszerbeli helyzet* (a szövetkezeti forma fenyegetettsége) és a működés korszerűsítése, a szakszerűség növelése indokolta.

Az *integrált rendszert* a tőke (a vagyoni szerkezet) és az ennek megfelelő szerveződés markánsan elkülönülő *három változata*:

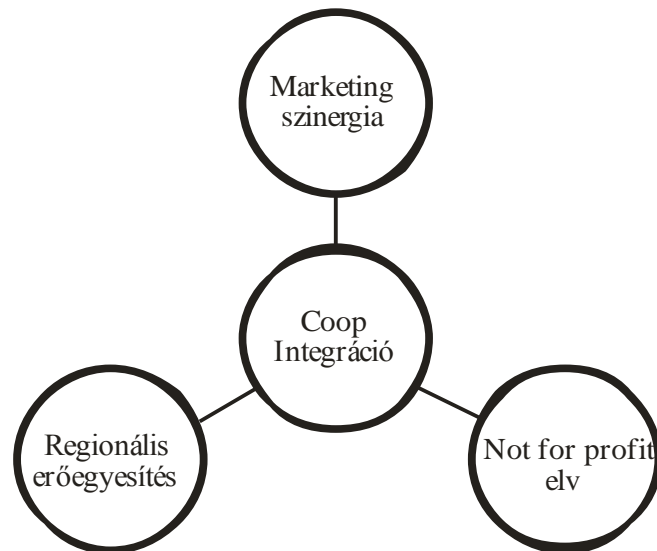
- *a klasszikus áfész-ek (a régi formák);*
- *a társasággal rendelkező áfész-holdingok (az új áfész-modell szövetkezetek); és*
- *a szövetkezeti gazdasági társaságok (intézmények) alkotják.*

A három alapvető fogyasztási szövetkezeti formáció szoros együttműködésének, a versenyképesség megtartásának, illetve fokozásának, valamint a piac bővítésének, a jövedelemtermelő képesség javításának alapvető feltétele maradt az ezeknek keret adó szerveződések, társulások, új modell gt-k további létrehozása. Ez utóbbiak terén viszont nem csak a számszerű gyarapodás, hanem a meglévők fúziója (tőkeegyesítése) is kívánatosnak mutatkozik.

1.3. A Co-op Hungary Rt. és a Coop-üzletlánc sikerének főbb összetevői

Kutatásaim alapján úgy ítélem meg, hogy az integrált fogyasztási szövetkezeti Coop kereskedelmi rendszer a szerves és innovatív fejlődés eredményeként alapvetően három fő pilléren nyugszik (ld. 1. ábra):

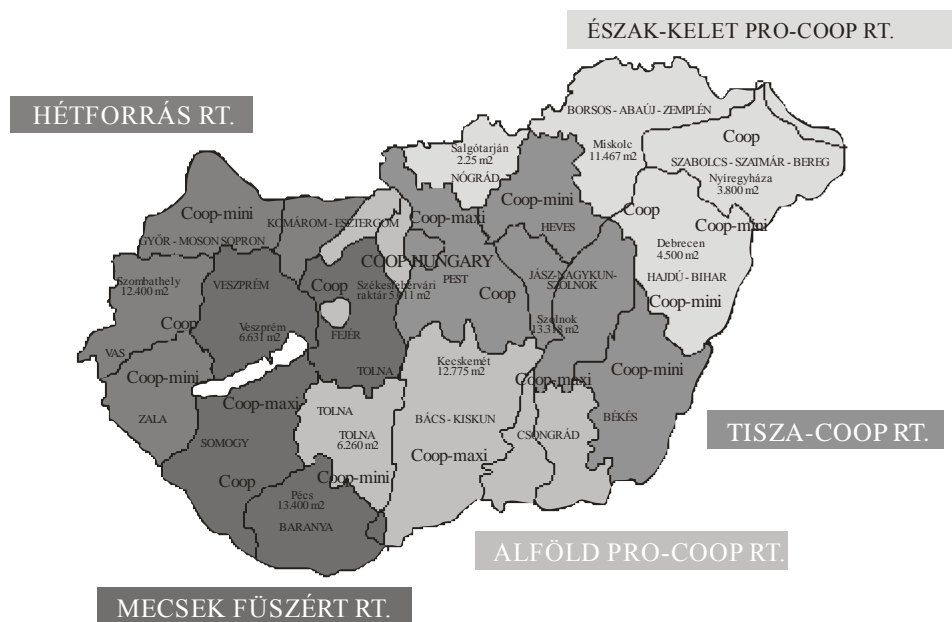
1. ábra. A szövetkezeti kereskedelem szervezeti innovációja sikerének elméleti alappillérei a rendszerváltást követően Magyarországon



(Forrás: szerző saját szerkesztése)

Az egész integrált rendszer létrehozása *egyik* alapvető rendező elvének tekinthető a regionális rendszerű szerveződés, amelyet a fenti ábra alapján „regionális erőegyesítés” alappillérek tekintek. A *másik* lényeges, s az általános gazdasági, piaci versenykörnyezetben hatásos stratégiai elvnek tekinthető, mint második alappillér, a regionális Pro-Coop logisztikai bázisok „not for profit” elv alapján történt kialakítása. Területi elhelyezkedésüket Magyarországon 2005-ben az alábbi 2.sz. ábra mutatja be.

2. ábra. Az integrált nagykereskedelmi régiók

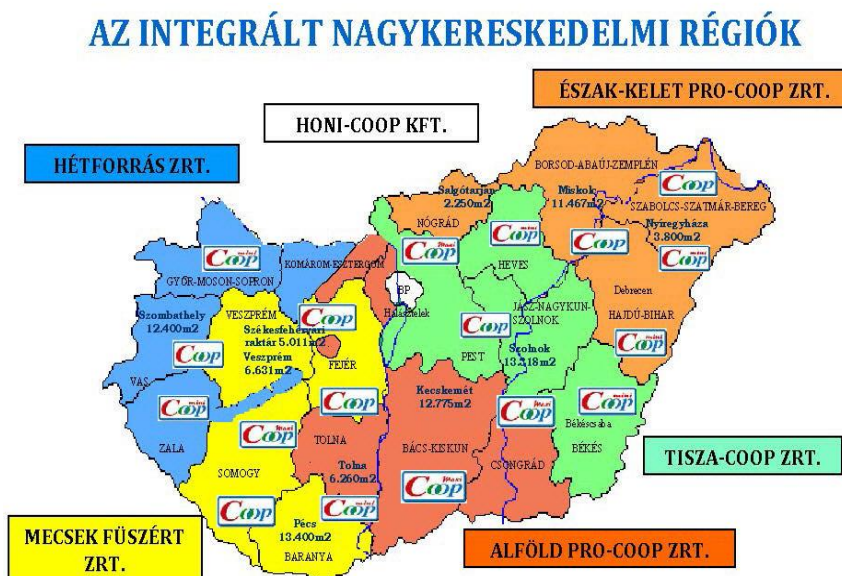


(Forrás: Coop Hungary Rt. prezentáció 2005.)

A Honi Coop Kft 2006-ban csatlakozott a Coop Csoport beszerzéséhez, mint külső franchise partnereket kiszolgáló hatodik régió (ld.3.sz ábra). Ma az üzleteket az országszerte működő tíz logisztikai raktár szolgálja ki, a tizenegyedik pedig Székesfehérváron fogadja az importárut, s ezt azután a regionális raktáraknak továbbítja.

3.sz. ábra

1.sz. melléklet



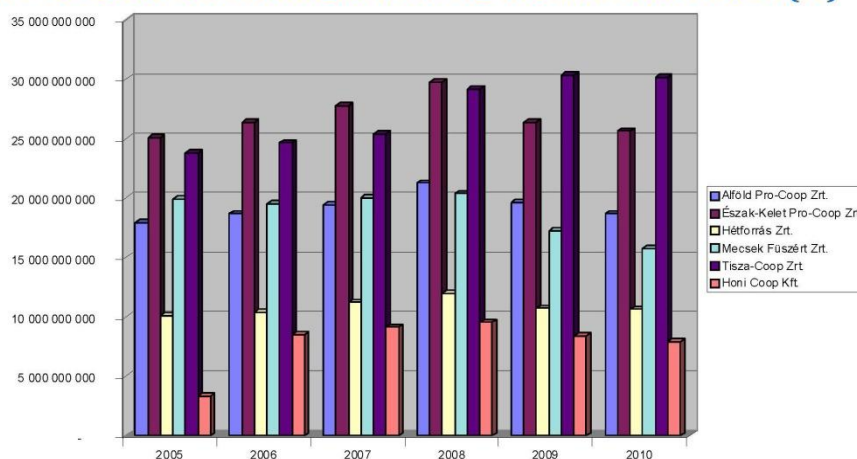
(Forrás: Co-op Hungary Zrt. Murányi László vezérigazgató belső elemzése 2012.)

Az Integrált nagykereskedelmi régiók forgalmának alakulását mutatja a következő ábra:

4. ábra. A procoop-ok forgalmának alakulása 2005-2010.(Ft)

2.sz. melléklet

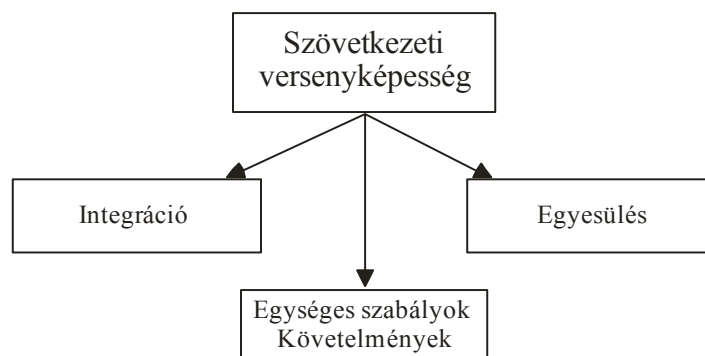
A PRO-COOP-OK FORGALMÁNAK ALAKULÁSA 2005-2010 (Ft)



(Forrás: Co-op Hungary Zrt. Murányi László vezérigazgató belső elemzése 2012.)

A harmadik alappillér pedig azon marketing szinergia hatások kinyerésének megvalósításából eredeztethető, amelyet a közös beszerzés és az egységes stratégiai elvekre épülő, marketing módszereket megvalósító Coop-üzletlánc révén ért el a hálózati elveket érvényesítve a szövetkezeti rendszer.

5. ábra. A magyar fogyasztási szövetkezeti kereskedelem általános stratégiai célhierarchiája a versenyképesség szempontjából

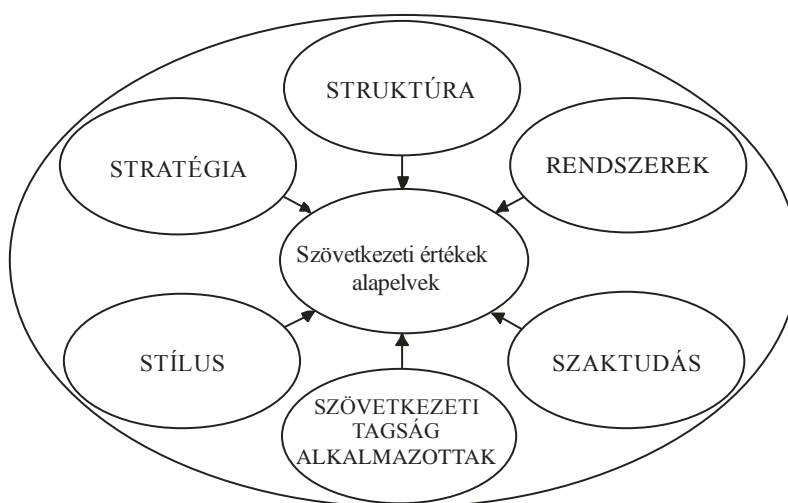


(Forrás: szerző saját szerkesztése)

A fogyasztási szövetkezeti kereskedelem versenyképessége megőrzéséhez az általános stratégiai célhierarchia fenti 5.sz. ábra szerinti rendszerlemeinek a hatékony és összehangolt megvalósítása volt szükséges. A három rendszerlem közül a „gyenge láncszem”-nek az egyesülés tekinthető.

6. ábra. A Coop-rendszer szervezeti innovációjának siker diagramja

(MC Kinsey alapján)



[Forrás: szerző saját szerkesztése MC Kinsey „hét-tényezős sikerdiagramja” alapján. (Kotler-Keller 2006)]

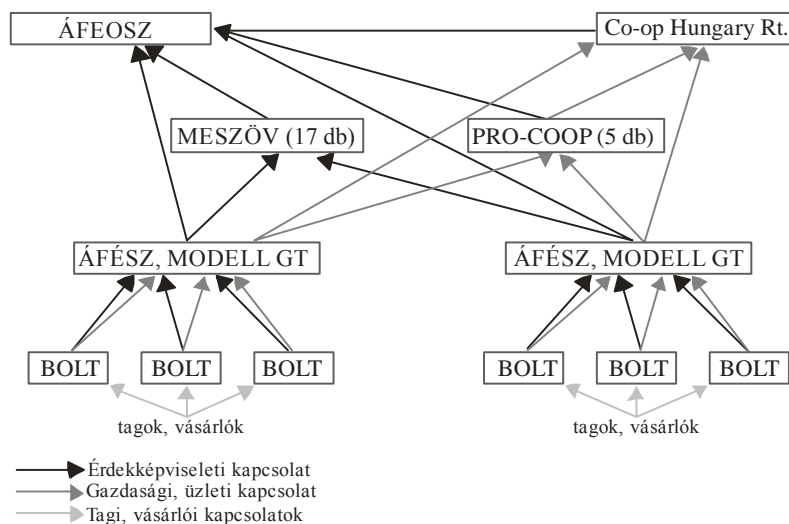
A fogyasztási szövetkezeti kereskedelemben végrehajtott szervezeti innováció eredményeként a rendszerváltozást követően az összeszűkült piac tágulni kezdett. A kialakult „fehér foltok” egy részébe a tőkeerős áfész-ek benyomultak, expanzióba kezdtek. Mind jobban mutatkozott az összefogás továbbszélesítésének igénye és érdeke. A fejlődés útjáról, változatairól, módjairól hosszantartó kemény viták, megütközések zajlottak le. Minden (elfogadott) változat ugyanakkor továbblépést eredményezett. Az évtized második felében a coop-rendszerben új kezdeményezések, új cselekvési irányok bontakoztak ki. Sor került az áfész-ek III. Kongresszusának megtartására, ahol jórészt számvetés, de lényegi előremutatás is történt. Nyugtázták az áfész-csoport „erő”, méret, aktivitás, település, tevékenység szerinti differenciálódását. Válasz született arra, hogy az egyes áfész-formációk között a kapcsolatrendszer szervezettebbé tételére, az intézményesebb együttműködés és az integráció kiszélesítésére milyen esélyek mutatkoznak; mi az áfész-ek jelenlegi és távlati szerepe az adott időszakban, a globalizációban hazánkban; milyen normatív eszközökkel lehet erősíteni az áfész-ek által létrehozott gazdasági társaságok szövetkezeti jellegét, nemzeti elismertségét. Összességében új szervezeti viszonyok, munkamegosztás, érdekeltség körvonalai bontakoztak ki. A coop-rendszer³⁷ magasabb szintre lépett, magasabb szervezettséget mutatott. Az áfész-ek és társaságaik, intézményeik, illetve érdekképviselőik integrált rendszerré fejlődésének alapja megteremtődött. Ez a folyamat az évtized végéig be is fejeződött.

Összességében a tevékenységi, a tulajdonosi struktúra, az érdekeltség új alapokra helyezése (közvetlen kockázat, közvetlen előny, vagy kár), illetve a dolgozói részvétel a tőke és a munka új viszonyát teremtette meg az áfész-ek és szervezeteik integrált rendszerében. Konkrétabban: ezek az összetevők adták a struktúrának igazi tartalmat. Eredményeként - a vizsgált évtizedben - az egységesen szervezett áfész-ek és érdekeltségeik láncolata (a hálózat) összetartói, közös cselekvést gyakorló, rendezett egésszé, ez utóbbi pedig egységet, egyesülést megtestesítő integrált coop-rendszerré fejlődött.

³⁷ Az alapszintet a vevőközpontok képezik, vagyis a modell gt.-vel rendelkező áfészek (szövetkezeti gazdasági társaságaik száma: 156), akik közvetlenül irányítják a coop, a mini coop, illetve a maxi coop, valamint a coop szuprmarket kereskedelmi láncokat, amelyekbe 2005-ben 2934 üzlet tartozott, s bruttó árbevételük 253 Md. Ft volt. Ide sorolandók azok az áfészek is, amelyek nem hoztak létre az általuk folytatott kereskedelmi tevékenység végzésére külön gazdasági társaságokat, hanem kereteik között valósul meg az üzleti tevékenység. A beszerzés nézőpontjából e körhöz sorolható még a külső franchise rendszerben működő, kis tulajdonosok kezében lévő 631 bolti egységből álló hálózat is. A középszintet az integrált nagykereskedelmi régiós központok alkotják, számuk: 5. A felső szintnek a Nagykereskedelmi Beszerző és Értékesítő Szövetkezeti Részvénytársaság, a Coop Hungary Zrt. minősül.

E rendszeren belüli kapcsolatrendszer összefüggéseit mutatja be a következő 7. ábra, a tagi, vásárlói, a gazdasági, üzleti és az érdekképviselési rendszerbeli kapcsolatokon keresztül.

7. ábra. Áfész-Coop kapcsolatrendszer



(Forrás: Co-op Hungary Rt. prezentáció 2005.)

Az előzőekben vázolt fejlődési folyamat eredményeként napjainkra a Coop az ország legnagyobb lefedettséggel rendelkező, hazai élelmiszerlánc, mindannyiunk „jó szomszédja” lett. A jelmondat kifejezi a hálózat legfontosabb ismérvét: a Coop szinte mindenütt jelen van, barátságos, közeli élelmiszerüzlet, mindennapi életünk része. Elkötelezett a magyar kereskedelmi kultúra színvonalának fejlesztése mellett, különösen a személyes eladás és a vásárlás kulturált körülményeinek biztosításával.

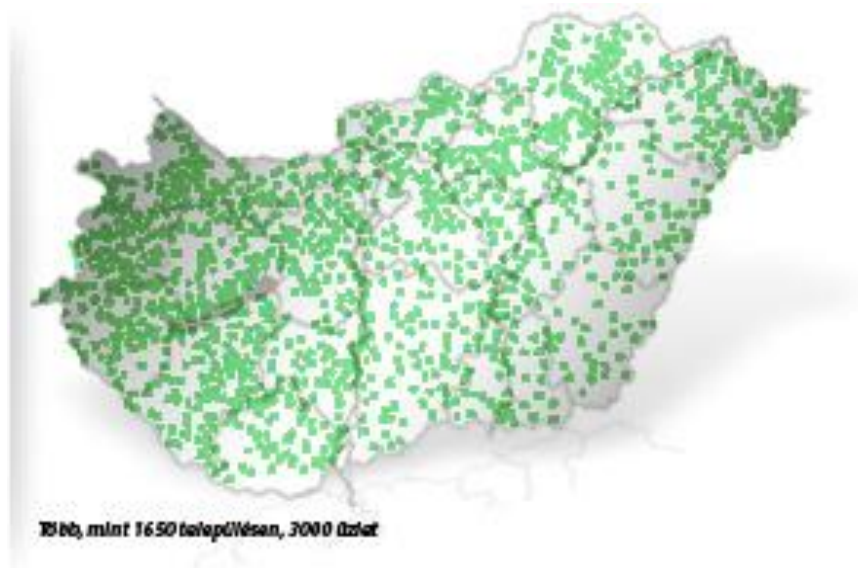
Több mint 1650 településen, 3000 üzlet várja a vásárlókat. Naponta mintegy másfél millió ember fordul meg a különböző bolt típusokban. A falvakban a lélekszámhoz igazodó kisboltok jelentik a lakosságnak a mindennapi élethez szükséges élelmiszer és vegyi áru beszerzési lehetőséget, a községekben és városokban nagyobb alapterületű üzletek versenyeznek a multinacionális láncokkal.

Különbséget kell tennünk a rendszer egészén belül a két üzlethálózati kategória között:

- a Coop üzletlánc, a Co-op Hungary Zrt által a Coop üzletláncba integrált volt áfész üzleteket és az üzletláncához csatlakozott külső franchise üzleteket tartalmazza. Ma már több, mint 730 kis- és középvállalkozás tagja a coop franchise rendszernek.

- A Coop csoportba pedig beletartoznak azok az üzletek is, amelyek nem tagjai a Coop üzletlánci integrációnak (pl. volt áfész üzletek).

8. ábra. Coop Üzletlánc üzleteinek területi elhelyezkedése



(Forrás: www.coop.hu/Rólunk (2012.11.01.)

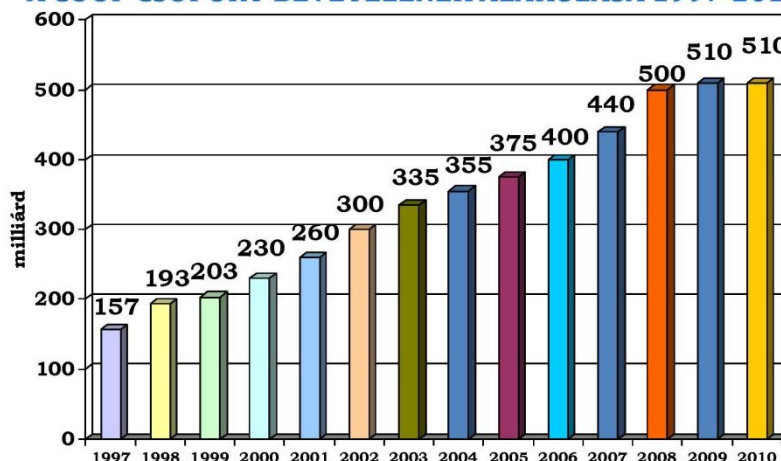
Coop Csoport

A Coop-üzletlánc a szövetkezeti alapokból építkező Coop Gazdasági Csoport része, amely sokkal bővebb tevékenységi körrel rendelkezik, tagjainak köre 700 kereskedelmi kis- és középvállalkozás, melybe beletartozik az élelmiszer kis- és nagykereskedelem, ruházati kis- és nagykereskedelem, iparcikk kis- és nagykereskedelem, ipari, illetve egyéb tevékenység. A Coop-csoport mintegy **32 000 embert foglalkoztat**, ezzel a létszámmal az egyik legnagyobb kistérségi foglalkoztató. A cégcsoport 2011. évi árbevétele 510 milliárd forint volt.

Az áfész-ek gazdasági integrációjának eredményeként az áfész-csoport ma Magyarország legnagyobb, kizárólagos magyar tulajdonban lévő kiskereskedelmi vállalkozása.

7.sz. melléklet

A COOP CSOPORT BEVÉTELÉNEK ALAKULÁSA 1997-2010



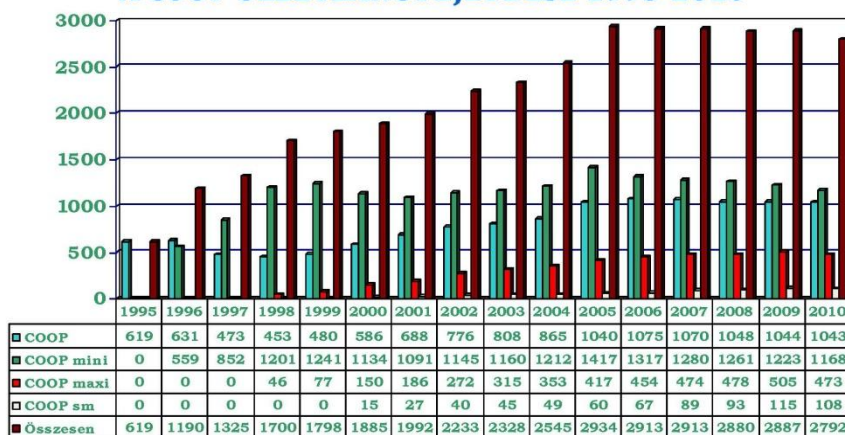
(Forrás: Co-op Hungary Zrt. Murányi László vezérigazgató belső elemzése 2012.)

A Coop Üzletlanc fejlődését az alábbi adatok mutatják be:

10. ábra. A Coop Üzletlanc fejlődése 1995-2010.

3.sz. melléklet

A COOP ÜZLETLÁNC FEJLŐDÉSE 1995-2010

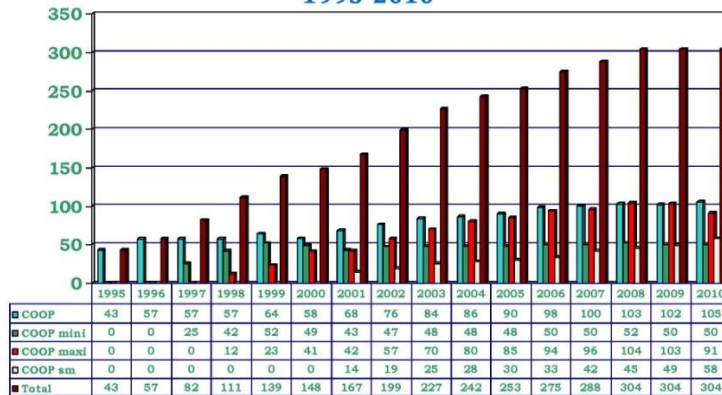


(Forrás: Co-op Hungary Zrt. Murányi László vezérigazgató belső elemzése 2012.)

11. ábra. A Coop Üzletlánc bruttó árbevételének alakulása (mrd Ft) 1995-2010.

4.sz. melléklet

**A COOP ÜZLETLÁNC BRUTTÓ ÁRBEVÉTELÉNEK ALAKULÁSA
1995-2010**

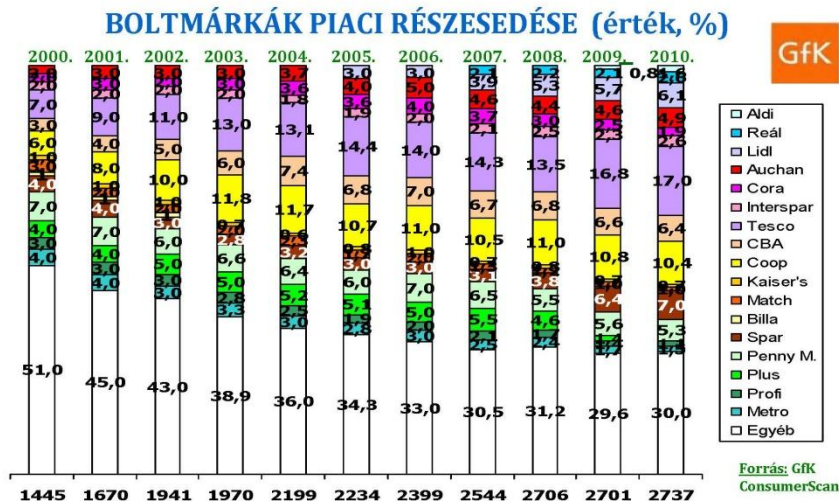


(Forrás: Co-op Hungary Zrt. Murányi László vezérigazgató belső elemzése 2012.)

A coop lánc helyzetét a versenytársakkal összehasonlítva a 12. ábra szemlélteti.

12. ábra. Boltmárkák piaci részesedése (érték %)

5.sz. melléklet



Forrás: GfK ConsumerScan 2011.)

Az áfész-ek fő tevékenységévé az élelmiszer-kiskereskedelem vált. 1997 évben (tekintettel a gazdasági integráció eredményeire) az áfész-ek úgy döntöttek, hogy létrehozzák a Co-op Hungary Zrt-t³⁸, amely a továbbiakban a gazdasági integráció csúcs-szerveként működik. A Részvénytársaság jelenlegi szervezeti felépítését a 13. ábra mutatja be.

³⁸ A közös beszerzés felső szintjének minősül az 1997 július 1.-én alakult Nagykereskedelmi Beszerző és Értékesítő Szövetkezeti Zártkörű Részvénytársaság, szorosan együttműködik a régiós központokkal.

13. ábra. A Co-op Hungary Zrt. szervezeti felépítése

6.sz. melléklet

A CO-OP HUNGARY ZRT. SZERVEZETI FELÉPÍTÉSE

(Forrás: Co-op Hungary Zrt. Murányi László vezérigazgató belső elemzése 2012.)

A beszerzési pozíciók további javítása érdekében Co-op Hungary Zrt a cseh és a szlovák szövetkezeti kereskedelmi rendszerrel együtt 2000-ben létrehozta a pozsonyi székhelyű Coop Euro a.s. részvénytársaságot. 2009-ben a bolgár szövetkezeti kereskedelem is csatlakozott a Coop Euro-hoz.

A Coop Euro a.s., mint regionális beszerzési szövetség fő feladatai a közös márkatermékek gyártása és forgalmazása, valamint közös beszerzési tárgyalások lefolytatása a multinacionális beszállítókkal. 2011-ben a Coop Euro keretei között beszerzett márkatermékek száma közel 60. Ez az együttműködés az EU csatlakozással felértékelődött, hiszen a vámhatárok nyitásával szélesebb együttműködés kezdeményezhető a három ország és a többi EU tagállam között. A Coop Euro-s együttműködés keretein belül nem csak importra van lehetőség, hanem a megfelelő kapacitással és minőséggel rendelkező hazai termelő vállalkozások is nagyobb piachoz juthatnak.

A Coop Csoport 2002-ben (a Közgyűlés döntésének értelmében) a maga nemében egyedülálló kereskedelmi informatikai rendszert építését kezdte el. A beszállítástól egészen a bolti kasszáig egységes, integrált rendszer bevezetése folyik. Az egységes informatikai rendszer mellett ma már a több, mint 600 ezer vásárlót elérő törzsvásárlói rendszer országos kiterjesztése is zajlik. Három pillérrre épül a Csoport informatikai rendszerének fejlesztése, egységesítése: egyik a bolti informatika széleskörű kiépítése, a másik az ország különböző

pontjain működő hálózatok elektronikus adatszerzésének biztosítása, a harmadik a kereskedelmi információk egységes gyűjtése a csoport szintű adattárházban.

Jelenleg a Coop Üzletlánc összforgalmának több, mint 52 %-a (ez 1015 bolt forgalma) a Coop integrált rendszerben keletkezik. A Csoport jelenleg az összforgalom több, mint harmadáról rendelkezik napi szintű, termék mélységű információval az országos adattárházában. Már ez az adatmennyiség is segíti az országos akciók gyors, tételes elemzését, hasznos információkat nyújt a fogyasztói igényeknek megfelelő üzletpolitika kialakításához.

A fejlesztéseknek köszönhetően több figyelem jut a közvetlen vevőkiszolgálásra, mert az integrált rendszerrel ellátott boltokban nagyságrenddel csökken az adminisztrációra és a háttérmunkára fordított idő. A jobb szervezésnek, az okosabb készletezésnek, a szélesedő kínálatnak köszönhetően az egyes boltokban azonos fogyasztói és beszerzési árak mellett is javulnak a gazdálkodási mutatók. A cél az, hogy a Coop Üzletlánc forgalmának 80%-a az integrált rendszereken keresztül bonyolódjon le. Ez 2012-13-ra megvalósítható feladat, addigra a Csoport 1300-1500 üzletére kerül kiterjesztésre a rendszer és egyidejűleg új elemek rendszerbe állításával folytatódik a fejlesztés.

2. Az újkapitalizmus az élményekre épül³⁹

Mind a gazdasági és piacelemző szakemberek, mind a gyártók és kereskedők valamint a média és a reklámszakma képviselői egyetértenek abban, hogy aki a túlélésért folytatott küzdelemben nem figyel a változó társadalom változó igényeire, az végül alulmarad. Hogyan alakul át a fogyasztásalapú kapitalizmus értékteremtő élménygazdasággá?

2.1. Az új fogyasztási modell

A kevesebb több – ez a közösségi társadalom új fogyasztási modellje, amely a versenyalapú kapitalizmus átalakulását irányozza elő. Az anyagiakra törekvő fogyasztás átalakul egyfajta értékteremtő, emberközpontú gazdasággá, amelynek a vezérmotívuma az eredménycentrikusság helyett az élményközpontúság. Angolszász vizsgálatokban már használják a Gross National Happiness - magyarra nemzeti összboldogságként fordítható - fogalmát, amely fogalom olyannyira érzékelhető, hogy a Harvard Business Review egyik idei címlapjára is kitette a boldogság értékét firtató cikkét.

³⁹ http://www.elelmiszer.hu/fmcg_szakmai_hirek/cikk/az_ujkapitalizmus_az_elmenyekre_epul (2012.11.01)

Újfajta értékmérő alakult ki, ez a „like”, amely a már említett élményhalmozás velejárója: sokan azért osztják meg élményeiket, hogy minél több lájkot kaphassanak. A digitális világ ezen a nyomvonalon teljesen megváltoztatja az életünket, hiszen legnagyobb vívmánya épp az, hogy élményeket tudunk egy kattintásra megosztani.

Érzelmek gazdasága

Mindezek miatt beszél Philip Kotler marketingszakember is egy formálódó érzelmegazdaságtanról, amelynek középpontjában az élmény, a megélés-átélés szerepel. Ezzel harmonizál a buddhista közgazdaságtannak is nevezett, világszinten megjelenő takarékoság elve, kiegészítve az „együnk lassan” (slow food) attitűddel, ugyanis a megfontolt, visszafogott evés (fogyasztás) nemcsak az egyén szintjén eredményes, hanem a föld erőforrásainak felhasználása tekintetében is.

A vállalatok életében már most is nagyon erősen körvonalazódik a hibrid értéklánc jelensége, amely azt jelenti, hogy minél közösségibb egy vállalat, annál elfogadottabb a fogyasztók körében. A valóban közösségi vállalat ugyanis megpróbálja a leszakadókhöz is eljuttatni a javakat és szolgáltatásokat. Tíz év múlva az erre nem építő üzleti modellek nem lesznek elfogadottak a kutatók véleménye szerint.⁴⁰

Mit akarnak a kulturális kreatívok?

A lakossági gondolkodás és viselkedésről szólva, már jelen van az úgynevezett kulturális kreatívok tömege (világszerte 200 millió ember), akik ebben az új társadalmi rendszerben kezdenek gondolkodni. Ennek jelei Magyarországon is mutatkoznak, elég, ha a helyi pénzek, a közösségi vásárlás, és az egészségtudatos, közösségi termelés terjedését nézzük. S hogy miért kell ezzel az egyre markánsabban megjelenő „tömeeggel” foglalkozni? Azért, mert ez a célcsoport másképpen fogyaszt. Az egészség ugyanis talán még soha nem látott módon felértékelődik. Ez üzenet lehet az élelmiszeriparnak is: a funkcionális termékek egyfajta piaci robbanás előtt állnak. Már most is 46%-os piaci részesedés növekedés figyelhető meg ezen a piacon egy év alatt, tíz év távlatában pedig elmondható, hogy a lakosság kétharmada fog valószínűsíthetően funkcionális élelmiszert fogyasztani.

⁴⁰ Dr.Lantos Zoltán, a GfK ügyfélkapcsolati igazgatója konferencia előadása alapján. http://www.elelmiszer.hu/fmcg_szakmai_hirek/cikk/az_ujkapitalizmus_az_elmenyekre_epul (2012.11.01)

Összegezve: ma a legnagyobb kihívás minden profitorientált vállalkozás számára az, hogy a pénz és profitközpontúság kezd átfordulni az élményközpontú fogyasztásba. „Szépen lassan lebontjuk a meglévő rendszereket, amelyeket a közösségi hálózatokon keresztül újítunk meg” – hangsúlyozta a kutató⁴¹.

3. Új Szövetkezeti modell

⁴²Az új szövetkezeti modell javaslatomat a korábbi PhD kutatásom alapján vázolom fel röviden. Az új fogyasztási szövetkezeti modell elképzelésemet a következő oldalon lévő [14. ábra](#) segítségével kívánom érzékeltetni. A fogyasztási szövetkezetek jelenlegi elméleti és gyakorlati működési mechanizmusával szemben az új modell alapvetően *abban tér el* a rendszerváltást követően kialakult gyakorlattól, hogy elsődlegesen a *szövetkezeti értékekre* (a *marketing értékorientáció* elvei alapján) és az *egyéni érdekekre, érdekeltségi viszonyrendszerre*, valamint a *lokális és regionális (pl.: kistérségi) csoportérdekekre* koncentrálna próbál meg új mozgásteret, versenyképes helyzetet teremteni az egész koncepció lényegi alapsejtjét képező szövetkezeti tagságnak.

A modell elgondolás lényegéhez tartozik az a hipotetikus kérdésfeltevés, hogy „*miért érdemes szövetkezeti tagnak lenni?*”; milyen érzékelhető *előnyökkel jár*, ha *csatlakozik* valaki egy *fogyasztási szövetkezethez* a jövőben *tagként*; hogyan tudja a szövetkezeti tagsággal *javítani az általános életminőségét* stb.

Ezekre a kérdésekre igyekeztem kutatásaim során *válaszokat* keresni.

Az elméleti háttérkutatások során egyre inkább meggyőződésemmé vált a fentiekben már jelzett tény, hogy az új kihívásokra csak egy új szemléletű megoldási javaslattal lehet érdemi választ adni.

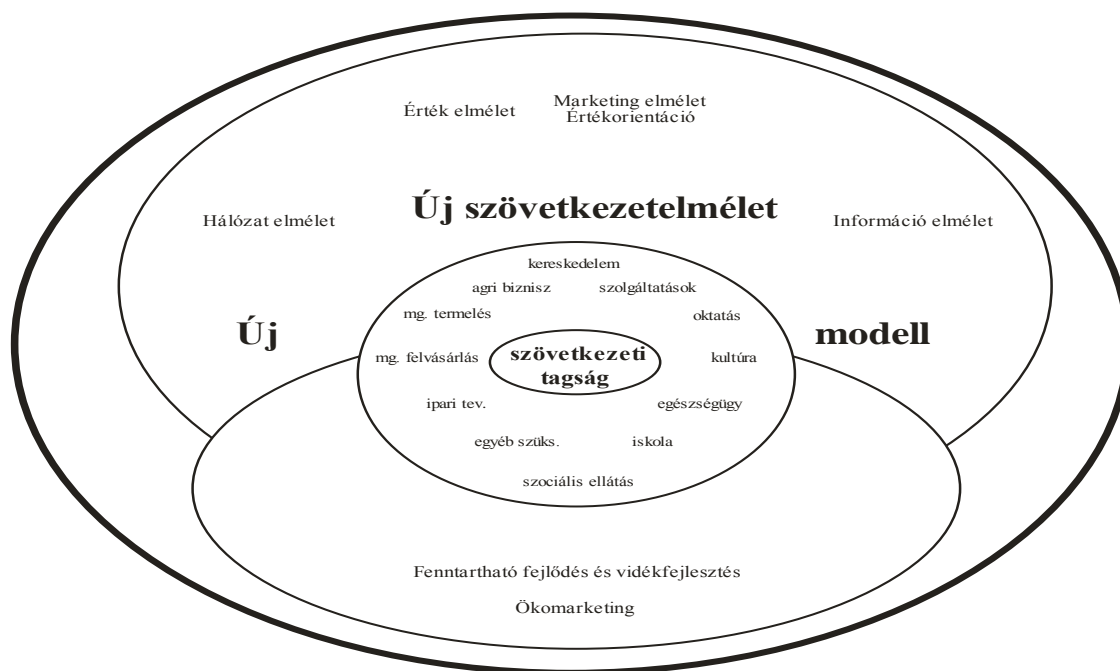
Ezért kezdtem el azzal foglalkozni, hogy a hagyományos felfogású szövetkezetelméleti ismereteinket hogyan lehetne – az új típusú gazdasággal adekvát módon – új alapokra helyezni. Kísérletem *heurisztikus kísérletként* kezelhető, valószínűleg első ránézésre „*rendszer-idegen*”-nek is tűnhet. Azonban, ha a Maslow-féle *szükségleti hierarchia rendszeréből* kiindulva kezdjük el vizsgálni az élhető falu, vidék, a fenntartható fejlődés és a

⁴¹ Dr.Lantos Zoltán, a GfK ügyfélkapcsolati igazgatója konferencia előadása. http://www.elelmiszer.hu/fmcg_szakmai_hirek/cikk/az_ujkapitalizmus_az_elmenyekre_epul (2012.11.01)

⁴² Géro Imre: A szövetkezetek új versenykörnyezetben. A Fogyasztási Szövetkezeti Kereskedelem fejlődése Magyarországon. PhD doktori értekezés. Pécsi Tudományegyetem. Regionális Politika és Gazdaságtan Doktori Iskola. Pécs 2009.

vidéki lakosság életminőségének fejlődésével kapcsolatos bonyolult szociológiai kérdéseket a *szövetkező (együttműködő) tagság összefüggésrendszerében*, és mindezek közben a regionális gazdaságtan, mint új tudomány alapvető téziseit is figyelembe vesszük, talán jobban érthetővé válik az új szövetkezetelméleti és az új fogyasztási szövetkezeti modell koncepcióm.

14. ábra. Az új fogyasztási szövetkezeti modell rendszerstruktúrája



(Forrás: szerző saját szerkesztése)

Tézisem : A szövetkezeti taglétszám növelését kulcskérdésként kell kezelni a szövetkezetek jövőbeni piaci pozíciójának és versenyképessége növelésének szempontjából. Az új szövetkezeti modellben a tagnak és a tagi érdekeknek kell hangsúlyozottan középpontba kerülniük.

Kutatásaim eredményeként kialakult véleményem alapján az *új fogyasztási szövetkezeti modell* egy olyan, *kizárólag a szövetkezeti értékekre és alapelvekre felépítendő diverzifikált vállalkozás*, („Multi-Coop”), amelyben a *kereskedelem mellett az agrárgazdaság (agribiznisz), a takarékszövetkezeti pénzügyi szféra, az élelmiszertermelés és forgalmazás vertikuma* (a vidékfejlesztés integrátoraként), *szolgáltatások széles köre: kulturális, egészségügyi, és oktatási, komplex diverzifikált új rendszere* alkotná azt a XXI. századi új szövetkezeti modellt, amely

az *Internet* (a hálózatok hálózatának) *segítségével* – a *virtuális szövetkezeti hálózat létrehozásával* is – *versenyképes partnere* lehet a *globalizált világcégeknek*.

A modell alapvetően két fő pilléren nyugszik:

- Az egyik alappillér a *profitorientált* működési elvekre épülő – az információtechnológiai, infokommunikációs igényekkel összhangban *újrapozicionált* fogyasztási szövetkezeti kereskedelmi „Coop-üzletlánc”, mint a *szövetkezeti klaszter kereskedelmi vállalkozási stratégiai üzletága*. A meglévő, és a *franchise-rendszer* révén *egyre bővülő üzlethálózat* rendkívül nagy értéket képvisel. Többek között olyan közösségi helyek, „*terek*” az *üzletlánc üzletei*, amelyeknek a *hagyományos funkciókon túlmenően* teljesen *új plusz funkciókat* lehet adni, a *szövetkezeti tagságnak* ezen keresztül *új többlet vevőértéket* nyújtani. Összességében az *értékinnováció bázisaként is kezelhető ez a pillér. Értékinnováció alatt*: az adott településen élők körében meglévő *latens* *szükségeik kielégítését* szolgáló *új szervezetek szövetkezeti keretek között* történő létrehozását és működtetését értem, amelyeknek a segítségével *új, többlet „vevőértéket” tudnak teremteni* a *potenciális szövetkezeti tagság* körében, s ezáltal a nem tag lakosok számára is *vonzóvá tudják tenni az érdekeltség megteremtésével* a *szövetkezeti taggá* válást.
- A másik alappillér a jelenlegi gyakorlatban még csak ritkán előforduló, vagy egyáltalán nem létező *„közösségi platform”-ot* alkotó (nonprofit) funkcionális területek halmaza. Ez az a pillér, amely alapvetően a *not for profit elv* alapján szerveződő *szükséglet-kategóriák kielégítését* látja el a dinamikus regionális szerveződési elvek alapján, s *ezt a pillért kell finanszírozási szempontból összhangba hozni* a makrogazdasági szabályozás keretei közötti feltételrendszer alkotó elemekkel. (Vidékfejlesztés, területfejlesztés, agrárpolitika, kultúrpolitika, egészségügyi reformpolitika, oktatáspolitikai, *kistérségi regionális szerveződések integrátori funkcióit állami támogatással felvállaló regionális szövetkezeti klaszterként*).

A fenti gondolatok alapján a magyarországi településhálózati sajátosságokat is figyelembe véve – az új fogyasztási szövetkezeti modell-koncepció – *két irányultságú*:

- A kistelepüléseken az *értékinnovációs* elgondolás szerinti új, *többlet funkciókkal bővített* modell képzelhető el. Az ott élők meglévő, de helyben ki nem elégíthető *szükségeinek, igényeinek széleskörű figyelembevételével* szervezendő *új termelési,*

felvásárlási, pénzügyi, marketing funkciókat ellátó szervezetek, szolgáltatások, intézmények, oktatási, kulturális, egészségügyi stb. szövetkezetszerű működési keretek között, amelyeknek tagjává is válhatnak mindazok, akik számára mindezek „értéket”, érdeket, hasznosságot testesítenek meg.

- A városokban és a nagyobb lélekszámú településeken a *nem szövetkezeti tagok felé irányuló integrált marketing kommunikációra kell helyezni a hangsúlyt, s a szolidaritási elvet célszerű a fókuszba helyezni pozitív módon. Azzal az üzenettel, hogy a városokban élő népesség ezt az új, megújuló szövetkezeti közösségi teret támogassa, (természetesen ehhez meg kell teremteni korszerű marketing eszközökkel az egyéni vásárlók további érdekeltségét, mint pl.: a közelmúltban elindított „Törzsvásárlói Klub” által nyújtott folyamatos és rendszeres kedvezmények stb. révén) s lehetőség szerint, szükségletei és igényei alapján csatlakozzon a szövetkezeti tagság egyre növekvő táborához a szövetkezeti tagság révén elérhető előnyök által teremtett vevőérték-többlet miatt. Fontos marketing kommunikációs üzenet: „Multi-Coop” a teljes egészében hazai tulajdonú hálózat”!* Mindez feltételezi a szövetkezeti kiskereskedelmi üzlethálózat további korszerűsítését, a tőkeerő függvényében a piaci pozíció növelése céljából, hatékony beruházási stratégia révén új, versenyképes üzletek megvalósítását is. A Coop image elemzésével foglalkozó pontban részletesen elemeztem azokat a tényezőket, amelyekre marketing szempontból fokozott hangsúlyt kell fektetni a jövőben a Coop üzletlánc fejlesztési stratégiájában.

A „Multi-Coop” modell, mint egy *regionális szövetkezeti-klaszter integrálja a különféle szükségletkategóriákba tartozó tevékenységeket a szövetkezeti értékek és elvek alapján létrejövő vállalkozások révén* (A szövetkezetekről szóló 2006. évi X. törvény alapján), amelyek a szövetkezeti tagság, különösen az újonnan csatlakozó szövetkezeti tagok számára is vonzóvá teszik a belépést, és az együttműködés révén elérhető előnyöket. Az új szövetkezeti modell elgondolás megvalósíthatóságához szorosan hozzátartozóként kezelem egy olyan új, *multidiszciplináris* elvekre épülő *fogyasztási szövetkezeti marketingstratégia kidolgozását, amelynek abszolút középpontjában a szövetkezeti tag helyezkedik el* és számára a multifunkcionális felépítésű modell által biztosítandó, *komplex szükséglet kielégítését hatékony és versenyképes, a tagság és a vevőkör széleskörű szükségleteit kiszolgáló hálózat*

és marketing eszközszer (a „4C” és a „4E” koncepciókra épülően)⁴³ segítségével biztosítja. A szövetkezeti modell a CSR⁴⁴ filozófia stratégiai megközelítésére alapozva is „új vevőértéket” tud teremteni a potenciális szövetkezeti tagság körében.

Összefoglaló

Általános megítélés szerint a szövetkezetek napjainkban kisebb figyelmet kapnak, mint azt tényleges súlyuk indokolná. A szövetkezeti szektor alapvető számadatai alapján is jogosan igényel nagyobb politikai és gazdasági törődést. Magyarországon ma 5300 szövetkezet működik, közel 1,8 millió taggal. „A kialakult hagyományos csoportosítás szerint a hazai működő szövetkezetek megoszlása jelenleg a következő: lakásszövetkezetekből 1900, mezőgazdasági szövetkezetekből 1300, fogyasztási szövetkezetekből 1200, ipari szövetkezetekből 600, takarékszövetkezetekből 190, és diákszövetkezetekből 20 tevékenykedik”.⁴⁵

A rendszerváltást követően a szövetkezeti területen döntően politikai okokból kialakult helyzet rendkívül diszsonánssá tette ezt a vállalkozási szférát.

Kutatásommal a fogyasztási szövetkezeti kereskedelem oldaláról közelítve a szövetkezés rendkívül összetett és bonyolult problémakörét, igyekeztem hozzájárulni, új, vagy újszerű elgondolásaim - egyelőre *elméleti - felvázolásával a továbblépéshez szükséges témakörök felismeréséhez.*

A fogyasztási szövetkezeti kereskedelemnek a *jövőbeni versenykörnyezetben egyre erősödő és felgyorsuló új kihívásokra rugalmas, hatékony és gyors válaszokat kell tudni adnia.* Ehhez nélkülözhetetlen a már eddig is jól összehangolt érdekérvényesítő tevékenység a

⁴³ A klasszikus „4P” marketing mix (Product; Price; Place; Promotion) fogyasztócentrikusabb új minőségi koncepciói a „4C” (Customer value; Cost; Convenience; Communication), illetve a diverzifikálódott legújabb koncepció „4E” (Environment; Education; Ethic; Empathy) összhangban a holisztikus marketing koncepcióval (Philip Kotler elmélete alapján).

⁴⁴ Corporate Social Responsibility (Vállalatok Társadalmi Felelősségvállalása) filozófiai elvekre épülő stratégiai megközelítés.

⁴⁵ Karácsony M. 2006 : Új szövetkezeti törvény azaz lehetőség a társadalmi önszerveződésre és az öniigazgatásra. In Szövetkezés. A Szövetkezeti Kutató Intézet tudományos és tájékoztató folyóirata. XXVII. évfolyam, 2006/1. szám.

szövetkezeti ágazatban működő társszervezetekkel, nemzetközi szervezetekkel, és a velük folytatandó folyamatos stratégiai együttgondolkodás. Vélhetően lassú, buktatókkal tűzdelt út lesz, melyet végig kell járniuk a szövetkezeti mozgalom szereplőinek, a siker pedig nem csak a végrehajtás módjában, hanem az időtényezőben is rejlik majd.

Irodalom és forrásmunkák jegyzéke

- Géro Imre: A szövetkezetek új versenykörnyezetben. A Fogyasztási Szövetkezeti Kereskedelem fejlődése Magyarországon. PhD doktori értekezés. Pécsi Tudományegyetem. Regionális Politika és Gazdaságtan Doktori Iskola. Pécs 2009.
- Kotler, P.-Keller, L.K. 2006 : Marketingmenedzsment. Akadémiai Kiadó, Budapest;
- Co-op Hungary Zrt. Murányi László vezérigazgató belső elemzése 2012.
- Co-op Hungary Rt. prezentáció 2005.
- GfK Consumerscan 2011.
- Karácsony M. 2006 : Új szövetkezeti törvény azaz lehetőség a társadalmi önszerveződésre és az önigazgatásra. In Szövetkezés. A Szövetkezeti Kutató Intézet tudományos és tájékoztató folyóirata. XXVII. évfolyam, 2006/1. szám.
- Internetes források:
- www.coop.hu/Rólunk (2012.11.01.)
- http://www.elelmiszer.hu/fmcg_szakmai_hirek/cikk/az_ujkapitalizmus_az_elmenyekre_epul (2012.11.01)
- Dr.Lantos Zoltán, a GfK ügyfélkapcsolati igazgatója konferencia előadása alapján.
http://www.elelmiszer.hu/fmcg_szakmai_hirek/cikk/az_ujkapitalizmus_az_elmenyekre_epul (2012.11.01)

GLOBÁLIS VÁLSÁG ÉS REAKCIÓK

VÁLSÁG ÉS NÖVEKEDÉS ALUNÉZETBŐL 2012-BEN

Edutus Főiskola – Székelyudvarhely

Ilyés Ferenc főiskolai adjunktus

Summary: Crisis and Growth Looked at from Underneath in 2012

After deciding to write for the conference volume „Crisis and Growth” my mind was swirling with thoughts, ideas about what could be written. What it would be needed, I was wondering, is something that the reader not only would agree with, or wave upon hearing it, but their eyes would become wide open with surprise.

What would cause people to cast their mouth, among others, would be to read about something that either scares them very much, which shows up in the form of a natural catastrophe, or what brings them immediate profit, which on its turn, is used to ameliorate their present needs, or the best of all to pay back a part of its pointless loan.

I was thinking of looking at the crisis and growth from the point of view of the individual, followed by practical suggestions for creating an 'example individual'. It would be an interesting idea to start curing the problem with giving both the individual and the society a basic treatment rather than a superficial one, and maybe then the economy would not 'limp' so much.

Absztrakt:

Miután elhatároztam, hogy a *Válság és növekedés* konferenciakötetben írással jelentkezem, nagyon kavargtak bennem a gondolatok, az ötletek, hogy tulajdonképpen mit is lehetne ide írni? Olyasvalami

kellene, fogalmaztam meg magamban, amellyel az olvasók jelentős része nemcsak egyetértene, vagy éppen legyintene a hallatán, hanem kikerekedne tőle a szeme.

Mitől kerekedik ki a ma emberének szeme? Többek között attól, ha olyat olvas, amitől nagyon megijed, ami egy természeti katasztrófa méretében jelentkezik, vagy attól, ha valamiből közvetlen haszna lesz, amit – sajnos – a legtöbb esetben azonnali fogyasztásai állapotának javítására felhasznál, a legjobb esetben előtörleszt egy értelmetlenül felvett hitelt.

Arra gondoltam, hogy nem makrogazdasági és pénzügyi elemzésekkel fogok „nagyokat mondani”, amelyek már nagyon sok helyen különböző kutatások eredményeként megjelentek, hanem az egyén mint egyszerű lény és mint fogyasztó szerepvállalásából szeretném a válságot és a növekedést megközelíteni.

Olyan fogalmak merültek fel bennem, mint értékrend, család, reciprocitás, együttműködés, alázat, egészséges életmód, optimizmus, öröm, kitartás... lehetne a sort folytatni, de sokak szerint ez egy másik „műfaj” és a gazdaság világának ehhez semmi köze, mert oda kellene az „opciók” és „árfolyamkockázatok” stb., mert ha ezek nincsenek, nem lehet elaludni nagyon gyorsan egy konferencián.

Arra gondoltam, hogy a válságot és a növekedést az egyén kontextusából mutatom be, majd kézzelfogható javaslatot teszek egy „mintaegyén” kialakítására. Érdekes lenne úgy nekifogni a probléma orvoslásának, hogy nem felületi, hanem alapkezelést biztosítanánk az egyénnek és a társadalomnak egyaránt, és akkor talán a gazdaság sem „billegne” ennyire.

Mi a válság és mit gondolunk róla?

A **válság** szó a görög kriszisz szó fordítása. Ennek jelentése: szétválasztás, megkülönböztetés, kiválasztás, döntés, ítékezés, vita. Tehát olyan helyzetet jelent, amikor különböző lehetőségek jelennek meg, amelyek közül választani kell, vagy amelyek közül az egyik kiválasztódik. Fordíthatjuk még próbatételnek, nehézségnek is, ami változáshoz vezet.

Ábel István szerint a „válságot leginkább akkor akarjuk megelőzni, amikor már benne vagyunk. Ha már túl leszünk rajta, akkor úgy gondoljuk, hogy túljutottunk, pedig csak a következőhöz kerültünk közelebb”, mondja a szakértő a Válság és makroökonómia⁴⁶ tanulmányában. Tehát bármilyen válságról beszélünk, az alap mozgatórugó az emberi cselekedet. Ebből következik, hogy az illető személy neveltetésén, viselkedésén, moralitásán múlik az, hogy lesznek-e gazdasági és társadalmi válságok.

Én úgy fogalmaznék, hogy a válság az, amikor egy háromgyerekes székely családapa, akinek a szülei mezőgazdasággal foglalkoztak és belőle „csak” szakmunkás lett, de a '90-es rendszerváltás után vállalkozó lett belőle, adott profit szerzése reményében, amire neki sincs szüksége; a gyerekei nevelésébe kompenzálja saját gyerekkorának kínálathiányos rosszérzéseit; mindenre megtanítatja a gyerekeit, csak arra nem, hogy túlélők legyenek. Számukra az egyetlen esély a menekülés, minél távolabbi munkalehetőség és magasabb életminőség reményében.

Mert ha a gyerek elment, nem viszi tovább senki a székely család hagyatékát, tudását, az öreg családtagokat az állam fogja eltartani valahogy azokból a nyugdíjalapokból, amelyek már évek óta gyakorlatilag nem is léteznek a legtöbb országban és lényegesebben nagyobbak minden európai ország belső és külső adósságánál; s az elvándorolt személy további adósságot hagy hátra, mert taníttatását az illető ország finanszírozta jövőbeni személyi és más, az illető személyhez köthető adóbevételek megtermelése érdekében.

Továbbá nem lesz, aki fogyasszon, aki belakja a környezetet és gondoskodik a gyarapodásról. Persze erre nagyon sokan azt mondják, hogy majd jönnek mások, mert mi is a magunk módján megyünk majd valahová. Ez az elmúlt időszak inkább emberkereskedelemre hasonlít, mint egy virágzó gazdaságfejlődésre. Mert ugye, mindenhez embert keresünk: a fogyasztáshoz, a szavazáshoz, a közösségi oldalak feltöltéséhez, a bankok világának gyarapodásához. Természetesen minden esetben a legfontosabb a **kontroll** lett: hogyan tudunk minél több és jobb adatbázist összegyűjteni annak

⁴⁶ Ábel István (2009): Válság és makroökonómia, http://eltecon.blog.hu/2009/08/13/valsag_es_makrookonomia_abel_istvan (2012. október 20.)

érdekében, hogy még hatékonyabbak legyünk. A kontroll ahhoz kell, hogy potenciális jövőbeni utasítás esetén ne legyen kérdés az egyén számára, hogyan cselekedjen.

Számos példával lehet alátámasztani a kontroll szándékát, ma minden kínálattevő minél nagyobb részesedést szeretne az egyén gondolatvilágából, cselekvéseiből, függőségéből, vágyaiból, anyagi lehetőségeiből. S erre mi az egyén válasza? Sajnos a legtöbb esetben az, hogy tessék, vigyék! Mert egyszerűbb nem gondolkodni, nem akarni, nem vágyakozni, ha egy felsőbb hatalom egy jól megírt forgatókönyv szerint ezeket levezényli. Csak akkor a kontrollt birtokolni szándékozó hatalmak tudatában kell legyenek annak, hogy a válság igenis bekövetkezik.

Az egyszerű ember szorong a mindennapokban, nem igazán érdeklő az élet értelmében, de nem tud szabadulni a gondolattól, mert azt szeretné, hogy a saját élete egyedi legyen. De amikor gondolkodni kellene, hogy igazán mit tegyen, akkor az a válasz, hogy: „Nézd meg a Google-ban”.⁴⁷

Ez a kontroll tulajdonképpen a **globalizáció**, aminek a fejlődését számos tényező fejlődése tette lehetővé, ezek közül a legfontosabb az informatika, amely „*lehetővé tette a fény sebességével végezett információtovábbítást, amely ponttá zsugorította a kommunikálók számára a teret*”⁴⁸.

Ennek a fejlődésnek a közvetlen eredménye a **virtuális világ** kialakulása, amelybe szép lassan kezdünk átköltözni. Ott kommunikálunk, ott vállalkozunk, ott hozunk létre új kapcsolatokat és megosztjuk az érzelmeinket (szlengesen: „lájkolunk”) – mindezt számtalan adatbázisban rögzítik, és ezek alapján alakítanak ki ajánlatokat, amelyeket spam-, vírus-, hub- és mail-marketingeszközök segítségével küldenek el többmilliárd embernek. A nagy kérdés az, hogy az emberek fel vannak-e készülve erre a gépies világra és ez a világ élhető-e így?

A válasz az, hogy nincsenek felkészülve, és nem, ez a világ nem élhető így. A 2008-as válságot gyakorlatilag a **bizalomvesztés** robbanásszerű láncreakciója okozta a bankok és más szolgáltatók között. A bizalmat emberek tudják gyakorolni, és magatartások tudják sugallni. Tehát megállapítható, hogy emberi magatartások összességének az eredménye a mostani válság, amelyet a következő

⁴⁷ Hankiss Elemér (2012): A Nincstől a Van felé, 25. oldal, Osiris Kiadó, Budapest

⁴⁸ Hoványi Gábor (2001): Globális kihívások-menedzsmentválaszok, 7. oldal, KJK-KERSZÖV Kiadó, Budapest

alázatmentes idézet is jelez: „Ha válságba jutsz, ebből biztosan hasznot húz valaki – hát miért ne Te legyél az?”⁴⁹

Akinek ezt oktatják, annak azt is el kellene mondani, hogy mértékkel, mert lehet, hogy a haszonszerzési szándékunk éppen a következő válságot indítja el. Lehet, hogy nagyobb alázattal kellene kezelni a válságokat, és akkor a gyakoriságuk is kisebb lenne. De amíg innovációnak nevezzük a mások hátrányos helyzetéből adódó előnyök lecsapolását, addig nincs mire számítani. Az egyén egyre inkább egyedül marad, annak ellenére, hogy a modern világ gazdaságsszemlélete az egyén boldogulását helyezte előtérbe.

Nagyon sokan foglalkoznak azzal a kérdéssel, hogy a 2008-as válság előre látható volt-e, a korábbi japán válság jelzés volt-e arra, hogy közelebbről világméreteket fog öltetni? Nagyon sokan a FED⁵⁰-et bírálják azzal, hogy szigorúbb kellett volna legyen, és a kockázatvállalásokat időben vissza kellett volna szorítsa. Itt megint jó kérdés, hogy milyen értékrendet képviselő szakértők foglaltak el bizonyos döntéshozó helyeket.

Az egyéni bizalomvesztésen túl világszerte **gyengülőben van a társadalmi kohézió** is. Erről értekezik Farkas és Fóti: *Háttér tanulmányok Magyarország külstratégiájához* című tanulmányában is: „A fejlődő országokban rohamosan bomlanak azok a hagyományos társadalmi-vallási struktúrák, amelyek a magára hagyott egyének számára menekülési utat biztosítottak. Japánban a globális verseny kikezdte a vállalati szolidaritás hagyományos értékeit. A fejlett országokban rohamosan gyengülnek a társadalmi szolidaritás mechanizmusai a szociális (nyugdíjbiztosítási és egészségügyi) ellátó rendszerek és az infrastruktúra működtetésében. A fejlődő országokban bomlanak a létbiztonságot nyújtó hagyományos nagycsaládi kötelékek. A társadalmi szolidaritás gyengülése, a jövedelemkülönbségek erősödésével párosulva, egyes országokban zavargásokhoz, extrém erők

⁴⁹ Hoványi Gábor (2001): *Globális kihívások-menedzsmentválaszok*, 7. oldal, KJK-KERSZÖV Kiadó, Budapest

⁵⁰ Federal Reserve System – az Egyesült Államok Jegybankjának szerepét betöltő intézmény

hatalomra kerüléséhez, polgárháborúhoz vezethet, s erősödhetnek a nemzetközi feszültségek is, amelyek további háborúkba torkollhatnak.”⁵¹

Végezetül: válságban van a **munka megítélése** korunk társadalmában, mert az emberek figyelmét csak a gyorsan hasznot hozó területek érdeklik. Mindenki vezérigazgató, software-fejlesztő és autókereskedő, esetleg diszkómágnás szeretne lenni. Egyre nagyon bajban van a mezőgazdaság és építőipar, mert nem divatos ezeken a területeken a munkavállalás. A munka önmagában öröm forrása, mert lehetőséget ad az alkotásra, a közösségi építkezésre. Egyszerűen csak azt kell megfigyelni, hogy azokban az országokban, ahová a gyártókapacitásokat kihelyezték – és ebben természetesen élen jár Kína –, a társadalom optimista és jövőorientált. Ott, ahonnan kitelepítették a gyártókapacitásokat, hiába a magasabb életszínvonal, a közösség lezüllő állapotban van (lásd Európa nagyvárosait).

Utolsóként a **bankok felelősségét** szeretném újra megemlíteni, amelyek felelőssé tehetőek a kamatalapú virtuális növekedés kialakításáért. Lehet-e egy normálisan működő gazdaságban akkora növekedést elérni, hogy az képes legyen törleszteni az egyének fogyasztási ábrándjainak a finanszírozására felvett hitelek kamatait? A válasz az, hogy nem képes, és ezért mindegyre valaki csődbe megy, így a csőd szerves része lett a mai világunk gazdaságának. Csak a csődbe került egyén demoralizált, értékválságba és a társadalom perifériájára kerül. Thomas H. Greco Jr. szerint oda jutottunk, hogy az „adósok versenyeznek, hogy ki törlessze hamarabb a hitelét.”⁵²

Mi a növekedés és mit gondolunk róla?

Számomra a **növekedés** az, amikor a 3 gyerekes család a vasárnapi ebéd elfogyasztása után együtt beszél meg, hogy ki milyen könyvet olvasott legutóbb; az édesanya megtanítja a gyerekeket a háztartás szabályaira; az illem és az alázat kérdéseire példákat hoznak fel az életükből; az apát senki nem nézi le azért, mert még az első házasságában él; a gyerekek nem azért tanulnak nyelveket, mert az útlevél egy idealisztikus világ megkereséséhez. Az ideális világban a lakóhely a szülőföld.

⁵¹ Farkas és Fóti (2007): Háttér tanulmányok Magyarország külstratégiájához, www.vki.hu (2012. október 17.)

⁵² Thomas H. Greco Jr. (2011): Sfârșitul banilor și viitorul civilizației (A pénz korszakának a vége és a civilizáció jövője), 70. oldal, Curtea Veche Publishing, Bukarest

A növekedés a „egyedfejlődéssel összefüggő, az anyagcsere következtében végbemenő méretnagyobbodás. A növekedés során az asszimilációs folyamatok felülmúlják a disszimilációs folyamatokat. A növényekkel ellentétben az állatok és az ember növekedése az élet bizonyos szakaszára korlátozódik.”⁵³ Következésképpen a természetes növekedés meghatározott időre szól. Tehát nem feltétlenül mindig érvényes az a gondolat, hogy a természet, valamint az ember, vagy az általa végzett tevékenység végtelen növekedésre képes.

A növekedést az egyén számára a család létszámának a gyarapodása, anyagi fedezetének emelkedése, életkörülményeinek javulása, egyéni sikeressége jelenti, valamint minden olyan tényezőnek a pozitív irányú változása, fejlődése, amely számára rövid és hosszú távon biztonságot jelent.

Milyen gyors megoldások állnak rendelkezésünkre?

Elsőként mindenképpen a **Tízparancsolatot** kéne népszerűsíteni – a nem ismerők számára felsorolom őket. Akik ismerik, olvasás közben számot vehetnek saját lelkiismeretük állásáról.

Mózesnek az Isten éppen akkor adta a amikor a népe kezdte elfelejteni, hogy az Egyiptomból.

Véleményem szerint hasonló időszakot kezdtek mindenféle „bálványokat” imádni, fogyasztást, az értelmetlen és a sort sokáig lehetne folytatni.

Egy másik ötlet, amellyel véleményem

Tízparancsolat
1. Uradat, Istenedet imádd, és csak neki szolgálj!
2. Isten nevét hiába fel ne vedd!
3. Az Úr napját szenteld meg!
4. Atyádat és anyádat tiszteld!
5. Ne ölj!
6. Ne paráználkodj!
7. Ne lopj!
8. Ne hazudj, mások becsületében kárt ne tégy!
9. Felebarátod házastársát ne kívánd!
10. Mások tulajdonát ne kívánd!

Tízparancsolatot, Isten kivezette őket élünk át, az emberek pl. az öncélú környezetrombolást, szerint rövid idő alatt

eredményt lehetne elérni: a **munkagyakorlat** közoktatási követelményként való bevezetése. Fontos a fizikai és a szellemi munka közötti különbség megismertetése, a munkaféleségek bemutatása. és lehetőség a kipróbálásra, valamint a közmunka, közösségi munka intézményének a megismertetése.

⁵³ Bővebb információ: <http://www.kislexikon.hu/novekedes.html#ixzz29ZAzyj3p>

Az emberek a problémáik megoldására utolsó megoldásként választják a közösségi megoldást, pedig az lenne a legolcsóbb.

Az előző témához kapcsolódik a **tolerancia és az alázat kérdése**, amely – a hétköznapokra lefordítva – az emberek egymáshoz való viszonyulásában érhető tetten (például a családok belső harmóniája).
Cél: megtanítani az embereket újra barátkozni és a közösségekben viselkedni. (Ajánlom figyelmükbe a budapesti közlekedést kipróbálni gyalogosként – hogy mit kap az első autóstól, ha nem megfelelő ütemben szedi a lábát az átkelőn.)

Fontos lenne bevinni a közgondolkodásba a **józan paraszti éssz**, az egyszerű gondolkodás **logikáját**, mert mostanában az emberek jelentős része nagyon sok esetben inkább az összetettebb, költségesebb megoldást választja. Szerencsére a jelenlegi magyar kormányának számos intézkedése mutat ebbe az irányba (például a háztáji kisgazdaságok támogatása, stb.).

Továbbá lényeges lenne az egyén **egészségtudatát** növelni: hogyan szervezze meg az életét, hogyan táplálkozzon, hogyan csökkentse a stresszt az életvitelében. Életképtelen az a felfogás, miszerint egészségtelen, olcsó élelmezés mellett drága vitaminokkal és gyógyszerekkel kell egyensúlyban tartania szervezetét.

Ugyancsak fontos lenne az **optimista életszemlélet**, amely ma hiányzik az emberek jelentős többségéből, mindenki csak panaszkodik, és közben nem veszi figyelembe a legfontosabbat: hogy él, vannak, akik őt szeretik, és ennek kellene örvendeni.

A fentiek gyakorlatba ültetésére szükség van egy olyan **kommunikációs programra**, amely rövid és egyszerű elvárások alapján egy „Légy büszke, hogy magyar vagy!” példakép követését hirdeti, amely egyben keresztényi és trendi. Mert ha nem keresztény, akkor elveszítünk 2000 évnyi munkát, tudást, tartást, és ha nem trendi, akkor a mai világ fiataljait fogjuk elveszíteni. Ehhez minden olyan eszközt fel kell használni, ami a rendelkezésünkre áll, nem lehet eltekinteni attól, hogy létezik a virtuális világ és a globalizáció.

Szerintem ez a legnagyobb kihívása minden nemzetnek: hogyan találja meg helyét egy új, nyüzsgő és értékvesztett világban.

Irodalomjegyzék

1. Ábel István (2009): Válság és makroökonomia, http://eltecon.blog.hu/2009/08/13/valsag_es_makroekonomia_abel_istvan (2012. október 20.)
2. Farkas és Fóti (2007): Háttér tanulmányok Magyarország külstratégiájához, www.vki.hu (2012. október 17.)
3. Hankiss Elemér (2012): A Nincstől a Van felé, 25. oldal, Osiris Kiadó, Budapest
4. Hoványi Gábor (2001): Globális kihívások-menedzsmentválaszok, 7. oldal, KJK-KERSZÖV Kiadó, Budapest
5. Thomas H. Greco Jr. (2011): Sfârșitul banilor și viitorul civilizației (A pénz korszakának a vége és a civilizáció jövője), 70. oldal, Curtea Veche Publishing, Bukarest
6. <http://www.kislexikon.hu/novekedes.html#ixzz29ZAzyj3p>

**A TRANSZNACIONÁLIS VÁLLALATOK NEMZETI JELLEGE ÉS A
GLOBALIZÁCIÓ –
A NÉMET VÁLLALATI TERJESZKEDÉS ÉS A „DEUTSCHLAND AG”
ÁTALAKULÁSA**

**National characteristics of transnational corporations –
The expansion of German firms and the change of „Detschland AG”**

Juhász Krisztina, PhD

Főiskolai tanár

**Edutus Főiskola, Nemzetközi Gazdálkodás Tanszék
College Professor, International Business Administration Department**

Összegzés

A '90es évek közepén, az amerikai, német és japán transznacionális vállalatok nemzeti jellege egyértelműen kimutatható volt. A tanulmány a német vállalati rendszer elemzésével azt bizonyítja, a globalizáció a vállalatvezetésben egyfajta „amerikanizációt” jelent, vagyis azt, hogy az angolszász „corporate governance” válik dominánssá. A vállaltirányításban, tulajdonlásban kimutatott német nemzeti jelleg kezd feloldódni, de megmarad a német vállalatok egyik legfontosabb nemzeti sajátossága: a munkavállalók érdekképviselése a döntéshozatalban.

Summary

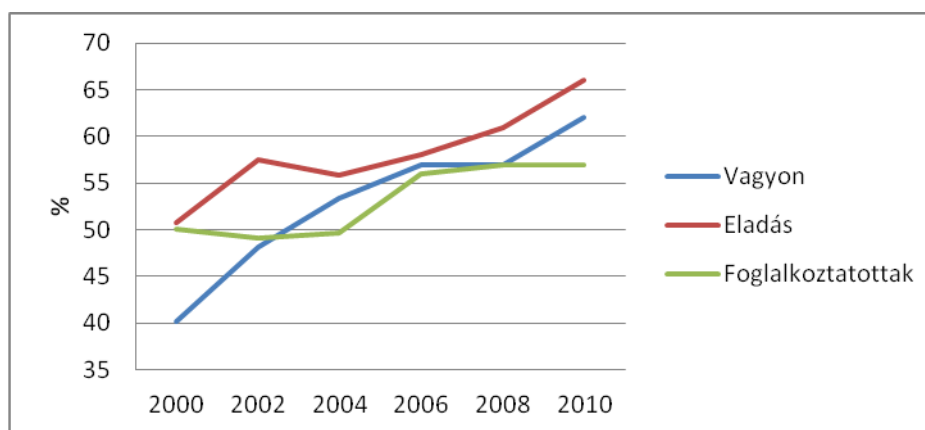
In the '90s there were clear differences between U.S. Japan and German TNCs. The globalization, the growing international competition, the liberalization of the markets, mainly of the international capital market lead to processes which effect that the rule of cross-shareholdings decreases, the role of the international financial markets is growing in the German corporate system. These means, that German companies begin to follow the “shareholder value strategy”, and being similar to the US model.

Bevezetés

A globális gazdaság meghatározó szereplői a transznacionális vállalatok (Transnational Corporations, rövidítve TNCK).⁵⁴ Az UNCTAD statisztikája 2010-ben világszerte mintegy 103 ezer anyavállalatot és közel 900ezer leányvállalatot tartott számon⁵⁵.

A nemzetközi termelés mértéke az elmúlt két évtizedben rendkívüli mértékben nőtt. A külföldi leányvállalatok vagyona 1990hez képest több mint ötszörösére nőtt (2011ben megközelítve a 21 milliárd USD-t), az általuk előállított hozzáadott érték hétszerezére emelkedett (2011ben meghaladva a 7 milliárd USD-t). Legdrámaiabb mértékben azonban (közel 18-szorosára) a külföldi leányvállalatok vagyona gyarapodott, 2011ben meghaladva a 82 milliárd USD-t. A külföldi leányvállalatoknál világszerte foglalkoztatottak száma 21 millióról közel 70 millió főre nőtt. (UNCTAD 2012). A világ 100 legnagyobb TNC-jének nemzetköziesedését elemezve megállapítható, hogy tevékenységüknek egyre növekvő mértéke kötődik a külföldi piacokhoz, mérjük ezt a nemzetköziesedést akár a vagyon, akár az értékesítés vagy akár a foglalkoztatottak aránya alapján. (1. ábra)

1. ábra: A külföldi tevékenység aránya az összes százalékában, a 100 legnagyobb TNC esetében



Forrás: UNCTAD adatai alapján

⁵⁴) Az UNCTAD definíciója szerint transznacionálisnak tekinthetőek azok a vállalatok, melyeknek legalább egy külföldi országban van leányvállalatuk.

⁵⁵ http://unctad.org/Sections/dite_dir/docs/WIR11_web%20tab%2034.pdf

A fent vázolt alaptendenciák már önmagukban is egyértelművé teszik, hogy miért is jelentik a TNCK a kutatások központi kérdését számtalan tudományterületen, így a nemzetközi gazdasági elemzésekben is, immár hosszú ideje. Hatásuk számtalan dimenzió mentén elemezhető: politikai, gazdasági, kulturális, környezeti szempontból egyaránt. A gazdasági dimenzió mentén vizsgálódva is számtalan érdemi kutatási kérdés merül fel, ezek közül az egyik a vállalati formációk nemzeti jellegéhez kapcsolódik. Tekintve ugyanis a TNCK tevékenységének egyre növekvő nemzetközi jellegét, felmerül a kérdés: Vajon a vállalati formációk irányításában, stratégiájában, kultúrájában kimutathatók-e még a származási (anya)ország gazdasági, politikai, kulturális hatásai. Másként megfogalmazva: a TNC-k esetében beszélhetünk-e még nemzeti jellegről, vagy a nemzetközi jelenlét növekedése következtében a vállalati formációk egyre inkább hasonlóvá, uniformizálttá válnak? Jelen tanulmány tehát annak a kérdésnek megválaszolását tűzi ki célul, hogy a nemzeti származás mennyire befolyásolja a TNC-k jellemzőit. A vizsgálatban központi kérdésként a német vállalati rendszer sajátosságainak, valamint ennek a globalizáció hatására bekövetkezett változásának a bemutatása áll.

1. Nemzeti struktúrák és a transznacionális vállalatok

A vállalatok tevékenységére az a gazdasági-politikai környezet, melyben tevékenyek vitathatatlanul hatást gyakorol. E tényezők közül az anyaországi környezet szerepe kiemelkedő, ezt számtalan kutatás igazolja. Az egyik legismertebb Hofstedenek a kutatása, melyben a kultúra négy dimenziója mentén vizsgálva (individualizmus vs. kollektívizmus, hatalmi távolság, bizonytalanság kerülés, maszkulinitás vs. feminitás) a nemzeti jelleg alapján különböző országcsoportokat tudott lehatárolni (Hofstede 1980 és a Dicken 2003 alapján). Dicken (2003) a kapitalizmus eltérő modelljeiből kiindulva (lásd 2. ábra) jut arra a következtetésre, hogy a TNC-k tevékenységében a nemzeti jelleg továbbra is kimutatható marad.

2. ábra: A piacgazdaság eltérő modelljei

USA	Németország	Japán
Liberalizmus	Szociális partnerség	Közösségi érdekek, szociális és gazdasági célok elsődlegessége,
Individualizmus	Szociális demokrácia	Erős bürokrácia
Liberális demokrácia	Gyenge bürokrácia	Állam-vállalatok kapcsolatrendszere
Érdekcsoportok szerepe	Szervezett piacok	Zárt, irányított piacok
Nyílt, decentralizált piacok	Vállalatok összefonódása	Bank-központú pénzügyi piacok
Nem koncentrált, likvid pénzügyi piacok	Bankközpontú pénzügyi piacok	Szoros, zárt üzleti hálózatok

Forrás: Dicken 2003 alapján saját szerkesztés

Köszönhetően e vállalatok transznacionális jellegének, vitathatatlanul átvesznek bizonyos elemeket a fogadó ország környezetéből, de „Extrém módon meglepő lenne, ha a nemzeti eredetű TNCk megkülönböztető jellegét az egységes forma váltaná föl.” (Dicken 2011, 126. oldal)

Pauly és Reich ugyancsak a TNC-k viselkedésének nemzeti jellegét kutatják. Tanulmányukban az amerikai, a német és a japán vállalatokat elemzik, és megállapítják, hogy „azok nagymértékben különböznek egymástól, a vállaltvezetési, a hosszútávú finanszírozási, a K+F, a fontosabb K+F központok lokalizációs, a külföldi működőtőke-befektetési és a vállalaton belüli kereskedelmi stratégiájukban.” (Paul and Reich 1997, 1. oldal)

A továbbiakban a szerzőpáros munkája alapján röviden bemutatom, melyek voltak a '90es évek közepén a három ország TNC-inek legfontosabb jellemzői. Jelen fejezetben a hangsúly a három ország összehasonlításán van, a 4. rész fogja részletesebben is a német modell sajátosságait taglalni.

Vállalatirányítás és finanszírozás

Tekintve azokat a normákat és szabályokat, amik meghatározzák az érintettek (stakeholder, ú.m. tulajdonosok, vezetők, beszállítók, alkalmazottak, vevők) közötti kapcsolatokat, a három ország TNC-i közötti különbség igen nagy mértékű volt a '90es évek közepén.

Az USA vállalataiban az egyéni háztartások, a nyugdíjalapok és a nyílt befektetési alapok közel 90%-os szavazati részesedéssel rendelkeztek. Japánban ez az arány 30%, míg Németországban mindössze 15% körüli volt. Ennek megfelelően az USA-ban a bankok részesedése kevesebb mint 1% volt, míg Németországban közel 10%, Japánban pedig 25% körüli. Ugyanakkor a nem pénzügyi vállalatok részesedése az USA-ban elhanyagolható, Japánban 25%, míg Németországban kiemelkedően magas: 40% körüli. A részvényesek szórtságából és mobilitásából következik az USA vállalatainak rövid távú pénzügyiteljesítmény-orientációja.

Szintén eltérés mutatkozik a bankok szerepében a három ország vállalati rendszerében. Míg az USAban a bankok a másodlagos finanszírozásban, cash managementben és egyéb pénzügyi szolgáltatásokban jutnak szerephez, addig a japán és a német rendszerben vezető szerepet játszanak. Az USAban a banki kölcsönök aránya a vállalatok pénzügyi kötelezettségeiben 25-35%-nál nem volt magasabb, ez az arány a német és a japán vállalatoknál elérte a 60-70%-ot is.

Nagy volt az eltérés a vállalatok felügyelőtanácsának az összetételében is: A 100 legnagyobb német vállalatnál a bankok aránya 10% körüli, ezzel szemben a biztosítóké 2% körüli, kereskedelmi szervezeteké 12%, alkalmazottaké 36%, más iparágaké 25%, egyéni befektetők aránya 10%, kormányzati részesedés 5%. Tekintve a három nagy német bank központi szerepét a rendszerben, a német vállalati rendszer jellemző sajátossága a vállalatok felügyelőtanácsának erős összekapcsolódása. A szavazati jogok sajátossága, hogy a német TNCKnél a bankok aránya meghaladta az 50%-ot! Mindehhez hozzájárult a vállalatok közötti kereszttulajdonlási kapcsolatoknak a magas, bár a japán vállalatokhoz képest még mindig alacsonyabb aránya.

Kutatás-fejlesztés

A kutatás-fejlesztés lokalizációs kérdéseiben is alapvető eltérés mutatkozott a három ország vállalatai között: Általában érvényes, hogy a TNCK legmeghatározóbb K+F telephelye az anyaország. A vizsgált országok közül az USA TNC-i hoztak létre legnagyobb mértékben K+F kapacitásokat külföldön, a német vállalatok külföldi K+F aktivitása kisebb arányú volt, leginkább az USA piacon volt számottevő, ezzel szemben a japán vállalatok elsődlegesen a hazai piacon folytattak K+F tevékenységet.

Külföldi befektetések és kereskedelem

E tekintetben is markáns különbségeket állapított meg a kutatás a három ország TNC-ít tekintve a '90-es évek közepén. Az USA vállalatainál mutatták ki a legkisebb mértékű vállalaton belüli kereskedelmi arányt, míg legnagyobb mértékben a japán vállalatok beruházási stratégiáiban volt érzékelhető az intrafirm kereskedelem. A német vállalatok stratégiája e kérdésben az USA és Japán közé tehető, befektetési stratégiájuk inkább a japán cégekhez hasonlít, vagyis az intra-firm kereskedelem az USA cégekhez képest nagyobb arányt ért el. Vagyis a japán és a német vállalatok külföldi befektetései kereskedelem-növelő, míg az USA vállalatok FDI beruházásai exportot –helyettesítő befektetéseknek tekinthetők.

A tanulmány további részeiben, építve a fent összegzett szakirodalmi megállapításokra arra kérdésre keresem a választ, hogy a TNCK nemzeti jellemzőiben milyen változások következtek be? Továbbra is kimutatható-e a nemzeti jelleg? E kérdés megválaszolása további átfogó, részletes elemzéseket igényel. Jelen munka ennek az átfogó kutatásnak egyik első lépése, melyben a német vállalati rendszer sajátosságait elemzem. Először bemutatom a német vállalatok nemzetköziesedésének növekedését, a német vállalati terjeszkedés földrajzi jellemzőit, majd a vállalati rendszer átalakulásának ismertetése következik. A kérdés több szempontból is figyelmet érdemel. Egyrészt Németország az EU legerősebb gazdaságaként világszinten is meghatározó, globális nagyhatalom. Másrészt pedig Kelet-Közép-Európában,

így hazánkban, kiemelten hangsúlyos a német vállalati sajátosságok feltárása, hiszen itt hagyományosan erős a német gazdaság befolyása: Németország nemcsak a legfontosabb kereskedelmi partner, de vállalatai révén az elsőszámú külföldi befektető is. A Magyarországon befektetett összes FDI állománynak mintegy negyede, az újrainvestált profitnak több mint a fele német vállalatoktól származik. Ezért e vállalati kör alapos ismerete a magyar nemzetgazdaság számára is hasznos kérdés.

2. A német vállalati terjeszkedés földrajzi jellemzői

A világgazdaság átalakulása a német gazdaság külgazdasági kapcsolatainak változásában is kimutatható. Németország GDP-jéhez viszonyítva a külföldi működőtőke-kivitel egyre nagyobb arányt képvisel. A nemzetközi tendenciákhoz hasonlóan Németország vonatkozásában is érvényes, hogy külföldi működőtőke-állományának növekedési üteme felülmúlja exportjának növekedését. Mindez azt jelenti, hogy a világgazdasági integráció elsőszámú mechanizmusát immár a német gazdaság számára is a működőtőke-befektetések jelentik. Az utóbbi közel három évtizedben a német befektetések világszintű relatív szerepe stabil, a német vállalatok terjeszkedése lépést tartott a legnagyobb beruházó nemzetekével. Az általános tőke-beruházási folyamatokkal összhangban a '90-es évek második felében a német vállalati terjeszkedés gyorsulása mutatható ki.

A német vállalatok terjeszkedését a Bundesbank által közzétett vállalati adatok (FDI, forgalom, foglalkoztatottak és leányvállalatok száma) alapján, 1979-től 2010-ig vizsgáltam. Ez időszak alatt a német működőtőke-állomány több mint 30-szorosára nőtt, meghaladta az 1,4 billió USD-t. A befektetők sorában az USA, Nagy-Britannia és Franciaország mögött a negyedik helyen áll. A mintegy 31 ezer német vállalat világszerte több mint 5,5 millió főt foglalkoztat. (Deutsche Bundesbank és UNCTAD adatai alapján).

Összességében a német vállalati terjeszkedés egyes korszakaiban az európai integráció vertikális elmélyülésének hatása kevésbé érezhető. A vállalati hálózat átalakulásában az Európai Unió földrajzi bővítése fontosabb szerepet játszott. Ez kimutatható kezdetben az európai (EU 14) dominancia erősödésében, majd a '90-es években a csatlakozó, ill. a csatlakozásra váró keleti országok felértékelődésében. Ezzel egyidejűleg meghatározóvá válnak a globális folyamatok, ami az USA és Ázsia piacain eredményez dinamikus német kapacitásbővítést. (Juhász 2006)

Németországnak, mint befektetőnek a relatív pozíciója részben megfelel a gazdasági erőterek hagyományos képének: a fejlődő térségek közül Kelet- Közép-Európa egyértelműen az újonnan felértékelődő célterületet jelenti, ezzel szemben Latin-Amerika - mint az USA erőterébe tartozó térség - jelentősége német szempontból csökken. Ugyanakkor az ázsiai fejlődő országok piacain (NIC országok, Kína) a német terjeszkedés már inkább a világszintű (globális) folyamatok hatását tükrözi. (Juhász 2006, 2011)

A vállalati terjeszkedés horizontális jellemzőiből kiindulva felmerül a kérdés: vajon mindez hogyan hatott a vállalati nemzetköziesedés „vertikális dimenziójára”? Véleményem szerint a globalizáció, a vállalatok földrajzi terjeszkedése szükségszerűen átalakítja a vállalatok vertikális jellemzőit, belső szervezetét is. A leányvállalatok egyre fontosabb feladatokat látnak el, ami végső soron a vállalati irányítási rendszer átalakulását is magával hozza, melyben a nemzeti karakterisztikum elhalványulhat.

A vállalati nemzetköziesedés mérése igazolta, hogy a legjelentősebb német vállalatok tevékenységüket egyre inkább nemzetközi szinten szervezik, a nemzetköziesedés folyamatába a vállalatok mind szélesebb köre kapcsolódik be. A vállalati globalizációs fokozatokon előrehaladva a leányvállalatok egyre magasabb szintű vállalati tevékenységeket látnak el, a termelésen túl immár a külföldi kutató-fejlesztő tevékenység is egyre nagyobb méreteket ölt. Ugyanakkor a „hagyományos”, reálgazdasági nemzetköziesedés mellett egyre több vállalat

esetében a nemzetköziesedés újabb, elsősorban tőkepiaci dimenziója is megjelenik. (Részletesebben lásd Juhász 2006) A folyamat hatással van a német vállalati vezetés átalakulására is.

3. A német vállalati rendszer sajátosságai

Ahogy az a fenti idézett nemzetközi összehasonlításból is kirajzolódott, a német vállalati rendszer jellemzői tradicionálisan erős nemzeti jelleget mutatnak, valahol „félúton” vannak az amerikai és a japán modell között. E rendszernek legfontosabb jellemzőit szeretném az alábbiakban összegezni.

A német gazdaság, a német vállalati rendszer egyik jellemző, már a XIX. század végére kialakult sajátossága a vállalatok közötti (tőke –és személyi) összefonódások nagy aránya. Ebben a rendszerben (lásd 2. fejezet) központi szerepet játszottak a bankok, melyek nemcsak a betétesek megtakarításait gyűjtötték, hanem egyúttal a vállalatok és a magánszektor hitelezői is voltak. Ipari vállalatokban széles körében rendelkeztek részesedéssel, melyeken keresztül befolyásuk révén a hiteleiket biztosítani tudták. Szintén jelentős részesedésekkel rendelkeztek a nagy biztosítósító társaságok (pl. Allianz) is. A rendszer egyik alapvető jellemzője tehát a bankok, biztosítók és iparvállalatok közötti át-ill. kereszt-tulajdonlás nagy mértéke. Mindennek következtében a bankok kezében e rendszerben kiemelkedő hatalom összpontosult. (A világháborút követő években sokan beszéltek a bankok hegemoniájáról Németországban. lásd: Himmelmann 2007).

A szociális piacgazdaság német modelljének egyik meghatározó eleme a munkáltatók és munkavállalók kapcsolatának szabályozása. A rendszer lényege, hogy a munkavállalók konzultációs és együttdöntési jogának biztosításán, valamint a munkaadói és munkavállalói érdekképviseleti szervek közötti kollektív szerződéseken keresztül, a társadalmi partnerség jegyében igyekszik a két fél viszonyában az alá-fölérendeltségi viszony helyett az mellérendeltségi, partneri viszony kialakítására. Általában érvényes, hogy a munkavállalók

képviselői (üzemi tanács) gazdálkodási ügyekben legfeljebb konzultációs jogokkal, míg a munkavállalókat közvetlenül érintő személyi ügyekben gyakran együttdöntési joggal vannak felruházva. A munkavállalók delegáltjai ugyanakkor részt vesznek a vállalat felügyelőbizottságában, ahol teljes jogú tagsággal vannak felruházva (Veress 2009).

A világháborút követő időkben német iparvállalatok általában (a bankokkal való kereszttulajdonlásból kiindulva) jellemzően széleskörű horizontális és vertikális konszernépítési stratégiát folytattak. A bankokkal való kereszttulajdonlás a hitelbiztosításban, a finanszírozásban játszott fontos szerepet, míg az ipari vállalatok összefonódása a piaci biztonságon, a növekedésen, a közös külpiacralépésen keresztül jelentett előnyöket a vállalatok számára. A vállalatok nagy hangsúlyt helyeztek a tartalékképzésre, így a finanszírozásban nagy szerepet játszottak a saját források, valamint a különböző üzleti partnereken keresztül történő keresztfinanszírozás volt jelentős. A vállalat vezetői főként „saját forrásból”, vállalaton belülről kerültek ki. (Juhász 2012)

Összességében a fent leírt rendszer lényegi elemein keresztül hozzájárult a piaci bizonytalanság, a kockázatok mérsékléséhez, lehetővé tette az információkhoz való hozzáférést, az együttműködést, a felelősség megosztását, egy fajta morális-gazdasági fegyelmezettséget, a „külső szereplőkkel” szemben pedig védelmet jelentett. (Himmelmann 2007, Höpner és Krempel 2006) (Lásd: 3. ábra)

3. ábra: A német és az amerikai vállalati modell

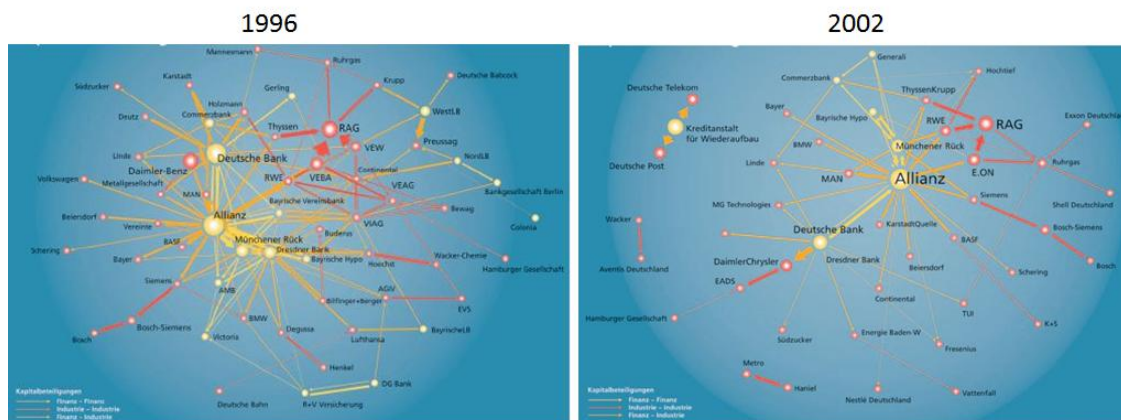
	Deutschland AG	Amerikai modell
Tulajdonlás	Bankok Kereszttulajdonlás Családi, állami tulajdon	Tőkepiac Befektetési társaságok Nyugdíjalapok
Stratégia	Hosszú távú	Rövidtávú
Vezető	Vállalaton belülről	Vállalaton kívülről

Forrás: saját szerkesztés

4. A „Deutschland AG” oldódása

Az utóbbi évek, évtizedek gazdasági-társadalmi hatásainak következtében a fent vázolt vállalati rendszer jelentős változáson ment keresztül. E változás lényege, hogy a „Deutschland AG” oldódni látszik. Ez talán legszemléletesebben a kereszttulajdonlások visszaszorulásával érzékeltethető. A Max Planck Gazdaságkutató Intézet kutatásai alapján míg 1996-ban Németország 100 legnagyobb vállalatából 60 vállalat volt részese a vállalati összefonódásoknak, addig 2002re már csak 35. Jelentősen csökkent a vállalatok közötti kapcsolatok száma is: 1996ban még 134 kapcsolat volt az egységek (vállalatok) között, 2002ben viszont már csak 44. (4. ábra) Szembetűnő mértékben csökken a bankok tulajdonosi részesedése az ipari vállalatokban (lásd pl. korábban a rendszer központi szereplőjének számító Deutsche Bank perifériára szorulását a hálózatban).

4. ábra: Tőke-összefonódások a 100 legnagyobb német vállalat között



Forrás: Höpner és Krempel (2006)

A német vállalati rendszernek e (gyors) változását egyrészt az európai integrációs folyamatok mélyülésével (mely jelentős liberalizációt eredményezett az európai, így a német piacon is), másrészt és véleményem szerint nagyobb részt a nemzetköziesedéssel, a globalizációval magyarázhatjuk. A tőkepiacokon meginduló liberalizáció következtében

olyan éles nemzetközi versenyhelyzet keletkezett a német piacokon is, amely a korábbi rendszer kereteit szétfeszítetni látszik. Mi ennek a változásnak a lényege?

A nemzetközi pénzpiacokon előtérbe kerül a bankoknak a befektetői szerepe. A megnövekedett nemzetközi versenyhelyzetben a német bankoknak is egyre inkább e szerepe értékelődik fel. Míg a hitelezői tevékenységnél előny volt az ipari vállalattal való szoros kapcsolat, hiszen az csökkentette a hitelezés kockázatát, addig az „Investment banking”-nál e kapcsolat inkább hátrányos. „Miért bízna meg egy nemzetközi autóiipari konszern egy ellenséges felvásárlás előkészítésével a Deutsche Bankot, ha attól kell tartania, hogy ezáltal minden információ a német autóiiparhoz kerül?” (Höpner, Krempel 2007, 4. oldal). Ezért a német bankok igyekeznek az ipari vállalatokban meglévő érdekeltségeiket leépíteni.

1. A piacok megnyitásával, az (ipari) vállalatok nemzetközi terjeszkedésével a bankok számára az ellenőrzési lehetőség csökken, a hitelkockázat megnő. A folyamat hatása ugyan, mint az előző pontban: a német bankok igyekeznek az ipari vállalatokban meglévő érdekeltségeiket leépíteni.

2. A nemzetközi piacokon való elismertségnek fontos részét jelenti a részvények tőzsdére vitele. A tőkepiaci globalizáció a nagy német bankokat és számtalan ipari nagyvállalatot a nemzetközi tőzsdéken való megjelenésre készítetett. A kereszttulajdonlási rendszer következtében a külső szereplők számára átláthatatlan tulajdonosi szerkezet a tőzsdén jelentős hátrányt jelent. Mindez ugyanazt a hatást váltja ki: a német bankok igyekeznek az ipari vállalatokban meglévő érdekeltségeiket leépíteni, eladni vagy önálló részvénytársaságként tőzsdére vinni.

3. A hatalmas vállalati konglomerátumok a megnövekedett nemzetközi versenyben hátrányba kerültek. Versenyképességük megtartása érdekében a vállalatok többsége igyekszik a fő tevékenységi területére koncentrálni, K+F és egyéb forrásait szűkebb területre összpontosítani. Ezért a „magtevékenységtől” eltérő tevékenységektől,

érdekeltségektől igyekeznek megválni a vállalatok, nemzetközi felvásárlások, fúziókon keresztül pedig a „magtevékenységben” további piaci pozíciókhoz jutni. Ez a német cégekre a '90es évekre jellemző nemzetköziesedési stratégiai számtalan nagyvállalat példáján keresztül érzékelhető (pl: Volkswagen, Hoechst)

A fent említett folyamatok hatására tehát a német vállalati rendszer jelentős mértékben átalakul. A német modell átalakulásának lényege, hogy a kilencvenes évektől egyre inkább az angolszász modellhez kezd hasonlítani. E vállalati átalakulásnak a legfontosabb elemei az alábbiakban foglalhatók össze:

- A Németországra jellemző vállalati hálózat feloldódása megkezdődött, csökken az összefonódások mértéke.
- Megkezdődik a stratégiai részesedések leépítése.
- A bankok megkezdtek a vállalatok közvetlen felügyeletéből visszavonulni.
- Megindul a vállalatok *külföldi* tőzsdén való jegyzése, ill. a nemzetközi számlázási szabályok átvétele. Mindennek célja a nemzetközi befektetők felé történő nyitás elősegítése.
- Megnö a tőkepiac szereplőinek jelenléte a német vállalatokban is: egyre nagyobb szerephez jutnak a befektetési alapok és nyugdíjalapok.
- A tőkepiaci szereplők arányának bővülésével előtérbe kerül a „shareholder value” stratégia, vagyis a vállalat elsődleges célkitűzésévé (hasonlóan az amerikai modellhez) a részvényesek, befektetők pénzügyi érdekeinek teljesítése, a minél magasabb osztalék kifizetése válik. A vállalat értékét ezentúl a részvényének tőzsdei árfolyama határozza meg.
- Mindez a vállalati rendszer átláthatóságát követeli meg, aminek velejárója nemcsak a kereszttulajdonlások csökkenő aránya, hanem az is, hogy a vállalati diverzifikációval szemben a fő tevékenységi területre való fókuszálás kerül ismét a középpontba.

A tőkepiaci szemlélet hatása érezhető a

- menedzseri szinten, ahol egyre inkább a korábbi jó szakmai tudással szemben, ill. amellet felértékelődik a vezetők pénzügyi tudása, képesítése, ill. a nemzetközi tapasztalata
- a bérezésben mindez pedig a teljesítmény függvényében történő, differenciált juttatásokban nyilvánul meg. Vagyis a bér fix része mellett a további díjazást az egyén / a csoport / a vállalat valamilyen mutatóhoz (pl. az árfolyamhoz, osztalékhoz) kötött teljesítménynövekedése határozza meg. (Juhász 2012)

5. Összegzés, konklúzió

A '90es évek végén a szakirodalomban egyértelmű megállapítások születtek arra vonatkozóan, hogy a TNC-k nem egyforma, uniformizált, „gyökértelen” képződmények, hanem a nemzeti jelleg alapvetően meghatározó marad e vállalatok stratégiájában, jellemzőiben. Kutatásaimban arra a kérdésre kerestem a választ, hogy az azóta eltelt több mint egy évtized alatt, amikor is a globalizáció, a vállalatok nemzetköziesedése korábban nem látott méreteket öltött, vajon érvényes-e még a korábbi megállapítás. Jelen tanulmány erre a kérdésre a német vállalati rendszer részletes elemzésével kereste a választ.

A tanulmány bizonyítja, hogy a több mint száz éve kialakult sajátos német vállalati rendszer a globalizáció következtében olyan mélyreható változásokon megy keresztül, amelyek következtében a nemzeti jellemzők elhalványodni látszanak, és egyre inkább a vállalatvezetés angolszász modelljéhez kezd hasonlítani. Mindemellett azonban továbbra is megmarad a német vállalatok egyik legfontosabb nemzeti sajátossága: a munkavállalók érdekképviselője az üzemi tanácsokon, a felügyeleti tanácson keresztül továbbra is részét képezi a döntéshozatalnak. A vállalati irányításban ezen érdekcsoport továbbra is „megkerülhetetlen”, nélküle a vállalati átalakítás folyamata nem képzelhető el.

A kutatás talán legérdekesebb megállapítása tehát, hogy a német vállalati rendszer vizsgálata alapján feltételezhető, hogy a globalizáció a vállalatvezetésben egyfajta

„amerikanizációt” jelent, vagyis azt, hogy az angolszász „corporate governance” kultúra válik dominánssá. További kutatások egyik lényegi kérdésének tartom ennek az elméleti kérdésnek a megválaszolását egyéb, az angolszász kultúrától eltérő, de a nemzetköziesedésbe bekapcsolódó vállalati rendszerek (pl. japán keiretsuk, dél-koreai csebolok, kínai nagyvállalatok) részletes elemzésével. A globalizáció a nagyvállalatok számára a valamennyi nagytérsgben való személyes jelenlétet követeli meg, így az egyes nemzetgazdaságok vállalatai véleményem szerint végső soron a „külső térben” (földrajzilag) egymáshoz egyre inkább hasonlónak válnak. Kérdés, hogy mindez szükségszerűen a „belső térben” is hasonló vállalati felépítést eredményez-e? Vagyis a globalizáció vállalati szinten a homogenizációt, az angolszász minta átvételét jelenti-e, vagy a nemzeti sajátosságok meghatározók maradnak a transznacionális vállalatok szerveződésében? Milyen kapcsolat van a nagyvállalatok sajátos, nemzeti szerveződése, ill. irányítása, valamint a vállalatok, ill. a nemzetgazdaságok eredményessége között? Lehet-e a globalizáció korában sikeres egy, az amerikai rendszertől eltérő alapon szerveződő vállalat?

Irodalomjegyzék

- Beyer Jürgen (2006) Vom Netzwerk zum Markt? Zur Kontrolle der Managementelite in Deutschland. In: Deutschlands Eliten im Wandel (szerk) Herfried Münkler, Grit Strassenberger és Matthias Bohlender, Frankfurt a.M./New York, Campus.
- Dombi Ákos (2009) Németország. In: Veress József (szerk.) Gazdaságpolitika a globalizált világban. Typotex, Budapest
- Hassel, Höpner, Kurdelbusch, Rehder és Zugehör (2002): Arbeitsbeziehungen in Deutschland: Wandel durch Internationalisierung. Bericht über Forschung www.mpi-fg-koeln.mpg.de/berichte/ArbeitsbeziehungenInDeutschland.pdf
- Hassel, Höpner, Kurdelbusch, Rehder és Zugehör, (2000 a): Produkt- versus Kapitalmarkt: Zwei Dimensionen der Internationalisierung von Unternehmen. In: Kölner Zeitschrift für Sozialpsychologie, Jg. 52, Heft 3, S. 500-519.
- Hassel A., Höpner M, Kurdelbusch A., Rehder B. Und Zugehör R. (2000 b): Dimensionen der Internationalisierung: Ergebnisse der Unternehmensdatenbank „Internationalisierung der 100 größten Unternehmen in Deutschland. In: MPIfG Working Paper 00/1, Januar 2000, 1.- 41.old. . www.mpi-fg.de/pu/workpap/wp00-1/wp00-1.html
- Himmelmann Gerhard (2007) Wandlung des „Modells Deutschland” zur „Shareholder-Gesellschaft”. Die „Deutschland AG” im Prozess der Globalisierung/Internationalisierung. Forschungsberichte aus dem Institut für Sozialwissenschaften. ISW, Braunschweig
- Höpner és Krempel (2006) Ein Netzwerk in Auflösung: Wie die Deutschland AG zerfällt. Kézirat, 2006. július 5. Max-Planck-Institut Für Gesellschaftsforschung.
- Juhász Krisztina (2006) A német nagyvállalatok tevékenységének térbeli szerveződése, Doktori értekezés, ELTE TTK, Regionális Földrajzi Tanszék

- Juhász Krisztina (2011) Kedvező befektetési célterület-e Magyarország? – Hazánk szerepe a német vállalati terjeszkedésben. A Magyar Tudomány Ünnepe 2011, Edutus Főiskola, 2011. november 22., Budapest
- Juhász Krisztina (2012) A globalizáció hatása a Deutschland AG átalakulására. 2. vezetéstudományi konferencia – Vezetés és hatékonyság Taylor után 101 évvel. Szeged, 2012.06.01. (Konferencia előadás, megjelenés alatt)
- Pauly and Reich National structures and multinational corporate behaviour: enduring differences in the age of globalization. *International Organization* 51, Winter 1997, pp. 1-30
- World Investment Report 2012. Toward a new generation of investment policies. UNCTAD New York and Geneva, 2012
- Wortmann, M. (2001): External and Internal Growth of Multinational Enterprises – Empirical Findings and Implications for the OLI Paradigm. In: FAST-Studie Nr. 30. Forschungsgemeinschaft für Aussenwirtschaft, Struktur- und Technologiepolitik e.V., Berlin
- Wortmann (2002): Ausländische Direktinvestitionen und Arbeitsplatzexport? Eine Untersuchung des externen und internen Auslandswachstums deutscher Unternehmen. FAST-Studie, Nr. 32. Forschungsgemeinschaft für Aussenwirtschaft, Struktur- und Technologiepolitik e.V., Berlin
- Wortmann, M., Dörrenbacher, C., Bochum, U., Kisker, K.P (2004): Globalisierung und interne Mobilität deutscher Industrieunternehmen. In: Abschlussbericht an die Deutsche Forschungsgemeinschaft Schwerpunkt 197 „Regulierung und Restrukturierung der Arbeit in den Spannungsfelder von Globalisierung und Dezentralisierung“. http://www.wz-berlin.de/ow/into/pdf/wortmann_etc2004.pdf

LATERÁLIS INNOVÁCIÓ, MINT NEMZETKÖZI MOBILITÁSI TÉNYEZŐ

Lateral innovation as international mobility factor

dr. Szalai Ibolya PhD hallgató

Absztrakt

A turbulens tényezők és a hiperkompetitív piacok a vállalatok állandóan változó környezeti elemei, amelyek folyamatos alkalmazkodást és hatékony innovációk alkalmazását kényszerítik ki. A változások szükségesek az alapvető életben maradáshoz, szükségesek a piac megtartásához és elengedhetetlenek a profit növeléséhez. Az újonnan kialakult környezeti elemek átformálhatják az alapvető stratégiai célkitűzéseket, amelyek kihatnak a célok eléréséhez szükséges eszközrendszerek, valamint a munkavégzés módjának változására, amelyek régi szokások feladását és jól bevált rutinok újakra cserélését jelenthetik. Az új célok elérése új értékrendet, új gondolkodásmódot, valamint új együttműködési szintek létrejöttét feltételezi.

Abstract

Turbulent factors and hypercompetitive markets are the constantly changing environmental elements of the companies, which force the continuous adaptation and the use of effective innovations. Changes are needed for fundamental survival, necessary for preserving the market and essential for profit growth. The newly formed environmental elements can modify principal strategic objectives that can affect tools and equipment necessary to achieve the objectives, as well as changes in work methods which could mean abandonment of old habits and replacing well-established routines with new ones. Achieving new objectives assumes new value system, new way of thinking and the creation of new levels of cooperation.

Kulcsszavak: a versenyképesség szintjei, a vállalati versenyképesség kiterjesztett értelmezése, az intelligens inverz innováció fogalma, a laterális innováció nemzetközi eszköztára

1. A versenyképesség relativitása

A versenyképesség kérdésének vizsgálata egyre gyakrabban jelenik meg mind nemzetközi, mind hazai viszonylatban, a modern gazdaságpolitikai döntések egyik fő aspektusává a versenyképesség növelés feltételeinek megteremtése vált. A kérdés aktualitása megkérdőjelezhetetlen, ám megválaszolása annál bonyolultabb, minthogy fogalmára nem létezik egységes definíció. A fogalom meghatározását tovább bonyolítja az a tény is, miszerint a versenyképesség több szinten is értelmezhető: beszélhetünk globális, nemzeti, regionális, iparági vagy vállalati versenyképességről egyaránt. A fogalom multidiszciplináris, maga a verseny vált a piacgazdaság alapmotívumává, melynek hatására a közgazdaság

valamennyi ága foglalkozik vele illetve mérésével, más-más nézőpontokból. A tanulmány fő vizsgálati területe a laterális innovációk hatása a vállalatok versenyképességére, ezért a speciális kapcsolat igazolásának érdekében elengedhetetlen, hogy a versenyképesség fogalmát néhány nézőpontból végigjárjam.

2. A versenyképesség makroszintű megközelítései

A 90-es évek közgazdászai egy sajátos gazdálkodástudományi megközelítést fogalmaztak meg: nem valamelyik alapvető közgazdaságtani irányzatból kiindulva vezetik le a versenyképesség fogalmát, hanem a megfigyelhető gazdasági folyamatok és vállalati stratégiák jellemzőit általánosítva törekednek a definíció kidolgozására és értelmezésére. (Lengyel, 2003) Porter neve, illetve munkássága szorosan összefonódik a gazdálkodástudományi megközelítés kialakulásával, mely szerint a vállalatok azok, amelyek részt vesznek a nemzetközi versenyben, így ha ők sikeresek a nemzetközi versenyben az országuk is sikeressé válik a világgazdaságban, mely kapcsolat a sikertelenség esetén is fent áll. Azt az álláspontot képviseli, hogy a versenyképesség mikro ökonómiai fogalom, csak vállalati szinten értelmezhető; makro ökonómiai, azaz nemzetgazdasági szinten a termelékenység kifejezés használatát javasolja.

Az OECD mikro- és makroszintű (nemzetgazdasági) és a regionális versenyképéségen kívül strukturális versenyképéséget is megkülönböztet. A strukturális versenyképéség azt jelenti, hogy a nemzeti versenyképéség nem egyszerűen a vállalatok teljesítményének valamiféle összege vagy átlaga, hanem összetett, strukturális tényezőkön keresztül vissza is hat a vállalati versenyképéségre. A strukturális tényezők széles köre azokat az ország specifikus feltételeket jelenti, amelyek között a vállalatok működnek, például a gazdaságpolitika, az infrastruktúra, a tőkepiacok helyzete, a szolgáltatások színvonala, a kutatás-fejlesztés jellemzői. (Éltető, 2003)

A piaci versenyben maradó bármely vállalat lehet versenyképes, amennyiben képes olyan javakat vagy szolgáltatásokat előállítani, amelyek a globális versenyben kelendőek „Versenyképesebbnek nevezhető az a cég, amelyik nagyobb piaci részesedéssel bír, illetve növelni tudja piaci részesedését. Ebből adódik, hogy egy vállalat versenyképésége gyenge, azaz versenyképtelen, ha veszít piaci részesedéséből, a pozícióvesztés előbb-utóbb megszűnéshez vezethet, avagy a cég csak támogatással tud fennmaradni.”⁵⁶

3. Vállalati versenyképéség

Ebben a felgyorsult, dinamikusan fejlődő üzleti környezetben piacszerkezettől függetlenül számolni kell a vállalkozásoknak a versennyel, még a monopóliumoknak is szembe kell néznie kihívásokkal. Az alapvető kérdés a versenyben való helytállásban az, hogy mit tudunk másoknál jobban végrehajtani, előállítani vagy nyújtani. (Chikán, 1998) A vállalati versenyképéségnak is több definíciója van a szakirodalomban. Általánosan

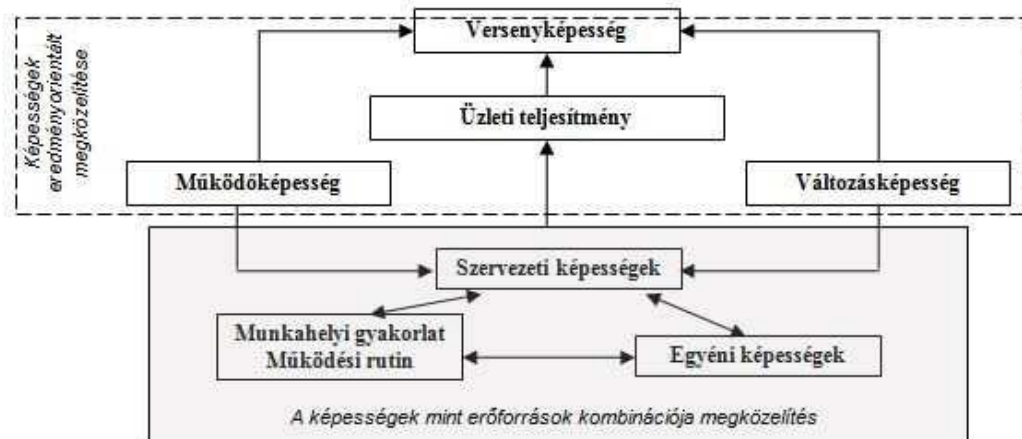
⁵⁶ Lengyel Imre, 2000 *Porter rombusz: a regionális gazdaságfejlesztési stratégiák alap modellje. Tér és társadalom* 4. p. 39.

megfogalmazható, hogy az a fajta gazdasági egység tekinthető versenyképesebbnek, amelyik versenytársaihoz képest tartósan kedvezőbb feltételek mellett kínálja termékét vagy szolgáltatását.

A kiterjedt magyar és külföldi szakirodalomban felfedezhető egy közös vonás a mikroszintű versenyképesség tekintetében: a vállalat képességét (kész a versenyre), és az eredményt (amely a versenyképesség mércéje), emelik ki. A versenyképesség szinonim kifejezés a vállalati hosszú távú profitabilitással, azzal a képességgel, hogy a tulajdonosok magas hozadékot, míg az alkalmazottak magas béreket élveznek. A megközelítés alapján a vállalati versenyképességnek léteznek mérhető jellemzői, mint költségek, árak, jövedelmezőség és vannak nem, vagy csak kevéssé mérhető faktorai. (Majoros, 1997)

A versenyképességet meghatározó tényezők is változnak a folyamatosan megújuló üzleti környezet hatására, ezért célszerű folyamatosan felülvizsgálni relevanciájukat, a téves következtetések elkerülése végett. Általában többtényezős fogalomként határozzák meg a kutatók a versenyképességet.

1 ábra: A versenyképesség alkotó elemei



Forrás: Losonci, D.: *Karcsúsítás és versenyképesség*. Irodalmi összefoglaló. 2008 BCE Vállalatgazdaságtan Intézet, 108. műhelytanulmány

A KKV-k innovációs képességeiről szóló primer kutatás (Szalai-Opitz, 2009) alapján a következő versenyképességet meghatározó faktorokat említik a szerzők:

F1: Belső tudáson alapuló innovációs feltételek: Ebbe a faktorba sorolhatók azok a versenyképességhez hozzájáruló tulajdonságok, amelyek a vállalkozás belső tudására építenek. E faktoron belül a legnagyobb súllyal (0,839) az innovációs stratégia elkészítése szerepel, mint versenyképességet befolyásoló tényező. Ezen kívül megjelenik az innovációs folyamat tudatos menedzselése, a vállalaton belül felhalmozódott tudás menedzselése, valamint külső kutatók bevonása a vállalati K+F tevékenységbe.

F2: Tudás-outsourcing: E faktorra a legjellemzőbb, hogy a versenyképességet befolyásoló tényezők a válaszadók szerint a tudás, valamint a külső szakemberek tudásának vállalaton belüli felhasználása. Ebben a faktorban szerepel a legnagyobb súllyal a közös projektek megvalósítása külső partnerekkel, kutatóintézetekkel.

F3: Rugalmas tudáskövetés: faktor vállalat munkatársainak tudásnövelésére helyezi a hangsúlyt. Ez a faktor megmutatja, hogy milyen mértékben járul a versenyképességhez hozzá munkavállalók folyamatos továbbképzése, vagy a cég a szakmai ismeretek bővítése szakmai kiállításokon.

F4: Innovációs rendszerépítés: az utolsó faktorba tartoznak azok a tényezők, melyek a vállalat piaci változásokra történő rugalmas reagáló képességét befolyásolják, mint például a technológiai változásokhoz történő alkalmazkodás, a hálózatosodás.

1. táblázat: A vállalati versenyképesség súlyozott faktorai

Faktor	A versenyképességhez hozzájárul	Faktorsúly érték
F1	A cég versenyképességéhez hozzájárul: az innovációs stratégia elkészítése	0,839
	A cég versenyképességéhez hozzájárul: az innováció folyamatos tudatos menedzselése	0,831
	A cég versenyképességéhez hozzájárul: a vállalatnál felhalmozódott tudás menedzselése	0,733
	A cég versenyképességéhez hozzájárul: az IKT és vállalatirányítási rendszer integrált fejlesztése	0,660
	A cég versenyképességéhez hozzájárul: más tudományágak szakembereinek bevonása a K+F-be	0,579
	A cég versenyképességéhez hozzájárul: a munkavállalók kreativitásának ösztönzése	0,535
F2	A cég versenyképességéhez hozzájárulnak: a külső partnerekkel közös kutatási projektek	0,780
	A cég versenyképességéhez hozzájárul: a kapcsolattartás a kutatóintézetekkel stb.	0,732
	A cég versenyképességéhez hozzájárul: a K+F ráfordítás nagysága	0,632
	A cég versenyképességéhez hozzájárul: az egyes tevékenységek outsourcing-ja	0,528
F3	A cég versenyképességéhez hozzájárul: a szakmai ismeretek bővítése szakmai kiállításokon	0,814
	A cég versenyképességéhez hozzájárul: a munkavállalók folyamatos továbbképzése	0,764
F4	A cég versenyképességéhez hozzájárul: a technológiai változásokhoz való alkalmazkodás	0,697
	A cég versenyképességéhez hozzájárul: a hálózatosodás	0,695

Forrás: Szalai Ibolya–Opitz Éva (2009): *Kis- és középvállalkozások innovációs és infokommunikációs képességének fejlesztése Magyarországon* kutatási anyag

A vállalatoknak mérlegelni kell, hogy milyen mértékűek az erősségei, gyengeségei, és ezek a tényezők mennyire játszanak fontos szerepet a vállalat életében. **A sikeres vállalatok nem csak fő kompetenciájukban érnek el felsőbbrendűséget, hanem vállalaton belüli képességeik kihasználásában is.**

4. A vállalkozás humán tőkéje vs szervezeti, kapcsolati tőke

Az innováció elengedhetetlen feltétele a kreativitás, mely az alternatív jövőképek megvalósítási lehetőségére való képességet jelenti. A kreatív gondolkodás a „Mi van?” helyett „Mi lehetne?” kérdésekre keresi a feleletet. A válasz inkább belülről érkezik, nem kizárólag a külvilág elemzése által. Jellemzője az intuitív gondolkodásmód, melyre a szubjektivitás jellemző. A kreativitás a paradigmák lebontásának képessége, a paradigmák korlátozó hatásának ellenszere.

A kihívás ma már nem az információhoz, az ismerethez történő hozzáférés, hanem a rendelkezésre álló adatok, információk és tudás hatékony feltérképezése, felhasználása, egymással történő megosztása. Ez a tény a különböző szakterületek szervezeteken, intézményeken belül felhalmozott ismeretanyagára és az azokkal történő gazdálkodásra érvényes. Adott tudományterületen jelen lévő szereplők pozíciójában, a vállalatok piaci értékének, versenyképességének megítélésében meghatározó szerepet játszik, hogy milyen mértékben képesek egy tudás megosztásán alapuló közösség aktív tagjaiként működni.

Az innováció eredményeként a vállalatok szervezete, működési rendje is átalakul. Egyre erőteljesebben figyelhető meg a túlra jellemző szabályozottság helyett a jelenre jellemző participáció és a jövőre mutató empowerment. A vállalat piaci értékének, versenyképességének megítélésében a mérleg szerinti vagyona mellett egyre jelentősebb szerepe van intellektuális tőkéjének is. Új trend a szellemi javakkal történő gazdálkodás, a humán tényezők felerősödése. A szervezet sikereinek meghatározó tényezője intellektuális tőkéjének hatékony felhasználása és fejlesztése.

5. A vállalati versenyképesség és az innováció kapcsolatrendszer

Az innováció és a versenyképesség kapcsolata megközelíthető a tanulás, a tudás és a hálózatosodás jelenségén keresztül is, kiemelve, hogy a vállalatok versenyképességét nem csupán a termék innováció jelenti, hanem a kapcsolatok, a koordináció kiépített rendszere. A termék és folyamat innováció ma már többnyire nem lineáris folyamat eredménye, az innováció olyan új tudásnak és információknak köszönhető, amelyek hálózati együttműködésben keletkeznek és integrálódnak olyan emberek révén, akik kellő szaktudással rendelkeznek az adott szektor termékeit illetően. (Kocsis-Szabó, 2000)

A versenyelőnyt nem valamilyen eszköz birtoklása adja, hanem annak használata. Nem attól lesz egy vállalkozás versenyképesebb, hogy erőn felül fordít K+F –re, infokommunikációs rendszerekre vagy folyamat-innovációra hanem, hogy az innovációit kreatívan megkülönböztető módon használni is tudja.

Az elmúlt évtizedben egyre nyilvánvalóbbá vált, hogy a klasszikus versenyelőnyök mellett egyre inkább új típusú versenyelőnyök határozzák meg a vállalatok versenyképességét. Olyan immateriális erőforrások, mint a képzett és kreatív munkaerő, szabadalmak, know-how-k, erőteljes vevői és dolgozói kötődések, márkák, egyedülálló szervezeti felépítési modellek és eljárások. Idetartozik még a vállalati vezetők felkészültsége: a vezetőkkel szemben egyre

inkább követelmény a környezeti változások időben történő felismerése, sőt már az úgynevezett gyenge jelek észlelése és az azokra való gyors reagálás képessége is. Napjainkban és a közeljövőben a sikeres vállalatok két vállalati körből kerülnek ki: a nemzetközi óriásvállalatok, valamint a mikro-, kis- és középvállalatok csoportjából. (Hoványi, 2000)

„Az innovációt, mint eddig kielégítetlen igények új módon történő teljesítésének folyamatát kezeljük... Ebből a szempontból nem játszik szerepet, hogy az eredeti terméktulajdonságból, vagy a termékkel kapcsolatos pótlólagos haszonból származik az értéktöbblet... A rejtett piacok eddig nem létező, nem kielégített vásárlói szükségleteket jeleznek, az úgynevezett létrehozott piacok pedig olyan szükségleteket elégítenek ki, amelyekről a fogyasztók nem is tudnak, tehát megelőzik a piaci igényeket.”⁵⁷

Arra kell törekedni, hogy a vevőknek értékbeli ugrást tudjon egy szervezet kínálni, megszüntetve így a verseny jelentőségét. A komplex kiszolgáláshoz akár a vevő által még fel sem ismert fókuszpontokra is kell koncentrálni. A hatékonyan alkalmazott IKT maga is innováció, hisz többségükben azok a vállalatok alkalmazzák, amelyek maguk is innovatívak. A vállalatok többsége felismerte azt a gazdasági tény, hogy az innováció és az infokommunikációs eszközök használata között kapcsolat van, ezen eszközök segítségével hatékonyabban és gyorsabban juthatnak információhoz, továbbá rugalmasabban is reagálhatnak az ezen információk által okozott piacbeli változásokra is.

6. Laterális innováció a versenyképesség fókuszában

„Nem lehet a problémákat ugyanazzal a gondolkodással megoldani, mint amivel csináltuk azokat”. (A. Einstein)⁵⁸

A globálissá táguló környezetben a vállalatoknak fokozott érzékenységgel kell észlelniük környezetük jelzéseit, rendelkezniük kell olyan kreatív humán erőforrással, amely lehetővé teszi, hogy rugalmasan, gyorsan és intenzíven reagáljanak a leggyengébb rezgésekre is. A vállalatok állandó innovációs kényszer alatt vannak, mert egyre fokozódó versenyben kell helytállniuk, a jó ötleteket csaknem egyidejűleg másolja a piac, és a fogyasztók egyre kifinomultabb döntéseikben.

Az innováció a versenyelőny legfőbb forrása, azonban a folyamatok lerövidülnek és összefonódnak, ezért nehéz fenntartható versenyelőnyt elérni. Érdeemes ezért magát az

⁵⁷ Piskóti István (2008): Innovációmarketing – marketinginnováció, Marketing Kaleidoszkóp, Miskolc, 45-46. old.

⁵⁸ <http://szepidezet.hu/Idezetek/37178>

innovációt is újszerű módon megközelíteni, sok esetben kivezetve ezzel a vállalatot egy verseny nélküli piaci térre, ahol nincsenek korlátozva a fejlesztési lehetőségei. Ennek a gondolkodásmódnak a szükségességét, az alapozza meg, hogy nincsenek állandóan „húzó” iparágak és kiválóan teljesítő vállalatok.

A laterális megközelítés tulajdonképpen nem más, mint egy problémamegoldó gondolkodásmód, amelyben úgy hozunk létre kreatív folyamatokat, hogy újszerűen tekintünk a meglévő dolgokra. A kreativitásnak egy olyan ága, amely a gondolatok, észlelések és koncepciók cseréjéért felelős. (Bono, 2009) A laterális újítás a vállalati stratégiába beépülve gyors növekedést biztosít, túlnőheti saját iparági kereteit, sok esetben az egész iparágat is felülpozionálhatja.

Maga a megoldás gyakran származhat egész más területen alkalmazott gondolat, eljárás, eszköz felhasználásából – ez voltaképpen a klasszikus asszociáció, amely két, amúgy ismert, de összefüggésbe soha nem hozott dolgot kapcsol össze. Így új kontextus jön létre, és ezzel megváltozik az a hagyományos logika is, amely addig meghatározta a cég, a folyamat működését, ez pedig újdonsága révén kiváltja, talán ki is kényszeríti az érintettek cselekvését, sőt alkotókészségét (kreativitását).

A hagyományos innovációk vertikális, a laterális innovációk pedig divergens gondolkozásmódot feltételeznek. A vertikális gondolkodás problémamegoldás közben szelektív jellegű, elválasztja a helyes választ a helytelentől. Ez a gondolkodás inkább bizonyító érvényű válaszokat ad, míg a laterális gondolkodás a több gondolati dimenzióknak köszönhetően képes újabb kérdéseket feltárni, és a kiinduló problémára is lehetőségként tekinteni.

A tanulmány szóhasználatában „az intelligens innováció jelentéstartománya: mindazon laterális innováció, amely a felhasználó/alkalmazó szándékainak és/vagy szükségleteinek változásával, változtatásával képes értéknövelő módon beépülni a vállalati folyamatba. Az intelligens innováció olyképpen válik *inverzzé* ebben a szószerkezetben, hogy nem egy hagyományos – azaz lineáris gondolkodás révén elvégzett – folyamatként, hanem attól eltérő, azt megkerülő, esetenként visszafelé irányuló gondolati rend révén jutunk el a várt eredményhez.”⁵⁹

⁵⁹ Saját definíció

A laterális gondolkodás többféleképpen is lehetővé teszi az értékesítés növelését: teljesen új értékesítési volument hoz, ami más piacokra nem hat ki, vagy ugyanazt a részt más, új kategóriával tölti ki, illetve számos más kategóriában is növekedést eredményezhet, továbbá létrehozhat természetes monopolhelyzetet is.

7. A laterális innováció nemzetközisége

A válság bekövetkeztével minden vállalat számára nyilvánvalóvá vált, hogy új megoldásokat, eljárásokat kell feltárniuk a gazdasági siker fenntartása érdekében.

A laterális innovátor szerepe a vállalaton belül nagyon fontos, hiszen ezek a „flow-típusú” emberek a vállalat kiemelkedő humán erőforrásai. A vállalatok versenyképességéhez szükséges a laterális gondolkodók, szakemberek alkalmazása. Látható, hogy az innováció a hasznosított szellemi erőforrás nagyságától is függ. Ha a kompetenciákat és készségeket növelik, egyre innovatívabbá válhatnak a vállalatok. A laterális gondolkodásmód képesség, amelyet ha rendszeresen alkalmaznak, akár készséggé válhat. Ha párosítják a kompetenciákkal, akkor már a hasznosított szellemi erőforrás részévé válik.

Fentiek alapján a vállalati kultúra által befolyásolt magas szintű elkötelezettség, bizalom megléte alapvető fontosságúvá válik, elkerülendő azonban, hogy a kreatív légkörteremtés egy szabályosan előírt folyamat legyen a szervezetben.

A multinacionális vállalatok már ráébredtek a kreatív agyak fontosságára. Megszerezhetik a tudást úgy is, hogy felvásárolnak olyan kisebb cégeket, melyekben már létrejött ez a gondolkozásmód, és az egy csapat fejében található. A másik módszerük, hogy egy külső céggel kötnek megállapodást (például kreatív reklámügynökségekkel) a feladat megoldása érdekében. Olyan megoldás is lehet, hogy a külső cég kreativitását még fejlesztik is, de cserébe annak minden hozadékát elkérik. (Tipikus példája a hollywoodi filmipar, ahol minden egyes filmhez a gyártóknak újra ki kell találni önmagukat: vadonatúj szereplői, szakember- és kiegészítő gárda közreműködésével.) Az egyik leggyakoribb, egyben legkockázatosabb módja a tudás megszerzésének, hogy a kreatív agyakat a vállalathoz hozzák, ehhez azonban nem manager, hanem leader típusú vezetőkre van szükség, akik partnerként tekintenek a tehetséges innovátorokra. A piaci viszonyok szorításában a vállalatok egyre inkább kénytelenek felvállalni a kreativitás kockázatát, azonban nem szabad megfeledkezni arról, hogy ez a kockázat alapvetően az egész vállalat és nem az alkalmazottak egyéni kockázata.

A laterális eszköztár segítségével hazai kis- és középvállalkozások is nélkülözhetetlené tehetik magukat a multinacionális cégek számára, mivel a laterális innovációk nem másolhatóak, csak átültethetőek az innovátor személylyel és/vagy szervezetével együtt. Az alább bemutatott vállalat ennek a gondolkozásmódnak köszönheti jelentős nemzetközi beágyazottságát és fenntartható versenyképességét.

A Union Trade Kft.-t 1991-ben alapították, 35 fő alkalmazásával. A vállalkozás egy nyugat-Európában már leépülő iparágban kezdte el működését, ennek ellenére az árbevétele 800 millió Ft, amelyen belül az export aránya több mint 95%-ot tesz ki. Fő tevékenységi területei:

.
ruha és lábbeli nagykereskedelem, bőrruházat gyártás, cipők, cipőkellékek, talpbélés, kérégek, kéreg.

2. táblázat: Union Trade Kft. laterális eszköztára

Laterális Eszköztár	Union Trade Kft.
Meglévő piacok újrastrukturálása	A cég profiljainak tudatos szétválasztása, így a piacon nem egy nagyként jelenik meg, hanem több kisebb cégként. „Mindenhol kicsinek látszani, ez a mi egyik koncepciónk.”
Ellenállók megnyerése	Nagyobb versenytársai által generált szinte érzelmi alapú árversenyt tudatosan kerüli. Azokkal a cégekkel is folyamatosan tartja a kapcsolatot, akik gyakran kategorikusan kijelentik, hogy nem ettől az üzemtől szándékoznak beszerezni terméket. Egy partner általános stratégiai partnerré válása 4-5 évet jelent, de innentől kezdve már az igen hosszú távú együttműködés garantált, kialakul a kölcsönös bizalom.
Új piac teremtése	Kizárólag belföldi piacra termelt a cég (100%-ban), ma már 95%-ban külföldi piacra teljesíti megrendeléseit
Termék	„Ugyanaz a termék, új hasznosság”: A külföldi partnerek teljes körű információ ellátása azonnal, a partner saját anyanyelvén. A forgótöke nagyságából megengedhető, hogy a raktárkészletek óriásiak legyenek, lecsökkentve így a szállítási időt, és szinte teljesen kizárva a szállítmány időbeni csúszását.
Tömegnövekedés	Más szolgáltatások/termelés rovására növekszik a volumen: a hagyományos gondolkodású cégek kivonulnak a versenyből. Meglévő termékek eladását növeli: a cég minőség, információellátás és egyéb területen elért hírneve lehetővé teszi a már megkeresés alapján történő gyártást.
Módszerek	Túlzás: „Ha kidobnak az ajtón, akkor az ablakon megyek be” Partnerszerzési filozófiájuk szerint, még akkor is tartani kell egy céggel a kapcsolatot, ha biztosan kijelentette, hogy nem fogja ezt az üzemet választani. Inverzió alkalmazása: A bizalmi kapcsolat kiépítését nem a termékkel érik el, hanem a hozzá tapadó információellátással, szállítással. Szinte már nem is magát a terméket értékesítik egy új ügyfélnek, hanem az üzem a raktár kerül bemutatásra, amely sugározza a minőséget, és a megbízhatóságot.
Másolhatóság akadályai	Családi vállalkozás létéből fakadó hosszú távú stratégiai gondolkodás A cég jövője fontosabb a pillanatnyi profittól Előre rögzített koncepciók szerinti irányítás Vidéki üzem technológiai és egyéb felszereltsége igen nagy tőkeigényű befektetés A vezető mentalitásából fakadó bizalmi légkör kihat a dolgozókra is, így megbízható és becsületes munkaerőt jelentenek, minimális fluktuációval. A vezető a legmagasabb szintű szakmai kompetenciát (felsővezetőként dolgozott börtényártó és kereskedő cégeknél) kapcsolja össze komplex, újszerű meglátásokat tartalmazó gondolkodásmódjával

Forrás: szerkesztés saját kutatás alapján

Gondolkodásunk egészének eredményessége nagymértékben függ attól, hogy hány százalékot vagyunk képesek laterális gondolkodással kitölteni, melynek vállalati szinten

megfogalmazható célja a lehető legmagasabb vevő és vevői értéktöbblet létrehozása. Az új érték átadása akár egy eddig még nem létező igény teremtését is jelentheti, amely laterális innováció alkalmazásával magas fokú vevői elégedettséget generál. Inverz módú szervezetbe integrálásával – a vevőt proaktív partnerként kezelve az értékgenerálási folyamatban – konjunkturális helyzetből független, hosszú távon is fenntartható nemzetközi versenyelőny érhető el.

Ábrák jegyzéke

1. A versenyképesség alkotó elemei

Táblák jegyzéke

1. A vállalati versenyképesség súlyozott faktora
2. Union Trade Kft. laterális eszköztára

Irodalomjegyzék

1. Chikán Attila (1998): *Vállalatgazdaságtan*. Aula Kiadó, Budapest
2. Edward de Bono (2009): *Kreatív elme*. HVG Kiadói Zrt., Budapest
3. Éltető Andrea (2003, november): *Integráció és Nemzetközi Versenyképesség – A Magyar gazdaság esélyei*. MTA Műhelytanulmány 52., Budapest
4. Kocsis Éva – Szabó Katalin (2000): *A posztmodern vállalat*. Oktatási Minisztérium, Budapest
5. Lengyel Imre (2003): *Verseny és területi fejlődés*. JATEPress, Szeged
6. Lengyel Imre (2000) Porter rombusz: a regionális gazdaságfejlesztési stratégiák alapmodellje. *Tér és társadalom* 4. p. 39.
7. Majoros Pál (1997): *A külgazdasági teljesítmény, mint a nemzetközi versenyképesség közvetlen mércéje, illetve a technikai színvonal*. Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem, Budapest
8. Piskóti István (2008): *Innovációmarketing – marketinginnováció, Marketing Kaleidoszkóp*, 45-46. old., Miskolci Egyetem, Miskolc

9. Szalai Ibolya – Opitz Éva (2009): *Kis- és középvállalkozások innovációs és infokommunikációs képességének fejlesztése Magyarországon*. ÁVF kutatási anyag, Budapest

10. <http://szepidezet.hu/Idezetek/37178>

AZ EDUTUS FŐISKOLA OKTATÁSI VONZÁSKÖRZETÉNEK VÁLTOZÁSA

Kovács András, PhD.

főiskolai docens, Edutus Főiskola

egyetemi adjunktus, Selye János Egyetem

Abstract

Among the fields of studies at College for Modern Business Studies – the predecessor of Edutus College, - regional management and regional studies have been present since the millennium.

In the frame of the previous higher educational system the College, established a regional development specialization. The new specialization was led by Tamás Sikos T., and after the introduction of the Bologna system its courses belonged to the international business study program.

Although the number of students studying at this specialization has never been high, numerous scientific and business researches, publications can be linked to its students and instructors: pharmaceutical researches, workshops, CMBS-attraction zone and image analysis, etc.

The study describes and analyses the changes in the attraction zone of the College from the beginning of the 2000s up to present days. It aims to highlight how the constantly changing educational, macro- and regulatory environment has shaped the gravity zone of the College. It also describes the spatial changes and inner structure of the College's gravity zone.

Spatial informatics devices have been used to create visual aids for the better understanding of the data.

Absztrakt

Az Edutus Főiskola jogelődjén, a Modern Üzleti Tudományok Főiskolája oktatási kínálatában már az ezredforduló óta jelen van a regionalitás, a regionális tudomány. A főiskolai rendszerű képzésben – Sikos T. Tamás irányításával – regionális fejlesztés szakirányt alapítottak, mely a Bologna-alapú akkreditáció után a Nemzetközi Gazdálkodás szak keretein belül működött tovább.

Noha a szakon tanuló hallgatók létszáma nem volt magas, a szakirányhoz, a szakirány oktatóihoz és hallgatóihoz számos tudományos és vállalati kutatás kötődik: gyógyszeripari kutatás, szakkollégiumi munkák, MÜTF-vonzáskörzet és image vizsgálat, stb.

Tanulmányom a Főiskola oktatási vonzáskörzetének változásait elemzi a 2000-es évek elejétől napjainkig. Arra kívánok rávilágítani, hogy a folyamatosan átalakuló felsőoktatási környezet, a változó makro- és szabályozási környezet hogyan alakította a főiskola oktatási vonzáskörzetét. Bemutatjuk, hogy milyen változások történtek a vonzáskörzet térbeli kiterjedésében és belső struktúrájában.

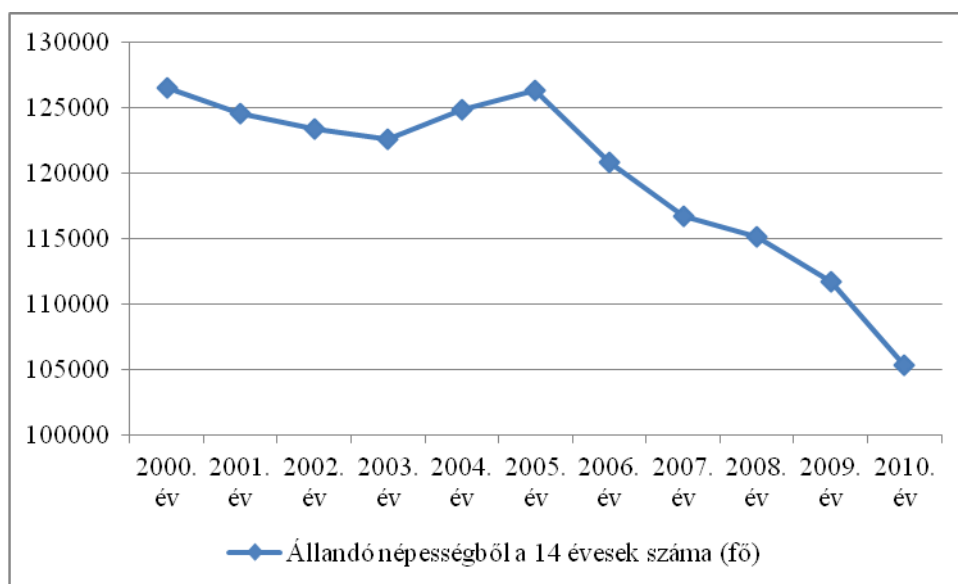
A vizsgálathoz térinformatikai eszközöket alkalmazok az adatok vizuális megjelenítéséhez.

A felsőoktatási piac makrokörnyezeti viszonyai, intézményfejlesztés és hallgatói létszám

Magyarországon már a '80-as évek elején megkezdődött a születések számának folyamatos csökkenése, mely napjainkig szinte töretlenül folytatódik. Csak az elmúlt 10 évben mintegy 20.000 fővel, közel 20%-kal csökkent a születések száma. Ennek hatása elsőként az alapfokú,

majd a középfokú oktatásban éreztette hatását, napjainkban azonban már a felsőoktatási rendszer működésére hat negatívan. (1. ábra)

2010-ben 79.000 hallgató iratkozott be nappali tagozatos képzésre valamelyik hazai felsőoktatási intézménybe. E hallgatók túlnyomó többsége 2006-ban töltötte be 14. életévét. 2006-ban összesen 120.000 14 éves élt az országban, vagyis 66%-uk beiratkozott felsőoktatási intézménybe (79.000 fő – NEFMI adatok). Ha nem változik a felsőoktatásban tanulók aránya, akkor 2014-ben a főiskolák és egyetemek mintegy 69.300 jelentkezőre számíthatnak nappali tagozaton (a 2010-es 105.000 14 éves 66%-a), vagyis a nappali tagozatosok száma 4 év alatt mintegy 10.000 fővel csökkenhet.



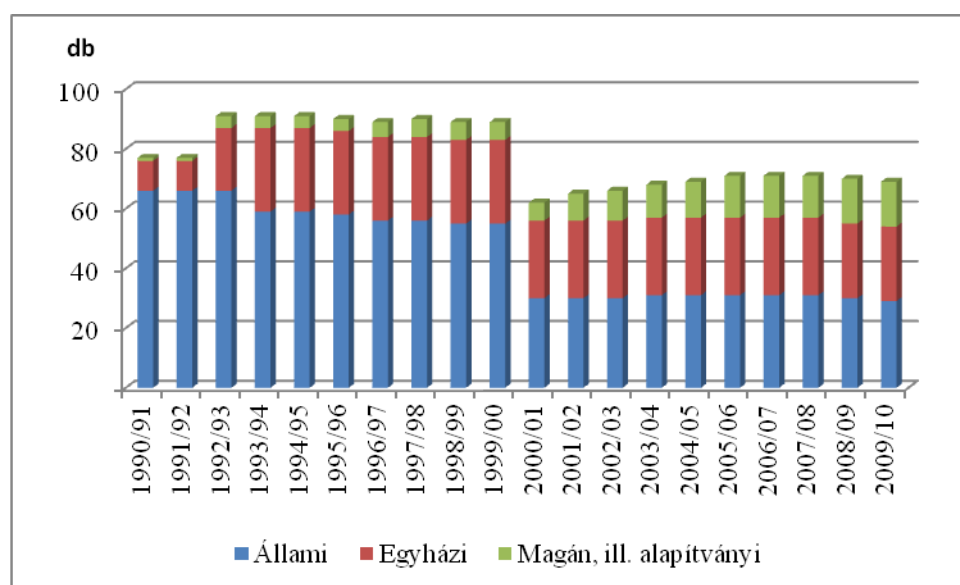
Forrás: KSH Tájékoztatási Adatbázis alapján saját szerkesztés

1. ábra: A 14 évesek számának változása, 2000-2010

Fenti nagymértékben leegyszerűsített modellszámítás is tükrözi a magyar felsőoktatási intézmények előtt álló kihívásokat, amelynek teljes intézményhálózata a '90-es években ugrásszerűen megnövekedett kereslet következtében jelentős kapacitásbővítéssel esett át.

A rendszerváltást követően a piacgazdaságra való áttérés nagymértékben megnövelte a magasabb iskolai végzettséggel, nyelvtudással és IT-kompetenciákkal rendelkező szakemberek iránti igényt a munkaerőpiacon, melyet a magyar felsőoktatási rendszer nehezen

tudott kielégíteni. A '90-es évek elejétől a dinamikusan növekvő továbbtanulási igény miatt az állami felsőoktatási intézmények mellett megjelentek a piacon nem állami: egyházi és alapítványi (magán) felsőoktatási intézmények is. (2. ábra) Az Edutus Főiskola jogelődjét, a Modern Üzleti Tudományok Főiskoláját – fent említett trenddel összhangban – 1992-ben alapították Tatabányán, a regionális felsőoktatási igények kielégítésére (Tatabánya az egyetlen olyan megyeszékhely volt akkortájt az országban, ahol nem működött felsőoktatási intézmény).



Forrás: NEFMI adatok alapján saját szerkesztés

2. ábra: A magyarországi felsőoktatási intézmények fenntartó szerinti megoszlása

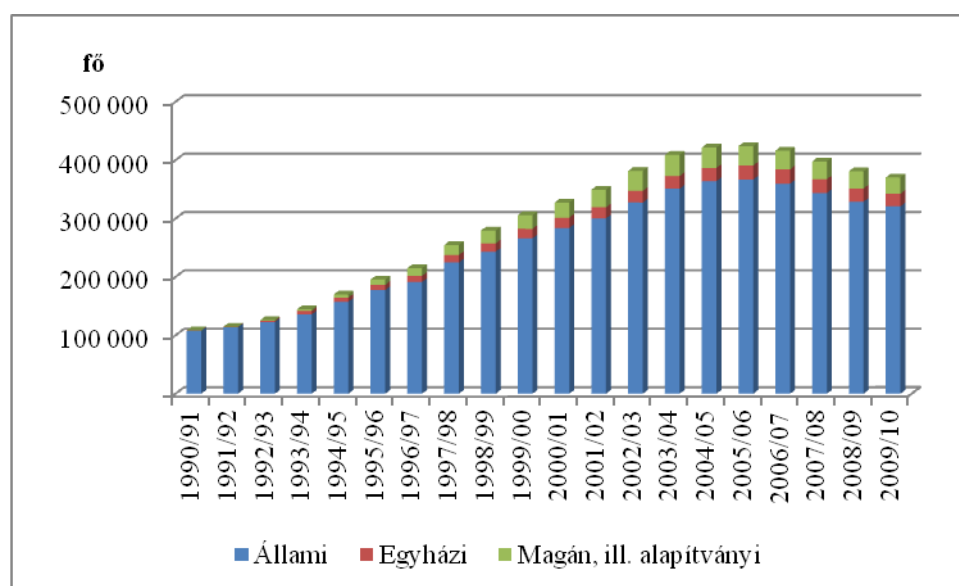
A dinamikusan növekvő kereslet biztos fejlődési és talpon maradási lehetőséget nyújtott az új intézmények számára, a 2000-es nagy állami intézmény-összevonást követően a magyar felsőoktatási intézmények már több mint fele egyházi vagy magán kézben volt.

Fontos azonban kiemelni, hogy a 2000-után alapított 8 új magánintézmény létrejöttének már nem volt piaci alapja és indoka, a magánintézmények száma a kétszeresére nőtt 5 év leforgása alatt (elsősorban a közgazdasági felsőoktatást érintette a jelenség), miközben a hallgatói

létszám permanens növekedése leállt, majd 2004-es tetőzését követően napjainkig folyamatos csökkenésbe kezdett. (3. ábra)

A 2-es ábra alapján úgy tűnhet, hogy a magyar felsőoktatásban domináns szerepet játszanak a nem állami intézmények, azonban a hallgatói létszámok (3. ábra) mindezt cáfolják, a hallgatók több mint 80%-a állami felsőoktatási intézményben folytatja tanulmányait napjainkban is. Az egyházi fenntartású és magánintézmények a fennmaradó részen „osztóznak”, így kiegészítő, azonban fontos szerepet játszva a hazai felsőoktatási piacon.

A 2000-es évek felsőoktatási és felsőoktatás-finanszírozási reformjai (Bologna-folyamat, kredit-rendszer, finanszírozási rendszer átalakítása) elsősorban a nagy, állami fenntartású intézményeknek kedveztek, a kisebb, magánintézményeket nehéz helyzet elé állították az egyre inkább kompetitív váló piacon.

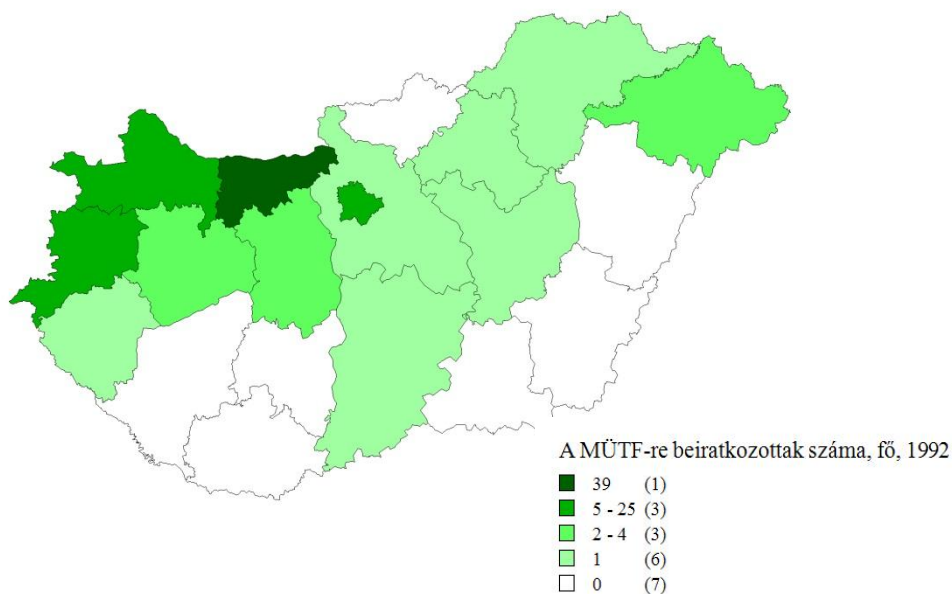


Forrás: NEFMI adatok alapján saját szerkesztés

3. ábra: Hallgatói létszám alakulása a különböző fenntartású felsőoktatási intézményekben

A Modern Üzleti Tudományok Főiskolája (ma Edutus Főiskola) helye a piacon

A Modern Üzleti Tudományok Főiskoláját (MÜTF) 1992-ben alapították Tatabányán, az első alapítványi fenntartású intézmények között. Az új intézmény alapításával egy korábban felsőoktatási intézmény nélküli 70.000 lakossal bíró megyeszékhely és vonzáskörzetének közgazdasági felsőoktatását kívánták megoldani. Az első évben, 1992-ben mintegy 80 fő szavazott bizalmat az akkor merőben új intézményi formának (4. ábra). A Főiskola vonzáskörzete ekkor elsősorban az Északnyugat-Dunántúl megyéire és a fővárosra terjedt ki, azonban érdemes megjegyezni, hogy már az első évben is mindössze hét olyan távolabbi megye volt az országban, ahonnan egyáltalán nem érkezett hallgató a főiskolára (és Tatabányára).



Forrás: Sikos T. – Tiner, 2002 alapján saját szerkesztés

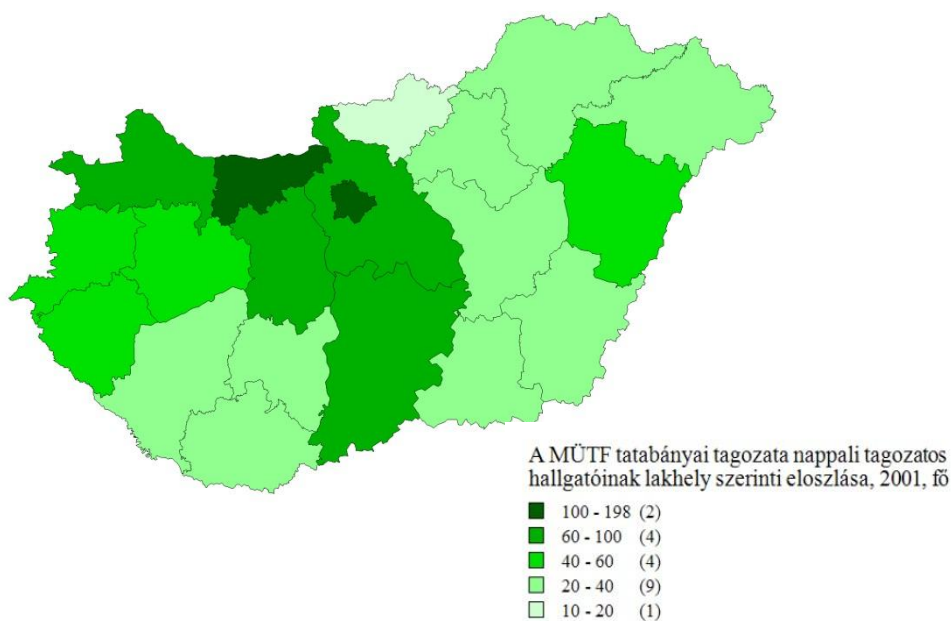
4. ábra: A MÜTF-re beiratkozottak száma, 1992

A Főiskola létrehozása mellett számos érv szólt. Az állam nem mutatott hajlandóságot egy tatabányai székhelyű felsőoktatási intézmény létrehozására, azonban a helyi gazdaság, a '90-es években megkezdődő térségi struktúraváltás jól képzett gazdasági szakembereket igényelt.

A város ipari, bányászati múltja révén a magasan kvalifikált szakemberek aránya alacsony volt, így a külföldi nagyberuházások megindulásával különösen nagy szükség mutatkozott a térségi munkaerő szakmai, nyelvi ismereteinek fejlesztésére.

A főiskola működésének első 10 éve során a magyar felsőoktatásban tanulók száma megnégyszereződött (100.000-ról 400.000-re nőtt; 3. ábra), a piac erősen túlkeresleti állapotban volt, így a MÜTF fejlődése – hasonlóan más alapítványi intézményekhez – töretlen és dinamikus volt.

A hallgatói létszám növekedésével (ami 2000-re elérte a 2000 főt) párhuzamosan, új képzési helyszíneket alapított a Főiskola határon innen és túl. Megnyílt a budapesti képzési helyszín, a határon túl pedig Dunaszerdahelyen (Szlovákiában) és Székelyudvarhelyen (Romániában, Erdélyben) kezdődött meg a MÜTF-ös rendszerű, „gyakorlatorientált” felsőoktatás. 2001-re a főiskola vonzáskörzete lefedte az egész országot, a tatabányai képzési helyszín vonzereje jelentős volt (5. ábra), azonban folyamatosan nőtt a budapesti tagozat hallgatói létszáma is.



Forrás: Sikos T. – Tiner, 2002 alapján saját szerkesztés

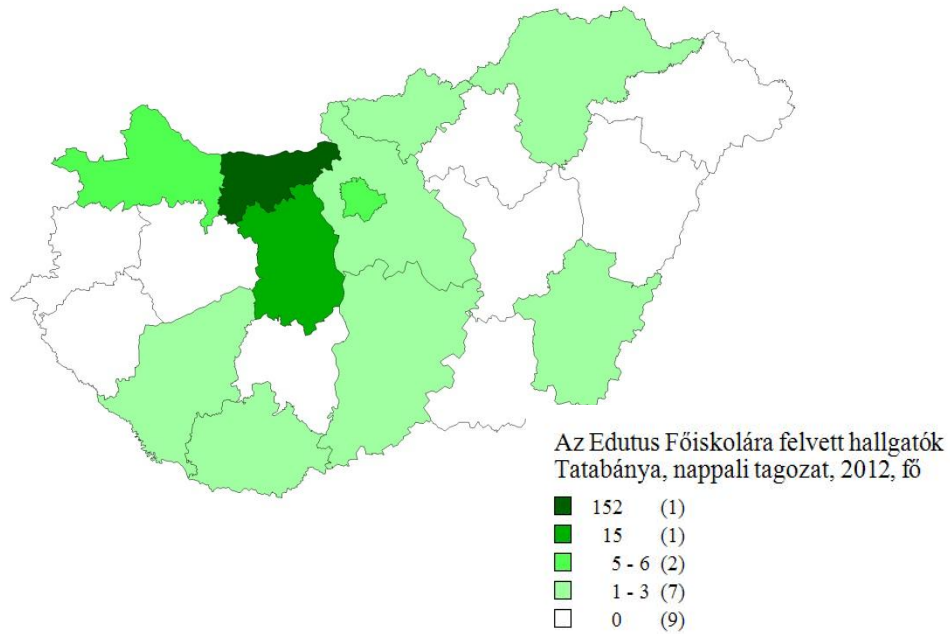
5. ábra: A MÜTF tatabányai tagozatán tanuló nappali tagozatosok lakhely szerinti eloszlása,

A trend megváltozása, és a változás hatása a főiskola vonzáskörzetére

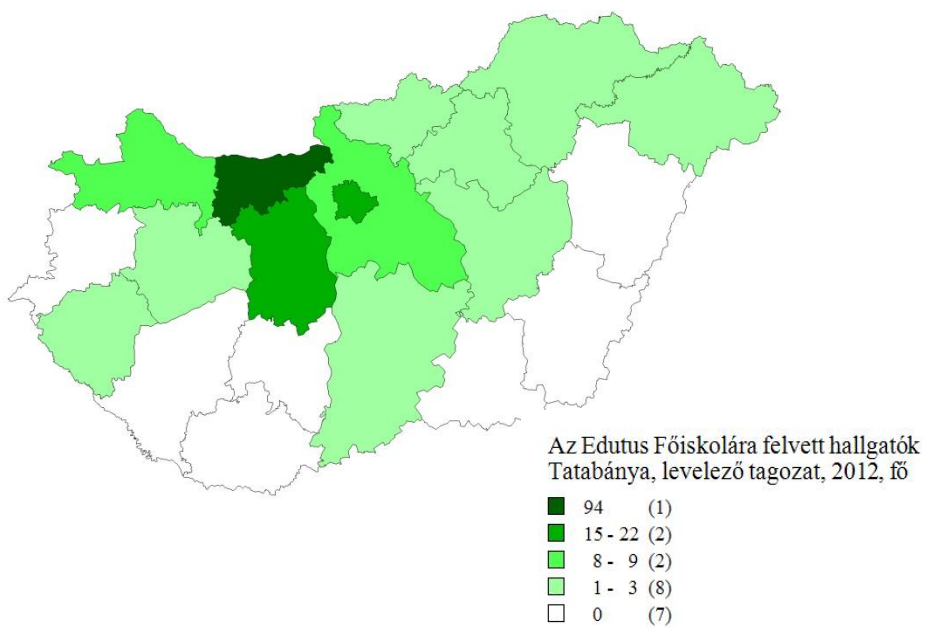
A MÜTF első tíz éve komoly sikertörténetként értelmezhető, hiszen az elsők között piacra lépve az „ismeretlenségből” országos vonzáskörzettel bíró, elismert intézménnyé nőtte ki magát. A 2000-es években azonban jelentős, a magán felsőoktatási intézményeket (is) negatívan érintő változások történtek:

- A Bologna-rendszerű képzés elsősorban a nagy intézményeknek kedvezett
- A finanszírozás átalakítása hátrányosan érintette a magán felsőoktatási intézményeket
- A hallgatószám növekedése lelassult, megállt, majd máig tartó csökkenés kezdődött
- A piaci verseny az új, elsősorban közgazdasági képzési profillal bíró magánintézmények között felerősödött (Pl.: Zsigmond Király Főiskola, Wekerle Főiskola, Harsányi János Főiskola, stb.)

Fentiek eredményeként a 2000-es évek közepén nagy hirtelenséggel növekedésből meredek csökkenésben váltott a főiskola hallgatói létszáma, különösen a tatabányai tagozaton. A kedvező földrajzi fekvés (M1-es autópálya, Bécs-Budapest vasút) a '90-es éveiben „hozta” a hallgatókat, a 2000-es évektől azonban inkább „vitte”. Az egyre intenzívebb felsőoktatási versenyben (a piac túlkeresleteseből néhány év alatt túlkínálatossá vált) a távolabbról érkező hallgatók elmaradtak, a térségben élők egy része is előnyben részesítette a mintegy 60 km-re lévő budapesti vagy győri nagy, állami intézményeket. (6. és 7. ábra)



6. ábra: Az Edutus Főiskolára felvett hallgatók, Tatabánya, nappali tagozat, 2012



7. ábra: : Az Edutus Főiskolára felvett hallgatók, Tatabánya, levelező tagozat, 2012

Az új piaci helyzetben elsősorban azok a felsőoktatási intézmények voltak képesek profitálni, melyek a fővárosi székhellyel bírtak vagy regionális központban (Debrecen, Szeged, Győr, stb.) működtek.

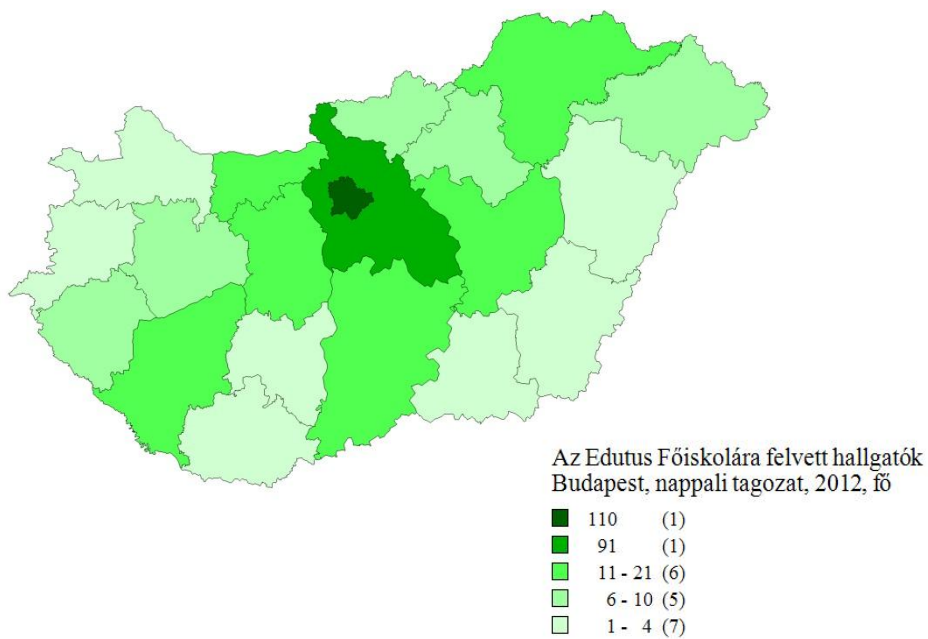
A Főiskola tatabányai tagozatának nehézségei mellett egyre dominánsabbá volt a budapesti képzési helyszín, 2000-es évek első felében a hallgatói létszám mintegy fele, napjainkban pedig több mint 2/3-a tanul a főiskola budapesti képzési helyszínén.

A csökkenő hallgatói létszám miatt megkezdődött a főiskola képzési programjának fejlesztése, ill. átalakítása a helyi/térségi igényeknek megfelelően. A reformok komoly intézményi átalakulással is jártak, az intézmény új fenntartót kapott, valamint egybeolvadt a Harsányi János Főiskolával, mely intézmény szintén hasonló problémákkal nézett szembe a fokozódó versenyben.

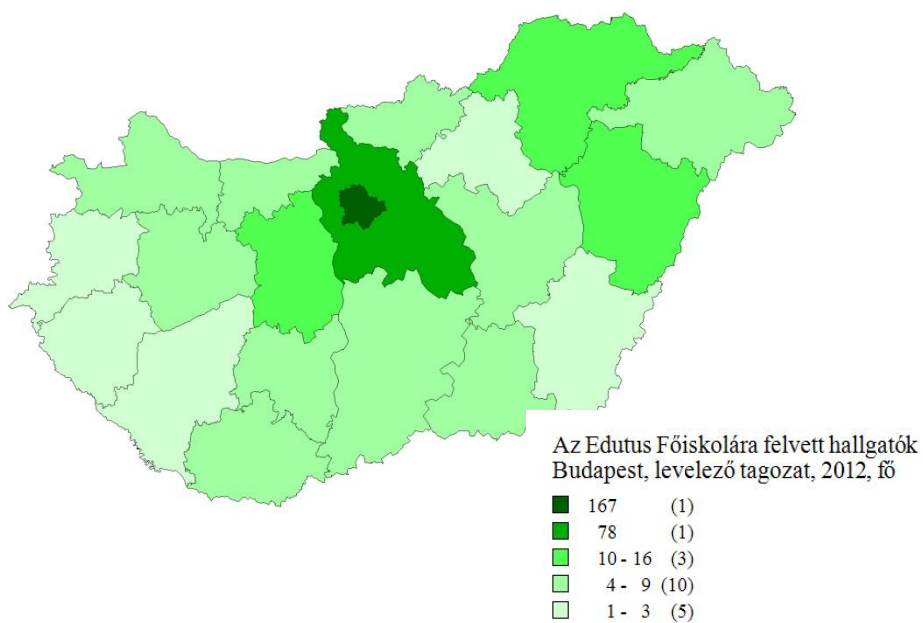
A tatabányai képzési helyszínen az utóbbi 5 évben folyamatos a műszaki képzési programok fejlesztése, a budapesti helyszínen pedig – a Harsányi János Főiskolával való integrációt követően – megjelent a turizmus a képzési palettán. E mellett, tovább bővítendő a képzési kínálatot, sikeresen akkreditálta a főiskola a marketing mester programot, valamint számos felsőfokú szakképzést is. A képzési kínálat bővülése és a két intézmény összeolvadása eredményeként új „brandként” jelent meg a hazai felsőoktatási piacon az Edutus Főiskola 2011-ben.

Az új névvel, image-el, a kibővített oktatási kínálattal a főiskola budapesti tagozatának oktatási vonzáskörzete országos, mind nappali, mind pedig levelező tagozaton. (8. és 9. ábra)

A hallgatók állandó lakhelye szerinti oktatási vonzáskörzet elsősorban Közép-Magyarország megyéire korlátozódik: a főváros, Pest megye, valamint Komárom-Esztergom, Fejér, Bács-Kiskun és Jász-Nagykun-Szolnok megyékre. Jól látható, hogy a távolság növekedésével a vonzóhatás csökken, ezért ezt fontos figyelembe venni az intézmény marketingstratégiájának tervezése során is.



8. ábra: : Az Edutus Főiskolára felvett hallgatók, Budapest, nappali tagozat, 2012



9. ábra: Az Edutus Főiskolára felvett hallgatók, Budapest, levelező tagozat, 2012

Az oktatási vonzaskörzet változásának néhány következménye

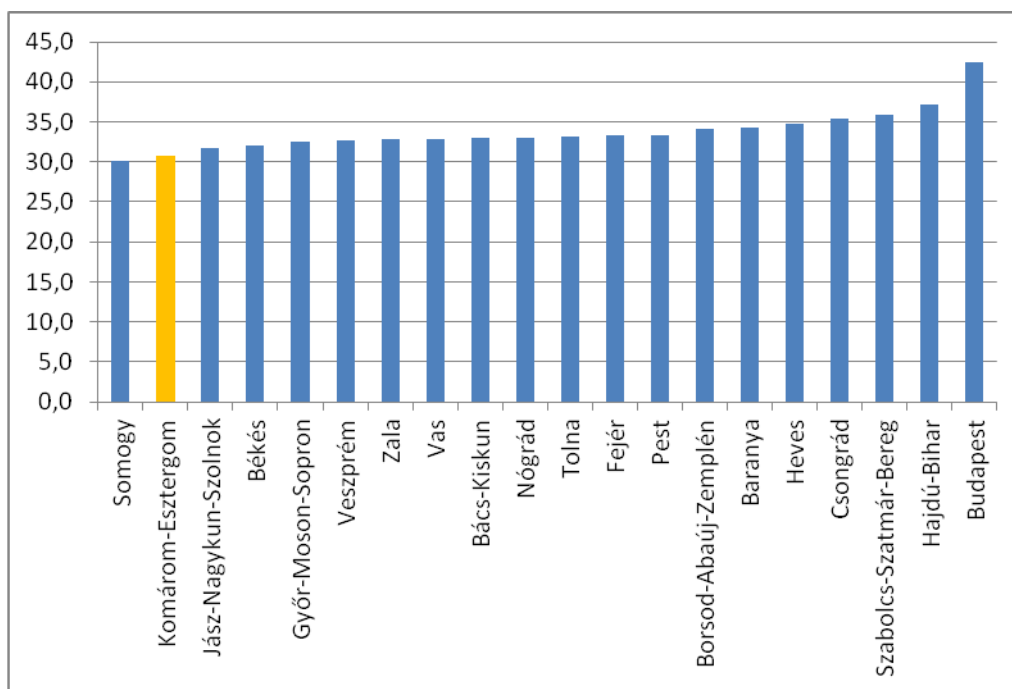
Az Edutus Főiskola két képzési helyszíne képzési kínálatuk, a hallgatói létszámok és a vonzaskörzetük alapján merőben eltérő helyzetben van. Ennek megfelelően az intézmény fejlesztése során a két képzési hely számára eltérő feladatot érdemes kijelölni.

A tatabányai tagozat az elmúlt évek során egy alapvetően térségi igényeket kielégítő, kisebb hallgatói létszámmal, szélesebb képzési palettával rendelkező intézménnyé alakult (közgazdász és műszaki képzés), míg a budapesti tagozat továbbra is országos vonzaskörzettel rendelkezik, alapvetően közgazdasági vonatkozású képzési programokkal és széleskörű felnőttképzési palettával.

A tatabányai képzési hely összetettebb képzési kínálatának még vonzóbbá tétele a feladat a közeljövőben. Az Edutus mint „brand” megismertetése szükséges a térségben élő fiatalokkal, szorosan együttműködve a városban és a térségben működő középfokú oktatási intézményekkel és a város önkormányzatával. A város érdeke is, hogy a felsőfokú tanulmányokat folytató hallgatók minél nagyobb részét „otthon tudja”. Tatabánya városa a „Stúdium Ösztöndíj Program” keretében jelenleg a 26 év alatti bárhol az országban nappali tagozaton, műszaki és természettudományos ismereteket tanuló hallgatókat támogatja (www.tatabanya.hu). Érdemes lenne a programot differenciálni, és a helyben, az Edutus Főiskolán műszaki tanulmányokat folytatókat kiemelten támogatni.

Ez annál is inkább szükséges, mert Tatabánya és Komárom-Esztergom megye az 1000 lakosra jutó hallgató mutató vonatkozásában még napjainkban is az egyik legrosszabb értéket mutatja. (10. ábra) Fontos lenne a továbbiakban az ösztöndíj programmal is helyben tartani a tovább tanulni szándékozó diákokat.

A tatabányai képzési helyen a régióra koncentrálnó hatékony, jól célzott, partnerségen alapuló (közoktatási intézményekkel, várossal, családokkal) marketingstratégiára van szükség.



10. ábra: 1000 főre jutó hallgatói létszám a hallgatók, ill. szüleik állandó lakhelye szerint,

2010

A budapesti tagozat még vonzóbbá tételének – a szerző véleménye szerint – egyik legfontosabb sarokpontja szintén földrajzi vonatkozású: a telephelyválasztás. A Falk 1. épület tökéletes helyszín kis létszámú képzési programok számára, azonban a „tömegképzés” jellegű BA-programokat is célszerű lenne „közelebb hozni” a potenciális „vevőkhöz”, a hallgatókhoz egy, a belvároshoz közelebb elhelyezkedő, közlekedési szempontból kedvezőbb adottságokkal bíró képzési helyszínen.

A nagy állami intézmények mellett az Edutus Főiskola nagy előnye a rugalmasság, gyors alkalmazkodóképesség, a hallgatói igények hatékonyabb figyelembe vétele. Mindez, ha továbbra is megfelelő ár-érték színvonalon valósul meg, a Főiskola hosszú távon is képes lesz piacon maradni a kedvezőtlen makro körülmények ellenére is.

Irodalomjegyzék

Sikos T. Tamás – Tiner Tibor (2002): A Modern Üzleti Tudományok Főiskolája felsőoktatási szerepkörének növekedése: In: Vörös Mihály (szerk.) (2002): A struktúraváltás évtizede. 1992-2002. Jubileumi konferencia. MÜTF. Tatabánya.

Edutus Főiskola, felvételi és beiratkozási statisztika

KSH, Tájékoztatási Adatbázis, <http://statinfo.ksh.hu/Statinfo/index.jsp>

<http://www.nefmi.gov.hu/miniszterium/oktatasi-statisztikak/felsooktatasi-statisztikai-kiadvany-2009>

http://www.tatabanya.hu/fooldal/felso_menu/hirek/kozelet/studium_osztondijak_tatabanyan.html

BANKUNIÓ: VÁLASZ A SZUVERÉN ADÓSSÁGVÁLSÁGRA?**Banking union: response to the sovereign debt crisis?****Losoncz Miklós, kutató professzor, BME GTK Közgazdaságtan Tanszék**

A szuverén adósságválság felszínre hozta az EU, azon belül főként a GMU intézményi és működési gyengeségeit. A leglényegesebbek közé tartozik az, hogy a GMU-tagállamok nem alkotnak optimális valutaövezetet és a monetáris uniót fiskális unió nélkül hozták létre. A tervezett bankunió az optimális valutaunió egyik kritériumának kíván eleget tenni és a fiskális uniót kívánja helyettesíteni, illetve annak hiányát enyhíteni. A tanulmány azt elemzi, hogy a bankunió, amelynek része az európai uniós szintű bankfelügyelet, bankszanalási mechanizmus és betétbiztosítás létrehozása, mennyiben járulhat hozzá a szuverén adósságválság kezeléséhez az EU-ban, illetve a GMU-ban.

The sovereign debt crisis brought the intuitional and the functional weaknesses of the EU in general and those of the EMU in particular to the surface. The most important deficiencies are related to the fact that member states of the EMU do not form an optimum currency area and the monetary union was established without a fiscal union. The planned banking union is likely to meet one of the criteria of the optimum currency area and ease the absence of the fiscal union. The paper analyses the contribution of the banking union (that includes single supervision in the EU, a bank resolution mechanism and common deposit guarantee) to the management of the sovereign debt crisis in the EU and the EMU, respectively.

A szuverén adósságválság bankválsággal kapcsolódott össze a Gazdasági és Monetáris Unióban. A bankok és a kormányok között létrejött, kölcsönös függőségen alapuló **összefonódás** nyomán mindkét gazdasági szereplő másiktól való sérülékenysége fokozódott. **A kormányok sérülékenysége** arra vezethető vissza, hogy a pénzügyi stabilitást veszélyeztető bankcsődök elkerülése, a bankok feltőkésítése a tetemes költségek miatt csak közpénzből lehetséges. A bankok kimentése megterheli a tagállamok államháztartását: növeli a deficitet és az államadósságot, aminek következtében megkérdőjeleződhet az érintett országok államháztartásának fenntarthatósága. **A bankok sérülékenysége** azzal kapcsolatos, hogy nagyszámú GMU-tagállamban számottevő a bankok portfóliójában lévő állampapírok súlya. Ez különösen az eladósodott GMU-tagállamokra jellemző, ahol – nem utolsó sorban kormányuk nyomására – a bankok vásárolták meg azokat a kockázatos állampapírokat, amelyek a többi gazdasági szereplőnek nem kellettek. A banki portfóliókban lévő állampapírok árfolyamának az erőteljesebb csökkenése (például hozamemelkedés miatt) a bankrendszer stabilitását gyengíti. Szélsőséges esetben, azaz államcsőd esetén a bankok portfóliójában lévő állampapírok elértéktelenednek, ami bankválsághoz vezethet. A bankok eme kockázataihoz és potenciális veszteségeihez adódnak még hozzá a hazai gazdasággal szembeni kitettségből származók.

Modellszámítások szerint a sérülékeny országokban **a bankok piaci megítélése és a szuverén adóssággal kapcsolatos kockázat közötti korreláció** szoros. Ez jellemezte az utóbbi években Spanyolországot és Olaszországot, míg Németországban a két tényező között lényegében egyáltalán nem volt korreláció. Gyenge volt a korreláció az USA-ban és az Egyesült Királyságban is.⁶⁰

⁶⁰ Jean Pisany-Ferry and Guntram B. Wolff: The fiscal implications of a banking union. Bruegel Policy Brief, 2012/2, 2012. szeptember, 3-4. o.

A tervezett bankunió fő vonásai

A bankválság kezelésének jegyében az Európai Unióban három felügyeleti intézményt állítottak fel 2010-ben a kockázatkezelés javítására. A **makroprudenciális felügyelet** erősítése érdekében hozták létre az Európai Rendszerkockázati Tanácsot (European Systemic Risks Board – ESRB), a **mikroprudenciális felügyelet** javítása végett az Európai Bankfelügyeletet (European Banking Authority – EBA) és az Európai Értékpapír- és Piacfelügyeletet (European Securities and Markets Authority – ESMA). Ezek az intézmények fontos szerepet játszottak a pénzügyi szabályozás megerősítésében.

A szuverén adósságválság, főként pedig a bankválság enyhítésének jegyében fogadta el az Európai Tanács 2012. június 28-29-i ülése az ún. **integrált pénzügyi keretet** a pénzügyi stabilitás biztosítására, amelyet **bankunió** néven is emlegetnek.⁶¹ E mögött az a felismerés húzódik meg, hogy a bankok és a szuverén adósok egymásra utaltságából adódóan pénzügyi kockázatokkal jár, ha a bankok a pénzügyileg gyenge szuverének, azaz kormányok felügyelete alatt vannak, illetve kizárólag a nemzeti kormányok viselik a felelősséget a területükön székhellyel rendelkező bankok kimentéséért. A bankunió ezeknek a kockázatoknak a minimalizálására hivatott.⁶²

A bankunióról szóló európai tanácsi állásfoglalás értelmében európai uniós szintre kívánják emelni a felügyeleti hatáskört, valamint szintén európai uniós szintű közös mechanizmusokat irányoznak elő a bankok szanálására és az ügyfélbetétek biztosítására. Mindehhez közös forrásfedezetet rendelnek. A bankunió e négy pillére szorosan összefügg egymással. Az

⁶¹ Az Európai Tanács következtetéseinek (Brüsszel, 2012. június 29. EUCO 76/12 CO EUR CONCL 2) vonatkozó része „A cél a valódi Gazdasági és Monetáris Unió”, Herman Van Rompuynek, az Európai Tanács elnökének a jelentése (Brüsszel, 2012. június 26., EUCO 120/12, PRESSE296, PR PCE 102) című dokumentumon alapul.

⁶² Jean Pisany-Ferry and Guntram B. Wolff: i. mű, 2. o.

európai uniós szintű irányítást nehezíthetik az egyes pillérekre vonatkozó eltérő tagállami szabályozások.

A bankunió kinyilvánított átfogó célja a GMU pénzügyi rendszere sérülékenységének a csökkentése a pénzügyi integráció erősítése révén, valamint a bankcsődök európai polgárokra háruló költségeinek a mérséklése. Az említett integrált pénzügyi keret mellett **integrált költségvetési és gazdaságpolitikai keretet** is előirányoztak, valamint a GMU keretében történő döntéshozatal demokratikus legitimitását és elszámoltathatóságát is erősíteni kívánják. Ettől a bankunióval együtt négy pillértől várják a GMU hosszú távú stabilitását. Az említett három pillérrel itt nem foglalkozunk.

Ami a bankunió egyes elemeit illeti, az Európai Központi Bank égisze alatt, az EKB elkülönült feladataként 2012. végéig létrehozni kívánt **integrált bankfelügyelet** (Single Supervisory Mechanism – SSM) elengedhetetlen a prudenciális szabályok hatékony alkalmazásához és a kockázatkezelésnek és a válságmegelőzésnek az EU egészében történő biztosításhoz. E mögött az a helyzetértékelés húzódik meg, hogy amíg a bankok transznacionálissá váltak, addig a szabályozás jórészt megmaradt tagállami keretek között. A globális pénzügyi és gazdasági válság során ez az ellentmondás kiéleződött. Nagyszámú negatív példa igazolja, hogy a koordináció önmagában kevés ennek az ellentmondásnak az áthidalásához. Ha erősebb és konzisztensebb felügyelet lett volna, akkor valószínűleg több bankcsődöt meg lehetett volna előzni a GMU-ban, illetve az EU-ban.

Az Európai Tanács 2012. júniusi állásfoglalásában rögzített eredeti elképzelések szerint **az EKB az EU-tagállamok összes bankjára felügyeleti és megelőzési beavatkozási jogkört kapna**. A beavatkozás mértéke európai uniós szinten a bankok méretétől és típusától függne. Ehhez a jogi lehetőségeket az Európai Unió működéséről szóló szerződés 127. cikkének (6)

bekezdése adja.⁶³ Az elképzelések szerint a bankok felügyeletéért végső soron az integrált bankfelügyelet lenne felelős, amely viszont a felügyeleti feladatokat megosztaná a tagállami felügyeletekkel. Az Európai Bankfelügyelet feladat- és felelősségi köre megmaradna (beleértve a felügyeletek közötti viták esetén történő hatékony beavatkozást).

Az **európai szanálási alap** (amelynek forrását a pénzüzetek hozzájárulásai képeznék) támogatást adhatna az európai uniós bankfelügyelet alá tartozó bankok szanálásához a nem életképes bankok szabályos felszámolása és az adófizetők pénzének védelme érdekében. Az EKB által fizetéseképtelennek minősített bankok szanálása ugyanakkor a tagállamok feladata lenne.

A **közös betétbiztosítási rendszer** szintén európai uniós szintű lenne. Megerősítené a meglévő konstrukciók hitelességét, és garanciát nyújtana arra, hogy valamennyi hitelintézet biztosítható betétei elegendő mértékben biztosítottak legyenek.

A betétbiztosítási rendszert és a szanálási alapot közös szanálási hatóság felügyelete alatt kívánják létrehozni. Egy ilyen keret csökkentené a betétbiztosítási rendszer alkalmazásának szükségességét. Emellett hitelességi megfontolásokból szükség van **pénzügyi védőhálóra** is, amit a GMU-tagállamok esetében az európai stabilitási mechanizmus (ESM) biztosítana, azaz meg kívánják teremteni annak a lehetőségét, hogy az európai uniós bankfelügyelet létrehozása után az ESM nyújtson forrásokat a bankoknak. Ezzel kapcsolatban hangsúlyozandó, hogy egyrészt az ESM közös intézmény, GMU-szintű pénzügyi forrásokkal rendelkezik, másrészt eredetileg a pénzügyi forrásokat közvetlenül, a tagállami költségvetés megkerülésével kívánták eljuttatni az érintett bankokhoz.

Az Európai Tanács 2012. júniusi állásfoglalása arról is döntött, hogy az EFSF, majd az ESM forrásai rugalmasan használhatók olyan tagállamok **államkötvényeinek vásárlására**,

⁶³ Ennek értelmében „Az Európai Parlamenttel és az Európai Központi Bankkal folytatott konzultációt követően a Tanács különleges jogalkotási eljárás keretében, egyhangúlag eljárva elfogadott rendeletekben az Európai Központi Bankot a hitelintézetek és – a biztosítóintézetek kivételével – az egyéb pénzügyi szervezetek prudenciális felügyeletére vonatkozó politikákkal kapcsolatban külön feladatokkal bízhatja meg.”

amelyek eleget tesznek az országspecifikus ajánlásoknak és a Stabilitási és Növekedési Paktum és a túlzott egyensúlyhiány esetén követendő eljárás keretében vállalt egyéb kötelezettségeiknek és az azokban szabott határidőknek. Mindez arra enged következtetni, hogy a hitelező tagállamok a bankok ESM-forrásból történő közvetlen feltőkésítésének feltételül szabták a felügyelés szigorítását.

A koncepció értékelése és vitatott pontjai

Bár a részletek még kidolgozásra várnak, a pénzügyi szolgáltatások egységes piacának fragmentációját elkerülendő a **bankunió**nak ki kell terjednie az EU mind a 27 tagállamára. Az Európai Unión belül azonban indokolt a GMU-tagállamok és a kívülállók megkülönböztetése, mert a bankunióra vonatkozó javaslatok egy része a GMU működéséhez és stabilitásához kapcsolódik, nem pedig az egységes piachoz. A bankunió koncepciójában elsőbbséget kap a GMU működése az egységes piaccal szemben. A felügyeleti mechanizmusnak viszont az egységes piac pénzügyi szolgáltatásokkal kapcsolatos jogszabályaival összhangban kell lennie.

Miként arról korábban szó volt, az európai uniós forrásokat közvetlenül a bankok kapják, azaz az ESM jogosult lenne a bankok közvetlen, tehát a tagállamok megkerülésével történő feltőkésítésére. Ennek egyik következménye az lenne, hogy a feltőkésítés nem emelné az érintett ország államadósságát. Ezáltal csökken a nemzetközi hitelminősítő intézmények szerepe, ami szintén nem elhanyagolható a válságkezelésben. Az ESM államkötvények vásárlására is jogosult lenne a másodpiacokon a piac stabilizálása végett.

A **közös betétbiztosítási rendszer** mérsékelné a bankpánikok kockázatát a sérülékeny tagállamokban. Ha ugyanis megnő annak a kockázata, hogy egy ország ki akarna lépni a GMU-ból, és euróban denominált bankbetétei európai uniós szintű garanciát élveznek, akkor nincs akadálya annak, hogy a háztartások saját országuk bankjaitól kölcsönözzenek, vagy

meztakarításukat saját országuk bankjaiban helyezték el. Országuk GMU-ból való kilépése esetén adósságukat redenominálják, euróban denominált megtakarításaik viszont védelmet élveznek. Alkalmazása esetén a közös betétbiztosítási rendszer így a GMU többi részéből a földrajzi periféria felé történő közvetlen transzferként is felfogható.⁶⁴

Lényeges kérdés az, hogy mekkora a közös betétbiztosítási rendszer forrásigénye. A Barclays számításai szerint a betétbiztosítási alaphoz 11 ezer milliárd euró betétállományt kellene garantálnia. Ahhoz, hogy a pénzügyi eszközök 1,4 százaléka terjedjen ki a garancialap, a GMU bankrendszere éves nyereségének egyötödét kellene elvonni öt éven keresztül. Konzervatívabb becslés szerint több mint 100 milliárd euróra lenne szükség.⁶⁵ Kérdés, hogy a GMU pénzintézetei képesek-e, illetve hajlandók-e az említett összegek előteremtésére.

Viták folynak arról, hogy **a bankok milyen körére terjedjen ki** az európai uniós szintű felügyelet hatásköre. Az Európai Bizottság elképzelése az, hogy a felügyelésnek **lehetőség szerint teljes körűnek** kell lennie, azaz minden banknak az integrált felügyelet alá kellene tartoznia. Németország álláspontja ezzel szemben az, hogy a közös felügyelet hatálya alá csak a GMU pénzügyi rendszerére **kockázatot jelentő nagybankok** (ebből 20-25 van) tartozzanak. Ehhez kapcsolódik az az érv, hogy egy európai uniós szintű bankfelügyelet nehezen képes 6.000 bankot felügyelni, legalább is közvetlenül.

Ezzel összefüggésben megjegyzendő, hogy a GMU bankjainak egyharmada német. Ezek között sok a csekély tőkeerejű helyi bank, amelyek viszont erős érdekképviselői szövetségekbe tömörültek. Az 1.200 szövetkezeti és 400 takarékbankot képviselő szövetség ellenzi, hogy európai uniós szintű felügyelet alá tartozzon. Ha a közös bankfelügyelet kizárólag a legnagyobb bankokra terjed csak ki, akkor fennállna az a veszély, hogy sok kisebb, de a pénzügyi stabilitás szempontjából kockázatos bank kimaradna az európai uniós

⁶⁴ Bankers of the euro area, unite! The Economist, June 30th 2012, p. 72.

⁶⁵ Ibid., 72. o.

szintű felügyeletből. Így például a csődbe ment, illetve kimentésre szorult Northern Rock, a Dexia és a Bankia nem tartozna a közös felügyelet hatálya alá.

A nagy bankoknál jóval súlyosabb probléma a nagyszámú alultőkésített regionális bank, amelyeket olyan emberek vezetnek, akik nincsenek teljesen tisztában az általuk vállalt kockázatokkal.⁶⁶ Nem kizárólag a határon átnyúló műveleteket folytató nagybankok lehetnek kockázatosak, hanem a kisebbek is, miként arra a spanyol takarékpénztárak esete (cajas) is utal. Az állami-közületi tulajdonban lévő német bankok és takarékpénztárak a közös felügyelet ellen lobbiznak, mert az szöges ellentétben van a bankok és az ipar közötti, gyakran átláthatatlan kölcsönös kapcsolatokon alapuló üzleti modellel. A német kormány legfeljebb 25, a pénzügyi rendszer stabilitása szempontjából releváns bankot vonna a közös felügyelet hatáskörébe.

A német álláspontot az a tény is alakíthatta, hogy a francia pénzügyi rendszer meghatározó szereplője kisszámú nagybank. A német koncepció szerint ezekre a nagybankokra kiterjedne a központi felügyelés, viszont a német kereskedelmi bankok nagy részére nem. Ez valószínűleg csupán presztízskérdés.

Végül is nem a 20-25, illetve a 6.000 bank a két szélsőérték. Az EKB adatai alapján 2010. évi állapot szerint a 200 legnagyobb bankra jutott a banki eszközök 95 százaléka a GMU-ban. Figyelmet érdemel, hogy a 25 legnagyobb bank aránya 68,6 százalék volt. Ez utóbbi adatot tekintve valószínű, hogy csak a legnagyobb bankokra kiterjedő bankunió nagyságrendi összefüggések miatt nem szüntetné meg a bankok és a szuverén adósok közötti, korábban említett kölcsönös összefonódást és ördögi kört. Emellett a 20 legnagyobb bank központi ellenőrzése azzal a veszéllyel is jár, hogy torzul a verseny a GMU bankpiacán.

⁶⁶ Wolfgang Münchau: Here is my one piece of advice for Mr Draghi. Financial Times, 2012. szeptember 3., 9. o.

A teljes körű bankfelügyelet feltételez bizonyos mértékű **decentralizációt**. Optimális esetben az összes bank felügyeletének a joga az Európai Központi Bankot illetné. Ennek gyakorlása azonban úgy történne, hogy a kisebb bankok felügyelete a tagállami hatóságok feladata lenne. Ez hasonlít az Euró-rendszerben vagy a versenypolitikában kialakult munkamegosztáshoz.⁶⁷ Az kérdés az, hogy ebben a munkamegosztásban hol fog összpontosulni az igazi hatalom. Más szavakkal: képes lesz-e az EKB bármely bankot vizsgálat alá vonni, és lesz-e kizárólagos hatásköre a bankengedélyek kiadására és visszavonására.

Valamilyen formában kezelni kell azt a problémát is, hogy az EU-ban a **közös szabályozó jelenleg az Európai Bankfelügyelet (EBA)**. A GMU-n kívüli nemzeti felügyeletek az integrált felügyelet ellenőrzése alatt ugyanúgy fognak működni, mint eddig. Ezzel szemben az eurózóna tagállamainak a felügyeleti intézményei az EKB keretében működő intézmény hatálya alá fognak tartozni. Ugyanakkor az SSM jogosítványai sokkal erősebbek, mint az EBA-éi, mert mélyebbre áthat az egyes bankok könyveiben és végrehajthatja a saját stressztesztjét a GMU-ban, ami valószínűleg sokkal szigorúbb lesz, mint a korábbi EBA-stresszteszt.⁶⁸ Ezen túlmenően megnő az EKB súlya az EBA igazgató tanácsában, aminek nyomán a legjelentősebb kívülálló országok érdekei (főleg az EU-ban a legnagyobb pénzügyi szolgáltató központtal rendelkező Egyesült Királyság) könnyen háttérbe szorulhatnak a határokon túlnyúló banki jogszabályok és a vitás kérdések rendezése terén (ez utóbbinak a fóruma az EBA).⁶⁹

A betétbiztosítással kapcsolatban Németországban attól is tartanak, hogy a határokon átnyúló elven szerveződő közös betétbiztosítási rendszer potenciálisan **német megtakarításokat használna fel** más országokban bejegyzett bankok ügyfeleinek kártalanítására.

⁶⁷ Jean Pisany-Ferry and Guntram B. i. mű, 5. o.

⁶⁸ The union movement. Euro-zone banking union. The Economist, 2012. szeptember 15., 62. o.

⁶⁹ Ibid. 62. o.

A bankunióhoz a bankokat ki kellene venni a tagállami joghatóság alól, de legalább is harmonizálni kellene a bankokra vonatkozó tagállami jogszabályokat. Az EKB-nak korlátlan államkötvény-vásárlásait egy valódi bankunióról való megegyezéshez kellene kötnie.⁷⁰

Csehország és Lengyelország nem lelkesedik a bankunió iránt. A két ország kormánya attól tart, hogy a bankrendszerben elfoglalt magas külföldi tulajdonosi részesedés (Csehországban 90 százalék, Lengyelországban kétharmad az alaptőkéhez képest) nyomán egységes európai uniós felügyelet esetén könnyebb lesz az anyabankoknak likviditást kivonni közép- és kelet-európai érdekeltségeikből, ami gazdasági-pénzügyi problémákat idézhet elő. A jól feltőkésített közép- és kelet-európai bankokat ez a veszély elsősorban akkor fenyegeti, ha valamelyik más országban válság tör ki. Ezek az aggodalmak Magyarországra is vonatkoztathatók.

A kívülálló országok bankrendszere versenyhátrányba kerülne a bankunió megvalósításával abban az értelemben, hogy nem férhetnek hozzá az ESM forrásaihoz, míg az eurózónában bejegyzett bankok igen. A problémát árnyalja, hogy csak azoknak az országoknak a bankjai részesülhetnek az ESM forrásaiból, amely tagállamok hozzá is járultak azokhoz.

Az eredeti elképzelések módosítása

A 2012. júniusi európai tanácsi állásfoglalásból (meg kívánják törni a bankok és a kormányok közötti ördögi kört) az következett, hogy az ESM forrásai a spanyol bankok feltőkésítésére is bevethetők (bár technikai okok miatt az a hatályos jogszabályok mellett kezdődne meg, azaz a forrásokat az ESM létrejöttéig az EFSF biztosítaná) anélkül, hogy a támogatás szenior kategóriába sorolódna. Ebben az esetben a feltőkésítés nem Spanyolországot, hanem az ESM-et terhelné.

⁷⁰ Wolfgang Münchau: i. mű, 9. o.

2012. szeptember végén azonban kiderült, hogy Angela Merkel német kancellár és pénzügyminisztere Wolfgang Schäuble eltérően értelmezi a júniusi európai tanácsi állásfoglalást. A német értelmezés egyik hangsúlyos eleme, hogy a bankunióknak nem az öröklött kockázatokkal kell foglalkoznia, hanem azokkal, amelyek a jövőben jelentkeznek. Az ESM addig nem használható bankok feltőkésítésére, amíg a bankunió létre nem jön, ami pedig akár évekre is elhúzódhat.⁷¹ Ez azt jelenti, hogy a spanyol bankok feltőkésítésének programja a spanyol kormány feladata.

A német álláspont bizonyos mértékben közgazdasági érvekkel is alátámasztható. A méltányosság azt kívánja, hogy az öröklött problémákat azok a kormányok oldják meg, amelyek felügyeletei felelősek valamilyen mértékben azokért. Ezt azonban árnyalja, hogy vannak olyan elemek is, amelyek az európai uniós szintű fellépés elmaradásából adódnak. Központi felügyelés hiányában a szabályozási arbitrázs lehetősége például több tagállam felügyeletének a mozgásterét növelte. Az eltérő szabályozási előírások kaput nyitottak azok kijátszására azáltal, hogy a több országban jelen lévő bankok egyes ügyleteiket azokba az országokba telepítették, ahol a szabályozás a leggyengébb volt. Szabályozási arbitrázs azonban egy-egy országon belül is lehetséges, mivel a szabályok az új termékekre sokszor nehezen értelmezhetőek. Így például nagy kockázatú követeléseket azért alakítanak komplex derivatív értékpapírokká, hogy eltüntessék a hozzájuk kapcsolódó kockázat egy részét, amivel a szabályozó hatóságokat kívánják megteveszteni. Szabályozási arbitrázs az is, amikor egy pénzügyi közvetítő a valóságosnál alacsonyabbnak tünteti fel kockázatát a szabályozási beavatkozás elkerülése érdekében. Mindennek alapján valószínűleg elkerülhetetlen az öröklött költségek egy részének európai uniós szintű társadalmassítása.

⁷¹ Wolfgang Münchau: Welcome back – again – to the eurozone crisis. Financial Times, 2012. október 1., 11. o.

A német álláspont határozottabbá vált a bankunió kiterjedését illetően is, amennyiben a német kormány a közös felügyeletnek a szűkített értelmezését támogatja. Ennek értelmében az csak a határokon átnyúló műveleteket folytató nagybankokra vonatkozna.

A német kormány ideális felügyeleti intézménynek nem az Európai Központi Bankot tartja. Ha más megoldás hiányában mégis az EKB-hoz telepítenék ezt a funkciót (ez a megoldás kapott többséget), akkor az európai tanácsi állásfoglalásban szereplőknél erősebb biztosítékok kellene annak a garantálására, hogy a monetáris politika független marad a felügyelettől, azaz az EKB monetáris politikai és felügyeleti funkcióit elválasztják egymástól. A német álláspont szerint nincs szükség továbbá közös betétvédelemre sem.⁷²

Az Európai Tanács 2012 októberében pontosította a bankunió megvalósításának ütemtervét és néhány pontját. Ami az ütemtervet illeti, az eredeti szigorú határidőt kitolták, lényegében 2013-ban hajtják végre az első szakaszt. Eredetileg 2013. január 1-jéig kívántak megállapodni a jogi keretekről. Az időhúzás kockázata az, hogy a megvalósítás során újabb problémák jelentkezhetnek. Ami a tartalmi kérdéseket illeti, az Európai Tanács döntött arról, hogy az eurózóna tagjai és az eurót nem használó EU-tagállamok közös elbírálás alá fognak esni.

Összefoglalás, következtetések

Az integrált pénzügyi keret vagy bankunió koncepciója mögött az a megfontolás húzódott meg, hogy fiskális unió hiányában a bankrendszer segítségével enyhíthetők a reálgazdaságban létrejött egyensúlyhiányok. A GMU-tagállamok közötti **költségvetési transzfereket**, amelyeket az alapszerződés ki nem mentési klauzulája tilt, a tagállamok bankrendszerén belüli, azaz a **bankok közötti transzferek helyettesítenék**, például integrációs szintű betétbiztosítás vagy a bankok feltőkésítése révén.

⁷² Ibid., 11. o.

A bankuniót alkotó integrált felügyelet, közös betétbiztosítási és szanálási rendszer, illetve mechanizmus, valamint GMU-szintű forrásfedezet arra utal, hogy a tagállamok újabb területeken **mondanak le nemzeti szuverenitásukról**. Ez a feltétele olyan közjavak létrehozásának, amelyekből mindegyik tagállam profitál.

A bankunió létrehozása körül sok a kérdőjel és a homályos pont. Nem zárható ki, hogy a javaslatok egy része a megvalósítás során felpuhul, az utóbbi hetekben erre is volt már példa. További kockázat, hogy a bankunió újabb törésvonalat vihet az EU-ba, megoszthatja az EU-tagállamokat attól függően, hogy GMU-tagok vagy nem, illetve a GMU-tagokat is.

Ennek ellenére az elképzelésekből levonható az a következtetés, hogy következetes megvalósítása esetén a bankunió alkalmas eszköz lehet **a kormányok és a bankok közötti összefonódás megszüntetésére**, ezáltal stabilabb pénzügyi környezet megteremtésére az EU-ban. Ez mindenekelőtt **a közös felelősség- és kötelezettségvállalás** révén érhető el, a bankunió az ebbe az irányába tett első lépésnek tekinthető. A bankunió, illetve a mögötte meghúzódó mechanizmus a közös, európai uniós szintű felelősségvállalás szempontjából megfeleltethető az eurókötvényeknek, de sokkal átfogóbb intézményi háttér van mögötte.

A bankunió ugyanakkor **rejtett transzfer mechanizmusnak** is tekinthető, amely például a spanyol bankokat az észak-európai adófizetők pénzén tőkésítené fel. A megfelelően kialakított bankunió tehát végső soron a fiskális unió fiskális unió egyes elemeit áttételesen vagy közvetlenül is magába foglalja, függetlenül attól, hogy azt minek nevezik. A teljesség igénye nélkül a fiskális unió attribútumai közé tartozik jellegétől függően a tagállamok közötti pénzügyi transzfer lehetősége például aszimmetrikus sokkok kivédése végett, jelentősebb nagyságrendű, például újraelosztási funkció ellátására és konjunktúraszabályozásra alkalmas közös költségvetés, illetve közös felelősségvállalást tükröző közös kötvénykibocsátás (eurókötvények).

A Gazdasági és Monetáris Unió súrlódásmentes működéséhez elengedhetetlen a **fiskális unió**, a bankunió az ehhez vezető út első állomása lehet. A jelek szerint Németország jelenleg minden fajta fiskális transzfer mechanizmust ellenez, azaz a bankunió eredeti koncepcióját is felhívítja. A német kormány ezt nem mondta ki nyíltan, de az általa támogatott módosító javaslatok (a bankunió megvalósítási határidejének kitolása stb.) erre engednek következtetni.

A német álláspont a 2013 őszi parlamenti választások után, a választási eredmények függvényében változhat.

A német kormányzati álláspont következetes végig vitele veszélyeztetheti az Európai Központi Bank 2012 szeptemberében indított MOT-programját (Monetary Outright Transactions) is, amelynek keretében az EKB korlátlan állampapír-vásárlásra vállalt kötelezettséget a másodlagos piacon. Ez feltételezi a bankunió létét, illetve működését. Az EKB által biztosított likviditás a bankoknak nyújtott garancia, míg a MOT a szuverén adósságot garantálja. E programok kifizetésével a GMU-nak szüksége lesz olyan intézményrendszerre, amely képes kezelni a bankok és a szuverén adósok összefonódásával kapcsolatos kockázatokat.⁷³

Irodalomjegyzék

Európai Tanács: Következtetések (Brüsszel, 212. június 29. EUCO 76/12 CO EUR CONCL

2)

Münchau, Wolfgang: Here is my one piece of advice for Mr Draghi. Financial Times, 2012. szeptember 3., 9. o.

Münchau, Wolfgang: Welcome back – again – to the eurozone crisis. Financial Times, 2012. október 1., 11. o.

⁷³ Ibid., 11. o.

Pisany-Ferry, Jean and Wolff, Guntram B.: The fiscal implications of a banking union.

Bruegel Policy Brief, 2012/2, 2012. szeptember, 8 oldal.

Rompuy, Herman Van: A cél a valódi Gazdasági és Monetáris Unió”. Az Európai Tanács elnökének a jelentése (Brüsszel, 2012. június 26., EUCO 120/12, PRESSE296, PR PCE 102)

The Economist: Bankers of the euro area, unite! 2012. június 30., 72. o.

The Economist: The union movement. Euro-zone banking union., 2012. szeptember 15., 62.

o.

A BIZONYTALAN JÖVŐ –GAZDASÁGPOLITIKA A GLOBALIZÁCIÓ ERŐTERÉBEN

Uncertainfuture–economic policy shapedbyglobalization

Ábel István, habilitált egyetemi tanár

Budapesti Corvinus Egyetem, Budapest Corvinus University

A tőkebeáramlás növekedésre gyakorolt hatását a gazdaságpolitikai környezet határozza meg. A torzult piac, a verseny hiánya vonza a tőkét, külföldit és belföldit egyaránt, mivel extraprofitotígér. Stabil és a jövőre vonatkozóan bizalmat keltő háttér nélkül azonban külföldi befektetések nem integrálódnak a gazdaságba, szigetként vagy zárványként megmaradva nem generálnak belföldi üzleti kapcsolatokat és tartós növekedést. A globalizáció igen jelentős előnyök forrása megfelelő gazdaságpolitika mellett, de a szabad tőkeáramlás a gazdaságpolitikai hibákat hamar és súlyosan bünteti. A gazdaságpolitika autonómiája korlátozott. Az a gazdaság, mely jól képes integrálódni a globális piacba gyors növekedést és nagyobb stabilitástélvez. A pénzügyi rendszer globalizálódása hozzájárult a hatékonyság növeléséhez, de önmaga sérülékennyé vált, és ennek kezelése nemzetközi gazdaságpolitikai együttműködést igényel.

The impact of foreign inflows on domestic growth is framed by the policy environment.

Market distortions attract inflows by offering exceptional profit opportunities. The lack of conducive domestic policies renders FDI to a limited role without spillovers to growth.

Globalization increases the cost of getting the policies wrong, just as it increases the benefits

of getting them right. This limits the autonomy of discretionary policies. Economies capable of integrating global trends well enjoy higher and more stable growth.

A globalizáció négy jellemzője

A globalizációt sokféleképpen jellemezhetjük, de ezek közül különösen négy elem fontos a gazdaságpolitika mozgásterére és hatásossága szempontjából. Ez a négy tényező (a) az országok közötti *szabad tőkeáramlás*, (b) a *liberalizáltdevizapiacok* globális összefonódása, (c) az *országok közötti árkapcsolatok*, ide értve a nyersanyag és energiaárak és az eszközök tőzsdei áralakulásának együttmozgását, valamint (d) a kereskedelmi forgalom és a fizetési mérleg egyenlegének tartóssá vált *egyensúlytalansága*.

A globális integrálódás e tényezői a nemzetgazdaságok közötti szorosabb kapcsolatokat és a gazdaságok erősebb együttmozgását eredményezik. Az egyik országban tapasztalt gazdasági visszaesés kihat a másik ország gazdasági növekedési és inflációs kilátásaira. (Taylor (2008))

3. Mindezek alapvetően befolyásolják a gazdaságpolitika általános kereteit, és az egyes gazdaságpolitikai eszközök hatásosságát a gyakorlatban.

A tőkevonzás és a gazdasági növekedés

A tőkeáramlás befolyásolásának igénye sokakat foglalkoztat és az igyekezet nem is marad hatás nélkül. E törekvések következményei a mai globális pénzpiacokon fájdalmasan gyorsan érvényesülnek, és nem mindig a szándékoknak megfelelő eredménnyel járnak.

A legtöbb országban a beavatkozási törekvések döntő része a spekulatív beáramlás korlátozását célozza. Van egy másik kérdés is, amivel a szakma nem szokott foglalkozni. Nevezetesen azzal, hogyan lehet a nem spekulatív beáramlást elősegíteni. Erről talán azért nem szokás értekezni, mert trivialitás, hogy a tőkeáramlás iránya és intenzitása a

gazdaságpolitika általános jellemzőit tükrözi. A tőkevonzást a gazdasági lehetőségek és a gazdaságpolitikai környezet függvényének tekintik, ami nem igényel különösebb magyarázatot. Magyarázatot inkább az igényel, hogy miért áramlik nem igazán barátságos gazdasági (politikai) közegbe is jelentős mennyiségű külföldi tőke.

A globális gazdaságban a tőkeáramlás intenzív és jelentős gazdaságfejlesztési tényező.

Azonban adott mennyiségű külföldi tőke a körülményektől függően igen eltérő mértékű gazdasági növekedést generál a célországban. A mérték attól függ, hogy a fogadó gazdaság hogyan tudja integrálni a beáramló tőkét. Az ugyanis jön akkor is, ha nem hívják, ha nem kedvező a gazdaságpolitikai közeg, de a helyi piac torzulásait kihasználva a helyi termelési tényezőkre alapozva jó hozamot realizálhat. Minél torzultabb egy gazdaságban a verseny, annál valószínűbb, hogy a multi cégek számára előnyök aknázhatók ki. A kedvezőtlen közegben azonban a külföldi által kiépített kapacitás sziget marad. A vállalkozás és versenyellenes gazdaságpolitika nem a külföldit, hanem a belföldit sújtja. A külföldi függetleníti magát a helyi finanszírozási, árfolyam, és adózási tényezőktől, azok változékonysága így nem hat rá, ezekkel nem lehet elriasztani sem. Ha nem jut megfelelő kondíciójú hitelhez nálunk, akkor könnyedén finanszírozza magát külföldről. Az eladásai, beszerzései és elszámolásai többségében euróban merülnek fel, és euróban kalkulál. A forint árfolyam ingadozása aligha zavarja, hiszen a forintban felmerülő költségei (bér, őrző-védő és takarító, esetleg informatikai szolgáltatások) összköltségein belül töredéket jelentenek. A forint árfolyam gyengülése pedig a profitját növeli.

A volatilis közeg azonban óvatossá teszi beszállítói megválogásánál. A magyar beszállító azért kockázatos, mert erősen függ a hazai gazdaságpolitikai közegtől. A hazai beszállítókön keresztül érvényesülő növekedési hatás kulcskérdés. Önmagában a tőkebeáramlás nem növekedési tényező, a gazdaságpolitikán múlik, hogy milyen dinamizáló hatása lehet a beáramlásnak. A gazdaságpolitikának nem a beáramlást kell ösztönöznie vagy korlátoznia,

hanem a növekedési hatás feltételeit kell biztosítani. A vállalkozás barát gazdaságpolitika ugyanakkor egyszerre segíti a növekedést és ösztönzi a tőkebeáramlást. A globális folyamatokra adott gazdaságpolitikai válasz határozza meg a beáramlást és a növekedési kilátásokat. A jó gazdaságpolitika eredményességét ez feleresíti, az elhibázott politikát viszont gyorsabban bünteti.

Megrázkódtatás és alkalmazkodás

Ma gyakoriak a gazdaságot ért reál és pénzügyi sokkok. Ezek súlya és az általuk közvetített kényszer gyorsabb alkalmazkodást igényel. A gazdaságpolitika autonómiáját e kényszer csökkenti, de a hibák gyorsabb korrekcióját kikényszerítve a globalizáció csökkentette az árat és a növekedési ütemek volatilitását.

A válság egy felgyorsult szerkezeti átalakulás tünete. Ez a szerkezeti átalakulás mást jelent a fejlett világban és mást a kevésbé fejlett országokban. Az Egyesült Államokban, Európa és Ázsia egyes országaiban a gazdaság a fejlett iparosodást követően a szolgáltató gazdaságra áll át. Ez az átállás hagyományos munkahelyek megszűnésével jár az Egyesült Államokban is és ezt a folyamatot Európában még tovább nehezíti az állam szociális szerepének átalakulása. A gazdaság más szegmensei azonban gyorsan fejlődnek. A kevésbé fejlett részekben a magas felhalmozási rátával jellemezhető és gyors társadalmi átalakulással járó iparosítást fedi ez a szerkezeti átalakulás. Itt ez a folyamat sokban hasonlít az agrárból iparivá váló gazdaságok átmenetére.

E korszakos változások feszültségekkel, válságokkal járnak. Az azonban biztos, hogy e válságok „elmúlása” egyik területen sem jelenti azt, hogy visszatérünk a „rég megszokott normális kerékvágásba”. Talán ezzel a megfordíthatatlan változással magyarázható, hogy vannak, akik alapvetően megkérdőjelezzik a gazdaságpolitika kialakult keretrendszerét az új helyzetben. Ezért hasznos lehet annak bemutatása, hogy a globalizáció újabb szakaszában a gazdaságpolitika alapvetően nemzeti kerete milyen kihívásokkal szembesül.

A gazdaságpolitika mozgástere korlátozott

A gazdaságpolitikák nemzeti karakterének divatja ellenreakció a globalizáció által kiváltott alapvető változásokra. A gazdaságpolitika mozgástere minden országban szűkült. A gazdaságpolitika szabadsága persze mindig is fikció, mert a tényektől és korlátoktól semmiképpen sem szabadna függetlenítenie magát, akárhogy is viszonyul a globalizációhoz. A tőkebeáramlás növekedésre gyakorolt hatása a gazdaságpolitika eredményességének kulcsa, függetlenül attól, hogy erre tudatosan építünk, vagy szándékosan figyelmen kívül hagyjuk ezt a szempontot. A nemzeti gazdaságpolitika esélye és lehetősége a globális pénzügyi válság közepette méretetett meg. Az eltérő gazdaságpolitikák növekedési következménye felnagyítva látható ma.⁷⁴

Az importverseny begyűrűződése

A globalizáció miatt élesedő verseny nemcsak közvetlenül (árversenyen formájában) segít az árak alacsonyan tartásában, hanem közvetetten is, azon keresztül, hogy fékezi a bérek növekedését. A globális verseny és kooperáció lehetősége a termelékenység növelését segíti és ezen keresztül közvetetten is ármérséklő hatású lehet. A termelékenység növekedése és az exportlehetőségek bővülése lehetőséget teremt arra, hogy a nyomott ár nem feltétlenül fékezi a növekedést. A termelékenység növekedése jelentős mértékben a vállalati nyereségesség növekedésében csapódik le.

Mishkin (2008) kiemeli, hogy a nagyobb árrugalmasság és a verseny növekedése a belföldi piacon az árcsökkenés irányában hatnak, de a globalizáció más jellemzői, például a nyersanyag és energia iránti növekvő kereslet és ezek áremelkedése, ezzel ellentétes hatást gyakorol. Így a globalizáció önmagában nem magyarázza az infláció utóbbi időszakban bekövetkezett csökkenését.

⁷⁴ „Globalization does not alter this underlying reality. But it does increase the cost of getting the policies wrong, just as it increases the benefits of getting them right.” McMillan – Rodrik (2011) 75. o.

A globalizáció másik fontos jellemzője az alacsony bérű munkaerő megnövekedett kínálata és tömeges foglalkoztatásba kapcsolása Kínában és Indiában. E munkaerő alacsony termelékenység mellett is olcsó termékek tömegével látja el a világ fogyasztóit. Az alacsonyabb importárak inflációt mérséklő hatását vizsgáló empirikus elemzések azonban igen alacsonyra teszik ezt az inflációt mérséklő hatást. Kamin —Marazzi—Schindler (2006) számításai szerint az Egyesült Államok kínai feldolgozó ipari importja az importár inflációt évente 1 százalékponttal csökkentette, ami nagyjából 0.1 százalékpontot jelent a fogyasztói ár inflációban. Hasonló eredményre jutott Pain—Koske—Sollie (2006), az ő számításai szerint hasonlóan alacsony, 0.2-0.3 százalékpontos infláció csökkenés tulajdonítható az Egyesült Államokban a fejlődő országokkal folytatott feldolgozóipari termék kereskedelemnek (importár hatásnak). Az IMF 2006 dokumentálja, hogy az import relatív árának csökkenése a globalizáció legújabb szakaszát megelőzően is jellemző volt, és a jelenleg látható ingadozás sem mértékében sem hatásának tartósságában nem rendkívüli, lényegében a korábbi időszakokban tapasztalhatónak felel meg. Becslések szerint 1 százalékos importár változás nagyjából 0.1 százalékos hatással van az inflációra (IMF (2006), 109.o). Ebből számunkra az következik, hogy mivel korábban nem tapasztaltuk a maihoz hasonlóan alacsony inflációs környezet tartós fennmaradását, a mostani jelenség valószínűleg nem vagy nem elsősorban a globalizáció eredménye. Az infláció csökkenése sok szálon összefügghet a globalizációval, és ezek közül az IMF elemzése a monetáris politika és általában a gazdaságpolitikai környezet minőségének javulását emelte ki. E javulás jelentős részben a gazdaságpolitika mozgásterének beszűkülésével függhet össze.

Egyetlen ország sem képes tartósan elhibázott gazdaságpolitikát erőltetni a globalizáció körülményei között, mert a tévedéseket a piac hamar és határozottan bünteti. A tőkeáramlás érzékenyen reagál a kockázatok megváltozására, és ennek következményei rövidtávon is súlyosak lehetnek. Roemer (1993) bemutatta, hogy a globalizáció korlátozza a

gazdaságélénkítés, a kibocsátás időleges növelésének lehetőségeit. Az élénkítésre tett kísérletek az eladósodás felgyorsulásához vezetnek.

A külpiazi konjunktúra hatása a hazai inflációra

A külföldi kibocsátási rés monetáris kondíciókra gyakorolt hatásával kapcsolatos vélekedések széles skálán mozognak. Mishkin hivatkozva Ball (2006) és Pain—Koske—Sollie (2006) írásaira, kétségbe vonja, hogy a külföldi kibocsátási rés fontos tényező lehetne a hazai infláció alakulásában, de nem tagadja, hogy más külpiazi tényezők fontos hatással lehetnek az inflációra. Az MNB Inflációs Jelentéseiben számos említés történik az import áruk (olaj) vagy az árfolyam inflációt befolyásoló szerepéről. A külföldi output gap-el összefüggésben a német gazdaság konjunktúrája játszik prominens szerepet, de ez sem az inflációval összefüggésben, hanem a magyar gazdaság növekedési kilátásai kapcsán. Azt is mondhatnánk, hogy a külföldi kibocsátási rés a hazai kibocsátási résre hat közvetlenebbül, de az infláció és a hazai kibocsátási rés közötti kapcsolat fellazult.

Változóban a monetáris politika hatásmechanizmusa

A monetáris politika hatásmechanizmusának egyik csatornája az árfolyam. A tőkeáramlás liberalizálása nyomán a globális pénzügyi integráció eredményeként a hazai és a külföldi pénzügyi eszközök iránti kereslet igen érzékenyen reagál az érzékelt hozamváltozásokra, az úgynevezett ország kockázattal kapcsolatos benyomásokra.

A globalizáció kibontakozásával a nemzetgazdaságok árfolyamkietettsége megnövekedett, a gazdaságokat érzékenyen érinti az árfolyam változása és ez alkalmazkodási reakciókat kényszerít ki. Mishkin találóan jegyzi meg, hogy miközben a gazdaság érzékennyé vált az árfolyamra az árfolyam érzékenysége a monetáris politikára szintén megnövekedett.

A monetáris politika hatásmechanizmusában az árfolyam csatorna érzékenysége növekszik. Az infláció és a kibocsátási rés kapcsolata fellazul, mert a hitel kamatkondícióit az irányadó jegybanki kamat mellett a kockázati megfontolásokra alapozott kamatfelár határozza meg. A

jegybanki kamatcsökkentés hatását a kockázati prémium növekedése ellenkezőjébe fordíthatja, és a finanszírozási feltételek romlása a konjunktúrát nemhogy élénkítené, hanem rontja.

Az árfolyam gyöngülése ugyan átmeneti ösztönzést adhat az exportnak és ezen keresztül az egyensúlyvesztést időlegesen ellensúlyozhatja, azonban a magánszektor finanszírozása, mely ezer szálon függ a külföldi forrásoktól, megdrágul, miközben a külföldi adósság az átértékelés miatt is növekszik. A forint értékvesztése egyszerre két okból is hátrányosan érintia azokat a magyar vállalatokat, amelyek a belföldi piacra termelnek. Egyrészt a forintban kimutatott devizaadósságuk növekszik, ezzel együtt növekszik a kamat és törlesztési terhük. A növekvő adósság a vállalat nettó értékét csökkenti és így csökken a további hitelhez biztosítékként figyelembe vehető érték, romlik a vállalat hitelképessége, és ezzel együtt drágul az újabb hitel (Céspedes, L.F. —Chang. R. —Velaso. A. (2004)). Az árfolyam gyengülés ugyanakkor az exportáló cégek bevételeit növelve azokat kifejezetten előnyösen érinti. A magyar gazdaság egészében az árfolyamhatást hozzávetőlegesen kalkulálva szintén nominális jövedelemnövekedést okoz a forint gyengülése. A magyar export 2011-ben elérte a GDP közel 93 százalékát, miközben a külföldiek nettó követelése (NIIP: beleértve az adósság és a nem adósság jellegű követeléseket) a GDP közel 106 százalékára rúgott. Ebből azonban külföldi adósság csak a GDP közel 50 százaléka volt. E számokat összevetve a forint leértékelés hatására az exportálók bevételei közel kétszer annyival növekednének, mint amennyivel az egész gazdaság külföldi adósságának forintban kifejezett értéke. Az árfolyamváltozás hatására a forintban kifejezett import is megnövekedne. 2011-ben az összes import a GDP 85 százalékának felelt meg. Ez az importnövekedés azonban jelentős részben végső felhasználásra megy és az árhatás ugyan inflációs hatásban jelenik meg, de csak részben növeli a vállalatok költségeit. Az árhatás nyomán létrejövő importhelyettesítés a hazai termelés iránti keresletet növelve vállalati jövedelmet és foglalkoztatást generálhat.

Összességében tehát az árfolyam gyengülés a vállalkozások helyzetét valószínűleg javítja, bár várhatóan inflációs hatású is.

Globális összefonódás és instabilitás

A globális kereskedelemben integrált termelő esetében a válság kedvezőtlen hatásai lokálisan felerősödnek a periférián. Ez a hatás esősebb a könnyen helyettesíthető tevékenységet folytató leányvállalatok esetében, mint a termelési láncba szorosabban integrált beszállítóknál és az önállóan nemzetközi piacra lépő vállalkozások esetében. Minél szorosabban integrálódik a gazdaság a globális gazdaságba, annál kevésbé van kitéve a perifériát sújtó osztorhatásnak válság esetén. A termelésben a globális integráltság stabilizáló erő.

Ezzel ellentétes jellegű a pénzügyi globalizáció hatása, amelyben a probléma gyorsan tovaterjed, nem lokálisan jelenik meg. A globálisan integrált pénzügyi rendszerben a válság hatásai nem koncentrálnak lokálisan, hanem globálisan jelennek meg, így globális termelés visszaesést válthatnak ki (Mishkin (2008), 5. o.). Ez a kockázat csak úgy kezelhető, ha nemzetközi összefogással intézményi reformok útján védjük a pénzügyi rendszer stabilitását. A válság előtt azt gondolhattuk volna, hogy ennek következtében a termelési együttműködés is stabilabb keretbe ágyazódik, mivel az egyes országok sérülékenységét a rendszer stabilitása csökkentette. A válságot követően ez a konklúzió az ellenkezőjére fordult. A rendszer sérülékenysége az egyes országok stabilitását is alááshatja. Emiatt a nemzetközi együttműködés már nem csupán előny, de egyenesen kényszerítő szükség.

Termelékenység növekedés a nyitott gazdaságban

A globalizáció gyorsítja a termelékenység növekedését. A növekvő termelékenység részben kompenzálhatja a másutt mutatkozó hátrányokat. A termelékenység növekedését befolyásoló strukturális tényezők szerepe felértékelődik.

Elképzelhető, hogy a külkereskedelem megnövekedett súlya mellett a hazai árak kevésbé érzékenyen reagálnak a gazdasági körülmények megváltozására belföldön, emiatt a

gazdaságpolitika hatékonysága e téren is csökkenhet, bár ez azt is jelenti, hogy az árak a gazdaságpolitikai hibákra is kevésbé érzékenyen reagálnak.

A külkereskedelem nyitottsága miatt számos termék árát a globális keresleti és kínálati viszonyok alakítják. De a hazai vállalatok árbefolyásoló szerepét is korlátozza a globális verseny. A belső ár stabilizálása irányában hat az is, hogy a kínálat egyenletesebb, mert a belföldi termelés ingadozását az export vagy import kiegyenlíti. De nem csak a kínálat, a kereslet sem függ már annyira a belföldi konjunktúrától. A pénzügyi integráció elmélyülése gyengíti a termelésingadozásnak a belföldi keresletre gyakorolt hatását (Razin —

Loungani(2005)). A konjunktúra ingadozása a nettó export ingadozásában vezetődik le.

Jobb gazdaságpolitika éppen úgy segíthetett az infláció alacsonyan tartásában, mint az a tény, hogy alacsony inflációs környezetben a vállalatok is ritkábban változtatnak áraikon, mivel az árváltoztatás költségekkel jár (Ball (2006), IMF (2006)).

A recessziót mélyítő kamatcsökkenés

Az infláció és a kibocsátási rés közötti kapcsolat fellazulásának globális tényezői

Magyarország esetében sajátosan nyilvánulnak meg, és e sajátosságokra külön is ki kell térni annak érdekében, hogy a monetáris politika hatásait értékelni tudjuk.

Baxa, J. — Plašil, M.— Vašíček, B. (2012) a monetáris politika összefüggéseit értékeli Csehország, Lengyelország és Magyarország esetében az 1996-2010-es időszakban.

Csehországban és Lengyelországban az inflációs folyamat ebben az időszakban jelentősen megváltozott, és e változás nyomán az előretekintő várakozások súlya megnövekedett az áralakulásban. Az előretekintő várakozásokon keresztül a jegybanki hitelesség inflációt csökkentő hatása kitapintható volt. Ezzel szemben Magyarországon az inflációs folyamatban tartós bizonytalanságok domináns hatása érzékelhető. A gyakori forgalmi adóváltozások és az árfolyam jelentős ingadozása az infláció alakulásában csökkentette a jegybanki hitelesség útján az előre tekintő várakozások súlyának növekedésével elérhető hatást. Az előretekintő

inflációs várakozások terén is a legjelentősebb bizonytalansági tényezőként az árfolyam ingadozása azonosítható (Vonnák, 2008). A kiegyensúlyozatlan gazdaságpolitika következtében a bizonytalanság nemcsak a mindennapokra, hanem a jövőre vonatkozó várakozásokra is rátelepedett. Ez abban nyilvánul meg, hogy az infláció lassabban és nehezebben csökken, e folyamatra jelentős súllyal nehezedik rá a múlt. Abban azonban nem tér el a magyar tapasztalat a régió többi országának tapasztalatától, hogy a reálgazdaság hatása az inflációra csökkent. A kibocsátási rés és az infláció közötti kapcsolat fellazulása mindhárom országban, így Magyarországon is érzékelhető. Baxa, J. — Plašil, M.— Vašíček, B. (2012) ezt a változást a piacgazdaságra való átmenet régióra jellemző közös vonásaira vezeti vissza. Az átmenet során az áralakulás közvetlenül érintő állami beavatkozás súlya és terjedelme csökkent, a termelékenység növekedett, és azok amagyar vállalkozások, melyek sikeresen integrálódtak az európai gazdaságba ma kevésbé függnnek a hazai konjunktúra alakulásától.

Az infláció és a kibocsátási rés kapcsolatának alakulásában nyilván közrejátszott a vállalatfinanszírozás terén végbement változás is, bár önmagában a kereskedelem nyitottsága is elég indok lehetett erre. A bankrendszer globalizálódó kapcsolatainak egyik jelensége, hogy a hitelezésben jelentős súlyt kap a külföldi vonatkozás, legyen ez külföldi tulajdonú bank által történő hitelnyújtás vagy külföldi forráshoz kötődő banki termék alkalmazása. A hitel kamatkondícióit a monetáris politika által befolyásolt kamat mellett kockázati megfontolásokra alapozott kamatfelár határozza meg. Még ha a kamatpolitika hosszabb időszakot tekintve változatlan maradna is, a kamatfelár jelentős ingadozásokat mutathat. A kamatfelár ingadozása jellemzően pro ciklikus pályát követ a feltörekvő országok esetében, és nálunk is (Vonnák, 2010). A javuló konjunktúra, a termelékenység növekedése segíti a vállalat termelésének növekedését, és a profit kilátások javulásán keresztül egyben megnöveli

a vállalat nettó értékét. A vállalat nettó értékének növekedése megnöveli a vállalat hitelképességét, és ezen keresztül javítja hitelkondícióit.

Ez a mechanizmus jelentősen módosíthatja a kamatpolitika gazdaságstabilizáló hatását. A növekedés felfutása (az output rész csökkenése) a kamatfelár csökkenésével és ezen keresztül a finanszírozási költségek (kamatok) csökkenésével jár, míg a kilátások és a konjunktúra romlása a kamatfelár emelkedésére vezet. Ez pont fordítottja annak, mint amit a stabilizációt segítő kamatalakulás és a kibocsátási rész közötti kapcsolatról feltételeznénk, amikor a negatív kibocsátási rész alacsony kamatot indokolna. (Ezt a hatást empirikusan igazolta Fernandez — Gulan (2012) írása tíz feltörekvő ország esetében.)

A jegybanki kamat mesterségesen alacsonyra szorítása nem sokat segítene a vállalatfinanszírozás feltételeinek tartós javításában. E feltételeket ugyanis a külső tényezők miatt megnövekedett kamatfelár dominálja. Az alacsonyra szorított jegybanki kamat a nyitott gazdaságban olyan torzulásokat okoz, ami csak tovább növelné azokat a kockázatokat, amelyek a kamatfelár növekedését okozták. Ez az érvelés meggyőző lehet a devizahitelezés terén, de azt hihetnénk, hogy a forinthitelek már nem igaz. Ez a hiedelem egyből két tévedést tartalmaz. Egyrészt a forint és a devizahitelek közötti látszólagos kockázat és költség eltérés nem a kamat, hanem az árfolyam hatása miatt jelentős. Az effektív kamatot elvárt hozamként értelmezve nincsen különbség a vállalkozási tevékenység hozamában attól függően, hogy azt hogyan finanszírozzuk. A tevékenység jövedelmezősége az immár nyitott és globális piacon határozódik meg, és ez a jövedelmezőség dönti el, hogy mi életképes és mi nem, hogy mi finanszírozható és mi nem. Önmagát csapja be az, aki azt gondolja, hogy az életképtelen tevékenységet olcsó hitellel lehet életképessé tenni. E téveszme hasonlatos ahhoz, amikor a forint leértékelésétől reméljük a növekedés beindulását a mai nyitott gazdaságunkban. Lehet, hogy a raktárkészletet egy erősen leértékelt árfolyammal könnyebb

kisöpörni, de ettől önmagában nem fogunk eredményesebben termelni. A leértékelt forint mellett ugyanis a finanszírozási oldalon elveszítjük azt, amit kiárusításnál nyerni véltünk. A kamatprémium a hazai hitelfelvevő és a külföldi hitelező közötti kapcsolatban a hitelfelvevő eladósodottságából fakadóan jelentős ingadozásoknak van kitéve. A hitelfelvevő vállalat nyeresége a termelékenység növekedése, vagy a gazdaság fellendülése miatt gyorsan növekszik és ennek nyomán a hitelképessége is növekszik, mert a fedezetül szolgáló nettó vagyona növekszik. A gazdaság egészében e folyamatok nyomán az eladósodottság és a jövedelem ellentétes változási trendeket mutat. Ez arra vezet, hogy nem csak a kamathanem más pénzügyi mutató ciklikus mozgása is a korábban feltételezettnek az ellenkezőjébe vált (Fernandez — Gulan (2012), 3. o.)

A kamat feltörekvő országokban megfigyelhető kontra-ciklikus mozgását mások az ország kockázattal magyarázzák. Arellano (2008) érvelése arra épül, hogy a gazdaság növekedési kilátásai (a termelékenység alakulásával kapcsolatos várakozások) és a csődkockázat alakulása ellentétes mozgást mutat. Céspedes, L.F. —Chang. R. —Velaso. A. 2004) a külföldi adósságon keresztül érvényesülő árfolyamhatásokból vezeti le, hogy a kockázati prémium növekedését tükröző árfolyam leértékelődésnek a hazai valutában kifejezett adósságot növelve a vállalatok nettó értékét csökkenti. Ennek hatására a visszaesés és a kamatemelkedés együtt jár ezekben az országokban.

Összefoglaló következtetések

A gazdaságpolitika globális folyamatokra adott válasza határozza meg a növekedési kilátásokat. A jó gazdaságpolitika eredményességét a globális nyitottság felelősíti, az elhibázott politikát viszont gyorsabban bünteti. A gazdaságpolitika autonómiáját az alkalmazkodási kényszer csökkenti.

A globalizáció gyorsítja a termelékenység növekedését. Az alacsony importáron keresztül érvényesülő inflációt mérséklő hatás kedvező, de ennek mértéke korlátozott. Az infláció csökkenése kiegyensúlyozottabb gazdaságpolitika követésével érhető el.

A pénzügyi integráció elmélyülése javítja a versenyképes reálszféra alkalmazkodási esélyeit.

A nyitott gazdaságban sem a kereslet sem a kínálat nem kizárólag a belföldi viszonyok változékonyságától függ.

A pénzügyi válság kedvezőtlen hatásai lokálisan felerősödtek a periférián. Ez a hatás esősebb a könnyen helyettesíthető tevékenységet folytató leányvállalatok esetében, mint a termelési láncba szorosabban integrált beszállítóknál és az önállóan nemzetközi piacra lépő vállalkozások esetében. Minél szorosabban integrálódik a gazdaság a globális gazdaságba, annál kevésbé van kitéve a perifériát sújtó ostromhatásnak válság esetén. A termelésben a globális integráltság stabilizáló erő.

A bank és pénzügyi rendszer globális integráltsága növeli a bankrendszer sérülékenységét. A pénzügyi válság nem lokalizálódik, emiatt kezelése globális együttműködést igényel.

A monetáris politika hatásmechanizmusában az árfolyam csatorna érzékenysége növekszik.

Az infláció és a kibocsátási rés kapcsolata fellazul, mert a hitel kamatkondícióit az irányadó jegybanki kamattal mellett a kockázati megfontolásokra alapozott kamatfelár határozza meg. A jegybanki kamatcsökkentés hatását a kockázati prémium növekedése ellenkezőjébe fordíthatja, és a finanszírozási feltételek romlása a konjunktúrát nemhogy élénkítené, hanem ronthatja.

Irodalomjegyzék

1. Arellano, C. (2008): Default Risk and Income fluctuations in Emerging Economies, *American Economic Review*, June 2008, 98, (3), 690-712.
2. Ball, L. M. (2006): Has Globalization Changed Inflation? NBER Working Paper No. 12687. www.nber.org

3. Baxa, J. — Plašil, M.— Vašíček, B. (2012): Changes in Inflation Dynamics under Inflation Targeting? Evidence from Central European Countries, Czech National Bank Working Paper 2012. 4.
4. Céspedes, L.F. — Chang, R. — Velasco, A. (2004): Balance Sheets and Exchange Rate Policy. *The American Economic Review*, 2004, 94 (4) 1183-1193.
5. Fernandez, A. — Gulan, A. (2012): Interest rates and business cycles in emerging economies: the role of financial frictions. *Bank of Finland Research Discussion papers*, 23. 2012.
6. IMF (2006): How Has Globalization Affected Inflation, *World Economic Outlook*, 2006, Chapter III. pp. 97-134.
7. IMF (2010): Central Banking Lessons from the Crisis.
8. Kamin, S.— B., Marazzi, M. — Schindler, J. W. (2006): The Impact of Chinese Exports on Global Import Prices, *Review of International Economics*, Vol. 14 (May), 179-201. o.
9. McMillan, M. — D. Rodrik (2011): Globalization, structural change and productivity growth, in Bacchetta – Jansen (2011), pp. 49-84.
10. Mishkin, F. S. (2008): Globalization, Macroeconomic Performance, and Monetary Policy. NBER Working Paper, No. 13948, April 2008.
11. Pain, N. — Koske, I. — Sollie, M. (2006): Globalization and Inflation in the OECD Economies, OECD Economics Department Working Paper No. 524. Paris, www.oecd.org
12. Razin, Assaf—Prakash Loungani (2005): Globalization and Disinflation: The Efficiency Channel, CEPR Discussion Paper No. 4895 (London: Centre for Economic Policy Research).

13. Romer, David (1993): Openness and Inflation: Theory and Evidence, *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 107 (November), pp. 869–903.
14. Taylor, John B. (2008): The Impact of Globalization on Monetary Policy, Banque de France, International Symposium: Globalization, Inflation and Monetary Policy, March 2008, pp. 257-263.
15. Vonnák, B. (2008): The Hungarian monetary transmission mechanism: an assessment. In: Transmission mechanisms for monetary policy in emerging market economies, BIS Papers Vol. 35. pages 235–257. Bank for International Settlements.

AHÁNY HÁZ ANNYI... VEZETŐI SZÁMVITEL?! – MANAGEMENT ACCOUNTING A KKV-K IGÉNYEI SZERINT.

MANAGEMENT ACCOUNTING BY THE NEEDS OF SME-S

Ferke György MsC, MBA

fabricius@infabricius.hu, fabriciusferke@t-online.hu

Absztrakt

Mint stációk jelennek meg a számvitel fejlődési állomásai a KKV-k magyarországi fejlődésében: külső könyvelés, majd pénzügyi analitika, munkaszám szerinti nyilvántartások, erőforrás-költségelemzések, anyag-felhasználási analitika, egészen a vezetői pénzügyi jelentésig, és a vezetői pénzügyi tervezés kezdetéig. Megválaszolásra kerül az is, hogyan illeszthetőek be ezek sajátosságok a Vezetői Számvitel és a Controlling rendszerébe a mostani időszak magyarországi kisvállalkozásának kialakulásában és fejlődésében.

Abstract

The new developments in accounting appear as stations in the development of SMEs in Hungary: external accounting, then financial analytics, registries based on job number, resource-cost analysis, material use analysis, all the way to management accounting reports, and the beginning of

management financial planning. We will identify how these characteristics can be implemented into management accounting and controlling systems in the development of Hungarian SMEs of in this times.

Ahány ház annyi... vezetői számvitel?! – Management accounting a KKV-k igényei szerint.

1. Bevezető a KKV-król

Az utóbbi évek adatait tekintve 2010-ig Magyarországon:

- A vállalkozások számát tekintve 99,9 százalék KKV;
- Amelyek a gazdaság teljes hozzáadott értékének 53,8 százalékát adják;
- A dolgozó alkalmazottak 72,7 %-át foglalkoztatják (kivéve: pénzügyi szektor [1]).

Magyarországon a KKV-k gazdaságban elfoglalt helyzete és teljesítési számai 2005 és 2010 között némi hullámzást mutattak. Ezek az adatok – a foglalkoztatás és a hozzáadott érték szempontjából viszont, akkor is fontossá teszik a kisvállalkozásokat, ha a bekövetkezett világválság miatt nem egyértelműek a tendenciák.

Az EU-ban a németek és osztrákok a legjobbak a KKV-k fejlődése terén. Az EB közleménye szerint Németországban és Ausztriában a KKV-knak a hozzáadott érték és a foglalkoztatás arányaiban sikerült meghaladniuk a 2008-as válság előtti szintet [1]. Antonio Tajani, az EB vállalkozáspolitikáért felelős alelnöke szerint „*a KKV-kban rejlik a lehetőség, hogy beindítsák a növekedést Európában*”

Egyéb EU-s országokra vonatkozóan: „... egyedül a KKV-k által megtermelt hozzáadott érték területén egyébként a 27 uniós tagállam közül mindössze nyolcban haladja meg a jelenlegi szint a válság előtti utolsó időszakét, és összesen négy olyan ország van, ahol a KKV-k több embert foglalkoztatnak, mint a válság előtti időszakban...” [1].

A fentiek alapján – legalábbis – fontos és mértékadó szerepet tulajdonítanak a KKV-knak az EU gazdasági működésének helyreállításában és fejlődésében.

A KKV-k életben maradásának és fejlődésének egyik fontos, és számunkra érdekes feltétele a *gazdálkodási és menedzsment-működést segítő számviteli információ rendszer*. Ezek az eszközök lényegében infrastruktúra jellegűek, ha tetszik; ugyanakkor – mintegy vezetési-irányítási know-how – nagyon lényeges szerepet tudnak játszani egy vállalkozás fejlődésében.

Az irányítási információ-rendszerek témájában a nagyobb cégek vállalat-irányítási és döntés-előkészítő információ rendszereit (az „ERP”-ket) tekintve lényegesen telítettebb a piac, viszont kevesebb hallunk arról: mi a helyzet ezen a téren a KKV-knál? A következő áttekintéssel előbb – mintegy kis-ablakon keresztül – betekintünk a kis cégek gazdálkodási informatikájába, vagyis képet szeretnénk rajzolni arról, milyen körülmények között igyekeznek megvalósítani a KKV-k a vezetéstámogatási-döntéselőkészítési feladatokat. Kérdésünk az: milyen helyzetben vannak ma, az információ-rendszerek korában ezek a vállalkozások, milyen módszerek és eszközök segítik a KKV-k menedzsmentjét a gazdálkodási problémáik megoldásában és a fejlesztési céljaik elérésében?

A példacsoport áttekintése után egy kiválasztott esetpéldán megmutatjuk, hogyan épül be a cégirányítási informatika egy kisvállalkozás vezetési rendszerébe, és ott milyen feladatok ellátására válik alkalmassá. A konkrét helyzet leírásában az is érdekes, hogyan feltételezi egymást két tényező: egy már részben kiépült, létező belső számviteli informatikai rendszer az egyik oldalon – és másik oldalon a rendszerrel elérhető információk lehetősége, amelyek további információ-igényeket keltenek. Vajon milyen következtetéseket vonhatunk le ezzel kapcsolatban a „hagyományos” számviteli modell elsődlegességére vonatkozóan?

2. Szempontok a KKV-k számviteli adatfeldolgozási helyzetének áttekintéséhez

Tekintsük a KKV-k jellemző adatai és részletező információkat tartalmazó táblázat oszlopaihoz kapcsolódó szempontokat. Miért ezeket választottuk? Az első oszlopokban (a)... e.) kvázi-azonosító

adatokat, valamint a vállalkozások méretére utaló adatok tüntettünk fel. A gazdasági adatok (elkerülendő a világválság hatásait) a 2006... 2008-as évekre vonatkozó jellemző adatok. A felsorolt 13 cég közül a válság hatására 2 cég összeolvadt, 1 megszűnt, egy pedig gyakorlatilag nem működik.

Az f),... j) oszlopok adatfeldolgozási szempontból jellemzik a cég számviteli rendszerét. Ezekkel egy kicsit részletesebben szükséges foglalkozni, ha következtetni akarunk a vezetői-irányítói információellátást nagymértékben befolyásoló tényezőkre, mivel ennek a rendszernek a működőképessége jelentős hatást gyakorolnak egy cég vezethetőségére. Az oszlopok jelentése sorrendben:

f) Könyvelés – Financial Accounting:

A magyarországi megközelítésben az ebben az oszlopban lévő információ gyakorlatilag a főkönyvi, tehát az értékben történő (szintetikus) könyvelés módját és helyét jelenti. Alapvetően két esetet különítünk el, ez egyik a „kiszervezett”, külső szakmai cégnél, könyvelőirodánál végzett bér-könyvelés és mérleg-eredmény kalkuláció (KK), a másik a saját, házon belül és saját emberi erőforrásokkal végzett értékbeni könyvelés és mérleg-kalkuláció (BK). A két módszer közötti lényeges különbségek:

- A KK elsősorban a kisebb, a BK a nagyobb cégeknél jellemző, bár éppen a felsorolt példák mutatják, hogy itt nem határozott az elkülönülés;
- A második (BK) esetben a számviteli nyilvántartások a vezetés számára könnyebben elérhetőek, ezáltal jobb folyamatos és évközi vezetői információ-ellátást lehet biztosítani; ez összefüggésben van az előbbi szabályossággal, mivel a nagyobb cégeknél az irányításhoz évközben is több és folyamatos és részletesebb számviteli információ szükséges, mint a kisebbeknél.
- Az kívül végzett főkönyvi könyvelés jellegzetesen havi adatokat szolgáltat a cégeknek: áfa bevallás, bér-kalkuláció, valamint a további adófizetésekhez kapcsolódó feltöltési kötelezettségek információit adja. Ez a mérték ott lehet elegendő, ahol: kicsi a cég gazdasági mérete, és/vagy viszonylag kevés gazdálkodási-fizetési problémája van.

g) A (számítógépes) analitikus nyilvántartások a cégek fejlődésének menetében azokban a pontokban jelennek meg, amikor a külső könyvelés számviteli információi már „nem elegendők” az irányítási feladatok ellátásához. Az analitikus nyilvántartások (folyószámla vagy áruforgalmi rendszerek, készlet-analitikák, termelési nyilvántartások) nem a számítógépesítés eredményei, hiszen ezek korábban kézi változatban is léteztek (lásd „áfa-füzetek”, kézzel vezetett pénztárnaplók, raktári kartonok, stb.). A mai számvitel-technológiai feltételek között ma ezek már egyértelműen számítógépes programok, még akkor is, ha „csak” táblázatkezelők. A számítás-technológia fejlődése során, mint ismeretes, a „gépesített nyilvántartásokból” álltak össze a ma használatos, integrált (ERP) rendszerek. Ugyanakkor az egyes cégeket számviteli fejlődését tekintve a vállalatirányítási információ-rendszerek és az értékkönyvelés kapcsolata érdekes, fejlődő, dinamikus kapcsolat: főleg a KKV-k esetében sokszor láthatóak a külső könyveléssel párhuzamosan működő analitikus nyilvántartások, amelyek a cégirányítás egyes kényes, speciális információ-igényeit oldják meg. Egy jellegzetes ilyen fejlődési történet a következő stációkban vázolható fel:

- Amíg a cég kicsi, kifelé történő adatszolgáltatásait és vagyoni helyzetének követését (az előbb említett adó-elszámolások és a mérleg) a külső könyvelő cég megoldja. Belső gazdálkodása (készletek, pénz-helyzet, megrendelések, eszközök állapota) közvetlenül átlátható, nem feltétlenül igényli analitikus nyilvántartások vezetését;
- Már nem elegendők a havi-, és az év-végi vagyonszármazási adatok, amelyek a külső könyveléstől jönnek. Egyes, a vállalkozási tevékenység miatt fontos információkra év közben is, részletesen és folyamatosan szükség van. Ebben az időszakban általában még nem jelennek meg a cégeknél az (integrált) ERP rendszerek, erre sem igény, sem fogadókészség nincs, és általában a cég belső „számviteli intelligenciája” sincs azon a szinten, hogy képes lenne egy ilyen rendszer használatára – ez egyébként a nagyobb cégek esetében, illetve a későbbi fejlődési szakaszban is problémákat jelent. *A számviteli intelligencia hiányossága alatt azt érthetjük, hogy a vezető (tulajdonos) – bár fenntartja, sőt esetleg fejleszteni is képes a céget – nem ismeri az összefüggéseket a gazdálkodási szükségszerűség és a tudatosan folytatott Controlling és Számviteli munka között.* Ugyanakkor a cégirányítás az évközi,

részletes és folyamatos adatszolgáltatást már igényli, a cég specialitásaira vonatkozóan. Ekkor jelennek meg a cégnél a „szóló” analitikus nyilvántartások – kézzel vagy géppel, táblázatkezelőn, vagy gépi nyilvántartásokban.

- A következő fejlődési fázisban több analitikus nyilvántartást vezetnek már a cégnél – a vezetési igényeknek megfelelően. A számvitel működése során ekkor megjelenő probléma rendszerint az *analitikus nyilvántartások és a külső könyvelés adatainak ellentmondásaiból* adódik. A vezetők egy része ebben az állapotban még azzal is képes foglalkozni, hogy „egyik információt ellenőrzi a másikkal”.
- Ha már több nyilvántartást vezetnek, megjelennek az információ-rendszerek fejlődéséből ismert redundanciák, amelyek a „szigetszerű” adatfeldolgozó rendszerek jellegzetességei. Lényegében ebben a fejlődési szakaszban lép be az igény, hogy a cégnek legyen a könyvelést is tartalmazó, belső, integrált információ-rendszere. A kérdésnek a felmerülése természetesen a cég (gazdasági) méretének, és további körülményeinek a függvénye.

h) Kiemelt Vezetői Számviteli igény

Tapasztalat az, hogy a cég számára fontos, állandó és folyamatos információ-ellátást igénylő témákban – kérdés nélkül, vagy a vezetői igényre rákérdezve – megjelennek a kiemelt, specifikus vezetői igények. A leggyakoribb példa erre számviteli területet tekintve a rövid távú pénzügyi helyzethez kapcsolódó vevői kinnlevőség és szállítói tartozás problémák, és természetesen az ezen igényeket kiszolgáló vezetői információk jelentései.

- Az egyes speciális, és vezetői igényekre készült jelentések az operatív irányítást szolgálják, ugyanakkor nem feltétlenül kapcsolódnak a klasszikus értelemben vett vezetői számvitelhez – ez tapasztalat. Ugyanakkor egyes cégeknél, ahol pl. anyagigényes (nagy anyaghányadú) termelési munka folyik, természetesen jelenik meg, mint „klasszikus” vezetői számviteli igény, a költségviselő költség-kalkuláció – amely nem jellemző része a külső könyvelésnek.
- Nagyon érdekes vezetési-szervezési kérdés, hogy a gyakorlati tényeket követve, egyáltalán nem hoztuk összefüggésbe a kialakult Vezetői Számvitel (Management Accounting) kérdését a könyveléssel, illetve azzal, hogy a Vezetői Számviteli rendszer kialakításakor létezik-e már

a cégnél tényleges, belső vezetés által irányított és mindet felölelő számviteli munka? Ugyanis a gyakorlatban az igények alapján, analitikus nyilvántartásokra építve – a vezetői rendszerek kialakításra kerülnek [2].

i) Rendszerszerű Tervezési tevékenység

A tervezést itt, mint gazdálkodási tevékenységet vizsgálva, a controlling munka kiinduló-tevékenységét értjük. Ebben az értelemben sajnos nem kiemelkedően jellemzője a vizsgált kisvállalkozásoknak, pedig a tervezésre szükséges lenne az eredményes irányítási munkához. A rendszerszerűség ütemezett tervezési munkát és egymással összefüggő terveket, és a teljesítések konzekvenciáinak ugyancsak rendszerszerű felhasználását jelentené, a következő időszak tervezési munkáiban.

j) Controlling rendszer

A mai információ-technológiai feltételeket figyelembe véve már volna lehetőség a kisebb cégeknél is a számviteli rendszerekbe integrált Controlling alkalmazására. Ennek lényege az lenne, hogy a létező nyilvántartások adatait a „hagyományos” számviteli felhasználás mellett a Controlling – vagyis a tervezés és a terv-tény összehasonlítás – céljaira is fel lehessen használni. A viszonylag nagyobb cégekre szabott ERP rendszereknél találunk részlegesen integrált controlling megoldásokat. A kisvállalkozási rendszerek controlling megoldásait controlling filozófiára épített szolgáltatás jellegű, integrált számviteli rendszerek szolgáltatathatják.

3. Betekintés a KKV-k irányítási-gazdálkodási információ-rendszereibe

Választottunk 12 évet és 13 céget. A számviteli információ-rendszereket, és az azokhoz kapcsolódó igényeket vizsgáljuk meg, és a megfigyelések mindegyike konkrét informatika feladat-megvalósításhoz kapcsolódott, vagy kapcsolódik jelenleg is. A példánál a gyakorlatban ismertük meg a cégek számviteli-információs rendszereit, szervezési munkák végzése közben. Azt a kérdést, hogy lehet-e egy KKV teljes számviteli munkáját az információ-rendszerek szervezési feladatain keresztül

megismerni, *igen* válasszal pozitívnak tételezhetjük fel. Ebben az a tény játszik közre, hogy tisztán *kézi* számviteli nyilvántartásokkal már nem végeznek gazdálkodási adminisztrációt, ezért az *informatikai terület* ismerete alapos betekintést nyújt egy vállalkozás számviteli munkájába.

A bemutatott példák Budapestről, és annak mintegy 30-45 km-es körzetéből származnak. Ez a térség Magyarország fejlettebb régiói közé tartozik, tehát feltételezhetjük, hogy az ország más területei sem találhatnánk ennél lényegesen fejlettebb viszonyokat a Management Accounting számítógépes alkalmazásokra a KKV-k esetében.

A példákat az „üzlet hozta”, vagyis nem voltak számviteli-informatikai szempontok, amelyek választást befolyásoltak volna, így a minta nem „reprezentatív”. A cégek tevékenység, gazdasági méret és számviteli megoldások szerinti sokfélesége azonban feltételezheti, hogy a véletlen jellegű kiválasztással nem valamilyen tendenciózus, kiválasztott cég-csoportot vettünk alapul az áttekintésnél.

s.sz.	a) Cég-jelző	b) Éves árbevétel Millió Ft	c) Alkal- mazotti létszám	d) Tulaj- don	e) Működési terület, tevékenység	f) Könyvelés, Financial accounting	g) Számítógépes analitikus nyilvántartások	h) Kiemelt Vezetői Számviteli igény	i) Rendszerszerű Tervezési tevékenység	j) Controlling rendszer
1.	Kereskedelmi, Gyártó és Szolgáltató Kft	280	35	M	Kereskedelem, gyártás, szolgáltatás	BK	(ERP) Pénzügy, Kereskedelem, Termelés	Pénzügy	nincs	nincs
2.	Kerámia-ipari Kft	145	17	M	Ipar, termelés és összeszerelés	BK	(ERP) Kereskede- lem, Termelés	Pénzügy	nincs	költségkövetés
3.	A. Műanyag-ipari Kft	2153	61	M-N	Műanyagipar	BK	(ERP) Kereskede- lem, Termelés, Minőségbiztosítás	Költségkövetés	nincs	költségkövetés
4.	A. Építőanyag Kereskedelmi Kft	355	8	M	Építőanyag kereskedelem	KK	Kereskedelem	nincs	nincs	nincs

5.	B. Építőanyag Kereskedelmi Kft	3.400	45	M	Építőanyag kereskedelem	BK	(ERP) Kereskede- lem, Pénzügy, Bérelszámolás	Pénzügy, Költségkövetés	VAN	Testreszabott tényleges Controlling
6.	C. Építőanyag Kereskedelmi Kft	11.000	103	M	Építőanyag kereskedelem	KK → BK	(ERP)Kereskede- lem, Pénzügy, Rendeléskezelés	Pénzügy, Áruforgalom	nincs	Testreszabott, monitoring jellegű
7.	A. Ipari Szolgáltató Kft	380	37	M-N	Nehézipari szolgáltatás	KK	(ERP) Pénzügy, Anyagfelhasználás	Pénzügy	előkalkuláció	Integrált, utókalkuláció
8.	Szállítmányozó Kft	180	3	M-S	Szállítmányozás	KK	(ERP) Pénzügy, Kalkuláció	Pénzügy	előkalkuláció	Integrált, utókalkuláció
9.	Városgazdálkodás	1.550	131	Költség- vetési	Városgazdálkodás	BK	(ERP) Pénzügy	Pénzügy	Költségvetési	Integrált, utókalkuláció
10.	Élelmiszeripari Kft	830	16	M	Élelmiszeripar	KK	(ERP) Pénzügy, Termelés, Minőségbiztosítás	Pénzügy	nincs	Integrált, utókalkuláció

11.	Autójavító Kft	270	13	M	Járműjavítási szolgáltatás	KK	Javítási szolgáltatás	Fedezetszámítás	nincs	költségekvetés
12.	B. Ipari Szolgáltató Kft	375	25	M	Ipari szolgáltatás	KK	Készlet-analitika	nincs	nincs	nincs
13.	B. Műanyag-ipari Bt	270	17	M	Műanyagipar	KK	Termelés, Munkaügy	nincs	nincs	nincs

A KKV-k Vezetői Számviteli – Management Accounting szemléletű tevékenységét jellemző táblázat.

A táblázat megjegyzés-jelölései:

KK: külső „financial accounting”, azaz főkönyvi könyvelés; SK: saját, azaz belső könyvelés;

M: magyar tulajdonú cég, M-N: magyar-német-, M-S: magyar-svájci vegyes tulajdonú cég.

4. Kérdések a KKV-k gyakorlati példáiból a Controllingra és Vezetői Számvitelre vonatkozóan.

Kezdjük a „legkeményebb” kérdéssel:

Igaz-e egy olyan állítás, hogy a Controlling és a Vezetői Számviteli rendszereket csak kiépített számviteli nyilvántartásokra alapítva lehet létrehozni?

Vizsgáljuk meg az elvileg a számvitelhez alapot adó belső könyvelés (BK) helyzetét a példákban. A felsorolt 13 vállalkozásból 4-ben van saját könyvelés, ezek megoszlása viszont a következő:

- A két első cég speciális, adózási kedvezményre vonatkozó okok miatt kezdettől fogva „belül könyvelt” még úgy is, hogy a könyvelő „külső alkalmazott” volt, de munkavégzésileg a céghez tartozott;
- Az A. műanyag-ipari cégben (3.) a belső könyvelés lényegében a számviteli munka „családon belül tartását” jelenti;
- Van egy építőanyag-kereskedelmi cég (5.), a B. jelű, aki ténylegesen igényességi okokból könyvel, és készíti házon belül a mérlegét;
- A költségvetési intézménynél (9.) „nem választható” ez a megoldás: itt belső könyvelés kell.
- A (6.) C. és egyben legnagyobb építőanyag-kereskedelmi cég éppen a számviteli információ-rendszer bevezetési-szervezési munka hatására vállalta fel a saját, belső könyvelést

Ha figyelembe vesszük a fenti megjegyzéseket, akkor megállapítható, hogy a kis- és mikro cégek nagy része külső könyveléssel dolgozik. Ez a minta, mint írtuk, ugyan „nem reprezentatív”, viszont nem is válogattuk a cégeket annak alapján, hogy főleg külső könyvelésűek legyenek benne.

Kérdés, hogy milyen pozitív indokai lehetnek a külső könyvelésnek? Íme néhány:

- Bérköltség/alvállalkozói költség összevetés a KKV-k szempontjából: mondhatnánk, hogy ennek nem szabadna szempontnak lenni, pedig az. 2 fő belső alkalmazott alatt még akkor sem lehet ezt a feladatot megoldani, ha a bérelszámoló „külső” maradhatna. A 2 fő havi bérköltsége pedig mindenképpen magasabb, mint az 50... 500 ezer Ft/hó, amit ebben a KKV kategóriában a külső könyvelésért elkérnek;
- A hagyományos szemlélet is számít, amely szerint a kis cégeknek évközben nem kell külön ügyvitellel foglalkoznia, csak „a mérleget kell megcsináltatni”; ez azonban csak akkor engedhető meg, ha a vállalkozást a fizetési-pénzügyi, valamint az adózási helyzetét tekintve egy éven belül „szabadonfutóra” lehet hagyni – a mai viszonyok között kevés ilyen van.

Miért „problémás” a külső könyvelés cég-irányítási szempontból?

- Controlling szempont, hogy ezeknél az eseteknél „hagyományosan” nincsenek tervezési adatok, és nincs tervezési tevékenység, csak a tényadatok utólagos rögzítése;
- Néhány szokásos havi- és időszakos (adófeltöltési) információt kivéve nincs évközi adatszolgáltatás a cégeinknél. Ha mégis kell információ, az eseti adatok bekérése, amelyekre a vezetésnek időnként szüksége lehet, problémát jelent, mert a könyvelők nem ismerik a cég-sajátosságokat, a helyi viszonyokat;
- Jellemező, hogy a formális számviteli rend és maga a főkönyvi számvitel „sablonos”, ahol nincs a cégeknél Vezetői Információs támogatás, ott csak az említett havi és éves adatokat kapja meg a cégirányítás;
- Rendszerezések a könyvelési-minőségi problémák a könyvelés közben a helyismeret hiányából, mert információ hiányában nem oda könyvelnek gazdasági eseményeket, ahová valók.

Összességében ezeket a problémákat súlyosbította a válság, hiszen a számviteli információk hiánya gazdaságilag feszített helyzetben több problémát okozott, mint az a cég-leépülésekből kiderül.

Milyen következményei vannak ennek a feszített helyzetnek?

Fejlesztési lehetőségként és részben megoldásként itt lépett be a Management Accounting megvalósítási lehetősége. A 13 esetből 9 esetben (kivéve a 4, 8, 12, 13 cégeket) vagy már létezett valamilyen belső számviteli analitikus nyilvántartás, ami vezetői információs igényeket elégített ki, vagy pedig úgy indult a számvitel-szervezési munka, hogy kifejezett vezetői igény volt olyan információra, amit a mérleg-beszámoló adatokból nem-, csak valamilyen analitikából lehet kinyerni. A *KKV-k Controlling és Vezetői Számviteli rendszereinek kiépítése szempontjából fontos megragadni tehát azt a jellemzőt, hogy vezetői információs elvárások jelennek meg, és tipikusan nem ez az igény: „vegyük kézbe a saját könyvelésünket”!*

Vajon problémát jelenthet-e, hogy „teljes főkönyvi rendszer” nélkül akarnánk Vezetői Számvitelt „csinálni”. A kérdés szándékosan hagyományos módon lett felvetve, és erre így nehéz is lenne válaszolni. A KKV-k gyakorlati példái azt mutatják, hogy szükség és lehetőség is van a számviteli-irányítási rendszerek ilyen típusú fejlesztésére, amely azonban természetesen egyáltalán nem „számvitel nélküli”, hanem nagyon is a cég testére szabott számvitelen alapulnak. A táblázatban látható eseteket alapul véve a feltett kérdéseinkre a válasz az, hogy a KKV-k esetében bizonyosan *lehetségesek és indokoltak lehetnek – számvitelileg megalapozott, de – a hagyományostól eltérő kialakítási módszerek a vezetés-támogató számviteli-irányítási rendszerek létrehozására. Az erre vonatkozó példák azt mutatják, hogy 8 cégnél volt vezetői igény a választott időszak alatt pénzügyi vezetői információ-szolgáltatás kialakítására (kivéve a 3, 4, 11-13 cégeket); miközben a kiépítés idejében információ-forrásként 3 esetben nem állt rendelkezésre valamilyen pénzügyi analitika, vagy működő ERP rendszer; és a másik 5 esetben volt, vagy a pénzügyi VezInfóval együtt épült ki a jelentéseket számvitelileg megalapozó pénzügyi analitikai nyilvántartás. Mi volt ez esetekben a számviteli információk alapja? A már létező kézi-, vagy szigetszerűen működő gépi nyilvántartás. Hasonlóan, zárt számviteli rendszer nélkül épültek ki a következő cég-specifikus vezetői információs szolgáltatások:*

- 3. cég: közvetlen anyagköltségek gyártási szériaszámra történő kimutatása;
- 6. cég: áruforgalmi vezetői információk: árres telephelyenként és árucsoportonként;

- 11. cég: fedezet-kalkuláció, szolgáltatási tevékenység irányonként és fajtánként.

Felmerülhet az a kérdés, hogy ezek a rendszerek vajon nem adnak-e rossz információkat a vezetőknek, és vajon segítik-e a cégek irányítási munkáját? A válasz: hasznosítható információkat adnak, és segítenek. Részletesebben:

- Monitoring szerepet töltenek be, mert áttekintési lehetőséget adnak, és ennek megfelelően felhívják a vezetők figyelmét, ha a gazdasági folyamatokban vagy magában az adatfeldolgozásban probléma van;
- Gyorsították a vezetői információ ellátást, és olyan részlet-adatokat biztosítottak, amelyeket a még nem létező számviteli adatszolgáltatás nem tud megadni;
- És végül, de nem utolsó sorban – ha a cég fejlődőképes – igényt támasztanak az igényes és teljes controlling és számviteli rendszer kiépítésére.

A második kérdés:

Milyen szerepet játszhatnak a szoftver informatikai eszközök (ERP rendszerek, táblázatkezelők, hálózati integráció) a számvitelben, és a vezetés-tájékoztatói informatikában?

Mint a táblázatban szereplő 9 db (ERP) megjegyzésből látszik, 9 cég vásárolt, vagy kialakított magának olyan számviteli nyilvántartásokat, amelyek legalább részben összefüggő (integrált) modulokból épülnek fel. Ez azokra a cégekre is igaz (a 9 közül 5), akik egyébként rendelkeznek külső, vagy elkülönült könyveléssel. Ezek a cégek – a vezetői számvitel szabályait felismerve – elfogadták, hogy a komplett és *a teljesen integrált ERP rendszerek hiányával együtt is szükségük van speciális, a szakterületükhöz és profiljukhoz igazodó irányítási információkra*. A fejlesztések során általában a már meglévő kézi- vagy táblázatkezelős számviteli megoldásokra kellett gépi nyilvántartásokat létrehozni, vagy alkalmazni. Meg kell jegyeznünk, hogy a cégek nagyobb részénél a komplett úgynevezett kulcsrakész ERP szoftverfejlesztéseknek vagy alkalmazás-vásárlásoknak anyagi nehézségei is vannak. Ugyanakkor – a speciális szakterületi nyilvántartások mellett – a 12 cég közül 6 épített ki pénzügyi analitikai nyilvántartást. Ennek fontos szerepe van; nyilvánvalóan az általánosságban nehéz pénzügyi helyzettel összefüggésben.

Általános tény, és ezért összefoglalóan leírható, hogy *táblázatkezelőket mindenütt használnak nyilvántartási célokra*, valamint összesítések és kimutatások készítésére, vagyis vezetés-tájékoztatásra.

A táblázatkezelők alkalmazásával kapcsolatban érdemes néhány szervezési gondolatot összefoglalni:

- Közismert a controlling szakirodalomban, hogy az excel táblázatok készítését, mint a controllerek egyedüli „foglatosságát” a szakirodalomban negatív előjellel említik, ami jogos kritikát is jelent; abban az esetben, amikor a controller, vagy a controllingot támogató informatika munkája a számtáblázatokba történő számbeírásokban merül ki;
- Több helyen találhatóak, illetve igény alapján bevezetésre kerültek ugyanakkor olyan eszközök, ahol a számok feltöltése automatikus, hálózatokon keresztül (online) történik, és az excel „csak” megjelenítési (vizualizáció, grafikonok, stb.) célt szolgál. Ezeknél a cégeknél meglepéssel használják az automatikus excel eszközöket;
- A már létező táblázatkezelők, amelyeken esetleg nyilvántartások vagy vezetői kimutatások működnek, egy következő számvitel-szervezési munka során megkönnyítik és meggyorsítják a gépi nyilvántartások bevezetését, vagyis az automatizálást;
- Ha „sürgősen kell valami”, vagyis az ad-hoc és eseti feladatoknál, valamint eseti egyedi kimutatásoknál, tervezésnél a táblázatkezelő mindig használatos marad, és ez minden bizonnyal rendjén van. Nem véletlen, hogy a számviteli (ERP) programcsomagok és egyedi alkalmazások (számlázás, bank) listázási lehetőségei (outputjai) között ma már mindenütt ott szerepel az excel kimeneti formátum, jelezve ezzel, hogy feltételezik azt, hogy a kapott adatokkal a Felhasználó „tovább-számol” – általában a vezető által igényelt információk előállítására.

A netes hálózati megoldások és általánosságban az integráció az anyagi és egyéb szervezési nehézségek ellenére néhány helyen indokoltak és megvalósíthatóak. A listában 6 darab többtelephelyes cég van, ezek közül azonban csak négyben került kiépítésre integrált hálózati rendszer, mindegyik esetben kereskedelmi-értékesítési információ-rendszer. Ezek a rendszerek a mind a 4 esetben az analitikus nyilvántartások szintjén integrálják a telephelyek kereskedelmét. Ugyanakkor megjelent a *vezetői információ-rendszer integráció* is ezeknél a kis cégeknél; az egyiknél komplett

Controlling rendszer-rész került kialakított, másik kettőnél pedig most készül. Mindegyik rendszer a *pénzügyi helyzet információit* is szolgáltatja. Ezeknek a vezetői rendszereknek a kialakításánál alapvető feltétel, hogy a vezetői információ-ellátás a számviteli analitikus nyilvántartásokra épül, amelyek a cég sajátos szakmai területét tükrözik. Ez a tényező fontos szerepet kap abban, hogy: a.) a vezetők igényelnek naprakész információkat; b.) ezáltal közvetve igénylik az ezt szolgáló analitikák „házon belüli” létrehozását.

Az adatfeldolgozási integráció témakörébe tartozik az előbbieken említett adatfeldolgozási automatizmus, amely a táblázatkezelőknek az ERP-k analitikus nyilvántartásaiból történő automatikus feltöltését jelenti. Ez a megszünteti a controllerek és vezetési jelentéseket gyártó emberek „szokásos” táblázatfeltöltési kötelezettségét – ami azért is fontos, mert kisebb cégeknél sem pénz, sem lehetőségek nincsenek létszámra ilyen feladatok ellátására. A felsorolt 13 cég közül 6 esetében épült ki, egynél pedig most készül ilyen megoldás. Ezek az automatizmusok a jövőben nyilvánvalóan nagyobb szerepet kaphatnak a következő összefüggő területeken: havi / heti / napi vezetői jelentések és beszámolók, ezzel a megteremtve controlling „másik lábát”, a tényadatokat.

A második kérdésre összefoglalóul tehát azt mondhatjuk, hogy *a KKV-k ERP rendszereinek és hálózati integrációjának fejlesztése folyamatban van, és bőven vannak fejlesztési lehetőségek ezen a számviteli-informatikai területen.*

5. Következtetések a KKV-k gyakorlati példáiból a Controllingra és Vezetői Számvitelre vonatkozóan.

Milyen következtetések adódnak a Management Accounting informatikai alkalmazási példáiból ebben az időszakban?

A Management Accounting alatt ez esetben értjük egyrészt a vezetői számvittel, mint költségviselőkre vonatkozó nyilvántartással kapcsolatos igényeket, valamint az előbb már részletezett vezetői

jelentési rendszereket. Másik oldalról a Controlling rendszereket, illetve azok beépítését a vezetői tevékenységbe. Nos, ezekből a szempontokból vegyes – és nem túl fejlett állapotot tapasztalhatunk.

Részleteiben:

A Vezetői Számvitelhez kapcsolódó jelentési rendszerekkel kapcsolatban szerepelt az előbb, hogy 6+1 cégnél van automatikus online pénzügyi jelentés, további háromban kézzel készülnek a jelentések. A maradék 3 pénzügyileg olyan kicsi, hogy a pénzügyi helyzet a számlákkal áttekinthető.

Ennél feltűnőbb, hogy 9 cég kifejezetten igényelte az elemző típusú költségviselőre (munkaszámra... stb.), valamint költséghelyekre vonatkozó elemzéseket, melyeket az egyszerűsített mérlegből nem kap meg. Az igények változón ugyan, de vonatkoznak a költségekre, a fedezetre (árrésre), és 4 esetben az erőforrások kihasználtságára is, ez utóbbi mutatja az erőforrás-gazdálkodási igényeket.

A felsorolt cégek közül 7 esetben (2, 3, 5, 6, 7, 10, 11) lehetett találkozni olyan sajátos, speciális költség-analitikai igényvel, ami erősíti azt a megfigyelést, hogy a KKV szektorban jelen van a Vezetői Számvitel költség-érzékenységi jellegzetessége; ezen a területen tehát igénylik az információkat és érzékenyek erre a vezetői számviteli területre.

A Controlling terület esetében már nem ilyen pozitív a kép. Összesen 4 cégnél (5, 7, 8, 9) folyik informatikai rendszerben kezelt tervezés (ebből is a 9-es, mint költségvetési szervezet, „hivatalból”). Ezek közül is csak egy cégnél vállalta fel a vezető, hogy a tervezést és a terv-tény összehasonlítást, mint vezetői eszközt tudatosan és irányítási eszközként használja. Egy további cégnél operatív tervezés működik, de nem hosszabb távra lényegében csak előkalkulációs célra. Az a cégünk pedig, ahol rendszeresen terveztek, még él, de a válságban megrendelések nélkül maradt.

A szokásos tervezéssel kapcsolatos averziókat és felemlegetett problémákat ismerjük néhány gyakorlati esetből. A vélemények lényegét, és jogos vitáitát a környező szakirodalomban részletesen meg lehet találni: minek tervezzünk, ha nincs... és itt egy felsorolás következik. Ebben a környezetben hozzá kell értenünk, hogy *ha nincsen magába a számviteli rendszerbe beleintegrált tervezési szisztéma, akkor ezzel egyúttal a Controlling lehetősége is ki van zárva*. A folyamatos és

rendszereszerű controlling munkának és *terv-tény összehasonlításnak ugyanis elengedhetetlen feltétele a számviteli adatszerkezetek azonossága.*

Kicsit részletesebben: az információ-technológia irányából érdemes azt észrevételezni, hogy a KKV-k esetében is (meg a nagyobb cégeknél is) előbbre jutnánk azzal is, ha jobban, vagy egyáltalán kihasználnánk a moduláris ERP rendszerekből adódó lehetőségeket. Ha sikerül(ne) elérni azt, hogy tényadat-rögzítési struktúrát (tehát a főkönyvi és az analitikus nyilvántartások szerkezetét) a tervezésnél is használni lehetne a rendszerekben, akkor eleve adott lenne a különböző szintű, részletességű, mélységű *terv-tény összehasonlítások* lehetősége. A nagyobb vállalkozások ERP rendszerei egyes esetekben, a főkönyvi modulokban és a mérleg-adatokra vonatkozóan „tudják” ezt, amennyiben – mint a tényadatokkal azonos struktúrában – a főkönyvi törzset tervezésre lehet használni, mint adatszerkezetet. A jövő valószínűleg az *integrált controlling rendszereké*, amelyek „mellékesen” minden vezetői számviteli, és számviteli analitikus igényt is ki tudnak elégíteni.

A Management Accounting (Vezetői Számviteli és Controlling) alkalmazásokkal kapcsolatosan azt a következtetést lehet levonni a tapasztalatokból, hogy a megfigyelt KKV-knál *elsősorban a vezetői számvitelben találkozhatunk konkrét igényekkel, a controllinggal kapcsolatos igények nem erősek.* Ugyanakkor a lehetőségekkel előre lehetne menni az igények felkeltéséhez és kielégítéséhez.

Szakirodalmi hivatkozások:

[1] http://index.hu/gazdasag/magyar/2012/10/15/teljesen_lefagyott_a_kkv-szektor/

[2] Fabricius Ferke György: A Controlling és a Vezetői Számvitel Információ-technológiája (CompLex kiadó, 2011)

**MEGVÁLTOZOTT A JÖVŐ – A GLOBÁLIS PÉNZÜGYI VÁLSÁG HATÁSA A
BANKRENDSZER MŰKÖDÉSÉRE**

The future has changed – Some impacts of the global financial crisis on the banking system

Dr. Nagy Gyula PhD főiskolai docens

EDUTUS Főiskola / EDUTUS College

Az elmúlt években globális méreteket öltött pénzügyi-gazdasági válság nyilvánvalóvá tette a nemzetközi pénzügyi rendszer súlyos működési problémáit. A befektetők hozamvárásainak kiszolgálása érdekében a válságot megelőző években a kereskedelmi bankok is fokozták tőkepiaci részvételüket, túlzott kockázatot jelentő pénzügyi innovációkat alkalmaztak, ezáltal hozzájárultak a válság terjedéséhez. A Bazel II. és III. szigorúbb tőkekövetelményei korlátok közé kívánják szorítani a banki kockázatvállalást és elősegíteni a transzparens termék- és szolgáltatáskínálatot. Ennek hatására a pénzügyi szektor mérete, dinamikája és az egyes bankok üzleti aktivitása ugyan várhatóan csökken, de a nemzetközi pénzügyi rendszer egészének biztonsága és szabályozottsága javulni fog.

The global financial crisis of the last years made apparent the grave functional problems of the international financial system. In the run-up period of the crisis commercial banks have boosted their penetration into the capital market in order to meet the return expectations of investors, they applied excessively risky financial innovations and thereby they contributed to the diffusion of the crisis. However, the strict Basel II and Basel III rules on capital requirements are aiming to reduce the incentives of banks to take excessive risks and promote the supply of transparent products and

services. The size and the dynamism of the financial sector and also the business activity of certain banks are likely to weaken, but the stability and the regulation of the whole international financial system will improve.

A válság előzményei

A mostani globális pénzügyi válság kialakulásának legfőbb okai a pénzügyi rendszer egészének, azon belül kiemelten a bankrendszernek a működésében gyökereznek. A krízist megelőző évek során stabil és tartós expanzió bontakozott ki a világgazdaságban, amely a bőséges likviditáson és az alacsony kamatlábakon alapult. A hosszú ideig tartó likviditásbőséget a felzárkózó gazdaságokból származó megtakarítási túlkínálat és az engedékeny monetáris politikák mellett a dollár felülértékelttségéből fakadó globális egyensúlytalanságok is táplálták. Mindez táplálta a különféle eszközök, elsősorban a jelzáloghitelekre épülő ingatlanok piacán, valamint a hitelből való cégkivásárlásoknál árbuborék képződését.

Az elmúlt évtizedekben a nemzetközi pénzügyi piacokon, valamint az egyes nemzetgazdaságokban végbement liberalizáció hatására a világgazdaság egészében a globális kapcsolatok szövevényes rendszere jött létre. A szerkezeti és kereskedelempolitikai nyitottság következtében kitágult működési tér szervezeti és infrastrukturális oldalról megteremtette a hatékony tőkeallokáció háttérét. Mindez növekedési és jóléti hatásokkal járt együtt. A globalizált világban a verseny is új dimenziókat öltött: az egyes országok pénzügyi piaci szerkezetében mind több területen váltak jellemzővé az oligopolisztikus viszonyok, amelyek mellett a piaci szereplők közötti árverseny háttérbe szorul. Helyét és szerepét a hozamért való versenyfutás veszi át, amelyben a hagyományos banki termékekkel szemben a pénzügyi innovációk, a különféle pénzügyi instrumentumok játsszák a főszerepet.

Ezek gyors ütemű térhódítását a globális piacokon a befektetők magasabb hozamigénye és nagyobb kockázati étvágya táplálta, miközben a bankok is alkalmas eszköznek találták a romló jövedelmezőségük orvoslására. A pénzügyi innovációk az újszerűségük okán jelentett vonzerőn túlmenően azt a téves képzetet is erősítették, hogy a magasabb hozamnak nem kell szükségszerűen a kockázat arányos növekedésével együtt járnia. A kockázatokról azt tartották, hogy a globalizálódott pénzügyi piacokon az egyre komplexebb pénzügyi termékek révén szétteríthetők. Ez utóbbi illúziót erősítette az a körülmény, hogy a pénzügyi intézmények az innovatív, de nem kellően transzparens, ráadásul a magas tőkeáttétel miatt hatványozottan kockázatos „újracsomagolt” termékeknek könnyen hozzáférhető, globális piacokat hoztak létre. Mindennek az volt a legsúlyosabb következménye, hogy a befektetők a globális pénzügyi rendszer rendszerszintű kockázatát tartósan alulértékelték.

A pénzügyi közvetítés átalakulása

A globális méretű válság létrejöttében fontos szerepet játszott a pénzügyi közvetítőrendszer átalakulása. Egyrészt nagyon gyorsan növelték befolyásukat a tőkepiaci szereplők, kiemelten a befektetési bankok és egyéb nem bankjellegű közvetítő intézmények, amit tovább erősített, hogy ezekre a kereskedelmi bankokhoz képest sokkal enyhébb tőkeszabályozási előírások voltak érvényben. Másrészt a tradicionális betétgyűjtésre alapozott, hitelnyújtást végző kereskedelmi bankok is növekvő mértékben éltek a tőkepiaci lehetőségekkel az említett romló jövedelmezőségük javítására. Akár olyan módon, hogy a kereskedelmi banki üzletág mellett létrehozták a befektetési banki szervezeteiket és ezeken keresztül vették igénybe a tőkepiac rugalmasabb kockázatmenedzselési és finanszírozási instrumentumait. Akár olyan módon, hogy a hitelek értékpapírosításával az eszköz kockázatokat mérlegen kívülre vitték, aminek hatására javultak a tőkeellátottsági mutatóik és ezzel újabb hitelek nyújtásának lehetőségét teremtették meg.

A globálissá vált pénzügyi piaci rendszerben a nemzetközi likviditásbőség és a hatalmasra nőtt kockázati étvágy alkalmas terepet jelentett a befektetők hozamelvárásait kiszorgálni képes pénzügyi innovációk számára. Az egyre összetettebb, kockázati szempontból nem transzparens pénzügyi instrumentumok széles körű alkalmazása következtében a pénzügyi rendszer egészét veszélyeztető súlyos kockázatok halmozódtak fel. Ezek mértékét és főleg kölcsönhatásait a pénzügyi szabályozás és felügyelés nem volt képes felmérni és kellő időben észlelni.

A hitel- és piaci kockázatokra összpontosító szabályrendszer nem tudott lépést tartani a globális pénzügyi piacok új fejleményeivel (pl. értékpapírosítás), a különféle pénzügyi innovációkkal, és nem tudta súlyuknak megfelelően kezelni az egyre fenyegetőbb működési és likviditási kockázatokat. Ebben tetten érhető a nemzetközi hitelminősítő (rating) cégek felelőssége is, mert a különféle strukturált hitelekre és befektetési alapokra anélkül tették meg nagyon kedvező minősítéseiket, hogy ténylegesen tisztában lettek volna a többszörösen újracsomagolt értékpapírokból létrehozott befektetési konstrukciók kockázatának tényleges mértékével, illetve a kockázati kölcsönhatásokkal.

A minősítések során követett gyakorlatukkal a rating cégek befolyásolták, manipulálták a befektetők döntéseit, miként hamis biztonságérzetet keltett az is, hogy amíg a derivatív eszközök mögöttes termékeinek ára emelkedett, addig a kockázatok rejtve maradtak. Amikor viszont nyilvánvalóvá váltak a problémák, akkor az eszközök nagyon drákói újraminősítésével a hitelminősítő intézetek akaratlanul is tovább mélyítették a válságfolyamatot. Fokozták ugyanis a befektetők elbizonytalanodását, félelmét, és ismételten nem adekvát döntések meghozatalára sarkallták őket. Felerősítették azt a pénzügyi piaci szereplők körében megfigyelt és empirikus tapasztalatokkal igazolt magatartást, ún. „csorda-ösztönt”, ami legáltalánosabban abból fakad, hogy „a befektetők

nyilvánvaló szándéka az, hogy utánozzák más befektetők magatartását”⁷⁵. Ez a nagyon szerteágazó okokra visszavezethető magatartás – jelen esetben az eszközök leminősítése által kiváltott tömeges piaci átárazás – a következményeit tekintve igazán lényeges csak a mostani globális válság kapcsán. Nevezetesen, erősíti az ármozgások volatilitását, ezáltal destabilizálja a piacokat és fokozza a pénzügyi rendszer törékenységét.

Wholesale banking – túlzott támaszkodás a bankközi finanszírozásra

A globalizációs folyamatok hatására és következményeként a nemzetközi pénzügyi integráció, a különféle pénzügyi piacok összekapcsolódása jelentős mértékben előrehaladt. Az egyes országok bankrendszerében egyre nagyobb jelentőségre tettek szert a nemzetközi pénzügyi közvetítők. Szerepvállalásuk révén nem csupán a globális kockázatmegosztás valósult meg, de a kockázatok és különféle pénzügyi sokkok tovaterjedésének csatornáit is megnyíltak.

Az említett globalizációs folyamatok következtében a nemzetközi pénzügyi rendszer mára túlságosan összetetté és átláthatatlanná vált. A szabályozás normativitása csökkent, a rendszer önszabályozó képessége meggyengült. A pénzügyi rendszer egészének törékenységét fokozta, és a jelenlegi globális pénzügyi krízis egyik kiváltó oka volt, hogy különösen az észak-atlanti térségben a finanszírozásban megnőtt a rövid lejáratú bankközi források szerepe. Mind általánosabbá vált a tőkeáttétel tudatos növelése, miközben a pénzügyi intézmények, elsősorban a bankok kockázatokkal szembeni tőkevédelme elégtelennek bizonyult.⁷⁶

⁷⁵Sushil BIKHCHANDANI – Sunil SHARMA [2001]: Herd Behavior in Financial Markets, IMF Staff Papers 281. o. Vol. 47, No. 3, International Monetary Fund

⁷⁶Willem H. BUITER [2008]: Lessons from the Global Financial Crisis for Regulators and Supervisors, The Crisis and Beyond, Edited by Henning Klodt and Harmen Lehment, 2009 november, Kiel Institute for the World Economy, 70. és 74. o.

A különféle eszközfedezetű, mérlegen kívülre vitt termékek térnyerése következtében a banki mérlegek transzparenciája sérült, a kockázati kitettség fokozódott. Amikor a mögöttes termékek (például ingatlanok) árai csökkeni, majd zuhanni kezdtek, a likviditás rendkívül gyorsan eltűnt a piacokról, és az így finanszírozhatatlanná vált pozíciók gyors elértéktelenedése tovább mélyítette a piaci résztvevők közötti bizalmatlanságot, fokozta a válságot.

A krízist megelőző évek során tapasztalt likviditásbőség ellenére paradox módon a likviditási kockázat sokkal súlyosabbnak bizonyult a vártnál. Ennek két legfontosabb összetevője a már említett nagyfokú bankközi piaci kitettség, valamint a különféle befektetési pozíciók finanszírozásában kialakult túlzott lejáratú „mismatch”. Ez utóbbi annak a következménye, hogy hosszabb lejáratú befektetéseket nagyon rövid forrásokkal finanszíroztak. Ráadásul a szabályozás radarernyőjének hatósugara alatt mozgó értékpapírok kibocsátása során igénybe vették az „árnyék-bankrendszerhez” tartozó speciális közvetítő szervezeteket, amelyekre nem vonatkoztak a pénzügyi felügyelet és a monetáris hatóság szigorú banki előírásai. Ez azt jelentette, hogy például az amerikai gazdaságban ez a csupán intermediációra jogosult intézményi kör mind nagyobb mértékben lépett elő pénzügyi közvetítőtől tényleges pénzteremtővé. Amíg bőséges volt a likviditás, valamint az értékpapírok mögött álló eszközök ára emelkedett, ez a stratégia működött. Amikor fordulat következett be ebben, akkor egyszeriben eltűnt a bankok egymás iránti bizalma is, ami azzal a következménnyel járt, hogy a bankközi hitelforrások kiszáradtak, egyre nehezebben lehetett finanszírozáshoz jutni, s ez végül a hitelezés egészének megroppanásához vezetett.

A nagyság kockázatai

Az 1990-es években bekövetkezett dereguláció nyomán jöttek létre a pénzügyi világban az univerzális óriásbankok.⁷⁷ Ezek a komplex pénzügyi intézmények a hagyományos kereskedelmi banki termékek és szolgáltatások mellett sokkal kockázatosabb befektetési banki, vagyonkezelési és biztosítási szolgáltatásokat is kínáltak.⁷⁸ Széles körben elterjedt vélekedés szerint a globális pénzügyi válság kialakulásában nagy szerepet játszott az a körülmény, hogy a kereskedelmi és a befektetési banki üzletágak összefonódtak, és kockázati étvágyukat ez utóbbiak dominálták. Ezáltal egyre hatalmasabb pénzügyi konglomerátumok jöttek létre, amelyek tőkeereje azonban elégtelennek bizonyult a válság során elszenvedett veszteségek fedezésére, így az adófizetők pénzéből kellett feltőkésíteni őket, vagy csődbe mentek.

A mérlegfőösszeg folyamatos növelésének igénye részben a válságot megelőző időszakban követett banki modelltől fakadt. Másrészt a nagyságra való törekvés abból a feltételezésből táplálkozott, hogy válsághelyzetben működik az a kormányzati racionalitás, amely pusztán a bank mérete okán – „*toobigortointerconnectedtofail*”, azaz túl nagy és jelentős ahhoz, hogy engedjék csődbe menni – biztosítja számukra a túlélését. Önmagában azonban a méret még nem jelent automatikus biztosítékot, amint azt a BearStearns, vagy világ egyik legjelentősebb befektetési bankja, a Lehman Brothers 2008. szeptember 15-i bukása is igazolja.

A nagy, komplex pénzügyi intézményeknek a létezéséből és tevékenységéből ugyanakkor súlyos ún. erkölcsi kockázat (*moralhazard*) fakad, mert hajlamosak a tőkeerejükkel nem kellően ellensúlyozott

⁷⁷ Az USA-ban az 1933-ban elfogadott Glass-Steagall-törvény szigorúan elkülönítette a kereskedelmi és befektetési banki tevékenységet, elválasztotta a bankokat és a brókercégeket. A törvényt 1999-ben hatályon kívül helyezték. A helyébe lépő Gramm-Leach-Bliley-törvény megnyitotta az utat a bankok előtt más pénzügyi tevékenységgel foglalkozó cégekben való tulajdonszerzéshez, óriási méretű pénzügyi konglomerátumok kialakulásához.

⁷⁸ Anthony SAUNDERS – Roy C. SMITH – Ingo WALTER [2008]: Enhanced Regulation of Large, Complex Financial Institutions – In: Restoring Financial Stability: How to Repair a Failed System, An Independent View from New York University Stern School of Business, Edited by Viral Acharya and Matthew Richardson, 2008 New York University Stern School of Business; 15-16. o

kockázatok vállalására, illetve sokkal lazább kockázatmenedzselést érvényesítenek. A tapasztalati tények igazolják, hogy sok bank olyan nagyra nőtt, hogy egyre nehezebbé vált a bankvezetés számára az irányítás,⁷⁹ a pénzügyi felügyelet számára a prudens működés nyomon követése, az állam számára pedig a megmentésük („*toobigtofail out*”).

Azok az elgondolások, amelyek a fenti problémáknak a kezelése érdekében ezeknek a konglomerátumoknak a feldarabolását szorgalmazták, korántsem tekinthetők tökéletes megoldásnak. Egyrészt ennek a kivitelezése rendkívül bonyolult lenne, másrészt akkora nagyságú intézményekről van szó, hogy a kettéosztást követően is túl nagyok maradnának. „*A Citigroup, az RBS és a Deutsche Bank 1 trillió dollár feletti eszközeinek felszeletelése nyomán a pénzügyi rendszer egésze szempontjából fontos három helyett egyszerűen hat bank keletkezne.*”⁸⁰

A bankok méretének kezelése nagyon komoly kihívás elé állítja a nemzetközi pénzügyi szabályalkotást. A döntéshozók és a pénzügyi felügyelet kettős problémával kénytelenek szembenézni.⁸¹ Az egyik: hogyan ellensúlyozzák azt a természetesnek tekinthető piaci folyamatot, amely az egyre nagyobb banki intézmények kialakulásának irányába mutat. A másik nagy kihívás pedig az, hogy miként védjék és támogassák a pénzügyi szolgáltatásokat nyújtó szereplők sokszínűségét.

Tennivalók

⁷⁹ Gillian TETT [2009]: When it comes to global banks, size certainly does matter, Financial Times 2009. június 19. 28.o.

⁸⁰ Banking reform – Sticking together, The Economist 2012. augusztus 18. <http://www.economist.com/node/21560560>

⁸¹ Paul J. DAVIES [2009]: Why a lack of diversity in banking could be bananas, Financial Times, 2009. április 17. 26.o.

Az elmúlt években a kereskedelmi banki közreműködéssel megvalósuló klasszikus pénzügyi közvetítés jelentősége mérséklődött, miközben a tőkepiacon tevékenykedő befektetési bankok, egyéb nem banki pénzügyi közvetítők és intézményi befektetők (befektetési alapok, nyugdíjpénztárak, biztosítók) szerepe megnőtt. A hagyományos betéti és hiteltermékekkel szemben felértékelődött a hozamelvárásokat és a fokozódó kockázati étvágy kielégítését hatékonyabban biztosítani képes pénzügyi innovációk széles körű alkalmazása. A korábbi likviditásbőség körülményei között felépült tőkeáttételes befektetési pozíciók tőke- és pénzpiacról történő finanszírozása azonban nem volt folytatható, és megindult a korábbi pozíciók leépítése. A folyamatot erősítette az a körülmény is, hogy a másodrendű jelzálogpiaci válság következtében súlyos veszteségeket elszenvedett hitelintézetek rendkívül óvatossá váltak. A tőkeáttétel ésszerűbb szintjére történő átállás hosszabb távon kétségtelenül hozzájárul a pénzügyi rendszer stabilitásához, azonban rövidtávon inkább súlyosbította a problémákat, mert a finanszírozási lehetőségek romlása a reálsféra szereplőinek helyzetét nehezítette meg. Külön elemzést igényelne, hogy a bankok tőkeellátottságával kapcsolatos követelményeket tartalmazó Bazel II. szabályrendszer és annak ciklikus vonásai hogyan hatottak a válság kialakulásának, illetve a válságkezelésnek az időszakában.

A nemzetközi pénzügyi rendszer biztonságos és hatékony működése érdekében erősíteni szükséges a transzparenciát, mert ez a kockázatérzékelés és az eredményes kockázatkezelés fontos előfeltétele. A válság kialakulásában és elmélyülésében a hozam-szemponatoknak alárendelt, túlságosan összetett, nehezen áttekinthető pénzügyi instrumentumok meghatározó szerepet játszottak.⁸² Az ezek minősítésére használt különféle modellek kiinduló feltételei ugyanis eleve hibásnak bizonyultak, így nem lehetett eredményes az erre alapozott kockázatkezelés sem. A kockázatkezelésre kifejlesztett matematikai modellek alkalmazásával a pénzügyi kockázatok egyszerűen „öt tizedes pontossággal

⁸²Pablo TRIANA: Blame toxic lethality not complexity, Financial Times, 2009. október 26., 13. o.

kiszámolhatóak lettek, és a hozamelvárásokat ennek megfelelően alakíthatták”⁸³Minél jobban lehetett azonban kalibrálni a kockázatokat, annál nagyobb tér nyílt a bankok számára az adósság értékpapírosítására, amelyet azután el lehetett adni, vagy átvezetni a bank kereskedési könyvébe, ahol a normál hitelekhez képes jóval alacsonyabb tőkekövetelmények társultak hozzá.⁸⁴

A nemzetközi szabályozás és felügyelés feladatainak középpontjában azoknak a határoknak a kijelölése és betartatása áll, hogy a bankok meddig mehetnek el a kockázatvállalásban a jövedelmezőség érdekében, illetve mit kell tenniük ahhoz, hogy ez ne veszélyeztesse a biztonságos működést. Az egykori amerikai jegybank elnök, Paul Volcker nevével fémjelzett szabály⁸⁵ a saját számlás kereskedés (*proprietary trade*), továbbá a kockázatosabb fedezeti és privát tőkealapokba történő investíciót kívánta korlátok közé szorítani. A befektetési banki „kaszinózásnak” Nagy-Britanniában a befektetési és a retail tevékenység nagyon szigorú elválasztásával (*ring-fence*) kívánják elejét venni. Az Európai Unió elképzelései között a két megoldás együttes alkalmazása mellett pl. a banki vezetők bónuszainak korlátozása, valamint a pénzügyi tranzakciók megadóztatása is szerepel.⁸⁶

Az általános közvélekedés támogatja a felügyeleti szigorításokat, ugyanakkor a túlszabályozásnak is megvannak a hátulütői. A tőkepiaci instrumentumok felhasználása, a bankközi finanszírozásra való erőteljes támaszkodás, a túlzott tőkeáttétel (*leverage*) kétségkívül szerepet játszott a globális pénzügyi válság kialakulásában, de a befektetési banki tevékenység korlátozása azokat a termelő

⁸³ The gods strike back – The Economist, 2010. február 11.,
http://www.economist.com/specialreports/displayStory.cfm?story_id=15474137

⁸⁴ Bank regulation – Pity the investment bankers, The Economist, 2012. szeptember 15.
<http://www.economist.com/node/21562911>

⁸⁵ Volcker Rule: impacts for banks operating outside the US, and meeting the July 2012 requirements
<http://www.pwc.com/gx/en/financial-services/issues/regulation/volcker-rule.jhtml> és Volcker Rule, New York Times, 2012. május 10. http://topics.nytimes.com/top/reference/timestopics/subjects/v/volcker_rule/index.html

⁸⁶ Bank regulation – Pity the investment bankers, The Economist 2012. szeptember 15.
<http://www.economist.com/node/21562911>

vállalatokat hozta igazán nehéz helyzetbe, amelyek a működésükhöz eddig a tőkepiacról szereztek finanszírozást.

A tervezett szigorítások az univerzális bankok számára nem tennék lehetővé, hogy megosszák a kereskedelmi és befektetési banki kockázataikat. A JP Morgan Chase például az utóbbi területen elszenvedett veszteségeit a másik üzletág eredményeivel igyekezett kompenzálni és viszont. Az Economist megállapítása szerint⁸⁷ sok cég bankhitel helyett a kötvénykibocsátást választja, ami azt jelenti, hogy a csak klasszikus kereskedelmi banki tevékenységet (betét, hitel, pénzforgalom) folytatók veszítenek azokkal az intézményekkel szemben, amelyek a vállalkozások kötvénypiacra történő bevezetésével tudják növelni a profitjukat.

A prudens működéshez, az eszközoldali és mérlegen kívüli tételekből fakadó kockázatok ellensúlyozásához kellő tőkeerőre van szükség, az erre vonatkozó nemzetközi előírásokban világosan visszatükröződik ez a felismerés. A Bázel III. szabályozás – miközben igyekszik kezelni a Bázel II. pro-ciklikus hatásait is – nagy hangsúlyt helyez a veszteségeket felszívni képes tőketartalékokra, amelyek védelmet nyújtanak az adott pénzügyi intézmény csődjével, illetve bizonyos mértékig a forrásszerzés likviditási nehézségeivel szemben. *„A jó minőségű és nagyobb tőkeerő alkalmas a kétes, illetve rossz követelésekből fakadó veszteségek ellensúlyozására, és egyidejűleg azt isdemonstrálja a befektetők felé, hogy kisebb a valószínűsége csődhelyzet kialakulásának”*⁸⁸.

⁸⁷Banking reform –Sticking together, The Economist 2012. augusztus
18.<http://www.economist.com/node/21560560>

⁸⁸Laura KODRES – Aditya NARAIN [2012]: From Deregulation to Reregulation: Prospects for Success (or Failure) <http://www.icffr.org/assets/pdfs/February-2012/ICFR---Financial-Times-Research-Prize-2011/Highly-Commended-Papers/Laura-Kodres-and-Aditya-Narain-From-Deregulation-t.aspx> 3. o.

A biztonságosabb banki működésnek, a jobb tőkeellátottságnak azonban ára van, és ez a romló jövedelmezőségben, a bankok üzleti aktivitásának visszaesésében, összességében a banki mérlegek zsugorodásában mutatkozik meg. A finanszírozási lehetőségek szűkösebbé válása ugyanakkor a reálszféra szereplőire gyakorol kedvezőtlen hatást, nehezítve a recesszióból való kilábalást, a gazdasági növekedés felgyorsulását, a foglalkoztatási helyzet javítását.

Összefoglaló következtetések

A mostani globális pénzügyi válságban a piac és az állam felelőssége egyaránt tetten érhető. A profit-szemponthoz alárrendelt piaci racionalitás követése ugyan hatalmas gazdasági hajtóerőket szabadított fel az elmúlt egy-másfél évtized során, és a pénzügyi innovációk virágzását hozta magával, de a pénzügyi rendszer egészének működését veszélyeztető – eleinte elfedett, majd mindinkább látható – súlyos kockázatok felhalmozódásával járt együtt. Ez – mint már annyiszor a gazdaságtörténet során – a piac kudarca volt. Az állam kudarca ugyanakkor abban öltött testet, hogy a pénzügyi szabályozás és felügyelés a piaci szereplők mohóságának és féktelen kockázati étvágyának nem tudott hatékony korlátokat szabni, azaz megfelelően moderálni a piac működését és elkerülni, kezelhető szinten tartani a rendszerszintű kockázatokat.

A végeredmény szempontjából talán kevésbé lényeges, hogy milyen arányban osztozik ezen a kudarcon, a globális válság iránti felelősségen a piac és az állam. A jövőt illetően azonban koránt sem mindegy, hogy milyen konzekvenciákat vonnak le ebből, mert a végső cél mégiscsak az, hogy a jövőben nagyobb eséllyel lehessen elejét venni az ilyen világméretű kataklizmáknak. Meggyőződésem, hogy a megoldás nem a végletek közötti választásban található, azaz nem „vagy állam, vagy piac” alternatívát jelent. Mindkettőt önmagában is újra kell gondolni, és javítani, miközben nem kerülhető meg a kölcsönhatásaik gondos mérlegelése sem.

Az eddigiekhez képest indokolt a szigorúbb szabályozás a pénzügyi rendszer szereplői körében, hogy behatárolhatók és kezelhetők legyenek a piac működésének kockázatai. Mivel a pénzügyi közvetítésben a legfontosabb szereplők a bankok, ezért a biztonság megteremtésének útja rajtuk keresztül vezet. A tőkekövetelmények fokozása, a pénz- és tőkepiaci megoldások, pénzügyi instrumentumok alkalmazásának korlátozása, vagy tilalma átmenetileg mindenképpen versenyhátrányba sodorja őket azokkal az intermediációban résztvevő egyéb nem banki intézményekkel szemben, amelyekre ezek nem vonatkoznak. Ennek az árnyékbanki intézményi körnek a szabályozása egyelőre várat magára, jóllehet elég általános az a vélemény, hogy időzített bombaként működnek, mert az általuk kínált pénzügyi instrumentumok kockázataihoz mérten a tőkeerejük nagyon szűkre szabott.

A normatív tőkemegfelelési mutatók teljesítése óhatatlanul visszafogja a bankok üzleti aktivitását, szigorodik a hitelezési/finanszírozási tevékenységük, lényegesen nagyobb figyelmet kénytelenek ugyanis fordítani az ügyfélkockázatok megbízható észlelésére és hatékony kezelésére. Sokkal konzervatívabb magatartás várható a kereskedelmi bankok részéről a forrásszerzésben is, ahol felértékelődnek a hagyományos betétgyűjtési konstrukciók és visszaszorulnak a pénz-és tőkepiaci megoldások. Mindez a túlbujánczott pénzügyi rendszer abszolút méretének csökkenését hozza magával, és várhatóan folytatódik a tőkeáttételes pozíciók gyors ütemű leépítése.

A pénzügyi innovációk dinamizmusa minden bizonnyal alatta marad a korábbi évekének, mert a befektetők kockázati étvágya csökkent, sokkal óvatosabbá és bizalmatlanabbá váltak. A pénzügyi intézmények a prudencia mellett ezért is kénytelenek fokozni a transzparenciát. A pénzügyi szabályozás és felügyelés a pénzügyi rendszer biztonsága érdekében igyekszik rászorítani őket, hogy

egyszerűbb, áttekinthetőbb, a kockázatok szempontjából is kiszámíthatóbb termékekkel jelenjenek meg. Ez találkozik az ügyfelek igényeivel is, akiknek a bizalma a válság során elszenvedett veszteségek miatt megrendült a bankok szakértelmében. Ennek a visszaszerzése komoly erőfeszítéseket igényel, mert egy bizalomra épülő üzletág bizalom nélkül nem létezhet. A 2007-től gyors ütemben kiszáradó bankközi piacok a bankok egymás iránti bizalmának az eltűnésére vezethető vissza. A reputáció visszaszerzése költséges és időigényes, amit nehezít a bankvezetők bónuszaival kapcsolatos társadalmi méretű felháborodás, és olyan csontvázaknak a kizuhanása a szekrényből, mint a LIBOR-ral kapcsolatos manipulációk. A válság azt a tanulságot hozta, hogy az eredményes üzleti együttműködéshez kell a bizalom, a bizalom jó, de az ellenőrzés jobb.

Irodalomjegyzék

1. Sushil BIKHCHANDANI – Sunil SHARMA [2001]: Herd Behavior in Financial Markets, IMF Staff Papers Vol. 47, No. 3, International Monetary Fund
2. Willem H. BUITER [2008]: Lessons from the Global Financial Crisis for Regulators and Supervisors, The Crisis and Beyond, Edited by Henning Klodt and Harmen Lehment, 2009. november, Kiel Institute for the World Economy
3. Anthony SAUNDERS – Roy C. SMITH – Ingo WALTER [2008]: Enhanced Regulation of Large, Complex Financial Institutions – In: Restoring Financial Stability: How to Repair a Failed System, An Independent View from New York University Stern School of Business, Edited by Viral Acharya and Matthew Richardson, 2008 New York University Stern School of Business
4. Gillian TETT [2009]: When it comes to global banks, size certainly does matter, Financial Times 2009. június 19. 28. o.
5. Banking reform – Sticking together, The Economist 2012. augusztus 18.
<http://www.economist.com/node/21560560>

6. Paul J. DAVIES [2009]: Why a lack of diversity in banking could be bananas, Financial Times, 2009. április 17.
7. Pablo TRIANA: Blame toxic lethality not complexity, Financial Times, 2009. október 26.
8. The gods strike back – The Economist, 2010. február 11.
http://www.economist.com/specialreports/displayStory.cfm?story_id=15474137
9. Bank regulation – Pity the investment bankers, The Economist, 2012. szeptember 15.
<http://www.economist.com/node/21562911>
10. VolckerRule: impacts for banks operating outside the US, and meeting the July 2012 requirements <http://www.pwc.com/gx/en/financial-services/issues/regulation/volcker-rule.jhtml>
és VolckerRule, New York Times, 2012. május 10.
http://topics.nytimes.com/top/reference/timestopics/subjects/v/volcker_rule/index.html
11. Laura KODRES – Aditya NARAIN [2012]: From Deregulation to Reregulation: Prospects for Success (or Failure) <http://www.icfr.org/assets/pdfs/February-2012/ICFR---Financial-Times-Research-Prize-2011/Highly-Commended-Papers/Laura-Kodres-and-Aditya-Narain-From-Deregulation-t.aspx>

TURIZMUS

A KLÍMAVÁLTOZÁS HATÁSA A TURIZMUSRA

Dr. Jandala Csilla

Tudományos és nemzetközi rektor-helyettes

Tanszékvezető főiskolai tanár, Turizmus Tanszék

Edutus Főiskola

ABSZTRAKT

A turizmus és a környezet között köztudottan szoros kapcsolat áll fenn. A természeti és kulturális környezet egyes elemei önállóan illetve egymásra épülve, egymást kiegészítve vonzerőt jelentenek a turizmus számára.

Az utóbbi két évtizedben az ENSZ Turisztikai Világszervezete (UNWTO) számos tanulmányt készített más, környezeti kérdésekkel foglalkozó nemzetközi szervezettel összefogva, hogy felmérje, megismerje, milyen hatással lehet a klímaváltozás a turizmusra. Vajon tényleg nagy a veszély? Csak a természeti környezet számára jelent gondot, vagy a kulturálisra is? Hogyan hat a turizmus a környezetre?

A tanulmány összegzi a témában megjelent, hozzáférhető elemzéseket, következtetéseket, és megkísérli felvázolni a Magyarországon várható változásokat.

SUMMARY

The relationship between the tourism and the environment is a well-known phenomenon. The elements of the natural and cultural environment are attractions for tourism. During the last two decades the UNWTO (United Nations World Tourism Organization) – together with other international organizations- carried out several researches on the effects of climate changes on tourism destinations and tourism products. Is it a real danger? Is it a problem just in the natural or also in the cultural tourism?

The study summarizes the results of the above mentioned researches, and tries to pay the attention for the changes in Hungary.

1. ELŐZMÉNYEK: A TURIZMUS ÉS A TERMÉSZETI KÖRNYEZET KAPCSOLATA

A turizmus és a természeti környezet között köztudottan szoros kapcsolat áll fenn. A természeti környezet egyes elemei önállóan illetve egymásra épülve, egymást kiegészítve vonzerőt jelentenek a turizmus számára. Ezek az attrakciók váltják ki a turisztikai keresletet, hiszen vágyat ébresztenek a leendő látogatókban, hogy elutazzanak ezek megismerésére, megtapasztalására. A világturizmusban a leginkább keresett, legnagyobb tömegek által kedvelt utazási formák –turisztikai termékek- egy vagy több természeti tényezőhöz kötődnek:

- **Üdülés** – A turisták elsősorban a napfényt, a meleget, a kellemes éghajlatot, a vízpartot (tengerpartot, tópartot) keresik évi leghosszabb, általában fő szabadságuk idején. A hegyvidéki üdülés esetében a kedvező éghajlati elemeknek szintén meghatározó szerepük van a célterület választásánál, amit az egyéb tényezők, a kérdéses úti cél flórája, faunája is befolyásolnak.
- **Vízi sportok** – A motivációk változásával egyre többen keresik az aktív időtöltési lehetőségeket, legyen szó akár evezésről, kajakozásról, kenuzásról, vitorlázásról, hajózásról, búvárkodásról. Ezek a tevékenységek illetve az irántuk megnyilvánuló kereslet, rendkívüli módon függenek a kínálat alapját jelentő vonzerő, a víz (folyó, tó, tenger, óceán) minőségétől.
- **Téli sportok** – A turisták második-harmadik szabadságukat szívesen töltik síeléssel, mely a téli sportok közül a legkedveltebb turisztikai termék. Ennek feltétele a hó mennyisége és minősége, a megfelelő hőmérséklet, valamint a kellő hosszúságú, több hónapig tartó síszezon.

- **Különleges, egyedi természeti kincsek megismerése**– Vannak, akik a különleges természeti kincsek, ritkaságok megtekintése céljából utaznak: pl. fel szeretnének keresni egy csodálatos vízesést, egy egyedi élővilággal rendelkező nemzeti parkot, egy korallzátonyt, vagy éppen egy hegycsúcsot.

Az elmúlt évtizedekben felerősödtek a különféle környezetvédelmi mozgalmak, melyek a turizmusra is hatást gyakoroltak. Az utazási motivációk között növekszik a környezettel - természeti és kulturális környezettel - kapcsolatos indítékok aránya. [8] Az emberek mindennapi életük során -méginkább szabadidejükben- a természethez fordulnak. A turizmusban ezáltal különös jelentőséget kap a természet és annak védelme: a tömezturizmus által eddig még nem tönkretett, eredeti természeti környezet vonzerőértéke hihetetlenül megnő. Így egyre keresettebbekké válnak a kaland-túrák, a felfedező jellegű utazások, az egészség megőrzésével vagy éppen visszaszerzésével összefüggő turisztikai termékek.

A turizmus során a természeti vonzerők folyamatosan "használódnak", noha a szó szoros értelemben véve el nem "fogyhatnak" (pl. tengervíz, hegycsúcs). Ugyanakkor nyilvánvaló, hogy a turisták állandó jelenléte egy természetileg attraktív területen óhatatlanul változásokat okoz pl. az ott honos élővilágban.

A turizmus által a környezetre gyakorolt negatív hatásokat általában nem kizárólag a turizmus váltja ki, azok nem turizmus-specifikusak, azonban kétségtelenül tovább erősödnek a turizmus jelenléte következtében: vízszennyezés, levegőszennyezés, zajártalom, vizuális károk, ökológiai problémák. E negatív hatások alapvető oka lehet a spontán alakuló turizmus, a fejlesztés tervezésének teljes hiánya, vagy a helytelenül végzett tervezés (pl. a teherbíró-képesség vizsgálatának elmulasztása).

2. A VILÁG TURIZMUSÁNAK FŐBB TRENDJEI

A turizmus sajátossága, hogy a turisták a legritkább esetben utaznak kizárólag egyetlen településre. Sokkal inkább igaz, hogy az egyes turisztikai régiók szerepe a fontos, a turisztikai termékek is régiókhoz kötődnek, s a marketing is ezekre helyezi a hangsúlyt. Önmagában tehát egy-egy település -fővárosokat, nagyvárosokat, gyógyfürdőhelyeket kivéve- nem vált ki érdeklődést, azonban ha a települések térségi összefogással alakítanak ki turisztikai terméket, azzal már versenyképesek lehetnek a globálissá váló világpiacon. [8]

A világon regisztrált összes nemzetközi turistaérkezés 1950-2010 közötti alakulását, illetve 2020-ig várható, becsült változását mutatja az 1.sz. ábra. [9]

A Turizmus Világszervezete (UNWTO : United Nations World Tourism Organization) adatainak megfelelően a világturizmus nemzetközi forgalma a világ turisztikai régiói között az alábbiak szerint oszlik meg.(1.sz. táblázat) A táblázat adatai szerint az összes régióban növekszik a turista érkezések száma, azonban különböző mértékben, következésképpen az egyes turisztikai régiók súlya változik. (2.sz. táblázat) A nemzetközi turizmus regionális megoszlása alapján megállapítható, hogy Európa vezető szerepe ellenére 2020-ra tovább veszít eddigi súlyából. A nemzetközi érkezéseknek alig 45%-át regisztrálják majd kontinensünkön. Figyelembe véve az 1995-ben mért csaknem 60%-ot, igen jelentős a csökkenés. Európához hasonlóan veszteség éri -noha lényegesen kisebb mértékben- Amerikát. A kb. 2%-os csökkenés következtében Amerika a harmadik helyre szorul a régiók sorában (ez a tény már 2004-ben bekövetkezett). A legnagyobb arányú növekedést az Ázsia / Csendes óceáni térség mutatja. Részaránya csaknem megduplázódik, és több mint 28%-os részesedésével Európa után a második helyet éri el a világ turisztikai régiói között. Afrika és a Közel-Kelet csaknem azonos, 4-5%-os részarányt jelent majd.

Európában a mediterrán vidékről az eddig odalátogató turisták várhatóan a jövőben Európán kívüli úticélt keresnek majd, így a Földközi tenger menti országok elsősorban a tengerentúli ill. távolkeleti vendégekre számíthatnak. A tradicionális európai desztinációknak nagy

figyelmet kell fordítaniuk az általuk kínált termékek folyamatos megújítására, ellenkező esetben a küldő területek számára ajánlatuk megfakul, versenyképességét elveszíti. A hangsúlyt a piacszegmentálásra és a niche marketingre kell helyezni, a tömegetturizmus egyik európai fogadó területen sem kívánatos jelenség. A turizmus európai piaca bár mérsékelt ütemben, de bővül, s ez elsősorban a keleti szubrégióknak -azon belül is Oroszországnak- lesz köszönhető. Az onnan kiinduló utazások száma hihetetlen ütemben fog növekedni, aminek eredményeképpen Oroszország a világ legnagyobb küldő területei közé fog tartozni

Az Ázsia / Csendes óceáni térség számára a legnagyobb kihívás az lesz, hogy megfeleljen az iránta megnyilvánuló óriási keresleti igénynek, miközben fenn kívánja tartani a közismert minőségi színvonalat és az értékarányos árakat. További nehézséget jelenthet az eltérő régiókból érkezők különféle elvárásainak egyidőben való megfelelés, hiszen elsősorban az adott régió belülről illetve Európából látogatnak oda turisták. Várhatóan főként az utóbbiak lesznek érzékenyek az esetleges környezeti problémákra, amelyek a nem tervezett, spontán módon fejlődő turizmus következményeként jelentkezhetnek. Ezek elkerülése a térség számára létfontosságú feladat.

Amerikában az egyes szubrégiókban nem azonos módon fejlődik a turizmus. Észak-Amerikában a jelenlegi forgalom némi erősödése várható, és új szegmenst jelenthet a megfelelő motivációjú, fizetőképes ázsiai piac. A Karibi térségben a turizmus rohamos fejlődésére lehet számítani, főként európai és USA-beli turistákkal. Latin-Amerikában a turizmus az egyes országok kormányai által deklaráltan ugyan prioritást élvez manapság is a fejlesztésekben, ugyanakkor elsősorban nem interregionális, hanem intraregionális bővülésre számíthatnak.

Afrika csodálatos természeti és egyedülálló kulturális értékei ellenére a kevésbé látogatott régiók egyike marad. Ennek oka a fejletlen infrastruktúra, a turisztikai szolgáltatások változó színvonala és az a vélemény, mely szerint Afrika nem biztonságos úticél az odalátogatók

számára. Dél-Afrikának ugyan már sikerült ezen az image-en változtatnia az apartheid-rendszer felszámolásával, az egész régióról azonban ez még nem mondható el. A jövőben megfelelő infrastruktúra, termék- és image-fejlesztéssel jelentős javulás érhető el.

A Közel-Kelet turizmusának alakulása nagymértékben függ attól, milyen lesz a térség politikai stabilitása. Kedvező változások esetén elsősorban az európai beutazó forgalom felfutására lehet számítani. Mindenképpen szükség lesz azonban a térség országainak összefogására a turizmus feltételeinek megfelelő megteremtése érdekében.

3. A KLÍMAVÁLTOZÁS HATÁSAI A TURIZMUSRA

A turizmus - évi csaknem 10 billió dolláros forgalmával- a világgazdaság egyik legfontosabb tényezője, becslések szerint a világkereskedelem 40 %-át adja. A globális felmelegedéssel foglalkozó szakemberek előrejelzései szerint a turizmus a várható klímaváltozás egyik áldozata lehet, ráadásul mindez a multiplikátor hatással erősítve beláthatatlan következményekkel járhat a világgazdaságra nézve.

A klímaváltozással foglalkozó nemzetközi szervezet, az IPCC (Inter-Governmental Panel on Climate Change) becslése szerint a XXI. század végére az átlaghőmérséklet +1,8 – + 4°C-kal nőhet. [1]

A 2. sz. ábrán a világ legfontosabb turisztikai fogadó területei vannak feltüntetve, jelölve az adott desztinációban a klímaváltozás turizmusban várható következményeit: melegebb nyár, melegebb tél, extrém időjárási helyzetek gyakoribbá válása (áradások, aszályok, hurrikánok, tájfunok, tengervíz szintjének emelkedése, a szárazföldi és tengeri biodiverzitás mérséklődése, vizek párolgása, járványok erősödése, utazási költségek emelkedése.

A hőmérséklet emelkedés következtében megemelkedhet a tengervíz szintje, víz áraszthatja el azokat a tengerpartokat, melyek napjainkban kedvelt üdülési desztinációk. Elrettentő

példaként Velence, a mediterrán térség és Olaszország kiemelkedő attrakciója, világörökségi helyszín említhető, de a jelenség még ennél is veszélyesebb lehet a fejlődő gazdasággal rendelkező, szegénységgel küzdő trópusi szigetvilágra. A felmelegedés hatására elpusztulnak a korallok (a Karibi térségben szakértők máris 50%-os csökkenésről beszélnek), eltűnhetnek erdők és az ott honos állatfajok (főként Afrikában). [1]

A felmelegedéssel a hóhatár egyre magasabbra kúszik: pl. +2 °C emelkedés hatására az Alpokban 3000 méterre húzódik. Mivel Ausztria, Svájc, Franciaország, Olaszország síterepeinek döntő része ez alatt található, elképzelhető, hogy mindez mit jelent: vállalkozók ezrei mennek tönkre, a síszezon lecsökken (becslések szerint legalább 40 nappal). Elvileg megoldást jelenthet a műhó alkalmazása, ám ahhoz is hideg időre és sok vízre van szükség. A felmelegedés okozta szárazság következményei a napjainkban is egyre gyakoribb tűzvészek (pl. Horvátország, Görögország, Spanyolország, Portugália, USA). A víz drága kincs lesz. Ráadásul bizonyos turisztikai termékek, elsősorban a golf turizmus rendkívül vízigényes. Egy-egy golfpálya locsolása egy 10 ezer fős település éves vízfelhasználásával egyenértékű. A fejlődő országokban jelentős vízhiánnyal lehet számolni, ahol a turisták napi fogyasztása jóval meghaladja a helyi lakosságét.

Az utóbbi években számos nemzetközi szervezet, egyetem, kutatóintézet kezdett behatóan foglalkozni a turizmus és a klímaváltozás összefüggéseivel. Ezek közül is kiemelkedik az UNESCO, mely a világörökségek veszélyeztetettségére hívja fel a figyelmet. Kutatásaikból kiderül, hogy a világörökség helyszínek közül jó néhány igen komoly problémákkal küzd, mely egyértelműen a klímaváltozás hatásainak tudható be.

4. A TURIZMUS MINTA A GLOBÁLIS FELMELEGEDÉS EGYIK TÉNYEZŐJE

A turizmus és a természeti környezet között fennálló kölcsönhatás következtében nemcsak a klímaváltozás hat a turizmusra, hanem a turizmus is hat az éghajlati változásokra. [1]

Közismert tény, hogy az üvegházhatásért leginkább a közlekedés okozta szén-dioxid kibocsátás tehető felelőssé. A különböző közlekedési ágazatok közül a légi és a közúti közlekedés tekinthető a legnagyobb szennyezőnek. Ez a tény azért is elgondolkodtató, mert a turizmusban a legkedveltebb, legtöbbször igénybe vett közlekedési eszköz a repülő és a személygépkocsi. A légi közlekedésben az utóbbi években bekövetkezett változások (charter járatok, diszkont légitársaságok térhódítása) tovább erősítik a jelzett folyamatot: az alacsony díjtételek miatt az utasok már viszonylag rövid távolságra is a környezetre jóval károsabb repülőt választják.

Szakértői becslések szerint a turizmus számlájára írható a világ összes szén-dioxid kibocsátásának több mint 5 %-a (3.sz táblázat). Az utazások során azonban nemcsak a közlekedés és azon belül a légi közlekedés, hanem a szálláshelyek és egyéb szolgáltatások is óriási szennyezők. Példaként említhető a légkondicionálás és a fűtés (szállodák, éttermek, konferencia központok, fürdő-komplexumok), a locsolás (golfpályák, parkok).

Ezt az óriási terhelést a természeti környezet alig tudja elviselni. Segíthet a veszély elhárításában a közlekedési technológia fejlesztése (nem hagyományos üzemanyagok) és a megújuló energiák (napenergia, szélenergia) használata.

A 4.sz. táblázat adatait elemezve, az abban közölt arányok elgondolkodtatóak. Nem véletlen, hogy a vasút-fejlesztési programok reneszánszukat élik a világ minden pontján, legalább is ott, ahol felismerték ennek jelentőségét. Természetesen ezek a programok csak akkor lehetnek sikeresek, ha az embereket meg lehet arról győzni, hogy a kevésbé szennyező, az energiatakarékos megoldásokat válasszák utazásaik során. [6]

Ugyancsak a környezettudatosságot erősíti a szálloda szektorban évente meghirdetett „zöld-program”, de ez inkább a szálláshelyek, mintsem a vendégek számára fontos tényező.

5. AZ UNWTO SZEREPVÁLLALÁSA A KLÍMAVÁLTOZÁS HATÁSAINAK MÉRSÉKLÉSÉBEN

A *fenntartható turizmus* kifejezés arra utal, hogy a turizmus fejlesztése során azokat a formákat, módszereket kell előnyben részesíteni, melyek nem okoznak károkat a természeti, kulturális környezetben, azaz az erőforrásokat úgy kihasználunk, hogy erre még a jövőben is legyen lehetőség. [5] Tehát miközben a jelenben jelentkező turisztikai kereslet igényeinek próbálunk megfelelni, valójában szem előtt kell tartanunk a jövőben jelentkező potenciális igényeket is.

Az UNWTO évek óta tevékeny szerepet vállal a téma fontosságának és veszélyeinek megismertetésében, napirenden tartásában.

Az első e témában rendezett konferenciára 2003-ban, Djerbában (Tunézia) került sor, ahol a turizmus és a klímaváltozás kétoldalú kapcsolatára hívták fel a figyelmet, s ahol főként a turizmus üvegházhatás-szerepének mérséklését, annak lehetőségeit tárgyalták. Az UNWTO-n kívül még több ENSZ-szervezet is részt vett az eseményen, melynek eredményeként elfogadásra került a Djerba-nyilatkozat (*Djerba Declaration on Climate Change and Tourism*). [3]

Következő lépésként 2007-ben Davos-ban (Svájc) került sor egy újabb konferenciára –a World Economic Forum-hoz kapcsolódva-, melyen Davos-i-nyilatkozatként fogadták el a kormányzatokat, nemzetközi szervezeteket, a turisztikai szolgáltatókat, illetve magukat a turistákat terhelő feladatokat. [2] Nyilvánvaló, hogy a klímaváltozás és a turizmus kapcsolata egyértelmű, a negatív következményeket pedig a turizmus szektornak mérsékelnie kell. Ehhez minden eszközt meg kell ragadnia, legyen szó akár a fenntartható fejlesztésekről, akár a

szezonok meghosszabbításáról, akár az új típusú termékfejlesztésekről vagy éppen az oktatásról. A Davos-i Nyilatkozat megtárgyalását tovább folytatták az ugyanabban az évben rendezett World Travel Market-on Londonban, ahol egy, a minisztereknek szóló csúcstalálkozót is beiktattak a téma fontosságának hangsúlyozására.

Az UNWTO minden év szeptember 27-én ünnepli a Turizmus Világnapját, melyen egy-egy konkrét témával kapcsolatban a szervezet főtitkára üzenetet küld a tagországoknak, tag szervezeteknek. 2008-ban ez az üzenet a klímaváltozással foglalkozott. Felhívta a figyelmet a veszélyre és a legszegényebb országoknak nyújtandó segítségre.

Az UNWTO honlapján létrehozott egy linket (UNWTO on-line Climate Change and Tourism Information Exchange Service), melyen a témával kapcsolatos híreket, aktualitásokat, alkalmazott megoldásokat, jó példákat lehet regisztrálni.

6. MIT TEHETÜNK A VESZÉLY ELKERÜLÉSÉRE

A *Climate for Culture* program keretében 16 országból építészek, fizikusok, épületfizikusok, restaurátorok, éghajlatkutatók, közgazdászok dolgoznak együtt, hogy a világörökség helyszínek tanulmányozásával megoldást találjanak a leginkább veszélyeztetett objektumok fennmaradására. A helyszínek között vannak többek között a Gízai piramisok, Luxor, a Colosseum, Velence, New Orleans, New York, London városa, Písa, a Kínai Nagyfal. Felbecsülhetetlen kulturális örökségek, melyeket a klímaváltozás hosszú távon akár el is törölhet a Föld felszínéről. Az egyre gyakrabban jelentkező heves esőzések, a hőmérséklet emelkedése, a szárazság, a vízszint emelkedése - ezek a tényezők a megnövekedett látogatószámmal együtt vezethetnek az említett végkifejlethez.

Jó példával szolgálhat Bécs városa, ahol a kutatások szerint a századfordulóig a kánikulai napok száma megkétszereződik, de a város erre tudatosan készülve „zöld” vagy „hűvös”

városként hirdeti magát. Kutatások alapján hozzálátott a már eddig is gazdagon parkosított városban további zöldterületek kialakításához (pl. tetőkön, homlokzatokon), energia-hatékony módszereket alkalmaz az épületek hűtésére, ivókutakat helyeznek el a turisták által leginkább látogatott területeken, fedett pihenőhelyeket alakítanak ki, olyan programok kidolgozását ösztönzik, melyek nem a tűző napon zajlanak.

Hazánkban az elmúlt években a Magyar Tudományos Akadémián kezdődtek meg a témával kapcsolatos kutatások - 2003-2006 között a Változás-Hatás-Válaszadás (VAHAVA) projekt, 2006-2008 között a Klímaváltozás: Környezet-Kockázat-Társadalom (Klíma KKT) projekt -, melyek eredményeként 2008-ban az országgyűlés elfogadta a Nemzeti Éghajlatváltozási Stratégiát (NES). [7] Abban az évben több rendezvény is foglalkozott a NES javaslataival, kötetek, cikkek jelentek meg, szakdolgozatok születtek, de ezek között –egyelőre- nem találunk olyat, mely teljes körűen vizsgálná a turizmusban várható változásokat. Noha sürget az idő: a nemzetközi kutatások szerint a leginkább veszélyeztetett régió a Földközi tenger medencéje, ennek Magyarország a határán van. Ráadásul az ország egyes régiói közül a Sió-Balaton vízgyűjtő területe, illetve az Alföld vízháztartása van és lesz veszélyben, azaz a turizmus szempontjából is alapvető területekről van szó, melyek jövője kérdéses. [4]

Fentiek alapján elengedhetetlen, egy a turizmus területét érintő átfogó kutatás lebonyolítása, ami a szabályozó-rendszer változtatását, az energia-hatékony turisztikai infrastruktúra kialakításának ösztönzését, az utazási szokások változásának szociológiai vizsgálatát, illetve az oktatási programok módosítását egyaránt érintik. [6] Ezt a kutatást tovább nem halogathatjuk, hiszen hiányában képtelen lesz Magyarország turizmusa alkalmazkodni az európai és a világ turizmusában bekövetkező változásokhoz.

FELHASZNÁLT IRODALOM JEGYZÉKE

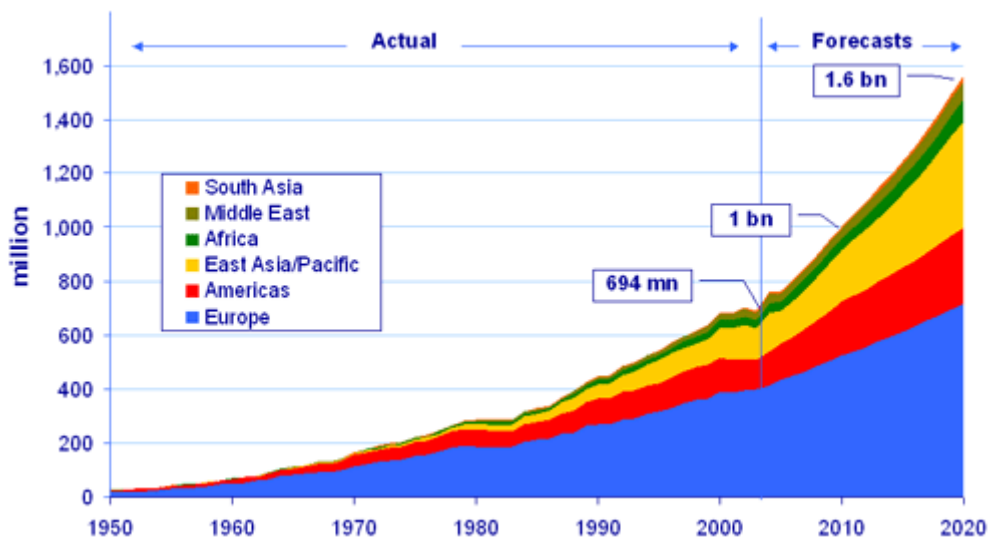
1. Climate Change and Tourism: Responding to Global Challenges, UNWTO Conference, Davos, 2007 UNWTO, Madrid
2. Davos Declaration, UNWTO, Madrid, 2007
3. Djerba Declaration on Climate Change and Tourism , WTO Conference, 2003
4. Harnos Zsolt-Gaál Márta-Hufnagel Levente: Klímaváltozásról mindenkinek, BCE, Budapest, 2008
5. Dr. Jandala Csilla: A turizmus integrált tervezése, Nemzeti Tankönyvkiadó, 1996
6. Dr. Jandala Csilla: A globális felmelegedés hatása a turizmusra, elhangzott előadás a Magyar Tudományos Akadémián, 2008. április 8.
7. Klímaváltozás: környezet-kockázat-társadalom –Kutatási eredmények (szerk. Harnos Zsolt-Csete László), Szaktudás Kiadó Ház, 2008
8. Tourism 2020 Vision, WTO, Madrid, 1997
9. UNWTO Barometer, 2012, UNWTO, Madrid, 2012

MELLÉKLETEK

1. sz. ábra

A nemzetközi turista érkezések régiók szerinti alakulása

1950-2020



Forrás: UNWTO Barometer, 2012

1.sz. táblázat

Nemzetközi turista érkezések régiók szerint (millió)

Régió	1995	2000	2010	2020
Európa	335	390	527	717
Ázsia / Csendes óceáni térség	84	122	242	457
Amerika	111	134	195	285
Afrika	20	27	46	75
Közél-Kelet	14	19	37	69

Forrás: Tourism 2020 Vision,(WTO, 1997 alapján)

2.sz. táblázat

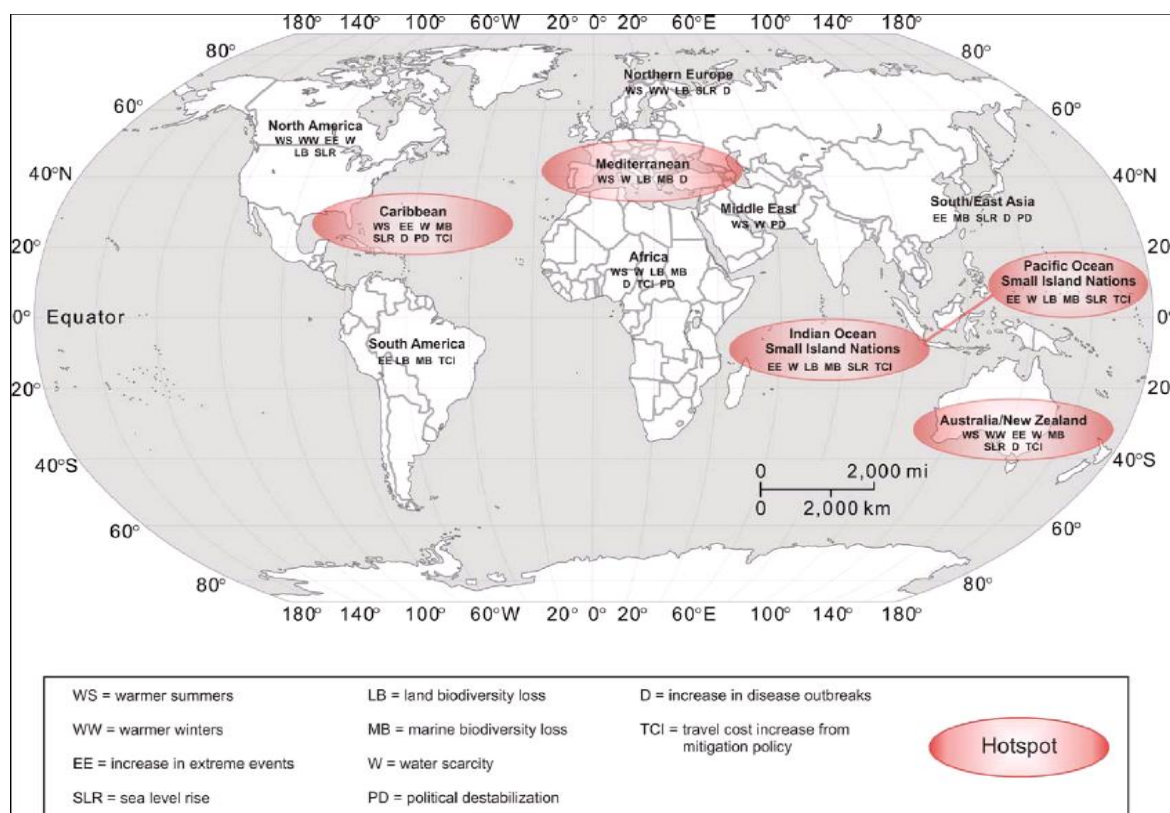
Nemzetközi turista érkezések régiók szerinti megoszlása (%)

Régió	1995	2000	2010	2020
Európa	59,4	56,4	50,3	44,7
Ázsia / Csendes óceáni térség	14,9	17,7	23,2	28,5
Amerika	19,7	19,4	18,6	17,8
Afrika	3,5	3,9	4,4	4,7
Közél-Kelet	2,5	2,6	3,5	4,3

Forrás: saját számítás a Tourism 2020 Vision (WTO, 1997) alapján

2.sz. ábra

A turisztikai desztinációkra gyakorolt hatások



Forrás: Climate Change and Tourism: Responding to Global Challenges, UNWTO Conference, Davos, 2007

3.sz táblázat

A nemzetközi turizmus CO₂ kibocsátása

	CO₂ (millió tonna)	Részarány (%)
Légi közlekedés	517	40
Közúti közlekedés	428	33
Egyéb közlekedés	40	3
Szálláshelyek	274	21
Egyéb szolgáltatások	45	3
ÖSSZESEN	1.307	100
Világ összesen	26.400	
Turizmus részaránya	4,95%	

Forrás: UNWTO –IPPC, 2005, In:Climate Change and Tourism: Responding to Global Challenges, UNWTO Conference, Davos, 2007 nyomán

4.sz. táblázat

A Párizs-Strasbourg közötti utazás széndioxid-kibocsátása

Közlekedési eszköz	CO₂ kibocsátás (kg/fő)
TGV gyorsvonat	1,2
Villany-vonat	19,5
Diesel-vonat	44,3
Személygépkocsi	51,2
Repülő	70,2

Forrás: UNWTO –IPPC, 2005, In:Climate Change and Tourism: Responding to Global Challenges, UNWTO Conference, Davos, 2007 nyomán

FENNTARTHATÓSÁGI ÉS FEJLESZTÉSI KÉRDÉSEK A MAGYARORSZÁGI TURISZTIKAI KKV SEKTORBAN

Sustainability and development issues of SMEs in the tourism sector in Hungary

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

Due to an international project has an excellent possibilities as to be able to assess in Hungary SMEs in the tourism sector, for participation in projects, relationships with professional organizations, relationship to sustainability attitudes, trainees the possibility of using and the impact of company on quality of life. It provides, among other things, to our country in order to become comparable with other countries, as the project partners the same questionnaire (on-line questionnaire) was filled out. Thus, we become a comprehensive picture of the international practice.

Összefoglaló

Egy nemzetközi projektnek (KNOWNET) köszönhetően lehetőségünk nyílt arra, hogy felmérjük Magyarországon a turisztikai kis- és középvállalkozások helyzetét, több témakört is érintve, mint például a fenntarthatóság, a versenyképesség, a pályázatokon való részvétel, fejlesztés és életminőség

kérdésköre. A kutatás célja az volt, hogy felmérjük és képet kapjunk a turisztikai kis- és középvállalkozások helyzetéről, szerepéről az Európai Unió egyes országaiban. A nyolc ország részvételével⁸⁹, azonos metodikával végzett kutatás így komparatív analízisre is lehetőséget teremtett, mert a projektben részt vevő partnerek ugyanazon kérdőívet használták a helyzetképük feltárására. A kutatás 2012 februárjától 2012. május végéig zajlott és ezen időszak alatt 100 értékelhető kérdőív született (elektronikus kérdőív).

1. A turisztikai KKV-k Magyarországon

Magyarországon közel 550.000 vállalkozás található, melyből a kis-, és középvállalkozások részaránya 99,9%, mely nagyon magas, ebből 94,2% a mikro vállalkozások aránya. Magyarországon a KKV-k hozzájárulása a foglalkoztatáshoz 71,7%, míg az európai átlag 66,9%.⁹⁰

A Turizmus Szatellit Számla adatai alapján (2007-es adat a legfrissebb) a turizmus GDP-hez való hozzájárulása 5,9%, továbbá 323.000 alkalmazottat jelent a turisztikai szektorban (Magyar Turizmus Zrt, 2011). Magyarországon 2011-ben a turizmus devizaegyenlege 2,2 milliárd euro volt, ami 2010-hez képest csak minimális mértékben növekedett (0,9%) (Magyar Turizmus Zrt, 2011). A vendéglátóhelyek száma 2001-től 2007-ig folyamatosan emelkedett, 2007-ben 57.171 egységet számolhattunk (2001-ben 52.027 egység), viszont ettől az évtől kezdődően ez a szám fokozatosan csökkent, 2011-ben 55.730 vendéglátóegység található. A legjelentősebb csökkenés 2008-ról 2009-re következett be, több mint 10.000 étteremmel és büfével lett kevesebb.⁹¹ A csökkenés okai között szerepelhet a gazdasági világválság, a belföldi kereslet csökkenése, továbbá a nem megfelelő földrajzi elhelyezkedésük, de ennek okait célirányos vizsgálatok, pontosabb elemzések magyarázhatnák meg.

2. A kutatás eredményei

⁸⁹ Franciaország, Belgium, Olaszország, Ausztria, Törökország, Szlovénia, Románia, Magyarország

⁹⁰ http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/files/countries-sheets/2010-2011/hungary_hu.pdf (letöltés dátuma: 2012.09.23)

⁹¹ http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_oga007.html (letöltés dátuma: 2012.09.23)

Ahogy a bevezetőben is említettük, Magyarországon az adatgyűjtés elektronikus kérdőív kitöltésével történt 2012. február 1. és 2012. május 31. között, melyet a VIMOSZ (Turisztikai és Vendéglátó Munkaadók Országos Szövetsége) a KKV-ház regisztrált tagjainak küldtük ki, továbbá a Turizmus Bulletin online hírlevelében is megjelentettük. A kiküldött kérdőíveket 100 kis-, és középvállalkozás töltötte ki, de a kapott minta nem tekinthető reprezentatívnak és az elemszám is kevés. A 100 vállalkozásból 32 vendéglátással, 24 szállásadással, 8 utaztatással, 10 helyi térségi programszervezéssel, 26 egyébvel (többek között szőlő és borkészítőként turisztikai szolgáltatásokkal foglalkozó; agrárvállalkozás; helyi termékeket előállító; hátránnyal élők foglalkoztatója) foglalkozik.

Ahogy a kutatásból kiderült, az összes megkérdezett vállalkozás magyarországi székhelyű, 84%-uk magánvállalkozás, tevékenységi körüket tekintve pedig 38%-uk vendéglátással foglalkozik. Legnagyobb részük, 40%-a a megkérdezett vállalkozásoknak legfeljebb 10 millió Ft-os bevétellel rendelkezik, 36%-uk maximum 50 millió Ft-os bevételt realizált 2010-ben. A turizmus szezonális volta miatt az idényjelleggel dolgozók aránya több, mint 50%.

2.1. Helyi vállalkozások támogatása

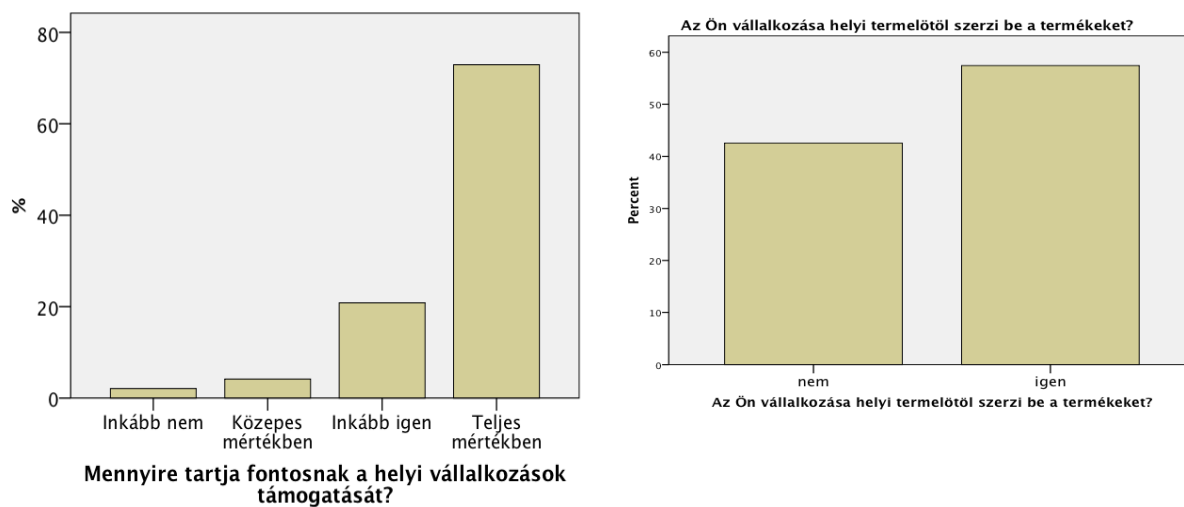
A megkérdezett vállalatok 92%-a fontosnak tartja (teljes mértékben, inkább igen válaszok) a helyi vállalkozások támogatását, ugyanakkor csupán 54%-uk szerez be helyi termelőtől termékeket (azok között, akik fontosnak tartják is csupán 59% szerez be helyi termelőtől) (1. ábra).

Ebből arra következtethetünk, hogy pillanatnyilag nincs elegendő termelő és termék. A sztenderd minőség és mennyiség ma még nem garantálható, csak alakulóban vannak azok a szervezeti struktúrák, (magánszektor, civilek, állami) melyek a hálózat építést generálni tudnák, szervezni, irányítani, szakmai tanácsadást végezni. Szerencsére viszont egyre több turisztikai rendezvény, esemény létezik, ahol megjelennek a helyi termelők és szolgáltatók mint például: a Mangalica fesztivál több vidéki településen is (pl. Székesfehérvár, Debrecen), a Budavári bor-, pálinka-, sör-, libamáj-, kolbász-, csokoládé fesztivál, a Csabai kolbászfesztivál, Nagyszakácsi, amelyek viszonylag nagy számúak és mostanra már országos vagy határon túli ismertségre is szert tettek, némelyik a

gasztronómia témakörében. Az ilyen eseményeken, fesztiválokon a helyi termelők és szolgáltatók szorosabb együttműködése jó irányba alakul, hogy a vállalkozások nagyobb bevételre tegyenek szert, illetve termékeiket/szolgáltatásikat is népszerűsítsék.

Azt tudjuk a statisztikai adatokból is, hogy a KKV szektor a legnagyobb munkahelyteremtő, amely napjainkban egy nagyon fontos kérdés és az aktuális gazdaságpolitika is ezt próbálja szolgálni. Miért jó helyi termelőket/terméket választani/vásárolni? A válasz egyszerű: ellenőrizhető, nyomon követhető, friss, és személyes kapcsolat alakul ki a termelő és fogyasztó között. Egyre több olyan kezdeményezés létezik, ahol a helyi termékeket igyekeznek előnybe hozni a távol megtermelt élelmiszerekkel szemben, amit gyakran drágán és környezetszennyező módon szállítanak (pl. "Nulla kilométer", helyi termékeket áruló boltláncok). Ha helyi élelmiszereket választunk, akkor a kereslet és bevétel növekedés hatására munkahelyek teremődhetnek, melyek jövedelmet gerjeszhetnek, tehát multiplikátor hatást indukálnak. Ennek nyomán a helyi élelmiszerláncok kialakulásának is nagyobb esélye van. A fentiekben leírtak mindegyike fontos a fenntarthatóság és versenyképesség illetve a "terrior" típusú termékek (kulturális örökség, természeti adottságok, helyi ízek sokfélesége,) szempontjából.

Helyi vállalkozások támogatása és termékek beszerzése



Forrás: saját szerkesztés

2.2. Pályázatokon való részvétel, fenntarthatóság, jövőkép

A megkérdezett vállalatok 53%-a szokott pályázatokon részt venni, ezek leginkább támogatással (a pályázók 46%-a jelölte meg) és beszerzéssel (a pályázók 12%-a jelölte meg) kapcsolatos pályázatok.

A megkérdezett vállalatok 59%-a ismer speciálisan fenntarthatósággal kapcsolatos pályázatokat, de mindössze 35%-uk szokott ilyen pályázatokon részt venni.

A vállalatok fenntarthatósággal kapcsolatos véleményének feltérképezésére az alábbi kérdéseket tettük fel:

1. Mennyire felel meg a vállalat a fenntarthatóság szabályainak?
2. Mennyire fontos a vendégkörének a fenntarthatóság? Mennyire környezettudatosak a vendégei?
3. A környezet állapota, a fenntarthatósági szempontok milyen szerepet játszanak a vendégek

utazással kapcsolatos döntéseiben?

4. Mennyire észrevehetőek és hasznosak a fenntarthatóságért tett lépések eredményei?

A válaszadók saját maguk fenntarthatóságának megítélését és vendégeik környezettudatosságát (1. és 2. kérdések) egy ötfokozatú skálán értékelték, ahol 1 az ‘egyáltalán nem’, 5 pedig a ‘teljes mértékben’ választ jelölte (1. táblázat).

1. táblázat

A vállalkozások fenntarthatósága és a vendégkör környezettudatossága

	Mennyire felel meg az Ön vállalkozása a fenntarthatóság szabályainak?	Mennyire fontos az Ön vendégkörének a fenntarthatóság? Mennyire környezettudatosak a vendégeik?
--	---	---

N Valid 96 98

Hiányzó 4 2

Átlag	3,29	3,12
Standard hiba	,094	,095
Medián	3,00	3,00
Módusz	4	3
Szórás	,917	,944
Variancia	,840	,892
Terjedelem	4	4
Minimum	1	1
Maximum	5	5

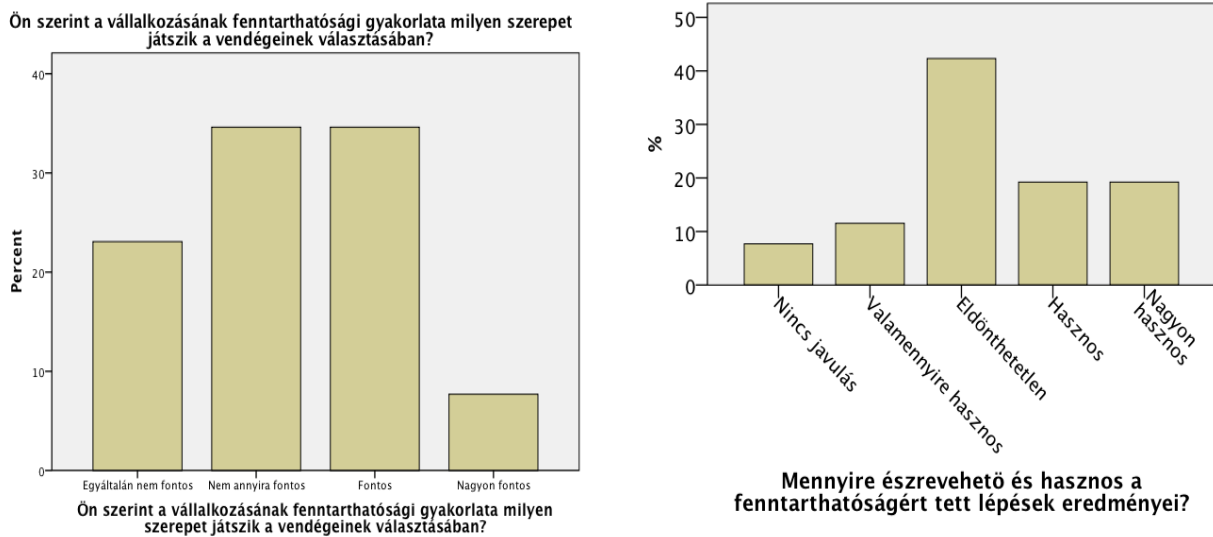
Forrás: saját szerkesztés

Az 1. táblázat kiemelt adataiból látszik, hogy a vállalkozások saját magukat kicsit jobbra értékelik, mint a vendégek elvárásait, tehát elmondható, hogy a válaszadók szerint saját vállalkozásuk jobban megfelel a fenntarthatóság szabályainak, mint amennyire azt a vendégek szerintük elvárják.

A fenntarthatóságért tett lépések eredményeinek osztályozásakor csaknem szimmetrikus eloszlásokat kaptunk:

2. ábra

Fenntarthatóság gyakorlata és eredménye



Forrás: saját szerkesztés

A fenntarthatósági gyakorlat szerepe a vendégek választásában kissé a 'nem fontos' válaszok irányába, míg a fenntarthatósági lépések hasznosságának eredményei kis mértékben a 'hasznos' válaszok irányába tolódott.

Összességében elmondható tehát, hogy a hazai KKV-k egy része már figyel a környezettudatosságra, bár a fenntarthatóság értelmezése nem egyezik a világ turizmusában élen járó szolgáltatóival, mert

annál lényegesen szűkebb. Sajnos a megkérdezett vállalkozások vendégeinek választását még kevésbé, vagy alig befolyásolják az ilyen irányú törekvések. Vélhetően ez függ a megkérdezett vállalkozások típusától (pl. szálloda, étterem, boros pince) és a látogatók motivációjától is. Napjainkban ugyan egyre több látogatót jellemez a környezettudatosság, de még mindig nem mondható el az, hogy széles körben jelen lenne a látogatók részéről a fenntarthatóság, környezettudatosság szemlélete, mert ez még mindig szűk kört érint Magyarországon. Ez ékes bizonyítéka annak, hogy nálunk döntő módon még mindig a klasszikus tömegturizmus formái és fajtái az uralkodók és a Niche szegmensek sajnos nincsenek jelen a hazai piacon. A megkérdezett vállalkozások jellege (mint pl. szálloda, étterem stb.) alapvetően meghatározza a vendégkört, így a fenntarthatósághoz való hozzáállást is.

A konkrét, fenntarthatóságért tett lépések megoszlását az alábbi táblázat tartalmazza:

2. táblázat

Fenntarthatóságért tett lépések

	Válaszok		Az esetek százalékában
	N	Százalék	
Szelektíven gyűjtjük a hulladékot	68	35,4%	73,9%
Energiatakarékos izzókat használunk	76	39,6%	82,6%
Fenntarthatósági lépés Napkollektort használunk	4	2,1%	4,3%
Felhívjuk a vendégek figyelmét erre	26	13,5%	28,3%
Egyéb	18	9,4%	19,6%
Total	192	100,0%	208,7%

Forrás: saját szerkesztés

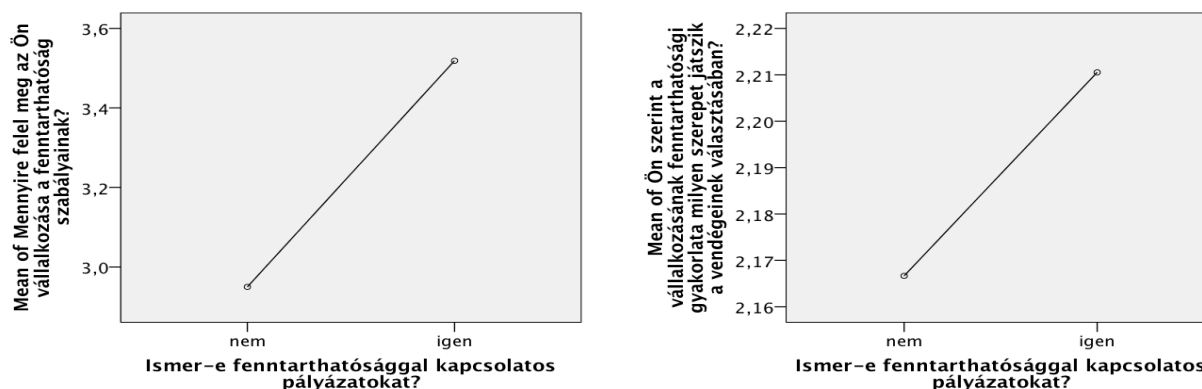
A 2. táblázatból látható, hogy leggyakoribbak az alacsony beruházási költségű intézkedések: az energiatakarékos izzók használata és a szelektív hulladékgyűjtés, mely kiindulásnak nagyon jó. Bízunk benne, hogy a fenntarthatóságért és környezetért az elkövetkezendő időszakban még többet tudnak tenni a vállalkozások és rajtuk keresztül vagy éppen velük együtt a látogatók is.

Megvizsgáltuk azt is, hogy a fenntarthatósággal kapcsolatos pályázati lehetőségek ismerete/pályázás kapcsolatban állnak-e a fenntarthatóságnak való megfeleléssel (1-4 kérdések):

Az első (ANOVA: $df=1$, $F=9,572$, $sig.=0,003$) második (ANOVA: $df=1$, $F=6,908$, $sig.=0,010$), és negyedik (ANOVA: $df=1$, $F=7,909$, $sig.=0,007$) kérdés esetén találtunk kapcsolatot a fenntarthatósági pályázatok ismeretével. Érdekes, hogy a pályázatokon való részvétel esetén pedig csak a harmadik (ANOVA: $df=1$, $F=14,287$, $sig.=0,001$) kérdés esetén találtunk kapcsolatot, ezeket a 3. és 4. ábrán láthatjuk.

3. ábra

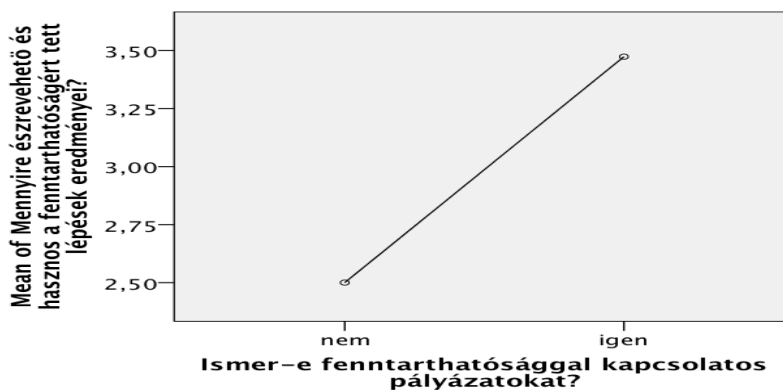
Fenntarthatósággal kapcsolatos pályázati lehetőségek és a fenntarthatóságnak való megfelelés



Forrás: saját szerkesztés

4. ábra

Fenntarthatóságért tett lépések eredményei



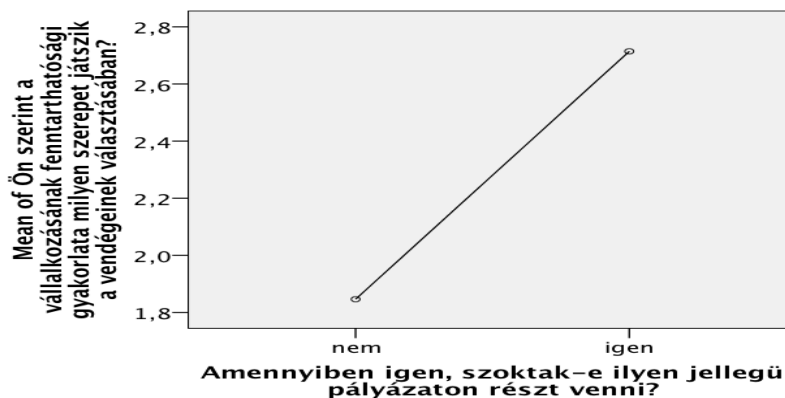
Forrás: saját szerkesztés

Azon megkérdezett vállalatok, akik ismernek ilyen pályázatokat, inkább megfelelnek a fenntarthatóság szabályainak. Az ő vendégkörüknek fontos a fenntarthatóság, valamint ezen vállalkozások szerint észrevehetőek és hasznosak a fenntarthatóságért tett lépések is.

Azon megkérdezett vállalatok szerint, akik részt vesznek fenntarthatósági pályázatokon, a fenntarthatósági gyakorlat nagyobb szerepet játszik a vendégek preferenciájában:

5. ábra

A vállalkozások fenntarthatósági gyakorlata és a vendégek választása



Forrás: saját szerkesztés

Azok a megkérdezett vállalkozások, akik úgy ítélik meg, hogy a vendégeiknél szerepet játszik a fenntarthatóság, azok tesznek lépéseket a vállalatuk fenntarthatósága érdekében, melyeket eredményesnek, észrevehetőnek ítélnék meg. A pályázati lehetőségek és ennek ismerete kérdéskörből kiderült, hogy nagyobb részük tud és ismer fenntarthatósággal kapcsolatos pályázatokat (59%), de sajnos nem jellemző a vállalkozásokra, hogy pályázzanak. Legtöbben forráshiány miatt nem rendelkeznek még a minimális tőkével sem ahhoz, hogy felérjenek ezekhez a pályázati lehetőségekhez vagy sok esetben nincs megfelelő pályázat sem. Ezen mindenképpen változtatni kellene, hisz Magyarországon nagyon sok KKV létezik, melyeknek a túlélésük érdekében fontos lenne, hogy fejleszteni tudjanak azért, hogy költséghatékonyabban működjenek (pl. energia megtakarítás miatt), ezáltal növekedjen a bevételük, profitjuk, ami az államnak is többletbevételt jelentene.

2.3. Fenntarthatóság és jövőkép

A válaszadók fenntarthatóságnak való megfelelése (1-4 kérdések) és a jövőkép megítélése között az első (Mennyire felel meg a vállalat a fenntarthatóság szabályainak?), és negyedik (Mennyire fontos a vendégkörnek a fenntarthatóság? Mennyire környezettudatosak vendégei?) kérdés esetén találtunk pozitív irányú korrelációs kapcsolatot mind az ország ($R=0,389$, $N=96$, $\text{sig.}=0,000$; $R=0,252$, $N=96$, $\text{sig.}=0,013$), mind a saját vállalkozás ($R=0,204$, $N=96$, $\text{sig.}=0,046$; $R=0,276$, $N=98$, $\text{sig.}=0,006$) és mind a jelenlegi és jövőbeli gazdasági helyzetének megítélésével.

Tehát azon válaszadók felelnek meg leginkább a fenntarthatóság szabályainak, akik pozitívabban ítélik meg az ország és saját maguk gazdasági helyzetét.

A vállalatok fenntarthatósági pályázatokon való részvétele, és a jövőkép megítélése közötti összefüggést vizsgálva azt mondhatjuk, hogy azon vállalatok, akik nem ismernek ilyen pályázati lehetőségeket, negatívabbnak ítélik meg az ország jelenlegi és jövőbeli helyzetét (ANOVA: $df=1$, $F=11,28$ $\text{sig.}=0,001$).

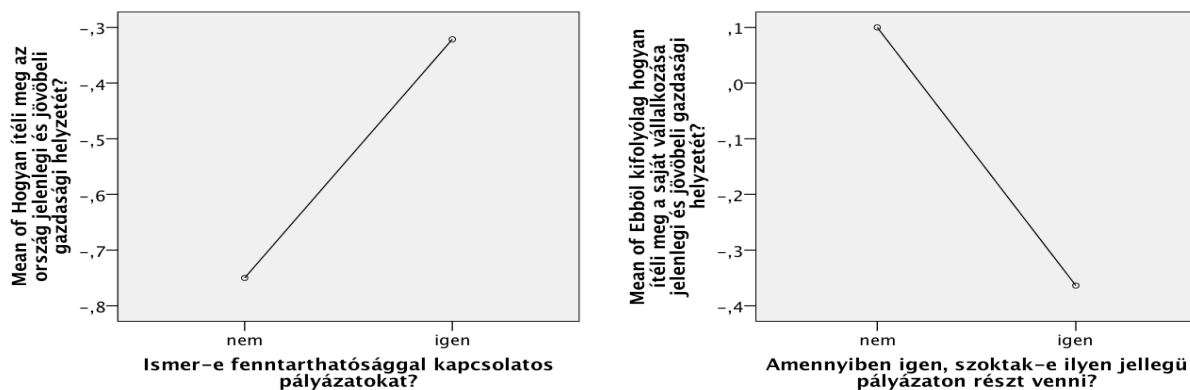
Viszont az is elmondható, hogy azon vállalatok, akik ténylegesen részt is vesznek ilyen jellegű pályázatokon, negatívabbnak ítélik saját vállalkozásuk gazdasági helyzetét (ANOVA: $df=1$, $F=7,2414$, $sig.=0,008$), ami nagyon elgondolkodtató. Leginkább azért szoktak pályázni a vállalkozások, hogy fejlesszenek, vagy azért mert mennyiségi vagy minőségi változásokat szeretnének eszközölni, melyhez általában egy minimális összegre szükségük van. A pályázatokon való induláshoz általában önrész szükséges, ezért a pályázni akaró vállalkozások jelentős százaléka kiesik, így csak egy kis része a vállalkozásoknak azok, akik képesek pályázni. A negatív megítélés véleményünk szerint annak az eredménye, hogy a fejlesztések hatására sem tudtak vendégszám, továbbá bevétel növekedést produkálni, vagy esetleg nem elegendő a fejlesztéshez szükséges támogatási összeg mértéke sem. Fontos lenne a megfelelő szaktudás, szakértelem, piaci ismeret, konkurencia ismerete, továbbá a nemzetközi trendek ismerete ahhoz, hogy látványos eredményeket érhessenek el a vállalkozások.

Sajnos a pályázati lehetőségektől függetlenül is pesszimisták a vállalatvezetők várakozásai mind a magyar gazdaság, mind a saját vállalkozásuk helyzetével kapcsolatban (2012. harmadik negyedévben pesszimistábbak, mint 2012. második negyedévében) - derült ki egy 800 cég megkérdezésével zajló 2012. szeptember második felében tartott kutatásból, a Policy Agenda és az OTP Bank felméréséből. A cégvezetők 60%-a számít arra, hogy 2012. második felében romlani fog a magyar gazdaság helyzete (a megkérdezettek 53 százaléka számol saját cég pozíciójának romlásával). A vállalatvezetők közel 60%-a vélekedett úgy, hogy a bizonytalan jövő szinte ellehetetleníti vagy nagymértékben korlátozza a beruházások tervezését és megvalósítását. Úgy vélik továbbá, hogy a finanszírozási nehézségek, a magas hitelkamatok, az elégtelennek ítélt belföldi kereslet közepes mértékben hátráltatja a beruházásaikat. 54% gondolta úgy, hogy a banki hitel felhasználásával képesek a cégek, versenytársak fejleszteni. Kevesebben voltak azok, akik szerint többnyire saját forrás szolgáltatja a pénzügyi alapot az ágazatukban megvalósuló beruházásokhoz, kiegészülve bankhitellel, illetve EU-s pályázati pénzzel.⁹² Ezekből az adatokból is egyértelműen látszik, hogy nehéz helyzetben van a hazai KKV szektor, melyre megoldást kell találni.

6. ábra

⁹² http://www.turizmus.com/cikk/index/1/10002/turizmus_hirek/21466 (letöltés dátuma: 2012.10.15.)

Az ország és a saját vállalkozás helyzetének, jövőjének megítélése



Forrás: saját szerkesztés

2.4. Fejlesztések és beruházások

A válaszadók 84%-a fejlesztett az elmúlt évben, melyek közül a leggyakoribbak az információs rendszer (válaszok 28,9%-a), a berendezések korszerűsítése (válaszok 28,9%-a) és az épület felújítása (válaszok 26,3%-a) típusú fejlesztések voltak. Finanszírozás tekintetében leggyakoribb a fejlesztés önffinanszírozása (válaszok 67%-a), ez szintén alátámasztani látszik a 2.2. részben tett feltételezésünket, mely szerint nincs elegendő és megfelelő pályázati lehetőség a KKV-k számára, a banki hitelezés szinte teljesen megszűnt, továbbá a vállalkozások likviditása nem megfelelő.

Vizsgáltuk továbbá a fejlesztéseknek/beruházásoknak a pályázatokon való részvétellel/pályázatok ismeretével, valamint a jövőkép megítélésével való kapcsolatát is, de egyik esetben sem találtunk statisztikailag szignifikáns kapcsolatot. Általános tapasztalat, hogy a pályázati kiírások vezérlik a fejlesztési elképzeléseket, ezek meghatározó módon beruházásokhoz, felújításokhoz kötődnek, viszont alig vannak olyan lehetőségek, amelyek a szakmai professzionalizmust (minőségi, versenyképesség, innováció) támogatnák, amelyek a nemzetközi trendek ismeretére, az azokhoz való igazodást szolgálnák.

3. Összefoglalás

Ahogy azt már a tanulmányunkban is említettük, a beérkezett válaszok alapján sajnos nem vonhatunk le általános érvényű következtetéseket, mivel a mintánk jelen pillanatban nem tekinthető reprezentatívnak, illetve az elemszám sem megfelelő nagyságú.

A visszaérkezett válaszok alapján megállapítható, hogy az összes megkérdezett vállalkozás 84%-a magánvállalkozás, tevékenységi körüket tekintve 38%-uk vendéglátással foglalkozik, de fontos még a szállásadással, borral, agrártermeléssel való vállalkozások jelenléte is. Sokan, több mint 50%-ban idényjelleggel dolgoznak az egyes vállalkozásokban.

A jelen tanulmány főbb témakörei a következők voltak: vállalkozások támogatása, pályázatokon való részvétel, fejlesztések, fenntarthatóság, jövőkép. Összességében megállapíthatjuk, hogy a pályázatokon való részvétel nem túl jó, mindössze 53% (35% fenntarthatósággal kapcsolatos pályázaton vesz részt). Sok vállalkozásnak lenne szüksége támogatásra. A pénzügyi források megléte egy dolog, de a szakmai tudás és piaci marketingre nincsenek források, melyből fejleszteni tudnák vállalkozásaikat. Ehhez kellenének azok az intézkedések, melyekkel lehetősége lenne több vállalkozásnak a pályázatokon való részvételre, továbbá fontos lenne bővíteni a pályázatok számát és körét is. Mivel a belföldi kereslet folyamatosan csökken (a kereskedelmi szálláshelyek vendégforgalmát kivéve, amelyek csak volumenek, de a jövedelmezőség ez esetben is romló tendenciájú) és ezen az új kezdeményezések (SZÉP kártya) is csak finomítani tudnak, alapvető feladat lenne a nemzetközi piacon való megjelenés. Ehhez viszont nélkülözhetetlen a nemzetközi trendekre és az egyes piacok igényeinek megfelelésre való felkészítés és felkészülés.

Ugyan a megkérdezett vállalkozások jelentős része (92%-a) fontosnak tartja a helyi vállalkozások támogatását, de mindössze 54% az, aki helyi termelőtől szerzi be a termékeket, melyre megoldás lehetne a megfelelő együttműködés a helyi szolgáltatók között, továbbá célirányos, hatékony, közösségi marketing.

Egyre többen figyelnek a hazai vállalkozások közül a környezettudatosságra, ugyanakkor a vendégeik motivációit ez kevésbé befolyásolja, mely függ az adott vállalkozás tevékenységi körétől, továbbá a

vendégek érdeklődésétől. A vállalkozások átlagban 4-re értékelték azt, hogy megfelelnek a fenntarthatóság szabályainak, ami leginkább abban mutatkozik meg, hogy energiatakarékos izzókat használnak és szelektíven gyűjtik a szemetet.

A megkérdezett vállalkozások jelentős része, 84%-a fejlesztett az elmúlt évben, melyek közül a leggyakoribbak az információs rendszer, a berendezések korszerűsítése és az épület felújítása típusú fejlesztések voltak, melyet 67%-ban saját maguk finanszíroztak. A felmérés alapján állíthatjuk, hogy nem megfelelőek a pályázati kiírások, nem megfelelő a feltételrendszer, nem illeszkedik a vállalkozások szükségleteihez.

A kutatást folytatjuk, és célunk az, hogy minél több vállalkozó, vállalkozás véleményét megismerhessük a leginkább őket érintő kérdésekben és az eredményeket tudományos publikációkban, előadáson megoszthassuk az érintettekkel, a szakmai és civilszervezetekkel és a döntéshozókkal egyaránt.

Felhasznált irodalom

Dr. Csilla Jandala, Dr. Pál Gubán, Béla Zsolt Gergely, Borbála Gondos, Judit T. Nagy Knownet, European Tourism SMEs and Sustainable development: Building a European Network for Tourism, Synthesis report, 2011

Dr. Jandala, Csilla (2004) Főiskolai jegyzet, Harsányi János Főiskola, Budapest

Központi Statisztikai Hivatal: http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_oga007.html (letöltés dátuma: 2012.09.23)

Turizmus Szatellit Számla adatai: Turizmus Magyarországon 2011, Magyar Turizmus Zrt kiadványa

http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/files/countries-sheets/2010-2011/hungary_hu.pdf (letöltés dátuma: 2012.09.23)

http://www.turizmus.com/cikk/index/1/10002/turizmus_hirek/21466 (letöltés dátuma: 2012.10.15.)

TOURIST UTILIZATION OF THE BUILT HERITAGE OF TOTALITARIAN REGIMES – ATRIUM (GYŐR, HUNGARY)

A GYŐRI SZOCREÁL ÉPÍTÉSZETI ÖRÖKSÉG TURISZTIKAI LEHETŐSÉGEI – ATRIUM

Dr. Fekete Máttyás PhD, főiskolai tanár (EDUTUS Főiskola, Turizmus Tanszék)

Matyas FEKETE PhD, College Professor (EDUTUS College, Tourism Department)

Our fundamental object is to explore and describe the tourist possibilities based on the selected objects and locations so that the main subject of the project, the introduction of the architectural monuments of the totalitarian regimes of the 20s century increases the tourist traffic to the locations of the project. For this the areas and buildings are given, they should be „fluffed” and made „servable”.

It is an old golden rule that the most beautiful natural wonder, the most intimate little settlement, the most special architectural production is not enough by itself to be a tourist scenic spot. We have to organize

- their accessibility,
- the visit and introduction of the feature on the spot and
- the connecting service background as well, together with its material and personal conditions.

Supporting on all of them we have to utilize the possibilities provided by the tools of tourism marketing in order to make so called tourist production from the sights and information which will be brought to the market and sold off. *Tourism marketing* means the harmonized market

oriented and so market-conform and social activities and processes of the tourist enterprise, organisation or the whole destination.

Who is to be, who can be the host, the main moving power of the product development? Generally it is given in only few places. For example in Győr, there is a foundation dealing with tourism, there is Tourinform, there is an official at the government, but I have to hazard that note that professionalism, thinking in product, consequently the organization of tourism as central aim are missing. The problem is old standing, I might as well say, and it is several decades old. Its roots are hidden in aspectual and financial causes, traditionalism unfortunately has more negative effect on it than positive ones on other fields. This is why the project requires an own organizational background to be established because presently there is no person or institution supported by the municipality for undertaking the operation of the project. Last years it became fashionable to mention the TDM organizations. It could be a good solution also in Győr to establish and operate properly this tourist destination management (TDM) organisation but the emphasis – it should be particularly noted – should be put on professionalism which cannot be without the real participation of the municipality both in activities and financial funding, as well as regional outlook beyond the borders of the town, properly harmonized with the settlement geographic authority of the town.

Geographic location of Győr, considering the Budapest-Vienna-Bratislava triangle, can be said ideal. Accessibility has the less problem. Győr can be approached on road and by train well, the Péter Airport is quite near, only water communication is not utilized.

The tourist infrastructure of Győr can be considered properly developed, the places of accommodation and the catering supply is quite wild-scaled. A good background is provided by the rich cultural and art life, sporting opportunities, thermal and medicinal water treasure, higher educational institutes, religious central state of the town.

It is sorrowful all the same that in spite the above mentioned good conditions there are only few sights and attractions which would be really utilized by the tourism organization!

Generally speaking, emphasizing the presentable character on the spot there is an important factor which should be paid attention to. This is the practical aspect system tourist traffic organization of the attraction locations for the sites of the project:

Primary objects are to guide visitors to the site within the town, to form the proper motivation in them, to receive and introduce the visitors.

Expectations

- easy accessibility, well visible entrance,
- separation of the entrance and exit points for reducing the jam points,
- providing the proper permeability,
- taking the queuing time minimal,
- distinctly visible, easily intelligible, multi-language informational surfaces,
- multi-language verbal information,
- providing the conditions for receiving disabled people.

Queue management

- Place for reducing queues, avoiding long queues, sorting queues as soon as possible (e.g. where booking tickets is possible on the spot, sorting queues as individual visitors, groups, visitors having tickets booked in advance etc.).
- Providing information during queuing (bulletin-boards, information surfaces).
- Providing continuous passing for visitors at cash-desks.

Entrance system

- Facilitating the conditions of continuous visitor flow. Avoiding any repeated ticket validating.
- Efficient management of the visiting masses in peak times.
- Facilitating the conditions of advance booking, establishing the system of jumping the queue.
- Providing for left-luggage, partially for practical, partially from safety reasons.

Information system of reception, preparation for visiting

- The forms and contents of the elements of the information system (tables, printed materials) in the direct neighbourhood of the building and in space of ticket booking should be properly harmonized.
- Permanent, efficient information flow. (Information on the internal order, programs of a church, available services, several times along the visiting path.)
- Providing for the conditions for the efficient group organization (shaping of waiting places, meeting points, e.g. for granted guiding).
- Preparation of visitors for the sight. Introduction of the subject: introduction preparing the visit.

Receiving services

- Providing for sanitary services. The longer the period of residence is, the greater the demand on the local sanitary services is.
- Commercial services with structured supply with an area according to the volume of visitor traffic. Today the possibility purchasing is a fundamental need from the part of tourists.

- Catering. Similarly to the sanitary services, following the increase of the average residence period and the number of programs the demand on the local catering is more and more high.

Depending on the average tourist traffic and the program supply providing a special program organizing agency and cash-desk.

- In case if the institution deals with programmes saleable on the tourist market as well, an organizing agency directly available for the visitors may be required to be established at a permanent place which can be accessed directly from the street with no ticket. (This function is not necessary to be in the same building.)

Movement, control of the visitor's traffic

- Providing for the movement of visitors in one direction. Eliminating the jamming points and providing personal control in narrow areas.
- Forming of clear-cut path, application of physical blockings, indicating the recommended path in the informational materials, walls.
- In small spaces eliminating the resting areas, making the sight-surfaces minimal.
- Before leaving the site present purchasing facility should be established.
- Controlled leaving.

All of the above should be naturally cut to size and objects because the present functions of the selected buildings should be harmonized with the organization of receiving the tourists, it is not reasonable to change the basic functions! The railway station should operate, in the residential buildings families live, etc. It should be solved how the external, passive contemplation could be connected to interactivity and more sights.

Can we make the waiting hall of the railway station of Győr suitable for performing travelogues to visitor groups regularly without crowding out the passengers waiting for trains?

Why could not a railwayman or occasionally railwayman dressed brass and reed band play some of the marches of the relevant ages with the proper announcing for fear that somebody misunderstands the musical repertory? Why could not some period Pullman Cars stand on a side-track with permanent or travelling exhibitions in them? Why could not we present even the history of manufacturing of railway carriages of Győr under colour of the project? In these shows the history would be more than the chain of political events, the industrial history of Győr could return in it – focusing on but not riving the relevant ages from the course of time.

Would it be possible if one flat in one of the socialistic realistic residential district would be a place for exhibitions? Could we win the owners of an adjacent restaurant to a partner in order to demonstrate the forms and meals of the catering of the era there? How could we connect the adjacent public institutions in the system?

Brain storming can be a very useful method so it is worth to be applied for all selected sites. The point is to give interesting experiences to the tourists which they can remember and which can be told other people. The main point of tourism is obtaining experience, the course goes to the increase in the residence period and growing incomes through the enhancement of it.

It is reasonable to form a route along the interesting sites which can be covered with car, on foot or with public transport vehicles (sightseeing covered wagons) or by bike and information brochures, maps, table systems and course markers can be attached.

The developed routes can take different time. It is reasonable to utilize other attractions, facilities and possibilities of the town keeping the main line of the project, that is do not adhere only to the architecture. The advantage of the use of supplemental supply elements is dual. On one hand the theme is not so concentrated, the sights and say are fed step by step. On the other hand there are always people who – because of their education, age or sex, etc. – are interested not only in the architecture especially not only the architectural originalities of a

relatively narrow period. Without knowing the age and the historical background the selected object are far not interesting, perhaps it can be seen. There are people who prefer wellness, others are fond of some brands of culture, another group as a gourmand or - God forbid! - tries drinks without end. If each member of a family finds the pleasant occupation, he/she would likely return, recommend Győr to the friends.

It is not bad to take note of working in an international project, and due to this fact we have possibilities laying at our feet not only at home but abroad as well to develop a representational tourist route network. In addition to the 1-2-3-day settlement program packs we can work out some packets crossing the borders which assume the close co-operation between the project organizations of the settlements interested in the project. Naturally the international product should be associated with a marketing of international scope and it means the following very important job!

The following and not unimportant element of the tourist utilization is to sell out the composed and priced offer packages. For this the proper channels and partners should be selected both at home and abroad.

Photos:

<http://static.panoramio.com/photos/original/19733965.jpg>

<http://static.panoramio.com/photos/original/15023233.jpg>

http://pctrs.network.hu/clubpicture/6/1/_/gyori_szhaz_61998_450726.jpg

<http://egykor.hu/images/2010/original/gyor-a-szt-istvan-uti-ltp-eszaki-resze.jpg>

http://www.fortepan.hu/_photo/download/fortepan_18429.jpg

<http://egykor.hu/images/2010/original/gyor-gyori-latkep.jpg>

Irodalomjegyzék (Bibliography):

- CZENE ZS. (2002): A kulturális örökség területfejlesztési megközelítése, *Tér és Társadalom*, XVI. évf. 2002/4, 25-38. o.
- CSÁSZÁR L. (2004): Diktatúrák hagyatéka mint idegenforgalmi vonzerő, *Turizmus Bulletin*, 2004/3
- DROMARD C. (1999): A műemlékvédelem és a turizmus kapcsolata, *Turizmus Bulletin*, 1999/1
- ENRIGHT M. J. & NEWTON J. (2005): Idegenforgalmi desztinációk versenyképességének összehasonlítása.; *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szaksajtóból*, BGF KVIF Idegenforgalmi Szakkönyvtár, Budapest, 2005/2
- FEKETE M. (2004): Győr-Moson-Sopron Megye Kézikönyve, Magyarország Régiói – Nyugat-Dunántúl, 13-47. és 80-82. o., CEBA Kiadó, Kaposvár
- FEKETE M. at al. (1998): CEBA Győr-Moson-Sopron Megyei Kézikönyv, CEBA Kiadó-FEKETE M., (szerkesztő és társszerző)
- FEKETE M. at al. (2002): Győr a XXI. század küszöbén, CEBA Kiadó, Kaposvár
- FREY, C. & KASPAR C.(1993): Freizeit, Mobilität und Tourismus aus sozioökonomischer Sicht, FER 136/1993, Schweizerischer Wissenschaftsrat, Bern
- HORKAY N. (2003): Turisztikai márka és márkapolitika a desztináció-menedzsmentben I-II. rész, *Turizmus Bulletin*, 2003/1-2.
- Immateriális Kulturális Örökség Megmentésének Konvenciója, UNESCO MISC/2003/ CLT/CH/14, Párizs, 2003.
- Kulturális Turizmus Kartája, ICOMOS, Brüsszel, 1976.
- Kulturális Turizmus Nemzetközi Kartája, ICOMOS, Mexikó, 1999.
- MICHALKÓ G. (2003): A turizmuselmélet alapjai, Kodolányi János Főiskola, Székesfehérvár
- RÁTZ T. & PUCZKÓ L. (2002): Goethe, Humbert és Odüsszeusz nyomában avagy kulturális utak a turizmusban, *Turizmus Bulletin*, 2002/3
- SULYOK J. (2005): Kulturális turizmus az európai városokban, *Turizmus Bulletin*, 2005/3
- SZABÓ G. (2003): A kulturális örökség védelme és hasznosításának tapasztalatai interregionális együttműködésben: az AVEC-program értékelése, *Turizmus Bulletin*, 2003/4
- TASNÁDI J. (1997): A turizmus szerepe a természet és a kulturális örökség megőrzésében, *Turizmus Bulletin*, 1997/1

MINŐSGMENEZSMENT KÉRDÉSEI A SZÁLLODAI ANIMÁCIÓS TEVÉKENYSÉGBEN

Aspects of quality management by hotel animation / recreation activities

MAGYAR Márton⁹³

college senior lecturer, Edutus College, Tourism Department

University of Debrecen, Károly Ihrig Doctoral School (Management and Business Administration), PhD student

e-mail: magyar.marton@edutus.hu

SUMMARY

Quality management and guest-satisfaction as a consequence of professional business activities became a more and more important part of management functions also in the hospitality industry of the 21st century. It has many areas where the managers and the staff should be careful for the details of providing services, not only in Rooms' Divisions, Sales Department or F&B Department, but also in the field of Hotel Animation / Recreation Activities. Many publications deal with the former spheres, but there can be found so less writings and researches on Animation. Aim of my study is to light up and illustrate some aspects of this topic from this quite newly appeared service-area called Hotel Animation.

Keywords: hotel, animation / recreation, quality, satisfaction, guest

ABSZTRAKT

A minőség-menedzsment és a vendéglégedettség, mint a színvonalas üzleti tevékenységek egyik szükséges velejárója a menedzsment funkciók egyre fontosabb részterületévé vált napjainkra, a 21. század szállodaiparában is. Számos területre bontható, ahol a vezetőségnek és a személyzetnek apró részletekre szükséges figyelnie, nem csak a Rooms' Divisions (recepció, Housekeeping, stb.), a Sales vagy az F&B üzemeység területén, hanem a szállodai animációs szolgáltatások esetében is. Számos publikáció olvasható az előző területekre vonatkozóan, ám az animációra fókuszálva nem

⁹³ Főiskolai adjunktus, Edutus Főiskola, 1037 Budapest, Bécsi út 324, e-mail: magyar.marton@edutus.hu
Debreceni Egyetem, Ihrig Károly Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola PhD hallgatója

igazán találunk ilyen tudományos jellegű írásokat. Tanulmányom célja, hogy rávilágítsak és illusztráljak néhány helyzetet ebből a kevésbé vizsgált szállodai részterületből a minőségorientáltság tükrében.

Kulcsszavak: szálloda, animáció, minőség, elégedettség, vendég

1. Bevezetés, célok

A (szolgáltatás)minőség és a vevő-/vendég-elégedettség menedzsmentje nem csak a kereskedelmi, termelő, ipari szféra gyakran emlegetett fogalmai, hanem a 21. századi szállodaipar menedzsment funkciói között is egyre nagyobb figyelmet kap, mint a professzionálisan működtetett üzleti, vállalkezési folyamatok következményeként létrejövő, dinamikus változásra képes eredmény-faktor.

Több területet felölel a folyamat, ahol a vezetők és a személyzet részéről is egyaránt folyamatosan szükséges a szolgáltatási tevékenység egyes apró részleteire való gondos odafigyelés, nem csak az elsődleges szállodai funkciók (szobakiadás, értékesítés, vendéglátási feladatok) esetén, hanem a szállodai animációs, rekreációs programok alatt is, amelyek ugyan napjainkban Magyarországon még nem képviselnek a (wellness, üdülő) szállodákban különálló szakmai üzemegységet. Ebből a szempontból is elmondható, hogy a szállodai szakmai minőség teljes körű menedzsmentje vezethet csak a vendégek elégedettségéhez, lojalitásához, végső soron a hotel-vállalkozás kedvező piaci megítéléséhez.

Számos publikáció látott már napvilágot, amelyek a fő szállodai tevékenységek minőség-menedzsmentjével foglalkozik, ám a szállodai animációs/rekreációs szolgáltatások minősége, illetve az ebből fakadó vendéglégedettség még kevés szakmai kutatás témája a világban, s ezek is főként a Mediterrán térségből, Görögországból származnak (Glynia és társai).

Jelen tanulmányban is az általános minőségmenedzsment kérdéskörök megvitatásával foglalkozom a szállodai animáció szakmai területére vonatkoztatva.

2. Alapfogalmak

A minőség, valamint a szolgáltatásminőség definiálásával már több szakember foglalkozott.

Az egyik legalapvetőbb fogalom az ISO (International Organization for Standardization; Nemzetközi Szabványosítási Szervezet) szabványokra vezethető vissza, amelyben így határozták meg a minőség fogalmát 1986-ban:

„A minőség nem más, mint a szolgáltatás, illetve termék tulajdonságainak és jellemzőinek összessége, amelyek hatással vannak a termék/szolgáltatás azon képességére, hogy kifejezett vagy elvárható vevői/felhasználói igényeket, elvárásokat kielégítsen”. (ISO 8402-1986, 3.1).

Vagyis konkrétan az ISO minőségirányítási rendszerekben a minőség akkor alakul ki, ha az igényeket ki tudja elégíteni adott szolgáltatás, vagy termék. Ebből fakad, hogy beszélhetünk szubjektív értelemben mért jó, rossz, kielégítő, stb. minőségről, vagyis a minőség mindenféleképpen létrejön.

Az 1987. évben alakították ki az ISO 9000 szabványsorozatot, amelynek részei az ISO 9001, 9002, 9003 és 9004 szabványokat. A sorozatot 7 évvel később (1994-ben), majd 2000-ben is felülvizsgálták, elősegítve az értelmezést, és jobban hangsúlyozva a minőségbiztosítás megelőzési vonásait.

Az ISO fogalmához hasonló, mégis másabb értelmet adott a minőségnek Tomcsányi: „A minőség ... a szolgáltatás hasznosságát meghatározó tulajdonságok együttes hatásfoka. A hasznosság mértéke a fogyasztói értékítélet.” (Tomcsányi, 1994, p. 181.)

Mindezzel párhuzamosan, Amerikában egy minőségellenőrzési kézikönyvben ezzel a fogalommal találkozhatunk, amely a folyamatelemzésre helyezi a hangsúlyt: „A minőség mindazon terméktulajdonságokat jelenti, amelyek kielégítik a vevői igényeket, s így vevőelégedettséget eredményeznek.” Egy másik megfogalmazásban pedig „A minőség szabadságot jelent a tökéletlenségtől, a hibáktól, melyek a munka újra elvégzését igénylik; valamint megszabadulást a termék romlásától, a vevői elégedetlenségtől, vevőpanaszoktól, stb.” (Juran, 2.1-2.2)

Ez szoros kapcsolatot mutat Veres (2009) megállapításaival, amelyek közül az egyik arra irányul, hogy a vevői értékítélet egyaránt lehet objektív és szubjektív, amely sajátossága miatt kevésbé lehet különösen a szolgáltatásokat, mint árukat általánosítani, sztenderdizálni. A minőség mivel nem csak mérhető paraméterekkel jellemezhető (például hány fő vendég vett részt adott animációs programon), hanem nem-mérhető elemekkel is (mennyire vált boldoggá / elégedetté a vendég az animációs programok közben, hatására), emiatt a vizsgálata, hatásvizsgálata, valamint menedzselése nem egy egyszerű folyamat.

További szakirodalmakat is áttekintve egyértelműen megállapíthatjuk, hogy a minőség megfelelő alakulása maga után vonja a vevő/vendégelégedettség kialakulását.

Oliver, R. L. (1981) meghatározása a kereskedelmi árukkal kapcsolatban kialakuló elégedettségre összecseng Tse, D. K. és Wilton, P. C. (1988) vevői elégedettség keletkezéséről alkotott gondolataival, melyek szerint az elégedettség a szolgáltatás igénybevétele után kialakuló válasz-reakció az előzetes elvárások és a tapasztalt szolgáltatás közti eltérésre (Kandampully – Mok – Sparks 2001: 104), amely a jó minőség-megítélés kulcsa.

Philip Kotler is a fenti gondolatokhoz hasonlóan határozta meg a definíciót, szintén a kereskedelmi árukra és szolgáltatásokra vonatkoztatva: „Az elégedettség adott személy öröme, vagy csalódottsága, ami egy termék várakozással szemben érzékelt teljesítményének (vagy eredményének) az összehasonlításából származik. Akkor elégedett a fogyasztó, ha a termék megfelel az elvárásainak; ha felülmúlja elvárásait, akkor a vevő nagyon elégedett; elégedetlen viszont, ha a termék nem felel meg az előzetes elvárásoknak.” (Kotler 2001:238)

A szállodai szolgáltatási szektorban pedig Gardini, M. A. (1999) nevét érdemes kiemelni, aki az elégedettség kérdéskörével az éttermi részleg példáján keresztül foglalkozott. Valójában ő is a szakirodalomból jól ismert GAP-modellre vezette vissza a fogalmat, amely szerint a vendégek elvárásai és tapasztalatai között rések húzódnak, s ezek nagyságának alakulása függvényében beszélhetünk elégedettségről, illetve elégedetlenségről.

3. Minőségmenedzsment sajátosságai a szállodai animációban

Maga a minőségmenedzsment egy átfogó koncepciót jelent, amelynek keretében – a fejlődéstörténetet alapul véve - értelmezhetjük a termék-szabványok kialakítását és betartatását, a statisztikai minőségellenőrzést, a minőségirányítást, a minőségbiztosítást, minőségjavítást. (Varga, 2009)

Mint ahogyan az előzőekben is már említettem, sztandardizálni kissé nehézkes a szolgáltatásokat, így az animátori tevékenységet is, ám mégis szükséges egy ellenőrzés megalapozása miatt. Előre megállapítható például, hogy a nap során mely napszakokban fogunk kínálni a vendégeinknek animációs programokat. Itt a hangsúly a kínálaton van, hiszen a kereslet az változó tud lenni. Azonban a játékprogramokon való részvétel nagysága (kereslet) is előrelelendíthető a megfelelő hatékony toborzási technikákkal, amit „kvázi sztenderdként” a tréningek során az animátorainknak előírhatunk, s elvárhatjuk tőlük a munka során.

Lehetne mérni az animátorok tevékenysége során például azt, hogy hány fő vendéget sikerült mozgósítaniuk az egyes játékprogramokra, ám mivel a játék szabad választás tevékenysége, s több tényező is befolyásolja (például az adott időszakban a szállodában tartózkodó vendégek nemzetisége, s ebből fakadó kulturális sajátosságai, ami a másokkal együtt folytatott tevékenységekben is megnyilvánulhat; vagy a párhuzamosan futó külső fakultatív programokon való részvétel hajlandósága, stb.), ezért még egy napon belül is eltérő eredményeket kaphatnánk. Lehet úgy is mérni a siker mértékét, hogy mennyi a pozitív visszajelzés az animátorok tevékenységéről, ám ez is problémás lehet, hiszen a vendégkönyvbe való bejegyzésekre és a szobai kérdőívek megválaszolására sem feltétlenül egyformán reagálnak az egyes életkori célcsoportokba tartozó, a különböző településformáról érkező, stb. vendégek...

A minőségirányítási rendszerek, középpontjukban a vevői elégedettség kialakítását célzó részfolyamatokkal, a szállodai szférában is értelmezhetőek.

Az 1. ábra áttekintésével elmondható, hogy a szállodai vendégek esetében is megtalálhatók bizonyos jellegű követelmények, elvárások például a Gyermek klub animációs szolgáltatásaival kapcsolatban. Vagyis a szülők szeretnék, ha a gyermekük egy biztonságos, s mindemellett barátságos környezetben tudna egy kedves, mosolygós, segítőkész, kommunikatív és játékos gyermek animátor segítségével kikapcsolódni az üdülés során, akár a nyári szünidő, avagy egy hosszú hétvége, vagy pedig iskolai szünet alkalmával (például tavaszi szünet).

Ezek az elvárások a szolgáltatások minőségi menedzselése során, mint bemenet jelentkeznek, amelyeket prioritásként kell előtérbe állítaniuk a szolgáltatóknak, vagyis a hotel vezetősége számára ezek mint felelős döntési szempontok kell, hogy mérlegelésre kerüljenek egy animátor saját pályázatátása esetén, avagy egy animációs rendezvényszervező cég kiválasztása során. Ez akár próbamunka keretében is előre megismerhető, ám az esetek többségében a szállodák leginkább már csak a szezon alatti animáció során győződhet(né)nek meg erről a nagyon fontos minőségtényezőről, hogy teljesül-e, s milyen színvonalon.

A gyermek animáció csak egy példája az animációs programoknak, s nem is feltétlenül állítható, hogy minden területen egyforma elvárásokkal rendelkeznek a szálloda vendégei. De mit is várnak el az egyes (rész)szolgáltatásoktól, programoktól, valamint az animátortól? Erre vonatkozóan felmérés még nem készült, pedig ezeknek a megjelenése, illetve megvalósulási színvonala fogja meghatározni a vendégek elégedettségét. Egy évtizedes animatori és animátor-tréneri tapasztalataim alapján erre is választ adok alább.

A vendégek követelményei, vagyis igényei, szükségletei leginkább az Abraham Maslow nevével fémjelzett szükségleti hierarchia alapján jellemezhetőek.

Az 1950-es években kidolgozott Maslow-féle motivációs (motiváció tartalomelméleti) modell szerint az ember élete során folyamatosan egyre többet akar, és arra törekszik, hogy meglévő szükségleteit minél jobban kielégítse, ám ezek az emberi szükségletek hierarchikus (rangsor szerinti) formában alakulnak, s csak akkor akkor válnak hatékonnyá, ha az alattuk lévő szint igénye már (legalább jórészt) kielégült. Azonban ha bármelyik szinten kimarad egy adott szükséglet kielégítése, elakad a személyes motiváció, a személy pedig megreked azon a szinten, ahol a szükségletei kielégületlenek maradtak. Így a személyes fejlődése elmarad, nem jut el az önmegvalósítás csúcsára. (Bakacsi, 1996. p. 84.)

A szállodai gyakorlatra alkalmazva a 2. ábra Maslow-piramisát elmondhatjuk, hogy a **fiziológiai szükségleteket** kielégíthetjük az ott tartózkodás idején az egészséges életmódhoz kapcsolódó programokkal, amelyben segítségünkre lehetnek például a szálláshelyen kínált egészséges ételek és italok, illetve a különféle fitness- és wellness-szolgáltatások. A friss gyümölcsök és zöldségek, a vérpezsdítő szárazföldi vagy vízi aerobic, a könnyed erdei túrák, vagy egy pihentető masszázs egyaránt hozzájárul testi szükségleteink kielégítéséhez.

Biztonság alatt egyrészt a létbiztonságot és a nyugalmat értjük, másrészt a szállodában biztosított biztonsági szolgáltatást (kamerák, sorompók, őrzött parkolók, mágneskártyás szobakulcsok), a műszaki / karbantartó személyzet vagy a recepció-személyzet rugalmasságát a különböző vendég-igényekre, a széf-szolgáltatot, stb.

A biztonsági szükséglet másik vetülete, az ún. **lelki biztonság**, amely kora gyermekkorban még érzékelhetően biológiai gyökerű; később, felnőttkorban, illetve a felnőtt kultúrában szociális szükségletté is válik, ezáltal a harmadik Maslow-piramis szint felé képez átmenetet.

A Maslow-i piramis második szintjének értelmezése a szállodai gyermekanimációban az alábbiak szerint lehetséges (többek között):

- lehajolunk a gyermekhez, hogy ne érezze az „óriást”, a felnőttet az animátorban;
- a gyermek nyelvén, az ő szókincsével beszélünk hozzá;
- mosolygunk, nem csak a szánkkal, hanem a szemünkkel is;
- sokszor hagyjuk, hogy azt csinálják, amit a gyermekek szeretnének, ezáltal kialakul a gyermekekben a „haverság”, a „cinkostárs” érzete, amely a tinédzserek esetében is lelki biztonsági tényezőként értelmezhető;
- más gyermekek mondják el helyettünk, hogy velünk mennyire jó a játék, stb.

A lelki biztonság értelmezhető természetesen a szállodai (felnőtt) sport-animációban is, amelyre álljon itt szintén néhány példa:

- fontos a megfelelő védőfelszerelések biztosítása (pl. technikai, vízi sportok esetében);
- megfelelő bizalmat nyerhet el a sportanimátor, ha az adott sportágban elért elismeréseiről nem beszél nyíltan, hanem kint vannak az oklevelei például a vízi sport bázis épületének falán;
- ha bemutatja a sportanimátor a feladatot, láthatják a résztvevők, hogy nem is (olyan) nehéz megoldani a feladatot;
- a játékterepen előzetesen átnézzük, hogy ne legyenek sérülést okozó tényezők, s ezt a játék közben is figyeljük folyamatosan;
- mindig a résztvevők szemébe nézünk, s mosolygásunkkal is bizalmat ébresztünk a játékosokban, stb.

A kultúrában „simogatási szükségletnek”, vagy „kvázi simogatásnak” nevezzük a társak iránti szükségleteket: kézfogás, köszönés; a nem-verbális jelzések, mint a tekintet, vagy a mosoly. A biztonságot szolgálja azonban olykor a csevegés vagy a társalgás is.

Ennek ellentéte a magány, mely a biztonság-érzetünket is veszélyezteti. Éppen ezért fontos a társak elismerése és megbecsülése a turizmusban, a szállodaiparban is, amely ugyan már egy másik hierarchia-szinten fog jelentkezni.

Az animáció főként egy magasabb szinten, a harmadik szinttől jelenik meg ebben a szükséglet-piramisban, hiszen az első két szint minden szálláshelyen megtalálható, s az elsődleges szállodai részlegek feladata ezeket kielégíteni. (Emiatt szerepel a 2. ábrán eltérő színnel keretezve az első kettő, illetve a következő három szint szövegdoboza.)

A játékmesterek tevékenysége valójában a Maslow-i piramis harmadik lépcsőjétől szerepeltethető, hiszen annak magját képezi a **szociális szükségletek** kielégítése. Ha a vendég kielégítette fiziológiai szükségleteit (vagyis kipihente magát a szobájában, fogyasztott az étterem finom ételeiből - italaiból, és a szálloda biztosítja őt minden szempontból), akkor fog csak érdeklődni az animációs programok iránt.

A szociális szükségletek, vagyis az emberi kapcsolatok eleve adottak az animációs tevékenységben. Az animációs programok csoportokban / csapatokban, közösségi célokat megvalósítva történnek; az együttes élmény ezáltal felerősödik, és a csoport tagjai sokáig emlékezni fognak ezekre az eseményekre. A közös élmény hatására új kapcsolatok alakulnak ki nemcsak a vendégek között, hanem ideális esetben a vendégek és az animátorok, valamint a vendégek és a szálloda között is (amely a vendégelégedettséget és -lojalitást tudja megalapozni).

Az **elismerés, megbecsülés** és az emberi méltóság az animációban természetesen megjelenik, mint egyike az animációs alapelveknek. Az animátorok folyamatosan arra törekednek, hogy a játékokban bárki részt vehessen, így minden vendéggel egyformán bánnak, tisztelik az érzéseiket, nem diszkriminálnak s zárnak ki valakit is a játékokból, hanem arra törekcsenek, hogy a játékos kedvű felnőtt vagy gyermek vendégek képességeiket maximálisan kiélhessék, fejleszthessék egy-egy élményprogramban, legyen az akár nappali, vagy esti program, indoor vagy outdoor activity. A csapatalakítás során is törekednek arra, hogy eltérő képességekkel rendelkező tagok kerülhessenek egy csapatba, ezzel is a komplex, egymás segítségét optimálisan kihasználó egységet alkothassák meg, ahol egymásra is büszkék lehetnek a csapattagok.

A vendégek teljesítményét az animátorok különböző ajándékokkal (szálloda logójával díszített PR-termékek, animációs cég logójával díszített póló, sapka, sál, kitűző, oklevél, a hotelben igénybevehető különböző egyéb szolgáltatásra beváltható kuponok és voucherek – pl. masszázs, cukorkák,

csokoládék, gyermek koktélok, felnőtt vendégek számára alkoholos italok) és tapssal, ovációval, fénykép- vagy videó-felvétellel is tudják jutalmazni.

Az **önmegvalósítás**, a célok megvalósítása az animációban akként jelentkezik, hogy a játékos programokban, csapatvetélkedőkben, műtermi (workshop, atelier, kézműves) tevékenységekben résztvevő vendégek kreativitása, ismeretszintje, empátikus képessége növelhető. Olyan tevékenységi formákat is kipróbálhatnak, illetve gyakorlatot szerezhhetnek bennük, amelyeket addig még nem próbáltak (vagy azért, mert nem volt rá lehetőségük, vagy úgy gondolták azelőtt, hogy ez nekik nem megy, vagy nem az ő számukra lett kitalálva). Az animációs programok során az egyedi, különleges, lehetőség szerint meg nem ismételt élmény átélésére törekednek az animátorok, így a vendégek számára kellemes emlékeket próbálnak szerezni.

A folyamatszemléletű minőségirányítási rendszer másik folyamata a termék/szolgáltatás nyújtása. Jelen esetben az animációs szolgáltatás végzése közben az animátorok által tanúsított személyiségjegyek szerepelnek elsődlegesen, amelyek meghatározzák a folyamat kimenetét.

Az animátoroktól elvárt legfontosabb személyiségjellemzőket Lacza (2010) foglalta össze, amelyet a 3. ábrán mutatok be.

A fentiek mellett Grotjahn amerikai pszicho-analitikus írása nyomán az alábbi tulajdonságok szükségesek még, hogy jellemezzék a játékmestereket, trénereket, akik csoportot animálnak:

- spontaneitás
- bizalom (csoport, illetve saját maga irányában)
- megfelelő pozitív közlésmód, kommunikációs készség
- szilárd (ön)azonosság
- humorérzék
- kiváltott érzések megfelelő kezelése
- esendőség, „emberi gyarlóság” kezelése
- háttérbe húzódás képessége

(Rudas (2007), p. 90-91.)

A játékmesterek, animátorok feladatai pedig Bősze (2004) alapján, a szerző kisebb kiegészítéseivel így foglalhatók össze, amelyek precíz ellátása szintén a minőségi szolgáltatás kulcsát jelenti:

1. *Előkészítés, tervezés:* ez a feladat egyaránt irányul a konkrét játékokra, a célcsoport igényeinek és képességeinek megismerésére (amelyek bázisán alakíthatók ki megfelelőképpen a játékok), valamint a helyszíni feltételekre (a játéktér nagyságának, jellegének, felszereltségnek kialakítása), a hang- és fénytechnika ellenőrzésére, esetleges más programmal való ütközés elkerülését figyelembe véve. A kellékek kiválasztása során fontos mérlegelni, hogy a megrendelő (szálloda) mellett saját eszköz igénybevétele is indokolt lehet-e, s annak a beszerzését is végig szükséges gondolni.
2. *Megjelenés:* itt magáról az animátorok öltözékéről beszélhetünk. A póló színe mindenféleképpen szükséges, hogy figyelemfelkeltő legyen (például a Tiszta Dili cég animátor pólója citromsárga színű), a sort megfelelő hosszúságú és kényelmes legyen, sapka vagy kalap legyen a napszúrás elkerülése végett, a dinamikus mozgásokat igénylő animátori munkának megfelelő ápoltságú és lehetőleg rövid hajviselet az indokolt. Az esetleges kiegészítőket is érdemes átgondolni, s ezek biztosításáról gondoskodni még a program megkezdése előtt időben (jelmez, lábbeli, síp, stopper, eredményjelző, stb.)
3. *Kommunikáció:* a megfelelő stílus, hanglejtés, hangszín, előadásmód kiválasztása is jelentőségteljes. A mosolygás a lelki biztonságot is megadhatja az esetlegesen félénkebb vendégeknek, ugyanakkor a mosolygó animátor hangja is barátságos, „mosolygós” lesz. Fontos, hogy miközben a vendégekhez beszélünk, tartsunk szemkontaktust, alkalmazzuk a meghallgatás/odafigyelés technikáját, a szavainkkal, mondatainkkal is segítsük a vendégeket a feladatok végrehajtása során. A tinédzser és a fiatal felnőtt korosztály esetében az enyhe kifigurázás is alkalmazható (a csoport sajátosságainak egyike, hogy ők saját társaságban is alkalmazzák ezt). A kacsintás is alkalmazható a laza, oldott hangulat kialakítása érdekében, ám ezzel óvatosan szükséges bánni, nehogy félreértsék a vendégek, és közeledésnek értelmezzék. A beszédtempó gyorsításával-lassításával dinamikussá tehetjük a tevékenységet, illetve a szintén kacagással teli, felhőtlen kikapcsolódás érdekében az animátor saját magát is kifigurázhatja, bohóckodhat, amellyel a résztvevők számára egyfajta bátorítást is tud sugallni.
4. *„Összehozni az embereket”:* Az előzetes információk, a szóbeli és írásbeli toborzás különféle technikái (szócsővel, személyes beszélgetéssel, plakátolással, meghívó kártyákkal, stb.) a vendégek motiválhatók, a részvételre buzdíthatók, valamint a csapatokban való együttműködésre. Ilyenkor az animátoroknak is szükséges betartania az írásbeli és szóbeli protokolláris, udvariassági szabályokat! A csapatok kialakítása során lehetőség szerint játékos technikákat alkalmazzunk (szín, szám, stb. szerint; arcfes-téssel; karszalag/sapka húzásával, fej vagy írás, stb. alapon).

5. *Játékvezetés:* Az animátornak az elhelyezkedésére nagy hangsúlyt kell helyeznie. Központi szerepet szükséges betöltenie: mindenki láthassa és hallhassa, de ne zavarjon senkit sem a helyzetével (ne álljon háttal valakinek, vagy támaszkodjon neki valaminek)! A játékszabályokat érthetően és röviden szükséges ismertetni, esetlegesen érdemes lehet próbajátékot is lebonyolítani (az animátorok segítségével, vagy kiválasztott /ismert/ vagy önkéntesen jelentkezett vendégekkel), hogy biztosan értsék a vendégek a feladatot. A játék indítása során egy igazán jó, XXI. századi modern animátor kerül a már szinte klasszikusnak minősülő „3-2-1-rajt” jellegű kifejezéseket, inkább ezt is mókásabban végzi (amely szavak között lehet, hogy nincs is semmilyen kapcsolat, ám mókásnak, megdöbbentően hangozhat, hogy arra a vezényszóra kell indulni). Miközben zajlik a játék, az animátornak folyamatos buzdítania szükséges a játékosokat (szóban: hajrá, gyereink, ... jellegű kifejezésekkel, illetve jelzésekkel: tappsal, síp ritmikus fújásával, stb.). Esetleg apró segítséget is lehet adni az arra szoruló játékosoknak / csapatoknak, vagy éppen ellenkezőleg kissé nehezíteni, vagy megkavarni azokat, akiknek nagyon jól megy a feladat végrehajtása; ezzel a játékosok közötti különbségeket lehet csökkenteni animátorként.
6. *Bíráskodás:* A részeredményeket van amikor közöljük folyamatosan; ám olyan is megvalósítható, hogy csak a végeredményt mondjuk el, a nagyobb izgalom elérése érdekében (szóban és/vagy eredményjelző nagyméretű táblán, ami messziről is jól látszódik). A végeredményt mindenféleképpen szükséges közölni a játékosokkal, lehetőség szerint fordított sorrendben, s nem használva az „utolsó”, „vesztett” és hasonló negatív tartalmú kifejezéseket! A vitás esetekben döntenie is szükséges az animátoroknak, ahol az objektív mérlegelés mellett a diszkrimináció elkerülése is fontos.
7. *Visszajelzés, értékelés:* Előre közölt szempontok szerint értékeljük a játékosok tevékenységét (főképpen csapatépítés jellegű események alkalmával, ahol a visszacsatolásnak az önismeret szempontjából hatalmas jelentősége van). A „büntetést” lehetőleg kerüljük el (gyermek csoportok esetében zálogkiváltást lehet esetleg alkalmazni), viszont minél több pozitív pillanatot emeljünk ki, idézzünk vissza a csapatok feladat-teljesítéséből, s hasznos lehet a javaslat-tétel is a jövőre nézve.
8. *Eredményhirdetés:* Ehhez szükséges átgondolni a „hol” és a „mikor” kérdését (egyből a játék után, vagy este egy nagyobb eseménynél), valamint a sorrendet (visszafelé). A jutalmazás kérdésköre szintén előre átgondolandó, amelyben a szálloda / megrendelő által biztosított lehetőségeknek nagy jelentősége van (csak az első helyezett, vagy az első helyezett kap jutalmat; vigaszdíjak is vannak esetleg?). A jutalom (oklevél, taps, tárgyjutalom, nyereménybón, kedvezmény-kártya, esetleg a játékok közben szóróajándék átadása folyamatosan) átadása során fontos az ünnepélyesség, a sajátos ceremónia (ováció és taps-orkán kiváltása a közönségből), amely a vendégek elégedettségét, élményét fokozhatja.

9. *Motiválás későbbi játékokra:* aznap, másnap, vagy egyéb időpontokban szervezett animációs programon biztosabb résztvevőket tudhat magáénak az animátor csapat a jó játékvezetés és eredményhirdetés hatására, mintha mindig újra és újra toboroznák a jelentkezőket az elkövetkezendő játékokra.

Mindezen folyamatok megvalósulása közben is mérhető folyamatosan a minőség azzal, hogy a vendég mennyire érezte jól magát a programokban, mekkora a mosoly az arcán, illetve mennyire működik a vendégek szópropagandája (saját maguk ajánlják tovább és dicsérik az animátorok tevékenységét), amelyet „rejtett animálásnak” is nevezhetünk, hiszen az animátorok konkrétan nem végeztek toborzást, mégis több és újabb vendégek kapcsolódnak be a szálláshely által kínált animációs programokba.

4. Összefoglalás

A minőség, elégedettség tudományos szemléletű vizsgálata a XX. század vége felé indult meg a világban. Mint sok más terület, ez is az Amerikai Egyesült Államokból indult el, ám Európa is követte az új marketing irányvonalat.

A vizsgálatok középpontjában leginkább a kereskedelmi, ipari jellegű folyamatok kerültek, amelyet a XXI. századra már a szolgáltatások területére is kiterjesztettek. Viszont a szállodai szolgáltatások, s azon belül a szállodai animáció területe még nem igazán került fókuszba.

Ezt a hiányt kívántam betölteni jelen tanulmányommal, amelyben a hangsúlyt a személyi tényező minőség-orientált magatartására helyeztem, felhasználva főképpen a pszichológia tudományos megállapításait.

A terciárszektorban, a szolgáltatási szférában a minőség sztandardizálása nem a termék, jelen esetben az animációs program mint szolgáltatástermék fizikai paramétereinek (időtartam, felhasznált eszköz, lebonyolító személyzet száma, stb.) meghatározásával, hanem a személyzet minőségorientált magatartásával határozható, alapozható meg. Ebben a misszióban nagy szerepet vállalhatnak a több éves tapasztalattal rendelkező animátor-cégek, valamint gyakorlott animátorok, akik saját tevékenységükkel, mint mintával szolgálhatnak a következő generációk számára. Hiszen az animatori szakma nem feltétlenül egy nyugdíjas korig kitartó munkakört jelent, így a fluktuációval természetes módon számolnia szükséges minden egyes vállalatnak, így a szolgáltatást a vendégeinek nyújtó szállodának. Viszont a minőség-tudatos turisták, vendégek elvárásait folyamatosan és egyre jobb szinten szükséges kielégíteni, így a tudományos szemléletek és a gyakorlati tapasztalatok „minőség-eredmény-mixét” tudatosítani a munkavállalókban, az animátorokban.

Irodalomjegyzék

Bakacsi Gy. (1996): Szervezeti magatartás és vezetés. Budapest: Közgazdasági és Jogi Kiadó.

Bősze J. (2004). Játékmester. In Kovács T. A., A rekreáció elmélete és módszertana. (pp. 218-227.) Budapest, Fitness Akadémia.

Kandampully, J.; Mok, C.; Sparks, B. (2001). Service Quality Management in Hospitality, Tourism and Leisure. New York: Routledge-Haworth Hospitality Press.

Kotler, Ph. (2006). Marketing menedzsment. Budapest: Akadémiai Kiadó.

Maslow, A. H. (1954). Motivation and Personality. New York: Harper and Row.

Rudas J. (2007). Delfi örökösei. Budapest: Otthon Kiadó.

Tomcsányi P. (1994). Piaci áruelemzés és marketing termék-stratégia. Budapest: OMMI.

Costa, G.; Glinia, E.; Goudas, M. & Antoniou, P. (2004). Recreational services in resort hotels: Customer satisfaction aspects. Journal of Sport Tourism, 9 (2), 117-122. DOI:10.1080/14775080410001732541

Costa, G.; Glinia, E.; Goudas, M.; Antoniou, P. & Kouthouris, Ch. (2003). Service Quality Assessment of Animation Services in Greek Resort Hotels. Inquires in Physical Education, 1 (1) 8-18. [E- journal: [http://: www.hape.gr](http://www.hape.gr)]

Drakou, A.; Tzetzis, G.; Glinia, E. (2005). Participants' Profile and Quality of Service Experience in Skiing Centres in Greece. Tourism Today, 5, 68-78.

Gardini, M. A. (1999). A vendéglégedettséggel foglalkozó menedzsment a szállodaiiparban: a vendégközpontú szolgáltatások kialakítási szempontjai (A szállodák éttermi részlegének példáján bemutatva). Tourismus Journal, 1, p. 5-29. (Tóth Z., Dr. (szerk., 2004): Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szaksajtóból, p. 73-79.)

Varga Lajos, Dr. (2009). Minőségmenedzsment vagy a menedzsment minősége? EU Working Papers, 12. évf. 4. sz., pp. 34-52.

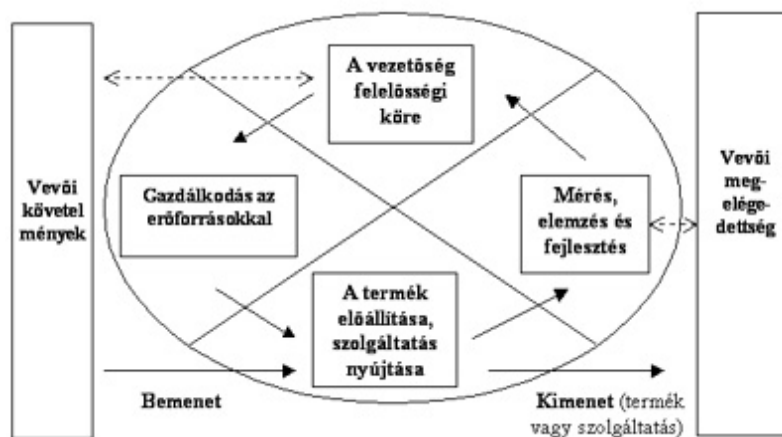
Az ISO 9000:2000 szabvány részletes ismertetése. Website: <http://www.minosegportal.hu/main.php?par=cfd7d1e4d9d0ab93989991d4c4ddd4d1e0a0e1d5dad287cc2d8e89e9d9c97aa94> (2012. március 9.)

Jandala Cs., Dr. (2006). Fogyasztói szokások változása a turizmusban, pp. 12. www.marketing.hu/doc/Eloadasok_2006_07_05/4_jandala_csilla.pdf (2011. augusztus 3.)

Juran, J. M. & Godfrey, A. B. (1998). *Juran's Quality Control Handbook*. Fifth Edition. New York: McGraw-Hill. <http://www.pqm-online.com/assets/files/lib/juran.pdf> (2012. március 9.)

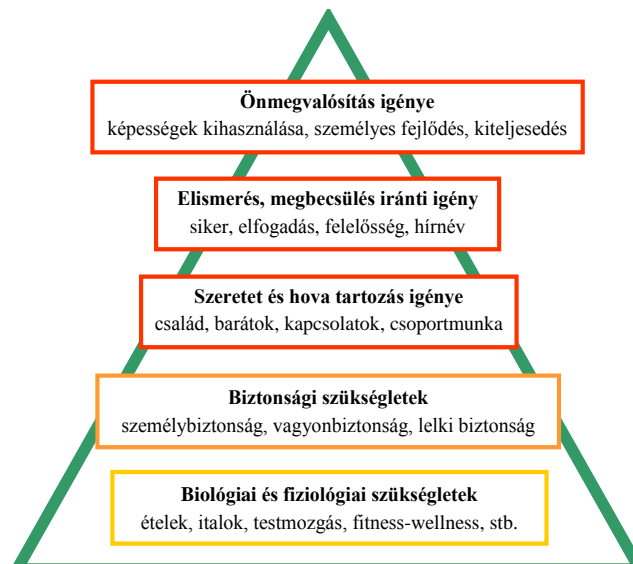
Lacza, Gy. (2010). Az animáció elmélete, módszertana és gyakorlata [PowerPoint slides]. Semmelweis Egyetem TSK, 2009-2010. <http://tf.hu/wp-content/uploads/2010/04/Animacio-eloadas-anyagok.pdf>

FÜGGELÉK



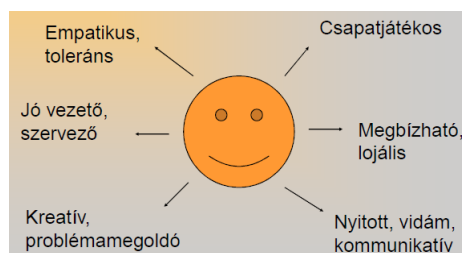
1. ábra: Folyamatszémleletű minőségirányítási rendszer körforgása

Forrás: ISO 9001: 2000 szabvány (www.minosegportal.hu)



2. ábra: A Maslow-féle szükségleti hierarchia

Forrás: Maslow (1954) alapján saját szerkesztés



3. ábra: A jó animátor személyiségjegyei

Forrás: Lacza (2010)

A HERCEGNŐ A NAGYVÁROSBAN -TURIZMUS ÉS MARKETING A RÓMAI VAKÁCIÓ CÍMŰ FILMBEN

Dr. Sándor Tibor

Főiskolai tanár

Edutus Főiskola, Turizmus Tanszék

Absztrakt

A tanulmány célja, hogy bemutassa a fikciós filmek és a turizmusipar marketing tevékenységének lehetséges kapcsolódási pontjait. William Wyler Római vakáció (1953) című melodramatikus komédiája Hollywood első teljes egészében Európában forgatott filmje. Filmtörténeti szempontból korai példája annak, hogyan lehet a marketing eszköze egy vígjáték. A siker okait a film elemzése bizonyítja.

Summary

This study intends to present the connection between the fiction film and the tourism industry, mainly the tourism marketing. William Wyler's melodramatic comedy, the Roman Holiday (1953) was the first Hollywood post-war talking movie entirely recorded in Europe. From the point of view of the film history this movie is an early example for that, how a comedy can function as a tool of marketing. The study analyses the reason of its success.

Bevezetés

Az utazás már a némafilmek korában kedvelt film toposz volt, gondoljunk csak a nászutasok többnyire mulatságos kalandjaira, bár ezek feltehetően a forgatókönyvírók fantáziájának jóvoltából váltak a cselekmény motívumává. A filmipar és a turizmusipar egymásra találásának, tudatosan összehangolt, mindkét fél számára gyümölcsöző együttműködésére azonban csak a múlt század ötvenes éveiben került sor a filmgyártás első számú fellegvárában – Hollywood stúdióiban. A találkozás annyira átütő sikerrel járt, hogy inentől kezdve a fikciós filmekben megjelenő turizmus tematika még a promóciós filmekre is ellenállhatatlan hatást gyakorolt és gyakorol – egészen a mai napig. A pontos filmtörténeti kutatások minden bizonnyal megcáfolhatják a „Római vakáció” időbeli elsőbbségét ebben a vonatkozásban, da aligha módosíthatják ennek a filmnek döntő és meghatározó szerepét a két iparág összefonódó kapcsolatának történetében.

A siker kovácsai: a rendező és a sztárok

A filmet William Wyler (1902-1981) rendezte. Az elzászi zsidó családban 1902-ben született Wilhelm Weiller apja utazó zsidó volt, művelt édesanyja pedig unokatestvére Carl Laemmle-nek a Universal alapítójának. A helyét nem találó ifjú 1921-ben érkezik Amerikába és 1923-ban már a Universal stúdióiban dolgozik. Két év alatt söprögető segédmunkásból a stúdió legfiatalabb rendezőjévé vált. Tizenkét alkalommal jelölték Oscar- díjra a legjobb rendező kategóriájában és háromszor kapta meg a szobrot (1943: Mrs. Miniver, 1947: Életünk legszebb évei, 1960: Ben Hur). Minden műfajban otthonosan mozgott: a western-ben, a thriller-ben, a krimiben, a komédiában és a melodrámban egyaránt. Legismertebb filmjei még: Idegen a cowboyok között (1958), Hogyan kell egymilliót lopni? (1966), Funny Girl (1968).

A sztárok: Audrey Hepburn (1929-1993) Az angol-holland arisztokrata családból származó Audrey Kent-ben járt leányiskolába, majd a háború éveit a nácik által megszállt Hollandiában töltötte. Ezek az évek – az éhezés és a félelem – kitörölhetetlen hatást gyakoroltak rá, és ezeket a benyomásokat felerősítette és elmélyítette az 1946-ban olvasott Anna Frank naplója, amelyet élete legmeghatározóbb olvasmányélményének tartott. A háború után balettet tanult Amsterdamban és Londonban, élete első filmszerepét egy turisztikai promóciós célokat szolgáló filmsorozatban játszotta (Hollandia hét leckében, 1948), amelyben egy stewardess-t alakított. Több jelentéktelen szerep után Wyler úgy döntött, hogy az ismeretlen színésznőre bízta a Római vakáció női főszerepét. Első főszerepéért Oscar díjat kapott és a legnagyobb sztárok közé emelkedett. Sikerének titka – tehetségén és szépségén túl – abban keresendő, hogy mint sztár-személyiség „szemben úszott az árral”. Az ötvenes évek a szexbombák kora volt. A mainstream sztártípust Marilyn Monroe, Brigitte Bardot és társaik személyesítették meg. A hozzájuk tartozó szereplisé pedig a vamp személyiség volt. A legnagyobb sztárok esetében természetesen megvoltak ennek a klisének az egyéni, csak rájuk jellemző személyiségjegyei, de mindannyian vitathatatlanul vamp-ok voltak. Audrey Hepburn nem. Ő a bikinis szexbombák korában állig begombolt blúzban hódította meg a nézők millióit. Finom vonásai, modora, természetes kedvessége és bája szerencsésen „épült rá” a jó házból való úrilány vizuálisan rendkívül karakteres és lehangoló szépségű külsejére. A naiva ráadásul felettebb intelligensnek bizonyult, ugyancsak „helyén volt az esze”. Ennyi fogalmazható meg Audrey Hepburn-ról, a sztárról, és a Római vakáció főszereplőjének filmbeli személyiségéről, a többi tehetség és karizmatikus kisugárzás dolga. További nagysikerű filmjei: Háború és béke (1956), Álom luxuskivitelben (1961), My Fair Lady (1964). Gregory Peck (1916-2003) a férfi hős - már befutott sztárnak számított a film forgatásakor. Jól illett rá szerepe: férfias volt és sármos, továbbá pont annyira decens, hogy érvényesülhessen férfias bája.

A film cselekménye

Anna hercegnő (Audrey Hepburn) európai körútja során Rómába érkezik. Este, lefekvéskor kiborul, elege van a rengeteg formális kötelességből. A személyzet orvost hív hozzá, aki nyugtató injekciót ad be neki. Anna azonban megszökik és kóborolni kezd Róma utcáin. Az injekciótól később elálmosodik és egy elalszik egy padon. Egy amerikai újságíró (Joe Bradley, Gergory Peck) arra sétál és megtalálja a lányt. Nem akarja magára hagyni, ezért hazaviszi az erősen ittas állapotúnak tűnő nőt. Másnapra éppen a hercegnővel kellene interjút készítenie, azonban elalszik. Besiet a szerkesztőségbe, hogy „leadja” a maga költötte álriportot, a főszerkesztő azonban közli vele, hogy a hercegnő súlyosan megbetegedett, így az aznapi programjait törölték. Miután Joe az újságban közölt fénykép láttán ráismer éjszakai vendége személyazonosságára, megegyezik a főszerkesztővel, hogy 5000 dollárért egy exkluzív fényképes interjút készít Annával. Hazarohan a lakására, ahol Anna éppen ébredzik. Nem érti, hogyan kerülhetett a férfi lakására. A hercegnő nem fedi fel kilétét és Joe sem árulja el, hogy tudja ki ő. Elbúcsúznak, Anna sétára indul a római belvárosban, Joe titokban követi.

Anna egy piacon kóborol, majd rövidre vágatja hosszú haját. A Spanyol lépcsőnél "véletlenül" ismét találkozik Joe-val. Megállapodnak, hogy együtt töltik a napot és megnézik Rómát. Kávégatás során az újságíró azt hazudja magáról, hogy műtrágya-kereskedelemmel foglalkozik. Közben odahívja fotóriporter kollegáját, hogy csatlakozzék hozzájuk. Irving titokban felvételeket készít a lányról. Este egy táncmulatságba mennek hármasan. Anna önféledten táncol, nagyon boldog. Országá titkosrendőrsége körbeveszi a hajót. Joe és a rendőrség között verekedés tör ki, Annáék megmenekülnek. Ezután vallják be egymás iránt érzett szerelmüket, ugyanakkor azonban tisztában vannak annak reménytelenségével is. A

hercegnő még aznap éjjel hazamegy, másnap sajtótájékoztatót tart. Délelőtt megjelenik Joe-nál a főszerkesztő és követeli az exkluzív riportot, kérését a férfi megtagadja. Betoppan Irving is a fényképekkel. Joe megakadályozza, hogy a fotós átadja a képeket a főszerkesztőnek. Mindketten elmennek a sajtótájékoztatóra. Anna meglepődik a jelenlétükön, de Joe jelzi neki, hogy a kettejük között történtek nem kerülnek nyilvánosságra.

Filmelemzés, különös tekintettel a turisztikai tematikára

Film és turizmus szoros kapcsolatát sejteti már a legelső beállítás is: felülről felvett nagytotálban látjuk a Szt. Péter teret, a kép közepén egy turistákat szállító autóbusszal. A főcímlistában pedig a következő szöveg olvasható: „A filmet teljes egészében Rómában fényképezték és forgatták.”⁹⁴ Nem véletlen a figyelemfelhívás. A műfaji filmek szabályait szigorúan követő hollywood-i filmipar valóban újításra szánta el magát. Korábban nem törekedtek az eredeti helyszínen való forgatásra, a filmeket egészen addig a stúdió kulisszái között forgatták. A turista busz és a felirat együttes konnotációja a turistákat motiváló *autentikus élmény* keresésére és megtalálására utal. Film és turizmus tudatos kapcsolata ebben a filmben azonban mindvégig *közvetett* marad, azaz a hangsúlyozott turisztikai tematika egy melodramatikus történet elmesélése során, mellékesen, járulékosan jelenik meg. A bujtatott megjelenítés oka pedig az, hogy a két iparág történetében ez volt az első nagyszabású találkozás, aminek kimenetele, ha csak elvileg is, de kétesélyes volt. Később, a sikeren felbuzdulva, filmek – elsősorban vígjátékok – egész sora választja témájának a turizmus *közvetlen* ábrázolását, tehát a turizmus, mint tematika dramaturgiai „demiurgosszá” válik.

⁹⁴ Az eredeti felirat: „This film was photographed and recorded in it's entirety in Rome, Italy”.

Mindez a fikciós filmek esetében igaz. A nem-fikciós, promóciós filmek esetében csak a film hatásosságának, *sikerességének* vonatkozásában merül fel az ábrázolás milyensége.⁹⁵

A Római vakációt általában a screwball comedy műfajába sorolják.⁹⁶ A film szerkezetileg két részre osztható: egy 53 perces, ma már hosszadalmasnak számító exoziczióból és egy hatvan perces, pergő ritmusú melodramatikus és vígjátéki cselekménybonyolításból áll, beleértve a tisztán melodramatikus végkifejletet.

Az első 53 perc professzionális, minden turisztikai vonatkozást nélkülöző, tipikus hollywood-i kézműves termék. A színészválasztás tökéletes, a színészvezetés és a jelenetezés a heterogén szerkezet ellenére is hibátlan. A dramaturgiai fordulópontok a helyükön vannak. A dialógusok is a forgatókönyv erényeit dicsérik. A konfliktus oka és a cselekmény motorja, a komédia több ezer éves szabályainak megfelelően az összetévesztés, a szerepcseré. A film első részében senki sem az, akinek látszik, és ezt csak a néző tudja. A második részben a cselekményt ennek fokozatos, ellentmondásos felismerése bonyolítja, jól elhelyezett helyzetkomikummal dúsítva.

A második részben hangsúlyos szerephez jut a turizmus, mint áttételesen jelentkező tematika. Amikor a hercegnő az 53. percben kilép az újságíró házának kapuján, akkor a szeme egy turista szemeként lát, személyiségének egésze egy turista személyiségének megfelelően reagál a külvilágra. A kamera sok esetben egy turista szemével láttatja a külvilágot. A piaci kóborlás során Anna, a turista megismerkedik a vendégfogadó olaszok legfontosabb tulajdonságaival. A virágvásárlás jelenetben megtudhatjuk róluk, hogy bizonyos határok között nagyvonalúak. Az időközben pénztelenné vált hercegnő ingyen kap egy szál virágot. Az árus nagyvonalúsága a női szépség iránti hódolat kifejező eszköze. Ugyanez a helyzet

⁹⁵ A promóciós filmek hatásossága és a kiváltott maradandó élmény gyakran egyenes arányban áll a fikciós eszköztár sikeres alkalmazásával. Ebben áll a fikciós filmek „máig ellenállhatatlan” hatása a promóciós filmekre.

⁹⁶ A screwball a baseball világból származó szakkifejezés. A filmműfaj a harmincas évek végén jelentkező gazdasági válság szülte. Jellemzői: a tekintélyt nem tisztelő humor, az excentrikus hősök, akik fittyet hánynak a pénz világának és szívük törvényei szerint kívánnak helyesen élni, továbbá a gyors ritmus. Ez utóbbi az általam ismert 1 óra 53 perces kópiában csak az 53. perctől jellemzi a filmet.

ismétlődik a fodrász jelenetben, csak hangsúlyosabban, és továbbfejlesztve, hiszen az nem önmagában álló epizód, hanem szervesen kapcsolódik a cselekmény fősodrához. Mario Delani (Paolo Carlini) a fodrász intimebb és intenzívebb kapcsolatba kerül Annával, hiszen a hercegnő azt kéri tőle, hogy vágja divatosan rövidre konzervatívan hosszú haját. Mario is a szépség szerelmese, és ez a tulajdonsága felülírja a köztük kialakuló eladó-vevő viszonyt. Csak hosszas nógatás után hajlandó a lány hajának levágására, de az eredmény láttán udvarolni kezd neki, miközben persze nem tudja, hogy kicsoda. Természetesen az sem a véletlen műve, ahogyan udvarol. Ebben a jelenetben a turista leckét kap a vendégszerető olaszok egy mélyebb, és az eddig megismertebbeknél is vonzóbb tulajdonságából: az ízléses, udvarias és tiszteletteljes nők iránti hódolatból. Van ebben valami nosztalgikus múltba révedés is. Mario és Anna kapcsolata alapvetően más, néhol ellentéte Anna és Joe kapcsolatának, ami érdekesebb, de ugyanakkor szellemdúsabb, szórakoztatóbb és „modernebb” is. Már csak annál inkább, mivel Anna a film folyamán fokozatosan válik tudatos, emancipált nővé, néhány nem lényegtelen megszorítással. A közlekedési baleset epizód tovább árnyalja a vendégfogadó olaszokról kialakuló turisztikai imázst. Ez a turizmus tematika szempontjából kulcsfontosságú epizód két szekvenciából áll, az első a városnézés, a második az annak következtében okozott kár – Anna kalandja a megbokrosodott robogóval – miatti bírósági jelenet. A vendégfogadók jellemzése miatt nézzük először a második szekvenciát. A bíróság előtt fény derül Joe valódi személyazonosságára: Bradley amerikai újságíró. A hatóság már ezért is megenyhül, elnéző lesz a külföldivel. Anna valódi személyazonossága nem derül ki, – a meseszöveg szempontjából ez szükségtelen – Bradley azonban sejteti a kárt szenvedett olasz árusokkal, hogy házasság előtt állnak. Azok nem egyszerűen megenyhülnek, hanem egyenesen keblükre ölelik és összecsókolják az „ifjú párt”. A csókokból még a komikus mellékalaknak, a fényképész Irving-nek (Eddie Albert), is majdnem kijut, egy testes-atlétarikós olasz árust csak az tartja vissza, hogy az extravagáns külsejű Eddie szakállt visel.

Ebben a jelenetsorban a nézőben már biztosan tudatosodik a vendégfogadók egyik legfontosabb tulajdonsága: az olaszok melegszívűek, *szeretik az idegeneket*, még akkor is, ha jelenlétük kellemetlenségekkel jár.

Az epizód első részében egy városnézésnek vagyunk a tanúi. Joe az idegenvezető szerepét tölti be: robogóján körbeviszi a városban Annát. Vezetés közben széles gesztusokkal, jobbra és balra mutogatva, a guide szerepébe bújva, megismerteti a lányt Róma legfontosabb látnivalóival. A desztináció fontosabb, ismert nevezetességeit gyors egymásutánban bemutató képsorokat *anziksz-képsoroknak* nevezzük.⁹⁷ Ezeknek egyrészt az a funkciójuk, hogy a néző általuk beazonosíthassa a helyszínt, másrészt a nevezetességek láttán kedvet kapjon az utazáshoz. Gyakran a film elején, a főcímlista háttérében láthatjuk ezeket a képsorokat. Hangsúlyos alkalmazásuk – ilyen esetekben szekvenciák, vagy epizódok háttérül szolgálnak – azonban azt jelzi, hogy az alkotók felvállalják a turistacsalogató szerepét is. Ezek általában totál vagy nagytotál képkivágások, azaz totál vagy nagytotál plánok: közelről vagy távolabbról mutatják a jelenet egész háttérét. Jelenlétük turizmus és film tudatos összekapcsolódására, gyakran a köztük lévő árukapcsolatra utal.⁹⁸ A Római vakáció esetében egy három perces szekvenciában láthatjuk a Colosseum-ot (háromféle plánban, köztük néhány kistotálban a hősök turisták társaságában, turistákként viselkednek), a II. Viktor Emanuel emlékművet a Piazza Venezia-val, a Capitolium dombra felvezető lépcsősort, háttérben a „dombbal”, továbbá az Il Gésu-t. Közben pedig Anna alatt „megbokrosodik a robogó”, zajlik az élet a lüktető nagyvárosban. Az üzenet egyértelmű: fenséges múlt és izgalmas jelen találkozása a modern nagyvárosban, ahol mindig történik valami: EZ RÓMA!

⁹⁷ A kifejezés az Ansicht (látkép) német szóból származik. Az Ansichtskarte képes levelezőlapot jelent. A filmkészítők nyelvében máig sok a német eredetű kifejezés, hiszen még az amerikai filmgyártás történetében is nagy szerepet játszottak a Közép-Kelet Európából kivándorolt, többnyire zsidófilmesek.

⁹⁸ Az alkotók tehetik ezt „önzetlenül és önként”, de tehetik díjazás ellenében is. Ebben az esetben a film a reklámparral lép üzleti kapcsolatba, marketing célokat szolgál.

A marketing hatalmát illusztrálja a Santa Maria in Cosmedin templomnál található Bocca della Verità (eredetileg a Cloaca Maxima fedőlapja) szerepeltetése. Régi szokás, hogy a jegyesek felkeresik, hűségüket bizonyítandó, mivel egy középkori babona szerint a száj leharapja a hazug ember kezét. A rövid epizód – ami egyben a melodramatikus vígjáték cselekményének mesterei sűrítvénye – egyes képei ma képeslapokon megvásárolhatóak. Az anziksz képsor önmaga eredetét igazoló áruvá vált.

Anna személyisége a film során megváltozik, hiszen minden melodrámban ott lappang egy fejlődési regény. Utazása során a turista személyisége hasonló változásokon mehet át, mint a szerelmes: katartikussá válhat az élmény. Wyler a személyiség fejlődését keretes szerkezettel bizonyítja. A hősnő a film elején és a végén is egy pohár tejet kap lefekvés előtt. Az első alkalommal úgy viselkedik, mint egy szófogadó gyerek: meggyőződése ellenére megissza. A második alkalommal azonban egy öntudatos nő kimértségével utasítja vissza az esti italt. Az ismétlésre építő keretes szerkezet mindig a bevésés eszköze is egyben. Az első lefekvés előtti jelenetben a társalkodónő és Anna beszélgetése során mondatfoslányokból értesülünk korunk uralkodóinak legfontosabb feladatáról, a reprezentációról. Anna ebben a jelenetben játékosan ironikus párbeszédben mondja fel a leckét, a másnapi napirendet. Ez elől menekül majd éjjel az utcára. A második lefekvés előtti jelenetben nincs párbeszéd. Elutasítja a kioktatást és emelt fővel adja az udvari személyzet tudtára: „ha nem volnék tudatában kötelességemnek családom és hazám iránt, nem jöttem volna vissza ma este, sem soha többé”. Anna emancipációjának korlátja abból fakad, hogy a naiva behódol a konformizmusnak: nem változtatja meg életét, csak személyisége válik alkalmasabbá az elvárt társadalmi szerep betöltésére. Joe Bradley személyiségének fejlődése is a városnézés során kapja meg markáns kontúrajait: a szerelem romantikája legyőzi a pénz iránti vágyát.

Az uralkodói reprezentáció szövegszerűen is megjelenik a műben, hangsúlyosan a keretes szerkezet alkalmazása során, a fogadások, sajtótájékoztatók alkalmával. Láthatatlanul és

szöveg nélkül azonban végig ott kísért a film minden részletében.⁹⁹ A screwball comedy műfajába sorolható filmben a hősnő ez ellen lázad, a hősnek pedig a pénztelenséggel gyűlik meg a baja. Amikor Anna nyilvános beszédet tart, a szájából elhangzó közhelyek hasonlítanak a különböző WTO-UNWTO nyilatkozatok bevezetőire. A hercegnő ugyanúgy az emberek közötti megértés fontosságát hangsúlyozza, mint ahogyan azok a turizmust – hogy mi is egy közhellyel éljünk – a béke iparágaként aposztrofálják. Wyler így emelt szót a hidegháború ellen. Mi pedig ezen merenghetünk a film utolsó kockáinak láttán, mikor is Gregory Peck kopogós cipőjének hangját és a romantikus filmzenét hallgatva, majd a hőssel együtt visszafordulva, egy pillantást vetünk a reprezentáció üres termeinek barokkos pompájára.

Filmográfia:

Római vakáció/Roman holiday (1953)

rendező,producer: William Wyler

operatőr: Frank F. Planer, Henri Alekan

forgatókönyv: Ian McLellan, John Dighton

zene: Georges Auric

főbb szerepekben:

Anna hercegnő – Audrey Hepburn

Joe Bradley, újságíró – Gregory Peck

Irving Radovich, fotós – Eddie Albert

⁹⁹ Wyler és forgatókönyvírója minden bizonnyal ismerte Thomas Mann Királyi fenség című korai, önéletrajzi ihletésű regényét, amelyben, az uralkodói reprezentáció kérdése a cselekmény mozgatórugója. A regény férfi hőse az uralkodó, női hőse pedig az amerikai milliárdos lánya. Természetes, hogy a populáris film felcseréli a szereplők nemét.

HOW DOES DESTINATION GOVERNANCE AFFECT DESTINATION BRANDING: THE COSTA SMERALDA CASE STUDY

Giacomo Del Chiappa

Assistant Professor in Marketing

Department of Economics and Business

University of Sassari & CRENoS

Abstract

Destination governance and branding: the Costa Smeralda Case Study

Previous destination marketing and management literature has focused on destination governance and destination branding. However, these two topics have been investigated separately.

The aim of this paper is to analyse the relationship between governance, branding strategy and positioning of a tourism destination in order to understand how different governance modes, by altering structures and processes, affect the destination brand strategy and positioning.

To reach this aim, a case study methodology was adopted. Data from a single tourism destination, Emerald Coast in the North-East Sardinia, was gathered through DMO (Destination Marketing Organisation) internal documents, in-depth interviews with managers involved in destination governance and, lastly, a questionnaire from a sample of tourist operators.

Keywords – Destination governance, destination brand, supply-side perspective, internal branding, coordination mechanisms, destination brand positioning.

INTRODUCTION

In tourism literature, several factors which have an impact on the competitiveness of a destination have been identified (Dwyer and Kim, 2003). Among them, two of the most important are destination

governance and branding with the former making possible to manage effectively the fragmented and complex nature of a tourist destination (Hankinson, 2007), and the latter enhancing the positioning and influencing tourists' choices and their satisfaction (Pike, 2007).

From a tourism perspective, destination governance «consists of setting and developing rules and mechanisms for a policy, as well as business strategies, by involving all the institutions and individuals» (Beritelli et al., 2007, p. 96). On the other hand, destination branding can be defined as a dynamic process of drawing support and cooperation from different stakeholders (Hankinson, 2004) so that “the brand will be accepted and communicated through official and unofficial publicity and products” (Ooi, 2004) thus resulting in a unique and consistent destination brand positioning. By the way, it could be argued that an effective governance is needed in order to enhance the collaboration between local stakeholders (both public and private) and to make them involved in the destination brand strategy so that they can feel themselves engaged, attached and committed in a unique and consistent destination identity to be delivered to the market. This in turn creates the preconditions to reach a unique and consistent brand positioning (Sheehan and Ritchie, 2005). Despite a better understanding of the relationship between destination governance and branding could be surely noteworthy for both researchers and practitioners, there is still a lack of conceptual and empirical research examining in depth the relationship between destination governance and destination branding.

Recently, some researchers carried out an attempt to study the relationship between destination governance and branding in order to understand how different governance modes, by altering structures and processes, affect the destination brand strategy and positioning (Del Chiappa, 2010; Bregoli and Del Chiappa, 2011). Referring to prior literature, they argued that when considering the way destination governance affects destination branding three layers of governance should be considered, i.e. (Del Chiappa and Bregoli, 2012):

1. the internal governance of a DMO (if it exists), which means to consider its organizational structure (Beritelli et al., 2007) and funding strategy (Ritchie and Crouch, 2003);

2. the governance of the relationship among stakeholders, which means to consider the network structure itself and its main dimensions such as network centrality, density, embeddedness, commitment, trust and reciprocity (Scott et al., 2008; Dredge, 2006);
3. the governance of the relationship between the DMO and stakeholders, which means to consider the coordination and participation mechanism managed by the DMO both to gain leadership and credibility to build consensus-based collaboration thus shaping and leading the overall network versus common goals. Among coordination mechanisms prior research considered for example: communication, meetings, interlocking directorates, and selection systems (Beritelli et al., 2007). Among participation mechanisms the following could be considered: meetings, focus groups and surveys (Mowforth, Munt, 2003).

Prior research gave a central role to the internal branding and coordination processes thus suggesting that destination managers should be aware of the necessity to carry out internal marketing and branding operations in order to increase the collaboration and integration between local stakeholders, both public and private (Del Chiappa and Bregoli (2011).

RESEARCH STRATEGY AND METHODOLOGY

In order to shed light on the relationship between the governance of a destination and the destination brand, a case study approach was adopted. This kind of method was chosen because the research is exploratory in the sense that for the first time destination governance and branding were studied together (Gerring, 2007).

The tourist destination which was chosen for the case study is the “Costa Smeralda” (North-Est of Sardinia, Italy), a destination which positioning mainly tied to elitism, luxury and exclusivity.

In the empirical investigation, both qualitative and quantitative data were gathered in order to enforce the structure of the research. Qualitative data included documents from the DMOs (e.g. statutes, annual reports, statistics and archival data) and personal and extensive interviews with managers of the analysed destination. These were assembled in order to study the DMOs internal governance, the way its coordinate stakeholders and, finally, the way it sees the relationship between governance and branding of a destination.

To carried out the research we had to interview local top figures belonging to different organisations (Consortium Costa Smeralda – the owner of the brand name – the local authority and a big hotel company). This was because of the fragmented nature of the governance model deriving from the lack of a formal and specific DMO. Quantitative research was carried out through a questionnaire composed of three main sections. The first referred to the relationship between stakeholders, the second analysed how stakeholders evaluated their relationship with the DMO and, finally, the third was used to measure both the degree in which stakeholders perceived that governance affected the development of the destination brand and the degree in which they perceived themselves to be involved in the process of brand development. Questions were selected through a review of available literature and were measured by the operators who answered on a 7-point Likert scale (1 = completely disagree; 7 = completely agree). Some of the questions were used to measure directly the degree in which stakeholders perceived a) that governance affected the development of the destination brand and b) how they were involved in the process of brand development.

The questionnaire was sent by e-mail to the 140 local stakeholders which exist within the tourism destination and a response rate of 20% was obtained.

COSTA SMERALDA

Costa Smeralda was created as a tourist destination in the early Sixties and contributed heavily to the development of a territory whose economy was based mainly, if not exclusively, on agriculture. In 1962, a consortium was created to manage a territory of 55 km of coastline, a small area of just one municipality, Arzachena. This organisation is completely privately owned and it is basically a consortium of local property owners (of hotels, houses, etc.) who automatically became members.

The objectives of the Consortium are to carry out a well thought out and a balanced urban planning and the development/distribution of services needed to enhance the local tourist environment, but it does not have the responsibility for those marketing operations generally carried out by a traditional DMO (i.e: marketing research on tourist demand and positioning of a destination brand internal marketing, etc.).

The Consortium Costa Smeralda operates using financial resources deriving mainly from sums of money that property owners have to pay which depend on the characteristics of their property (such as its size, nature, where it is located geographically, etc) and, in a small part, from the amount they pay for services. The Consortium is the legitimate owner of the logo Costa Smeralda which only operators residing within the territory managed by the Consortium Costa Smeralda can use, according to the existing brand regulation.

Nowadays tourists perceive Costa Smeralda as a wider destination, typically at least the whole territory of Arzachena. The municipality has four main tourist areas: Porto Cervo, Poltu Quatu, Baia Sardinia and Cannigione. For the purpose of this study, we will focus our analysis on the entire municipality. At this level, the destination governance is characterised by the lack of a unique and formal DMO to coordinate the local tourist organisations (public and private) and promote the destination as a whole. In 2010, there were 116 accommodation establishments in Costa Smeralda (65 hotels and 51 non-hotel facilities), an availability of 14,030 beds and an average occupancy rate of 27%.

FINDINGS

THE GOVERNANCE OF “COSTA SMERALDA”

The governance of the destination is complex and fragmented as it seems to be spread among the municipality, which by law is responsible for planning, the Consortium, which is the owner of the brand name and logo and, finally, a hotel chain (Starwood), which is a pivotal organisation in the area because of its influence on the destination image through its advertising and promotions. The hotel chain is not a member of the Consortium Costa Smeralda because it does not own the hotels it manages.

The fragmented nature of the destination governance and the pivotal role played by Starwood in the destination brand positioning are confirmed by both local operators and senior managers of the aforementioned organisations. When asked which are the organisations that promote the destination, they named: municipality (37.94%), Starwood (20.69%), Consortium Costa Smeralda (13.79%) and

Airport Costa Smeralda (3.45%). In addition, 24.13% of operators who replied said that nobody was. When asked, on a 7-point Likert scale (1 = not at all; 7 = extremely), what is the degree of influence that these organisations exert on brand positioning, the values obtained were: municipality: 3.18, Starwood: 5.5 and Consortium Costa Smeralda: 5.25.

A Starwood manager and the director of the Consortium said that the real problem is that the destination brand positioning is affected by a low level of inter-organisational dialogue between municipality, Consortium and Starwood. *Further, as reported by the Director of the Consortium*, the destination governance changes according to the distribution of power among stakeholders and nowadays the high fragmentation of governance creates a lack of unique strategic thinking and leads, as a consequence, to a destination brand positioning which is confusing to both local operators and tourists.

All the interviewees agree with the idea that a unique and formal DMO has to emerge in order to reach an effective and unique brand positioning. At the same time, they have different views about how it should be composed and the geographic area it should be responsible for.

To sum up, the interviews showed that an effective relationship between destination governance and branding should rely on the existence of a formal DMO responsible for the effective coordination of stakeholders. The situation which the interviews point out seems to be ineffective. Currently, attention and involvement of local operators is low and only a fraction of the available means are used. As inferred by these interviews, the Consortium and local institutions have only recently started, and separately, to carry out meetings and surveys and set up focus groups, while there have even been suggestions about using competitions to promote new ideas. Furthermore development of a destination website has only just started and there is no shared booking system.

RELATIONSHIP BETWEEN OPERATORS AND THEIR DMO

Table 1 shows mean and standard deviation for the items used to assess how stakeholders evaluate their relationship with each other (layer 2 of governance) and the DMO (layer 3).

Table 1- The relationship between stakeholders (Sample = 140; N = 28)

	Mean	S. D.
. Working to make the destination competitive has positive effects on the success of the single firm	5.75	2.030
. Company image is affected by the image of the destination	5.71	1.922
. My business affects other businesses working at destination	4.68	1.786
. Relationships between actors working at destination are based on reciprocal trust	3.86	1.976
. Destination image is affected by the single company image	4.32	1.867
. Other businesses working at destination affect the success of my business	4.43	1.794
. The success of the destination require that public and private organisations should participate in the DMO	5.18	2.229
. At destination reciprocity is developed	3.96	1.688
. Objectives, company philosophy and managerial style of my business are similar to those of other businesses working at destination	3.71	1.652
0. Cooperation and coordination between stakeholders of the destination has developed a unique and clear destination image	2.64	1.747
1. Destination governance affects the success of the destination brand	4.54	2.117
2. In the development of the brand strategy and positioning of the destination it is useful to involve an external consultant	4.68	2.038
3. My relationship with other stakeholders is conflicting	2.82	1.657
4. I identify myself with the local community	4.07	2.071
5. I share and identify myself with the destination image that is promoted by the DMO	3.32	1.722
6. All members of the local community should be involved in the processes of destination development	5.07	2.356
7. Suggestions made by certain people are automatically rejected by others	4.25	1.456
8. Residents and people working in the tourism industry do not have the same vision about the future development of tourism	4.57	1.933
9. All people are willing to be involved and help others when an event is organised	2.79	1.61

		8
0. I would be willing to participate in meetings in which problems tied to the tourist development of the destination are discussed	5.96	2.117
1. Overall, how do you evaluate the collaboration among the tourists operators in your destination?	2.72	1.638

Stakeholders acknowledged that destination governance affects destination brand positioning (item 11) and there was consensus on a DMO being composed of both public and private organisations (item 7). Stakeholders perceive them to be interdependent, show systemic consciousness and, finally, acknowledge that their corporate brand is affected by the destination brand, and vice versa (items 1, 2, 3, 5, 6). However, these interdependences seem characterised by a relatively low levels of trust and reciprocity (items 4,8) and, then, by a low level of overall collaboration (items 13, 21). Respondents said that they did not have a unique and clear image of the destination because of the low level of collaboration between them (item 10).

The level of identification of the respondents with both the local community and the destination image promoted by the DMO (item 16, 20) is relatively low and this probably explains why they strongly agree with the idea that they should be involved in the process of development of the destination (item 16).

Finally, Table 2 shows mean, standard deviation, minimum and maximum value for the items used to assess how stakeholders evaluate their relationship with the DMO (layer 3 of governance).

As the previous table highlights, respondents consider the stability of the relationship with DMOs as an important pre-condition for the success of the destination (item 8).

Moreover, they perceive that a low level of coordination is carried out by the DMO (items 14) thus supporting the findings from interviews presented previously. The degree of authority and trustworthiness that DMO managers exercise based on their personal characteristics is low (item 2) even if it becomes higher when related to the previous experiences of managers (item 11). Despite this, all stakeholders agree that the DMO should be managed by people with previous experience in

the tourism industry (item 10). All these observations seem to explain, at least partially, why operators perceive that DMOs have a low level of leadership (item 16).

Table 2 – The relationship between stakeholders and DMO

	Mean	S.D.	Mean	S. D.
. The relationship between fees and taxes paid to “Organisation X” and benefits obtained is fair	2.96	1.846	3.00	2.309
. Personal characteristics of “Organisation X” managers make them authoritative and trustworthy	-	-	3.50	2.082
. I share my ideas during meetings in which the development of the destination is decided	4.04	1.965	4.50	3.000
. My ideas and suggestions on the development of the destination and its brand are taken into account	2.83	1.922	2.25	1.893
. I think I have been involved in the process of destination's brand values development	2.78	2.022	2.50	2.380
. “Organisation X” communicates regularly and clearly about the destination's brand strategy and positioning	2.52	1.880	1.25	.500
. “Organisation X” takes into account my interests	2.61	1.438	1.75	.957
. The success of the destination requires my relationship with “Organisation X” to be stable	4.87	2.242	4.75	2.872
. At destination political choices affect “Organisation X” ’s operations	4.52	2.150	6.50	1.000
0. It is important that “Organisation X” should be managed by people with previous experience in the tourism industry	6.17	1.749	6.25	1.500
1. Authority and trustworthiness of managers working in “Organisation X” derive from previous experience in the tourism industry	5.35	1.968	4.75	2.872
2. “Organisation X” is influenced by stakeholders and their economic significance	4.83	1.899	2.25	1.893
3. Stakeholder's commitment towards “Organisation X” is significant	3.70	1.743	3.50	2.646
4. “Organisation X” coordinates stakeholders working at destination	1.70	1.020	1.75	1.500
5. It is important that stakeholders obey the rules established by “Organisation X”	5.13	2.096	5.00	2.309
6. “Organisation X” exercises leadership on stakeholders	2.09	1.621	1.75	1.500
7. Objectives, company philosophy and managerial style of my business are similar to those of “Organisation X”	*	*	2.25	1.893
8. The chance that “Organisation X” involves stakeholders depends on the time and financial resources available	4.00	1.446	4.50	2.517

* Question not asked

Although operators feel that they are quite good at sharing ideas about the development of the destination (item 3), they feel that the DMOs do not take their ideas and interests into account (item 4, 7). Broadly speaking, they do not feel that they themselves are either participating in defining the destination brand strategy or being informed about the decisions taken and results achieved (items

4,5,6,7). All these points underline why local stakeholders are perceived to have a low level of involvement, and this consequently explains why their level of identification with the destination image promoted by the DMO is also relatively low.

CONCLUSIONS

Adopting a supply-side perspective, the aim of the research was to investigate this relationship realising a case study on Costa Smeralda, a tourist destination in Nord-East Sardinia.

The study highlights the fact that the degree of authority and trustworthiness that DMO managers exercise, based on their personal characteristics and previous experience, is low. This seems to explain, at least partially, why, for operators, DMOs only have a low level of leadership and highlights one of the main weakness in the destination governance.

Stakeholders see them as interdependent showing systemic consciousness. However, these interdependences seem to be characterised by a relatively low levels of trust and reciprocity and, consequently, by a low level of overall collaboration. The fact that stakeholders do not share in and are not committed to the destination brand strategy makes the situation worse. This circumstance can be considered as a consequence of the poor or ineffective use of internal branding and marketing.

The study do not allow to make any specific conclusions about whether the fragmented nature of the destination can result or not in a single organisation being responsible for decision making. The level of coordination, collaboration and trust between stakeholders means that we cannot envisage a tourist system capable of auto-regulation and self-coordination. There is consensus among stakeholders that a formal DMO, composed of both public and private organisations, is essential to reach an effective and unique brand positioning. The overall findings of the research suggest that internal marketing and branding are an important basis for destination brand and positioning.

This exploratory research is based on a single case study and, therefore, results cannot be generalised. However it does provide an interesting path for future research.

Firstly, in the future it should be investigated in depth if and how governance modes change according to the life cycle stage in which the destination is currently in on the one hand and to its network structure (collaboration, trust, etc). Regarding in particular the latter point, it could be interesting to carry out further case studies to verify whether a destination in which there is a good collaboration, coordination and trust between stakeholders can achieve an holistic image and an effective destination brand strategy and positioning without having a formal DMO and vice versa. Secondly, future research should be carried out to investigate in depth how the Destination Management Structure (handling financial resources and extended DMO activities) and processes affect the destination branding.

REFERENCES

- Beritelli, P., Bieger, T. and Laesser, C. (2007). Destination Governance: using Corporate Governance Theories as a Foundation for Effective Destination Management. *Journal of Travel Research*, 46, 1: 96-107.
- Bregoli, I., and Del Chiappa, G. (2011). Destination Governance and Internal Branding as Antecedents of Destination Brand Development: An Exploratory Study on Edinburgh. *In Proceedings of Advances in Hospitality and Tourism Marketing and Management Conference*, 19-24 June 2011, Istanbul.
- Del Chiappa, G. (2010). Destination governance and branding: The Costa Smeralda Case Study. *Proceedings of VII Conference of Italian Marketing Association*, September, 23-24, Ancona, Italy.
- Del Chiappa, G. and Bregoli, I. (2012). Destination branding development: linking together supply-side and demand-side perspectives. In Tsiotsou, R. H. and Goldsmith, R. E. (Eds). *Strategic Marketing in Tourism Services*. Bingley: Emerald.
- Dredge, D. (2006). Policy Networks and the Local Organization of Tourism. *Tourism Management*, 27, 2: 269-280.
- Dwyer, L. and Kim C. (2003). Destination Competitiveness: Determinants and Indicators. *Current Issues in Tourism*, 6, 5: 369-414.
- Gerring, J. (2007). *Case Study Research. Principles and Practices*. New York: Cambridge University Press.
- Hankinson, G. (2004). Relational Network Brands: Towards a Conceptual Model of Place Brands. *Journal of Vacation Marketing*, 10, 2: 109-121.

- Hankinson, G. (2007). The Management of Destination Brands: Five Guiding Principles Based on Recent Developments in Corporate Branding Theory". *The Journal of Brand Management*, 14, 3: 240-254.
- Mowforth, M. and Munt, I. (2003). *Tourism and Sustainability. Development and new tourism in the Third World, 2^oedition*, London: Routledge.
- Ooi, C. (2004). Poetics and Politics of Destination Branding: Denmark. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 4, 2: 107-128.
- Pike, S. (2007). Consumer-Based Brand Equity for Destinations: Practical DMO Performance Measures". *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 22, 1: 51-61.
- Ritchie, J.R.B. and Crouch, G.I. (2003). *The competitive destination. A Sustainable Tourism Perspective*, Wallingford: CABI Publishing.
- Scott, N., Cooper, C. and Baggio, R. (2008). Destination Networks: Four Australian Cases. *Annals of Tourism Research*. 55, 1: 169-188.
- Sheehan, L. R. and Ritchie, J. R. B. (2005). Destination Stakeholders: Exploring Identity and Saliency. *Annals of Tourism Research*, 32, 3: 711-314.

A TÖBBNYELVŰSÉG DIDAKTIKÁJA A FELSŐOKTATÁSBAN

Didactics of multilingualism in higher education

Peres Anna PhD főiskolai tanár

Edutus Főiskola / Edutus College

Összefoglaló

Bár a *Language Awareness*, illetve *Mehrsprachigkeit* fogalmai kulcsfontosságú és aktuális címszavai az európai didaktikai szakirodalomnak továbbá kiemelt fontosságú helyet kapnak az Európa Tanács nyelvoktatási koncepciójában, valamint elengedhetetlenül illeszkednek az Európai Unió „Lifelong Learning Program“-jához is, a magyarországi nyelvoktatási gyakorlatban gyakorlatilag nincsenek jelen.

A többnyelvűség didaktikája autonóm, holisztikus módon közelít a nyelvek oktatásához, az ismeretek, kompetenciák átfogó összekapcsolását célozza meg. Szemléletének középpontjában az áll, hogy az egyes nyelvek összevetésével, a reflexív tanulás támogatásával komplex nyelvtanulási stratégiát adjon.

Az európai tapasztalatok és empirikus tanulmányok kétséget kizáróan bizonyítják, hogy a nyelvtanulók nyelvi rendszerektől függetlenül képessé válnak arra, hogy az egyes idegen nyelvekre ne különálló nyelvekként és bonyolult kódrendszerként tekintsenek, hanem a nyelvtanulást, mint eszközt értelmezzék, hogy sokszínűen, biztosan és magától értetődően kommunikálhassanak párhuzamosan több idegen nyelven is.

Mivel a turizmus filozófiája gyökereiben összhangban áll a fent vázolt módszertani rendszerrel, ezért izgalmas feladat volna mélységeiben is egymásra vonatkoztatni a két területet.

Abstract

Although the concept Language Awareness and *Mehrsprachigkeit* are actual key words in the literature of language didactics and occupy a key position in the conceptual frameworks of the European Council, furthermore they are integral parts of the EU's Life long Learning Programmes, they have not been incorporated in the practice of language teaching in Hungary.

Didactics of multilingualism approaches language teaching in an autonomic and holistic way, for it aims to connect competencies and knowledge in a complex way. It focuses on the comparisons of languages, supports the process of reflexive learning and thus optimizes the complex effectiveness of language learning.

As it is known from the European experiences and empirical sciences, language learners, independent of language system, are able to see foreign languages not as independent and complex code systems but as tools for communication in several languages in parallel.

Because the philosophy of tourism is in concordance with the above outlined didactical system, it would be an exciting task to apply them to one another.

I. Bevezetés

A többnyelvűség módszertana nem alapjaiban új jelenség az idegen nyelv oktatásának és tanulásának területén. Alkalmazkodva a társadalmi-politikai változásokhoz, a világszerte elfogadott kommunikatív központú nyelvoktatás aktualizált továbbfejlesztését jelenti. Az alapvetően többnyelvű közösségekben, mint az Európai Unió, vagy egyes országok, mint Kanada, Svájc, Belgium, vagy a legtöbb afrikai ország, kulcsfontosságú az általános és lehetőség szerint minél professzionálisabb többnyelvű kommunikáció, ezért a többnyelvűség képzéspolitikai szerepe társadalmi dimenzióját tekintve is meghatározó. Az Európai Unió nyelvpolitikai célkitűzése, miszerint minden EU-polgárnak legalább 2 európai nyelvet kellene beszélnie az anyanyelvén kívül, erre a társadalmi szükségszerűségre igyekszik megoldást kínálni.

A többnyelvűség didaktikáját jelentősen formálják és támogatják az idegen-nyelvtudományi, idegen-nyelvmódszertani, tanuláspszichológiai és a modern agykutatások eredményei is. Mindezt figyelembe véve jelenleg kijelenthetjük, hogy a nyelvi kompetencia nem bontható élesen és pontosan az egyes tanult nyelvekre, mint különálló egységekre, hanem sokkal inkább komplex egységet képez, amelyben az egyes nyelvi kompetenciák sokrétű viszonyrendszerben állnak egymással: zavarhatják, ámde kölcsönösen segíthetik is egymást. Az utóbbi években az idegen-nyelvtudományi kutatások kifejezetten közkedvelt témájává vált, hogy ezen kölcsönhatások pontos képét felvázolják és értelmezzék: a német nyelv angolt követő elsajátításáról már léteznek is eredmények (Hufeisen, 2001).

A legnagyobb eredményt azonban az ún. Gesamtsprachencurriculum, azaz az egyes nyelvek felett álló egységes nyelvi kerettanterv (Hufeisen / Lütjeharms 2005), illetve az ehhez illeszkedő, dinamikus fejlődő módszertan (Mehrsprachigkeitsdidaktik) megteremtése jelenti (vgl. Meißner / Reinfried 1998; Martinez / Reinfried / Bär 2006).

II. A legfrissebb kutatások eredményei röviden

1. Azok számára, akik komolyan veszik a Lifelong Learning Program alapelveit, jó hír, hogy megdőlni látszik az a magát évtizedeken át makacsul tartó tézis, miszerint létezik az ember életében egy „kritikus”, vagy „érzékeny” periódus, mikor is könnyedén és sikeresen szárnyalva képes idegen nyelveket tanulni. A legutóbbi kutatási eredmények ezt már inkább vitatják: a gyerekek alapvetően nem jobban, csupán másként tanulnak, mint a felnőttek (*Grotjahn, Schlack, Schulz*).
2. Örök vita az idegen nyelvoktatásban, így a többnyelvűség módszertanában sem lehet megkerülni, hogy a latin nyelvoktatást követő nyelvtani központú minta, vagy pedig a kommunikatív módszertan (azaz a nyelvtan funkcionalizálása, alárendelése kommunikatív célkitűzéseknek) célravezetőbb –e a tanulási folyamatban. A „Deutsch in Genfer Schulen” című projekt keretében pl. genfi iskolákban vizsgálták, hogyan tanulnak hatékonyan francia anyanyelvű diákok németül, eredményeiket *Alles für der Katz* címmel publikálták (*Diehl*). A címben szándékosan benne hagyott hiba már önmagában állásfoglalást jelez: a projekt eredményei azt támasztották alá, hogy az explicit nyelvtanoktatás csak abban az esetben befolyásolja pozitívan a morfoszintaktikus szerkezetek elsajátítását, ha az az ilyesfajta szerkezetek elsajátításának természetes folyamatához igazodik, különben legjobb esetben hiábavaló, vagy akár egyenesen kontraproduktív is lehet.
3. Mindazonáltal az utóbbi időben egyre gyakrabban találkozhatunk azzal az állásponttal, amely szerint a kész nyelvi minták automatizálása, amelyre úgy a kognitív, nyelvtani szabályokat előtérbe helyező, mint a hangsúlyozottan kommunikatív oktatásmódszertanban egyöntetűen megmosolygott eljárásként tekintettek, lényegesen

nagyobb tanulási hatékonysággal bír, mint ahogyan azt idáig bárki feltételezte volna (Barkowski).

4. Migránsok integrációja szempontjából különösen fontos kérdés, hogy idegen nyelvtanulásukra milyen befolyással bír az anyanyelvük. Az ez idáig marginális fontosságúnak ítélt származási nyelvük helye a többnyelvűség szemléletében egyértelműen felértékelődött, sőt, a többnyelvűség módszertana erősen épít is erre a tudásra; ugyanis ezek az emberek nem nyelv nélkülük kezdenek bele választott hazájuk nyelvének tanulásába, hanem éppen ellenkezőleg, rendszerint jól képzett nyelvi kompetenciával rendelkeznek, amelyet nem szabad ignorálni, vagy elnyomni, hanem mindezt éppenséggel nyelvtanulási kompetenciájuk szolgálatába lehet és kell állítani.
5. Míg a korábbi időkben a módszertani ajánlások a tanulóra elsősorban mint információk szorgos feldolgozójára tekintettek, a modern kutatások ezzel szemben arra térnek ki, hogy egyrészt a tanulási folyamatban az egész tanulói személyiség meghatározó, nem csupán a kognitív teljesítmény. Másrészt a tanulás során a szociokulturális és a nyelvi tényezők nem választhatóak el egymástól, hiszen a nyelvtanulási folyamatok mindig egy bizonyos szociokulturális és személyes életrajzi kontextusban zajlanak, amit a nyelvtanuló szociokulturális identitása jelentősen befolyásol. Az egyes ember össznyelvi kompetenciája személyes identitásának része: egy újabb nyelv elsajátítása ebből adódóan egyben alakítja, formálja a nyelvtanuló identitását. Többnyelvű emberek nyelvi biográfiája (Franceschini / Miecznikowski 2004) egyértelműen alátámasztja, hogy egy idegen / második / kiegészítő nyelv elsajátítása mindig olyan folyamatot jelent, amely világosan az identitásra is vonatkozik - és mint ilyen - egyben mindig arról is szól, hogy a nyelvi fejlődést az egyéni életúttal is összefüggésbe hozza (Hu 2006).

III. A többnyelvűség didaktikája a gyakorlatban

Érdekes fejlesztési projektet támogatott a svájci Zug-kanton: az ún. SEEW (Sprachen entwickeln erforschen weiterentwickeln - azaz nyelvek felvázolása, kutatása, támogatása) kutatások a többnyelvűség didaktikájának gyakorlati megvalósíthatóságát vizsgálták. Angol és francia nyelvi tananyagokat hasonlítottak össze, hogy konkrét módszertani támpontokkal inspirálják a tanárokat, hidat építhessenek a tantervi elvárások és a többnyelvűség didaktikája közé. Abból indultak ki, hogy az iskolai nyelvoktatás meghatározó célja a többnyelvűségre nevelés, amely módszertanában a tanulói oldal perspektívájának kiszélesítésén alapul. A gyakorlatban ez azt jelenti, hogy a tanulók már meglévő anyanyelvi és idegen nyelvismerete, azaz minden nyelvi tapasztalat fontos részét képezi a nyelvoktatásnak (*Hufeisen, Neuner* 2003). Az oktatói oldal számára ebből logikusan az következik, hogy az oktatás kevésbé redundánsan alakítható, hiszen az egyes nyelvtani jelenségek, párhuzamok nyelvi összevetése, a már ismert tanulási stratégiák tudatos alkalmazása támogatja a munkát.

A projektben részt vevő oktatók a szókincs, a nyelvi tudatosság, a tanulási stratégiák és az interkulturális tanulás szempontjai mentén olyan komplex módszertani kategóriákat vázoltak fel, amelyek segítségével az idegen nyelvi jelenségek nyelvek felett állóan közvetíthetőekké válhatnak.

Zug kantonban az első tanult idegen nyelv általánosságban az angol, a második idegen nyelv pedig a francia, két év nyelvtanulás után a nyelvtanulók nyelvi kompetenciája megközelítőleg A1, illetve A2 szinten áll. Mivel a tanulandó témák ezen a nyelvi szinten a tanulók életének témái köré épülnek, a második idegen nyelvnél bizonyos témák és az ezzel összefüggő nyelvi kompetenciák célszerűen redundánsan taníthatók, pl. bemutatkozás, a család bemutatása, szabadidő eltöltése stb. A második idegen nyelvnél különösen építhetünk ezért a receptív

szinten, továbbá a nyelvtanulói tapasztalati szinten a már megszerzett előismeretekre. A produktív szinten azonban a különbségek nyelvenként jelentősen eltérőek, így aztán elsősorban az a kérdés, hogy egész pontosan mely témák és hogyan tárgyalhatóak redundánsan. Másképpen fogalmazva tehát az a kérdés, hogy az oktatásban tendenciózusan mi kell, hogy inkább teljesüljön: kinyitni, érzékennyé tenni a nyelvtanulókat a nyelvek világára, vagy inkább képessé tenni őket a célirányos idegen nyelv tanulására, amelynek eredményei tisztán nyelvi oldalról jól mérhetőek; vagy pedig bravúrosan kombinálni a kettőt.

Általánosan arra a szemléletre kell törekedni, hogy az első idegen nyelv tanításakor a második tanulandó idegen nyelvet is prospektíven szem előtt tartsuk, majd a másodikonál pedig arra, hogy reospektíven folyamatosan visszacsatolhassunk az elsőre.

Természetesen számos nehézség akadályozza a fentebb könnyedén megfogalmazott ajánlást, hiszen nem minden tanár képzett egyszerre két nyelvben, másrészt alapvetően nem indulhatunk ki abból, hogy perszónálunióban tanítsunk két adott nyelvet. Ezért leginkább csak a kollektív tudásállományra hagyatkozhatunk, így mindenekelőtt a megtanulandó nyelv effektív nyeresége a legfontosabb minden többnyelvűségi módszertani rajongás ellenére is.

A legfontosabb kiindulási pont a tanár tapasztalata, hozzáállása és tudása. Minél inkább sikerül a tanárnak, hogy a tanulók tapasztalati alapú következtetési potenciáljához szabja a tanítási gyakorlatot, annál eredményesebb lesz a többnyelvűségi stratégia. Ennek értelmében a tanórát pro- illetve retroaktív tanítási- tanulási tevékenységnek kell felfogniuk. (Meissner: 1998).

A fentebb említett négy szempont: a szókincs, a nyelvi tudatosság, a tanulási stratégiák és az interkulturális tanulás a következő módon támogathatják a nyelvoktatás komplex, nyelvek felett álló módszertani megközelítését:

1. A szókincs kiválasztásánál kiemelt figyelemmel célszerű kezelni a párhuzamos szókincset, azokra a nyelvi jelenségekre érdemes visszatérően felhívni a figyelmet, amelyek a metanyelvi megfigyelésére alkalmasak. Szaknyelvi oktatásnál ez a szókincs természetéből adódóan kifejezetten kézenfekvő.
2. A nyelvi tudatosságnál a tudatos bánásmód mindenek előtt koncentráltan a nyelvre mint kommunikációs rendszerre vonatkozik. Standardizálás esetén a figyelmet a megtanulandó nyelvi kompetenciákra kell irányítani: az olyan nyelvi aktusok, mint pl. bemutatkozás, érdeklődés a pontos idő felől, valamint bizonyos szaknyelvi szituációs helyzetek (szobafoglalás, állásinterjú, árrendelés stb.) multilingvális kommunikációs szituációkként aktívan gyakorolhatóak az oktatásban. Az anyanyelvet ebben a folyamatban kommunikációs kontextusnak megfelelően egyfajta bázisnak tekinthetjük. Az első idegen nyelvnél prospektív módon visszacsatolhatunk az anyanyelvre (pl. zenei eszközök segítségével, hiszen a dalok és egyéb jól alkalmazott kulturális vonatkozások nyelvek felett állnak). A második idegen nyelv esetén aztán először reprospektívkusan a zenei és kulturális vonatkozások szolgálhatnak alapul, amelyek a folyamatos ismétléssel a munka során interferenciákat, visszacsatolásokat nyitnak meg, amelyek végül a nyelvi munkát a már előre kijelölt mederbe terelhetik.
3. A language and learning awareness-re való nevelés folyamatában a tanulási stratégia és a tanulási technikák területei erősödő tendenciában nyernek egyre inkább teret (*Rampillon: 2003*). A tanulási technikák tudatosításával a tanulási folyamatok, továbbá a tanulók tanulási kompetenciái erősödnek és támogatják az idegen nyelvi tanulási teljesítményeket. A tanulás tanulása növekvő súlyt

kap önálló tananyagként is, mivel a tanulási képességet kitüntetett figyelem kíséri a munkaélet minden területén.

4. A globalizációs törekvésekkel egyfelől és a kulturális identitás megőrzése okán másfelől a nyelvnek és a nyelvtanításnak interkulturális szempontból kiemelt szerep –és felelősség jut. Az interkulturálisan ígéretes témák idegen nyelvi feldolgozása kifejezetten támogatja a fentebb vázolt pro- és repositívus módszertani munkát.

IV. Összegzés

A magyarországi felsőoktatási gyakorlatban mérsékelten van jelen a többnyelvűség, mint módszertani szempont. Ennek okai egyrészt meghatározóan abban keresendők, hogy maguk a nyelvtanárok sem beszélnek több idegen nyelvet, másrészt nincs olyasfajta demokratikus szemlélet, mint sok más európai országban abból adódóan, hogy nincs nálunk igazi migrációs nyomás egy ország felől (ld. Németországban a török nyelv szerepe), harmadrészt a tradicionális nyelvtani-fordító módszer kevésbé alkalmas a többnyelvűségre, az angol lingua franca szerepe sem etabálódott eléggé, mert kevés hallgató akar igazán motiváltan több nyelvet tanulni. A nyelvvizsgára többnyire mint a diploma megszerzéséhez elengedhetetlenül szükséges rosszra tekintenek, amin jobb későn, mintsem korábban túlesni.

Ezzel szemben a turizmus oktatásában, majd később magában a szakmában is valóban élő szükséglet a sokrétű, minimum két nyelvet magában foglaló, magas szintű nyelvtudás. Meggyőződésem szerint az angol és a német nyelv azonos gyökerei okán különösen ígéretes eredményekkel lehetne a többnyelvűség módszertanában megismert filozófiát a gyakorlati oktatásban is alkalmazni.

V. Irodalom

- Barkowski, Hans (2005): Processability – Words & Rules – Konnektionismus: Drei Modellierungen der Sprachverarbeitung und ihre Bedeutung für das Lehren und Lernen von Sprachen. In: Theorie und Praxis. Österreichische Beiträge zu Deutsch als Fremdsprache 9., 27-42.
- Diehl, Erika u.a. (2000): Grammatikunterricht: Alles für der Katz? Untersuchungen zum Zweitsprachenerwerb Deutsch. Tübingen.
- Franceschini, Rita; Miecznikowski, Johanna (Hg.) (2004): Leben mit mehreren Sprachen – Vivre avec plusieurs langues. Sprachbiographien – Bipgraphies langagieres.
- Gtotjahn, Rüdiger (2003): Der Faktor „Alter“ beim Fremdsprachlernen. Mythen, Fakten, didaktisch.methodische Implikationen. In: Deutsch als Fremdsprache, 40, 32-41.
- Hu, Adelheid (2003): Schulischer Fremdsprachenunterricht und migrationsbedingte Mehrsprachigkeit. Tübingen; (Giessener Beiträge zur Fremdsprachendidaktik).
- Hu, Adelheid (2006): Mehrsprachigkeit und Mehrkulturalität in autobiographischer Perspektive. In: Fremdsprachen éhren und Lernen 35, 183-200.
- Hufeisen, Britta (2001): Deutsch als Tertiärsprache. In: Helbig, Gerhard u.a. (Hg.): Deutsch als Fremdsprache. Ein internationales Handbuch. 2 Bände. Berlin; New York, 648-953.
- Hufeisen, Britta; Lütjeharms, Madeleine (Hg.) (2005): Gesamtsprachencurriculum. Integrierte Sprachendidaktik. Common Curriculum. Theoretische Überlegungen und Beispiele der Umsetzung. Gewidmet André Jean Racine-Le Pape. Tübingen (Giessener Beiträge zur Fremdsprachendidaktik).

- Hufeisen, Britta; & Neuner, G. (Hg.) (Hg.) (2003): Mehrsprachendidaktik - Tertiärsprachen – Deutsch nach Englisch. Europarat. Strassburg.
- Martinez, Hélène; Reinfried, Marcus; Bär, Marcus (Hg.) (2006): Mehrsprachigkeitsdidaktik gestern, heute und morgen. Festschrift für Franz-Joseph Meißner zum 60. Geburtstag. Tübingen (Giessener Beiträge zur Fremdsprachendidaktik).
- Meißner, Franz-Joseph; Reinfried, Marcus (Hg.) (1998): Mehrsprachigkeitsdidaktik. Konzepte, Analysen, Lehrerfahrungen mit romanischen Fremdsprachen. Tübingen (Giessener Beiträge zur Fremdsprachendidaktik).
- Rampillon, U. (2000) Aufgabentypologie zum autonomen Lernen. Deutsch als Fremdsprache. Ismaning: Hueber.
- Rampillon, U. (2003): Lerntechniken. In: Handbuch Fremdsprachenunterricht(Hg. Bausch) Tübingen und Basel: UTB. 340-344.
- Schlak, Torsten (2003): Gibt es eine kritische Periode des Spracherwerbs? Neue Erkenntnisse in der Erforschung des Faktors Alter beim Spracherwerb. In: Deutsch als Fremdsprache, H.1, 18-23.
- Schulz, Renate A. (2005): Zweitsprachelehren und -lernen: Ein Überblick über den Stand gegenwärtiger Theorie(n), Forschung und pädagogischer Wirklichkeit. In: Theorie und Praxis. Österreichische Beiträge zu Deutsch als Fremdsprache, 9, 11-25.

BEFOLYÁSOLÁSI STRATÉGIÁK ÉS AZOK NYELVHASZNÁLATI ESZKÖZEI AZ UTAZÁSI IRODÁK HIRDETÉSEIBEN

INFLUENCE STRATEGIES AND THEIR LINGUISTIC IMPLEMENTATION IN TRAVEL AGENCY ADS

Papp Vanda

Edutus Főiskola és Selye János Egyetem, Komárno /Edutus College, Department J. Selye
University, Komárno

Összefoglaló:

Egy luxushajón csupa szórakozás az élet! Ki ne szeretne utazni és kipróbálni? De az utazásra is, mint minden másra, egyre kevesebb jut. Ahhoz, hogy az utazási irodák eladhassák szolgáltatásikat, reklámozniuk kell. A reklám nem más, mint olyan tájékoztató tevékenység, amelyet a cég a potenciális fogyasztók befolyásolására meghatározott eszközökkel és hatékonyságra törekedve végez.

A befolyásolásnak többféle módja van, a megtévesztéstől a manipulációig.

A tanulmány megpróbálja azonosítani és osztályozni azokat a stratégiákat, amelyeket az utazási irodák használnak a lehetséges ügyfelek befolyásolására és bemutatja azokat a nyelvhasználati eszközöket, amelyek ezeket a befolyásolási stratégiákat jelenítik meg.

Life on a luxury cruise ship is full of fun! Who would not like to try it? But people are cutting back on everything, including traveling. To be able to sell their services, travel agencies must advertise them. Advertising is providing information to influence potential customers effectively by using specific tools. Influence can take several forms: from deception to

manipulation. The study aims to identify and classify the different psychological strategies applied by travel agencies to influence their potential clients. It also attempts to depict their linguistic devices in the realization of the strategies.

Bevezetés

Közhelyesen is közhelyesebbnek hangzik, hogy mindennapi életünk során folyamatosan befolyásolni, sőt manipulálni próbálnak minket döntéseinkben, választásainkban. Megpróbálnak rávenni arra, hogy melyik terméket vagy szolgáltatást válasszuk, hol töltsük a szabadidőnket, mit együnk. A befolyásolás formája többféle lehet: a meggyőzéstől a manipulációig mindennel találkozunk. De hogyan ismerheti fel az átlagos fogyasztó (és esetünkben átlagos nyelvhasználó), hogy manipuláció áldozata lett? A tanulmány azokat a pszichológiai stratégiákat és ezek nyelvhasználati eszközeit vizsgálja, amelyek a reklámokban, ezek közül is az utazási irodák hirdetéseiben fordulnak elő. A példák mindegyike online, a Best Reisen, az extremutazas.hu, a Kartagotours, az Ibusz, a Neckermann, és a Vista honlapjairól származnak, melyeket egy 2012. szeptemberében és októberében összegyűjtött korpuszból választottam.

1. A kommunikációról

A kommunikációnak sokféle definíciója létezik a szakirodalomban. Általában minden tudományterület a saját szempontjai alapján próbálja meghatározni. A szociálpszichológia szempontjából interperszonális befolyásolásként definiálják, a kibernetikai szemlélet szerint információfeldolgozás, a retorika művelői jól megszerkesztett nyilvános beszédet látnak benne, a szemiotikusok pedig a jelek segítségével történő jelentésátvitel folyamatként definiálják, és még sorolhatnánk (lásd Griffin 2001).

Általában minden definíció egyetért abban, hogy a kommunikáció információátadás, célirányos, szándékolt folyamat. Ha van visszacsatolás, a kommunikáció kétirányú, ha nincs, értelemszerűen egyirányú a folyamat. Az információátadáson kívül a kommunikáció fontos célja az, hogy a befogadóban az adó által kívánt hatást váltsa ki, ebbe az irányba befolyásolja. Barnkopf Zsolt definíciója szerint kommunikáció akkor jön létre, ha az egyén saját maga számára előnyös módon változtatja meg a többi ember viselkedését (Barnkopf 2002. és Simig-Simignéné 2009.). Így a kommunikációt olyan eszközként definiálja, „amellyel gondolatainkat és szándékainkat megjelenítjük a külvilág felé, s ezzel befolyásoljuk környezetünket” (Barnkopf 2002:17).

Simig Ákos és Simigné Fenyő Sarolta (2009) kiemeli, hogy a kommunikáció célja nemcsak az új információ megosztása, „hanem az üzenet vevőjének a befolyásolása, amely kategóriába a meggyőzés és a manipuláció egyaránt beletartozik”. Ennek tudományterülete a retorika. A retorikus közlésmódban „az elvont filozófiai igazság helyébe a vélekedés lép, a vélemények ereje többoldalú vizsgálatukból, valamint a kölcsönös hozzájárulás megszerzéséből fakad. Alapját az észlelések és vélekedések közössé tétele, egyfajta dialogikus, interaktív természet adja. E közlésmód nem univerzálisan, hanem szituacionálisan kötött, fő kiváncsi az illőség (kairosz), a helyes idő és helyes mérték elve. A retorika ezért a „radikális alkalomhoz illőség” (Hauser 2002:8) formája. Itt nem a képzelet, hanem maga a közlés szabadul fel, és cselekvő értéket nyer.” (Aczél 2012:18) A rábeszélés elsődleges célja nem a tájékoztatás, hanem a hallgató valamilyen irányba történő befolyásolása.

2. Befolyásolás, meggyőzés és manipuláció

A továbbiakban befolyásolás alatt értünk tehát tágabb értelemben minden olyan kommunikációs tevékenységet (legyen ez verbális vagy nonverbális), amelynek célja a befogadóban egy bizonyos, az adó által kívánt hatás keltése, viselkedés kiváltása. A

befolyásolás kategóriájába tartozik mind a meggyőzés, mind pedig a manipuláció. Mindkettő kommunikáció útján végrehajtott stratégiai cselekvés és mindkettő célja a befogadó véleményének, valamely dologgal kapcsolatos attitűdjének megváltoztatása, ennek megfelelő cselekvés kiváltása. De a meggyőzés konnotációja alapvetően pozitív, míg a manipulációé negatív. A meggyőzés esetében mindkét félnek ugyanannyi esélye van meggyőzni a másikat. Itt az észérvek és a logika kerülnek előtérbe, a manipulációval ellentétben ez kétoldalú folyamat (Bártházi). (Meg kell jegyezni azonban, hogy a fogalmak használatában a szakirodalom sem egységes: sokan a meggyőzést nem tekintik 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.)

Harré (1988) a befolyásolás és a manipuláció közötti különbséget a cselekvő (közlő) erkölcsi implikációjában véli felfedezni. 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 individuumként kezeli, míg a manipulátor dolognak tekinti a meggyőzendő felet és érzelmeire próbál hatni.

Árvay Anett meglátása szerint „mindkettő [t.i. meggyőzés és manipuláció] 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 verbális 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” (Árvay).

Harréhoz hasonlóan ő is a szándékoltságban látja a manipuláció és a nem tudatos befolyásolás közötti különbséget.

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 rejt el. A reklámok esetére Síklaki István manipuláció-definícióját alkalmazza, amely szerint „a sikeres manipuláció [...] olyan paradox helyzetet teremt, amelyben a manipulátor akkor is eléri a célját, ha hiszünk neki, és akkor is, ha nem” (1994:129 idézi Bárházi). Ebben az esetben a manipuláció sikere a befogadó felelőssége is, nemcsak a manipulátoré.

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).

A reklámok tehát a fenti értelmezés szerint a manipuláció különleges esetei, hiszen a befogadó tudatában van annak, hogy manipulálni próbálják. A reklámok esetére vonatkoztatva ennek alapján elmondhatjuk, hogy

- 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.

3. Pszichológiai stratégiák

A reklámok tipikusan egy bizonyos cselekvéses reakciót (vásárlást) akarnak kiváltani a befogadóból. Ennek érdekében különböző pszichológiai stratégiákat is alkalmaznak. Bártházi Eszter a két amerikai szociálpszichológus, Anthony Pratkanis és Elliot Aronson által leírt négy ilyen stratégiát (minimumcsoport-paradigma, félelemkeltés, személyes élmény és a ritkaság pszichológiája) vizsgált sajtóreklámokra vonatkoztatva (Bártházi). Nézzük meg most ugyanezeket az utazási irodák online hirdetéseiben.

(A továbbiakban a tanulmány Bártházi elemzésének menetét fogja követni, ismertetve az általa vizsgált stratégiákat és ezek lehetséges nyelvhasználati eszközeit a vizsgált hirdetésekben.)

3.1 Minimumcsoport-paradigma

A minimumcsoport-paradigmát vagy vakcsoport technikát Tajfel angol pszichológus írta le (1971). A kísérletben résztvevőket két csoportba sorolták, vaktában, képzeletbeli szempontok (pl. pénzfeldobás) alapján. A résztvevők idegenek voltak egymás számára, de mindenki tudta, hogy melyik csoportba tartozik. Az azonos csoporthoz tartozók szeretetreméltóbbnak látták egymást, mint a másik csoport tagjait és elkezdtek úgy viselkedni, mintha jó barátok lennének. Ezt használják fel a reklámoknál is: ha nincs csoport, teremtenek egyet és őket célozzák meg. A csoportba tartozás segít eligazodni a világban és a csoporthoz tartozás is fogódzót ad ebben. Ugyanakkor az azonos csoportba tartozókban önbecsülés és büszkeség ébred, védik a saját csoportjukat, magukévá teszik a csoport által vallott elveket. (Ez szolgálhat egyébként a diszkrimináció alapjául is.)

3.2 Félelemkeltés

Ennek a stratégiának a 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.

3.3 Személyes élmény

Sajtóreklámokban gyakran létező személy vagy híresség osztja meg az olvasókkal személyes tapasztalatait a termékkel vagy szolgáltatással kapcsolatban, és míg szavahihetősége nem sérül, nagyon meggyőző tud lenni. Az emberek közel érzik magukhoz, hisznek neki és így a reklámozott terméket választják a másik személyes ajánlására. Különösen erős a hatás akkor, ha egy híresség saját maga mond el magáról dolgokat, érzékletesen. Az ő személyes élménye, tapasztalata önmagában alkalmas arra, hogy alátámasszon egy álláspontot.

3.4. A ritkaság pszichológiája

Ha rájövünk, hogy valami kevés, ritka, elérhetetlen, azonnal foglalkozni kezdünk vele. Az, amiből kevés van, felértékelődik számunkra, azt rögtön magunkénak akarjuk tudni. Különlegesnek, többnek érezzük magunkat, ha birtokunkba kerül. Lehet ez akár árucikk, akár – mint esetünkben – különlegesnek tartott élmény.

4. A stratégiák nyelvhasználati eszközei

Az átlag anyanyelvi nyelvhasználó nincs tudatában annak, hogy milyen grammatikai szabályokat használ éppen, vagy hogy minek alapján dekódol egy üzenetet. A mindennapi nyelvhasználatban nem választjuk szét a tartalmat és a formát és nem gondolkodunk el azon

sem, hogy a forma hogyan járul hozzá a jelentéshez (Bártázi). Le kell szögezni azonban, hogy a bemutatott nyelvhasználati eszközök egyike sem alkalmas a manipulációra önmagában. Jelenlétükből nem következtethetünk sem a manipuláció, sem pedig az adott pszichológiai stratégia meglétére, a nyelvhasználati eszközök csupán működésbe hozzák a stratégiákat és ezek együttesen alkalmasak a manipulációra.

4.1 A vakcsoport-paradigma nyelvhasználati eszközei

Vakcsoportokat úgy hozhatunk létre, hogy a közlő elérje, hogy a befogadó ugyanannak a csoportnak a tagja. Ez igen hatásos, mert akivel egy csoportba tartozónak érezzük magunkat, nem feltételezzük, hogy rosszat akar nekünk.

A vakcsoport-technika megvalósulásának egyik lehetséges nyelvi eszköze a többes szám első személyű ragozás, amellyel a közlő bevonja a befogadót a szituációba, feltételezve ezzel, hogy mindegyiküknek ugyanazok a vágyaik, így ha neki jó valami, az a befogadónak is az lesz. Ha neki tetszik valami, örömet okoz, várhatóan a befogadónak is azt fog.

Ez a Neckermann hirdetésében így jelenik meg:

„Isztambul az egyetlen olyan város, amely két kontinensen fekszik. Egyszerre csodálhatjuk meg a múlt és jelen alkotásait, a kelet és a nyugat izgalmas keveredését.

A müezzin imára hívó hangja különleges hangulatot teremtve visszarepít bennünket a nyüzsgő nagyváros múltjába. A csodálatos mecsetek és dzsámik szinte teljesen eredeti formájukban várják a hívőket és az odalátogatókat.”

De mire utal a „mi”? A befogadóra, befogadókra és az utazási iroda munkatársaira? Vagy a reklám készítőire? Síklaki megfogalmazása szerint ezt az eszközt inkluzív, definiálatlan „mi”-nek nevezzük, melyet a befogadó tölt ki tetszőlegesen. Vonatkoztathatja ezt önmagára és az

anonim közlőre, vagy akár saját ismerőseire, barátaira, akikkel részt szeretne venni a hajóúton.

Egy másik inkluzív, definiálatlan „mi” Vista ajánlatából:

A felnőttek már régóta nem hisznek a mesékben, hogy a Télapó teszi a nyalánkságokat a gondosan kisuvickolt cipőkbe. A lappföldi Mikulásnál tett látogatásunk, és a tőle hallott műhelytitkok azonban mindannyiunkat visszarepítenek a gyerekkor varázslatos, rejtélyekkel teli világába és egyben megismerkedhetünk Finnország csodáival is.

Egy újabb példa az extremutazas.hu kínálatából:

A parkolótól kb. fél óra gyaloglás után – magunk mögött hagyva egy meredek emelkedőt - érjük el a szurdok bejáratát, ahonnan a valódi izgalmak kezdődnek. Innen 200-300 méter magas sziklafalak között haladunk, főként létrák, lépcsők, hidak segítségével – melyből összesen 164 darab található. A szintkülönbséget kb. 2900 lépcsőfok hidalja át. Kényelmes tempóban és fényképszünetekkel kb. 2 óra alatt tesszük meg a 2 kilométeres távot. Utunkat lélegzetelállító látvány kíséri.

A vakcsoport-képzés másik nyelvhasználati eszköze lehet a tegeződés. Mivel közeli ismerőseinket szoktuk tegezni, az üzenet személyesebbnek tűnik. Igaz, ez idősebbek megszólítása esetén nem volna helyénvaló. A Kartagotours is fiatalokat szólít meg ezzel a technikával:

Ha egy fergeteges bulis utazásra vágysz, a legjobb helyen vagy a Kartago-nál! Akár quaddal akarsz száguldozni a sivatagban, vagy egy Földközi-tengeri sziget közelében egy felfújott banánba kapaszkodva szelni a sós habokat, vagy a kikötő legjobb discoit felfedezni, Neked találtuk ki ezt a kedvezményt.

Itt a vakcsoportot egyrészt a korosztály, másrészt a buli és az extrém dolgok szeretete képzí.

Így már nem is egy alapja van a csoport kialakulásának, hanem mindjárt három.

4.2 A félelemkeltés nyelvhasználati eszközei

A félelemkeltésnél fontos szabály, hogy a fenyegetés ismertetésénél nem szabad megállni, rá kell vezetni a befogadót az egyedüli megoldásra. A félelemkeltés fázisában használt eszköz lehet a generikus kijelentés (vagyis a hétköznapi tapasztalatból adódó állítás, pl. a csúnya haj csökkenti az önbizalmat), illetve a hiperbola (a csúnya haj csökkenti az önbizalmat, a korpa pedig már valósággal gátlásossá tesz).

Érdekes, hogy a vizsgált utazási irodák közül nagyon kevesen élnek ezzel a stratégiával. Félelemkeltés helyett inkább a személyes élmény stratégiáját és a ritkaság pszichológiáját választják. Egy a Vista Miaimiról szóló ajánlatában azonban találunk példát erre is:

Tudja le a kötelező köröket, kóstoljon bele egy kicsit a „Miami-életérzésbe” amit egy South Beach-i fürdés vagy késő esti séta során megtehet, csodálja meg az art deco épületeket, esetleg mártózzon meg a Venetian Pool jéghideg vízében, aztán szedje is a sátorfáját és táborozzon le inkább Fort Lauderdale-ben vagy a közeli Hollywood-ban, mely mindössze 15-20 percre van a veszélyeket rejtő nagyvárostól.

Miami bár nappal csillogónak, elegánsnak és nagyon „trendinek” tűnhet, sajnos a bűnözés melegágya. Este bizony kerülni kell a város kihaltabb, veszélyesebb negyedeit, de nappal sem lehetünk teljes biztonságban: állítólag az a legújabb „trükk”, hogy a – könnyen felismerhető – bérautóknak piros lámpánál nekimennek, és amikor kiszáll a gyanútlan sofőr, hogy szemrevételezze a kárt, beugranak a helyére és már ott sincsenek a kocsival.

Felesleges kockáztatni. A hollywoodi strandok ugyanolyan szépek, és még tömeg sincsen.

Érdemes megosztani a nyaralásunkat Orlando és Miami között, hogy a félsziget északi és déli részét is könnyedén felfedezhessük.

A félelemkeltést itt szó szerinti értelemben is használják, hiszen a kijelentések a nagyvárost a bűnözés központjának írják le, és ismertetik a bűnözők módszereit is. Nem generikusan, nem

finomítva, modális toldalékkal, hanem szükségszerűséget sugallva (kerülni kell). Természetesen megoldást is kínálnak: szálljunk meg máshol.

4.3 A személyes élmény stratégiája nyelvhasználati eszközei

Ez a stratégia a legkedveltebb az utazási irodák körében. Ilyenkor vagy egy ismert személyiség (pl. Vágó Istvánt említhetjük, aki az azóta már megszűnt Aeroviva arca volt, vagy a valóságshow-k nyerteseit is ide sorolhatjuk, akik utazást is kaptak) mondja el élményeit, egyes szám első személyben, ezáltal hitelesebbnek tűnik, mivel az állítás forrása a beszélő maga. Érzékletesebb, helyben és időben kötöttebb, epizodikus mondatok hangzanak el, sokkal kevésbé tárgyilagosak, mint a generikus mondatok. Ezáltal közelebbinek érezzük őket magunkhoz, képszerűen látjuk őket. Előfordul az is, hogy valaki, létező (vagy létezőnek vélt) számunkra azonban ismeretlen ember osztja meg velünk az élményeit. Ilyenkor a hitelesség növelése érdekében sokszor fényképet is mellékelnek a beszámolóhoz.

Mivel felkeltette érdeklődésemet szűk hazája, a finnországi Lappföld iránt, úgy döntöttem, én is felfedezem a környék szépségeit. Havas tájakon siklottam motoros szánon, és meglátogattam egy kutyatelepet, ahol 140 állatot nevelnek szánhúzásra, kiszolgálva a folyamatosan érkező turisták igényeit. Csak ezen az egy telepen, egyetlen nap alatt 150 kilogramm hús fogy el a kutyák etetésére, és majd' ezer turista fordul meg a főszezon egy forgalmasabb napján. – olvashatjuk a Vista katalógusában.

Katona Júlia szállodai recepciós az Ibusznál próbál minket rávenni arra, hogy Spanyolországba látogassunk.

Az egyetem befejeztével úgy döntöttünk hárman barátnők, hogy friss diplománk megszerzésének jutalmául elutazunk külföldre. Szerettünk volna a kulturális látnivaló mellett szórakozni, és az édes semmittevésnek adózni a tengerparton. Döntésünk hamar megszületett: irány Spanyolország.

A befogadó számára szintén ismeretlen *Chirstodoulou Pál Beáta*, újságíró, kommunikációs szakember pedig Ciprust ajánlja ugyanott.

Ciprus: Bármerre járok a szigeten, mindig rabul ejt változatos növényzete. Olyan, mintha egy nagy botanikus kertben lenne az ember.

Azáltal, hogy az epizodikus mondatok vannak túlsúlyban, a szöveget élőbbnek, képszerűbbnek érezzük.

4.4 A ritkaság pszichológiája nyelvhasználati eszközei

Ilyenkor a reklám egy élményt próbál eladni a befogadónak, azt ígéri, hogy különleges, egyedi élmény részese lehet. A ritkaságot, különlegességet a nyelvi megformálás is tükrözi. 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, vagy, jelen esetben, részt vesz az utazáson. Bártházi megfigyelése, hogy az ilyen reklámok nagyobb számban tartalmaznak „a hétköznapi nyelvezetben nem használt kifejezéseket, ritka, esetleg még soha nem hallott szókapcsolatokat, idegen eredetű kifejezéseket, hogy ezzel is a különlegesség, a nem-mindennapiság érzését” keltsék (Bártházi).

A Best Reisen utazási iroda így ajánlja törökországi útját:

Családi nyaralást tervez Törökországba? Erre nincs is jobb megoldás, mint a Best Reisen Dino Club szállodái. Törökországban három szállodában kínálunk nyaralásokat családoknak – mindhárom hotel a legjobb minőséget biztosítja utasainknak, hiszen ötcsillagosak, és az összesben all inclusive ellátást kínálunk. A bőséges étel-, ital- és szolgáltatáskínálaton kívül

csúszdák, játszóterek, gyermekmedencék, és egyéb sportolási és szórakozási lehetőség várják utasainkat a Dino Club modern, tengerparti hoteljeibe.

Amellett, hogy kiemeli a szálloda minőségét (ötcsillagos, legjobb minőség), használja az *all inclusive* szakkifejezést is, ami már magában a luxus érzetét kelti.

Ugyanennek az irodának egy másik, Kenyáról szóló hirdetésben még jobban tetten tudjuk érni a különlegességet hangsúlyozó szóhasználatot:

Kenya utazás ajánlataink között remek szolgáltatásokat kínáló négy-, ötcsillagos hotelek közül válogathat, de aki egy igazi, afrikai butikhotelben szeretne megszállni, az is talál megfelelő ajánlatot a Best Reisen kenyai hotelajánlatai között. Félpanziós szállást preferál? Vagy inkább az all inclusive szolgáltatás híve? Esetleg a köztes megoldást, a teljes panziót választaná? Bármelyik ellátást kéri, katalógusunkban mindegyikre talál megfelelő ajánlatot. Így már csak az igényeinek leginkább megfelelő hotelt kell kiválasztania, és irány a fehér homokos part és Kenya! A szállodákban számos sportolási és szórakozási lehetőség várja utasainkat, sőt, akik a nyaralás során a remek wellness szolgáltatásokat is szeretnék élvezni, azok is több hotel közül válogathatnak. De remek éttermek, bárók és kávézók is vannak a Best Reisen Utazási Iroda katalógusában található kenyai hotelekben. Kenyai ajánlataink közül szolgáltatásainak színvonalával kiemelkedik a négycsillagos, félpanziót kínáló Leopard Beach Resort & Spa, valamint a szintén négycsillagos, all inclusive ellátást kínáló Southern Palm Beach Resort Hotel.

A szókincs válogatott (*preferál, híve, számos, remek*), szakszavakat is használ (*butikhotel, all inclusive, félpanzió*), mindezzel azt sugallva, hogy aki részt vesz az utazáson, annak különleges, csak válogatott közönség számára elérhető élményben lesz része. Itt is magas az epizodikus, képszerűség érzetét keltő mondatok aránya.

A Vista így ír a panyolai fesztiválról, melyet Fűszeres Eszter gasztroblogger is ajánlott (személyes élmény stratégiája):

Panyola mindig meglep valami újjal. A mesés, érintetlen környék hangulata sima hétköznapiokon is megkapó, ilyenkor azonban megtelik igényes zenével, családi-, pálinkás és gyermekprogramokkal, elképesztően finom, máshol nem kóstolható helyi ételekkel és rokonszenves népekkel.

A fesztivál kiegészítéseképpen érdemes egy-két nappal tovább maradni és két keréken vagy kenuban felfedezni azt a sok-sok csodát, amit ez a vidék rejt. A kerékpárutak kiváló minőségűek, a kenuzáshoz pedig tobzódhatnak az ország legszebb, legromantikusabb vizeiben.

Itt is felfedezhetjük a szóhasználatban az igényes, választékos szavakat (mesés környék, megkapó, tobzódnak), amivel a különlegesség érzetét keltik a befogadóban.

Befejezés

Láthattuk, hogy a manipuláció milyen nyelvi eszközökben érhető tetten bizonyos pszichológiai stratégiákban: a többes szám első személy és a tegeződés a vakcsoport képzésének jellegzetes eszköze, a tárgyilagosság, a generikus megfogalmazás inkább a félelemkeltés nyelvi eszközei, míg az epizodikus megszólalások élményszerűvé, plasztikussá teszik a személyes élmény stratégiáját. Az utazási irodák egyik legkedveltebb stratégiája a ritkaság pszichológiája. Ennek nyelvi kifejezőeszközei a ritka, esetleg formális szóhasználat és a szokatlan szókapcsolatok, amelyek maguk is a különlegesség érzetét keltik.

A reklámokban megjelenő manipulációt célzó pszichológiai stratégiák és ezek 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. Ez a tanulmány természetesen a kérdéskör nagyon kis szeletét tudta csak vizsgálni, egy teljesebb képhez még rengeteg szempontot lehet és kell majd figyelembe venni.

Irodalomjegyzék

Aczél Petra 2012 Médiaretorika. Budapest. Magyar Mercurius

Árvay Anett Manipulatív érvelés írott reklámokban. online.

<http://www.nytud.hu/alknyelvdok07/proceedings07/Arvay.pdf> letöltve: 2012. 10.15.

Barnkopf Zsolt 2002. A kommunikáció könyve. Budapest: Flaccus Kiadó

Bárházi Eszter. Manipuláció, valamint manipulációra alkalmas nyelvhasználati eszközök a sajtóreklámokban. online. <http://www.c3.hu/~magyarnyelv/08-4/barthazi.pdf> letöltve: 2012. 10.18.

Griffin, Em 2001. Bevezetés a kommunikációelméletbe. Harmat Kiadó

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

Pratkanis, Anthony – Aronson, Elliot 1992. A rábeszélőgépj. Budapest. AB OVO

Simig Ákos - Simigné Fenyő Sarolta 2009. Szóbeli befolyásolás – meggyőzés és manipuláció In: A meggyőzéstől a manipulációig. Miskolci Egyetemi Kiadó

Síklaki István 1994. A meggyőzés pszichológiája. Budapest. Scienta Humana.

THEORETHICAL ASPECTS REGARDING ROMANIAN AGRO-TOURISM DEVELOPMENT

Larisa Dragolea, Levente Dimen

“1 Decembrie 1918” University of Alba Iulia, Romania

The agro-tourism a rural tourism that use for accommodation and for serving the food only the rural touristic pensions and the agro-touristic pensions, benefiting of an unpolluted and picturesque medium, of the natural attractions and of the cultural-historical values, of the traditions and habits that are present in the rural medium¹⁰⁰.

Romania has a lot of attractions for the tourism, so there is a major possibility for the agro-tourism development. Beginning with the Carpathians Mountains, the Danube Delta and the Black Sea beach, the folklore and the ethnographic areas (which will be mentioned during this study), all of them can contribute so that our country can be in one of the first places among the countries that already included in their offering this tourism form.

In this country, the agro-tourism is practiced for more then six decades, but at the beginning it was made in a primary shape and in an unofficial manner, through housing the casual visitors in the rural houses. The “organized” agro-tourism begin from 1967-1968 when the first tourists groups spend their holidays in the rural medium, on the Romanian beach of the Black Sea.

¹⁰⁰ V. Glavan, “Rural tourism – agro-tourism – durable tourism – eco-tourism, Economical printing house, Bucharest, 2003

Beyond 1989, the agro-tourism has known a big dimension, the people were very receptive to this phenomenon, appearing more than 3000 farms intended for the agro-tourism, in the following areas: Dorna, Maramures, and Apuseni Mountains etc. This number is in a continuous increase and this think is benefic for the tourist, which has a more suitable alternative for accommodation, and for the rural population too for which – in almost all the cases – the agro-tourism is the only way to earn money. Through agro-tourism the rural medium is capitalized under all its aspects, and some of the **singularities** which differentiate this tourism from other forms of tourism and bring the agro-tourism in the tourists top preferences are:

- *the authenticity, the originality and the variety of the offering* – the consumer is brought in the rural farm by the desire to understand the old traditions and habits from these places and that exist in our days too and weren't touched by the time passing. "The calmness oasis" from the rural spaces seduces the tourist, offering to him some conditions for recreation (hunting, fishing, trips, riding, participation to some local bargains and expositions with art objects made by the artisans that belong to that places) far away from the town agitation and pollution;

- *the quality of the culinary services and food* – as usual, what it is consuming in the rural touristic pensions is entirely obtained in the respective establishment, the consumer of these services benefit of a real "treatment" for his body. Having in mind the limited number of places that is detained by a rural touristic pension (20-30 accommodation places), the tourist know that the services will have a superior quality and so, the owner can easily satisfy the clients.

It is well known the Romanians hospitality, and, because of this fact, many foreign tourists came every year in our country, usually they came back at the same pension, and in time here, at this pension, the people establish long friendships.

-there is no agglomeration – which allow to the tourist to have some quite and relaxing days, in the middle of the nature, in a special natural cadre;

- the price of a holiday in the rural medium is relative small in comparison with the other alternatives of spending the days off (or the holiday) and allow to all the social categories to opt for this variant.

Advantages for the owners of the rural touristic pensions:

- the investment for a location like this is not so big – in many cases, even the owner house was transformed into a “mini-pension” having between 3 and 5 rooms, and then becoming a bigger pension with 10-15 rooms. In time, an investment like this in Romania it is for sure an investment that can be amortized in a short time and, implicit, a rentable one;

- it is an activity that generates profit, in which can be implied all the family members – the reality of the XXI century confirm us the fact that more and more people begin various activities or business in the rural medium, in which, at the beginning, it is implied only the family. In time, when the activity begin to be a productive one and a prosperous one, if is necessary, there are implied other people in the respective activity. One of the unwritten laws which is respected in most of the cases by the Romanian people that are living in the rural medium is the idea that all the family members (parents and children) should live as close as possible one to each other (generally, in the same town), that’s why we will see that in almost

all the pensions from our country the personnel is represented by the members of the same family.

The tourism development is imposing in the rural space, both in the economical plan and in the social plan. Thus, the rural tourism contributes to the economical life of the village through the following things:

- the possibility of realize a development policy for the rural tourism for a long term, in a tight relation with other branch policies: agriculture, infrastructure, the medium potential;

- the possibility to become a base for new business and for new jobs and which will determine a new development in the local plan and in the regional plan;

- encouraging the local traditionally activities, especially the handicraft, and that ones that can determine the development of a specific commerce and the creation of new jobs;

- the increase of the incomes of the people that are living in the rural placements generated through the capitalization of the local resources, of the ecologic agro-alimentary products for the tourists consumption or the selling of these products to the tourists and the tourism potential that exist (for amusement, for trips etc.);

- a factor that is use to activate the process of increasing the life quality in the rural medium.

Diversifying the activities through the rural tourism has distinct implications in the spectrum of the social-political life through the following things:

- the increase of the stability phenomenon and of the restriction of the process of people migration, so of sustaining this one;

- diversifying the jobs of the population, especially for the young people;

- changing the age and the gender structures according to the new jobs (by holding the young people in locality, for example);
- keeping the socio-cultural models that already exist, by keeping the popular traditions and the local architecture;
- the possibility that the underprivileged strata will benefit of agricultural and touristic resources, of the rural medium ambience, at moderate prices;
- assuring for the tourists, generally, of some alternative vacancies concurrent with the increase of the knowing degree and the increase of their appreciation for the traditionally rural life;
- the contribution to the education and to the instruction of the young tourists, and of other segments too, having in mind the cultural-educative role and the role of widening the knowing horizon of the rural medium from our country;
- the increase of the quality of the local people life, and the increase of the instruction degree and of the knowing degree, making some new friendships between the local people and the tourists, between different localities (localities from our country or localities from other countries) through the contact with the tourists that are coming from areas that are different from our country from the social-economic point of view and from the spiritual-cultural point of view;
- creating a favorable image of our country abroad through the contact of the foreign tourists with the Romanian ethno-culture and with the natural ambience and with the hospitality of the Romanian village.

THE ROMANIAN DESTINATIONS FOR THE AGRO-TOURISM

As we were saying at the at the beginning of the writing, Romania has optimal conditions for the development of the agro-tourism, from the natural conditions point of view and through the receptivity degree that was observed at the people from the rural environment. There is, in this country, many regions that can be transformed in concrete and viable agro-touristic offerings for the autohtonous and, also, for the foreign tourists which want to know new spaces that are unchanced by the time passing.

The main agro-touristic destinations in Romania are: the Apuseni Mountains, Maramures, the nordic part of Moldova, the Danuble Delta.

The Maramures is a special touristic area, with distinct characteristics and with a distinct personality, grouped in several remarkable touristic centers through its landscape architecture beauties, through the resorts or through the spas, through the monuments with an old architecture and through the ethnographic and folklore zones. The Maramures Country (which is covering almost the entire basin that has the same name) has its traditions written not on the paper, but on the wood. Send not through words, but through the signs that are inlayed in the wood, all this became churches, gates and houses, tools or ornaments with divine or with worldly symbols. Despite the hardships the villagers from this area keep alive their traditions and their folklore. Today, these places and the unique style of living from here developed a *strong rural culture, which can be seen just in a few European regions.*

The Maramures it means a *unique folklore inheritance.* The agriculture always was the main element which assured the living of the uplanders. This think is reflected in the local tradition, like the festivals that take place here. In these areas there are sufficient places for accommodation for the possible tourists, but for certain periods (for example during the

religious holidays) the reservations must be taken in advance, because during the religious holidays the request is big and the accommodation capacity is exceeded by the requests number.

At the outfall of the Danube in the Black Sea it can be seen the beautiful delta of the Danube, an interesting country corner which conserve a distinctive touristic potential which has no equal in Europe.

The second delta in Europe as size, the Danube Delta represent, through its surface (4.375 kmp with the Razim-Sinoe system of lagoons), through its formation (a dense network of canals, slops and lakes which alternate with the arid area), through the variety and through the originality of its landscape architecture and of its fauna, one of the most valuable and complex touristic area from our country.

Among its attractive components we can enumerate the *vast beaches*, in the seaside area (Sulina, Petrisor, and Sf. Gheorghe), the *presence of the sand dunes* (Caraorman, Saraturile), the *various vegetation* (the oak forest from Letea and Caraorman, the cork parks and the big willows, thatch, rare species), the autochthonous *fishy fauna and ornithology fauna*, with a lots of guardedly species, and a rich and various *hunting and fishy background*.

For its exceptional value, for the ecosystems originality and for the uniqueness of the biological elements the Danube Delta has today the statue of *a biosphere reservation*; the total surface of the reservation (18 areas totalizing almost 500 kmp) represents a perimeter with a strict protection, opened only for the authorized scientific researches.

Among the elements that give a special attraction to the Danube Delta we can enumerate:

- ***the originality and the spectacular of the landscape*** which is given by the joining of the aquatic surfaces with thatch, swamp fields and the marine and fluvial beams with oak forests, the beech and the sand dunes with arid and exotic landscapes etc.;
- ***the water mirrors*** (especially the Danube arms, the canals, the lakes) which represent places for trips, amusement and sportive fishing and also represent the main touristic roadway to the Danube Delta;
- ***the various, the rich and the specific vegetation*** which is interesting through the landscapes aspects that are created, through the scientific value of some associations or species, through the melliferous potential etc. A special interest is represented by the large thatch and by the willow forests, the black poplar and the thermopile oak with a dense hank of liana, wild beast and clematis which give an exotic attractiveness of a tropical forest, luxuriant, to the landscape from the Letea and Caraorman beams;
- ***the birds***, through that 300 various species as geographic origin and scientific, aesthetic interest and some of them of an hunting interest, conferring to the delta the name of “*paradise of the birds*”;
- ***the fishy fauna***, very rich and various, of an economical, scientific and sportive interest, and also the ***mammal fauna***, which is important for hunting;
- ***the beeches*** from the seaside that belong to the Danube Delta, a doubtless motivation to visit the delta from Sulina to Sf.Gheorghe, to make some helio-marine treatment and some complex sea-delta programs, of a big attractiveness for the tourists;
- ***the climate conditions***, which is benefic to practice the tourism from spring till the autumn because of the high thermal condition, because of the reduced precipitations, because the sun is shining for a long period etc. Each season has original attractions, but the most beautiful season seem to be the autumn, the hunters and the fisherman

preferred season and also the season that is preferred by the people that like the pastel colors;

- ***the cultural potential***, with numerous historical vestiges, ethnographic elements and folklore, museums etc.;
- ***the habitations*** with the look and the socio-economical life specific to the delta.

All this elements that assure the touristic attractiveness generate sundries motivations for all the tourist categories, encouraging the development and the promoting multiple tourism shape.

The Moldova and the Bucovina, as geographic and historical provinces, are situated at the east side of Romania, having at north the border with Ukraine, at south the Milcov river, at west the West Carpathian mountains and at east the Prut river, which represent the border with the Moldova Republic. Among the main attractions of the *Moldova* there are the rural farms, in which the house is using the traditional materials (wood, stone and soil) and popular techniques for the ornament. It can be pointed out the ethnographic regions of Botosani, Neamt, Suceava and Vrancea, where there are still kept the ***traditional handicrafts***, like popular ceramic (Radauti, Marginea, Iresti, Dorohoi).

In museums and often, even in the daily life, we meet the popular costume, the weaves, the popular stitch, the coat confections (Neamt, Suceava) and the objects that are necessary for living and which are made in the rural industry. The heart rich of the people that are living in Moldova it is also illustrated in the traditionally values of the song and of the popular dance, in the popular habits that are related to the events that are characteristic to the religious life or that are related to the daily events, ennobled through customs and rituals that are specific to this region.

In the turistic region of Moldova there is a truly “choker” of monasteries, churches and boroughs, which must be all the time in the attention of the touristic circuits. The religious edifices from the Iasi, Neamt and Suceava counties are remarkable and they have museums that house the patrimony values. In Moldova is an historical cult, the most famous leader, Stefan the Great, being the most famous founder of churches and boroughs, like the Putna, Neamt and Voronet monasteries, the strengthened borough of Suceava, and the “Sf. Nicolae” church from Iasi.

The domain in which Romania show a deficit is the promoting. In present, there begin to be initiated some various information programs, but we are in an incipient stage in comparation with other countries. The promoting through the Internet of some various associations from the tourism domain and the sites of the offering people prove their utility through the increase of the request for the accomodation spots. The participation of our country at International Bargains and Expositions and the organization of such manifestations in our country, with quests from other countries, may be a chance for the development of the romanian agro-tourism.

Romania may become an efficient tourism product if will have a well thoughted strategy. The local and the regional promoting should capitalized the value of the conection that exist between the nature and the culture, considering the real importance of the existent advantages and of the desires, of the needs and of the exigences of the targeted tourists groups.

REFERENCES

Book:

Culda, S, Rural tourism, Editura Risoprint, Cluj Napoca, 2000

Glavan,V, Rural tourism – agro-tourism – durable tourism – eco-tourism, Economical printing house, Bucharest, 2003

Mortan, M, Agrotourism-a possible alternative, Editura Risoprint, Cluj Napoca, 2005

Petrea,R., Petrea, D,Rural tourism, Presa Universitara Clujeana, 2000

www.mturism.ro

**KÖZÉP-EURÓPAI GAZDASÁG ÉS TÁRSADALOM -
COLLEGIUM TALENTUM**

A MAGYAR NYELVŰ KUTATÁSOK KÖRÜLMÉNYEI KÁRPÁTALJÁN ÉS ERDÉLYBEN (MŰHELYVITÁK A KÜLHONI MAGYAR KUTATÁSOKRÓL)

CIRCUMSTANCES OF THE HUNGARIAN RESEARCH ACTIVITIES IN
SUBCARPATHIA AND IN TRANSYLVANIA (Workshops on the out-of-border
Hungarian researches)

Dr. Kandikó József, főiskolai tanár
a közgazdaságtudományok kandidátusa
Edutus Főiskola, a Collegium Talentum elnöke

ÖSSZEFOGLALÓ

A Collegium Talentum szervezésében 2012 tavaszán Kárpátalján és Erdélyben lebonyolított műhelyviták rámutattak arra, hogy miközben figyelemreméltó tudományos kutatómunka folyik mindkét határon túli magyar területen, az alap kutatásokra illetve a társadalomtudományi kutatásokra a magyar kutatóhelyek alig tudnak helyi állami forrásokat igénybe venni. Az alkalmazott kutatások területén lennének megbízások a gazdálkodási szférából, de megrendelés csak a piacképes kutatásokra irányul, ehhez pedig a felkészült humán erőforrás mellett megfelelő kutatástechnikai, laboratóriumi feltételek is elengedhetetlenek. A kárpátaljai kutatóhálózat lényegesen gyengébb, mint az erdélyi, kevesebb és szűkebb problémakörökkel foglalkozik, és a publikációk terjesztése is szűk körű. A műhelyviták tanulsága szerint egy integrált kárpát-medencei tudományos terület kellene létrehozni, amelyben a gyakorlati kutatási kapacitásokat irányított módon lehetne kihasználni! A partnerséget és kölcsönösséget a helyi és a magyarországi egyetemek között minden szintet átfogó együttműködések formájában tervszerűbben, tudatosabban kellene fejleszteni!

A Magyar Nemzetpolitika, A nemzetpolitikai stratégia eleme című KIM anyag 3.2.4. pontja a tehetséggondozásról a következőket fogalmazza meg: *„A magas szintű, minőségi tudással felvértezett fiatalok szerepének kiteljesedése nagyban hozzájárulhat a magyarság kulturális és gazdasági potenciáljának megerősödéséhez. A tehetséges fiatalok számára ezért kiemelt*

figyelem szükséges. A tehetséges fiatalok megtalálása, felfedezése és továbbképzése különböző speciális, célzott programok által kell, hogy megvalósuljon. Ilyen fontos programként említhető meg a Collegium Talentum tehetséggondozó program, melynek célja, hogy a külhoni területekről felkarolja a kimagaslóan tehetséges magyar fiatalokat, és olyan speciális minőségi tudást nyújtson számukra, amellyel megállják a helyüket a nemzetközi szintű tudományos életben.” A Collegium Talentum alapvető feladata e célok elérésében, hogy szerepet vállaljon a felvidéki, a kárpátaljai, az erdélyi és a vajdasági magyar anyanyelvű egyetemi és főiskolai hallgatók, továbbá a fiatal doktoranduszok értelmiségi pályára történő felkészítésében. A kiemelkedő minőségű mestermunkák és doktori értekezések elkészítésének alapvető feltétele a célirányos és eredményes kutatómunka, amihez pedig hatékonyan működő kutatóműhelyek kelljenek. Természetesen vannak olyan diszciplínák, amelyek esetében elvárt, sőt egyeseknél kötelező is a külföldi kutatómunka, de a megalapozó ismereteket mégis csak az otthoni kutatói környezetben kell összeszedni. A kollégium nem is vállalkozhat arra, hogy minden támogatottja külföldi helyszíneken és intézményekben folytasson kutatásokat, és alapvető célunk is az otthonmaradás elősegítése, amiben nem lenne szerencsés, ha a kutatómunka zömét nem otthoni kutatóhelyen végzi a jelölt. Ezért határozta el a Collegium Talentum vezetése, hogy egy műhelyvita sorozat keretében megismerkedik az említett Kárpát-medencei területen folyó magyar nyelvű kutatóműhelyekkel, a kutatási infrastruktúrákkal és feltételekkel. A műhelyvitákkal nem lehetett a célunk teljes körű, összefoglaló kép készítése a határon túli tudományos kutatásokról és kutatóműhelyekről, csak arról akartunk tájékozódni, hogy a támogatott fiatalok milyen körülményekkel találkoznak otthon folytatott kutatómunkáik során.

A Collegium Talentum szervezésében 2012 nyárelőn két műhelyvitát szerveztünk a magyar nyelvű tudományos kutatómunka szellemi és infrastrukturális feltételeiről a külhoni magyar területeken. Június 18-án Beregszászon a II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola

adott otthont és vett részt a program megszervezésében, június 27-edikén pedig Kolozsvárott a Kolozsvári Akadémiai Bizottságnál a Babes-Bolyai Tudomány Egyetemmel együttműködve került sor a szakmai fórumra. A két találkozón közel ötven kutató, oktató, illetve doktorandusz vett részt. A vitaindító előadást mindkét helyszínen a felsőoktatási intézmény tudományos rektor-helyettese tartotta. Ezek az előadások – az előzetes kérésnek megfelelően – az adott nemzetterület vonatkozásában a következő témákat dolgozták fel:

a helyi magyarságot érintő kutatási kihívások (szakterületek, kérdések)

a kutatási infrastruktúra (egyetem, könyvtár, laborok, technikai feltételek)

publikációs lehetőségek, tudományos szaklapok, konferenciák

tudományos testületek, szervezetek, fórumok

finanszírozási lehetőségek

hasznosítási lehetőségek.

Néhány további előre felkért korreferátum bemutatta a különböző kutatóműhelyeket, azok működését és legfontosabb eredményeit. A vitaindítókat követő, élénk érdeklődéssel kísért hozzászólások egyaránt érintették a problémákat, az eredményeket és a legújabb kezdeményezéseket. A vitákban mindkét helyszínen a Collegium Talentum helyi illetőségű kollégistái is részt vettek, és bemutatták a kollégiumi támogatás keretében végzett kutatómunkájukat, eredményeiket. A jelen előadás e két műhelyvita tapasztalatait foglalja össze.

KÁRPÁTALJA (Beregszász)

Kárpátalja összesen alig több mint százötvenezer főnyi magyar lakosságának több mint egynegyede él a beregszászi járásban (41 ezer fő), és a legnagyobb magyar lakossággal rendelkező város Beregszász, ahol csaknem 13 ezer magyar nemzetiségű lakos él. Érthető, hogy ez a város lett a magyarság központja, még akkor is, ha a város teljes lakossága (26,6 ezer) csekély a nagyvárosok (Ungvár 115 ezer, vagy Munkács 82 ezer fős) lakosságszámához képest. Mindazonáltal Ungváron csak 8 ezer, Munkácson pedig csak hétezer magyar nemzetiségű polgár él.

Mint arra a műhelyvita egyik résztvevője, *Dr. Brenzovics László*, a Kárpátaljai Magyar Kulturális Szövetség alelnöke rámutatott, Beregszászon a tudományos életnek és kutatómunkának a nulláról kellett építkeznie a rendszerváltást követő évtizedekben. A csehszlovák időkben (1919 és 1939 között) az akkori uralkodók nem akartak tudományosságot ezen a területen, ami kezdeményezés itt volt, azt elvitték Prágába vagy Kassára. A Magyarországhoz való visszatérés háborús időszaka nem volt megfelelő, és a fél évtized nem volt elegendő ahhoz, hogy érdemi tudományos élet alakuljon ki Kárpátalján. Az 1944-ben kezdődő szovjet időkben Ungvár városát fejlesztették regionális központtá, így az Ungvári Egyetemen alakult ki bizonyos tudományos kutató kapacitás, alapvetően orosz tudósokkal, kutatókkal, és az egyetem körül néhány akadémiai kutatóintézet is kialakult. A kutatható tudományterületek a természettudomány köré csoportosultak, a társadalomtudományi kérdésekkel való foglalkozás nem volt kívánatos a „kárpátontúli területen”. Ha valamely magyar tudós ilyen kérdésekkel akart foglalkozni, az ország belső területein kaphatott csak rá lehetőséget. A társadalomtudomány területén tehát egy űr volt a térségben, ezért nem véletlen, hogy 1990 után éppen ezen a területen indult el a magyar nyelvű oktatás és kutatás magyarországi támogatással. Ennek központja lett **a II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola.**

Tudományos műhelyek a kárpátaljai magyar tudományosság szolgálatában címmel Dr. Cserniczkó István, a KMF rektor-helyettese tartott bevezető előadást a megye magyar tudományos életéről, amelynek keretében elsősorban az általa vezetett **Hodinka Antal**¹⁰¹ **Intézet** 10 éves eredményeit tekintette át. Az intézet fő célja a kárpátaljai magyar nyelvhasználat tudományos vizsgálata. A nyelvtudományok művelésén belül fontos feladatuk az írott és beszélt nyelvi adatbázisok építése, archiválása, elemzése, valamint a helyi magyar nyelvhasználat problémáinak áttekintése, javaslatok megfogalmazása. Az idegen nyelvi környezetben való nyelvhasználat miatt feladatuk az ukrainai nyelv- és oktatáspolitikai folyamatos monitoringja. Mint egy felsőoktatási intézményben működő intézetnek, természetes tevékenysége az oktatás, továbbképzés, a kutatásszervezés és a tudományos utánpótlás nevelése, segítése. Az intézet a nyelvészeti kutatások mellett társadalomtudományi kutatási programokat is segít, támogat.

Az alkalmazott kutatási módszerek köre széles, a szakirodalmi feldolgozások mellett számos szekunder és primerkutatás információbázisa segíti a munkájukat. Nagyon fontosnak tekinthetők a hallgatók bevonásával lebonyolított terepmunkák, terepkutatások, amelyek nagymértékben képesek bővíteni a feldolgozandó anyagokat, egyidejűleg a fiatalok bevonásához is jó lehetőséget biztosítanak. Ilyen kutatómunkával állították össze *A kárpátaljai magyar hanganyagtárat*, amely 100 településen 628 adatközlővel készített strukturált interjú alapján 390 órányi digitalizált hanganyagot tartalmaz, amiből 60 lejegyzett átírat is készült.

Az intézet számos partner intézménnyel működik együtt, ezeket jól példázzák a közös kutatási programok, amelyeket az 1. számú táblázatban mutatja be:

¹⁰¹ **Hodinka Antal** (Ladomér, 1864. január 13. – Budapest, 1946. július 15.) a magyarországi ruszinok világhírű kutatója, történész, egyetemi tanár, az MTA tagja /Wikipédia/

1. számú táblázat: A Hodinka Antal Intézet közös kutatási programjai

A KUTATÁSI PROGRAM CÍME	PARTNERINTÉZMÉNYEK
A magyar nyelv a Kárpát-medencében	1. MTA Nyelvtudományi Intézete Élőnyelvi osztály 2. Termini Magyar Nyelvi Kutatóhálózat
Magyar Fiatalok a Kárpát-medencében: Mozaik 2001	1. Nemzeti Ifjúságkutató Intézet 2. Lehoczky Tivadar Intézet
DILING: Dimensions of Linguistic Otherness: Prospects of Maintenance and Revitalization of Minority Languages within the new Europe (A nyelvi másság dimenziói: a kisebbségi nyelvek megőrzésének lehetőségei)	1. MTA Nyelvtudományi Intézet 2. Gramma Nyelvi Iroda (Szlovákia) 3. Prágai Károly Egyetem (Csehország) 4. Babes-Bolyai Tudományegyetem (Románia) 5. Kisinaui Egyetem (Moldávia) 6. Maribori Egyetem (Szlovénia) 7. Újvidéki Egyetem (Szerbia)
Nyelvi jogok összehasonlító vizsgálata a Kárpát-medencében	1. MTA Etnikai-nemzeti Kisebbségkutató Intézet 2. MTA Nyelvtudományi Intézet 3. Kijevi Koreckij Állam- és Jogtudományi Intézet
A nyelvészeti kutatások társadalmi hasznosulása/hasznosítása	MTA Magyar Tudományosság Külföldön Elnöki Bizottság
A kárpátaljai magyarság az ukrainai kisebbségek között: helyzetelemzés	1. Kijevi Tarasz Sevcsenko Nemzeti Egyetem 2. Termini Magyar Nyelvi Kutatóhálózat
A kisebbségi oktatás jogi, intézményi és nyelvi helyzete a Kárpát-medencében (2005–2008)	Termini Magyar Nyelvi Kutatóhálózat
Lokális identitások a Kárpát-medencében	1. MTA Etnikai-nemzeti Kisebbségkutató Intézet 2. Kommunikációs Antropológia Munkacsoport (KAM) 3. Fórum Társadalomkutató Intézet
Nyelvpolitika a mai Kárpátalja területén 1900–2010	1. MTA Etnikai-nemzeti Kisebbségkutató Intézet 2. Ungvári Nemzeti Egyetem
A magyar nyelv határtalanítása	1. MTA Nyelvtudományi Intézet 2. Termini Magyar Nyelvi Kutatóhálózat

A magyar nyelv határtalanítása program eredményeként nyomtatásban is megjelent, és interaktív online értelmező szótár készült, amely nagymértékben segít az eltérő területek nyelvhasználatának megértésében, és rávilágít a magyar nyelv sokszínűségére, ami erősen összefügg azzal az idegen nyelvi környezettel is, melyben a nyelvet használók élnek.

A Hodinka Antal Intézet 2001 és 2011 között összesen 283 jelentősebb publikációt jelentetett meg. Ezek között 14 önálló könyv, 209 szaktanulmány, 17 kisebb cikk, 9 felsőoktatási jegyzet, segédkönyv, 11 szerkesztett kötet, 8 szótár, 4 recenzió, ismertetés és 10 internetes publikáció található. A megjelent publikációk közül 26 angol, német és ukrán nyelvű, 60 tanulmány pedig nemzetközi és/vagy referált folyóiratban jelent meg. Az intézet munkatársai 173 konferencia előadást tartottunk, ebből 25-öt idegen nyelven. Munkáikra több száz idegen hivatkozás történt, köztük amerikai, német, japán, finn, ukrán szakemberek által. A tízesztendős kutatómunka eredményei bizonyítják, hogy nyelvtudományi területen jó lehetőségek mutatkoznak a Collegium Talentum támogatott ösztöndíjasainak a kutatómunkára az intézet keretei között.

A **Lehoczky Tivadar**¹⁰² **Intézetet** *Dr. Bocskor Andrea* intézetvezető mutatta be. A társadalom-tudományi kutatásokat végző intézet a 2001-től működő LIMES Társadalomkutató Intézetből vált ki, amikor annak tevékenysége kettévált a nyelvészeti és társadalomtudományi szekciókra. Az intézet kutatásai az alábbi tudományágakhoz sorolhatók: történettudomány,

szociológiai tudományok, neveléstudományok, politikatudományok, multidiszciplináris társadalomtudományok, néprajz és kulturális antropológiai tudományok és multidiszciplináris bölcsészettudományok.

Az elmúlt tíz évben 18 önálló és 10 – más kutatóműhellyel – együttműködésben végzett kutatási projekten dolgoztak illetve dolgoznak jelenleg is. Ezek cím szerint a következők:

- A kárpátaljai magyar oktatás helyzete és az ukrán oktatáspolitiká

¹⁰² **Lehoczky Tivadar** (Fiume, 1830. október 5. – Munkács, 1915. november 5.) uradalmi főügyész, régész, történész, néprajzkutató, Bereg vármegye történetének kutatója /Wikipédia/

- Kárpátaljai ukrán középiskolások magyarságképe egy kérdőíves felmérés tükrében
- Magyar-magyar kapcsolatok
- Kárpátalja XX. századi története az élő emlékezetekben
- A kárpátaljai magyarság 1944-es elhurcolása (málenkij robot). A túlélők és a hozzátartozók kérdőíves felmérése
- A kárpátaljai magyarság részvétele és lehetőségei az ukrán önkormányzati rendszerben
- A kárpátaljai magyarság politikai helyzete a rendszerváltás óta, politikai közvélemény-kutatások, helyzetjelentések
- Magyarok oktatási-képzési stratégiája Kárpátalján az új ukrán oktatáspolitikai törekvések fényében
- Kárpátaljai általános történeti, helytörténeti, oktatási bibliográfia összeállítása
- Temetkezéskultúra Kárpátalján. A múlt „élő” tanúi a temetők, magyar vonatkozású temetők felkutatása a szórvány magyar vidékeken

Aktuális kutatási témákkal is foglalkoznak, mint például *Politikai felmérés a 2012. évi októberi választások előtti helyzetről* (pártpreferenciák, attitűdök, vélemények), vagy a *Felső-Tisza-vidéki szórvány magyar sírok feltérképezése* (A múlt „élő” tanúi a temetők). Az intézet állította össze a Kárpátalja általános történeti, helytörténeti és oktatási bibliográfiáját, amely tematizálta és bibliográfiai adatbázisba rendezte az 1991-2011 közötti Kárpátalja témájú kiadványokat. Az intézet foglalkozik a tudományos könyvkiadás helyzetének felmérésevel is.

Minthogy a természettudományi kutatások korábban Ungvárra koncentráálódtak, és az nincs kellő mértékben reprezentálva a sem főiskolán, sem a beregszászi járásban, a biológia tanszék

kezdeményezésére megalakult a **Fodor István**¹⁰³ **Természettudományi Kutatóintézet**, amelyet *Dr. Kohut Erzsébet* mutatott be. Az intézet működési profilját Kárpátalja természeti kincseinek felkutatása, tudományos igényű feltérképezése, megőrzésének elősegítése, az itt élő növény- és állatfajok felkutatása, életterük változásainak nyomon követése, tudományos gyűjtemények létrehozása, valamint egy, a Kárpát-medence védett és ritka növényfajait felvonultató növénykert életre hívása és fenntartása képezi. A két fő tudományos kutatási terület tehát a konverzációs biológia, illetve a gyakorlati természetvédelem. Az oktatási és tudományos feladatokat is ellátó növénykert a II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola nagyberegai tájházának kertjében került kialakításra.

Az intézet 2011-ben jött létre a Biológia és a Kémia tanszékek bázisán. Egyelőre a forráshiányos környezetben megvalósítható fejlesztésekkel foglalkozik, eszközök beszerzésére koncentrálnak és egy mikrobiológiai labor kialakításán dolgoznak. E technológiai bázison a kutatásoknak már gazdasági haszna is lehetne, mert külső megrendelések is feltárhatók lennének.

Dr. Györke Magdolna az **Ungvári Nemzeti Egyetem** docense elmondta, hogy az Ungvári Nemzeti Egyetemen 2008 szeptemberében nyílt meg a **Magyar Tannyelvű Humán- és Természettudományi Kar** három tanszékkel. Ezek: a Magyar Filológiai Tanszék, a Magyar Történelem és Eurointegráció Tanszék és a Fizika matematika Tanszék. A karon elsősorban tanárképzés folyik elsősorban a kárpátaljai magyar tannyelvű iskolák részére. Minden tanszéken van aspirantúra (doktoriskola), ahová a legjobb végzősöket veszik fel.

¹⁰³ **Fodor István** (Alsógereben, 1907. november 2. – Ungvár, 2000. április 23.) Kárpátalja nemzetközi szinten is nagyra becsült botanikusa és ökológusa /Wikipédia/

A bemutatkozó előadások nyomán kialakult beszélgetés során egyértelművé vált, hogy a felvetett kérdések másként néznek ki a társadalom-, a természet- illetve műszaki tudományok tükrében. A források is szűkösek, és ahhoz, hogy hasznosuló legyen egy kutatás, megrendelés szükséges. A gazdálkodói szférából még akadnak ilyenek a természet- és a műszaki tudományok területén, de a társadalomtudományokban ezek ritkák. Itt legalább a politikum figyelmét kellene megnyerni, hogy központi forrásokat lehessen biztosítani. Ugyanakkor egyértelmű, hogy megrendelés csak a piacképes kutatásokra irányul, ehhez pedig a felkészült humán erőforrás mellett megfelelő kutatástechnikai, laboratóriumi feltételek is elengedhetetlenek.

Figyelemre méltó vita alakult ki arról, hogy hol húzzuk meg a Kárpátaljai magyar tudományosság határait: része-e az a kutató, aki ugyan nem magyar nemzetiségű, de magyar témákkal foglalkozik; vagy hogyan ítéljük meg azt a magyar nemzetiségű kutatót, aki csak ukrán nyelven publikál. A kérdésre érthető módon nem született egyértelmű válasz.

A magyar tudományosság helyzetét jellemző tulajdonságként került megfogalmazásra, hogy már maga a jelzők is minősítenek, azzal, hogy magyar, hogy kisebbségi vagy kárpátaljai tudományosság. Ez jól reprezentálja az itteni tudományos élet hátrányos helyzetét. Ebben a hátrányos és forráshiányos helyzetben általában az mondható, hogy a kutató nem témát választ, hanem a probléma találja meg őt. Ez nehezíti a tudatos tudományszervezést, a célirányos kutatómunkát.

Annak ellenére, hogy a II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola keretein működő Hodinka Antal és Lehoczky Tivadar intézetek a Magyar Tudományos Akadémia akkreditált intézményeiként működnek, és egy kisebb kutatóműhely hálózatot is jelentenek, amely bővül a Fodor István természettudományi kutatóintézettel, a kutatási kapacitások szerények. Még ha idevesszük az ungváriak kapcsolatait is a helyi ukrán akadémiai kutatóintézetekkel, meg kell

állapítanunk, hogy Kárpátalján nem áll rendelkezésre erős tudományos kutatási bázis, amin viszont jó lenne változtatni. Érthető, hogy ez a kutatóhálózat lényegesen gyengébb, mint az erdélyi: kevesebb és szűkebb problémakörökkel foglalkozik. A publikációk terjesztése is szűk körű.

A kárpátaljai tudományos élet további markáns sajátossága a tudományos testületek, fórumok kettős periféria helyzete: Budapest és Kijev is messze van. Ehhez járul a kettős megfelelési kényszer, ami az Ukrajna és a kisebbség, illetve a kisebbség és magyarországi kapcsolódási pontokkal, kapcsolatokkal, beágyazottsággal függenek össze, és ami rendszerint felveti a publikációs nyelv kérdését. A tudományos fokozat megszerzése vagy a magyar fokozat honosítása Ukrajnában rendkívül nehéz, márpedig az ukrajnai felsőoktatási és kutatói karrierépítés feltétele itt is a tudományos fokozat.

A kutatómunka finanszírozása a már működő kutatóműhelyekben is kiszámíthatatlan, tervezhetetlen, sokáig nem lehetett gondolkodni egy kutatói életpálya modellen, de mostanában talán valamelyest javul ez a helyzet. A konzorciális kutatásokban mutatkoznak inkább lehetőségek, amelyek lehetnek nemzetközi, és olykor magyar-magyar kutatások, nem minden esetben magyarországi kutatóhellyel. A pályázati rendszer is esetlegesnek tekinthető. Egyfajta magyar-magyar „tudományos imperializmus” jelentkezik, miszerint egy központi magyar kutatóhely bevonja a határon túli kutatókat egy-egy projektbe, de a részletek elsikkadnak. Gyakran nyílik lehetőség egy-egy összehasonlításra, de egy terület mélyebb kritikai elemzése elmarad, és a jelentősebb nemzetközi megjelenésre már nem maradnak források.

Mínt hogy a műhelyvita kezdeményezője a tehetséggondozással foglalkozó Collegium Talentum volt, amely a kárpát-medencei felsőfokú oktatói és tudományos kutatói utánpótlás

támogatásával foglalkozik, a vitában elhangzott, hogy a tehetséggondozásban lényeg a merítés. A tehetségek felkutatásával Kárpátalján a **Genius Jótékonyági Alapítvány** foglalkozik. Táborok, tehetségpontok szervezésével, konferenciákkal, pályázatokkal, a Tudományos Diákköri tevékenység támogatásával karolják fel az iskolás és középiskolás fiatalokat, hogy ne vesszen el senki! – tudtuk meg *Váradi Natália* irodaigazgatótól. A Genius célja, hogy felfedezzék és odairányítsák a fiatalokat, ahol a legjobb lehetőségeket kapják meg tehetségük kibontakoztatásához, mert csak ez a folyamat vezetheti el őket ahhoz, hogy képzett értelmiségiek legyenek, akik a felsőoktatásban és a tudományos kutatásokban is szolgálhatják nemzetüket Kárpátalján.

A műhelyvita további részében *Vavrincsik Regina* doktorandusz és *Pecsora Sándor* mesterképzéses hallgatók, a Collegium Talentum két kárpátaljai támogatottja ismertette kutatómunkája körülményeit, majd *Ferenc Viktória*, a **Momentum Doctorandus** szervezet elnöke egy, a kisebbségben élő doktoranduszhallgatók között végzett, jelenleg feldolgozás alatt lévő kutatási projektről beszélt és ismertette annak előzetes eredményeit. A műhelymunka végén a Collegium Talentum és a Momentum Doctorandus szervezet közötti stratégiai együttműködési keretmegállapodás aláírására is sor került.

ERDÉLY (Kolozsvár)

A 2011-es népszámlálás első részleges eredményei szerint Romániában a magyarság képezi továbbra is a legnagyobb nemzeti kisebbségi közösséget. A magyarok száma 1 238 000, ami

csaknem 200 ezer fővel kevesebb a legutóbbi, 2002-es népszámlálás alkalmával nyert adatnál. Ez a mostani szám Románia összlakosságának 6,5 százalékát jelenti. A magyarság két megyében alkot többséget: Hargita megyében a lakosság 84,8 százalékát, Kovászna megyében pedig 73,6 százalékát teszik ki a magyarok. Jelentős magyar nemzetiségű lakossággal rendelkezik még Maros (37,8 százalék), Szatmár (34,5 százalék), Bihar (25,2 százalék) és Szilágy (23,2 százalék) megye. Abszolút értékben Hargita megyében él a legtöbb magyar (258 615 fő), a második legnagyobb magyar lakossággal rendelkező megye Maros (200 989), a harmadik Kovászna (151 787). Ezek után következik Bihar (138 441), Szatmár (113 541), Kolozs (103 457) és Szilágy megye (50 659).

A csaknem 310 ezer lakosú Kolozsvárott a magyarok száma jelenleg 49 és 50 ezer között van. Ezzel együtt a magyar szellemi élet központja még mindig a „kincses városban” található. Itt működik az összesen 45 ezer hallgatót magáénak tudható Babes-Bolyai Tudományegyetem, amelynek magyar tagozatán a hallgatói létszám 7000 körül van. Meg kell említeni a Kolozsvári Műszaki Egyetemet is, amelynek 12 ezer hallgató tanul. Ebben a városban van a MTA 44 tagot (és 600-nál több köztestületi tagot) számláló Kolozsvári Akadémiai Bizottságának székhelye.

A Collegium Talentum az erdélyi magyar tudományos kutatómunka körülményeiről szervezett műhelyvitát a Kolozsvári Akadémiai Bizottság székházában tartotta. A vitaindító előadást *Dr. Nagy László*, a **Babes-Bolyai Tudományegyetem** tudományos rektor-helyettese tartotta *A tudományos kutatómunka szellemi és infrastrukturális feltételei Erdélyben* címmel.

Előadásának bevezetőjében áttekintette a romániai kutatási lehetőségeket, majd az egyetemeken folyó tudományos kutatások fontosságára mutatott rá. Leszögezte, hogy a felsőoktatás célja a diákok önálló gondolkodásra, alkotómunkára való nevelése, és az alkotó

gondolkodásra való nevelés legjobb módja a tudományos kutatás. Véleménye szerint az oktatók világszínvonalú tudományos kutatómunkában való jártassága nélkül a diákok nem kaphatják meg azt a nevelést, képzést, amely szükséges egy innovatív, tudásalapú társadalomban. Ezt követően elemezte a felsőoktatási intézmények szakmai rangsorolásának nemzetközi módszereit, és bemutatta, hogy ezekben hogyan kap szerepet a tudományos teljesítmény értékelése. Ezzel együtt felvetette a tudományos teljesítmények mérésével kapcsolatos kérdéseket. Fontosnak tartotta, hogy az alap- és az alkalmazott kutatások közötti különbségek lényege, a kutatás indítéka: ha ez a tudós kíváncsisága, akkor nem könnyű hozzá magán finanszírozót találni, bár a fejlett országokban biztosítanak ehhez állami forrásokat. Ilyen az alapkutatások zöme. Ha viszont valami gazdasági cél motiválja a kutatást, akkor a gazdasági szférából könnyen lehet találni finanszírozót, és ez jellemzi az alkalmazott kutatásokat. Romániában az állami kutatási források szerények (a GDP 0,5 %-a), és a válság következtében ez is a felére csökkent. Ezzel egyidejűleg Romániában a magánszféra K+F ráfordításai is nagyon alacsonyak, a GDP 0,2 százalékát sem érik el. Ilyen körülmények között Romániában az egyetemek elsősorban az állami és az uniós forrásokra számítanak a kutatások finanszírozásában, de ezek a források kiszámíthatatlanok, nem igen tervezhetők.

Romániában az egyetemi tudományos kutatás állami finanszírozása elsősorban az EUFISCDI szervezeten keresztül történik. A BBTE 2011-ben az országban nyertes 280 pályázatból 37-et nyert el, és ebből nyolc pályázatot a magyar tagozat nyújtott be. Ezek a matematika-informatika, a fizika, a kémia, a társadalom- és a humántudományok területén biztosítanak kutatási forrásokat. 2011-ben az egyetemnek 288 kutatási szerződése volt csaknem 49 millió Lej értékben. Ez a kutatási forrás ugyan több mint a duplája a 2009. évinek, de csak kétharmada a 2008-as értéknek. Mindazonáltal megemlítendő, hogy egy kutatási szerződés átlagos értéke közel megduplázódott, ami komolyabb kutatási feladatokat feltételez.

Az erdélyi magyar kutatómunkának vannak magyarországi forrásai is: ezek többsége kétoldalú intézményi kapcsolatokon keresztül valósul meg, de meg kell említeni az OTKA pályázatokban való részvételt, a Domus Hungarica és a Collegium Talentum ösztöndíj támogatásait. Magyarországi forrásokhoz jutnak a romániai magyar magánegyetemek (Sapientia, Partiumi Keresztény Egyetem), és megjelennek források a tudományos társaságok támogatásán keresztül is.

A BBTE tisztában van azzal, hogy mind az alapkutatásokban (tudományos publikációk száma, minősége, idézettség tekintetében), mind az alkalmazott kutatásokban (partnerség az iparral, versenyszférával) lényeges javítanivalói vannak. A célok elérését segítheti, ha a humán erőforrás politikában is hangsúlyt kapnak a kutatási szempontok. Az idei évig a fiatal oktatói-kutatói állások zárolva voltak. Most, hogy lehetőség lesz felvételre, csak a legjobb kutatói és oktatói potenciállal rendelkező fiatalokat szabad felvenni. A fiatalokat jól meg kell fizetni, minden lehetséges forrást felhasználva, ideértve a jelentős posztdoktori ösztöndíj lehetőségeket is. Ahhoz is forrást kell találni, hogy a külföldön versenyképes tudást szerzett fiatalokat hazatérésük után stabilizálni tudjuk.

Dr. Péntek János, a Kolozsvári Akadémiai Bizottság elnöke elsősorban a társadalomtudományok területén mutatkozó kutatási lehetőségekről és problémákról beszélt korreferátumában, majd a fő hangsúlyt az erdélyi kutatómunka gyökereire, folyamataira, illetve a magyar értelmiségi képzés aktuális kérdéseire helyezte. Sürgette az erdélyi magyar nyelvű felsőoktatás stratégiai szövetségeinek létrehozását.

Nagyon fontosnak, a meghatározó nemzeti értékeket mentő és erősítő feladatnak tartotta egy valóságos magyar egyetemi kollégium létrehozását Kolozsvárott, amely kollégiumban szakmai, intellektuális élet folyhatna, és amely az Erdély különböző területeiről az országrész

szívében tanuló fiatalokat összefogná, közösségeiket erősítené, és részben meg tudná óvni az erős asszimilációs hatásoktól.

Rámutatott arra is, hogy az utóbbi években nincsenek szabad egyetemi státuszok, ahol a végzett fiatal doktorok állást kaphatnának. Hangsúlyos problémának említette a kutatómunkában a magyar szaknyelv megőrzésének és alkalmazásának kérdését. Kifejtette, hogy a tehetséggondozás és a tehetséggondozás hasznosulásának kérdései a KAB-ban is gyakran felmerülő fontos kérdések.

Dr. Dávid László, az EMTE Sapientia rektora szerint az erdélyi magyar tudományos élet reprodukálásához fontos az is, hogy segítsük az itthoni tehetségeket, de meg is kell tudni tartani őket, sőt az elvándoroltakat vissza kellene tudni hozni! Ehhez integrált stratégia kialakítására lenne szükség, amely megfogalmazásához a mostanihoz hasonló műhelyviták segíthetnének hozzá, mert az egyébként egymással a hallgatókért versenyző intézmények közötti párbeszédre alapuló, kölcsönösen elfogadott stratégia nélkül az erdélyi tudományos élet nehezen lesz vitalizálható.

A Collegium Talentum két kollégistája, *Gaskó Noémi* és *Keresztes Zsolt Gyula*, a BBTE-doktoranduszai azokat az előnyöket emelte ki a kollégiumi lehetőségek közül, hogy más nemzetterületek hasonló szakterületen kutató fiataljaival ismerkedhetnek meg és alakíthatnak ki szakmai és baráti kapcsolatot. Hangsúlyozták, hogy milyen fontos a Collegium Talentum támogatása a magyarországi, többnyire jobban felszerelt kutatóhelyekkel való kapcsolatok kialakításában, és az ottani kutatási lehetőségek igénybevitelében.

Dr. Soós Anna, a BBTE rektor-helyettese a helyi sajátosságok figyelembe- és igénybevételét hangsúlyozta minden támogatásban, nehogy a támogatott programok még nagyobb éket verjenek a helyi (erdélyi) és magyarországi tudományos közvélemény, kutatási lehetőségek és kutatóhelyek közé, amely a fiatal kutatók elvándorlását erősítené.

Dr. Bartók István, az **Edutus Főiskola** rektora elmondta, hogy a magyarországi felsőoktatási intézményekkel, kutatóhelyekkel való kutatói kapcsolatok mindkét intézmény eredményeit bővítik, és a sikeres együttműködések a magyar tudományos eredmények körét gazdagítják. Nem szabad, hogy egyfajta tudományos féltékenység korlátozza a fiatal tehetségek, kutatók mozgási lehetőségeit. A tapasztalatcsere a tudományos ismeretek gyűjtésének egyik fontos forrása.

Dr. Pozsony Ferenc (BBTE) felvetette, hogy a fiatal kutatók, oktatók (doktorok) habilitációjához kellene támogatást nyújtani, mert a habilitáció hiányában az egyébként már doktorált fiatal oktatók nem kerülhetnek olyan pozíciókba (szakvezetők, tárgyfelelősök), amelyek elengedhetetlenek az egyetemi akkreditációkhoz, és ezek hiányában még azok is veszélyeztetve lesznek.

A műhelyvita során egyértelműen kirajzolódott az az irányzat, hogy egy közös, integrált kárpát-medencei tudományos terület kellene létrehozni, amelyben a gyakorlati kutatási kapacitásokat irányított módon lehetne kihasználni! A partnerséget és kölcsönösséget a helyi és a magyarországi egyetemek között minden szintet átfogó együttműködések formájában tervszerűbben, tudatosabban kellene fejleszteni!

FELHASZNÁLT FORRÁSOK:

Dr. Cserniczkó István: Tudományos műhelyek a kárpátaljai magyar tudományosság szolgálatában, Hodinka Antal Intézet 2001-2011 című ppt-je, amely bemutatásra került a 2012. június 18-adi Collegium Talentum műhelyvitan, Beregszászon

Dr. Bocskor Andrea: A 10 éves Lehoczky Tivadar Intézet tevékenysége röviden című ppt-je, amely bemutatásra került a 2012. június 18-adi Collegium Talentum műhelyvitan, Beregszászon

Dr. Nagy László: A tudományos kutatómunka szellemi és infrastrukturális feltételei Erdélyben című ppt-je, amely bemutatásra került a 2012. június 27-eki Collegium Talentum műhelyvitan, Kolozsvárott

A Kárpátaljai Magyar Oktatásért Alapítvány honlapja:

http://www.kmoa.com.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=327&Itemid=28

A Kárpátaljai Magyar Művelődési Intézet honlapja:

http://www.kmmi.org.ua/oktatasi_intezmenyek?menu_id=9&submenu_id=39&okt_id=12

II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola honlapja:

<http://www.kmf.uz.ua/hun114/index.php>

A Kolozsvári Akadémiai Bizottság honlapja:

<http://www.kab.ro>

Népességi információk:

<http://www.szekelyhon.ro/vilag/drasztikusan-csokkent-romania-lakossaga>

[http://www.szabadsag.ro/szabadsag/servlet/szabadsag/template/article,PMainArticleScreen.v
m/id/3224](http://www.szabadsag.ro/szabadsag/servlet/szabadsag/template/article,PMainArticleScreen.v
m/id/3224)

A VAJDASÁGI EGYNYELVŰSÉG ÉS KÉTNYELVŰSÉG ÉRZELMI KONTEXTUSAI

Emotional contexts of Vojvodinian monolingualism and bilingualism

Grabovac Beáta, tanársegéd pszichológiából az Újvidéki Egyetem Magyar Tannyelvű Tanítóképző Karán, Szabadka

PhD Iskola Kognitív Tudomány témakörben, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem, Budapest

Author: **Beata Grabovac**, assistant in Psychology at the, University of Novi Sad, Teacher Training Faculty in Hungarian Language at Subotica, Subotica, Serbia

PhD School in Cognitive Science, Budapest University of Technology and Economics, Budapest, Hungary

Összefoglaló

Kutatásaink két irányból közelítették meg az érzelmek és a nyelvi kifejezés/megnyilvánulás közötti kapcsolat problémáját. Az egyik kérdezési irány kérdőíves vizsgálatokkal taglalta a vajdasági egynyelvű – magyar és szerb – személyek szerelmi attitűdjei közötti különbségeket. Hat szerelmi attitűdöt megkülönböztető skálával dolgoztunk, melyet eredetileg Susan és Clyde Hendrick állítottak össze. A másik problematizálási vonulatot egy kísérleti paradigma újabb, szerb és magyar nyelvre összeállított változata képezte. Ebben a részben a Daniel Algom és mtsai által kialakított kétszavas érzelmi Stroop-paradigmát alkalmaztuk.

Eredményeink azt mutatják, hogy nyelvi szinten a magyar és a szerb egynyelvű csoport között vannak különbségek a szerelmi forgatókönyvekben. A kétszavas érzelmi Stroop-feladattal nem találtunk érzelmi Stroop-interferenciát, de a kétnyelvű csoport anyanyelvében hosszabb reakcióidővel rendelkezett, mint az egynyelvű csoport.

Kulcsszavak: szerelmi attitűd, érzelmi Stroop-feladat, kétnyelvűség, egynyelvűség

Summary

The problem of emotions and verbal expression and manifestation was approached in our studies from two different orientations. The first one used a questionnaire as a method to see which love attitudes do monolingual – Hungarian and Serbian – people from Vojvodina use and if there are differences between the two groups. The original version of the scale measures six love attitudes and it was designed by Susan and Clyde Hendrick. On the other hand, we composed a Serbian and a Hungarian version of a new experimental paradigm, a recently modified version of the emotional Stroop task into two-word emotional Stroop-task renewed by Daniel Algom and his colleagues.

Our results showed that there are differences between the love styles of the Hungarian and Serbian monolingual group. The two-word emotional Stroop-task did not show an emotional interference, but the bilingual group showed a longer reaction time than the monolingual group.

Keywords: love attitude, two-word emotional Stroop-task, bilingualism, monolingualism

Az affektív tudomány nem csupán az érzelmek tudománya, hanem az érzéseket, a hangulatot, az attitűdöket, az affektív stílust és a temperamentumot is tanulmányozza (Csépe, Győri, Ragó, 2008).

Az elmúlt évtizedben a nyelvészeket és a kétnyelvűséggel foglalkozó pszichológusokat egyre jobban foglalkoztatni kezdte a nyelv és az érzelmek közötti kapcsolat. Vizsgálat alá vetették az érzelmek nyelvét, különösen a kétnyelvűek érzelmi világát. Ilyen kutatások a nyelvi érzelmi megnyilvánulások elemzéseit egy- és több nyelven, valamint a két- és többnyelvű személyek nyelveinek érzelmi színezetét feltáró vizsgálódások (Pavlenko, 2005). A mentális lexikon mellett tehát megjelent az érzelmi lexikon szerveződésének problematizálása is.

Kutatásunk fő irányvonala a egynyelvű és a kétnyelvű agyműködés érzelmi világának vizsgálata a magyar és a szerb nyelv vonatkozásában, valamint domináns és kisebbségi csoporthoz tartozó személyeknél. Vajdaság megfelelő közegnek tűnik erre, mivel nyelvileg is és kulturálisan is egy heterogén terep, multikulturális és multietnikus térség.

Kutatásainkat a nyelv, a kultúra, valamint a csoporttagság kontextusába ágyaztuk – specifikus hatóerőknek tekintve, mintegy szűrőként használva ezeket az érzelmi szférát törekszünk feltárni.

Erre két különböző módszert használunk. A szerelem koncepcióját kérdőíves módszerrel vizsgáljuk szerb egynyelvű, magyar egynyelvű és magyar-szerb kétnyelvű alanyokon. Jelen dolgozatban csak az egynyelvű csoportok összehasonlításával foglalkozunk, a kétnyelvű csoport máshol kerül bemutatásra. A másik megközelítés egy kísérleti paradigmát használ, mellyel megintcsak két- és egynyelvű személyeknél elemezzük különböző érzelmi és semleges fogalmak feldolgozásának gyorsaságát.

Kulturális szinten Szerbiában és Vajdaságban, ahol felméréseink folynak, a szerb mint domináns társadalmi csoport van jelen. A magyar egynyelvű és a magyar-szerb kétnyelvű csoport pedig etnikum. A kutatásnak így etnopszichológiai vonzata is van, mivel kisebbségi és domináns csoportokat ölel fel.

A kultúra és a nyelv különböző összefonódásainak elemzése így munkánk szerves részét képezi. Wierzbicka az érzelmek és a kultúra kapcsolatát taglalva megállapította, hogy az emberek kulturális és érzelmi foratókönyvekkel is rendelkeznek. A kulturális foratókönyvek mindig

magukba foglalnak különböző érzelmi foratókönyveket is, amelyek előírják, hogy egy adott kulturális közegben, különböző helyzetekben hogyan kell érezni (Wierzbicka, 1999).

Első rész: szerelmi stílusok vajdasági fiatalok körében

A szerelem jelenségét mára már nagyon sok intrapszichikus és szociális dimenzióhoz kötik. A szerelem és a személyiség különböző jellemzőinek kapcsolatát sok kutatás törekedett feltárni, többek között az extravertió-introvertióét, az önbizalomét, a szubjektív jóllétét is (White, Hendrick & Hendrick, 2004, Hendrick & Hendrick, 2006, Adler & Hendrick, 2001). Társadalmi szinten különböző kultúrákat hasonlítottak össze domináns szerelmi stílusokat illetően (Neto, 2007, Neto, Mullet, Deschamps, Barros, Benvindo, Camino, Falconi, Kagibanga & Machada, 2000). Schmitt szerint a szerelem kultúrafüggő, szociális konstruktum – a tapasztalat formálja, a társas környezet sokban alakítja. Eddigi kutatások alapján az a következtetés vonható le, hogy az individualizmus-kollektívizmus dimenzió hatással van a romantikus viselkedésre és elvárásokra, de ezek az eredmények nem mindig egybehangzóak, nem mindig ugyanazt a feltevést támasztják alá. Schmitt Belsky, Steinberg és Draper 1991-es eredményei alapján fontos tényezőként jelöli a társadalmi stresszt (Schmitt, 2006). Az érzelmi bevonódás és befektetés egyéni szintjét az utóbb említett szerzők a gyermekkori szülő-gyermek kötődési stílusokhoz kötik. Hangsúlyozzák azt is, hogy a társadalmi viszonyok is hatnak erre a kapcsolatra: egy társadalom gazdagsága és jóléte pozitív irányba, míg a szegénység és bizonytalanság negatív irányba tolják el az érzelmi viszonyulást. Azt találták ugyanis, hogy a stresszterhes környezetben felnövő gyermekek érzelmi befektetése alacsony szintű, feltehetőleg azért, mert gyermekkorban bizonytalan kötődés jellemzi a szülőkkel való kapcsolatukat, míg a biztonságos környezetben, megfelelő mennyiségű javakkal és minőséges iskoláztatási lehetőséggel élő családok biztonságos kötődési mintázattal rendelkeznek. Ezek szerint a gyermekkor érzelmi és materiális kontextusai átvivődnek a felnőttkorra is és akár a romantikus kapcsolatok minőségét is befolyásolhatják.

John Alan Lee színek elméletére alapozva Susan és Clyde Hendrick 1986-ban egy szerelmi attitűd skálát állított össze, amely sok kultúrközi összehasonlítást ihletett meg. Az

elmélet szerint hat szerelmi stílus létezik. Ezek közül három a primér stílus: az Eros, a Ludus és a Storge. A másik három, a Mania, a Pragma és az Agape a fentiek keverékéből jön létre (Hendrick & Hendrick, 2006). A skála eredeti, 42 ítemes változatát Hendrickék továbbfejlesztették és lerövidítették egy 24 állításos rövid kérdőívre. E változat pszichometriai jellemzői teljesen megfelelőek, sőt Hendrickék kiemelik, hogy egyes esetekben még jobbak, mint a hosszú változatban (Hendrick & Hendrick, 2006).

A szerelmi stílusok idővel változnak: formálja őket a tapasztalat és a tanulás is. A skála segítségével egyéni szerelmi profilokat is meg tudunk állapítani a három legmagasabb pontszámú stíluson keresztül.

Minden stílus különböző viselkedéseket, viszonyulásokat és érzéseket foglal magába. Az Eros stílusú személynél az intimitás és a szenvedély dominál, ez a romantikus, szenvedélyes szerelemnek felel meg. A Ludus stílusú személy játszmákat játszik, komolytalan, gyakran váltogatja partnereit és nem kötődik, nem tárulkozik fel a másik előtt. A Storge alapja a barátság és ez a fajta szerelmi kapcsolat hosszabb időn át alakul ki. A pár elfogadja egymást és kölcsönösen megbíznak egymásban. Az érdeklődési körük is hasonló. A Pragmát bevásárló-lista szerelemnek nevezik röviden: itt előre megfontolt értékek alapján történik a társválasztás. Az összeillő társadalmi státus, valamint a hasonló értékrendszer és érdeklődés a meghatározó. A Mania stílust a szerelem ismertetőjeleként is számon tartják. Ezt a stílust a bizonytalanság és pár elvesztésétől való erős félelem jellemzi, a magasfokú társfüggőség és féltékenységerzet. Az Agape stílust az önfeláldozás hatja át, az egyik fél mindent megtenne a másik jólétéért (Neto, 2007, Hendrick & Hendrick, 2006).

A jelen kutatás explorációs és etnopszichológiai célú is volt. Kérdéseink arra vonatkoztak, hogy feltárjuk:

1. Vajon a vajdasági fiatalok között melyik szerelmi stílus dominál a magyar és a szerb csoportban?

2. Vajon a domináns nemzet és egy nemzetiségi csoport, a szerb és a magyar diákok szerelmi attitűdjei között mennyire van átfedés és megegyezés? Felfedezhetőek-e etnikai különbségek?

Módszer

A skála, amelyet használtunk, Clyde és Susan Hendrick Love Attitudes Scale – Short Form nevű skálájának magyar és szerb változata volt. A magyar változatot két magyar, a szerb változatot két szerb anyanyelvű személy fordította angolról magyarra, illetve szerbre, valamint mindkét esetben egy magyar-szerb kétnyelvű személy is összehangba hozta a változatokat, hogy a fordításokat is minél jobban megfeleltessük egymásnak.

Minta

Mivel a kutatás explorációs céllal indult, arra fókuszáltunk, hogy fiatal, pubertáskorú személyeket válogassunk. A felmérések Szabadkán és Újvidéken történtek. E két szintér a különböző kulturális hatások miatt is fontos volt: Szabadkán a magyar kultúra erőteljesen érezteti hatását, míg Újvidéken dominánsan a szerb kultúra van jelen. A csoportjaink harmincnégy egynyelvű magyar és ugyanennyi egynyelvű szerb személyből álltak. A magyar csoport tagjai a szabadkai Magyar Tannyelvű Tanítóképző Kar diákjai közül kerültek ki. A szerb csoport az újvidéki Svetozar Marković Gimnázium diákjait ölelte fel. A kor szerinti megoszlás: 16-24 év közötti, nemek szerint pedig 25 fiút és 43 lányt számlált.

Az eljárás

A kutatás kezdetén a résztvevőknek körvonalaztuk a kutatás témáját: kiemeltük, hogy a vizsgálat a szerelmi stílusokkal foglalkozik. A skála kitöltésével kapcsolatban arra kértük őket, hogy a jelenlegi párjukra gondoljanak; ha valaki esetleg akkoriban nem volt kapcsolatban, az a legutolsó párkapcsolatára gondoljon. Az ideális partnerre azoknak kellett gondolniuk, akik soha nem voltak párkapcsolatban. A felmérés csoportos volt, papír-ceruza formában történt. Minden fiatal a saját anyanyelvén töltötte ki a Szerelmi Beállítottság skálát.

A válaszokat A, B, C, D vagy E betűk választásával adhatták meg (A - maximális egyetértés, E - teljes egyet nem értés, C - semleges).

Elemzési módszerek

Az elemzéshez SPSS 17.0 használtunk. Az adatokon Log10-es transzformációt végeztünk annak érdekében, hogy megfeleljenek a normalitási feltételnek. A független változó a nyelv volt, a függő változók pedig a válaszok alapján meghatározott átlageredmények voltak a hat szerelmi skálán.

Eredmények

Eredményeink szerint a hat közül öt szerelmi stílusban különbségeket találtunk a magyar és a szerb csoport között. A Pragma az egyetlen szerelmi stílus, melyben nem jelentkeztek különbségek. A szignifikáns különbségek közül a magyar csoportban magasabb értékeléseket kapott az Eros, a Mania és az Agape, mint a szerb csoportban. A szerb csoportban viszont a Ludus és a Storge volt kiemelkedően magasabb szinten.

1. Táblázat: a magyar és a szerb egynyelvű csoportok közötti szignifikáns különbségek a szerelmi attitűdökben

		t-próba	df	Szignifikancia (kétirányú)
EROS	Egyenlő variancia	3.122	66	0.003
LUDUS	Egyenlő variancia	-2.973	66	0.004
STORGE	Egyenlő variancia	-2.118	66	0.038
PRAGMA	Egyenlő variancia	-0.322	66	0.749*
MANIA	Egyenlő variancia	2.168	66	0.034

AGAPE	Egyenlő variancia	2.200	66	0.031
-------	----------------------	-------	----	-------

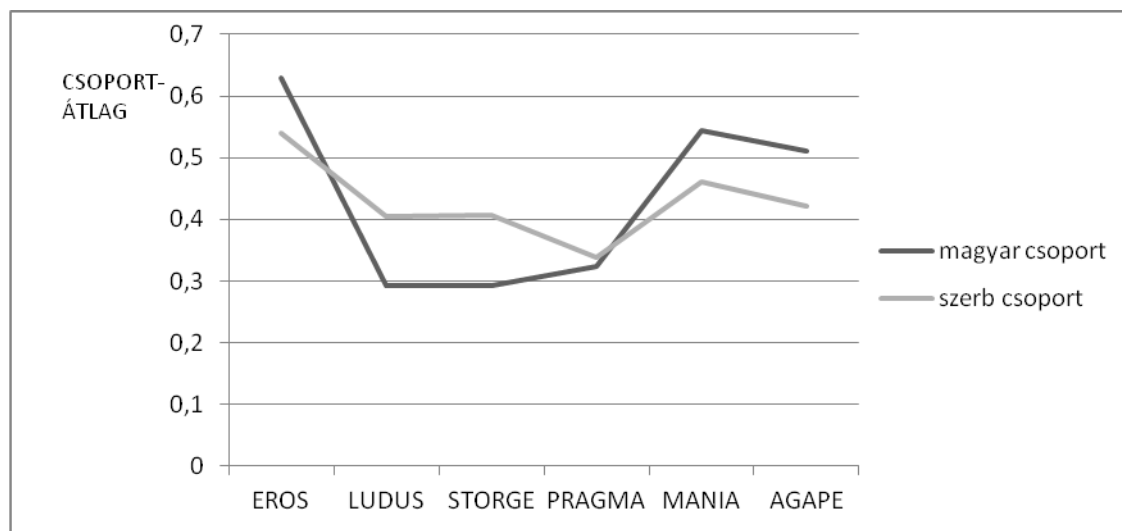
A csoportok közötti nem szignifikáns t-próbákat *-al jelöltük

2. Táblázat: az egy nyelvű csoportok átlagai és a standard deviációk

	EROS ÁTLAG	EROS STANDARD DEVIÁCIÓ	LUDUS ÁTLAG	LUDUS STANDARD DEVIÁCIÓ	STORGE ÁTLAG	STORGE STANDARD DEVIÁCIÓ
magyar csoport	0.63	0.12194	0.292	0.16566	0.293	0.23686
szerb csoport	0.54	0.11731	0.404	0.14475	0.406	0.20481
	PRAGMA ÁTLAG	PRAGMA STANDARD DEVIÁCIÓ	MANIA ÁTLAG	MANIA STANDARD DEVIÁCIÓ	AGAPE ÁTLAG	AGAPE STANDARD DEVIÁCIÓ
magyar csoport	0.3238*	0.17677*	0.544	0.11478	0.511	0.14292
szerb csoport	0.3384*	0.19757*	0.461	0.19101	0.421	0.19310

A csoportok közötti nem szignifikáns átlagokat és standard deviációkat *-al jelöltük

3. Grafikon: a magyar és a szerb egy nyelvű csoportok átlagai közötti különbségek a szerelmi attitűdökben



Következtetés

Eredményeink alapján levonhatjuk azt a következtetést, hogy a magyar és a szerb egynyelvű csoportban is az Eros, a romantikus, szenvedélyes szerelem az, amelyik dominánsan jelen van a fiatalok intim viselkedési repertoárjában és elvárásaiban.

A két csoport között jelentős különbségek vannak öt stílusban, míg a Pragma az a szerelmi attitűd, mely ugyanakkora mértékben jellemzi a két csoportot – vagyis nem jelent meg jelentősként.

A magyar csoport jobban végletekbe menő, mint a szerb; míg a szerb csoportra nagyobb mértékben jellemzőek a stílusok hasonló, kiegyenlítettebb szintjei.

Azonban ki kell emelni azt is, hogy a stílusok rangjai nagyon hasonlóan alakultak a két csoportban. Ebből arra lehet következtetni, hogy az intim szférában hasonló elvárásaik vannak a fiataloknak, csak a magyar csoportban markánsabban szétválnak azok a stílusok, amelyek meghatározóan jelen vannak és azok, amelyek háttérbe szorúlnak. Így az értékrendszerben egy általános trend is megfigyelhető a fiatalok között, viszont a két csoport e viselkedések/elvárások erősségében szétválík. Ez konkrétan azt jelenti, hogy a magyar csoport résztvevői érzelmileg jobban elutasítják és jobban megkövetelik az egyes stílusokat.

Látható, hogy a magyar csoportra erőteljesebben jellemző az Eros, a Mania és az Agape, mint a szerb csoportra. E három stílus kiemelkedése arra enged következtetni, hogy az értékrendszerben a szenvedély, az intimitás/közelség és az erőteljes kötődés meghatározó, a fiatalok erre vágnak. A Mania azt is jelenti, hogy ha a fiatalok veszélyeztetve érzik a kapcsolatot, féltékenységi kitörésekkel törekednek ellensúlyozni ezt és megőrizni biztonságukat. Az Agape stílus azt a tendenciát takarja, hogy képesek önmaguk kárára előtérbe helyezni a másik javát.

A magyar csoportra kevésbé jellemző a Storge és a Ludus, mint a szerb csoportra.

A Storge a baratságból kifejlődő szerelemnek elfogadására és gyakorlására vonatkozik, míg a Ludus komolytalan szerelmi viszonyokba bonyolódásra való hajlamot jelent. Ezt a két utóbbi stílust egymás ellentétéként is fel lehet fogni, mert tartósság szintjén a Storge egy stabil és hosszantartó kapcsolat alapja lehet, míg a Ludus futó kalandok sorjázását teszi lehetővé.

Kutatási eredményeink alapján a vajdasági fiatalok attitűdjei is előtérbe helyezik a nyugati kultúrában elterjedt szenvedélyes szerelmi stílust. A magyar és a szerb csoport között különbségeket a stílusok intenzitásában találtunk, míg a stílusok hierarchiája sokban megegyezik.

Második rész: kísérlet a kétszavas érzelmi Stroop feladat összeállítására és használatára vajdasági egynyelvű és kétnyelvű személyeknél

Az érzelmi Stroop feladat egy kísérleti paradigma, amely a szelektív figyelmet méri.

Az evolúcióelmélet szerint vannak ingerek, mint például a vér vagy egyes arckifejezések, amelyek jelentőségteljesebbek a többinél és elsőbbséget élvez feldolgozásuk, mert ha gyorsan észre vesszük őket, ez a fennmaradásunkat szolgálja (Phaf, Kan, 2007). Különleges státusukat alátámasztja az a tény is, hogy ha nagyon gyengék vagy csak rövid ideig vannak jelen, akkor is reagálunk rájuk valamilyen módon. Az érzelmi Stroop interferencia lényege, hogy félelmet keltő, negatív szavakra és ingerekre különböző kísérletekben hosszabb a válaszidő, mint a semleges szavakra és ingerekre. Urbán és Düll (2008) szerint ez arra utal, hogy az érzelmi feldolgozás a szemantikus folyamattal (olvasás) interferál. Ezt az időbeli eltolódást magyarázhatja az, hogy figyelmünket automatikusan elkapja az érzelmi töltésű információ. A jelenségre különböző indoklások születtek: egyesek az ilyen ingerek negativitását, mások a bennük rejlő fenyegetést, míg megint mások az érzelmi tartalmaik az aktiváció, az arousal-szint változtató funkcióját emelik ki. Megint másik, mint például Algom és mtsai (2004) úgy vélik, hogy nem beszélhetünk érzelmi interferenciáról és szelektív figyelmi folyamatokról

ezekben az esetekben, hanem „fenyegetésvezérelt lelassulásról” (Algom, Chajut & Lev, 2004, Urbán & Dúll, 2008).

Az érzelmi Stroop feladat népszerűsége az utóbbi időben abban is tükröződik, hogy kétnyelvű személyek vizsgálatára is használható a feladat. Sikeresen alkalmazták annak összehasonlítására, hogy mennyire automatikus az érzelmi információ feldolgozása az első és a második nyelvben (Eilola, Havelka & Sharma, 2007).

Daniel Algom és mtsai (Algom, Zakay, Monar, Chajut, 2009) az érzelmi Stroop feladatnak egy módosított kísérleti változatát állították össze. Lényeges újdonság ebben az, hogy kétszavas kifejezéseket használnak, amelyekben a szópár első szava hordozza az érzelmi töltést, míg a második egy színesen kiírt semleges szó. A feladat az, hogy ennek a semleges szónak a színét meghatározzuk. A kétszavas érzelmi Stroop előnye az, hogy a semleges második szónak egyik esetben egy negatív, míg a másokban neutrális párja van, ami lehetővé teszi, hogy a későbbi feldolgozás folyamán azokat a szópárokat hasonlítsuk össze, amelyeknek a második szava megegyezik. Azt kell figyelni ilyenkor, hogy vajon a semleges-semleges szópárra rövidebb-e a reakcióidő, mint a negatív-semleges szópárra, mert ez jelentené az érzelmi Stroop interferencia jelenlétét. Saját kutatásunkban ezekre a szópárokra példa az erdei gomba (semleges-semleges pár) és a mérgező gomba (negatív-semleges pár).

Kutatásunk egyik célja egy szerb és egy magyar, valamint egy magyar-szerb kevert nyelvű kétszavas Stroop feladat összeállítása volt.

Módszer

A magyar és a szerb érzelmi Stroop feladat összeállításának első lépése az volt, hogy egy 33 semleges-semleges és egy 33 negatív-semleges szópárból álló listát állítottunk össze. Két szerb és egy magyar anyanyelvű személy ellenőrizte, hogy a párok kifejezésekbe rendeződjenek, valamint arra is gondot fordítottunk, hogy a magyar és a szerb változat egymásnak nagy mértékben megfelelő fordítása legyen. A magyar listát harminc egyetemista osztályozta egy hétpontos Likert-skálán, negatív-semleges-pozitív dimenzión (1-es maximálisan negatív, 7-es maximálisan pozitív). A következő lépésben ezeket az osztályzatokat figyelembe véve tizennyolc szópárt hagytunk meg a semleges és a

negatív listán is. A semleges szópárok osztályzatainak átlaga 4,61, míg a negatív pároké 2,21. A későbbiekben egy szópárt kidobtunk a listáról, mivel nem felelt meg teljesen a nyelvi kritériumoknak. Az érzelmi Stroop-feladatban használt szópárok listája a következő: tolószék – fa szék, vészkijárat – mellékkijárat, lopott pénz – papírpénz, gonosz gondolat – irodalmi gondolat, fájdalmas pillanat – röpké pillanat, szomorú esemény – várható esemény, szármalmas élet – mindennapi élet, lelkiismeretlen személy – felnőtt személy, mérgező gomba – erdei gomba, parázna viselkedés – megszokott viselkedés, fenyegető üzenet – sms üzenet, válságos évek – egyetemista évek, alvilág – állatvilág, megoldatlan helyzet – mai helyzet, sokkoló hír – munkahelyi hír, haláleset – jogi eset, kellemetlen találkozás – véletlen találkozás. A megosztott, ismétlődő második szó lehetővé tette azt, hogy az itemspecifikus Stroop-effektust is kiszámítsuk, ami annyit jelent, hogy minden esetben meg tudtuk határozni, hogy mekkora a különbség a negatív és a neutrális szópár között a megegyező ingerszavak esetében. A feladatban voltak kongruens és inkongruens próbák is: ez azt jelenti, hogy a második szó színe vagy megegyezett az alatta bemutatott színnévvel (kongruens), vagy - az inkongruens próbák esetében - nem.

Minta

A kutatásban ötven fiatal vett részt Újvidékről és Szabadkáról. Az egynyelvű csoport Szabadkán egyetemre járó személyekből állt, akik a Magyar Tannyelvű Tanítóképző Kar hallgatói. A korhatár ebben az esetben 19 és 21 év között mozgott és négy fiúból és huszonegy lányból állt.

A kétnyelvű csoportot az újvidéki Bogdan Šuput Formatervezői középiskola diákjai alkották. A huszonöt személyből itt öt volt fiú, húsz pedig lány, a kor 16 és 19 éves között mozgott.

A nyelvi hatások szintjén meg kell jegyezni, hogy Szabadkán elterjedt a magyar nyelv használata és a Tanítóképző diákjai vagy szabadkaiak vagy a környező kisebb településekről jöttek ide. Magyar családból származnak és ez az anyanyelvük is. Újvidék ezzel szemben a kisebbségi magyar családok számára egy nyelvi kevert helyzetet jelent a szerb nyelv dominanciájával. Az itt élő személyek a tágabb környezetben, az utcára kilépve a szerb nyelvet kell, hogy használják. Az itt élő személyek a második nyelv hatásának tehát már fiatal koruktól kezdve ki vannak téve és a későbbiekben is használják a szerbet a mindennapokban.

A kétnyelvű csoport a második nyelvet, a szerbet különböző időpontokban kezdte el használni: születéstől 3 éves korig tizenkét személy, öttől hét éves korig kilenc személy, 7-8 évesen két személy.

Két olyan személyünk volt, akik tíz éve tanulják és ismerik a nyelvet.

A kétnyelvű csoportról tehát el lehet mondani, hogy huszonegy személy esetében korai és balansz kétnyelvűekről van szó, míg négy személy dominánsan magyar-szerb kétnyelvű.

Eljárás

A résztvevőknek egy laptop monitorán mutattuk be a szavakat. A megfelelő egérgomb lenyomásával adhatták meg válaszaikat. A szóbeli utasításban elhangzott, hogy a kutatásban részt vevő személyek válaszaik adásában törekedjenek a pontosságra és a gyorsaságra. Az egynyelvű csoport a magyar feladatot kapta, míg a kétnyelvű csoport előbb a magyar, majd a szerb és végül a kevert nyelvű változatot oldotta meg. A kísérlet egyénileg folyt.

Elemzési módszer

Az elemzéshez az SPSS 17.00 verzióját használtuk. Kétmintás t-próbát alkalmaztunk az egynyelvű magyar és a kétnyelvű magyar-szerb csoport eredményeinek elemzésére. Az adatokon Log 10 transzformációt használtunk, hogy az eloszlás a normalitási feltételnek megfeleljen.

Eredmények

Az eredményeink nem mutattak statisztikailag szignifikáns érzelmi Stroop-interferenciát sem az egynyelvű, sem a kétnyelvű csoportban. Ez azt jelenti, hogy a negatív párok, amelyekre elvártuk volna, hogy félelmet keltő, lefagyási reakciót hívnak majd elő, nem tették ezt.

Az egynyelvű csoport és a kétnyelvű csoport között azonban jelentős különbségek mutatkoztak az egyes szópárokra adott válaszokban. A következőkben ezek kerülnek bemutatásra.

I A Magyar egynyelvű csoport és a kétnyelvű csoport Magyar eredményeinek összehasonlítása

a) A magyar egynyelvű (1-essel jelölt csoport) és a kétnyelvű csoport (3-as csoport) magyar feladatának átlagai és standard deviációi

	CSOPORT	N	Átlag
1 TOLÓSZÉK	1	22	2.9800
	3	24	3.0655
2 LOPOTT PÉNZ	1	24	2.9072
	3	24	2.9989
3 LELKIISMERETLEN SZEMÉLY	1	20	2.9352
	3	24	3.0423
4 MÉRGEZŐ GOMBA	1	25	2.9168
	3	25	2.9961
5 MEGOLDATLAN HELYZET	1	25	2.9138
	3	24	3.0197
6 MUNKAHELYI HÍR	1	24	2.9391
	3	24	3.0625
7 JOGI ESET	1	23	2.9658
	3	22	3.0613

b) Statisztikailag jelentős kétmintás t-próbák a magyar nyelvű érzelmi Stroop-feladatban

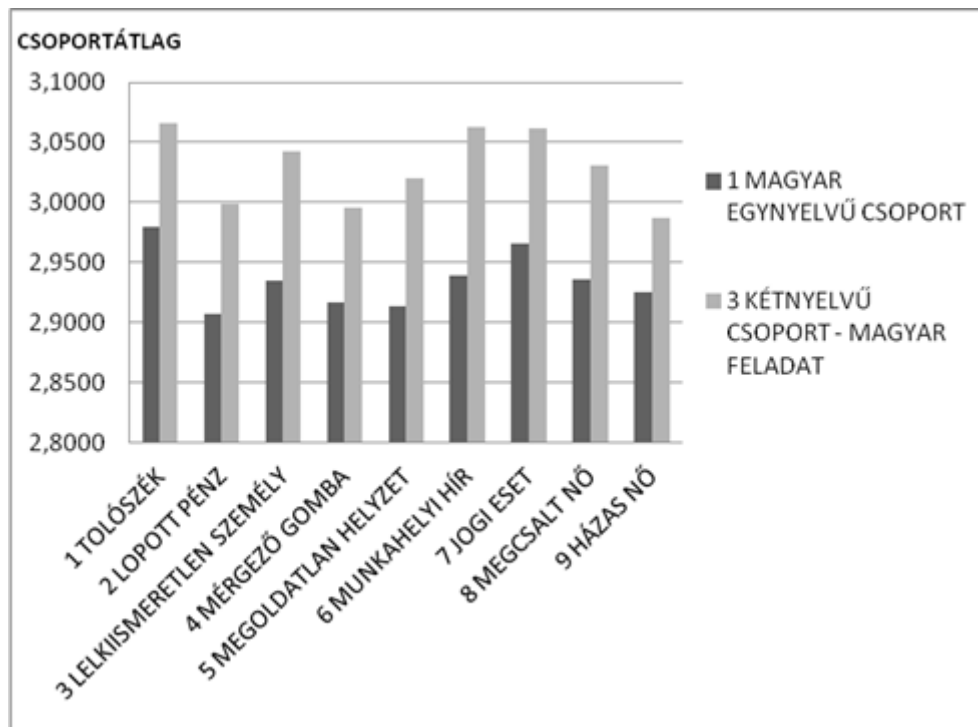
		t-próba	df	Szignifikancia (kétirányú)
1 TOLÓSZÉK	Egyenlő variancia	-2.097	44	0.042
	Nem egyenlő variancia	-2.119	43.003	0.040
2 LOPOTT PÉNZ	Egyenlő variancia	-2.554	46	0.014
	Nem egyenlő variancia	-2.554	45.166	0.014
3 LELKIISMERETLEN SZEMÉLY	Egyenlő variancia	-2.801	42	0.008
	Nem egyenlő variancia	-2.851	41.999	0.007
4 MÉRGEZŐ GOMBA	Egyenlő variancia	-1.879	48	0.066*
	Nem egyenlő variancia	-1.879	48.000	0.066*
5 MEGOLDATLAN HELYZET	Egyenlő variancia	-2.904	47	0.006
	Nem egyenlő variancia	-2.897	45.937	0.006
6 MUNKAHELYI HÍR	Egyenlő variancia	-2.460	46	0.018
	Nem egyenlő variancia	-2.460	41.387	0.018
7 JOGI ESET	Egyenlő variancia	-2.276	43	0.028
	Nem egyenlő variancia	-2.265	40.192	0.029

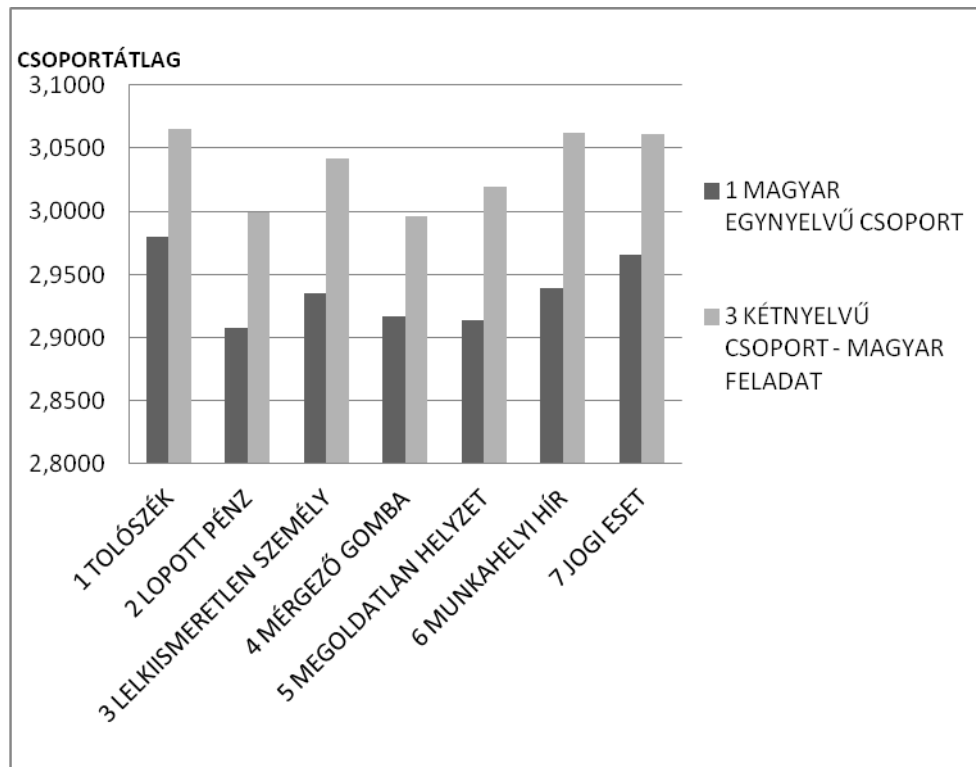
A csillaggal jelölt eredmények nem szignifikánsak a $p < 0.05$ -ös szinten, de egyfajta tendenciát mutatnak afelé, hogy jelentősek legyenek, mert kisebbek $p < 0,1$ -nél.

Az eredmények azt mutatják, hogy az egynyelvű csoport a harminchat szó egynegyedében gyorsabb volt, mint a kétnyelvű csoport. Három szópár ezek közül semleges és hat negatív érzelmi előjelű. A hosszabb reakcióidők ebben az esetben azt jelentik, hogy a kétnyelvű

csoportban hosszabb ideig tartott a feldolgozás, szelektív figyelmüket a fent bemutatott szópárok jobban elkapták és leblokkolták, mint az egynyelvű csoportban.

c) A magyar feladatban adott válaszok közötti szignifikáns különbségek az egynyelvű és a kétnyelvű csoportot összehasonlítva





Következtetés

Eredményeink alapján megállapíthatjuk, hogy sem a semleges és negatív szavak között nem találtunk jelentős érzelmi Stroop interferenciát, sem a kongruens–nem kongruens párok között.

Ennek több oka lehet. Az egyik, hogy az ingerszavak közötti érzelmi töltés nem eléggé kontrasztált és ezért nem jelentkezett hosszabb válaszidő a negatív szavakra.

A szópárok kongruens, illetve nem kongruens természete sem hatott jelentősen a válaszidőre, amire a magyarázatot talán a feladat szerkezeti felépítésében találhatjuk. Ugyanis a célszó alatt a szín is egy szóként jelent meg. Talán ez a kétszeres szemantikus terhelés is hatással volt a perceptuális folyamatokra és semlegesítette a kongruencia-hatást. Ebben az értelemben az egyik megoldás az lenne, ha még negatívabb szópárokkal egy új kétszavas érzelmi Stroop feladatot is összeállítanánk.

Azonban figyelembe véve Ana Orlic (2010) vizsgálatát, az is meglehet, hogy így sem jelentkeznének különbségek. Ő egy érzelmi előfeszítéses felmérésében azt találta, hogy semleges célszavak esetében sem a semleges, sem a pozitív, sem a negatív előfeszítő szavak között nincs jelentős különbség a feldolgozási időket összevetve.

Eredményeink szerint az egynyelvű és a kétnyelvű csoport összesen hét szópárra adott szignifikánsan különböző válaszokat. Ezek közül kettő semleges: a munkahelyi hír és a jogi eset. Lehetséges, hogy ezeknek a semleges pároknak speciális jelentést tulajdonítottak a résztvevők. A munkahelyi hír és a jogi eset is az eddigi élettapasztalatuk alapján rendelkezhet valamivel negatívabb konnotációval is, mint azt elvártuk volna. A csoportátlagokat összehasonlítva az is kirajzolódik, hogy az egynyelvű csoport minden esetben gyorsabban válaszolt, mint a kétnyelvű. Ez a különbség azt jelentheti, hogy a nyelvi források jobban leterhelődtek a kétnyelvű csoportban és így egyfajta egynyelvű előnynek vagyunk tanúi. Jövőbeni céljaink közé tartozik egy új kétszavas érzelmi Stroop kidolgozása, amelyben negatív, semleges és pozitív töltésű párokat is összehasonlítunk.

Irodalomjegyzék

Adler, N. L., & Hendrick, S. S. (1991). Relationships Between Contraceptive Behavior and Love Attitudes, Sex Attitudes, and Self-Esteem. *Journal of Counseling & Development, 70*(2), 302-308.

Algom, D., Chajut, E., & Lev, S. (2004). A rational look at the emotional Stroop phenomenon: a generic slowdown, not a Stroop effect. *Journal of Experimental Psychology: General, 133*(3), 323-338.

Algom, D., Zakay, D., Monar, O., & Chajut, E. (2009). Wheel chairs and arm chairs: A novel experimental design for the emotional Stroop effect. *Cognition and Emotion, 23*(8), 1552-1564.

Eilola, M., T., Havelka, J. & Sharma, D. (2007): Emotional activation in the first and second language. *Cognition and Emotion, 21* (5), 1064-1076.

- Frings, C., Englert, J., Wentura, D., & Bermeitinger, C. (2010). Decomposing the emotional Stroop effect. *The quarterly journal of experimental psychology*, 63(1), 42-49.
- Hendrick, C. & Hendrick, S. (2006). Styles of Romantic Love. In Sternberg, R. & Weis, K. (Eds.), *The New Psychology of Love*. New Haven, London: Yale University Press, 149-170.
- Hendrick, C. & Hendrick, S., S. (2006). Styles of Romantic Love. In R. J. Sternberg & K. Weis (Ed.), *The New Psychology of Love*, New Haven, London: Yale University Press, 149-170.
- Neto, F. (2007). Love styles: A Cross-Cultural Study of British, Indian, and Portuguese College Students,. *Journal of Comparative Family Studies*, 38 (2), 239-254.
- Neto, F. (2007). Love styles: A Cross-Cultural Study of British, Indian, and Portuguese College Students, *Journal of Comparative Family Studies*, Vol. 38 (2), 239-254.
- Neto, F., Mullet, E., Deschamps, J. C., Barros, J., Benvindo, R., Camino, L., ... & Machado, M. (2000). Cross-cultural variations in attitudes toward love. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 31(5), 626-635.
- Orlić, A. (2010). Povezanost obrade reči različite afektivne valence i bazične strukture ličnosti. *Psihologija*, 43 (3), Serbian Psychological Association, 329-353.
- Pavlenko, A. (2005). Emotions and multilingualism. Philadelphia: Cambridge University Press.
- Phaf, R. H., & Kan, K. J. (2007). The automaticity of emotional Stroop: A meta-analysis. *Journal of Behavior Therapy and Experimental Psychiatry*, author's version, 1-32.
- Schmitt, P. D. (2006). Evolutionary and Cross-Cultural Perspectives on Love: The Influence of Gender, Personality, and Local Ecology on Emotional Investment in Romantic Relationships. In: Sternberg, R. J. & Weis, K. (Eds.). *The New Psychology of Love*. New Haven, London: Yale University Press, 249-273.
- Urbán, R. & Dúll, A. (2008). Érzelem és megismerés. In Csépe, V., Győri, M. & Ragó, A. (szerk.). *Általános pszichológia 3., Nyelv, tudat, gondolkodás*, Budapest: Osiris.

White, J. K., Hendrick, S. S., & Hendrick, C. (2004). Big five personality variables and relationship constructs. *Personality and Individual Differences*, 37(7), 1519-1530.

Wierzbicka, A. (1999): *Emotions across languages and cultures: Diversity and Universals*. Paris: Cambridge University Press.

AZ 1841-ES ERDÉLYI „REVERZÁLIS”-KÖRLEVÉL – BELÜLRŐL**Nemes István, doktorandusz, BBTE Kolozsvár, római katolikus egyháztörténet**

Imets Fülöp Jákó Általános Iskola, Tusnádfalu, Hargita megye, Románia

1841-ben Kovács Miklós erdélyi püspök mintegy kilenc havi késéssel magyar kollégáihoz képest, kiadta a régóta várt reverzális-intézkedését. A körlevél furcsamód szóbeli ígéretet követelt meg a protestáns féltől gyerekei katolikus neveléséről. Ha ezt nem volt hajlandó megadni, a házasságot passzív asszisztenciával kellett megkötnie jövőbelijével. A magyarországitól különböző rendelkezés háttérében a vallási viszonyosságot ténylegesen előíró erdélyi törvények álltak. Ám, amiről mindeddig nem tudott a történeti kutatás, a körlevelet intenzív belső vita előzte meg, amelynek során az erdélyi egyházi elit tekintélyes része és tagjai szembeszegültek a püspökkel és a magyar püspöki karral, eltanácsolván az egyházfőt attól, hogy a magyar egyházat kövesse a vegyes házasságok kérdésének megoldásában. Tanulmányunk ezen 1840-ben lefolyt disputa Gyulafehérvári Főegyházmegyei Levéltár-béli, eddig ismeretlen dokumentumanyagát mutatja be, kezdve a magyar püspöki kar tagjaival folytatott levelezéssel, és az ezt követő konzisztórium vitákkal, és befejezve a magyarországi prímás és a kalocsai szuffraganeus érsek ajánlásaival a kérdéssel kapcsolatosan.

The inner side of 1841 Transylvanian “reversal” instructions

Author: István Nemes, PhD student, Doctoral Institute of Babeş-Bolyai University, Cluj Napoca

Place of work: “Imets Fülöp Jákó” Secondary School, Tuşnad, România

In 1841, delaying almost nine months compared to his Hungarian colleagues, Transylvanian bishop rev. Kovács Miklós finally emitted his instructions on the subject of religious

intermarriages. The circular required from the protestant part implied in engaging catholic bride – in a way that may appear strange – only verbal commitment to baptize and educate his children in catholic faith. In case of refusal, the so called passive assistance was to be applied. That was opposed to the praxis in the rest of Hungarian dioceses, where written testimony was demanded. The background for such a different procedure, that easily might be unique in Europe, were Transylvanian laws forbidding any written reversal-letters taken from anyone, and declaring them void. What was unknown for historians up till now related to this question, was the fact, that a quite considerable catholic elite was inconsistent with the constraint of Transylvanian bishop to sign up to the initiative of Hungarian counterparts to apply passive assistance in such cases. This study reveals the details of this inner-circle debate on intermarriages within high catholic clergy in Transylvania, resting on related documents found in Archives of Archbishopric of Alba Iulia.

1. Bevezető: a vegyes házasságok jogi kerete Erdélyben

1841. április 21-én Kovács Miklós erdélyi püspök mintegy kilenc hónapos késéssel magyarországi kollégáihoz képest kibocsátotta a vegyes házasságok megáldására vonatkozó körlevelét és rendelkezéseit.¹⁰⁴ E „reverzális”-körlevél mondhatni az egész világegyházban egyedül volt azáltal, hogy Erdélyben csak szóbeli ígéretet követeltek a gyerekek katolikus nevelésére vonatkozólag.¹⁰⁵ A magyarázatot az a jogi keret képezi, amely a vegyes házasságok kérdését szabályozta Erdélyben. Az alábbiakban, mintegy bevezetőként, ezt a keretet fogjuk áttekinteni és ismertetni annak alakulását egészen 1840-ig, amikor az erdélyi

¹⁰⁴ *Litterae pastorales in negotio mixtorum matrimoniorum ad clerum suae dioecesis dimissae 1841.* GYÉL, 555/1841, Püspöki Iratok, 355. doboz, I/a. Mi a Szinyei József által hivatkozott címen idézzük. A dokumentum eredetije nem visel címet. Vö. Szinyei József: *Magyar írók élete és munkája.* VI. kötet. Hornyánszky Viktor Könyvkiadóhivatala, Budapest 1899. 1346. p. A körlevél tartalmát ismertettük már 2011-ben az *Egyháztörténeti Szemlében* közölt tanulmányunkban. Vö. Nemes István: *Kovács Miklós erdélyi püspök 1841. évi körlevele a reverzálisokról.* In: *Egyháztörténeti Szemle*, MMXI, tizenkettedik évfolyam, negyedik szám.

¹⁰⁵ Vö. *Litterae pastorales...* 10. p.

egyház ismét sajátos útra lépett. Itt ugyanis a világ más egyházmegyéivel szemben a felsőpapság jelentős része nem értett egyet egy új vegyes házassági rendezéssel, és a régi, törvényes rend fennmaradása mellett érvelt.

A vegyes házasságok kérdését – akárcsak Magyarországon – Erdélyben is 1791-ben szabályozták. Magyarországon az 26/1791. jogszabály úgy rendelkezett, hogy a gyerekek katolikusok lesznek, ha az apa katolikus, és legalább a leánygyermek katolikus, ha az anya katolikus. A vegyes házasságokat katolikus pap előtt kell kötni. Az erdélyi 57/1791. törvény ezzel szemben megőrizte a toleranciapátens erdélyi előírásait¹⁰⁶ a gyerekek vallására vonatkozólag, akiknek nemek szerint kellett követniük szüleik vallását és a magyarországi szabályzással szemben nem hagyott egerutat a reverzálisoknak: kijelentette, hogy minden törvénnyel ellentétes szerződés eleve érvénytelen.¹⁰⁷

A törvény nem rendelkezett arról, hogy milyen lelkipásztor előtt kell megkötni a házasságot. I. Ferenc 1792-ben ezt rendeleti úton szabályozta: katolikus pap előtt kell megkötni azokat,¹⁰⁸ és katolikus egyházi bíróság illetékes felbontásukban.

Az a tény, hogy a vegyes házasságok megkötését és elválasztását rendeletekkel szabályozták, további vitákra adott okot. Az 1810-11-es diéta hosszas vitát követően a 93. sz. törvényjavaslatot alkotta a vegyes házasságok megkötéséről: „... a vegyes házasságok megkötése bármely házasítandó személy saját vallású papja által, és kinek-kinek vallása saját szertartása szerint vitessen keresztül.”¹⁰⁹ 1834-ben a diéta Wesselényi Miklós a rendi

¹⁰⁶ Vö. Juhász István: *A türelmi rendelet és az erdélyi egyházak*. In: Juhász István, *Hitvallás és türelem. Tanulmányok az erdélyi református egyház és teológia 1542-1792 közötti történetéből*. Dolgozatok a református teológiai tudomány köréből. 2. kötet. Kolozsvár 1996. 130. p.

¹⁰⁷ Vö. *Az erdélyi három nemzetekből álló rendeknek 1793-dik esztendőben Kis Aszszony Havának 20-dik napjára szabad királyi városban Kolosvárra hirdettetett és több következtetett napokban tartatott közönséges gyűléseikben lett végzéseknak és foglalatoságoknak jegyző könyve*, Kolosváratt, Nyomtattatott Hochmeister Márton Ts. Királyi Priv. Dicasterialis Könyv-Nyomatató által, é.n., 89. p.

¹⁰⁸ Vö. *Rescriptum Regium 29-a Augusti 1792. Nro. 7504. I. G. 6-ta Octobris, 1802. Nro. 9417*. In: *Statuta almae dioecesis Transsilvanicae. Anno 1822 die 17-ma Aprilis in Synodo Dioeciesana publicata et Concordibus votis approbata*. Claudiopoli, Typis Lycei Regii. Pars II, Sectio V. Art. 18. 133. p.

¹⁰⁹ *Az Erdélyi Nagy Fejedelemség MDCCCIXdik Esztendőről MDCCCXdikre által nyújtott és Sz. Jakab Havának 9-dik napjától fogva Kolosvár városában folytatva tartatott országos gyűlésének jegyző könyve*, Kolosváronn Nyomtattatott a Reformátum Kollégium Betűivel Török István által 1811dik Esztendőben. 989. p.

alkotmány visszaállítására irányuló taktikáját követve¹¹⁰ a vallásügyi panaszokat is e politikai sérelmi keretbe ágyazva fogalmazta meg.¹¹¹ Ezekben kibontakozik a vallási sérelmek teljes spektruma – az ország fejlődésének erkölcsi akadályaként bemutatva, köztük a vegyes házasságok kérdése is.¹¹² A vallási kérdés azonban akkor került igazán újra a figyelem középpontjába, amikor 1837-ben a császár visszaküldte az 1811-es törvényjavaslatokat azzal, hogy nem felelnek meg az ország alkotmányának és új törvények alkotását kérte a diétától.¹¹³ A protestánsok erre beadták vallási panaszirataikat, amelyek az áttérések után másodikként vették fel a sérelmek közé a vegyes házasságok jogi rendezetlenségét.¹¹⁴ Noha új jogszabályt nem alkottak,¹¹⁵ a vegyes házassági kérdés – részben a magyarországi fejlemények hatására - ettől fogva újra országgyűlési téma lett.

Kovács Miklós és a magyarországi püspökök levelezése – 1840. június-augusztus

A magyar püspöki kar álláspontja a vegyes házasságokkal kapcsolatban 1840 májusában radikalizálódott, amikor hosszas vita után elkészült a magyar vallásügyi törvénytervezet, amelynek célja a teljes vallási egyenlőség és viszonyosság gyakorlatba ültetése volt.¹¹⁶ A magyar püspökök hivatalosan is tiltakoztak ez ellen, és 1840. május 14-én konferenciát tartottak Pozsonyban, amelyen úgy döntöttek, hogy mindenki ugyanazon eljárásmodot fogja bevezetni saját egyházmegyéje területén. A konferencián a passzív asszisztencia

¹¹⁰ Vö. Pajkossy Gábor: *A reformkor*. In: Gergely András (szerk.): *Magyarország története a 19. században*. Osiris Kiadó, Budapest 2003. 205. p.

¹¹¹ Vö. *A 107. számú országgyűlési határozat által ő Felségéhez rendelt követség küldetése tárgyát felfejtő és kivilágosító utasítvány*. In: *Erdély Nagyfejedelemség 1834-ik esztendőben Május 26 kára Kolozsvár szabad királyi városba hirdetett országgyűlésének irománykönyve*. Kolozsvárt, Az Ev. Ref. Kollégium Könyv és Kőnyomó Intézetében 1834, 23. szám alatt, 37. ülés irományi. 49-64. p. A minket érdeklő sérelem az 56. lapon olvasható.

¹¹² Bochkor Mihály, *Az erdélyi katolikus autonómia*. K. Albert Könyvnyomdája, Kolozsvár 1911. 320. l.

¹¹³ Vö. *1091/1837 sz. királyi leirat*. L. ülés irományi, 32. szám alatt. In: *Az Erdélyi Nagy Fejedelemség 1837-ik esztendőben május 26-kára Nagyszeben szabad királyi városba hirdetett Országgyűlésének irománykönyve*. Tiltsch Sámuel könyvnyomó intézete, Nagyszeben 1837. 82. p.

¹¹⁴ Vö. *Az Erdélyi Ev. Reformátusok Fő Egyházi Tanácsok úttján a Karok és Rendek eleibe terjesztik némely sérelmeiket orvoslás eszközzése végett, XCVII. ülés irományi, 72. szám alatt*. In: *uo.*, 172-194. p. Ld. még *Az Augusztanum Fő Consistorium kérelme*. CV. ülés irományi 79. Szám alatt. In: *uo.* 212-214. p., ill. *Az Erdélyi Unitária valláson lévők kérése*. CXXVII. ülés irományi, 106. szám alatt. In: *uo.* 265-266. p.

¹¹⁵ Vö. *CLIII. ülés irományi, 116. szám alatt*. *uo.* 337. p.

¹¹⁶ Vö. Meszlényi Antal, *A jozefinizmus kora Magyarországon*, Stephaneum Nyomda R.T., Budapest 1934, 399-404. p.

bevezetéséről és ezzel kapcsolatos körlevelek kiadásáról, valamint a pápához való felfolyamodásról döntöttek.¹¹⁷

Az intézkedésekről Kopácsy József esztergomi érsek június 16-án tudósította Kovács Miklós erdélyi püspököt.¹¹⁸ Leveléhez csatolta a konferencia jegyzőkönyvi kivonatát, valamint a saját egyházmegyéjében hozott intézkedéseket. A hercegprímás értesítette a püspököt, hogy elkészült a pápához való felfolyamodás is, amelyben Erdély speciális helyzetét külön tárgyalják és azt is, hogy a császár Lonovics Józsefet Rómába küldi az ügy szentszéki lebonyolítására. Kopácsy előtt teljesen világos volt, hogy Erdélyben a helyzet más, emiatt különböző eljárásmódot igényel, és kiemelte, hogy csatolmányai csak tájékoztató jellegűek, de hasznosak lehetnek a püspöknek.¹¹⁹

Időközben Kovács Miklós is tájékozódni igyekezett és több püspöknek is írt, így a szatmári Hám Jánosnak és a kalocsai érseknek, akinek szuffraganeusa volt. Hám János 1840. augusztus 1-én tájékoztatta az erdélyi püspököt, hogy június 26-tól kezdődően bevezette egyházmegyéjében a pozsonyi határozatokat.¹²⁰ Teljesen más hangvételű volt Klobusiczky Péter kalocsai érsek augusztus 3-i levele. Mint feljebbvalónak, viszonya is más volt az erdélyi püspökhöz. Klobusiczky kifejezte, hogy nem kételkedik Kovács Miklós magyar püspökökhöz való csatlakozási szándékában, de mivel a püspök leveléből az derült ki számára, hogy az erdélyi körlevél még nem jelent meg, nyomatékosan kéri a püspököt arra, hogy tegye meg a szükséges intézkedéseket. Kiemelte, hogy nem lehet eléggé hangsúlyozni, mekkora sebet ejtene az ügyön, ha valamelyik magyar püspök nem csatlakozna a közösen kialakított állásponthoz. A püspök jelezte, hogy tudatában van az erdélyi helyzet másságának. De mivel

¹¹⁷ Vö. *Protocollum conferentiae, apud Celsissimum ac Reverendissimum Dominum Principem Primatem die 14^a Maii 1840 per infrascriptos episcopos celebratae...*, GYFL, Püspöki Iratok 1055/1840. sz. I.1/a, 354. doboz
Csatolmány Kopácsy József primás 1840. június 16-án Kovács Miklósoz intézett leveléhez. ld. alább.

¹¹⁸ Vö. *Kopácsy József primás levele Kovács Miklós püspökhöz a magyar püspöki kar vegyes házasságok tárgyában hozott döntéseiről*, Pozsony, 1840. június 16. GYFL, Püspöki Iratok 1055/1840, I.1/a, 354. doboz

¹¹⁹ Vö. uo.

¹²⁰ Vö. *Hám János tájékoztató válaszelevele Kovács Miklós püspökhöz*, 1840. augusztus 1., Szatmár, GYFL, Püspöki Iratok, 1055/1840. sz. I.1/a, 354. doboz

a házasság megáldásának módját a törvény nem szabályozza, nem lát akadályt a passzív asszisztencia erdélyi bevezetésében. Az erdélyi „reverzális” mikéntjére ő maga adta az ötletet: a nem katolikus fél a pap és két tanú, vagy akár az egyháztanács előtt esküvel kötelezné magát arra (*se iurata fide ad id obligaret*), hogy mindkét nemű gyerekeit katolikusnak kereszteli és neveli.¹²¹ Ide tartozik még az a levél is, amelyet Pyrker János László egri érsek küldött Kovács Miklósnak. Az érsek késve ugyan, öszön, de értesítette a püspököt arról, hogy a pozsonyi határozatokat ő is bevezette. Az eredmény, írta, az volt, hogy egyesek vállalták a reverzalist, mások passzív asszisztencia mellett házasodtak, megint mások visszaléptek a házasságtól.¹²²

Vita a konzisztóriumban¹²³

A tájékozási időszak, és a kalocsai érsek határozott kívánsága egyértelművé tette Kovács Miklós számára, hogy nincs más választás, mint bevezetni valamilyen reverzális-félét és ennek hiányában a passzív asszisztenciát.

Noha püspöki hatalmánál¹²⁴ fogva megtehetné volna, hogy a püspökség alkalmazottaival kidolgoz egy körlevelet, amelyben ötvözi a Magyarországon kiadott tanítást a kalocsai érsek által javasolt megoldással, és Erdélyre szabott liturgikus és pasztorális instrukciókkal látja el papjait, Kovács Miklós püspök mégsem ezt tette. Ehelyett 1840. szeptember 3-ra összehívta az egyházmegyei konzisztóriumot.

Hogy mért tette ezt, arról maga úgy vall, hogy meg akarta mutatni, hogy egyházmegyéjét „atyailag akarja kormányozni”, ezzel elkerülve minden önkényt és kényszerítést, amelyhez a

¹²¹ Vö. Klobusiczky Péter válaszelevele Kovács Miklóshoz a reverzálisok ügyében. 1840. augusztus 3., Kalocsa. GYFL, Püspöki Iratok, 1055/1840. sz. I.1/a., 354. doboz (1142/1840 kalocsai érsekségi szám alatt).

¹²² Vö. Pyrker János László tájékoztató válaszelevele Kovács Miklóshoz a reverzális tárgyában. 1840. november 3., Eger. GYFL, Püspöki Iratok, 1593/1840. sz. I.1/a., 354. doboz

¹²³ Jelen fejezetben azon az 1055/1840. iktatószámmal ellátott gyulafehérvári főegyházmegyei levéltári iratcsomag tartalmát közöljük, amely az 1840. szeptember 3-17. között lefolyt konzisztórium gyűlés jegyzőkönyvét, illetve az ehhez kapcsolódó véleményezési és levelezési anyagot tartalmazza

¹²⁴ A püspök egyházmegyéjében a korabeli egyházjog szerint törvényhozói joggal bírt, amelyet a katolikus egyház szokásjoga, egyetemes törvényei, az egyetemes zsinati határozatok illetőleg a pápa, valamint a tartományi zsinatok korlátozhattak. Határozatait kiadhatta az egyházmegyei zsinaton kívül is. Vö. Szeredy József: *Egyházjog, különös tekintettel a Magyar Szent Korona területének egyházi viszonyaira*. II. kötet, Ifj Madarász K. Könyvnyomdája, Pécs 1879, 673. p.

jogot ugyan birtokolja, de nem szívesen él vele.¹²⁵ Valószínűleg a konzisztórium véleményének kitudakolása volt a célja, avégett, hogy megtudja, vajon a magyar intézkedések mellett vannak, vagy sajátosan Erdélyre szabott utat kívánnak követni.

Erdélyben a konzisztórium 1831-ben esperesekből, papokból és különböző területek előjáróiból állt, amely az egész egyházmegyét képviselte.¹²⁶ 1840-ben jelentős számú teológiai tanár és pap mellett már a káptalan tagjai is részt vettek a konzisztórium ülésen. Az első gyűlést szeptember 3-án tartották, amelyen a püspök beszédben terjesztette elő javaslatait. Kovács püspök előadása kezdetén emlékeztetett a poroszországi eseményekre,¹²⁷ amelyeknek katolikus egyház számára pozitív kimeneteléről már Erdélyben is tudtak. Ezután ismertette a magyarországi fejleményeket: a vegyes házasságok kérdések az 1839-40-es magyar országgyűlés idején a püspöki konferenciák állandó tárgya volt. E konferenciákon maga is részt vett, és a magyar főpapok úgy döntöttek, hogy amennyiben elégséges biztosíték nincs minden születendő gyerek katolikusnak nevelésére, passzív asszisztenciát kell alkalmazni a házasságkötés módjaként. Ám e gyűlések a radikális lépést – a királyhoz és pápához fordulást – elhalasztották. Ám amikor a Lajcsák Ferenc intézkedései miatt némely vármegyék elégtételt követeltek, a viták az országgyűlésben mind hevesebbé váltak. Amikor az országgyűlés olyan határozatot hozott, amelyek a katolikus egyház számára hátrányos volt, a magyar püspökök elhatározták a reverzálisok egységes bevezetését, a passzív asszisztencia általános alkalmazását, és a Szentszékhez, illetve a királyhoz intézett felfolyamodást. Kovács püspök ezután felolvasta a hercegprímástól, a kalocsai érsektől és a szatmári püspöktől kapott leveleket, a hozzájuk csatolt körlevelekkel együtt. A felolvasás után a püspök megadta azt a lehetőséget, hogy amennyiben a konzisztórium tagok nem kívánnak hozzászólni helyben a kérdéshez, ki-ki írásban nyújthassa be véleményét a lehető legrövidebb

¹²⁵ Vö. Kovács Miklós 1840. szeptember 17-én mondott konzisztórium beszédének magyar nyelvű kézirat. 1840. szeptember 17., Gyulafehérvár GYFL Püspöki Iratok, 1055/1840. sz. I.1/a., 354. doboz.

¹²⁶ Vö. *Catalogus venerabilis cleri dioecesis Transsylvaniensis pro anno MDCCCXXXI.* h.n., 3-5. p.

¹²⁷ Vö. HEUSSI, KARL: *Az egyháztörténet kézikönyve.* Bp., 2000. 449-450. p.; FRANZEN, AUGUST: *Kis egyháztörténet.* Szeged, 1998. 351-352. p.

időn belül. A kérdés fölvetésénél lényeges megjegyezni, hogy a püspök kiemelte: azért lehetséges az írásos véleménynyilvánítás, mert nem az assessorok *szavazatára*, hanem a *véleményére* volt szükség. Azaz: arról kell véleményt nyilvánítani, hogy *hogyan* vezessék be, nem arról, hogy *bevezessék-e egyáltalán* a passzív asszisztenciát. A konzisztórium végül amellett döntött, hogy tagjai írásos véleményt nyújtanak be a püspöknek.¹²⁸

A püspök felkérésére hét írásos véleménynyilvánítás érkezett be. Ezek közül egyik csoportos, öt kanonok írta alá, hat egyéni, különböző személyektől. A kanonokok a passzív asszisztencia bevezetése mellett foglaltak állást. Már iratuk első pontjában megfogalmazták, hogy teljes szívvel vallják a magyar püspökök által megfogalmazott tanítást és ebből kiindulva teszik meg ajánlásaikat. Erdélyben, írják, semmiféle törvény nincs arra, hogy hogyan celebrálják a házasságokat. A tridenti zsinat pedig a házasság formájára vonatkozólag csak a helyi plébános, vagy engedéllyel bíró pap, valamint két vagy három tanú *jelenlétét* írja elő, semmi többet.¹²⁹ Tehát minden házasságra alkalmazandó lenne a passzív asszisztencia, de azokat, ahol a nem katolikus fél önkéntesen ünnepélyes ígéretet tesz gyerekei katolikus vallásban való nevelésére, mindazonáltal minden írásos nyom nélkül, úgy vélik, meg lehet áldani. Mindazonáltal a botrány és az elpártolás elkerülése végett a következő óvintézkedéseket ajánlották: esperességi gyűléseket kell tartani, ahol a magyar főpapság tanítását és intézkedéseit behatóan ismertetni kell a kerületi papsággal és ellenőrizni kell azt, hogy a papok megértették-e azokat. Végül jegyzőkönyvbe kell venni a döntéseket és a kerületi jegyzőkönyveket el kell küldeni minden plébániára. Az egységes fellépés érdekében azon 1816 előtti szokás gyakorlatba való visszavezetését ajánlják, hogy a kerületi papok minden vegyes házassági esetben kérjenek a főesperesektől vallási diszparitásra való diszpenzációt, amit késedelem nélkül meg kell adni. Ugyanakkor katekézisekben és egy nyomtatásban

¹²⁸ Vö. *Extractus Protocolli Consistorialis ddº 3^{ae} Septembris 1840*. GYFL Püspöki Iratok 1055/1840 I.1/a., 354. doboz.

¹²⁹ Vö. *Decrees of Council of Trent. Session XXIV. Decree Concerning the Reform of Martimony*. Chapter I. <http://www.catholic-forum.com/saints/trent24.htm>. Letöltve 2012. szeptember 15-én.

kiadott művecske révén kellene az egységes eljárást és hangulatot biztosítani.¹³⁰

Lényegesen eltért ettől Tamási József nagyprépost véleménye. Tamási már szeptember 4-én megfogalmazta ajánlását, amelyben kifejtette, hogy az ügyben *nem kell semmi újat tenni*, ugyanis véleménye szerint az ország törvénye elegendően biztos a kérdést illetően. A passzív asszisztencia bevezetéséhez és a reverzálisok semmilyen formájához sem járulhat hozzá az előrelátható veszélyek miatt, „*vagyis az elfogadható helyen levő rossz nem véletik elmozdítandónak.*”¹³¹ Tamási véleménye, különösen az idézett mondatrész okozta a legnagyobb botrányt.

Sokkal részletesebbek és alaposabbak a nagypréposténál egyes papok és teológiai tanárok egyenként megfogalmazott álláspontjai. Kovács Dániel konzisztórium tag véleménye szerint nem lehet a nélkül passzív asszisztenciát alkalmazni, hogy a katolikus felet, akiről a jót kell vélelmezni, föl ne ingereljék, tudniillik a vegyes házasságokat mindeddig minden esetben megáldották. Épp emiatt a régi gyakorlat folytatása mellett foglalt állást. A törvénnyel is érvelt és úgy fogalmazott, hogy emiatt „*az idők gonoszságának egyelőre engedni kell.*”¹³² Andrassy István teológiai tanár igen kemény véleményt fogalmazott meg a reverzális által elkövetendő törvényszegés erkölcsi minőségéről: aki a haza törvényeit megszegi, mind az evangélium, mind az egyesületi és hódolati hit megsértése révén hitszegővé válik, ami egyáltalán nem egyezik az evangélium szellemével. Egyébiránt is a törvény ellen cselekedni nem kötelezhet másik törvényes rendelet, tehát a magyar püspökök rendeletének közzététele senkit sem kötelezne Erdélyben. A passzív asszisztenciáról külön pontban szólt Andrassy. A passzív asszisztencia alkalmazása véleménye szerint igazságtalan lenne, mivel azokat

¹³⁰ Vö. *Ad quaestionem in Consistorio die 3^a cur. mensis Septembris, sub Praesidio Excelentissimi Domini Praesulis celebrato, gratiose propositam...* Gyulafehérvár, 1840 szeptember 5., GYFL Püspöki Iratok 1055/1840. sz., I.1/a., 354. doboz. Aláírók: Bede József, Veszprémi Pál, Eröss Sándor, Gyárfás Miklós, Ráduly János kanonokok.

¹³¹ Vö. *Tamási József véleményezése a passzív asszisztencia bevezetéséről*, Gyulafehérvár, 1840. szeptember 4. GYFL Püspöki Iratok 1055/1840, sz. I.1/a., 354. doboz, „... malumve tolerabili loco positum movendum esse non ratur.”

¹³² Vö. *Kovács Dániel véleménye a passzív asszisztencia bevezetéséről*, Borbánd, 1840. szeptember 4., GYFL Püspöki Iratok 1055/1840 sz. I.1/a., 354. doboz, „... iniquitati temporum pro hic et nunc cedendum esse.”

büntetné, akik a törvényt tiszteletben tartva járnak el. A jogi megfontolásoktól eltekintve, teológiailag is kétes, vajon a passzív asszisztencia révén a házasság létrejön-e.¹³³ Ha létrejön, akkor fölösleges az áldás megtagadása, mert a hatás ugyanaz, mint áldással megkötött házasság esetén. Ha viszont nem jön létre a házasság, akkor jogtalanságot követnek el a házasulandókkal szemben, hiszen egy szentség kiszolgáltatását nem lehet megtagadni egy azt kérőtől, aki disponált is a házasságra. A keresztény vallás szentségeihez ugyanis mindenkinek egyenlő joga van. Emiatt úgy gondolja, ilyen eljárásnak nincs helye. Természetesen az lenne az ideális, ha el lehetne kerülni a vegyes házasságokat, és az egyház is ezt tanítja. Ám a legrégebbi idők tanúságai rámutatnak, hogy mindemellett az egyház tudomásul vette a mindenkori realitásokat és eltúrta a vegyes házasságokat. Ha ez nem érhető el igazságos eszközökkel, abból nem következik az, hogy igazságtalan eszközöket kellene alkalmazni. Senkit sem lehet erőszakkal rászorítani olyan lelkiismereti jellegű dologra rászorítani, mint amilyen a vallás. Erdélyben tehát semmit sem kell újítani e tekintetben, hanem türelmesen és imádkozva várni kell azt, amíg Isten jobb időket hoz a katolikus egyháza.¹³⁴

Andrássy Antal teológiai professzor véleménye hasonlóképpen terjedelmes és alapos volt. Ő maga a kérdést úgy tette fel, hogy vajon a hazai törvények és körülmények megengedik-e a magyar püspöki kar döntésének bevezetését. A helyzet mássága ugyanis abban áll, hogy Erdélyben a katolicizmus nem domináns vallás, és a vallások egyenlő jogokkal és szabad vallásgyakorlattal rendelkeznek.¹³⁵ Erdélyben komolyabb konfliktushelyzet és elkeseredés nélkül nem lehet kivitelezni a Magyarországon bevezetett intézkedéseket. Miután ő is figyelmeztet, hogy a keresztény tanítás a törvények iránti lojalitásra buzdít, méltánytalannak nevezi azt az előmenetelt, amelyet a katolikus egyház azáltal nyerne, hogy a vegyes

¹³³ E korban nem volt még tisztázva, ki a szentség kiszolgáltatója, a pap-e, vagy pedig a házasuló felek. Ma már a kérdés tisztázott: a felek szolgáltatják ki a házasságot egymásnak, noha ez nem hittétel, hanem csak teológiai igazság. Vö. Előd István: *Katolikus dogmatika*. Szent István Társulat, Budapest 1978, 617-618. p.

¹³⁴ Vö. Andrássy István: *Humillima Opinio infrascripti, In negotio Reversalium, atque Adsistentiae sic dictae Passivae*, Gyulafehérvár, 1840 szeptember 5., GYFL Püspöki Iratok 1055/1840 sz. I.1/a., 354. doboz

¹³⁵ Andrássy az 53/1791. tc-re hivatkozik. Vö. Márkus Dezső (szerk.): *Magyar törvénytár. 1540-1848. évi erdélyi törvények*. Franklin Társulat – Révai Testvérek, Budapest 1900. 543. p.

házasságokból származó gyerekek katolikus nevelését kicsikarná. Ha ugyanis az illető nem tartaná be ígését, nincs az a hatalom, amely erre rászoríthatná. Az egyháznak pedig vállalnia kellene azt az ódiomot, hogy hazugságra és csalásra buzdított, azaz bűnre készítetett valakit. Ily módon egyetlen egyenes megoldás az lenne, hogyha az egyház teljesen eltíltaná a vegyes házasságokat, vagy megtagadná minden vegyes házasság megáldását. Ám ez lehetetlen. De az egyház gyakorlata is azt mutatja, Szent Ágostontól kezdve, hogy a vegyes házasságok, akár hívő és hitetlen házassága is, a legkorábbi időktől fogva léteztek. A passzív asszisztencia az egyház több évszázados gyakorlatához viszonyítva újdonságnak számít, amely olyan, mint a szikra: egész országra kiterjedő robbanást fog okozni, amint más országok példája is mutatja ezt. Az is megtörténhet, amint arra a hatheti oktatások korábbi – 1833-as – megye hatósági betiltása során, hogy katolikusok egész csoportjai tértek át, amint az akadályja ennek megszűnt. Véleménye szerint tehát a passzív asszisztencia újítás. Épp ezért nyomatékosan követeli a bevett szokás megtartását, mivel lelkiismerete ellen nem tud cselekedni. Különösen pedig azért is ajánlja a passzív asszisztencia mellőzését, mert az idők azt mutatják, hogy az egyháznak már nemcsak nemkatolikus ellenfelei vannak, hanem bőven akad katolikus kritikusa is.¹³⁶

Ugyanezen véleményt képviselte Sándor Ádám is, aki szintén arra figyelmeztetett, hogy súlyosabb veszélyek kockázata nélkül nem látja módját annak, hogy a püspök velük közölt tervét kivitelezhessék.¹³⁷

A vélemények beküldését követte a szeptember 10-i ülés, amelyen a püspök – hivatkozva arra, hogy a reverzális levél kérését többen is visszautasították a véleményezők közül, enyhített a javaslaton: előterjesztette, hogy csak szóbeli ígéretet kellene kérni, és abban az

¹³⁶ Vö. *Andrássy Antal teológiai professzor véleményezése a reverzálisok és passzív asszisztencia bevezetéséről*, Gyulafehérvár, 1840 szeptember 5., GYFL Püspöki Iratok 1055/1840, I.1/a., 354. doboz.

¹³⁷ Vö. *Sándor Ádám véleményezése a reverzálisok és passzív asszisztencia bevezetéséről*, Gyulafehérvár, 1840 szeptember 5., GYFL Püspöki Iratok 1055/1840, I.1/a., 354. doboz.

esetben kellene megtagadni a vegyes házasság megáldását, ha a felek tesznek ígéretet.¹³⁸

A jegyzőkönyv azonban a püspök beszédének csak rezüméjét tartalmazza. Szerencsére ránk maradt a teljes beszéd is. Ennek egyik lényeges részlete az, hogy a püspök – név nélkül ugyan – de kritikának vetette alá a konzisztórium tagok véleményezéseit. Abból indult ki, hogy többen is elvették a kérdésfölvetés lényegét és olyan dolgokról írtak értekezéseket, amikről nem kérdezték őket. Ami a pap jelenlétét illeti, a püspök azt szükségesnek tartotta a házasság érvényességéhez. Szerinte az áldás megadása ígéret hiányában szóba sem jöhet, a kérdés tehát csak arról szólt, hogy mi módon vezessék be a reverzálisokat a haza törvényeinek sérelme nélkül.¹³⁹

A püspök beszéde és javaslata után azonban olyasmi történt, amire senki sem számított: Tamási József nagyprépost, miután véleményét már írásba adta, ünnepélyesen tiltakozott a javaslat ellen. Végül a konzisztórium elfogadta a püspök javaslatát, és Tamási ünnepélyes protestációját is jegyzőkönyvbe vették.¹⁴⁰

A felháborodás nagy volt, legalábbis a püspök ezt írta egy nappal a konzisztórium ülésorozat befejezése után, 1840. szeptember 18-án a prímásnak és a kalocsai érseknek. A püspök beszámolt a két magyar egyházfőnek arról, hogy a protestációt mindannyian megdöbbenve hallgatták. Az ülés után a püspök magánbeszélgetésre hívta a nagyprépostot és megpróbálta meggyőzni arról, hogy tévedett, és arra kérte, hogy fontolja meg, mi történhet, ha kijelentéseinek híre elterjed az egyházmegyében. Épp ezért, kérte, hogy a következő ülésen vonja vissza, vagy legalább magyarázza meg tiltakozása értelmét. Tamási azonban rendíthetetlenül kitartott nyilatkozata mellett.¹⁴¹

A következő, szeptember 17-i ülésen a püspök, kifejezte megdöbbenését és botránkozását az

¹³⁸ Vö. *Extractus ddo 10 Septembris anni eiusdem*, GYFL Püspöki Iratok 1055/1840 I.1/a., 354. doboz.

¹³⁹ Vö. Kovács Miklós saját kézírásával és a következő datálással: *ACarolinae 10^a Sept 840 in Consistorio in Residentia Celebrato*. GYFL Püspöki Iratok 1055/1840. I.1/a., 354. doboz.

¹⁴⁰ Vö. *Extractus ddo 10 Septembris anni eiusdem*, GYFL Püspöki Iratok 1055/1840. sz. I.1/a., 354. doboz.

¹⁴¹ Vö. *Kovács Miklós levele Kopácsy József hercegprímáshoz és Klobusiczky Péter kalocsai érsekhez a vegyes házasságokról folytatott konzisztórium tanácskozásokról tárgyában*, Gyulafehérvár, 1840. szeptember 18., GYFL Püspöki Iratok 1591/1840, I.1/a., 354. doboz.

ügy miatt, és azt, hogy mennyire meglepte, hogy egyházi főméltóság léteére Tamási nemcsak, hogy nem ért egyet, de még „solemniter protestál” is. A botrányt orvosolandó és magától elhárítandó az egyházfő kérte tényszerű jegyzőkönyvbe vételét és bejelentette, hogy püspöktársait tudósítani fogja az esetről. Minden esetre határozottan elhatárolta magát Tamási Józseftől.¹⁴²

Mire vélhető ez a jelentő és szívós ellenállás az erdélyi papság részéről, a történész számára nem egészen nyilvánvaló első látásra. A megnyilatkozásokból az tűnik ki, hogy az erdélyi főpapság sok mindenért aggódott. A törvénytárs mellett egyenlő súllyal nyomtak a latban a tiltakozók számára az erkölcsi és dogmatikai megfontolások. Az egyházat támadó liberálisok kezébe ugyanis veszélyes fegyver került volna, ha kiderül, hogy a papi áldás hiányában nem jön létre a házasság, ugyanis a közvéleményt ez igencsak felháborította volna.¹⁴³ Ugyanakkor ez a tény rámutat arra is, hogy az egyház szempontjából a dogmatikai és egyházfegyelmi vonatkozások legalább annyira fontosak voltak, mint a politikai jellegűek. Lehet, hogy a profán történetírásnak igaz az a véleménye, hogy a liberális ellenzék felől a vegyes házassági vita a politikai reformprogram részként politikai kérdés volt. Igazuk lehet továbbá a korabeli liberálisoknak is, amikor az egyházat azzal vádolták, hogy az abszolutista rendszeren belül elfoglalt pozícióját védi. Az egyházi dokumentumok azonban azt mutatják, hogy ugyanez a kérdés az egyház részéről legalább annyira komolyan szót a dogmatikai tartalom megvédéséről és a pasztorációs aggályokról.

Ugyanakkor azt is meg kell jegyeznünk, hogy az erdélyi papok a legkevésbé sem szimpatizáltak a liberalizmussal. Nyilatkozataik, az abban megfogalmazott aggodalmak az egyház szorongatásairól és ellenségeiről, mind erről tanúskodnak. Az ellenállás inkább

¹⁴² Vö. Kovács Miklós 1840. szeptember 17-én mondott konzisztóriumai beszédének magyar nyelvű kézírata. Gyulafehérvár, 1840. szeptember 17., GYFL Püspöki Iratok 1055/1840. sz. I.1/a., 354. doboz.

¹⁴³ Az 1841-43. évi erdélyi országgyűlés vallásügyi munkálata is ezt hozza fel érvel többek között. Vö. Az Erdélyi Nagy Fejedelemség 1841-k esztendőben november 13-ára Kolozsvár szabad királyi várossába hirdetett Országgyűlésének irománykönyve, Kolozsvár az Ev. Ref. Kollégium könyv és kö-nyomó intézetének betűivel, 1841-43. 151-153. Ld. még Nemes István: *Reverzális instrukció és vita a vegyes házasságokról az 1841-42. évi erdélyi diétán*. In *Studie Theologica Transsylvaniaensia*, 14. szám, 2011/2., 248. p.

jozefinista szellemiségű. Ha tekintetbe vesszük, hogy az 57/1791. törvénycikk a vegyes házasságokról 1822-ben egyházi törvényként került bele Szepessy Ignác elhíresült *Statutájába*,¹⁴⁴ talán érthetővé válik az ok. A kanonokok és teológiai tanárok nagy része vagy még jozefinista szellemben nevelkedett (egyébiránt maga a püspök is!), vagy olyanok nevelték, akik ebben a szellemben nevelkedtek, és sokan papok voltak már Szepessy alatt. Mostani püspöküket kívülről nevezték ki, a katolikus státus megkérdése nélkül, ami nemtetszést váltott ki.¹⁴⁵ E kettő együttesen arra utal, hogy nemcsak a nyilvánvaló hazafiúi szellem, hanem a felvilágosult abszolútizmus törvény és állam iránti tiszteletének lehelete is megéri a tiltakozásokból azt, aki olvassa őket.

A vita utójátékát a püspök és felettesei között lefolyt levelezés jelentette. A püspök már szeptember 5-én, a kalocsai érseknek címzett levelében igyekezett megnyugtatni a nyugtalan kalocsai metropolitát, hogy tanítást készül kiadni a vegyes házasságokról egyházmegyéjében, ám ugyanakkor ismét megfogalmazta aggályait az 57. tc. miatt.¹⁴⁶ Szeptember 17-én a püspök egy kalocsai érseknek és egyben a hercegprímásnak címzett terjedelmesebb levélben beszámolt a történekről, biztosítva a magyar főpapokat, hogy Tamási szembehelyezkedése nem jelent akadályt a kívánt intézkedések megtételében, és kérte a püspököket, küldjék el a Rómába irányzott, Erdélyre vonatkozó részt is tartalmazó iratot a vegyes házasságokról.¹⁴⁷ A kalocsai érsek elítélte Tamásit, és kihangsúlyozta, hogy az egyház eljárása e tekintetben nem újítás. A püspököt pedig intette, hogy ha Tamásinál nem lehet elérni, hogy változtasson véleményén, legalább annyit el kell érni, hogy pozitíve ellentétesen cselekedjen az egyház

¹⁴⁴ Vö. *Statuta...*, Pars II, Sectio VI. art. 3., 138. l.

¹⁴⁵ Bochkor Mihály, *Az erdélyi katolikus autonómia*, 335. l.

¹⁴⁶ Vö. Kovács Miklós püspök válaszevele Klobusiczky Péter kalocsai érsek 1840. augusztus 3-i levelére. Gyulafehérvár, 1840. szeptember 5. GYFL, Püspöki Iratok 1055/1840. sz., I.1/a., 354. doboz

¹⁴⁷ Vö. Kovács Miklós levele Kopácsy József hercegprímáshoz és Klobusiczky Péter kalocsai érsekhez a vegyes házasságokról folytatott konzisztórium tanácskozásokról tárgyában. GYFL, Püspöki Iratok 1591/1840 sz., I.1/a., 354. doboz.

eljárásával.¹⁴⁸ Klobusiczky érsekhez hasonlóan Kopácsy primás is az egész világegyház konszenzusára hivatkozott a Tamási József kanonok ügyéről alkotott véleményében, és azért, hogy ez nyilvánvaló legyen elküldött egy nyomtatott kivonatot a párizsi Ritualéból, illetőleg a passauai egyházmegye vegyes házassági rendelkezéseiből.¹⁴⁹ A hercegprimás azt tanácsolta Kovács püspöknek, hogy jobb lesz békén hagyni Tamásit és nem ingerelni, hátha magától megváltoztatja véleményét és nem keletkezik több botrány az egyházra nézve az ügyből.¹⁵⁰

Felhasznált irodalom

Dokumentumok

1. *Litterae pastorales in negotio mixtorum matrimoniorum ad clerum suae dioecesis dimissae 1841.* GYÉL, 555/1841, Püspöki Iratok, 355. doboz, I/a.
2. *Protocollum conferentiae, apud Celsissimum ac Reverendissimum Dominum Principem Primatem die 14^a Maii 1840 per infrascriptos episcopos celebratae...*, GYFL, Püspöki Iratok 1055/1840. sz. I.1/a, 354. doboz
3. *Kopácsy József primás levele Kovács Miklós püspökhöz a magyar püspöki kar vegyes házasságok tárgyában hozott döntéseiről*, Pozsony, 1840. június 16. GYFL, Püspöki Iratok 1055/1840, I.1/a, 354. doboz
4. *Hám János tájékoztató válaszlevele Kovács Miklós püspökhöz*, Szatmár, 1840. augusztus 1. GYFL, Püspöki Iratok, 1055/1840. sz. I.1/a, 354. doboz
5. *Klobusiczky Péter válaszlevele Kovács Miklóshoz a reverzálisok ügyében.* 1840. augusztus 3., Kalocsa. GYFL, Püspöki Iratok, 1055/1840. sz. I.1/a., 354. doboz (1142/1840 kalocsai érsekségi szám alatt).
6. *Pyrker János László tájékoztató válaszlevele Kovács Miklóshoz a reverzális tárgyában.* 1840. november 3., Eger. GYFL, Püspöki Iratok, 1593/1840. sz. I.1/a., 354. doboz
7. *Kovács Miklós 1840. szeptember 17-én mondott konzisztóriumai beszédének magyar nyelvű kézírata.* 1840. szeptember 17., Gyulafehérvár GYFL Püspöki Iratok, 1055/1840. sz. I.1/a., 354. doboz
8. *Extractus Protocollis Consistorialis dd^o 3^{ae} Septembris 1840.* GYFL Püspöki Iratok 1055/1840 I.1/a., 354. doboz.
9. *Ad quaestionem in Consistorio die 3^a cur. mensis Septembris, sub Praesidio Excelentissimi Domini Praesulis celebrato, gratiose propositam...* Gyulafehérvár, 1840 szeptember 5., GYFL Püspöki Iratok 1055/1840. sz., I.1/a., 354. doboz.
10. *Tamási József véleményezése a passzív asszisztencia bevezetéséről*, Gyulafehérvár, 1840. szeptember 4. GYFL Püspöki Iratok 1055/1840, sz. I.1/a., 354. doboz

¹⁴⁸ Vö. *Klobusiczky Péter válaszlevele Kovács Miklós püspökhöz a konzisztóriumai ülések ügyében.* Kalocsa, 1840. október 16., GYFL Püspöki Iratok 1055/1840 sz., I.1/a., 354. doboz

¹⁴⁹ Vö. *Extractus e Rituali Parisiensi, Auctoritate Illmi et Rndmi, in Christo Patris et Domini, D. Hyacinthi-Ludovici de Quelen, Parisiensis Archiepiscopi edito Lutetiae Parisiorum 1839.* Csatolmány Kopácsy József konzisztóriumai tárgyalások ügyében Kovács Miklóshoz intézett válaszleveléhez. Esztergom, 1840. szeptember 8. GYFL, Püspöki Iratok, 1055/1840 sz., I.1/a., 354. doboz

¹⁵⁰ Vö. *Kopácsy József konzisztóriumai tárgyalások ügyében Kovács Miklóshoz intézett válaszlevele.* Esztergom, 1840. november 8. GYFL, Püspöki Iratok, 1055/1840 sz., I.1/a., 354. doboz

11. Kovács Dániel véleménye a passzív asszisztencia bevezetéséről, Borbánd, 1840. szeptember 4., GYFL Püspöki Iratok 1055/1840 sz. I.1/a., 354. doboz
12. Andrassy István: *Humillima Opinio infrascripti, In negotio Reversalium, atque Adsistentiae sic dictae Passivae*, Gyulafehérvár, 1840 szeptember 5., GYFL Püspöki Iratok 1055/1840 sz. I.1/a., 354. doboz
13. Andrassy Antal teológiai professzor véleményezése a reverzálisok és passzív asszisztencia bevezetéséről, Gyulafehérvár, 1840 szeptember 5., GYFL Püspöki Iratok 1055/1840, I.1/a., 354. doboz
14. Sándor Ádám véleményezése a reverzálisok és passzív asszisztencia bevezetéséről, Gyulafehérvár, 1840 szeptember 5., GYFL Püspöki Iratok 1055/1840, I.1/a., 354. doboz
15. *Extractus ddo 10 Septembris anni eiusdem*, GYFL Püspöki Iratok 1055/1840 I.1/a., 354. doboz
16. Kovács Miklós beszéde. *ACarolinae 10^a Sept 840 in Consistorio in Residentia Celebrato*. GYFL Püspöki Iratok 1055/1840. I.1/a., 354. doboz
17. Kovács Miklós levele Kopácsy József hercegprímáshoz és Klobusiczky Péter kalocsai érsekhez a vegyes házasságokról folytatott konzisztórium tanácskozások tárgyában, Gyulafehérvár, 1840. szeptember 18., GYFL Püspöki Iratok 1591/1840, I.1/a., 354. doboz
18. Kovács Miklós 1840. szeptember 17-én mondott konzisztórium beszédének magyar nyelvű kézírata. Gyulafehérvár, 1840. szeptember 17., GYFL Püspöki Iratok 1055/1840. sz. I.1/a., 354. doboz
19. Kovács Miklós püspök válaszlevele Klobusiczky Péter kalocsai érsek 1840. augusztus 3-i levelére. Gyulafehérvár, 1840. szeptember 5. GYFL, Püspöki Iratok 1055/1840. sz., I.1/a., 354. doboz
20. Kovács Miklós levele Kopácsy József hercegprímáshoz és Klobusiczky Péter kalocsai érsekhez a vegyes házasságokról folytatott konzisztórium tanácskozások tárgyában. GYFL, Püspöki Iratok 1591/1840 sz., I.1/a., 354. doboz
21. Klobusiczky Péter válaszlevele Kovács Miklós püspökhöz a konzisztórium ülés ügyében. Kalocsa, 1840. október 16., GYFL Püspöki Iratok 1055/1840 sz., I.1/a., 354. doboz
22. *Extractus e Rituali Parisiensi, Auctoritate Illmi et Rndmi, in Christo Patris et Domini, D. Hyacinthi-Ludovici de Quelen, Parisiensis Archiepiscopi edito Lutetiae Parisiorum 1839*. Csatolmány Kopácsy József konzisztórium tárgyalások ügyében Kovács Miklóshoz intézett válaszleveléhez. Esztergom, 1840. szeptember 8. GYFL, Püspöki Iratok, 1055/1840 sz., I.1/a., 354. doboz
23. Kopácsy József konzisztórium tárgyalások ügyében Kovács Miklóshoz intézett válaszlevele. Esztergom, 1840. november 8. GYFL, Püspöki Iratok, 1055/1840 sz., I.1/a., 354. doboz

Könyvek, monográfiák

1. Szinyei József: *Magyar írók élete és munkája*. VI. kötet. Hornyánszky Viktor Könyvkiadóhivatala, Budapest 1899.
2. *Az erdélyi három nemzetekből álló rendeknek 1793-dik esztendőben Kis Aszszony Havának 20-dik napjára szabad királyi városban Kolosvárra hirdettetett és több következő napokban tartatott közönséges gyűléseikben lett végzéseknél és foglalatosságoknak jegyző könyve*, Kolosváratt, Nyomtattatott Hochmeister Márton Ts. Királyi Priv. Dicasterialis Könyv-Nyomtató által, é.n.

3. *Statuta almae dioecesis Transsilvanicae. Anno 1822 die 17-ma Aprilis in Synodo Dioecesana publicata et Concordibus votis approbata.* Claudiopoli, Typis Lycei Regii. Pars II, Sectio V. Art. 18.
4. *Az Erdélyi Nagy Fejedelemség MDCCCIXdik Esztendőről MDCCCXdikre által nyújtott és Sz. Jakab Havának 9-dik napjától fogva Kolosvár városában folytatva tartott országos gyűlésének jegyző könyve,* Kolosváronn Nyomtatott a Reformátum Kollégium Betüivel Török István által 1811dik Esztendőben.
5. Gergely András (szerk.): *Magyarország története a 19. században.* Osiris Kiadó, Budapest 2003.
6. *Erdély Nagyfejedelemség 1834-ik esztendőben Május 26 kára Kolozsvár szabad királyi városba hirdetett országgyűlésének irománykönyve.* Kolozsvártt, Az Ev. Ref. Kollégium Könyv és Kő nyomó Intézetében 1834.
7. Bochkor Mihály, *Az erdélyi katolikus autonómia.* K. Albert Könyvnyomdája, Kolozsvár 1911.
8. *Az Erdélyi Nagy Fejedelemség 1837-ik esztendőben május 26-kára Nagyszeben szabad királyi városba hirdetett Országgyűlésének irománykönyve.* Tiltsch Sámuel könyvnyomó intézete, Nagyszeben 1837.
9. Meszlényi Antal, *A jozefinizmus kora Magyarországon,* Stephaneum Nyomda R.T., Budapest 1934.
10. Szeredy József: *Egyházjog, különös tekintettel a Magyar Szent Korona területének egyházi viszonyaira.* II. kötet, Ifj Madarász K. Könyvnyomdája, Pécs 1879.
11. *Catalogus venerabilis cleri dioecesis Transsylvaniensis pro anno MDCCCXXXI.* h.n.
12. HEUSSI, KARL: *Az egyháztörténet kézikönyve.* Osiris Kiadó, Bp., 2000
13. FRANZEN, AUGUST: *Kis egyháztörténet.* Agapé Kiadó, Szeged, 1998.
14. Előd István: *Katolikus dogmatika.* Szent István Társulat, Budapest 1978
15. Márkus Dezső (szerk.): *Magyar törvénytár. 1540-1848. évi erdélyi törvények.* Franklin Társulat – Révai Testvérek, Budapest 1900
16. *Az Erdélyi Nagy Fejedelemség 1841-k esztendőben november 13-ára Kolozsvár szabad királyi várossába hirdetett Országgyűlésének irománykönyve,* Kolozsvártt az Ev. Ref. Kollégium könyv és kő-nyomó intézetének betüivel, 1841-43

Tanulmányok

1. Nemes István: Kovács Miklós erdélyi püspök 1841. évi körlevele a reverzálisokról. In: *Egyháztörténeti Szemle*, MMXI, tizenkettedik évfolyam, negyedik szám
2. Juhász István: *A türelmi rendelet és az erdélyi egyházak.* In: Juhász István, *Hitvallás és türelem. Tanulmányok az erdélyi református egyház és teológia 1542-1792 közötti történetéből.* Dolgozatok a református teológiai tudomány köréből. 2. kötet. Kolozsvár 1996
3. Nemes István: *Reverzális instrukció és vita a vegyes házasságokról az 1841-42. évi erdélyi diétán.* In *Studia Theologica Transsylvaniensia*, 14. szám, 2011/2.

Elektronikus dokumentumok

1. *Decrees of Council of Trent. Session XXIV. Decree Concerning the Reform of Matrimony.* Chapter I. <http://www.catholic-forum.com/saints/trent24.htm>. Letöltve 2012. szeptember 15-én.

ASZIMMETRIA A TŐZSDEINDEXEK INVERZ STATISZTIKÁJÁBAN: MEGHATÁROZÓ IDŐSKÁLÁK

TIME SCALE EFFECTS ON THE ASYMMETRY OF INVERSE STATISTICS IN STOCK MARKETS

*Sándor Bulcsú¹, Ingve Simonsen², Emeric Balogh³, Néda Zoltán⁴

¹ *Elméleti Fizikai Tanszék, Eötvös Loránd Tudományegyetem, H-1518
Budapest, Magyarország, és
Elméleti Fizika Tanszék, Babes-Bolyai Tudományegyetem, RO/400084, Kolozsvár, Románia
Institute for Theoretical Physics, Eötvös Loránd Univeristy, H-1518 Budapest, Hungary, and
Department of Theoretical Physics, Babes-Bolyai University, RO/400084, Cluj-Napoca,
Romania*

*e-mail: sbulcsu@general.elte.hu

² *Department of Physics, Norwegian University of Science and Technology (NTNU), NO-
7491 Trondheim, Norway*

³ *Optika és Kvantumelektronikai Tanszék, Szegedi Tudományegyetem, HU-6720 Szeged,
Magyarország
Department of Optics and Quantum Electronics, University of Szeged, RO/HU-6720 Szeged,
Hungary*

⁴ *Elméleti Fizika Tanszék, Babes-Bolyai Tudományegyetem, RO/400084, Kolozsvár, Románia
Department of Theoretical Physics, Babes-Bolyai University, RO/400084, Cluj-Napoca,
Romania*

Összefoglaló

Az inverz statisztika egy aránylag új módszer, a részvényárfolyamok és tőzsdeindexek elemzésére. A módszer segítségével megkapjuk a befektetési horizont eloszlását, ami megadja egy adott értékű megtérüléshez szükséges idő valószínűségi sűrűségét. A nyereségekre és veszteségekre vonatkozó eloszlások furcsamód különböznek, és más időintervallumra adnak maximumot. Ezt a jelenséget nevezzük az inverz statisztikák aszimmetriájának. Munkánkban arra a kérdésre próbálunk választ találni, hogy milyen időskálán lejátszódó eseményekhez köthető a pozitív és negatív megtérüléseknek megfelelő inverz statisztikák aszimmetriája.

Kulcsszavak: gazdaságfizika, inverz statisztika, tőzsde

Abstract

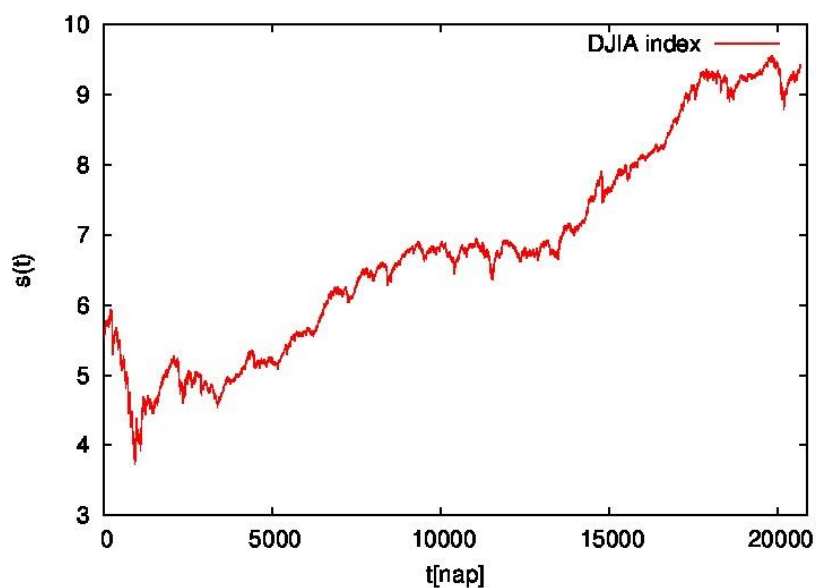
The dynamics of stock indexes are investigated with a tool borrowed from physics, called “inverse statistics”. Unexpectedly, the inverse statistics of stock indexes presents an asymmetric nature, which is expressed by the fact that negative return levels are reached sooner than those corresponding to positive levels. The characteristic time-scale in the dynamics of stock indexes leading to this apparent paradox is investigated.

Keywords: econophysics, inverse statistics, stock market

Bevezető

A számítógépek megjelenése lehetővé tette, hogy hatalmas mennyiségű adatot rögzítsünk és dolgozzunk fel, majd statisztikai elemzésnek vessünk alá nagyon rövid idő alatt. Ahhoz, hogy tudományos vagy társadalmi szempontból értékes eredmények szülessenek, azonban további két feltételnek is teljesülnie kell egyidőben. Az adatok a rendszert vagy a jelenséget jól definiált mennyiségek által kell jellemezzék, feldolgozásukhoz pedig olyan matematikai, statisztikai módszerek szükségesek, melyek segítségével valamilyen általános érvényű következtetést vonhatunk le a vizsgált rendszerre vonatkozóan. Gazdasági

folyamatok tanulmányozása esetén erre kiváló lehetőséget nyújtanak a részvények árfolyamai és a tőzsdeindexek, melyeket már több évtizede elemeznek több-kevesebb sikerrel, részben azért, hogy megértsük a gazdaság működését, részben azért, hogy spekulációk által haszonra tegyünk szert. A statisztikus fizika számos olyan módszert és modellt kínál, melyek segítségével mélyebb betekintést nyerhetünk a tőzsdén lejátszódó folyamatokba [Mantegna, 2000].



(1. ábra): A DJIA index logaritmikus értékei (napi záró értékek logaritmusai) az idő függvényében 1928.10.1-től 2011.02.1-ig.

A következőkben ezek közül az inverz statisztika módszerét ismertetjük és vizsgáljuk a Dow Jones Industrial Average (továbbiakban DJIA) tőzsdeindex (1. ábra) példáján keresztül. Felhívjuk a figyelmet néhány lényeges eredményre, továbbá bemutatjuk a témában lévő saját kontribúciónkat is.

A gazdaságfizika mint “új” tudományág

A 90-es évek első felében jelentősen megnövekedett a fizikusok érdeklődése az interdiszciplináris területek és a komplex rendszerek tanulmányozása iránt [Roehner, 2010]. A gazdaságfizika (ökonofizika), mint a fizika önálló ága szintén ezekben az években születik meg. A tudományterület angol megnevezése, az “econophysics” fogalom 1995-ben szerepel először a “gazdaságfizika atyjának” tartott Eugene Stanley által tartott előadás címében [Roehner, 2010]. Az ezt követő években sorra ilyen cím alatt lettek megszervezve a konferenciák is, melyek következtében a gazdaságfizika rohamos fejlődésnek indult és számos nagy hatású publikáció jelent meg azóta [Chakraborti, 2011].

A tőzsdeindexek logaritmikus hozamai

A gazdaság versenyképességét hagyományosan az $r_{\Delta t}(t)$ logaritmikus hozam segítségével mérjük [Simonsen, 2002], mely megadja a termelt profitot egy adott Δt időintervallumra vonatkozóan. Tőzsdeindexek esetén ez a következőképpen írható fel:

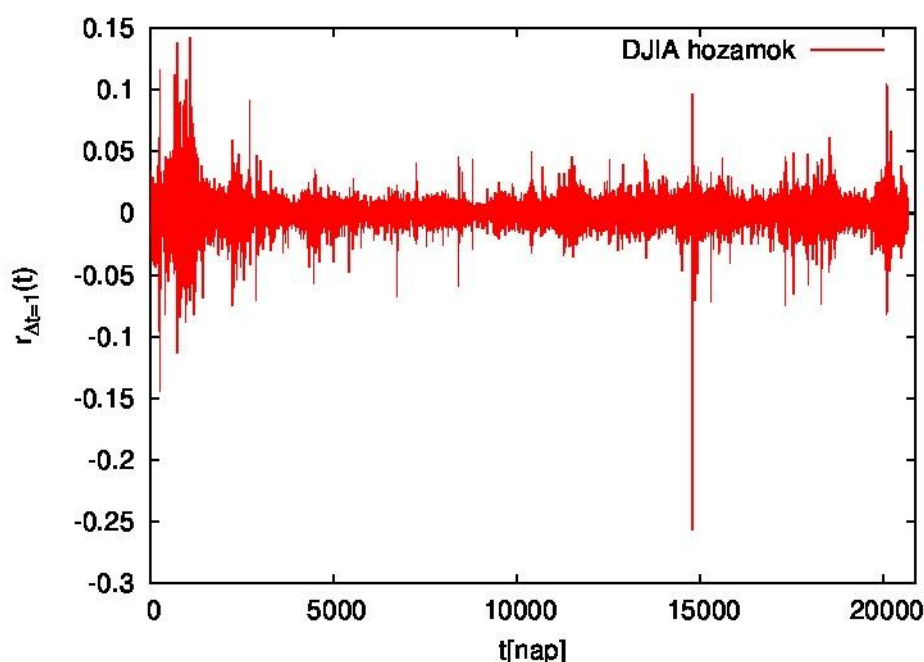
$$r_{\Delta t}(t) = s(t + \Delta t) - s(t) = \ln \left[\frac{S(t + \Delta t)}{S(t)} \right] \quad (1.)$$

ahol $\ln(S(t)) = s(t)$ a logaritmikus indexet jelöli ($S(t)$ az index vagy részvény). A logaritmikus hozam megmutatja, hogy egy adott időintervallum alatt a részvény (vagy index) logaritmikus ára mennyit emelkedett vagy mennyit esett, tehát hogy a részvény mennyire jól vagy rosszul teljesít¹⁵¹. A logaritmikus hozam eloszlásának az előnye, hogy additív, azaz:

$$r_{\Delta t}(t) = r_{\Delta t_1}(t) + r_{\Delta t_2}(t + \Delta t_1), \text{ ha } \Delta t = \Delta t_1 + \Delta t_2 \quad (2.)$$

151 Megközelítőleg egyenlő a részvény árának (index) relatív változásával.

A 2. ábrán példaként szemléltetjük ezen logaritmusos hozamok időbeli dinamikáját egy napos időintervallumokat tekintve. Ennek megfelelően, hagyományosan adott időintervallumra vonatkozó hozamok (2. ábra) eloszlását szokták tanulmányozni az index tulajdonságainak meghatározásához [Mantegna, 2000; Balogh, 2010]. Ez közel normál (Gauss) eloszlást mutat, azonban néhány lényeges ponton különbözik tőle [Simonsen, 2002]. A hozamok eloszlásához hasonló eredmények születtek a fluidumok turbulenciájának vizsgálatakor is, mely a két jelenség összehasonlítására adott lehetőséget [Mantegna, 2000; Jensen, 2003].



(2. ábra): A DJIA index egy napra vonatkozó hozamai az idő függvényében ($r_{\Delta t=1}(t)$) 1928.10.1-től 2011.02.1-ig.

Az inverz statisztika módszere

A tőzsdén lejátszódó folyamatok mélyebb megértése érdekében érdemes azonban megvizsgálni a hozamok eloszlását más szempontból. I. Simonsen és társai [Simonsen, 2002] a fordított kérdést tanulmányozták, mégpedig azt, hogy mi annak a $p_\rho(\tau)$ valószínűsége,

hogya a részvény (vagy az index) egy adott ρ értékű hozamot eredményezzen egy bizonyos τ idő alatt. Tehát keressük azokat a legkisebb Δt időintervallumokat, melyekre igaz, hogy:

$$r_{\Delta t}(t) \geq \rho \quad (3.)$$

Ez gyakorlatilag azt jelenti, hogy a t napon vásárolt részvény esetében hány napot kell várni ahhoz, hogy a $t + \Delta t$ napon eladva legalább ρ hozamot (pl. 5%) eredményezzen.

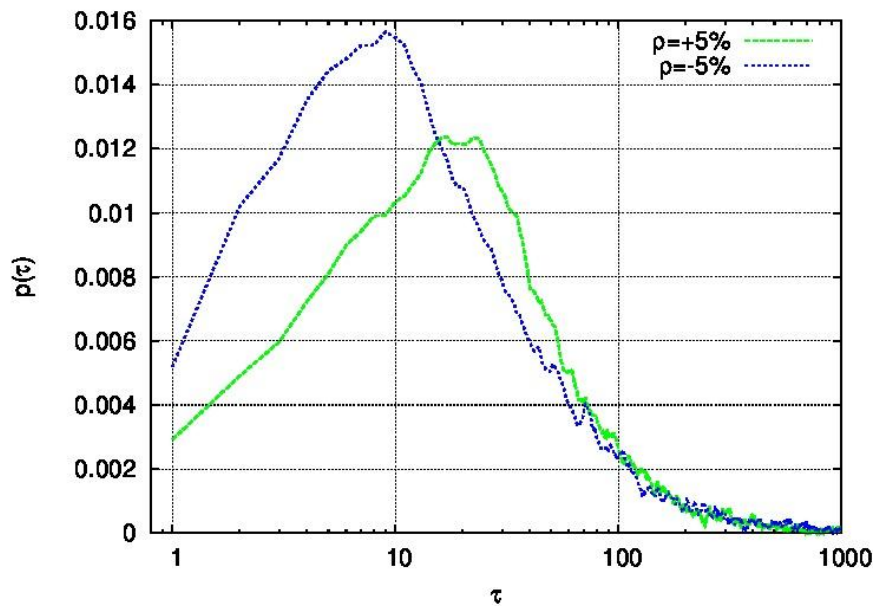
Ez matematikailag a következőt jelenti [3]:

$$\tau_{\rho}(t) = \min \{ \Delta t > 0 \mid r_{\Delta t}(t) \geq \rho \} \quad (4.)$$

Az irodalomban ezt az időt nevezik a *befektetési horizontnak* [Simonsen, 2002]. Az idősor minden egyes napjára meghatározzuk ezt, majd elkészítjük ezen várakozási idők eloszlását, így megkapjuk a *befektetési horizont eloszlását* egy adott ρ hozamra. Ezt nevezzük az inverz statisztika módszerének (3. ábra).

Meglepő módon ezen eloszlásfüggvény egy jól meghatározott maximummal rendelkezik. Ennek a maximumnak megfelelő idő mutatja meg, hogy mikor a legnagyobb a valószínűsége a tekintett hozam elérésének. Ez az *optimális befektetési horizont*.

A job megértés érdekében tekintsünk egy példát. Egy befektető úgy szeretné rövid időre részvényekbe fektetni pénzét, hogy abból neki a legtöbb nyeresége származzon.



(3. ábra): A befektetési horizont eloszlása a DJIA index esetében. A hozamok szintje a nyereség és veszteség esetében is 5%. Mindkét értékre az eloszlások egyértelmű maximumokkal rendelkeznek, azonban a pozíciójuk különböző, amit úgy fejezünk ki, hogy az inverz statisztika aszimmetrikus tulajdonságokkal rendelkezik.

Ehhez természetesen szeretné eladni a részvényét a lehető legmagasabb áron, vagy megvenni egy másik részvényt a legkedvezőbb áron. Az információhiány ott jelentkezik, hogy nem tudhatja, mi ehhez a legoptimálisabb idő. A kérdésre a választ statisztikai szempontból az optimális befektetési horizont adja. Így az eredményeket tekintve a legjobb, amit tehet, hogy a részvény megvásárlása után az optimális befektetési horizontnak megfelelő időre tervezi be, hogy majd eladja.

Aszimmetria az inverz statisztikában

Ekészítve a befektetési horizont eloszlását negatív értékű hozamokra is, azt találták [Jensen, 2003; Simonsen, 2007], hogy az előzőhöz hasonló tulajdonságokkal rendelkezik, egyetlen ponttól eltekintve. Az eloszlásfüggvény maximuma erőteljesen eltolódik a rövidebb

időtartamok irányába, így a maximumok helye között nagyjából 8-12 nap különbség jelenik meg (3. ábra). Ezt több tőzsdeindex esetében is igazolták, tehát a tőzsde dinamikájában egyfajta univerzalitást fedeztek fel [Jensen, 2003; Simonsen, 2007]. Ezzel ellentétben sem a valutaárfolyamok [Jensen, 2004], sem az egyes részvények inverz statisztikája nem mutat aszimmetriát [Balogh, 2010].

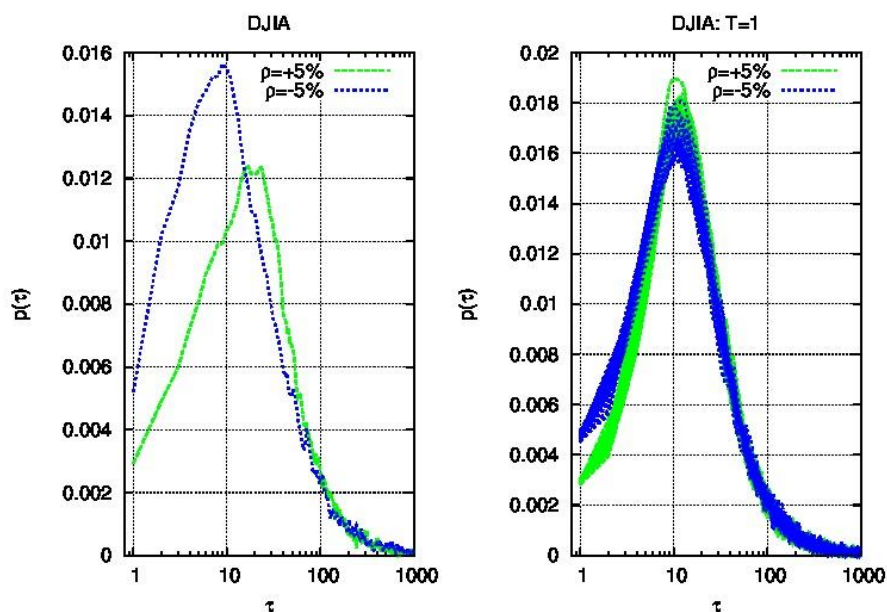
Az aszimmetria jelenségének magyarázatára több különböző magyarázat is született: “félelem-faktor modell” [Simonsen, 2007], szinkronizációs modell [Donangelo, 2006], stb. E. Ealogh, Z. Néda és társai bebizonyították, hogy ha a részvények ára csökken, sokkal korreláltabban viselkednek mint növekedéskor, ezáltal empirikus úton is igazolták a “félelem-faktor modell” hipotézisét [Balogh, 2010].

Az aszimmetriát meghatározó időskálák tanulmányozása

A tőzsdeindexek inverz statisztikájának aszimmetriája tehát folyamatosan a gazdasági fizikai, statisztikai, valamint alkalmazott matematikai kutatások keretében van. A következőkben arra a kérdésre keressük a választ, hogy milyen időskálához tartozó események okozzák az aszimmetriát. A válaszadáshoz meg kell találnunk, hogy mi az a kritikus időskála, amelyen ha módosítjuk a tőzsdeindexek idősorait, a megfigyelt befektetési horizontok szimmetrikussá válnak. A feladat azért bonyolult, mert egy olyan transzformációt keresünk, amely a vizsgált index hozamainak a nagyságeloszlását nem változtatja meg. Az eddigi próbálkozások olyan transzformációkat tekintettek, amelyek a hozam varianciáját is megváltoztatták. Wavelet transzformációt alkalmazva megmutatták, hogy az aszimmetria nem a rövid, hanem a hosszú távú (64-128 nap közötti vagy hosszabb) események hatásának tekinthető [Siven, 2009]. Tehát eltávolítva az idősorból a 64 napnál hosszabb időtartamokra jellemző trendet, az indexek inverz statisztikája szimmetrikussá válik. Lényeges megjegyezni azonban, hogy ez esetben jelentősen megváltoznak a hozamok is, így ezen eredmény joggal

megkérdőjelezhető. Nagyon hasonló eredményt kapunk, ha a wavelet transzformáció helyett Fourier transzformációt tekintünk, és az adatsorból ennek segítségével szűrünk ki bizonyos komponenseket. Azonban a Fourier transzformáció esetén is a hozamok statisztikáját megváltoztatjuk.

Tekintsük az egy napra vonatkozó hozamok idősorát (2. ábra), és vegyük észre, hogy ha összekeverjük őket (permutáljuk őket) véletlenszerűen, akkor megszüntetjük a köztük lévő korrelációkat, ugyanakkor az összes hozamot egyenként változatlanul hagyjuk. Ezáltal csupán az események ok-okozati összefüggéseit zavarjuk össze, de az összes többi információt megtartjuk. Az így kapott összekevert hozamokból újból felépíthető az index idősora, amelynek a nagyságstatisztikája ugyanaz, de a korrelációkat megszüntettük. Az így kapott mesterséges adatsorra az inverz statisztika újból szimmetrikussá válik [Siven, 2009] (4. ábra).



(4. ábra): Balfelől: az eredeti DJIA index inverz statisztikája. Jobbfelől: az összekevert hozamokból felépített indexek inverz statisztikája. A különböző egymásra tevődő, de azonos színű görbék különböző permutációknak felelnek meg.

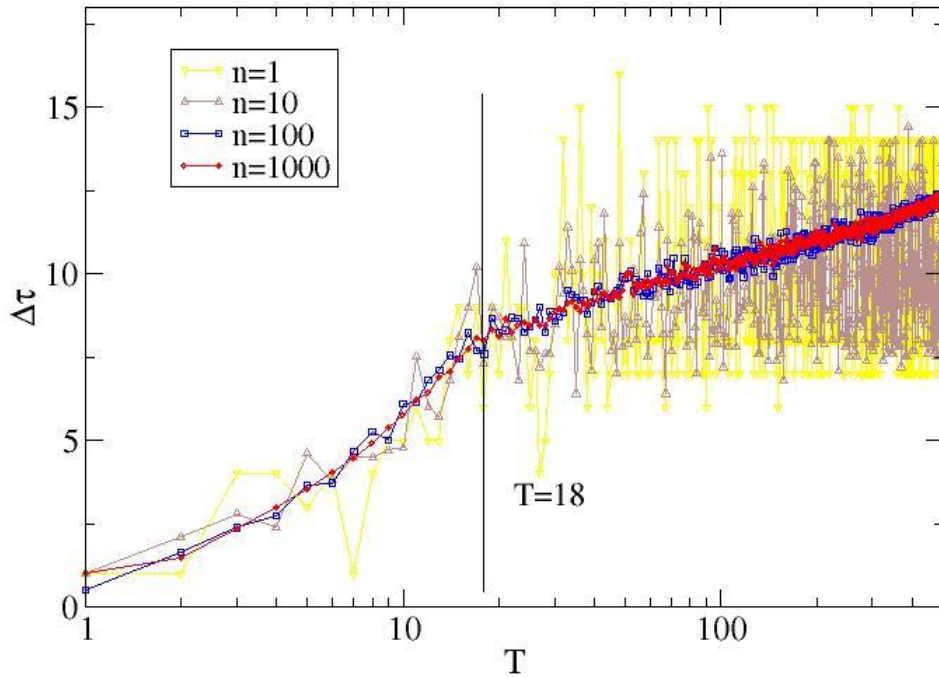
Ezt az ötletet továbbgondolva ablakokat határozhatunk meg, melyeken belül nem változtatjuk meg a hozamok sorrendjét, tehát “megtartjuk a azokat az eseményeket”, melyek beleférnek egy ilyen indőintervallumba (T). Így ha az ablakokat permutáljuk, eltüntetjük az indexből az ablak méreténél nagyobb időskálájú korrelált eseményeket.

Tekintsük a továbbiakban a pozitív és negatív hozamokra vett statisztikák maximumjai közti távolságot az aszimmetria paraméterének ($\Delta\tau$), és vizsgáljuk meg, hogyan függ ez a paraméter a választott ablakmérettől. Egy jobb statisztika érdekében több (n darab) permutációra átlagolt eredményeket vizsgálunk. Látható, hogy az ablak méretének növelésével elkezd növekedni a maximumok közötti távolság is (5. ábra).

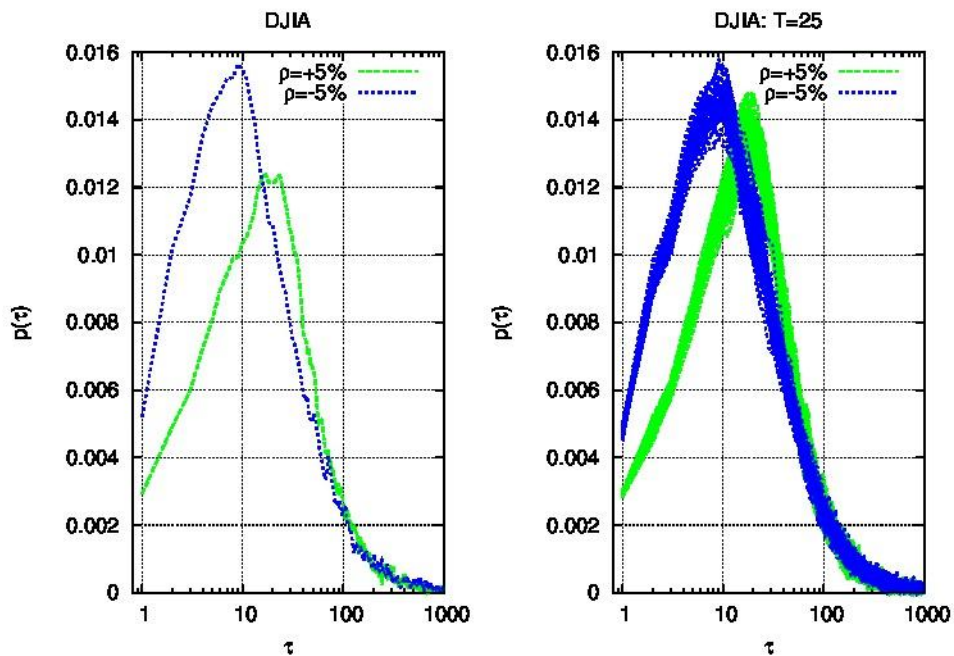
Van azonban egy pont, ahol a görbe log-normál ábrázolásban egy jól látható törést szenved, és ahol a monoton növekedés lecsökken. Itt a görbe egy konvex alakból egyenessé alakul. Ez a $T = 18$ -es ablakméret esetén következik be. Eddig a pontig az aszimmetria-paraméter az ablakméret több mint egy nagyságrendnyi megváltozásával 8-szorosára növekszik, ezt követően további egy nagyságrenden keresztül pedig csak 1.5-szörösére nő. Ez alapján állítható, hogy az aszimmetriát meghatározó időskála kevesebb mint 18 munkanap.

Ha megvizsgáljuk, hogyan néznek ki a befektetési horizont eloszlásai pozitív és negatív hozamokra, különböző permutációk esetén, nem véletlen, hogy az eredeti index inverz statisztikájához hasonlóan aszimmetrikus viselkedést látunk. A 6. ábrán példaképpen a $T=25$ esetben kapott eredményeket mutatjuk be.

(5. ábr a): A ma xim um ok köz ötti táv ols ág a vál aszt ott abl ak mér et füg gvé nyé



ben. A különböző görbék különböző számú (n) átlagoláshoz tartoznak.



(6. ábra): Balfelől: az eredeti DJIA index inverz statisztikája. Jobbfelől: a T=25-ös ablakmérettel összekevert hozamokból felépített indexek inverz statisztikája. A különböző egymásra tevődő, de azonos színű görbék különböző permutációknak felelnek meg, melyek alapján a maximumok távolságának átlagát számoljuk ki.

Következtetések és kitekintés

Dolgozatunkban összefoglaltuk a fontosabb mérföldköveket az inverz statisztika módszerének gazdaságfizikai alkalmazásában, és néhány példán keresztül szemléltettük az eddig elért lényeges eredményeket. Értelmeztük a befektetési horizont eloszlására vonatkozó számításokat és a kapott eredményeket, majd ismertettük az inverz statisztika talán legjelentősebb, leglátványosabb eredményét: a befektetési horizontok eloszlásának aszimmetriáját.

Rámutattunk arra, hogy az aszimmetriát meghatározó időskála vizsgálatokor milyen problémák merülnek fel, majd bemutattunk egy módszert, mellyel azok kikerülhetők. A módszer segítségével megvizsgáltuk a DJIA index inverz statisztikájában megjelenő aszimmetria karakterisztikus időskáláját. Eredményeink azt mutatják, hogy ez az időskála rövidebb mint 18 munkanap. További következtetések levonásához azonban a módszer finomítása, valamint más indexek és részvények vizsgálata is szükséges.

A módszer tehát továbbfejleszthető a maximumok távolságának pontosabb meghatározásával, ahol felhasználhatjuk az eloszlásokra más sikeresen alkalmazott [Simonsen, 2002] általánosított Gauss függvényt. A munkánk ezt az irányvonalat követi majd.

Köszönetnyilvánítás

A kutatás a TÁMOP 4.2.4.A/1-11-1-2012-0001 azonosító számú „Nemzeti Kiválóság Program – Hazai hallgatói, illetve kutatói személyi támogatást biztosító rendszer kidolgozása és működtetése országos program” című kiemelt projekt keretei között valósult meg. A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósul meg. A dolgozat a Collegium Talentum támogatásával készült.

Irodalomjegyzék

- Balogh, E., Simonsen, I., Nagy, B. Zs., Neda, Z., 2010. *Persistent collective trend in stock markets*, Phys. Rev. B, 82, 6, 066113
- Chakraborti, A., Toke, I. M., Patriarca, M., Abergel, F., 2011, *Econophysics review: I. Empirical facts*, Quantitative Finance, 11, 7, 991-1012
- Donangelo, R., Jensen, M. H., Simonsen, I., Sneppen, K., 2006. *Synchronization model for stock market asymmetry*, J. Stat. Mech: Theo. Exp., L11001
- Jensen, M. H., Johansen, A., Petroni, F., Simonsen, I., 2004. *Inverse statistics of foreign exchange market*, Physica A, 340, 4, 678-684
- Jensen, M. H., Johansen, A., Simonsen, I., 2003. *Inverse Fractal Statistics in Turbulence and Finance*, Int. Nat. J. Mod. Phys. B, 17, 22-24, 4003-4012
- Jensen, M. H., Johansen, A., Simonsen, I., 2003. *Inverse Statistics in Economics: The gain-loss asymmetry*, Physica A, 324, 1-2, 338-343
- Mantegna, R. N., Stanley, H. E., 2000. *An introduction to Econophysics: Correlations and Complexity in Finance*, (Cambridge University Press, Cambridge, England)
- Roehner, B. M., 2010. *Fifteen years in econophysics: worries, hopes and prospects*, Science and Culture, 76, 9-10, 305-314
- Simonsen, I., Ahlgren, P. T. H., Jensen, M. H., Donangelo, R., Sneppen, K., 2007. *Fear and its implication in stock markets*, Eur. Phys. J. B, 57, 153-158

Simonsen, I., Jensen, M. H., Johansen, A., 2002. *Optimal Investment Horizons*, Eur. Phys. J. B, 27, 4, 583-586

Siven, J. V., Lins, J. T., 2009, *Temporal structure and gain-loss asymmetry for real and artificial stock indices*, Phys. Rev. E, 80, 5, 057102

Siven, J., Lins, J., Hansen, J. L., 2009. *A multiscale view on inverse statistics and gain/loss asymmetry in financial time series*, J. Stat. Mech.: Theory Exp., P02004

EGY NASKALATI JUHESZTENA ESZKÖZTÁRÁNAK VÁLTOZÁSVIZSGÁLATA

**Examining the changes related to the aggregate of means at a sheep farmland in
Naskalat**

Salló Szilárd, muzeológus-néprajzkutató, doktorandusz

Csíki Székely Múzeum/Szekler Museum of Ciuc

Rezümé

Jelen tanulmányban egy csíki esztana eszköztárának tárgypopulációját vizsgálom. A juhászati eszközök bemutatása és elemzése által a nyári szálláson tartózkodó pásztorok életmódbeli sajátosságaira próbálok rávilágítani.

Az eszközök számbavételén és funkcionális leírásán túl elsősorban az egyén és tárgy kapcsolatára terjedt ki figyelmem, mindezt az esztenán megfigyelték alapján, illetve a tárgyak használóinak eszközökre irányuló személyes elbeszéléseit vizsgálva láttam megvalósíthatónak. Összehasonlító vizsgálat által próbáltam szemléltetni azt, hogy a 20. század elejétől a jelenkorig, eszköztár tekintetében milyen lényeges változások következtek be a csíki juhászat tárgyegyüttesében.

Az esztana teljes eszköztárát figyelembe véve változatos képet kapunk, ugyanis keverten vannak jelen a hagyományos eszközök és ipari cikkek, a használatból ítélve mindezek az anyagukban eltérő tárgyak jól megférnek egymás mellett. A fogyasztói magatartás csak részben nyomja rá bélyegét a juhászok életmódjára, a szakirodalomból ismert *újrafelhasználási lejtő* a juhászok tárgyakhoz való viszonyára is jellemző, így gyakran másodlagos vagy harmadlagos funkciót rendelnek egy-egy tárgyhoz.

Abstract

In the present study I examine the totality of the existing means of a sheep ranch in Csík (Ciuc, Harghita County). By presenting and analyzing the means used by the sheperds, I try to picture the idiosyncratic charecteristics of those shepards' way of life who, while working are also living all summer long outside the ranch, in farming houses.

Besides of reviewing and providing a functional description of the aforementioned means, I paid attention primarily to the individual/owner – object/possession report; I could focus on all these details on the basis of my observations at the ranch and by analyzing the

personal narratives provided by the users of the utensils. After a comparative disquisition I tried to present the occurred changes regarding the aggregation of the available utensils at the disposal of the local sheperds; the disquisition covers in time a period from the beginning of the 20th century to our days.

Paying attention to the means collection of the ranch, we finally get a diverse picture: one can notice that even if these utensils are materially different from each other, estimating after the usage of the means, both the traditional and the modern goods go well together. The consumer behaviour has only had partial impact on the shepherds' way of life; the recycling diagram – also known from the consulting literature – discribes well the shephard's report to their possessions, in the sense that they themselves often associate subsidiary functions to some of their goods.

1. Bevezetés

Tanulmányomban Vánca Imre, a csíkmadarasi bács tulajdonában lévő esztana eszköztárának tárgypopulációját vizsgálom. Választásom egyrészt azért esett az általa kialakított esztenára, mivel korábbi kutatásaim is az ő juhász tevékenységéhez kapcsolódnak, másrészt pedig jelenleg ő az egyetlen olyan helyi születésű bács Csíkmadarason, aki több mint száz gazda birkáiért vállal tavasztól őszi felelősséget. Minden tavasszal a juhosgazdák segítségével újítja fel a falu közbirtokosságának tulajdonában levő esztanaépületet és maga szerzi be annak tárgykészletét. Az esztenán használt berendezési tárgyak anyagukban és funkciójukban többnyire hasonlóságot mutatnak más havasi esztenák eszközeivel,¹⁵² így az esztana főbb elemei csíki vonatkozásban általánosítva is tárgyalhatóak, de ettől függetlenül élettörténetüket nézve az eszközök mind egyediek.¹⁵³

Jelen vizsgálatot egyrészt azért tartom fontosnak, mivel eddig Csíkmadarason olyan juhászat eszköztárára irányuló változásvizsgálatot nem végeztek, amely egy egyénen keresztül láttatta a vizsgált eszközállományt, figyelve arra, hogy azokat ki készítette, mikor kerültek használatba, mi volt a funkciójuk, az idők során milyen funkcióváltáson estek át, nemzedékről nemzedékre hogyan öröklődtek, és mi játszott közre azoknak használatból való kikerülésekor.

¹⁵² 2011 szeptemberében végzett terepmunkám során lehetőségem adódott egy ajnádi és egy gyimesközéploki juh- és marhaesztenára is ellátogatni, ahol a használati eszközöket megfigyelve nem találtam lényeges különbségeket az ő és a csíkmadarasiak esztenája között.

¹⁵³ Az emberekhez hasonlóan a tárgyakhoz is egyfajta életpálya tartozik, amely sokkal differenciáltabb lehet, mint ahogy gondolnánk, ugyanis a tárgye gyűttesek történetének is van egy születés előtti tervezési szakasza, ezt követi a funkcionális szakasz, vagyis a használati idő, végül sor kerül a felszerelés másokra való átörökítésére vagy felosztására. (Szarvas 1992. 258.)

A juhászati eszközök bemutatása és elemzése által a nyári szálláson tartózkodó pásztorok életmódbeli sajátosságaira próbálok rávilágítani.¹⁵⁴

Egy család vagy közösség tárgyi ellátottságával kapcsolatos társadalomnéprajzi vizsgálat nem ritka a magyar szakirodalomban. Úttörő és példaértékű munkának tekinthetjük Fél Edit és Hofer Tamás Átány községben végzett kutatását, amelynek alapját a tárgyi világ képezte, célját, pedig a paraszti társadalom szerkezetének és működésének feltárása.¹⁵⁵

Az eszténa eszközeinek számbavételét elsősorban a 2011 szeptemberében végzett naskalati¹⁵⁶ terepmunkám során valósítottam meg, ekkor az eszténa minden egyes eszközéről fotódokumentációt készítettem. A digitális fényképfelvételek a tárgyak kategorizációját is elősegítették, ugyanakkor lehetővé tették egy későbbi alkalommal a tárgyakra való újbóli rákérdezést. Eszerint második fázisban (2012. januárjában) Vánca Imre feleségével, Vánca Évával és az esztenán állandó jelleggel ott tartózkodó fejőpásztorral, Fazakas Csabával folytattam félig strukturált beszélgetést csíkmadarasi otthonukban. Ez a módszer a naskalati adatgyűjtéshez viszonyítva hatásosabbnak bizonyult, ugyanis ez alkalommal a fotók alapján konkrétan rákérdezhettem a használatban levő tárgyakra. Az adatgyűjtés sikerét segítette elő, hogy az említett személyek eszközökkel kapcsolatos élményeiket, történeteiket egyidőben oszthatták meg, így gyakran kiegészítették egymás ismereteit, ráadásul az eszközök elsődleges és másodlagos szerepe is átláthatóbbá vált, hiszen azoknak nagy része kezdetben Vánca Éva háztartásának részét képezte, majd azt követően különböző okoknál fogva került a havasi szálláshelyre.

A csíkmadarasi juhászok nyári szálláshelyére ellátogatva az eszköztár sokszínűségével szembesültem. A szakirodalomból ismert hagyományos paraszti juhtartás eszköztárához viszonyítva a terepen talált eszközök sokkal árnyaltabb képet adnak napjaink juhászainak havasi életéről. Az eszténa tárgyi felszereltsége tanúskodik a juhászok tevékenységének jellegéről, ugyanakkor megvilágítja azt is, hogy fogyasztói társadalmunkban, egy hagyományos állattartással foglalkozó réteg eszköztára milyen változásokat mutat. Az eszközök számbavételén és funkcionális leírásán túl elsősorban az egyén és tárgy kapcsolatára

¹⁵⁴ Egy-egy társadalom teljes tárgyállományának számbavétele és szerkezetének elemzése lehetőséget szolgáltat arra nézve, hogy a tárgyakból kiindulva eljuthassunk a társadalom szerkezetének és alakulási tendenciáinak megismeréséhez. (Hofer 1983. 41.) A különböző társadalmi csoportok tárgyi felszereléseit tanúskodnak életmódjukról és rávilágítanak arra a státuscsoportra, amelybe tartoznak. (Uo. 58.)

¹⁵⁵ Fél–Hofer 1964. 83.

¹⁵⁶ A Csíki-havasokban található Naskalat hegység a Gyimesek völgyének szomszédságában terül el, legmagasabb pontja a Naskalat-tető, amely 1550 méter. Csíkmadaras legnagyobb kiterjedésű külső legelőterülete a Hargita hegységben található, Madaras csúcsa és Szőkő-Kicsikút legelő, amelyeknek összterülete 215 hektár, ezt követi a szalóki legelő 158 hektárral, a naskalati legelő 105 hektárral, a disznókúti legelő 61,4 hektárral, végül a bustuháni legelő 60 hektárral. (Csíkmadaras Közbirtokosságának tulajdonában levő adatok)

terjedt ki figyelmem, mindezt az esztenán megfigyeltek alapján, illetve a tárgyak használóinak eszközökre irányuló személyes elbeszéléseit vizsgálva látom megvalósíthatónak.¹⁵⁷

Összehasonlító vizsgálat által próbálom szemléltetni azt, hogy a 20. század elejétől a jelenkorig, eszköztár tekintetében milyen lényeges változások következtek be a csíki juhászat tárgye gyűjtésében. Forrásanyagként összehasonlítási alapul a 2011-2012-ben végzett juhászattal kapcsolatos kutatásaim interjúinak ide vonatkozó részeit (az interjúrészleteket lábjegyzet formájában közlöm), írott anyag tekintetében pedig Pungur Gyula 20. század eleji és Földes László 1962-es juhászati eszköztárra is vonatkozó, kéziratos formában fennmaradt, csíki vonatkozású írásait és azoknak illusztrációs mellékleteit használom. Mindezek mellett felhasználom a néprajzi szakirodalom erdélyi vonatkozású, hagyományos juhtartásról írt egyes tanulmányait is.

2. A naskalati eszténa tárgycsoportjai

Az eszténa teljes eszköztárát figyelembe véve változatos képet kapunk, ugyanis keverten vannak jelen a hagyományos eszközök és az ipari cikkek, a használatból ítélve mindezek az anyagukban eltérő tárgyak jól megférnek egymás mellett.

Számszerűsítve az esztenán található objektumokat és tárgyakat, beleértve magát az eszténaépületet is, több mint 200-ra tehető a tárgyaknak és az építményeknek a száma. A 21. század emberének ez a szám kevésnek tűnhet, mivel a túlzott vásárlói kedv és fogyasztás azt eredményezi, hogy a szükségesnél jóval több tárgyat halmozunk fel magunk köré. Ezzel szemben az eszténa eszköztárának viszonylag csekély tárgypopulációja teljesen elegendőnek bizonyul a juhászok számára, ami viszont összefüggésben áll az esztenán tartózkodó személyek minimalizált komfortigényével.

Elsősorban Vánicsa Imre, a bács gondoskodik az eszközök beszerzéséről és a juhászok élelmezéséről. Többéves tapasztalata szerint rendez be minden évben az esztenát. A naskalati legelőn található csikmadarasi eszténaépület a bács szerint formailag és részben berendezését tekintve is tipikusnak tekinthető. Véleményét arra alapozza, hogy eddig számos Csík vidéki esztenán megfordult, és nem tapasztalt e tekintetben nagy különbségeket, viszont nehezményezi, hogy sok esetben szembesült azzal, hogy különböző okokból hiányos az eszköztárak, s néhol az esztenán tartózkodók élelmezése sem megfelelő módon történik.¹⁵⁸

¹⁵⁷ Andreas Kuntz jegyzi meg, hogy csupán a kitarító kérdezősködés, puhatólózás vezethet el a tárgy valódi értelméhez, jelentőségéhez. (Kuntz 2004. 48.) Hermann Bausinger is hasonlóan vélekedik: sok információval kell rendelkezünk, ahhoz, hogy megértsük a tárgyakat és felmérjük azoknak jelentőségét. (Bausinger 2005. 11.)

¹⁵⁸ *Azt mondom, hogy körülbelül 90%-ra csak kénlódik. Egyik helyt van ez es, az es, másik helyt semmi sincsen. Oda mensz s egy poharat nem tudnak elészerezni. Máshol es ilyenszerű, mint nálunk. A kialakítása es nagyjából*

Az esztana eszköztárának tárgyait, illetve az egyéb objektumokat kategorizáltam. Ennek alapján a következő csoportokba soroltam az eszközöket: tejfeldolgozás eszközei (44 darab), háztartás egyéb eszközei: főzés, takarítás (108 darab), tisztálkodás eszközei (7 darab), világítóeszközök (4 darab), elektromos eszközök (5 darab) bútordarabok (8 darab), öltözetdarabok (5 darab), lakástextíliák (4 darab), tüzelőberendezés (2 darab), állattartás eszközei (11 darab), szállítás eszköze (1 darab), építmények (5 darab). A havason végzett felmérés azt tükrözi, hogy az esztana tárgyállománya elsősorban a juhászok mindennapi életéhez és legfontosabb tevékenységükhöz, a juhtej feldolgozásához kapcsolódik.

A naskalati esztana esetében egyrészt azért nem találkoztunk mértéktelen tárgyfelhalmozással, mert maga az esztanaépület méreténél fogva sem képes befogadni túl sok eszközt, másrészt pedig az eszközök arányát a bács mindig az esztenán dolgozó juhászok számához igazítja. Szükségtelennek tartja azt, hogy annál több eszköz legyen az esztenán, mint amennyire valóban szükség van.

2.1. Az esztana építményei

A havasi legelőn található építmények közül az egyik legjelentősebb az esztanaépület, amely szálláshelyként és a tejfeldolgozás helyszínéül szolgál a juhászok számára.

Az *esztana* megnevezés a legeltető juhászat teljes épületegyüttesét, valamint az *esztenát* övező legelőterületet, s nem utolsó sorban az ahhoz tartozó juhnyáját is jelöli. Magyar nyelvterületen az *esztana* szó a 15-17. században, Erdélyben jelenik meg először. 1583-ban 'juhkarám, akol' jelentésben, 1679-ben, pedig mint 'juhászszállás, sajtház' jelentésben.¹⁵⁹ Szabó T. Attila levéltári kutatásai szerint 1596-ban 'juhszállás', 1679-ben pedig 'esztanaház, kaliba' jelentésben fordult elő az írott forrásokban.¹⁶⁰

A *Magyar Néprajzi Lexikon* szócikke szerint az esztana olyan fejőjuhászattal kapcsolatos szállásgazdaság, ahol az esztenaház található. Tágabb értelemben ehhez a fogalomhoz tartoznak az építmények, a legelő, a nyáj és a személyzet is.¹⁶¹

Elsősorban az erdélyi juhászszállásokat nevezik *esztanának*. E kifejezés jelentései az *Új Magyar Tájszótár* szerint: 1) vesszőből font, szétszedhető kerítésből álló, hordozható juhkarám a hegyi legelőn, 2) pásztorkunyhó, ahol a tejet is feldolgozzák, 3) mezőgazdasági

így van, mindenhol egy szoba... Máshol nem erőst így van. Azok úgy oldják meg, hogy... jártál te is, láttad, hogy kénlódnak, kenyér sincs, ez sincs, az sincs, semmi sincs. Az ajnádiak például visznek es... de pénz sincs. A sajtot se tudják értékesíteni. Láttad, hogy mikor megyek, viszem nekik a szivarat, az élelmet, a szeszt. Egyiknek kocsi sincsen, s a másiknak ló sincsen. (Adatközlő: Vánca Imre, Csikmadaras)

¹⁵⁹ Halász 2006. 330.

¹⁶⁰ Szabó 1982. 469–470.

¹⁶¹ Földes 1977. 733.

idénymunkára, például szénamunkára épített szállás, 4) juhkarám, 5) a tenyésztett juhok összessége.¹⁶² Az *esztena* négy fő részre tagolódik: a tulajdonképpeni *esztenára*, amelyet *okolnak* is neveznek, az *esztrungára*, amely az *okolnak* az a része, ahová a fejősjuhokat betereleik, egy rés, amelyen a juhok egyenként a fejőpásztorhoz jutnak, a *komárnyikra*, amely tulajdonképpen a juhász kunyhója, valamint a *kalibára*, amely a juhászok alvóhelyeül szolgál.¹⁶³

A csíki juhászok szállása a Hargita hegységben *kosárból*, *kalibából*, *esztenából* és disznópajtából áll.¹⁶⁴ Csíkban az *esztena* 3x4 méteres alaprajzú, néha ablak nélküli, egyajtós, egyszerű házikó,¹⁶⁵ amely a sajtot készítő *bács* alvóhelyeül is szolgál. A *bács* segítői a fejőpásztorok és *monyatorok* a juhoknak felállított karám (*kosár*) mellett található *kalibában* alszanak.¹⁶⁶

Földes László az *esztenépületet* négyzetes alaprajzú, sátozott, faragott boronákból rakott házként határozza meg.¹⁶⁷ Az *esztena* a magyar nyelvterületen egyéb alakváltozatban is megjelenik, többek közt a 'sztina', 'isztina' elnevezések is ismertek. Nagy Ödön az *esztenát* fából készült, cseréppel, szalmával vagy deszkával fedett pakulárháznak nevezi, amely csupán a bennelakáshoz és tejfeldolgozáshoz szükséges eszközöket foglalja magába.¹⁶⁸

Kothencz Kelemen a *sztinát* a pásztorszállás központi építményének tartja, amely épületet jelent, azonban a kifejezés a mindennapi szóhasználatban nemcsak ezt a központi épületet, hanem a hozzá kapcsolódó építményeket és karámot, illetve a juhtartó telephelyet is magába foglalja.¹⁶⁹

K. Kovács László a bálványosváraíjait *esztenákról* írja, hogy azok néha állandó, máskor csupán egy nyárra készülő kör alakú építmények, meglehetősen egyszerű berendezéssel. Építésüket tekintve az *esztenákat* úgy alakítják ki, hogy azok ősszel szétbonthatóak legyenek, és az összetevő elemek a következő évben is az új legelőn felállíthatóak legyenek.¹⁷⁰

Napjainkban a csíkmadarasi juhászoknál az *esztenaépületnek* két típusa ismert: a *bács* rendelkezik egy szállítható, modernebb típusú *esztenaépülettel*, *barakkal*, amelyet tavaszi időszakban, a falu határában történő legeltetéskor, illetve a Hargita hegységben, a havasi

¹⁶² Új Magyar Tájszótár 1988. 227.

¹⁶³ Halász 2006. 368–369.

¹⁶⁴ Szabadfalvi 2001. 715.

¹⁶⁵ Vámszer 1977. 64.

¹⁶⁶ Uo. 65.

¹⁶⁷ Földes 1962. 7.

¹⁶⁸ Nagy 1938. 188.

¹⁶⁹ Kothencz 2007. 27.

¹⁷⁰ K. Kovács 1947. 192–194.

legelőn használnak. A másik, hagyományos jelleget mutató, fából készült eszténaépületet a Gyimesekben található naskalati legelőn veszik igénybe. Az ottani útviszonyok nem teszik lehetővé a „kerekeken álló” eszténa használatát, ezért közös összefogással, néhány juhsgazda segítségével a bács évről évre a közbirtokosságtól kapott faanyagból tatarozza a juhászok nyári szálláshelyét. A juhászok az eszténaépületet a legeltetési idény után nem bontják le, viszont tavasszal feljavítják és újabb elemekkel egészítik ki azt. Ez a típusú építmény a szállítható *barakkal* ellentétben – amely három kisebb helyiséget foglal magában – egy nagyobb helyiségből áll, itt történik a főzés és a tejfeldolgozás, de ez a tér szolgál az eszténa személyzetének szálláshelyül is. Ezt a helyiséget kiegészíti egy attól elkülönített kisebb kamra, ahol az elkészült sajtot és ordát tárolják. A 2011-es nyári idény alatt is használt eszténaépület 2003-ban készült, öt falubeli juhtartó gazda közös munkájával. A szétszedhető, szállítható épülethez a szükséges faanyagot a csíkmadarasi közbirtokosság biztosította.

A csíkmadarasi bács és a juhsgazdák az eszténaépületet, illetve annak tartozékos építményeit minden évben vízközelben (forrás vagy patak közelében), szélről védett és állati táplálékban (füben) gazdag helyen helyezik el. Mindezek a feltételek nélkülözhetetlenek az eszténa alkalmazottainak megfelelő életkörülményeihez és munkájához.

Szálláshely szempontjából az eszténaépülethez hasonló jelentőségű az a két *verebes*, amelyeket a fejőjuhászok éjszakai szálláshelyként használnak.

A 20. század közepén még tiltott volt a fejőpásztorok eszténaépületben való alvása,¹⁷¹ők rendszerint éjszaka a *kalibában*, a *verebesben* örködtek, az eszténa csakis a sajtot készítő bács szálláshelyét jelentette.¹⁷² Ezek olyan fából készült, lábakon álló építmények, amelyek csupán egy személy befogadására alkalmasak. Funkciójuk, hogy a bennük elhelyezkedő juhász éberem örködjön a *kosárban* tartózkodó juhok mellett, vad támadása esetén pedig megakadályozza, hogy a juhokra támadó állat kárt tegyen azokban.

Ujvári Béla írja, hogy a pásztorok hálóhelyét a *kalyibát* a hálókosár mellé állították fel, amely lényegében egy földre állított hordozható félnyereggető volt. Ezt később már a *verebes* váltotta fel, amely szintén félnyereggetős, deszkából összeállított, lábon álló építmény.¹⁷³

¹⁷¹ A bács aludt az esztenán. A pásztoroknak künt vót a helyük, mint a kutyaéknak, a kalibába... Mikor melyik hogy szólította: az egyik azt mondta verebes, a másik kaliba. Mi például kalibának hívtuk. A kaliba olyan vót, hogy ilyen fák vótak, így keresztül es, s amikor így kellett húzatni tovább, mikor a kosár így annyira elment akkor vagy traktorval, vagy két lovat köttük rea, s húzattuk tovább. Ilyen talpfával vót csinálva. (Adatközlő: Antal József, Csíkmadaras)

¹⁷² Vámszer 1962. 70.

¹⁷³ Ujvári 1993. 91.

A terepen megfigyelt, csíkmadarasi *verebesek* 1999-ben és 2001-ben, még azt megelőzően készültek, hogy Vánca Imre bácsként kezdett tevékenykedni a faluban. Bács státusát elnyerve az ő tulajdonába kerültek ezek a szálláshelyek.

A 20. század negyvenes éveitől napjainkig használatban maradtak a *verebesek*, viszont azok szerkezetében különböző formai változások álltak be. A napjainkban használt *verebesek*nek Csíkban megvannak az előzményeik. A fából készült szálláshelyek formai szempontból abban mutatnak fejlődést, hogy korábban a földön helyezkedtek el, és sátorszerűen alakították ki ezeket az építményeket. Ma formailag négyszögletűek és lábakra helyezik azokat, mindez a juhász kényelmét szolgálja. A csíkmadarasi adatközlők elbeszélései szerint a maihoz hasonló *verebeseket* a háromszéki Zágonból jött román juhászok (*berszányok*) honosították meg.¹⁷⁴

Egy másik lényeges eleme az esztenának a *juhkosár*, amely akárcsak az *isztrunga*, *lészákkal* elkerített akol,¹⁷⁵ ez a juhok egy helyben tartásán túl elsősorban a fejő és a meddő nyáj számára szolgál elkülönítésül.¹⁷⁶ Erdélyben a *lésza* megnevezés a *karám*, *kosár* szétszedhető darabjait jelöli, amely *kapu*, *kert*, *lécka*, *rácsa*, *kerítés* változatokban is előfordul. A karám elsődleges funkciója a juhnyáj egyben tartása, könnyebb éjjeli őrzése, ugyanakkor fejés előtt is ebbe terelik be a juhokat.¹⁷⁷

Naskalaton a *kosár* közel 50 kerítésdarabból, *lészából* áll. Ezek egy része 1996-ban, másik része pedig 2001-ben készült. A közbirtokossági tulajdonban levő *lészákból* a bács évről évre a fejőpásztorok és néhány juhtartó gazda segítségével alakítja ki a *juhkosarat*. A fejés eszköze az *eszterunga* vagy *fejőlyuk*. Az építményt 2005 óta használják, a fejőpásztorok a juhok napi háromszori fejésekor veszik igénybe azt. Sem anyagát, sem formáját tekintve nem történt nagyobb változás a *juhkosarak* tekintetében. Csíkban, 1940-ben is, a maihoz hasonlóan a fejős és meddő juhokhoz igazítva, két részre tagolták a *lészákból* kialakított téglalap alakú *kosarat*.¹⁷⁸

¹⁷⁴ *Én nem értem ilyen verebest. Amikor én gyermek voltam, sokat jártam az esztenán, még nem vótak ilyenek. Akkor jó kutyákra tettek szert, s megvót a kosár. Akkor lefeküdtek a subára, kivált ezek a berszánok ne.* (Adatközlő: Imre János, Csíkmadaras)

Azok a románok, berszányok hozták bé divatba. Azok a nagy kozsókat vették fel, búttak belé, s ott a lappancsot nyitották fel, s oda feküdtek bé. (Adatközlő: Antal József, Csíkmadaras)

¹⁷⁵ Nagy 1992. 28.

¹⁷⁶ *Hát, öt darab lészát teszünk így, 5x4 az húsz méter, s hat darabot így, hát 20 x 24 méteres. S akkor a közepe el van választva, az egyik felin vannak a fejősök, s a másik felin a meddük. S akkor összel essze vannak csapva. Amíg fejdnek addig külön vannak, s amikor nem fejdnek, akkor a közkosár elvevődik, s akkor egybe vannak. Kosárnak nevezik.* (Adatközlő: Vánca Imre, Csíkmadaras)

¹⁷⁷ Szabadsfalvi 2001. 723.

¹⁷⁸ Vámszer 1977. 70.

A csikmadarasi idősebb generáció tagjai adatokkal szolgáltak a 20. századi esztenatípusokról is: az 1940-es évekig visszaemlékezve a mai esztenaépületek kezdetlegesebb formáit említik. A kollektivizálást megelőző évtizedekben gömbfából készült, fakéreggel borított esztenatípusok voltak elterjedve, ezek esetében a gerendák közötti rések hulladék textilanyaggal voltak kitöltve, ezeket a típusú esztenákat a kollektivizálást követően nagyszámban felváltották a faragott fából épített, már jobb lakhatási körülményeket biztosító esztenaépületek.

2.2. Az esztena berendezési tárgyai

Vámszer Géza 1962-ben, a csíki juhászatról írt tanulmányában (a kutatást 1940-ben végezte) több csíki esztena alaprajzát és azoknak berendezését is szemlélteti. Az ebből az időszakból származó esztenaépületek egy helyiségből álltak és a legszükségesebb berendezési eszközöknek adtak helyet. A mai esztenához viszonyítva a legszembeűnőbb különbség a fekhellyel és tűzhellyel kapcsolatos, korábban ugyanis alacsony fekhelyként ún. *piricset*, tűzhelyként pedig a szoba egyik sarkában kialakított nyílt tűzhelyet használtak.¹⁷⁹ A fűtésre és főzésre alkalmas tűzhely fölé üsttartó *kollátot* helyeztek.¹⁸⁰ Napjainkban alvásra a kétszintes ágy fűtésre és főzésre pedig a lábakon álló, fával fűtött kályha szolgál. A juhászok két kályhát, használnak: az egyik az esztenaépületben, a másik pedig az eresz alatt található. Ez utóbbit csak akkor veszik igénybe, hogyha nagyobb juhnyájat őriznek. A kifejt tejet ezen a kályhán főzik fel.

Összehasonlítva a Vámszer Géza által leírt, 1940-es év viszonyait a ma megfigyeltekkkel eszközök szempontjából összetett képet kapunk: néhány hagyományos juhászati eszköz teljesen kiszorult a használatból (pl. tükörtartó, üsttartó *kollát*), míg mások (fűszertartók, fejőedények stb.) átalakulva, a mai igényeknek megfelelően továbbélnek. A formai változások azonban nem vonják maguk után az adott eszköz nevének megváltozását, hiszen annak ellenére, hogy külalakjában megváltozik egy tárgy, funkciójában a korábban használttal azonos marad, s ez nevének megmaradásával jár együtt.

Az eszközök számbavétele során törekedtem arra, hogy az esztenán dolgozó juhászoktól a tárgyakra nézve minél több információ birtokába juthassak. Fontosnak tartottam rögzíteni magát a megnevezést, ahogyan a juhászok nevezik az adott eszközt, a funkció meghatározását, a tárgy alapanyagának megnevezését, a készítés helyének és idejének behatárolását, a használati időintervallumot, illetve az eszközök készítőinek nevét. A

¹⁷⁹ Vámszer 1977. 70.

¹⁸⁰ K. Kovács 1969. 10.

tárgyakhoz kapcsolódó történeteket is igyekeztem rögzíteni, erre főként kutatásom második fázisában kerülhetett sor, amikor a bács felesége, Vánca Éva testvérével, a fejőpásztor Fazakas Csabával együtt, elsősorban az általam készített digitális fényképek alapján idézték fel az egyes tárgyakhoz kötődő „élményeiket”. Ez a módszer lehetővé tette olyan egyszerű használati tárgyak humanizálását is, amelyeknek ez a fajta háttértudás nélkül nem tulajdonítottam különösebb jelentőséget.

Az esztenán található eszközök nagy része az elmúlt 8 évben került a havasi szállásra, Vánca Imre bács ugyanennyi ideje vállal felelősséget a csíkmadarasi juhnyájért. A több mint 200 objektum között alig találunk olyant, amely évtizedekkel korábban készült és átörökítéssel került a bács tulajdonába. Nagy számban vannak jelen az elmúlt 1-2 évben készült vagy vásárolt tárgyak, ez egyrészt azt bizonyítja, hogy folyamatosan bővül az eszténa eszköztára, másrészt, pedig az elhasználódás miatt pótlódnak is az eszközök. A pótlásról Vánca Imre bács és felesége Vánca Éva gondoskodik. A gyárilag előállított eszközök egy része újonnan vásárolt tárgyként került az esztenára, míg más eszközök csak akkor kaptak helyet az esztenán, miután azok kiszorultak a családi háztartásból. Emellett arra is találunk példát, hogy egy-egy edényben élelmet szállítottak az esztenára, és gondatlanság miatt az nem került vissza a csíkmadarasi házhoz. Bizonyos idő elteltével a bács felesége már nem is tartott igényt az esztenán maradt eszközökre. A manuálisan megmunkált használati tárgyak egy részét (ágy, fejőszékek, lapítók, fakanál, kelenta, sajtelvágó kés, *tejelverő*) csíkmadarasi, ügyes kezű, Vánca Imrével főként gazdasági kapcsolatban álló személyek (Bálint Domokos, Dombi István, Fazakas Dénes, Fülöp Gyula, Sándor Ferenc) készítették, de arra is találunk példát, hogy az adott eszköz a juhászok keze munkája: pl. *esztike* - orda keverésére használt eszköz; pásztorbotok. A fából, kézi megmunkálással készült eszközök között legnagyobb számban a lapítók vannak jelen, ezekből számszerint 8 darab található az esztenán. A csere- és fenyőfából készült lapítókat két, Vánca Imrével gazdasági viszonyban álló, csíkmadarasi lakos készítette. Ezek a személyek rendszerint gondoskodnak az eszközök pótlásáról is. A juhászok megkülönböztetik az élelem előkészítésére és az egyik fő élelmük, a *puliszka* felszeletelésére használt lapítókat. Ezt a két típusú lapítót mindig a hozzájuk rendelt funkciónak megfelelően használják.

A nagyobb méretű edények az eszténaépületen belül, a földön helyezkednek el, míg a kisebb tárgyak a deszkából kialakított polcon vagy a falra felfüggesztve kapnak helyet.

Mennyiségi szempontból az eszténa belső falán kialakított polcon található eszközök vannak legnagyobb arányban. Ezek között napjainkban alig találunk kézzel megmunkált

tárgyat. Itt kapnak helyet a műanyagból, fémből és üvegből készült poharak, csészék, fűszer- és cukortartók, illetve az étkezésre és a főzés előkészítésében használt tányérok és tálak.

Ezek közül két cukortartónak és két fűszertartónak az esztenán való elhelyezését a rövid ideig esztenán dolgozó Birta István megjelenésével hozzák összefüggésbe. A bács és felesége ezeket a kis edényeket abban az évben vásárolták meg, amikor Birta István bács az esztenára érkezett.¹⁸¹

A havasi szálláson használt csészéknek meghatározott funkciója van. A gyűjtés során az eszténa lakói fontosnak tartották kihangsúlyozni, hogy egy-egy csészét csakis egy adott funkcióban használnak. Az eszténaépületben található kilenc darab csésze közül hármat sör, hármat víz és üdítő, egyet pedig kávé és pálinka fogyasztására használnak. Egy csészében tejjoltót tartanak, egy másikban, amelyet korábban fejőcsészeként használtak, ma cukrot pergelnek. Anyagukat tekintve a csészék kisebb része műanyagból, nagyobb része bádogból készült. Egy tárgy kivételével pontosan tudják, hogy azokat mióta használják. A csészék 2001 és 2006 között kerültek az esztenára.

Az eszköztár beszerzői tudatosan kerülnek a törékeny edények esztenán való elhelyezését, gondolva arra, hogy az eltörés veszélye miatt azok élettartama műanyag vagy fém társaikhoz képest rövidebb lehet. Kisebb arányban jelen vannak üvegtárgyak is. Két üvegpohárhoz kapcsolódóan Vánca Éva személyes történetet is elbeszél: eszerint ezeket a poharakat egyik lányától kapta születésnapjára.¹⁸² Mivel saját háztartásában számos pohárral rendelkezik, az esztenán talált helyet ezeknek a poharaknak, ahová nyári időszakban egyébként is gyakran ellátogat családjával. Néhány háztartási tárgy az eszténaépületen kívül és annak külső falára felfüggesztve látható. Az eszténaépületben és annak környékén kevés az olyan eszköz, amely nem funkcionális, mindegyiknek megvan a maga szerepe. Az eszközök hogyha már nem is tudják betölteni elsődleges funkciójukat, másodlagos szerepben használatban maradnak.

Erre a jelenségre az általam vizsgált juhászati eszköztáron belül is találunk példát. Ez mai társadalmunk fogyasztói magatartásának ellenében hat, ugyanis bizonyos tárgyak elsődleges szerepüket elveszítve másodlagos funkcióra tesznek szert.¹⁸³ Erre példa lehet a

¹⁸¹ *Négy van, egyikbe van paprika, só, borsó, s cukor. Pisti amikor jött, akkor vettük vót. 2009-be, Szeredában voltak vásárolva.* (Adatközlő: Vánca Éva, Csikmadaras)

¹⁸² *Henriettától kaptam születésnapomra, nagyobbik leányomtól. Itt az üzletbe vette. Úgy van ő, hogy az apjának telefonál, hogy kéne pénz, met születésnap vagy névnap, s ő itt megvásárolja, s ha nincsen pénze, akkor felírassa. S osztán Imi hazajő... most es például el vót karácsonyra, s akkor felíratta. Hazajött, s aztán megadta.* (Adatközlő: Vánca Éva, Csikmadaras)

¹⁸³ A paraszti háztartásokban a faanyagú gazdasági eszközöket, bútorokat és textíliákat újrahasznosították, ezt átalakítások által valósították meg, így csak másodlagos vagy harmadlagos felhasználás után váltak használhatatlanná a tárgyak. (Szacsvay 2003. 55.)

naskalati esztenaépületben található utazóláda, amely már eredeti funkciójában nem használatos, viszont bútor hiányában a különböző élelmiszerek (kenyér, zöldségek stb.) tárolására szolgál. Szintén ez a jelenség követhető nyomon azon műanyagdobozok esetében, amelyek kezdeti rendeltetésüket elveszítve mára mosópor tárolására hivatottak. A fejő- és tej tárolására használt edényeknél a juhászok leleményessége mutatkozik meg, ugyanis a használaton kívüli, tárolásra és szállításra alkalmas tejesbödönök felső részét eltávolítva fejővedrekké alakították át azokat, így a vedrek a szintén gyáripari fejőcsészékkel együtt váltak a fejés fő eszközeivé. Egy másik példája az újrahaznosításnak a tejfeldolgozás egyik eszköze a *teljelverő* esete. Ez a két részből készült faeszköz megrongálódva sem került ki a használatból, mégcsak funkciója sem változott meg, hiszen miután annak eltört egyik fa része, műanyaggal pótolták azt, így az továbbra is betölthette funkcióját.

Az esztena eszközeinek tárgycsoportokba sorolásakor két nagyobb kategóriát különítettem el: az egyik a tejfeldolgozást szolgáló eszközök köre, a másik nagyobb csoportot a háztartás egyéb eszközei névvel jelöltem. Azért volt szükség egy átfogóbb csoportmegnevezésre, mivel az ide tartozó tárgyaknak nagyon változatos a skálája és szükségtelennek tartottam ennél részletesebben, további alcsoportokba sorolni az ide tartozó tárgyakat. Míg azoknak az eszközöknek a száma, amelyeket csakis a tejfeldolgozásban használnak 41 darabra tehető, addig az egyéb háztartási eszközök ennek majdnem háromszorosa, darabszám szerint 110 tárgy. A megkülönböztethetőség érdekében azokat az eszközöket, amelyek többször is előfordulnak az esztenán, számmal jelöltem. A megnevezés és az azt követő szám, ugyanabban a formában visszakereshető az esztena eszköztárát bemutató részletes adatbázisból is. Az ugyanazzal a névvel, de különböző számmal jelölt eszközök sok esetben különböző alapanyagból készültek, az anyagmegnevezést és a funkciót szintén feltüntettem a mellékletekben közölt táblázatban. Ebben az adatbázisban fontosnak tartottam elhelyezni tömör mondatok szintjén azokat a történeteket is, amelyek bizonyos eszközökhöz kapcsolódnak. Kisebb tárgycsoportba kerültek a juhászok higiéniai, testi szükségleteit szolgáló eszközök: a borotválkozó csomag tárgyai, mosakodó tálak, krémek, hintőporok. A kozmetikumokat a fejőpásztorok nővére, Vánicsa Éva szerzi be. Mivel egyik fejőpásztor sincsen megházasodva, így nővérük szükségét érzi annak, hogy testvéreiről gondoskodjon. A három testvér között szereteten és kölcsönös tiszteleten alapuló viszony figyelhető meg.

Az esztana háztartási eszközei között legnagyobb számban a tálak vannak. (13 darab) A csészékhez hasonlóan ezeknek a köre is differenciált. Egy részük az étkezésben tölt be szerepet, másik részük a mosásban és a tisztálkodásban nyeri el funkcióját. A tálak közül hat levesestál, hármat egyéb élelem elkészítésére használnak, egy tálban burgonyát hámoznak, kettőt mosakodásra, egyet pedig mosogatásra használnak. Anyagukat tekintve hét tál bádogból, hat pedig műanyagból készült. Az eszközök használatának kezdeti idejére pontosan nem emlékeznek. Az esztana lakói a tálak mellett főzésre három fazekat is használnak. Két edényt a Váncsa házaspár lakodalmi ajándékként kapott, egy harmadikat pedig Váncsa Imre egyik nővére, Boér Mária ajándékozta a fiataloknak a lakodalmat követően. Néhány évi használat után ezek az eszközök kikerültek háztartásukból és hasonló funkcióban az esztenán kaptak helyet.

Egy másik esztenán megtalálható tárgytypus az üst. A havasi szálláson a pásztorok három formailag is egymástól eltérő üstöt használnak. A három közül egyet a tejfeldolgozáshoz, kettőt a főzéshez használnak. Az egyik főzéshez használt üstben puliszkát főznek, a másikban pedig leggyakrabban *pityókás tokányt* készítenek. Az előbbit örökölt tárgyként tartják számon. Váncsa Imre véleménye szerint a puliszkafőző üst az 1940-es években készült és egy falubeli juhtartó gazda ajándékként került az esztenára. A másik főzésre használt üstöt egy söröshordó alsó részéből alakították ki és csere által került Váncsa Imre tulajdonába. A bács az üstért cserébe eredeti tulajdonosának egy bárányt adott.

Funkcióban még nagyobb variabilitást mutatnak az esztenán használt vedrek. Az esztana tárgyainak számbavétele során hét darab vedret találtam. Azoknak egyik része a tejfeldolgozásban tölti be szerepét (sajttej és savó felfogására), másik részét vízhordásra és az esztenán található állatok (sertés, kutyák) eledelének tárolására használják. A vedrek alapanya műanyag és fém, fából készült dongaedényt (kivételt a tejoltó kád képez) nem használnak.

A tárgyak csoportokba rendezése kutatói, muzealizációs szempontokat érvényesít, ezzel átláthatóbbá téve a juhászok által használt eszközök körét. Ez a csoportokba való rendezés teljesen független az eszközök tulajdonosainak magatartásától, hiszen az azokat használók elrendezési helyüket tekintve nem különítik el az eszközöket egymástól, a különböző kategóriákba sorolt tárgyak az esztana polcain keverten helyezkednek el.

2.2.1. A tejfeldolgozás eszközei

A tárgyak között találunk olyan eszközt, amely kézműves tárgyként és gyári terméként egyaránt jelen van. A juhászok fából és műanyagból készült *tejoltó kádat* is

használnak. A hagyományos típusnak a használata a dongaedényhez való ragaszkodással magyarázható, a műanyagból készült darabot pedig a tisztíthatóság és könnyebb használat miatt veszik igénybe. Az ilyen típusú edényeknek a használatát a kifejt tej mennyiségéhez is igazítják, hiszen nagyobb juhnyáj esetén többnyire a nyári időszakban inkább a fából készült tejoltó kádat használják. Ősszel, a tejhozam csökkenésével áttérnek a műanyag edény használatára.¹⁸⁴

A tejfeldolgozásnak vannak olyan eszközei is, amelyeket mind a mai napig nem tudtak kiszorítani a műanyag alapanyagú edények. Ilyen a sajt elkészítésére, naponta három alkalommal használt *kelenta*,¹⁸⁵ ennek műanyag változatával eddigi kutatásaim során egyáltalán nem találkoztam. Egyszerű, praktikus oka van annak, hogy továbbra is a fából készült *kelentát* használják. Míg a tároló- és fejtőedények esetében találunk olyan gyári edényeket, amelyek megfelelnek a sajátos funkcióknak, addig *kelentát* helyettesítő, annak formájától vagy alapanyagától eltérő gyári edényt nem hoztak létre. Földes László 1962-es, Karmatura-havason végzett gyűjtése alapján készült kéziratában jegyzi meg, hogy a sajt nyomtatása a *kilintában* történik, amelyet a szerző egy darab fából faragott nyomóteknőként definiál.¹⁸⁶ Pungur Gyula 1900-ban a *kelentát*, *kerenta*, *krinta* néven említi, rajza alapján a maihoz hasonló szerkezetű és funkciójában is megegyezik azzal.¹⁸⁷ További fából készült, fémváltozatban nem használt eszközök az *esztike* vagy *lapocka*, (orda kavaráására szolgál), továbbá a *sajtvágó kés* és a *tejelverő*. Ez utóbbi javításra szorult, ugyanis megrongálódva kicserélték annak a törő részét.¹⁸⁸

A 20. század elején az esztenákon még használatban voltak a fa evőeszközök és cserépedények, azonban mára ezek is kiszorultak a használatból. Ezeket a típusú eszközöket megfigyelve, azoknak csupán műanyag- és fémváltozataival találkozunk. A naskalati esztenán a juhászok összesen tíz darab evőeszközzel rendelkeznek, mindezeket 2011-től használják. Vámszer Géza is megjegyzi, hogy 1940-ben már alig találni az esztenákon fából készült evőeszközöket és ivőedényeket, helyettük a juhászok pléh evőeszközt és bögrét használnak.¹⁸⁹

¹⁸⁴ *Igen, ebbe oltsák, cseber. Egész nyáron van a nagy, s amikor kevesebb a tej, akkor a műanyagba. Ősszel es kicsi a tej, s akkor nincs amiért a nagyot... A másikat nehéz tisztítani, surlókefével meg kell súrolni. A műanyagot csak töröli ki. Ezt a kádat Imi csináltatta, 2006-ba biztos, met új. A műanyag kád Maradason vót véve a Dávid bótba.* (Adatközlő: Vánca Éva, Csíkmadaras)

¹⁸⁵ Az ajnádi juhsereget őrző pásztorok esztenáján is a madarasiak *kelentájához* hasonlót használnak.

¹⁸⁶ Földes 1962. 5.

¹⁸⁷ Pungur 1900. 5.

¹⁸⁸ *A tejelverő fenyőfából készült, de látod-e letörött, s tettek műanyagból, rácsot. Az első része is fa szokott lenni. A műanyag rácsot elvágta, s ezen van a lényeg.* (Adatközlő: Vánca Éva, Csíkmadaras)

¹⁸⁹ Vámszer 1977. 82.

Pungur Gyula 1900-ban, Csíkvacsárcsi településen végzett, kéziratos formában fennmaradt gyűjtése a juhászeszközök gazdag világát szemlélteti. A szerző leírta és rajzokkal illusztrálta a csíki esztenán megfigyelt eszközöket. Az eszténaépület központi elemének a tűzhelyet tartja, ahol a *kollát* és *üst* segítségével történik a főzés. A tejfeldolgozás eszközei között ismerteti a *kerentát*, a *kávát*, a *sajtnyomó deszkát* és *követ*, a *sajtruhat*, az *oltós korsót* és *kanalat*, az *ordaszedő kanalat*, a *tejverő fát*, az *oltószűrőt*, a *tejszűrőt*, a *fejővedreket*, a *savós sétárt*, az *ordamérő sétárokat* és a *savóskádat*. Az eszténa olyan egyéb berendezési tárgyakkal is helyet ad, mint a *kanáltartó kosár*, a *kompona* (mérleg) vagy az *ösztoke* (ordakavaró).¹⁹⁰

Földes László 1962-es, csíkszentdomokosi gyűjtéséről írt kéziratában – a funkciót is megjelölve – a tejfeldolgozásnak a következő eszközeit sorolja fel: vas abronccsal ellátott fából készült *fejőveder*, zománcos *fejőcsupor*, *tejtoltó kád*, *tejverő*, *sajtruha*, *káva*, *kelenta*, *ordafőző üst*, *kollát*, *eszteke*, *fakanál*, *ordászsák*, *cseber*.¹⁹¹

Palkó Attila és Zsigmond József magyarói, juhászatra is irányuló gyűjtésükről írva azt hangsúlyozzák, hogy a tej tárolására és feldolgozására olyan különböző juhászati eszközökre volt szükség, mint a vajverő dézsa, a *csegerlő*, a savófőző üst, a sajt készítő-cseber, a *krinta*, a *favider*, a *fedeles*, a szűrőzsák, az ordakiszedő *kalány* és egyéb kisebb eszközök.¹⁹²

A naskalati esztenán használt tejfeldolgozás eszközeinek száma 44. Ez a szám meghaladja az erdélyi juhászat szakirodalmában ismertett esztenák tárgypopulációjának számát, a mennyiségbeli különbség azonban nem jelenti azt, hogy korábban nem lett volna ugyanannyi tárgy egy-egy esztenán, valószínű, hogy a kutatók egy-egy eszténa használati tárgyai közül csak a legjellegzetesebb darabokat tartották fontosnak dokumentálni. Ezt a hiányosságot szem előtt tartva igyekeztem az eszténa eszköztárának azokat a darabjait is számba venni, amelyek kevésbé specifikusak és nem csupán a juhászok életformájához köthetők.

Az általam terepen megfigyelt fejtés és tejfeldolgozás jellegzetes darabjai között a már fent említett *tejtoltó kád*, *kelenta*, *eszteke*, *sajtvágó kés* és *tejelverő* mellett *fejőcsészéket*, *tejesedényeket*, *fejővedreket*, *ordászsákokat*, *sajtruhat*at, *szűrőket* és *vedreket* is találunk.

2.2.2. Világítóeszközök

¹⁹⁰ Pungur 1900. 3–9.

¹⁹¹ Földes 1962. 5.

¹⁹² Palkó–Zsigmond 1998. 53.

Az esztenán áram hiányában a világítást petróleumlámpával és gyertyákkal biztosítják. Számukra ez elégséges fényforrást jelent az esztenán. A korai felkelés miatt az állatokhoz hasonlóan, a napszakhoz igazodva pihennek le. A petróleumlámpák beszerzését Váncsa Éva végzi, aki általában ismerőseitől ajándékba kapja ezeket az esztenára szánt világítóeszközöket. A bács felesége a petróleumlámpákat a rövid idő alatt tönkremenő tárgykategóriába sorolja, amelyeknek pótlásáról folyamatosan gondoskodni kell. A lámpák rövid élettartamát egy állandó jelleggel esztenán tartózkodó személy elővigyázatlanásával magyarázza.¹⁹³

2.2.3. Elektromos eszközök

Elektromos háztartási gépet az esztenán nem találunk, ez azzal van összefüggésben, hogy nincsen áramellátás az esztenán, így nélkülözniük kell a modernebb eszközöket, de a szerény körülmények között tartózkodó juhászok életmódja, mindennapi tevékenysége nem is követeli meg az ilyen típusú háztartási gépek jelenlétét. Ez nem jelenti azt, hogy az esztena világán kívül, Csíkmadarason található lakásaikban a juhászok nem rendelkeznek modern háztartási eszközökkel. A naskalati esztena eszköztárának nyilvántartásba vételét követően, Váncsa Imre csíkmadarasi lakásának főbb berendezési tárgyait vettem szemügyre. Hogyha azok közül csupán az elektromos eszközöket vesszük figyelembe, megtaláljuk mindazokat a tárgyakat, amelyek napjaink átlagemberének is a háztartási darabjait képezik, mint például mosógép, hűtőszekrény, televízió, számítógép stb. Használati tárgyainak egy részét a bács juhászatból származó jövedelméből szerzi be.

A külvilággal való kapcsolattartást a maroktelefon használata segíti. Az esztenán az állandó jelleggel ott tartózkodó *fejőjuhászok* és *eszterungahajtó* három darab mobiltelefonnal rendelkeznek. Azt főként a *báccsal* való kommunikációban használják. A telefonálásnak köszönhetően a *bács* (aki nem tartózkodik állandó jelleggel az esztenán - általában heti egy alkalommal, autójával utazik oda) napirenden van az esztena személyzetének munkájával, tudja, hogy mikor van szükség azok élelmének pótlására, és mikor rendelkeznek olyan sajt mennyiséggel, amelyet már le lehet szállítani a juhosgazdák részére a faluba. Az áramellátás hiánya miatt körülményes a maroktelefonok akkumulátorainak töltése. A feltöltött akkumulátorok pótlásáról a hetente 1-2 alkalommal a havasi szállásra látogató felelős pásztor

¹⁹³ *Lámpát annyit szereltünk a nyáron, hogy rengeteget. Ez már rég megvan. Az ilyen lámpákat vittem fel, s este a pap (Birta István, pásztor) pucolta meg, s mikor másnap kellett a lámpa hát folyik. Mindegyik folyt. Akárhogy es régi lámpák, s amikor a pap pucolta meg má folyt es. Az új es folyt, s még Kupáséktól es vittem egyet, az es folyt. Ez a lámpa Kupáséktól van. Én a nyáron vittem fel. Úgy adták ajándékba. (Adatközlő: Váncsa Éva, Csíkmadaras)*

(bács) gondoskodik.¹⁹⁴ Feleségével együtt ő biztosítja azt is, hogy a juhásztörök a telefonbeszélgetésekhez mérten megfelelő mennyiségű egységgel rendelkezzenek. Az esztenán az egyetlen szórakozást szolgáló elektronikai eszköz a rádió, ezt a juhászok naponta használják. A juhászok egy rádióval rendelkeznek, melynek segítségével magyar nyelvű hír- és zeneműsorokat hallgatnak. Többnyire évente cserélik le a rádiót, ugyanis az sok esetben külső okokból a juhászidény végére meghibásodik. Gyűjtésem alkalmával a fejőpásztorok nehezményezték, hogy az előző idényben velük együtt tartózkodó fejőpásztor-bács rongálta meg rádiójukat, amely azóta nem működik.¹⁹⁵

2.2.4. Bútorok

Az esztana bútorok szempontjából csakis a legszükségesebb darabokkal van berendezve, ezek között találunk egy ágyat, egy asztalt, három padot valamint néhány fejőszéket.

A bútorok közül a fejőszékeket és az ágyat Fülöp Gyula, csíkmadarasi lakos készítette, ugyancsak az ő keze munkája a tejfeldolgozás eszközei közül a *tejelverő*. Fülöp Gyula a bács üzletfele: időnként sajtot és bárányhúst vásárol tőle. Nem tart juhot, viszont Vánca Imrével együtt gyakran ellátogat az esztenára és gondoskodik az esztana eszköz-hiányosságainak pótlásáról.

2.2.5. Lakástextíliák és öltözetdarabok

Esztenát díszítő lakástextíliát egyáltalán nem használnak, csupán a szoba árnyékolására használnak egy sötétítő vásznat és egy plédet, valamint takarózásra egy olyan csergét, amely eredetileg egyik rokonuktól származik. Vánca Éva leánykorában a szülői házban ágytakaróként használták, később kikerülve a használatból funkciótlanná vált. Körülbelül egy évtized elteltével úgy döntöttek, hogy az esztenán helyezik el azt.¹⁹⁶

Az öltözeti darabokat (nadrágok, kabátok, fehérneműk stb.) nem tudtam számszerűsíteni, azonban az esztenán tartózkodó juhásztörök arról tájékoztattak, hogy több rend ruhával rendelkeznek. Azért is van szükség több váltóruhára, mert az esztenán végzett

¹⁹⁴ *Mindenkinek van egy telefonja. Kocsiba es van, amikor tötetik. Vettünk kocsitötöt. Egy héten kétszer szokott járni. A Nokia telefonok megbírják a hetet. S amelyik nem kattogtassa, annak többet eltart. Iminek nem tartana egy napot. Egyfolytában a fűlínél van.* (Adatközlő: Vánca Éva, Csíkmadaras)

¹⁹⁵ *Azt tavaly vettem, s már nincsen. Elromlott. Minden esztendőben veszünk rádiót kettőt-hármat. A pap (Birta István, pásztor) esszetörte vót. Tiszta vadonatújon már elrontották. Leverte vót a pócról. Negyvenöt lej vót. Vót ára, s már amikor mentem fel, már el vót romolva. Ment egész nyáron, de nem lehetett mozgatni. Most nem megy egyáltalán.* (Adatközlő: Vánca Éva, Csíkmadaras)

¹⁹⁶ *Bátyám adta, apjának a testvére, Fazakas Dénes. Neki is rég megvolt, még ejsze a szülőké vót. Több mint valószínű, hogy bátyám édesanyja szötte. Ezt csak az esztenán használtuk. Otthon amíg leány vótam, akkor igen. Ezt ágyterítőként használják, s ezzel is takaróznak.* (Adatközlő: Vánca Éva, Csíkmadaras)

munka miatt könnyen bekoszolódik ruhájuk, s mivel az egész nyári idény alatt a havason kell tartózkodniuk, ritkán adódik arra lehetőségük, hogy a faluba hazatérve új ruhát hozzanak magukkal. Ezt helyettük megteheti a bács, aki időnként leviszi az esztenáról a koszos ruhákat, azoknak tisztítását feleségére bízva, majd a tiszta ruhát autójával visszaszállítja az esztenára. Az eszténaépületben felhalmozott ruhadarabokat az ágy fölötti polcon tárolják. A ruhanemük többsége second hand üzletből származik. Ezeknek beszerzése és pótlása a bács feleségének, Vánca Évának a feladata, aki csupán a lábbeliket (papucsokat, gumicsizmákat), az alsónemüket és zoknikat vásárolja meg boltból a fejőpásztorok számára.¹⁹⁷ A bács felesége egy vele készített interjú során azt is megjegyezte, hogy csupán az esztenán dolgozó családtagoknak (két öccsének) vásárol ruhaneműt, a többi juhász maga kell beszerezze a szükséges öltözeti darabokat.

A juhászok jelenkori öltöztetése összefüggésben lehet a pásztorok évtizedekkel korábbi bérezési formájával, amelynek részét képezte a ruhapénz (bocskorpénz) vagy maga a ruhanemű. A juhászok ruházódása kapcsán lényeges változás az öltözeti darabok számában és értékében mutatkozik. Míg a rendszerváltást megelőző évtizedekben a ruhaneműnek (az előállítás vagy a beszerzés nehézségei miatt) nagy volt az értéke, addig napjainkban a használt ruha veszített értékéből, mivel könnyen hozza lehet jutni. A használt ruhanemű alacsony ára miatt a jelenlegi juhászok ruhatára gazdagabb.

Egyes öltözeti daraboknak a használata az esztenán belső rendszabály szerint történik. A rövid ideig esztenán dolgozó Birta István bács szorgalmazta azt, hogy a fejőpásztorok csakis papucsban léphessenek be az esztenára.¹⁹⁸ A bács fontosnak tartotta azt, hogy az eszténaépületnek mint a tejfeldolgozás helyszínének mindig tisztának kell lennie, ennek érdekében gyakran rendre is utasította a fejőpásztorokat. A juhtartó gazdák is a bácsra mint a higiéniaért sokat adó személyre emlékeznek.¹⁹⁹

Juhászatra irányuló terepmunkám során juhászok és juhtartók részéről egyaránt megfogalmazódott az, hogy a tejfeldolgozás, sajtkészítés csak megfelelő higiéniai feltételek

¹⁹⁷ *Rengeteg ruha kell. Az ilyen dógokat turkálóból legegyszerűbb, legolcsóbb es. Csak a zoknikat, bugyikat vesszük az üzletből. Vannak olyan dógok es, hogy úgy adják. A rokonoknak, amelyiknek nem kell adják ide, s az jó az esztenára, mert ha az eső megver, vagy erőst összemocskolódik, akkor nincs ahogy tisztítani. Amikor úgy van, az apróságokat hazahozza Imi zsákban, megmosom, s visszaküldöm.* (Adatközlő: Vánca Éva, Csíkmadaras)

¹⁹⁸ *Ezket (papucsot) én vettem Szeredában. A pap (előző bács, Pisti) nem engedte bé a barakkba csizmával.* (Adatközlő: Vánca Éva, Csíkmadaras)

¹⁹⁹ *Vót egy ügyes... valamikor ejsze papnak indult a gyerek, osztán bédöglött-e, mi-e, osztán az olyan tiszta ember vót ott, hogy elmerem mondani, hogy ritkaság. Vótam több rendbe oda ki az esztenára, az állta a helyit.* (Adatközlő: Fazakas Áron, Csíkmadaras)

között történhet.²⁰⁰ A 20-21. század folyamán más és más tisztaságképzetek forgalmazódtak, azonban a helybeliek minden időszakban úgy gondolták, hogy a bács tiszta tejterméket csak azáltal tud adni a juhtartó gazdáknak, hogyha a fejés során betartja a higiéniai előírásokat és az esztenapületnek a tejfeldolgozásra kialakított részét is tisztán tartja.

Az adatközlők közül többen is hangsúlyozzák, hogy napjaink eszteni tisztábbak, mint az előző időszakok pásztorszállításai.²⁰¹

A gyűjtés során az adatközlők az ipari cikkekre nézve kevés információval szolgáltak, azoknak megvásárlója minden esetben a bács, viszont készítési helyükre nézve hiányoznak a pontos adatok. Váncsa Imre a gyárilag előállított eszközöket csíkszeredai, illetve csíkmadarasi boltokból szerzi be, viszont nincsen tudatában annak, hogy az eszközöket az ország mely részén állították elő.

Az anyagok, eszközök boltból való beszerzése miatt a tárgyaknak megszűnik egy-egy vidékre vagy falura jellemző egyedi stílusa, uniformizálttá válnak, s ezzel egy időben felszámolódik a tárgy és ember közötti intim kapcsolat is.²⁰²

Hofer Tamás és Fél Edit átányi gyűjtésük kapcsán hangsúlyozzák, hogy a tárgyvizsgálatok csak akkor lehetnek eredményesek, hogyha egy-egy tárgynak nemcsak funkcióját, hanem a hozzá kapcsolódó további ismereteket, értékeléseket, érzelmi vonatkozásokat is feltárjuk.²⁰³

A naskalati esztena eszköztára kapcsán nem minden esetben találtam a tárgyakra nézve olyan magyarázatot, amelyek túlmutatnak a tárgyak funkcióján. Mivel egyszerű használati tárgyak, többnyire háztartáshoz kapcsolódó eszközök teszik ki az esztena berendezését, így azoknak gyakorlati szerepét tartják fontosnak, azt, hogy azok rendeltetésüknek megfeleljenek. Nem mindig társul azokhoz különösebb élményanyag.

2.3. A szállítás eszközei

Egy szekeret találunk az esztenán, amelyen egyrészt vizet szállítanak a közeli forrástól, másrészt a tavaszi esztenára való kiköltözéskor, illetve az őszi beköltözés alkalmával is ezen a szekéren szállítják az esztena eszközeinek egy részét. Mivel a szekér

²⁰⁰ *Amelyik bács vót, az mindegyik tiszta kellett legyen, az kellett ügyeljen, met ha valaki olyan ment oda, Szanepid, s akármí, ha megfogták, hogy az edény mocskos, azt mondták: - Maga, uram vegye a sátorfáját, s menjen el. Tiszta kell legyen, ha élelmiszervel dolgozik. Elértem amikor fej, akkor mocskos ruhát veszen, de amikor dolgozik a kőtséggel, akkor tisztába kell ötözni. Ott nem megy, hogy mocskos salopétába állok, s ott keríngetem sajtot eszse, s oda a mocskos hull belé. Akkor mit csinál?* (Adatközlő: András József, Csíkmadaras)

²⁰¹ *Most tisztaság van, házak vannak.* (Adatközlő: Péter Teréz, Csíkmadaras)

²⁰² Székely 2005. 217.

²⁰³ Fél–Hofer 1997. 4.

kevésnek bizonyul a teljes eszköztár oda-vissza szállítására, így ilyen alkalmakkor Vánca Imre személygépkocsijával is biztosítja az eszköztár költöztetését. Ugyanezzel az autóval utazik nyári idényben heti egy-két alkalommal a havasi pásztorszállásra, hogy hazaszállítsa a faluba a gazdák részére, illetve az eladásra szánt sajtot és ordát. Juhászatra irányuló kutatásaim során az idősebb generáció tagjaitól több alkalommal is érdeklődtem arról, hogy évtizedekkel korábban hogyan, milyen eszközökkel történt a tejtermékek hazaszállítása.²⁰⁴ A kollektivizálás éveiben, illetve azt megelőzően szekérrel szállították a sajtot a faluba. Ez a tevékenység az esztabíró vagy a sajtszállító feladata volt, akiknek ez felelősségteljes, több órát igénybe vevő munkát jelentett. Napjainkban a szállítás ideje többszörösére csökkent és jobb körülmények között szállítják a sajtot a faluba.

2.4. Az állattartás eszközei

Míg évtizedekkel korábban a pásztortárgyak nagy részét maguk a juhászok készítették, napjainkban az esztabíró alig találunk olyan tárgyat, amelyet saját maguk készítenek el. Ez alól kivételt képeznek a faragott pásztorbotok. Ezek státuszszimbólumként ma is jelen vannak.

A pásztorkodás a tárgydíszítésnek kiemelt körülménye, ez összefügg azzal, hogy a pásztorok viszonylag sok és kötetlen szabadidővel rendelkeznek, ugyanakkor a földművelőkhöz viszonyítva kultúrájuk archaikusabb és specifikusabb jelleget mutat.²⁰⁵ A díszes pásztorbotok egyéb pásztortárgyakkal egyetemben gyakorlati szerepükön túl a mesterség címeréül is szolgálhattak.²⁰⁶

Csíkmadarason a juhászok napjainkban is maguk szerzik be a bothoz szükséges mogyorófát, és ők díszítik ki a botok felületét, azonban díszítés szempontjából már csak ritkán látunk olyan munkaigényes és ízléses botokat, mint amelyeket múzeumi gyűjteményekben is őriznek. Az igényes díszítmények elmaradása fakadhat a kézügyesség hiányából is,

²⁰⁴ *Én ott vótam maradvá, s édesapám jött, s minden héten hozta le a sajtot. De olyan rossz volt az út, hogy a lovakon fejvel vót a rúd örökké, úgy suppongtunk a köveken bé, úgy bé a szeker. Édesapám hozta bé a sajtot, s azt adták ki a népeknek, gazdáknak. S újból jött, amit kellett vett, s hozta. Puliszkalisztet, pityókát. Esztabíró vót. Nem tudom, hogy mi volt a fizetség. Valamit adtak. Sokáig vót esztabíró. Lehetett tízet biztos.”* (Adatközlő: Antal Biró Irén, Csíkmadaras)

„Lovakval, szekérvél. Csak akkor nem úgy volt, mint most... ráfos szeker. Negyven kilométer. Reggel nekem hét órára ide kellett érni. Hajnalkor két-három óraker indulni kellett. Három óra volt a legtöbb, de úgy jöttek a lovak, úgy eresztettem kivált akkor, amikor megkéstem. Adtam ezét nekik abrakot. Reggel még hét óra nem vót, s az elnöknek a kapujánál vótam, koppantottam, s azt mondja a kollektívnök: -Ugyan biza Dénes, te már megjárta Naskalot? Há mondom: - Meg. (Adatközlő: Péter Dénes, Csíkmadaras)

²⁰⁵ Gazda 2008. 135.

²⁰⁶ Uo. 136.

azonban megfigyeléseim inkább azt bizonyítják, hogy egy-egy pásztorbot napjainkban már nem hosszú távra készül, legtöbb esetben csupán 1-2 nyáron át használják azt. A használati idő után bizonyos botok másodlagos szerepet kapnak, erre példaként az esztenán talált botmaradványt említem, amely kikerülve az elsődleges használatból, jelenleg az állatok ételének összekavarására szolgál. Egy korábbi terepmunkám alkalmával arra is találtam példát, hogy az előző években készült pásztorbotokat tűzifának használták fel. Mindezek kapcsán kijelenthetjük, hogy a juhászok esetében egy-egy eszköz státusának túldimenzionálása túlzásokhoz vezethet.

Az esztenán az elsődleges funkcióban, használatban levő pásztorbotok mennyisége a juhászok számához igazodik. A fejőpásztorok és a *monyator* mindannyian egy-egy pásztorbottal rendelkeznek. Ezekre a botokra díszítmény hiányában rendszerint megkülönböztető jelek kerülnek, ezzel láttatva, hogy melyik bot kinek a tulajdona.

A naskalati esztenán a juhok és sertés mellett lovakat is tartanak, ebből adódóan lószerszámok (hám, fék) is találhatóak a havasi szálláson. Ezek az eszténaépület külső falán kaptak helyet. Származásukat tekintve Vánca Imre apósától kerültek az esztenára, aki négy-öt évvel korábban, új állapotban ajándékozta vejének azokat. Az állattartáshoz kapcsolódik az a gumiabroncs, amely a funkcióváltás példáját mutatja. Ez a bács traktoráról származik, amely kikerülve az elsődleges használati körből, végül is az esztenán kapott helyet, ahol vályúként a pásztorkutyák és az esztenán tartott sertések élelmezésére szolgál.

A 20-21. századokban a fogyasztói szokások előtérbe kerülésével hangsúlyossá vált a gyáripari termékeknek paraszti világban való helye és kultúrabeli szerepe, hiszen a nép már nemcsak a maga által előállított tárgyakkal él, hanem bizonyos szükségleteit egyéb helyekről beszerzett javakkal is kielégíti, így a városban, boltban vásárolt tárgyak bekerülnek a népi kultúra kanonikus világába is.²⁰⁷ A fogyasztás megnövekedett szokásai miatt a kilencvenes években, a nemzetközi kutatásban is önálló témává vált a posztmodern világ tárgybőséggel jellemezhető konzum kultúrája, illetve az ehhez kapcsolódó fogyasztó magatartás.²⁰⁸

Simányi Léna írja, hogy a modern fogyasztói kultúra főként a kulturális reprodukció új módját jelenti, ez két szempontból speciális: az egyik az, hogy a fogyasztás és a kultúra újratermelése elsősorban egyéni szinten, önálló döntések keretében zajlik, a másik pedig az, hogy a kulturális reprodukcióhoz szükséges javakat az egyének pénzért vásárolják meg.²⁰⁹

²⁰⁷ Fejős 2003. 60.

²⁰⁸ Uő. 1999. 241.

²⁰⁹ Simányi 2005. 181.

Míg a hagyományos technikákkal készült eszközök évtizedekig funkcionáltak, addig a gyáripari termékek minőségbeli hiányosságai miatt gyakran idő előtt kikerülnek a használatból, újabbnál újabbak váltják fel azokat, ez összefügg azzal is, hogy könnyen és olcsón beszerezhetőek, így azoknak pótlása használóik számára nem jelent különösebb problémát.

A fogyasztói társadalomban a tárgyak nemzedékei az emberek nemzedékeihez hasonló vagy még nagyobb gyorsasággal halnak meg, s ezt követően más tárgyak lépnek az előzőek helyébe.²¹⁰ Míg régen az ember kényszerítette rá életritmusát a tárgyra, napjainkban a tárgyak kényszerítik rá rendszertelen ritmusukat az emberre: ugyanis váratlanul felbukkannak, tönkremennek, előregedés nélkül egymás helyébe lépnek.²¹¹

Jean Baudrillard írja, hogy az újítások és a divat törekenyebbé és rövid életűvé teszik a tárgyat. A tárgynak valósággal korlátozzák az élettartamát, így hatást gyakorolva rá könnyen kivonják azt a forgalomból. Ez a hatásgyakorlás egyrészt a tárgy funkciójára irányulhat, ez esetben az adott tárgyat felülmúlja egy technikailag magasabb rendű tárgy, ami fejlődéshez vezet; másrészt hatást gyakorolhatnak az eszköz minőségére is, amely rövid idő alatt való eltöréssel, elkopással járhat, harmadrészt, pedig megjelenésükre nézve szándékosan divatjamúlttá is tehetnek bizonyos tárgyakat, ez szintén a használatból való kikerüléssel járhat együtt.²¹²

A tömegtermelésen alapuló fogyasztás következtében a tárgyak hamar „leszerepelnek”: annak ellenére, hogy még használhatnák őket, szemétre kerülnek. Ez összefügg azzal, hogy a termelés egyre romladóbb anyagokkal él, ez éppen a technikai fejlődés megcáfolását eredményezi.²¹³ A fogyasztói javak korszakában a „természetes” átlag élettartam fogalma elveszíti értelmét, ugyanis egymást gyorsan követő, újabbnál újabb tárgygenerációk szorítják ki a használatból a korábbiakat.²¹⁴

A juhászeszköztár esetében is nagyobb arányban a tömegtermelés árucikkeivel találkozunk. Ezek sokkal gyakrabban cserélődnek, mint a korábban természetes alapanyagokból, kézzel készített eszközök. Azon túl, hogy a gyáripari termékek könnyen beszerezhetőek, egy másik tényező is hozzájárulhat ezek rövid élettartamához, ez pedig az egyén és a tárgy viszonyában keresendő. A hagyományos technikákkal, kézzel megmunkált eszközök egyértelműen egy személyes viszonyt alakítanak ki maguk és használóik között,

²¹⁰ Baudrillard 1987. 177.

²¹¹ Uo. 187.

²¹² Baudrillard 1987. 171.

²¹³ Hernádi 1982. 121.

²¹⁴ Hofer 1983. 49.

hiszen az alkotás folyamata által nagyobb kötődés alakulhat ki egyén és birtokolt tárgy között. Abban az esetben, hogyha az alkotó és használó nem ugyanaz a személy, viszont a tárgyat birtokba vevő egyén személyes kapcsolatban áll a tárgy készítőjével, a tárgy már jóval nagyobb ragaszkodást válthat ki tulajdonosából. Ezzel szemben az ipari cikkek standard jellegük miatt is már kevésbé alkalmasak arra, hogy többletértéket jelentsenek birtoklójuk számára, csupán funkcionális szinten ragadható meg az ilyen típusú eszközökhöz való ragaszkodás.

Simányi Léna a fogyasztói szokásokról írva Marx, Simmel és Baudrillard nézeteit idézi, eszerint a fogyasztói társadalomban a szubjektum-objektum reláció megszakad, s ez elidegenedéssel jár együtt, hiszen már nem a tárgyat használó, fogyasztó egyén az előállító, s mégcsak nem is a saját igényei szerint gyártják a tárgyakat, így nem tud azokkal azonosulni, képtelen azokat befogadni.²¹⁵

Egy-egy olcsóbban beszerezhető gyáripari termék eltörése, elhasadása esetén már kevésbé jellemző az, hogy használói megjavítsák azt, mivel tudatában vannak annak, hogy a következő idényben az eszténa eszközeinek tulajdonosa amúgy is gondoskodik az eszköztár cseréjéről vagy pótlásáról.

Hermann Bausinger jegyzi meg, hogy korunkban a tárgyak nagy mennyisége, rohamos változása és fogyasztása negatív hatással van a tárgyak jelentésének fokozatos kibontakozására és elmélyítésére.²¹⁶ Baudrillard írja, hogy a mindennapi környezetben a tárgyak elszigetelődnek egymástól, azonban az ember saját szükségleteinek megfelelően biztosítja együttélésüket egy funkcionális kontextusban.²¹⁷ A tárgyak az egyedüli létezők, amelyeknek egymás melletti létezése lehetséges, ugyanis különbözőségük nem fordítja szembe egymással azokat.²¹⁸

A juhászok eszköztára is változatos képet mutat, az eszténaépületben megtalálható eszközök sok esetben „idegenek egymás számára”. Ez anyagságukból is ered, ugyanis műanyag, fém és fatárgyak együtt vannak jelen. Ami összeköti az eszközöket az a funkció, hiszen az eszténa, mint a tejfeldolgozás fő helyszíne, többnyire az ehhez a tevékenységhez szükséges eszközöket tömöríti egy helyre. Ezek az eszközök a tejfeldolgozásban egymás „követői”, a velük folytatott tevékenységek egymásutánisága eredményezi az esztenán zajló munka sikerességét, tehát végeredményben a munka folyamata kapcsolja egymáshoz a tárgyakat.

²¹⁵ Simányi 2005. 186.

²¹⁶ Bausinger 2005. 15.

²¹⁷ Baudrillard 1987. 11.

²¹⁸ Uo. 105.

Összegzés

Tanulmányomban a csikmadarasi juhászok esztenán található eszközeit vizsgáltam a legújabb tárgyakra irányuló vizsgálatok viszonyában. A teljes juhászati eszköztár lajtromba vétele lehetővé tette a mindegyikre való rákérdezést. A recens anyag ismertetését helyenként kiegészítettem néhány kéziratot és írott formában fennmaradt csíki juhászatról közölt adattal. A terepen talált tárgyak között vegyesen vannak jelen a kézműves technológiákkal készült tárgyak és az ipari termékek. A juhászok a hagyományos eszközökhöz, az ipari cikkekhez viszonyítva másfajta magatartást mutatnak. Nagyobb ragaszkodást tanúsítanak a saját maguk vagy mások által készített tárgyak iránt, ellenben a gyáripari termékeket nem kezelik kitüntetett figyelemmel. Ennek ellenére bizonyos kézműves eszközöknek a túldimenzionálása is hamis képet festhet a juhászok tárgyakhoz való viszonyáról. A fogyasztói magatartás csak részben nyomja rá bélyegét a juhászok életmódjára, a szakirodalomból ismert *újrafelhasználási lejtő* a juhászok tárgyakhoz való viszonyára is jellemző, így gyakran másodlagos vagy harmadlagos funkciót rendelnek egy-egy tárgyhoz. A használati tárgyakat élettörténetük szerint vizsgáltam, ez a megközelítés a teljes juhászati eszköztár esetében nem volt alkalmazható, ugyanis a tárgyak többsége a közelmúltban készült ipari cikk, így kevesebb az azokhoz kapcsolódó másodlagos jelentés.

Felhasznált irodalom:

BAUDRILLARD, Jean

1987 A tárgyak rendszere. Budapest

BAUSINGER, Hermann

2005 A tárgy és jelentése. In. FEJŐS Zoltán – FRAZON Zsófia (szerk.): *Jelentésteli tárgyak. MaDok-füzetek. Néprajzi Múzeum, Budapest, 9–16.*

FEJŐS Zoltán

1999 Tárgyunk, tárgyaink. In. UJVÁRY Zoltán (szerk.): 50 éves a Néprajzi Tanszék. Jubileumkötet. Néprajzi Tanszék, Debrecen, 236–252.

2003 Tárgyfordítások. Gondolat kiadó. Budapest

FÉL Edit – HOFER Tamás

1964 A monografikus tárgygyűjtés. Az átányi példa. *Néprajzi Értesítő*, 5–90.

1997 Arányok és mértékek a paraszti gazdálkodásban. Balassi Könyvkiadó, Budapest

FÖLDES László

1962 Havasi esztenák, főleg esztenák, tejfeldolgozás stb. (kézirat) *Ethnológiai Adattár*, Néprajzi Múzeum, Budapest

1977 *esztena /szócikk/* In. ORTUTAY Gyula (főszerk.): *Magyar Néprajzi Lexikon*. Első kötet. A-E. Akadémiai Kiadó, Budapest, 733.

GAZDA Klára

2008 *Közösségi tárgykultúra-művészeti hagyomány*. Egyetemi jegyzet. Kriza János Néprajzi Társaság – Babeş-Bolyai Tudományegyetem Magyar Antropológia Tanszék, Kolozsvár

HALÁSZ Péter

2006 A moldvai magyarok hagyományos állattartása. General Press Kiadó, Budapest

HERNÁDI Miklós

1982 Tárgyak a társadalomban. Bevezetés a tárgyak rendszerébe. Az én világom. Kozmos könyvek, Budapest

HOFER Tamás

1983 A “tárgyak elméleté”-hez. Felszerelések és tárgyegyüttesek néprajzi elemzése. In. KÓSA László (szerk.): *Népi kultúra, népi társadalom*. Akadémiai kiadó, Budapest, 41–61.

K. KOVÁCS László

1947 Adatok a bálványosváraljai fejős juhászathoz. *Ethnographia*. 58(3-4.): 191–210.

1969 Pásztortűzhelyek Erdélyben 1900 körül. In. ORTUTAY Gyula (főszerk.): *Népi kultúra – Népi Társadalom 2-3.*, Akadémiai Kiadó, Budapest, 7–43.

KOTHENCZ Kelemen

2007 Az állattartás hagyományos rendje Magyarlapádon és környékén. In. BÁRTH János (szerk.): *Lapádi vendégség. Bács-Kiskun Megyei Önkormányzat Múzeumi Szervezete. Kecskemét, 9–44.*

KUNTZ, Andreas

2004 Emléktárgyak. A kortárs tárgyi kultúra néprajzi kutatása. In. FEJŐS Zoltán – FRAZON Zsófia (szerk.): *Korunk és tárgyaink – elmélet és módszer*. Fordításgyűjtemény. MaDok-füzetek. Néprajzi Múzeum, Budapest, 40–54.

NAGY Ödön

1938 A mezőpaniti juhtenyésztés. *Ethnographia*. 49(1–2.): 185–191.

1992 A havadi juhtenyésztés. In. KESZEG Vilmos (szerk.): *Kriza János Néprajzi Társaság Évkönyve I*. Kolozsvár, 24–36.

PALKÓ Attila – ZSIGMOND József

1998 Magyaró hétköznapjai. Népi foglalkozások, mesterségek. Mentor Kiadó, Marosvásárhely

PUNGUR Gyula

1900 Székelyföldi juhászat II, III. (kézirat) *Ethnológiai Adattár*. Néprajzi Múzeum, Budapest

SIMÁNYI Léna

2005 Bevezetés a fogyasztói társadalom elméletébe. *Replika* 51-52(11): 165–195.

SZABADFALVI József

2001 Juhtartás. In. PALÁDI-KOVÁCS Attila (főszerk.): *Magyar Néprajz II*. Gazdálkodás. Akadémiai Kiadó, Budapest, 705–748.

SZABÓ T. Attila

1982 Erdélyi Magyar Szótörténeti Tár III. Kriterion Könyvkiadó, Bukarest

SZACSVAY Éva

2003 Családtörténet, mentalitás és életmód mint tárgycsoportok megszerkesztője. In. FEJŐS Zoltán (szerk.): *Néprajzi jelenkutatás és a múzeumi gyűjtemények változása*. MaDok-füzetek. Néprajzi Múzeum, Budapest, 52–60.

SZARVAS Zsuzsa

1992 Családi hagyomány – egyéni szükséglet. In. MOHAY Tamás (szerk.): *Közelítések. Néprajzi, történeti, antropológiai tanulmányok Hofer Tamás 60. születésnapjára*. Ethnica Kiadó, Debrecen, 255–261.

SZÉKELY Melinda

2005 Élő tárgy – halott tárgy. In. KESZEG Vilmos – TÖTSZEGI Tekla (szerk.): *Kriza János Néprajzi Társaság Évkönyve 13*. Kolozsvár, 200–236.

UJVÁRI Béla

1993 Juhtartás Csíkmenaságon. *Néprajzi Látóhatár*. 2(1–2.): 83–94.

ÚJ MAGYAR TÁJSZÓTÁR

1988 *esztana /szócikk/* Akadémiai Kiadó, Budapest, 227.

VÁMSZER [SZEKENI] Géza

1962 A csíki juhászat. *Ethnographia*. 73(1.): 54–89.

1977 A csíki juhászat. In. Uő. *Életforma és anyagi műveltség*. Kriterion Könyvkiadó, Bukarest, 55–92.

Postai cím: 530122 Csíkszereda (Miercurea Ciuc), Zsögödi Nagy Imre út 167, Hargita megye, Románia

E-mail cím: salloszilard@freemail.hu

ERDÉLY SÓS TAVAINAK KÜLÖNLEGES ALGÁI

Keresztes Zsolt Gyula

Babeş-Bolyai Tudományegyetem, Kolozsvár, Erdély, Románia

Összefoglaló

Az Erdélyi-medencében nagy számban fordulnak elő sós vizű tavak, melyek leggyakrabban felhagyott sóbányák területén keletkeztek. Ezen sós tavak keletkezésüknek megfelelően kis felülettel és nagy mélységgel rendelkeznek, általában vízutánpótlásuk csapadék útján történik és nem rendelkeznek sem befolyóval sem kifolyóval. A tavak sótartalma a felszíntől a mélyebb rétegek felé folyamatosan emelkedik és a tófenék közelében a telítődés határán van (NaCl, ~360 g/l). A tavak egy része a nyár folyamán élénk, olykor túlzott fürdőélet elszenvedői vélt vagy valós gyógyhatásuk miatt. Nem ritka eset, hogy ezekben a kis felületű tavakban a fürdőzők száma eléri az 1200 személy/ha sűrűséget. Sajnos néhány tavat ipari és háztartási szemét tározására használnak. Kutatásaink során vizsgáltuk ezen tavak fizikai és kémiai tulajdonságait, rétegződésüket és algaközösségüket, különös figyelmet fordítva a pikofitoplanktonra. A pikofitoplanktonba a világ legkisebb méretű fotoszintetizáló prokarióta és eukarióta algái tartoznak, amelyek mérete 0,2-3 µm között van. Megállapítottuk, hogy az általunk vizsgált 10 sós tó erős emberi hatás alatt áll, jelentős rétegzettség alakulhat ki bennük és többségük hipertrófnak minősül. A tavak rétegződése a nyár folyamán a fürdőzés következtében megszűnt. Minden vizsgált tóban legalább egyszer találtunk pikofitoplankton dominanciát magas trófitás mellett, mely jelenség egyedülálló hipersós tavak esetében. Molekuláris biológiai módszerekkel megállapítottuk, hogy a sós vizekben általánosan előforduló algák mellett (pl.: *Dunaliella* sp.), tengeri nanoalgák (*Isochrysis* sp.) és tengeri pikocianobaktériumok (*Synechococcus* marine clade VIII), illetve pikoeukarióta algák (*Picochlorum*) alkotják ezen sós tavak algaközösségeit. Tengeri pikoalgák jelenléte

kontinentális tavakban ugyancsak egyedülálló felfedezés. A pikofitoplankton dominancia és a tengeri algák jelenléte különleges és érdekes élőhelyekké teszik ezeket a hipersós tavakat, melyeknek kutatása további jelentős felfedezésekhez vezethet.

Előszó

Jelen tudományszerűsítő közlemény illetve tevékenységi beszámoló célja közérthető formában bemutatni az Erdélyi-medence sós tavait, illetve kutatásuk során kapott tudományos eredményeket, melyek alapvetően egysejtű, „növényi életmódot” folytató (oxigént termelő fotoszintetizáló) élő szervezetekre és ezek környezetére vonatkoznak.

Irodalmi áttekintés

Alapvető emberi tulajdonság a környezetünk osztályozásának illetve minősítésének igénye, mely segítségével megérteni és átlátni próbáljuk a minket körülvevő világot. Az élőlények mesterséges rendszerezése több szempont szerint történhet. Az élő szervezetek testszerveződése alapján a klasszikus rendszertani felosztás alapján öt nagy kategória állítható fel, melyek a következők: prokarióták (baktériumok), protiszták (egysejtű eukarióták), többsejtű növények, többsejtű gombák és többsejtű állatok. Életformák alapján különbséget tehetünk baktériumok, gombák, állatok és növények között. Mivel a protiszták egyes képviselői állati vagy gomba módon mások pedig növényi módon élnek életműködési szempontból a gombákhoz, állatokhoz illetve a növényekhez is besorolhatóak. Ezen eltérő csoportokba tartozó élőlények sejtjei alapvetően különböznek egymástól, viszont csoporton belül alapjaiban véve egységes felépítést mutatnak.

A prokarióták csoportját a sejtmag és körülhatárolt sejtszervecskék nélküli a Földön mindenhol előforduló, változatos táplálkozási módot képviselő (lebontó, élősködő, fotoszintetizáló és kemoszintetizáló) baktériumok alkotják. A prokarióták egyik fontos csoportját az oxigéntermeléssel járó fotoszintézisre is képes cianobaktériumok képezik. Bár a

növényekhez nagyon hasonló életmódot folytatnak mégsem tekinthetők növényeknek sejtjeik alacsony szerveződési szintje miatt. Endoszimbiózis során, a cianobaktériumok ősi formájából jöttek létre a növényi sejtek fotoszintézist végző sejtszervecskéi, a kloroplasztiszok.

A protiszták csoportját egysejtű eukarioták (valodi sejttaggal és membránokkal körülhatárolt sejtszervecskével rendelkező sejtek) alkotják. Változatos táplálkozási szokásokkal rendelkeznek. Általában jellemző rájuk a légköri oxigént felhasználó (aerob) légzés, egyesek fotoszintetizálnak, míg mások csak a már növényi életmódot folytató szervezetek által megtermelt szervesanyag lebontásával képesek életben maradni, illetve gyakoriak a kettő közötti átmenetek.

Az állatok olyan sejtfa nélküli többsejtű élő szervezetek, melyek kizárólag szervesanyagok aerob légzés során történő lebontásával jutnak energiához.

Az egy vagy többsejtű gombák szintén szervesanyagok lebontásával jutnak energiához, viszont az állatokkal ellentétben ezeket csak vizes oldat formájában képesek felvenni. A gombasejtek falát kitin alkotja, mely az ízeltlábúak külső vázának is a fő alkotórésze. Tartalék tápanyagaikat összetett cukrok, glikogén formájában raktározzák akár csak mi, állatok.

Egy zárt rendszer rendezetlenségi foka, vagyis entrópiája folyamatosan emelkedik. Szerencsénkre a Föld mint bolygó, nyílt rendszer, folyamatosan ellátott külső energiával, mely energiát a Nap szolgáltatja fény és hő formájában. A növényi életmódot folytató élőlények (növények, eukarióta algák és cianobaktériumok) képesek arra, hogy környezetük rendezetlenségi fokát csökkentsék azáltal, hogy fotoszintézisük során a felvett energiaszegény szervetlen anyagokat a napfény energiájának felhasználásával összetett, vegyi energiában gazdag anyaggá alakítják, melyeket aztán továbbalakítva testük főbb alkotóelemeit (cukrok, fehérjék, lipidek, nukleinsavak, stb.) hozzák létre. A növények fő tápláléka a szén-dioxid (áll

két szén- és egy oxigén atomból) és a víz (áll két hidrogén- és egy oxigén atomból). A fotoszintézis során a szén-dioxidból hozzák létre a szervesanyagok szénvázát, melyhez szükséges hidrogénforrást a víz bontásából fedezik. A víz bontásából visszamaradt oxigént kibocsátják környezetükbe. Tehát a növények a napfény energiáját vegyi energiává alakítják és szervesanyagokba kötik le. Sötétben a növények ezt az elraktározott napfényenergiát használják fel energiaigényük fedezésére, mikor a szervesanyagokat oxigén felhasználásával lebontják, visszaalakítva őket vízzé és széndioxiddá. A növények ezen önellátó (autotróf) életmódjukkal teremtik meg az élet lehetőségét a fogyasztók és lebontók számára (heterotrófok, mint a gombák és állatok, valamint a mikroorganizmusok jelentős része), és számunkra. A növényevők illetve húsevők közvetlenül vagy közvetve azt a fényenergiát használják fel életük során, amelyet a növények szervesanyagok formájába csomagoltak. A növények sajátos tulajdonsága a korlátlan növekedés képessége, ezáltal kedvező környezeti feltételek mellett a növények életük végéig növekedhetnek illetve gyarapodhatnak. Korlátlan növekedésüknek köszönhetően a növények a “leg-”ek harcának abszolút bajnokai. A leghosszabb életű élőlények a lassan növő magashegyi fenyők (*Pinus longeviva*) közül kerülnek ki, melyek között gyakoriak a 4600 évesnél idősebb példányok. A mamutfenyők a több száz tonnájukkal a legsúlyosabb élőlények a Földön. A legmagasabb (125-150 m) ma élő fák az eukaliptuszok, míg a leghosszabb ma élő szervezet a *Macrocystis* nemzetségbe tartozó barnamoszat, melynek telepteste eléri a 300 m hosszúságot. A mérettartomány alsó tartományában a mikroszkopikus méretű egysejtű növények, az algák foglalnak helyet. Az algáknál a korlátlan növekedés képessége nem a testméret gyarapításában, hanem egyedszámuk korlátlan növekedése formájában valósul meg kedvező körülmények között. A növények méretének csökkenésével jelentőségük nem törpül hisz az algák és a növényi életmódot folytató cianobaktériumok a vízi környezet fő oxigéntermelői, ők képezik a vizek táplálékbázisát. A cianobaktériumok olyan fotoszintetizáló oxigéntermelő baktériumok,

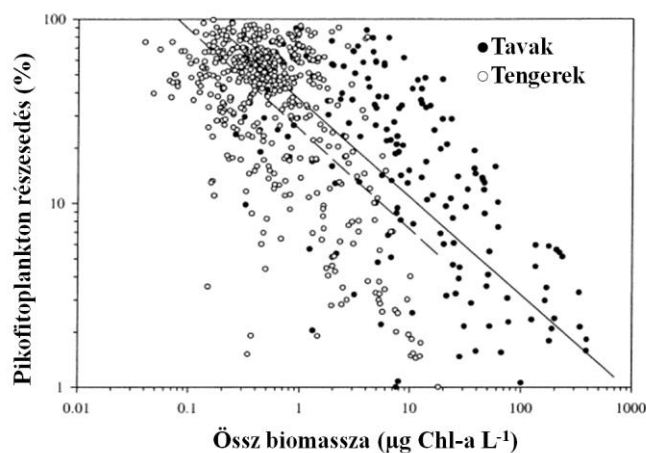
melyekben a klorofilok több típusa közül csak az a-klorofill található meg. Az a-klorofill színnyelési tartományát fikobiliszomáknak nevezett, kék és vörös pigmentmolekulákat (fikocianin, allofikocianin, fikoeritrin) tartalmazó fénybegyűjtő antenákkal egészítik ki. Régebben, tévesen az algák közé sorolták őket és kéalgáknak, kémoszatoknak vagy kékeszöld algáknak nevezték, mely elnevezés abból adódott, hogy a kék színű fikocianontól a cianobaktérium tenyészetek ennye kékes színt mutattak. Egyes cianobaktérium fajok (*Anabaena*, *Aphanizomenon*, *Cylindrospermopsis* fajok) képesek a légköri molekuláris nitrogén kötésére, mellyel nitrogénhiányos környezetben jelentős előnyhöz jutnak. Tápanyagokkal feldúsult (főleg nitrogén és foszfor vegyületekkel), eutróf tavakban gyakori a cianobaktériumok illetve egyes esetekben az algák tömeges elszaporodása, melyet a víz zöld színe és kellemetlen szaga jellemez, ezt a jelenséget vízvirágzásnak nevezik. A vízvirágzás több okból is káros a vízi élőlényekre. A tömegesen felszaporodott cianobaktériumok vagy algák az éjszaka folyamán nagy mennyiségű oxigént használnak el légzésük során és ez hajnali oxigén minimumokhoz vezethet, melyet rendszerint a halak tömeges pusztulása kísér. Tovább csökkenti a víz oxigén koncentrációját az önárnyékolás következtében elpusztult sejtek baktériumok általi oxigénigényes bomlása. A vízvirágzás káros hatása hatványozottan érvényesül abban az esetben, ha különböző káros vegyületeket (toxínokat) termelő fajok szaporodnak el, melyek egyaránt lehetnek cianobaktériumok vagy algák. Tengervizekben főleg páncélos ostorosok (dinofiták), rafidofiták és mészoszorosok (haptofiták) termelnek toxinokat, édesvizekben pedig főleg, de nem kizárólag, a cianobaktériumok cianotoxinjai jelentenek veszélyt. A cianotoxinok és algatoxinok hatásukat tekintve lehetnek idegmérgek (neurotoxinok), emésztőrendszert és májat károsító mérgek (hepatotoxinok), vesejeteit károsító hemolitikus toxinok illetve bőrgyulladást okozó anyagok. A vizeink szennyezése és az ebből származó rossz vízminőség éppoly gondot jelentet a távoli múltban mint a jelenben. Mózes második könyvében található az a bibliai történet miszerint Egyiptom népét tíz

szörnyű csapás sújtotta. Ezen tíz csapás közül három magyarázható a rossz vízminőség következtében tömegesen elszaporodó toxintermelő cianobaktériumokkal és algákkal. A “vérré vált víz”-et piros színű toxintermelő páncélos ostoros algák (dinoflagelláták) tömegprodukciója okozhatja, mely napjainkban is gyakori jelenség. A piros színű dinoflagelláták okozta vízvirágzást vörös dagálynak nevezik, és például Hong Kong környékén egy 5 éves periódusban 84-szer fordult elő. Még két “csapás”, a dögvész az állatok között és fekélyek megjelenése az emberek és állatok testén szintén visszavezethető alga- és cianotoxin mérgezésre, és napjainkban is előfordul.

A víztestben szabadon lebegő algákat és cianobaktériumokat gyűjtőnéven fitoplanktonnak nevezzük. A fitoplankton legkisebb méretű frakciója a pikofitoplankton, ebbe olyan cianobaktériumok és eukaióta algák tartoznak, melyeknek sejtmérete 0,2-3 μm (μm = milliméter ezredrésze) között van. Kvantitatív kutatásukat az 1980-as években elterjedő epifluoreszcens mikroszkópi technikák tették lehetővé. Az epifluoreszcencia alapját a fotoszintetikus pigmentek fénygerjesztés hatására történő fénykibocsátása képezi. Epifluoreszcens mikroszkópi technikák segítségével könnyen elkülöníthetjük egymástól az eukaióta pikoalgákat, a fikoeritrin pigment dominanciájú pikocianobaktériumokat, illetve a fikocianin pigment dominanciájú pikocianobaktériumokat. A módszer elterjedése során vált ismertté a pikofitoplankton széleskörű előfordulása, illetve hogy elsődleges termelőkként igen jelentős szerepet töltenek be tengerekben és édesvizekben egyaránt, és fontosságuk fokozódik tápanyagszegény vizekben, ahol az elsődleges termelés 70-90%-át is adhatják. Az eukaióta pikoalgák a komplexebb sejt-szerveződésüknek köszönhetően általában nagyobbak, mint az egyszerűbb sejtszerkezetű pikocianobaktériumok, bár mennyiségük természetes vizekben rendszerint egy nagyságrenddel kisebb, mint a pikocianobaktériumok sejt száma. Tengerekben a pikofitoplankton általában kisebb mennyiségben van jelen, mint tavakban illetve sejt számuk folyóvizekben a legkisebb (Bell és Kalff, 2001, Mózes és mtsai, 2007, Callieri, 2008).

Megállapítást nyert, hogy az eukarióta pikoalgák és a pikocianobaktériumok szezonális dinamikája jelentősen különbözik egymástól, mely általánosan érvényes tengerekre és tavakra. Tavasz-nyári időszakban illetve magas vízhőmérséklet mellett a pikocianobaktériumok dominálnak, míg ősszel és télen, amikor a víz hőmérséklete jelentősen csökken az eukarióta pikoalgák válnak dominánssá ugyanazon víztestben. A Balaton esetében 10 °C az a kritikus érték, mely felett a pikocianobaktériumok dominálnak, illetve ez alatt az eukarióta pikoalgák kerülnek túlsúlyba a pikofitoplankton frakción belül (Vörös és mtsai, 2009). A pikofitoplankton sikeressége tápanyagszegény vizekben a kis sejt mérettel hozható összefüggésbe. A sejt méret növekedésével a fotoszintetikus pigmentek mennyisége csökken, elkerülendő a fotoszintetikus rendszerek önárnyékoló hatását. Ennek következtében a kisebb sejtek nagyobb hatékonysággal hasznosítják a fényt, ezen tulajdonságuk előny jelenthet fényhiányos körülmények között, mely körülmény a vízi környezetben általában fennáll. A méret növekedésével, gömb alakú sejtek esetén a sejtfelület második hatvány (exponenciálisan) szerint növekszik, míg a sejt térfogata a harmadik hatvány szerint gyarapszik. Ebből következik, hogy a kis sejteknek a felület/térfogat arányuk jelentősen nagyobb, mint a nagyobb sejteké. Ezáltal a kis méretű de nagy relatív sejtfelülettel rendelkező pikoalgák és pikocianobaktériumok nagyobb hatékonysággal veszik fel a tápanyagokat, mint a nagyobb sejtek, ami ugyancsak előny lehet tápanyagszegény vizekben. A kis méret és az egyszerű sejtfelépítés azonban nem minden esetben kedvező tulajdonság. Bell és Kalff (2001) összesítve 91 pikofitoplanktonnal foglalkozó tudományos közleményt (69 tengeri, 22 édesvízi) azt találták, hogy a víz a-klorofill koncentrációjának (mint az algabiomassa illetve a trofitás mutatója) növekedésével a pikofitoplankton mennyisége abszolút értékben ugyan nő de részesedése folyamatosan csökken. Vagyis tápanyagokban minél jobban ellátott egy víztest a pikofitoplankton annál kisebb százalékát teszi ki az össz fitoplanktonnak (**1. ábra**), bár akadnak ritka kivételek is turbid, szikes tavak formájában (Vörös és mtsai, 2005). Látható

tehát hogy tápanyagokban gazdag, eutróf vizekben a nagyobb méretű algák kerülnek domináns helyzetbe kiszorítva ezáltal a pikofitoplankton.



1. ábra. A trofitás növekedésével a pikofitoplankton részesedés az össz biomasszából folyamatosan csökken. Bell és Kalff (2001) nyomán módosítva.

Az Erdélyi-medencében nagy számban fordulnak elő sós vizű tavak, melyek leggyakrabban felhagyott sóbányák területén keletkeztek. Ezen sós tavak általában településekben találhatóak és keletkezésüknek megfelelően kis felülettel és nagy mélységgel rendelkeznek, általában vízutánpótlásuk csapadék útján történik és nem rendelkeznek sem befolyóval sem kifolyóval. A tavak sótartalma a felszíntől a mélyebb rétegek felé folyamatosan emelkedik és a tófenék közelében a telítődés határán van (NaCl, ~360 g/L). A tavak egy része a nyár folyamán élénk, olykor túlzott fürdőélet elszenvedői vélt vagy valós gyógyhatásuk miatt. Nem ritka eset, hogy ezekben a kis felületű tavakban a fürdőzők száma eléri az 1200 személy/ha sűrűséget. Sajnos néhány tavat ipari és háztartási szemét tározására használnak. Ezekről a tavakról viszonylag sok tudományos közlemény jelent meg többségükben román nyelven, melyek elsősorban az üledék enzimológiai és mikrobiológiai jellemzésével (Muntean és mtsai, 2006, Alinei és mtsai, 2006), eredetükkel, vizük fizikai és kémiai paramétereinek leírásával és a bevonatalkotó kovamoszatok előfordulásával illetve plankton alkotó algákkal foglalkoztak

(Nagy és Péterfi, 2008, Ionescu és mtsai, 1998). Mivel romániai víztestekben előforduló pikofitoplanktonról a közelmúltig irodalmi adat nem volt fellelhető illetve a romániai sós tavak fitoplankton közössége kevésbé ismert, ezért célul tűztük ki néhány Erdélyben található sós tó fizikai és kémiai jellemzőit megismerni, valamint a rétegződésüket és algaközösségüket, különös figyelmet fordítva a pikofitoplanktonra.

Anyag és módszer

Kutatásaink során az Erdélyi-medencében található 10 különböző sós tóból (**2. ábra**) vettünk felszíni és mélységi mintát 2010 (nyáron) és 2011-ben (téli és nyári). A tavak Désakna (Ocna Dej), Szék (Sic), Kolozs (Cojocna), Torda (Turda) Vízakna (Ocna Sibiului) települések határában helyezkedtek el. A helyszínen mértük a víz hőmérsékletét, a pH-t, az elektromos vezetőképességet és az oldott oxigén koncentrációját. Az elektromos vezetőképességéből becsültük a tavak sótartalmát. Laboratóriumban mértük a vízminták a-klorofill és összes foszfor koncentrációját illetve meghatároztuk a pikofitoplankton és nanofitoplankton sejtszámát, biomasszáját és összetételét. A fitoplankton fajszintű azonosítása molekuláris biológiai módszerek felhasználásával (PCR, DGGE, szekvencia-analízis) történt.

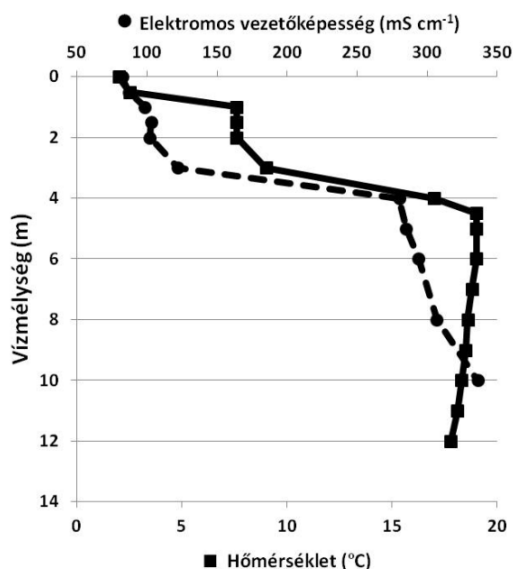


2. ábra. A vizsgált sós tavak földrajzi elhelyezkedése (pontok).

Eredmények

Kutatásaink során megállapítottuk, hogy a vizsgált sós tavakban a nátrium és klorid ionok dominálnak (Keresztes és mtsai, 2011). A vizsgált tavak sókoncentrációja a csapadék által hígított felszíni rétegektől a mélyebb rétegek fele folyamatosan emelkedett. A felszín alatti rétegekben (1-3 m) a sótartalom 25 és 180 g/L között változott, míg a mélyebb vízrétegekben (6-10 m) a sókoncentráció a tavak többségében meghaladja a 310 g/L értéket. A sókoncentráció alapján ezek a víztestek hipersós tavaknak minősülnek. A téli időszakban a tavak kettős, fordított kémiai és fizikai rétegződést mutatnak, mely során a mélység növekedésével a sótartalom és hőmérséklet egyaránt jelentősen emelkedik. Előfordult, hogy télen a víz hőmérséklete 2 °C-ról a mélység növekedésével folyamatosan emelkedett és 4 m mélységben elérte a 19 °C miközben a sókoncentráció többszörösére nőtt a felszínhez képest

(3. ábra). Nyáron az intenzív fürdőzés keverő hatásának következtében a tavak rétegzettsége megszűnt.



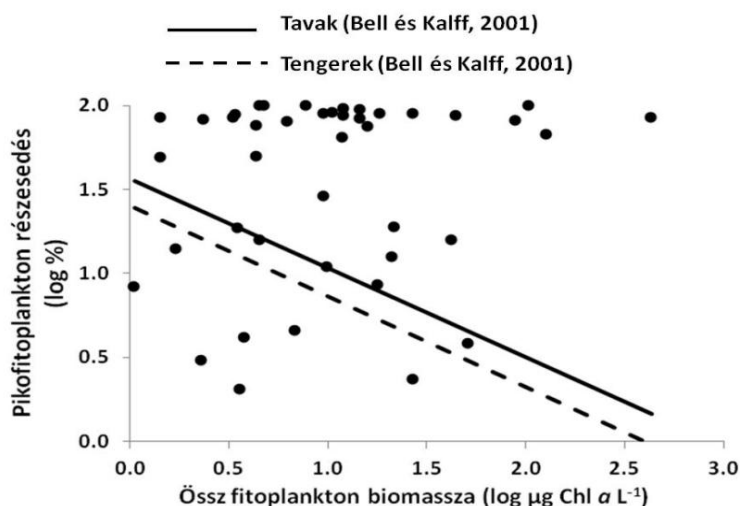
3. ábra. A vízoszlop téli, kettős és fordított rétegződése a tordai Akna tóban (Lacul Ocnei).

Az a-klorofill és az összes foszfor koncentrációja alapján a vizsgált tavak eutrófnak, illetve többségükben hipertrófnak számítanak, vagyis növényi tápanyagokkal bőségesen ellátottak, mely következtében a cianobaktériumok és az algák gyakran túlszaporodnak és vízvirágzást okoznak (Keresztes és mtsai, 2011).

A fitoplankton mikroszkópos vizsgálata során megállapítottuk, hogy a vizsgált sós tavak algaközösségét kisszámú faj alkotja, mely egyértelműen az extrém körülmények eredménye. A nanoalgák közül a sós vizekből jól ismert *Dunaliella* fajok mellett, *Rhodomonas/Cryptomonas*, *Chaetoceras* és *Dinophyta* fajok voltak fellelhetők kis számban. Pikocianobaktériumok és eukarióta pikoalgák az összes vizsgált tóban előfordultak, igen jelentős részesedéssel az össz fitoplankton biomasszából. A vizsgált tavakban pikocianobaktériumok maximális sejtszáma meghaladta a 7,3 millió sejtet milliliterenként,

míg az eukarióta pikoalgák legnagyobb abundanciája elérte a 7 millió sejt/mL-t, mely értékek a legnagyobb eddig jelzett adatok közé tartoznak.

Vizsgálva a pikofitoplankton részesedését az össz fitoplankton biomasszából azt találtuk, hogy a vizsgált időszakban legalább egy esetben pikocianobaktériumok és/vagy pikoalgák dominálták a fitoplankton magas trofitás mellett is. Ez a jelenség ellentétes azzal a tengerekre és édesvizekre is általánosan jellemző megfigyeléssel, mely szerint a pikofitoplankton részesedése az össz alga-biomasszából csökken a trofitás növekedésével (**4. ábra**), illetve ez egyedülálló jelenség hipersós tavak esetében.



4. ábra. Az Erdélyi-medence sós tavaiban a pikofitoplankton részesedése (pöttyök) az össz alga-biomasszából az általános trenddel ellentétben (Bell és Kalff, 2001) nem csökken a trofitás növekedésével.

A pikocianobaktérium és a pikoalga dominancia a különböző tavakban, télen illetve nyáron egyaránt előfordul, ami szemben áll azzal az eddig általános érvényűnek vélt szemlélettel, mely szerint a pikocinobaktériumok inkább nyáron, melegebb vízben, míg a pikoalgák inkább télen, hidegebb vízben válnak jelentős plankton alkotókká.

A vizsgált sós tavakban, molekuláris biológiai módszerek alkalmazásával 11 cianobaktérium illetve eukarióta alga taxont sikerült azonosítani, melyek a *Cyanobacteria*, *Cryptophyta*, *Haptophyta*, *Heterokontophyta* és *Chlorophyta* törzsekbe tartoztak. Eredményeink alapján a sós vizekben általánosan előforduló algák mellett (pl. *Dunaliella* sp.), meglepő módon tengeri nanoalgák (*Isochrysis* sp.), tengeri pikocianobaktériumok (*Synechococcus* marine clade VIII) illetve pikoeukarióta algák (*Picochlorum*) alkotják ezen sós tavak algaközösségeit (Keresztes és mtsai, 2012). A tengeri pikocianobaktériumok és tengeri pikoalgák jelenléte kontinentális hipersós tavakban ezidáig még nem volt dokumentálva Európában.

Következtetések

Erdély sós tavainak többsége a nyári intenzív fürdőzés és szennyezés következtében erős emberi zavarás alatt áll. Ezen zavarás következtében, nyáron megszűnik a tavak természetes rétegződése, illetve hipertróf körülmények jönnek létre, melyek alga tömegprodukciónak vezetnek. Pikocianobaktériumok és pikoalgák minden általunk vizsgált sós tóban előfordultak, illetve dominánssá váltak nagy trofitás mellett is. Erdély sós tavaiban a pikofitoplankton szezonális dinamikája jelentősen különbözik a tengerekben és tavakban tapasztalható képhez, a pikocianobaktériumok és eukarióta pikoalgák télen és nyáron is dominánssá válhatnak úgy a pikofitoplankton frakción belül mint a fitoplanktonban. Molekuláris biológiai módszerek alkalmazásával bizonyítást nyert, hogy a vizsgált sós tavakban nagy sejtszámban megtalálható pikocianobaktériumok és eukarióta pikoalgák tengeri eredetűek, illetve több tengeri nanoalga faj is fellelhető ezekben a tavakban. További jelentős felfedezésekhez vezethet annak a vizsgálata, hogy milyen módon kerültek tengeri fajok Erdély sós tavaiba. A lehetséges magyarázatok között szerepel a szél illetve a madarak általi terjesztés, esetleg az őstengerek eltűnésekor a sóban ragadt sejtek újbóli életre kelése és elszaporodása.

Köszönetnyilvánítás

Az új tudományos eredmények megszerzéséhez a Szerzővel legalább azonos mértékben hozzájárultak a következő személyek: Vörös Lajos (MTA ÖK BLI, Tihany), Felföldi Tamás (ELTE, Budapest), Somogyi Boglárka (MTA ÖK BLI, Tihany), Németh Balázs (MTA ÖK BLI, Tihany).

Köszönet illeti Nagy Erikát és Bartha Csabát a mintavétel és adatfeldolgozás során nyújtott segítségért.

A kutatást anyagilag támogatták: Collegium Talentum, EDUTUS Főiskola, Tatabánya; Human Resources Development Program (POSDRU 88/1.5/S/60185, Doctoral studies: through science towards society); CNCSIS/UEFISCDI TE306/70; Országos Tudományos Kutatási Alap (OTKA K 73369), Domus Hungarica Scientiarum et Artium, Budapest.

Felhasznált és ajánlott irodalom

- Alinei R, Ionica A, Cheratoiu C, Cicu A, Gheorghita D, Guzu D, Falamas R, Bucurenciu C, Arimie B, Morinescu M, Oprean L (2006) Isolation of halophytic microorganisms in the saline lakes from Ocna Sibiului and analysis of red pigments production. *Acta Univ. Cibensis, Series E, Food Techn. Vol. X/2: 21-33.*
- Bell T, Kalff J (2001) The contribution of picophytoplankton in marine and freshwater systems of different trophicstatus and depth. *Limnol. Oceanogr.* 46: 1243-1248.
- Callieri C (2008) Picophytoplankton in freshwater ecosystems: the importance of small-sized phototrophs. *Freshwat. Rev.* 1: 1-28
- Fodorpatiki L, Papp J, Bartha Cs, Keresztes Zs Gy (2010) *Növényélettan és ökofiziológia laboratóriumi gyakorlatok.* Kolozsvári Egyetemi Kiadó. ISBN 978-973-595-109-2
- Fodorpatiki L, Szigyártó L, Bartha Cs (2009) *Növénytani ismeretek.* Scientia Kiadó, Kolozsvár. ISBN 978-973-1970-12-7

- Ionescu V, Năstăsescu M, Spiridon L, Bulgăreanu VAC (1998) The biota of Romanian lakes on rock salt bodies: A review. *Internat. J. Salt Lake Res.* 7: 45-80.
- Keresztes Zs Gy, Nagy E, Somogyi B, Németh B, Bartha Cs, Székely Gy, Dragoş N, Vörös L (2011) Az Erdélyi-medence sós tavainak trofitási viszonyai. *Hidrol. Közl.* 91: 46-48.
- Keresztes Zs Gy, Felföldi T, Somogyi B, Székely Gy, Dragoş N, Márialigeti K, Bartha Cs, Vörös L (2012) First record of picophytoplankton diversity in Central European hypersaline lakes. *Extremophiles* 16: 759-769.
- Mózes A, Kiss B, Vörös L (2007) Feltűnő pikoplankton szegénység folyó vizekben. *Hidrol. Közl.* 87: 101-103.
- Muntean V, Crişan R, Paşca D, Kiss S, Drăgan-Bularda M (1996) Enzymological classification of salt lakes in Romania, *Internat. J. Salt Lake Res.* 5: 35-44.
- Nagy L, Péterfi LS (2008) Preliminary data on the diatom communities from “Lacul Sulfuros” (“Lake No. 6”) near Turda (Cluj County, Romania). *Contrib. Bot.* XLIII, 105-111.
- Vörös L, Mózes A, Somogyi B (2009) A five-year study of autotrophic winter picoplankton in Lake Balaton, Hungary. *Aquat. Ecol.* 43: 727-734.
- Vörös L, V.-Balogh K, Boros E (2005) Pikoplankton dominancia szikes tavakban. *Hidrol. Közl.* 85: 166-168.