



SZENT ISTVÁN
EGYETEM



GAZDASÁG- ÉS TÁRSADALOMTUDOMÁNYI KAR,
GÖDÖLLŐ

Studia Mundi - Economica

Vol 4. No. 1.

2017

Studia Mundi - Economica

Vol. 4. No. 1.

IMPRESSZUM

Szerkesztőbizottság elnöke:

Szücs István

Főszerkesztő:

Káposzta József

Szerkesztőbizottság tagjai:

Bandlerova, Anna – Slovak University of Agriculture in Nitra, Slovakia
Baranyai, Zsolt – Szent István Egyetem
Bielik, Peter – Slovak University of Agriculture in Nitra, Slovakia
Csehné Papp, Imola – Szent István Egyetem
Curt, Paula - Babeş-Bolyai University Cluj-Napoca, Romania
Ivolga, Anna – Stavropol State Agrarian University, Russia
Kodenko, Jekatyerina – Szent István Egyetem
Kollár, Péter – Szent István Egyetem
Maciejczak, Mariusz – Warsaw University of Life Sciences
Nagyné Molnár, Melinda – Szent István Egyetem
Neszmélyi, György Iván – Budapesti Gazdasági Egyetem
Stratan, Alexandru – National Institute for Economic Research, Moldova
Szabó, Zoltán – Szent István Egyetem
Szigetváriné Járasi, Éva Zsuzsanna – Szent István Egyetem
Szlávicz Ágnes - University of Novi Sad, Serbia
Törőné Dunay, Anna – Szent István Egyetem
Trzcielinski, Stefan - Poznan University of Technology
Zmija, Janusz – University of Agriculture in Krakow

Szerkesztő:

Nagy Henrietta

Technikai szerkesztő:

Áldorfai György

Szakmai lektorok (4. évf. 1. sz):

Ivolga Anna
Kassai Zsuzsanna
Káposzta József
Nagy Henrietta
Neszmélyi György Iván
Péli László
Ritter Krisztián
Tóth Tamás
Szücs István
Varga-Nagy Adrienn
Villányi László

Szerkesztőség címe:

2100 Gödöllő, Páter Károly u. 1.

E-mail: studia.mundi@gtk.szie.hu, Honlap: <http://studia.mundi.gtk.szie.hu>

Kiadó:

Szent István Egyetemi Kiadó Nonprofit Kft.

2100 Gödöllő, Páter Károly u. 1.

HU ISSN 2415-9395

2017.

Tartalomjegyzék / Table of contents

| | |
|---|-----|
| TARTALOMJEGYZÉK / TABLE OF CONTENTS | 1 |
| REORGANIZÁCIÓ, OUTPLACEMENT A VERSENYKÉPESSÉG ÉRDEKÉBE - REORGANIZATION AND OUTPLACEMENT IN THE INTEREST OF COMPETITIVENESS | |
| Chovan Brigitta, Poór József..... | 3 |
| A MUNKA-MAGÁNÉLET EGYENSÚLY A MAGYAR VÁLLALATOK GYAKORLATÁBAN - WORK-LIFE BALANCE IN THE PRACTICE OF HUNGARIAN COMPANIES | |
| Csehné Papp Imola, Varga Erika | 15 |
| KÖZÖSSÉGI SZEREPVÁLLALÁS HELYI FEJLESZTÉSI STRATÉGIA KIALAKÍTÁSÁBAN - COMMUNITY RESPONSIBILITY IN CREATION OF LOCAL DEVELOPMENT STRATEGY | |
| Gerencsér Ilona, Áldorfai György..... | 26 |
| A CSŐD MEGÍTÉLÉSE HITELEZŐI OLDALRÓL - JUDGMENT OF BANKRUPTCY FROM THE CREDITOR'S POINT OF VIEW | |
| Hollik Gergő, Ugrósd György..... | 35 |
| A HAZAI HÁZTARTÁSI ÉLELMISZERHULLADÉKBA KERÜLŐ SERTÉSHÚS ÉS SERTÉSHÚSKÉSZÍTMÉNYEK EGYES TÁRSADALMI ÉS ÖKOLÓGIAI HATÁSAI - CERTAIN SOCIAL AND ECOLOGICAL IMPACTS OF PORK AND PORK PRODUCTS GOING TO HOUSEHOLD WASTE IN HUNGARY | |
| Hubert Klára, Szűcs István..... | 42 |
| A GAMIFIKÁCIÓ FEJLŐDÉSE ÉS A MAGYAR GAMIFIKÁCIÓS TREND ALAKULÁSA - THE EVOLUTION OF GAMIFICATION AND THE CHANGE OF THE HUNGARIAN GAMIFICATION TREND | |
| Pacsi Diána, Szabó Zoltán..... | 57 |
| A NŐK MUNKAERŐ-PIACI RÉSZVÉTELE MAGYARORSZÁGON EURÓPAI ÖSSZEHASONLÍTÁSBAN - PARTICIPATION IN THE LABOUR MARKET OF WOMAN IN HUNGARY IN EUROPEAN CONTEXT | |
| Szabó Katalin | 69 |
| A MUNKAERŐPIACON ELVÁRT KOMPETENCIÁK RELEVÁNCIÁJÁNAK ÖSSZEHASONLÍTÓ ELEMZÉSE A MUNKÁLTATÓK ÉS A FELSŐOKTATÁSBAN VÉGZŐS FIATAL MUNKAVÁLLALÓK ASPEKTUSÁBÓL - THE COMPARATIVE ANALYSIS OF THE RELEVANCE OF LABOUR MARKET COMPETENCIES FROM THE ASPECT OF EMPLOYERS AND YOUNG (UNDER)GRADUATES OF HIGHER EDUCATION | |
| Varga Erika, Szira Zoltán, Boda Helga, Hajós László..... | 82 |
| ZÖLDTURIZMUS A JÖVŐ STRATÉGIAI IRÁNYA? - GREEN TOURISM AS THE FUTURE'S STRATEGIC DIRECTION? | |
| Varga-Nagy Adrienn, Káposzta József, Nagy Henrietta..... | 94 |
| KOVÁSZNA MEGYE NÉPESSÉGE ÉS A RÉGIÓ VISZONYA - COVASNA COUNTY POPULATION AND THE REGION'S RELATIONSHIP | |
| Botos Attila | 103 |

**A GLOBALIZÁCIÓ HATÁSA MEZŐGAZDASÁGI VÁLLALATOK DÖNTÉSI
FOLYAMATAIRA - IMPACTS OF GLOBALIZATION IN THE DECISION MAKING
PROCESS OF AGRICULTURAL ENTERPRISES**

István Fehér, Nikolett Mihály 113

REORGANIZÁCIÓ, OUTPLACEMENT A VERSENYKÉPESSÉG ÉRDEKÉBE REORGANIZATION AND OUTPLACEMENT IN THE INTEREST OF COMPETITIVENESS

Chovan Brigitta¹, Poór József²

¹PhD hallgató, ²egyetemi tanár - DSc

Gazdálkodás és Szervezéstudományi Doktori Iskola Szent István Egyetem,
Szent István Egyetem, GTK TI, Emberi Erőforrások - Személyes vezetés Tanszék

E-mail: brigitta.chovan@gmail.com, poor.jozsef@gtk.szie.hu

Összefoglalás

A jelenlegi gazdasági helyzetben a vállalkozásoknak akkor van létjogosultságuk, ha képesek megfelelni a folyamatos megújulás, versenyképesség, hatékonyság követelményeinek, rugalmas átszervezésekkel, megfelelő stratégiák, rendszerek kiépítésével. A HR funkció sikere azon múlik, képes-e értéket teremteni, s az üzleti siker érdekében szükségessé váló reorganizációs stratégia, outplacement élére állni.

A kutatás célja megállapítani, hogy a versenyképesség növelésében mennyire hangsúlyos szerepet tölt be a reorganizáció és az outplacement.

Jelentőségét, aktualitását abban látjuk, hogy a megalkotott „Best Practice” útmutatást nyújt a HR szakembereknek ahhoz, hogy milyen stratégiákkal, módszerekkel tudnak hozzájárulni a manapság egyre hangsúlyosabb vállalati versenyképesség növeléséhez.

Abstract

In the current state of economy, a company has a perspective only if it is able to adapt itself to these changes in a competitive and effective way through flexible restructuring, and building relevant strategies and systems. The success of the HR function depends on its ability to create value through the business activity as well as to lead the reorganization strategy and outplacement process that is necessary for business success.

The aim of the research is to study the role of reorganization process implementations and outplacement in the increasing of business competitiveness.

What makes the research important and actual is that the created “Best Practice” gives a guide about what strategies and methods HR professionals can apply to increase business competitiveness that is getting more and more emphasis nowadays.

Kulcsszavak: reorganizáció, outplacement, versenyképesség, legjobb gyakorlatok, HR kompetenciák

JEL besorolás: D21, D22, D23, J01, J21, J24, J63, L16, L22, M12, M51, M54, O15

LCC: HD28-70, HD58.7-58.95

Bevezetés

Az üzleti környezet folyamatos változással próbál megfelelni a fogyasztók egyre kifinomultabb igényeinek, s a 2008 októberében elindult világválság hatásait a legtöbb szervezet reorganizációval tudta csak túlélni.

Nem vonható kétségbe, hogy egy vállalat sikere és teljesítménye szempontjából az emberi tényező, a munkavállaló meghatározóbb, mint eddig valaha. A humán tőke leghatékonyabb

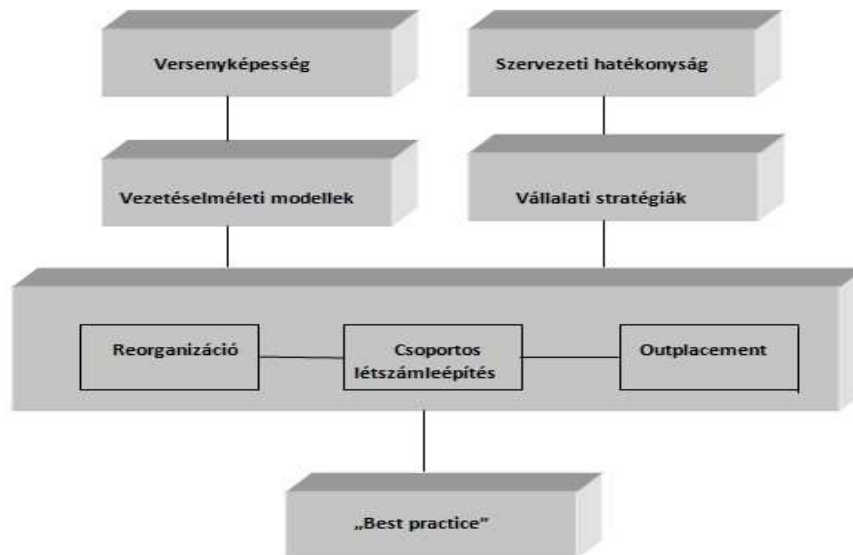
kiaknázása úgy érhető el, ha a HR (Human Resource, emberi erőforrás) szakemberek is új szemléletet sajátítanak el (Karoliny – Poór, 2010), stratégiai partnerré, üzleti tanácsadóvá válnak, hiszen egyre inkább kulcsszerepet töltenek be a befektetett humán tőke megtérülésének maximalizálásában. A HR funkció sikere azon múlik, hogy képes-e az üzleti tevékenység révén értéket teremteni, s az üzleti siker érdekében szükségessé váló reorganizációs stratégia, outplacement folyamat élére állni. A kutatás eredményeként elkészült a reorganizációt támogató HR „Best Practice”, valamint a reorganizációs folyamat modellje. Jelentőségét hangsúlyozza, hogy ilyen jellegű legjobb HR gyakorlatokat korábban még nem készítették.

Anyag és Módszertan

Kutatás célja, kutatási modell

A vizsgálat célja, hogy megállapítsuk a vállalati versenyképesség növelésében mennyire hangsúlyos szerepet tölt be a reorganizációs folyamatok végrehajtása és az outplacement, s hogyan, milyen stratégiákkal, módszerekkel, programokkal tudnak hozzájárulni a HR szakemberek a sikerhez, a kiváló vállalati eredmények eléréséhez.

A szakirodalmat, tapasztalatunkat, néhány vállalati vezető interjú technikával átadott tapasztalatát, különböző kutatási felmérések eredményeit a reorganizáció, versenyképesség témakörében összevetettük. Végül, de nem utolsó sorban a kutatási kérdőív Szervezetfejlesztők Magyarországi Társaságának (SZMT) tagjai által, tanácsadói tevékenységük során egy sikeres vállalati reorganizáció kapcsán alkotott véleményüket, és az imént említett kutatási eredményeket figyelembe véve készült el a HR „Best Practice”, ami hozzájárul a sikeres reorganizációs stratégia megvalósításával a vállalati versenyképességhez. Ennek megfelelően a kutatási modell az 1. ábrán látható.



1. ábra: Kutatási modell

Forrás: Chovan, 2012.

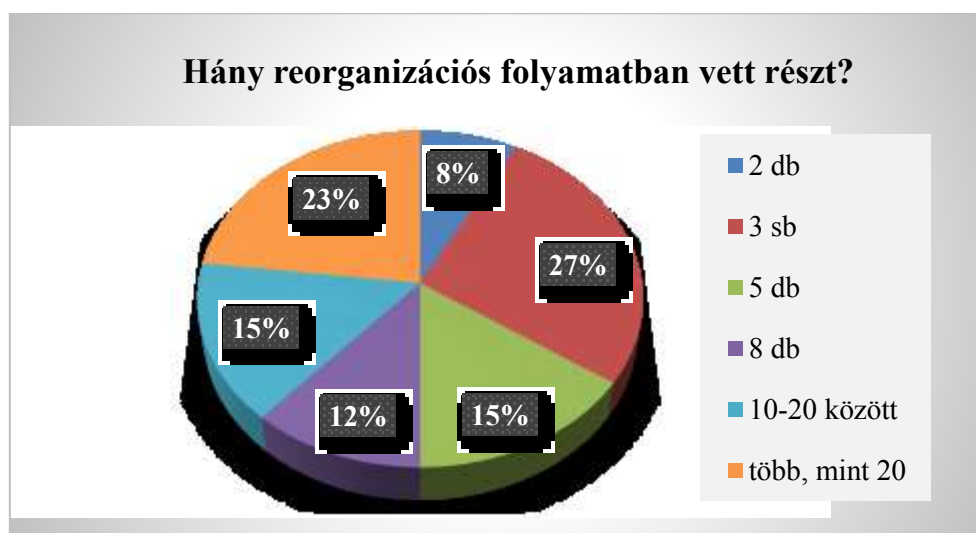
Alkalmazott kutatási módszerek

Az empirikus adatgyűjtést 25 db tárgyköri kérdést tartalmazó, online kitöltésű, saját kutatási kérdőív biztosította. Adatforrásként az Európai Munkafeltétel felmérés, a DGS Global

Research, a Cranfield Egyetem által működtetett CRANET1 HR kutatási eredményeket, valamint az SZMT tanácsadók és vállalati vezetők álláspontját használtuk. Szekunder adatgyűjtést a szakirodalom és vállalati anyagok elemzésével biztosítottuk, a következtetések alaposabb alátámasztása érdekében. A kutatásról elmondható, hogy bizonyos szempontból felderítő jellegű, mivel a reorganizációval kapcsolatban kérdőíves felmérést még nem készítettek abból a célból, hogy eredményeként egy „Best Practice”-t hozzanak létre. Mint azt Poór (2009a) könyvében hangsúlyozta, a nemzetközi cégek előszeretettel alkalmazzák az ún. „legjobb gyakorlat („Best Practice”)” elvet, ennek ellenére a kutatómunka során a versenyképesség érdekében alkalmazott reorganizációra ilyen jellegű legjobb HR gyakorlatot nem találtunk. Az interjúk, az on-line válaszadás során a statisztikai elemzés érdekében azonos kérdőív került alkalmazásra. Az egyes kérdések ún. cél szerinti csoportosítás alapján kerültek összeállításra annak érdekében, hogy szerkezetileg logikus legyen az interjú. A tárgyköri kérdések esetében direkt jellegű, zárt típusú kérdések szerepeltek, de szinte minden pontnál lehetőség volt az egyéb vélemény megtételére. 19 db kérdés esetén 1-6-ig terjedő, ún. értékelő skála (Likert-típusú, azaz egyetértő skála), 3 esetben három kimenetű zárt kérdés, s szintén három esetben arányskála használata történt. A pontosabb értékelés érdekében a kérdőívet kitöltők összetételének meghatározására szűrők kerültek beiktatásra, egyrészt a kitöltőre vonatkozóan (név, cég neve, tevékenységének megadása nem volt kötelező, szakmai tapasztalat, reorganizációs tapasztalat száma), másrészt a sikeres reorganizációt végrehajtott cégre vonatkozóan (tevékenységi kör, tulajdonforma, állományi létszám, reorganizáció sikerességének megítélése).

Résztevői statisztika

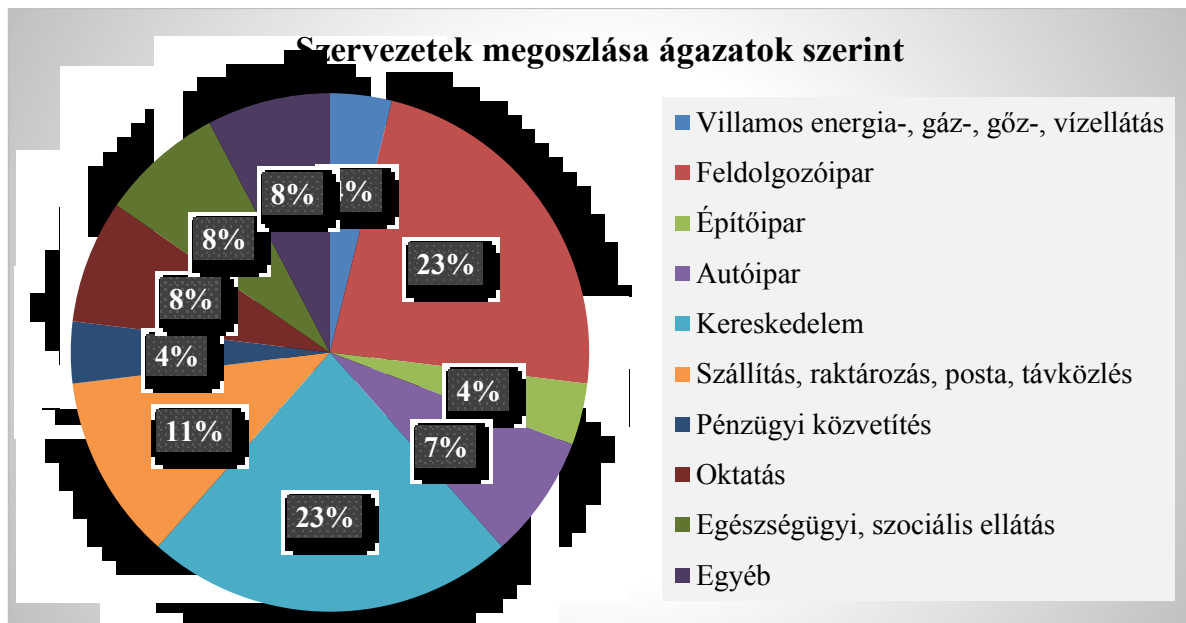
A szakértői megkeresés során kiderült, hogy az SZMT tagjai közül 21 fő, továbbá az ismeretségi körünkbe tartozó első számú igazgatók közül 5 fő vett részt reorganizációs folyamatban, így őket tekintettük 100 %-os mintavételnek. Az elvégzett kutatás ugyan nem tekinthető reprezentatívnak, de a 2. ábrán látható diagramból kitűnik, hogy a válaszadók 23 %-a több mint 20 átszervezési folyamatban vett részt. A témakörben megszerzett nagyarányú tapasztalat lehetővé tette a reorganizációt támogató HR Best Practice elkészülését.



2. ábra: Kutatási kérdőívet kitöltők reorganizációs tapasztalatai

Forrás: Saját kutatási eredmények

¹ CRANET – az angliai Cranfield University által alapított és működtetett Emberi Erőforrás Kutatási Hálózat, melynek a Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar Gazdálkodástudományi Intézetének Vezetési és Szervezési Tanszéke is tagja. A tagság olyan módszertani tudásanyaghoz és empirikus adatbázishoz juttatja a tanszék kutatóit, amely a nemzetközi vérkeringés fő áramlatába helyezi őket.

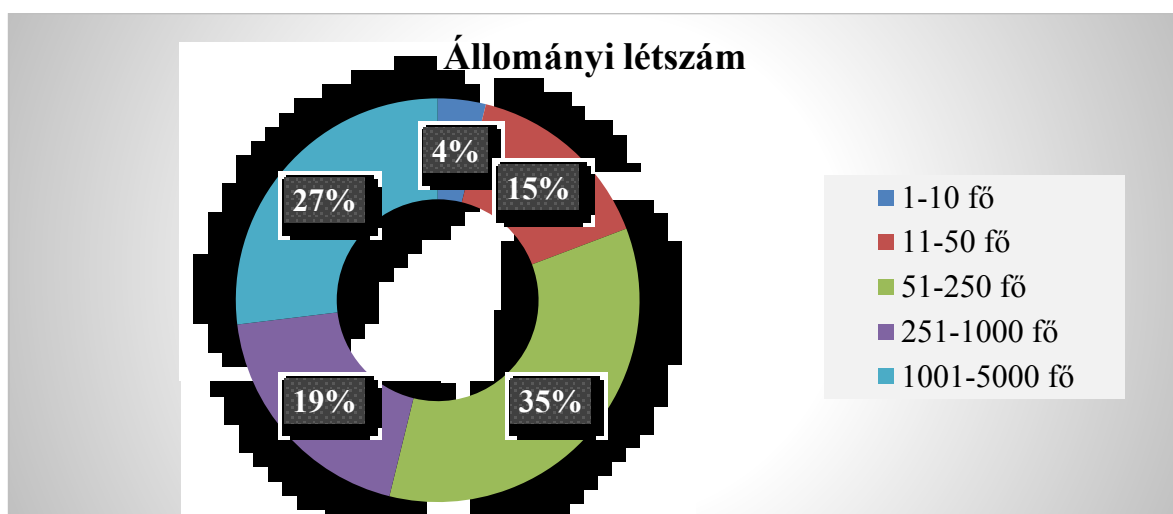


3. ábra: Kutatásban résztvevő szervezetek ágazatok szerinti megoszlása

Forrás: Saját kutatási eredmények

Amennyiben a reorganizációt végrehajtó vállalatok és az ágazati hovatartozás közötti kollerációt vizsgáljuk megállapítható, hogy a feldolgozóipar, kereskedelem és az autóipar területén volt jelentős a végrehajtott reorganizációk száma, mely tükrözi azt is, hogy egy-egy szervezet milyen mértékben vált a globális válság áldozatává (3. ábra).

A kutatási kísérletbe bevont vállalatok állományi létszámát tekintve (4. ábra) megállapítható, hogy jelentős mértékben – 27% – képviseltették magukat az 1000–5000 főig foglalkoztató munkáltatók, valamint a KKV-k, míg az 5000 fő feletti munkáltatók a kutatásban nem reprezentáltak. Ennek két oka is lehet. Egyrészt, az ilyen méretű nagyvállalatok kiterjedt létszámú humán erőforrás apparátussal rendelkeznek, így vélhetően a reorganizációs tevékenységeket külső tanácsadó nélkül valósították meg, többek között a csoportos létszámleépítést is.

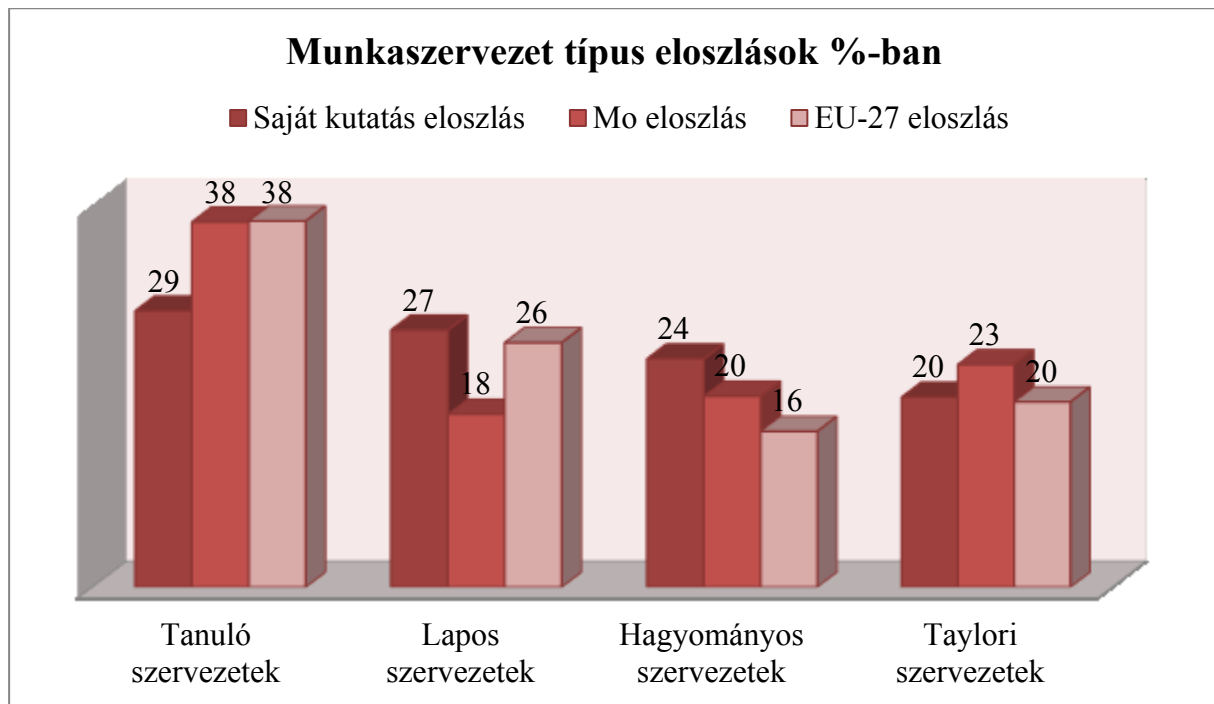


4. ábra: Kutatásban résztvevő szervezetek állományi létszáma

Forrás: Saját kutatási eredmények

Eredmények

A kutatás tárgyköri kérdéseinek első része a versenyképességi vizsgálatokra vonatkozott. A 2005-ös Európai Munkafeltétel-felmérés (EWCS)² eredményei alapján azonosították a kutatók azt a 4 munkaszervezeti típust, amely a munka minőségének, termelékenységnek a fejlesztését, a versenyképesség biztosítását, az innovációt és a nagyfokú tanulási kapacitást leginkább elősegíti. Ennek megfelelően kutatásunk első kérdése arra irányult, hogy a sikeres reorganizációt végrehajtó vállalatokra, e munkaszervezet típusok közül melyik a legjellemzőbb. Az eredményeket az 5. ábra mutatja.



5. ábra: Kutatásban résztvevőkre jellemző munkaszervezet típusok

Forrás: Saját kutatási eredmények, valamint EWCS kutatási adatok Valeyre et al. (2008) alapján Makó et al. (2008) p.1080

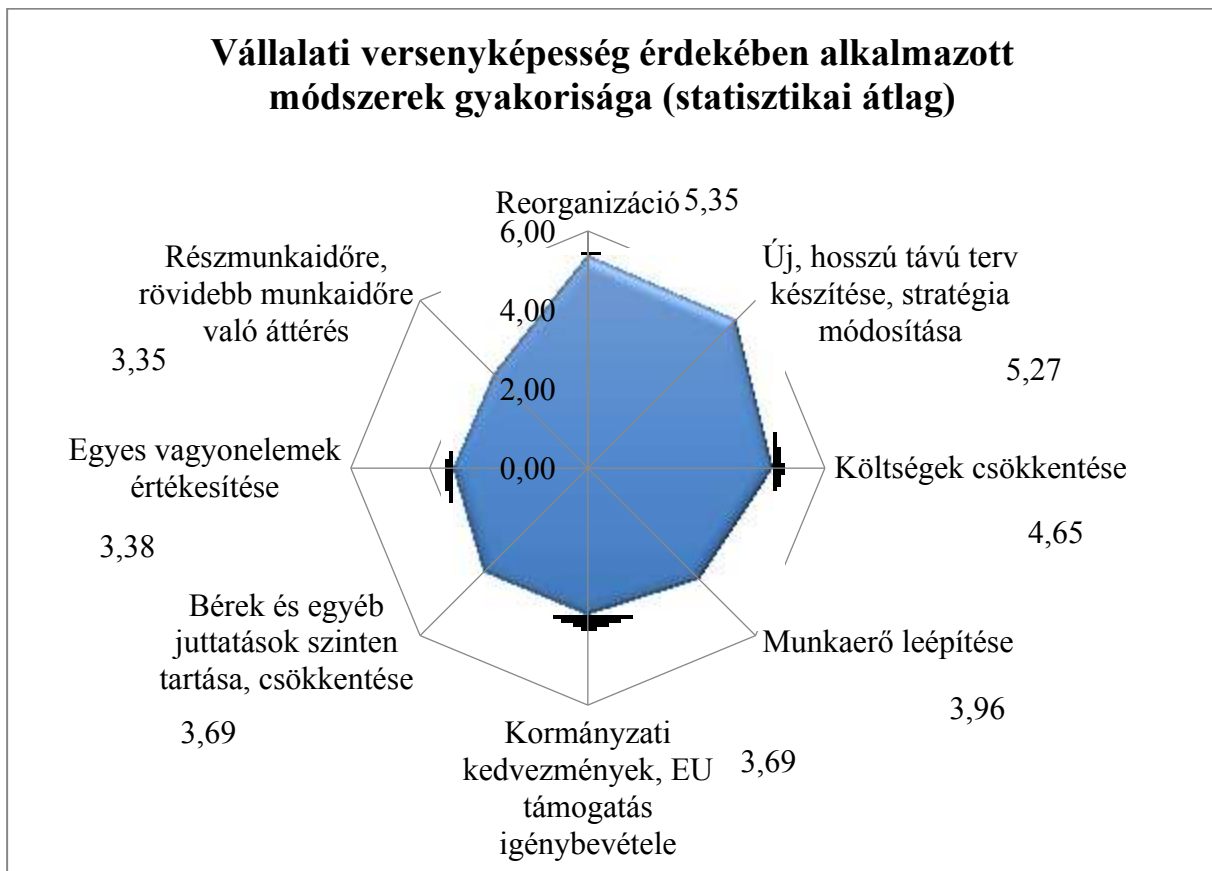
Összehasonlítva az EWCS kutatás eredményeit a saját kutatási eredményeinkkel látható, hogy a tanuló szervezeteket átlagon felüli gyakoriság (38%) jellemzi Magyarországon és az EU-27 országaiban, a saját kutatási eredményünk ettől egy kicsit elmaradt (29%), de még mindig a legmagasabb szintet érte el. Elsősége annak tudható be, hogy a versenyképesség érdekében nagy hangsúlyt fektetnek az ilyen szervezetek az autonóm munkacsoportokra, a munka minőségének önálló ellenőrzésére, a tanulás és problémamegoldás fontosságára és a feladatok komplexitására, mely a hatékonyságot nagymértékben elősegíti. Ezen túlmenően elmondható, hogy Magyarországon egyre több szolgáltató központ folytat tevékenységet, melyek jellemzően a tudás intenzív, tanuló munkaszervezeti típusra jellemző keretek között működnek.

A következő pontban arra kerestük a választ, hogy a vállalati versenyképesség növelése érdekében a felsorakoztatott módszerek, lehetőségek milyen mértékben játszanak szerepet. Itt vizsgáltuk meg azt a kérdést is, hogy a válság hatására sikeres reorganizáció keretében milyen

² Az Európai Munkafeltétel-felméréshez (European Working Condition Survey, EWCS) az MTA Szociológiai Kutatóintézetének Munka- és Szervezetszociológiai Műhelye is csatlakozott ahhoz a nemzetközi kutatási konzorciumhoz, amely a felméréssel kapcsolatos másodelemzéseket végezte. Több mint 29 ezer munkavállaló válaszolt a kérdőívre, az elemzések során négy munkaszervezet-típust különböztettek meg: tanuló-, karcsúsított vagy lapos, taylora és hagyományos vagy egyszerű szervezeti struktúrát.

intézkedéseket hajtottak végre a résztvevő vállalatok. A saját kutatási eredményt tekintve megállapítható, hogy a jelenlegi gazdasági helyzetben a vállalati versenyképesség növelése érdekében a reorganizáció tölti be a leghangsúlyosabb szerepet 5,35 értékkel, ezt követi az új, hosszú távú terv, stratégia készítése, módosítása (5,27), s harmadik helyen áll a költségek csökkentése (6. ábra).

A jelenlegi gazdasági válság hatására a kereslet-kínálat arányok módosultak, az árbevétel, a költségek, és a rendelkezésre álló erőforrások, feladatok jelentősen megváltoztak. Ezekre a változásokra megfelelő válaszokkal kell reagálniuk a cégeknek. Ez olykor a költségek csökkentését (bérköltség, bér munkások számának, utazási, képzési, reklám, stb.) jelenti. Ezek az intézkedések leginkább rövidtávon segítenek, de hosszú távon sokszor mélyrehatóbb intézkedéseket kell hozni, reorganizációs folyamatokat kell végrehajtani.



6. ábra: Vállalati versenyképességet biztosító módszerek gyakorisága

Forrás: Saját kutatási eredmények

Saját kutatási eredményeink alátámasztják ezt a megállapítást, hiszen a kutatásban résztvevő vállalatok reorganizáció keretében a szervezeti átalakítást, létszámcsökkentést jelölték meg teljes mértékben jellemző, végrehajtott intézkedésként (1. táblázat). A 2012-es CRANET kutatási eredmények is azt mutatják, hogy Magyarországon az elmúlt években a vállalatok összlétszáma a megkérdezett 62 szervezet 52%-ánál csökkent, csak egyharmadánál növekedett, s 14%-uknál nem változott (Poór et al., 2012).

1. Táblázat: Válság hatására végrehajtott intézkedések

| Kérem, ismertesse, hogy a válság hatására sikeres reorganizáció keretében mely intézkedéseket hajtották végre? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | Súlyozott átlag |
|--|---|---|---|----|----|---|-----------------|
| <i>Szervezeti átalakítás, összevonás</i> | 0 | 0 | 0 | 12 | 6 | 8 | 4,85 |
| <i>Létszámcsökkentés, csoportos létszámleépítés</i> | 2 | 0 | 0 | 1 | 19 | 4 | 4,81 |
| <i>Általános költségcsökkentés</i> | 3 | 0 | 3 | 6 | 6 | 8 | 4,38 |
| <i>Képzések szervezése (pl. 4+1 munkanap)</i> | 0 | 3 | 3 | 7 | 9 | 4 | 4,31 |
| <i>Létszám befagyasztása</i> | 3 | 0 | 9 | 4 | 7 | 3 | 3,81 |
| <i>Bérek/jutalmak befagyasztása</i> | 4 | 0 | 7 | 7 | 7 | 1 | 3,62 |
| <i>Tevékenységek kiszervezése</i> | 3 | 4 | 3 | 8 | 6 | 2 | 3,62 |
| <i>Fizetési határidők kitolása</i> | 8 | 3 | 0 | 6 | 4 | 5 | 3,38 |
| <i>Oktatási-képzési költségek visszafogása</i> | 9 | 0 | 5 | 4 | 2 | 6 | 3,31 |
| <i>Kölcsönzött munkaerő igénybevételének csökkentése</i> | 8 | 3 | 0 | 9 | 3 | 3 | 3,19 |
| <i>Munkaerőigény megoldása munkaerő kölcsönzéssel</i> | 8 | 0 | 9 | 4 | 0 | 5 | 3,12 |
| <i>Korengedményes nyugdíjazás</i> | 6 | 3 | 3 | 11 | 3 | 0 | 3,08 |
| <i>Atipikus foglalkoztatási formák bevezetése</i> | 5 | 4 | 6 | 7 | 4 | 0 | 3,04 |

Forrás: Saját kutatási eredmények

A vizsgálat következő része arra irányult, hogy a sikeres reorganizációt végrehajtó szervezetnél a HR terület hozzájárulása a vállalat eredményességéhez miben mutatkozik meg. Feltételezésünk szerint leginkább abban, hogy a HR vezető megbízható tanácsadóként tevékenykedik.

A CRANET 2009 eredményei alapján a jellegzetes sikert hozó HR kompetenciákat – megegyezően az Ulrich és szerzőtársai által 2009-ben azonosított HR menedzseri kompetenciákkal – három témakörben emelték ki:

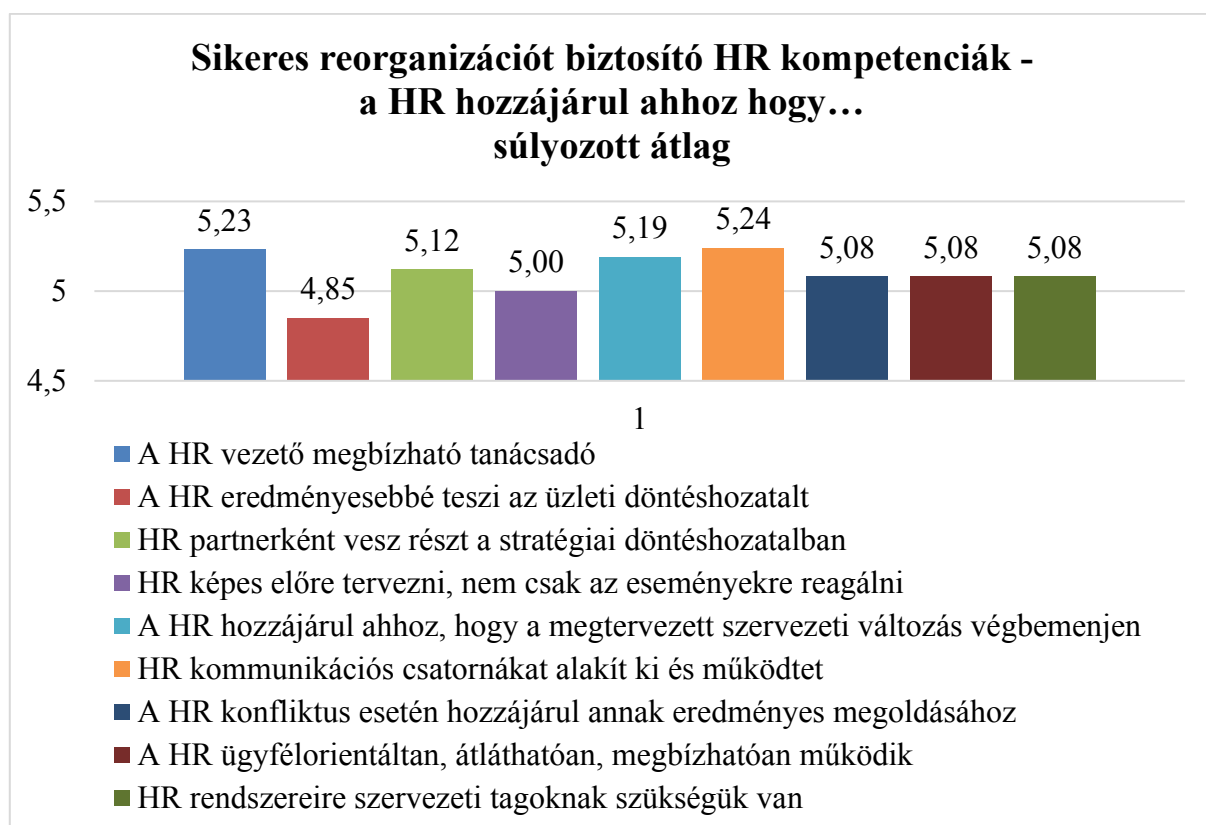
- személyes hitelesség (magában foglalja eredményességet, hatékony kapcsolatokat, kommunikációs képességet) 84%-os eredményt ért el
- változásmenedzselési képességek 68%-ban voltak dominánsak
- üzleti ismeretek, hangsúlyozva az értékteremtést 66%-ot kaptak (Poór, 2009b)

A fenti kompetenciák összességét kutatásunkban úgy definiáltuk, hogy a „HR vezető, mint megbízható tanácsadó” tevékenykedik, így járul hozzá a vállalat eredményességéhez. Ehhez szükséges, hogy mint HR szakemberek:



7. ábra: HR vezető, mint megbízható tanácsadó

Forrás: Chovan, 2013.



8. ábra: Sikeres reorganizációt biztosító HR kompetenciák

Forrás: Saját kutatási eredmények

Saját kutatási eredményeinket vizsgálva megállapítható, hogy a válaszadók első helyen szerepeltették a kommunikációs csatornák kialakításának és működtetésének (5,24) jelentőségét, s második helyre rangsorolták a HR vezető megbízható tanácsadó kompetenciát, 5,23 értékkel (8. ábra). Ez a vizsgálati eredmény is alátámasztotta következő feltételezésünket,

melyben arra kerestük a választ, hogy a résztvevők miben látják a reorganizációs stratégia sikerének kulcsát (2. táblázat). Válaszukban egyértelműen első helyre került az őszinte, nyílt kommunikáció, 5,69-es értékkel.

2. Táblázat: Reorganizációs stratégia sikerkritériumai

| Kérem, rangsorolja a sikeres reorganizációs sikerességét tényezőket: | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | Statisztikai átlag |
|---|----------|----------|----------|----------|----------|----------|---------------------------|
| <i>Őszinte, nyílt kommunikáció</i> | 0 | 0 | 0 | 0 | 8 | 18 | 5,69 |
| <i>A menedzsment team támogatása, elkötelezettsége</i> | 0 | 0 | 0 | 5 | 0 | 21 | 5,62 |
| <i>HR osztály felkészültsége, közreműködése</i> | 0 | 0 | 0 | 6 | 8 | 12 | 5,23 |
| <i>Válságstratégia megalkotása, akciótervek végrehajtása</i> | 0 | 0 | 4 | 3 | 3 | 16 | 5,19 |
| <i>A folyamat ütemezése</i> | 0 | 0 | 2 | 7 | 6 | 11 | 5,00 |
| <i>Működési költségek csökkentése</i> | 3 | 0 | 0 | 7 | 6 | 10 | 4,65 |
| <i>Vállalatok közötti együttműködés erősítése</i> | 0 | 0 | 5 | 9 | 9 | 3 | 4,38 |
| <i>Állami válságkezelési támogatás igénybevétele</i> | 7 | 0 | 8 | 8 | 3 | 0 | 3,00 |

Forrás: Saját kutatási eredmények

A szervezetek versenyképességének biztosítása, a folyamatos kiváló eredmények teljesítése megköveteli a növekvő fogyasztói igények kielégítését, a külső-belső környezet összhangjának megteremtését. Ez legtöbb esetben változásokat követel a szervezetek életében. Ulrich (1997) szerint ezekben a reorganizációs folyamatokban a HR szakembereknek változásmenedzserként kell funkcionálniuk, nekik kell végrehajtani a változásokat, megértetni a szervezettel azok szükségességét, valamint kiépíteni a megfelelő kommunikációs folyamatokat (Armstrong, 2009).

Az üzleti szemlélet, a globalizáció, az innováció, a hatékonyság, a versenyképességre való törekvés magasabb kompetenciákat követel meg a vezetőktől, mint korábban (McKinsey, 2010). A bemutatott kutatások eredményeiből is kitűnik, hogy a HR szakemberek egyre intenzívebben töltenek be vezetői, vagy változásmenedzselési szerepet. A HR funkciót betöltőtől nem csupán a költségekhez és a hatékonysághoz, hanem a profithoz és bevétel-növekedéshez kapcsolódó módszerek, gyakorlatok kialakítását, alkalmazását is egyre inkább megkövetelik.

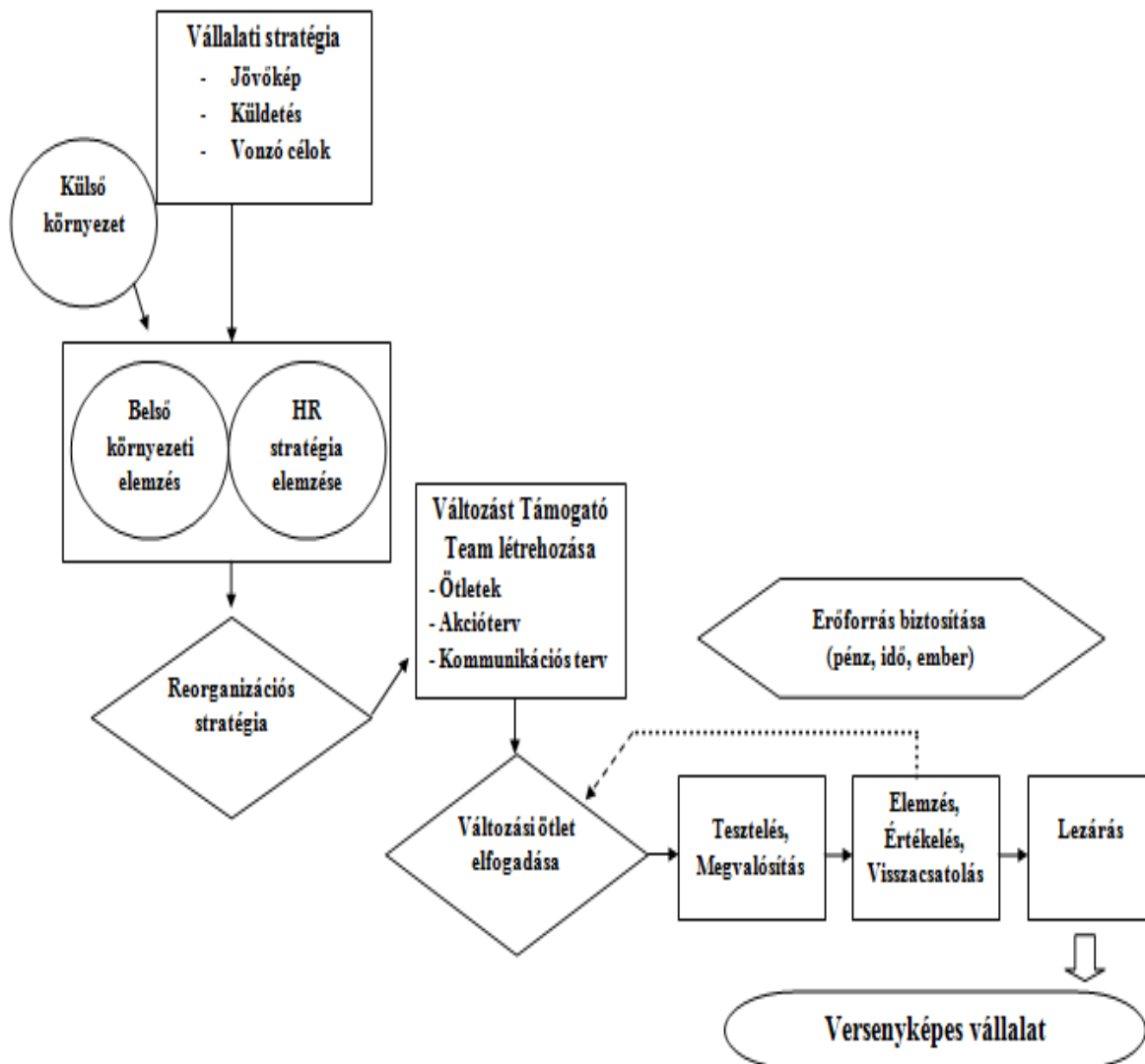
Következtetések, avagy

Sikeres reorganizációt támogató legjobb HR gyakorlatok – Best Practice

Reorganizációs stratégia sikerkritériumai

A bizonytalanság elkerülésére érdekében a legtöbb vállalat megpróbál minél racionálisabb döntéseket hozni, még inkább a nyereségességre, hatékonyságra koncentrálni. Számos esetben reorganizáció megvalósításával biztosítható a versenyképesség.

A reorganizációs stratégia akkor válik sikeressé, ha felvázolják a jövőképet, meghatározzák a vállalat értékeit, a kulcsfolyamatokat, továbbá az új szervezeti struktúrát, a reorganizációval érintett területeket, munkaköröket, feladatokat. Meg kell fogalmazni, milyen előnyökkel jár a reorganizáció megvalósítása a vállalat számára, és a stratégiai teendőket konkrét akciótervekbe kell foglalni. A reorganizációs folyamatokban a HR szakembereknek kell végrehajtani a változásokat, megértetni a szervezettel azok szükségességét, kiépíteni a megfelelő kommunikációs folyamatokat, valamint feloldani az ellenállást. A reorganizációs folyamat megvalósítását folyamatosan ellenőrizni, eredményét mérni kell, a változtatások sikeres végrehajtásához a vezetésnek minden erőforrást biztosítani kell. Ennek megfelelően a reorganizációs folyamat modellje a 9. ábrán látható.



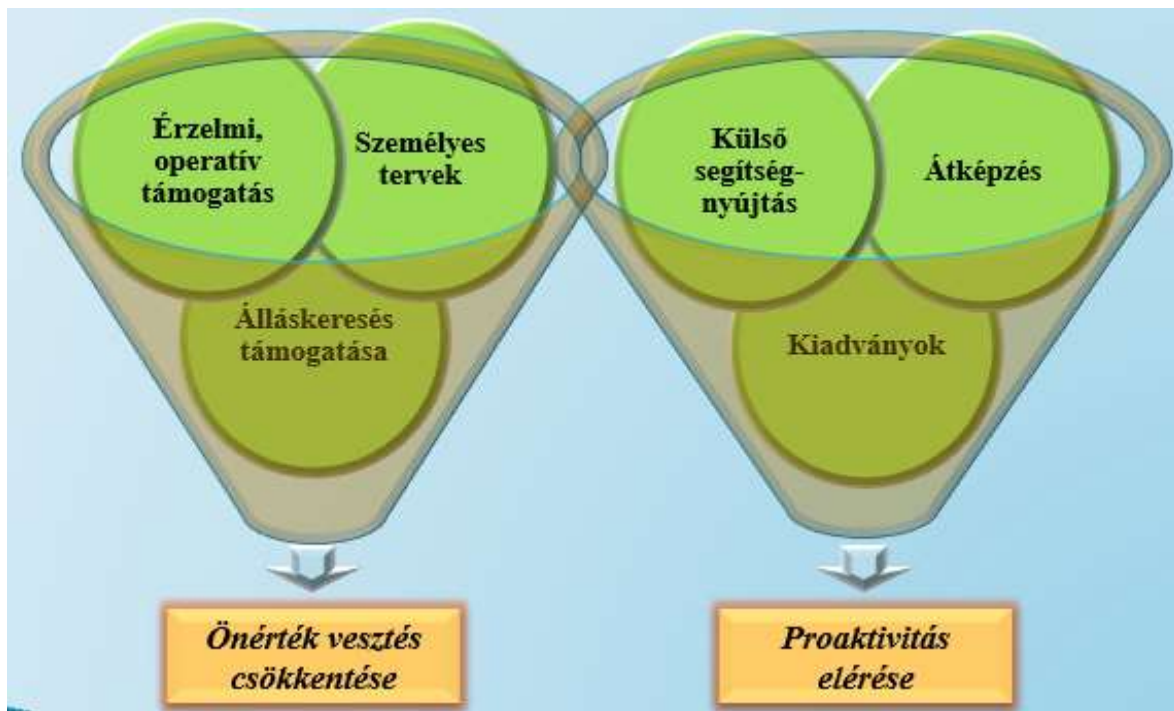
9. ábra: Reorganizációs folyamat modellje

Forrás: Chovan, 2012.

Sikeres outplacement

A különféle folyamatok, tevékenységek átszervezésétől, újjászervezésétől a legtöbb vezető költségek csökkenését várja el, azonban hangsúlyozni szükséges, hogy a költségcsökkentés nem egyenlő a létszámleépítéssel.

Abban az esetben, ha egy vállalat mégis kénytelen meghozni ezt a fajta létszámcsökkentésre irányuló reorganizációs döntését, a versenyképesség úgy biztosítható igazán, ha a csoportos létszámleépítést outplacement programmal támogatja. Outplacement során a szakemberek ideális esetben már az előkészítés során bekapcsolódnak az elbocsátás folyamatába, információs napot szerveznek, ismertetik a dolgozókkal munkajogi helyzetüket, lehetőségeiket. Esélyirodát állítanak fel, konzultációt biztosítanak, segítséget nyújtanak pszichológiai, szociális kérdésekben, karriertervezésben, álláskeresésben. Ezen túlmenően munkaerőpiac megismertetése, munkaügyi központok szolgáltatásainak bemutatása, átképzési célú tanfolyamok szervezése, kiadványok készítése történhet (10. ábra).



10. ábra: Sikeres outplacement program elemei

Forrás: Chovan, 2013.

Sikeres outplacement program eredményeként a résztvevők képessé válnak arra, hogy aktívan, új készségekkel felvértezve keressenek munkát jövőbeli életcéljuknak megfelelően. A megnövekedett aktivitásnak, a megalapozott élettervnek, a készségfejlesztésnek, illetve a térség munkaerőpiacáról szerzett információknak köszönhetően elhelyezkedési idejük számottevő mértékben, akár 50%-kal is lerövidülhet.

HR vezető, mint megbízható tanácsadó

A szervezeti hatékonyság folyamatos fejlesztése a HR tevékenység kulcs feladatai között kell, hogy szerepeljen. A humán erőforrás vezetők, szakemberek ideális pozícióban vannak ahhoz, hogy egyfajta belső tanácsadóvá váljanak ebben a folyamatban. Ennek megvalósítása érdekében a HR vezetők tulajdonságainak, kompetenciáinak is jelentős mértékben változni kell. Kutatási eredményünk alapján, szófelhő segítségével ábrázoljuk a reorganizáció sikerességét biztosító HR vezetői kompetenciákat (11. ábra).



11. ábra: Sikert hozó HR vezetői kompetenciák

Forrás: Saját kutatási eredmények

A sikeres reorganizációs kezdeményezéseket mi magunk hozzuk létre, akár egy megoldásra váró dilemmával függ össze, valamilyen fennálló lehetőséggel, akár egy részleg munkamódszerének megváltoztatásáról, vagy teljes mértékű szervezeti átalakításról legyen is szó. Megvalósulása érdekében fontos, hogy a változás okát egy értékes üzleti céllal kapcsoljuk össze. Az összes átszervezési program akkor valósulhat meg sikeresen, ha a felső vezetés elköteleződött a megvalósítása mellett, s a projekt irányítójaként a HR vezető, mint megbízható tanácsadó aktív tevékenységet végez a folyamat során.

Irodalomjegyzék

1. Armstrong, M. (2009): Armstrong's Handbook on Human Resources Management Practice, Kogan Page, London and Philadelphia, pp. 25–38., 424–443.
2. Chovan B. (2012): Reorganizáció, outplacement a versenyképesség érdekében, TDK dolgozat. Szent István Egyetem, Budapest.
3. Chovan B. (2013): Reorganizáció, outplacement a versenyképesség érdekében, In: VI. Országos Tanácsadói Konferencia prezentációja, BKIK, Budapest, ISBN szám: 978-963-89734-0-5.
4. Karoliny M. – Poór J. (2010): Emberi erőforrás menedzsment kézikönyv, CompLex, Budapest, pp. 107–108.
5. McKinsey & Company (2010): Taking organizational redesigns from plan to practice: McKinsey Global Survey results. McKinsey Quarterly https://www.mckinseyquarterly.com/Taking_organizational_redesigns_from_plan_to_practice_McKinsey_Global_Survey_results_2721# (letöltve: 2012.10.09.)
6. Makó Cs. – Illéssy M. – Csizmadia P. (2008): A munkahelyi innovációk és a termelési paradigmaváltás kapcsolata - A távmunka és a mobilmunka példája. Közgazdasági Szemle, LV. évf. december, 1075-1093.
7. Poór J. (2009a): Nemzetközi emberi erőforrás menedzsment. CompLex Kiadó, Budapest, pp. 157–200.
8. Poór J. (2009b): A HR-funkció átalakulása a Magyarországon működő nemzetközi vállalatoknál egy empirikus felmérés tapasztalatai tükrében. Competito, 1. sz. pp. 98–117.
9. Poór, J. – Mura, L. – Karoliny, M. – Vígh, Š – Szakács N. (2012): Az emberi erőforrás menedzsment gyakorlata, Magyarország–Szlovákia 2011, Kutatási monográfia, Selye János Egyetem, Komarno.
10. Ulrich, D. (1997): HR of the Future: Conclusions and observations, Human Resource Management, Vol. 36. No 1, Pp 175-179.

**A MUNKA-MAGÁNÉLET EGYENSÚLY A MAGYAR VÁLLALATOK
GYAKORLATÁBAN**
WORK-LIFE BALANCE IN THE PRACTICE OF HUNGARIAN COMPANIES

Csehné habil Papp Imola¹, Varga Erika²

¹ habilitált egyetemi docens, intézetigazgató, ²adjunktus - PhD
Szent István Egyetem Gazdaság-és Társadalomtudományi Kar, Társadalomtudományi és
Tanárképző Intézet
E-mail: papp.imola@gtk.szie.hu, varga.erika@gtk.szie.hu

Összefoglalás

A tanulmány a munka és a magánélet egyensúlyát elemzi különös tekintettel arra, hogy a magyar vállalatok működési gyakorlatában milyen szinten van jelen ennek támogatása. Bár az Európai Unió foglalkoztatáspolitikai iránymutatásai kiemelten utalnak a munka-magánélet egyensúly vállalati támogatásának jelentőségére, ezzel szemben elterjedtsége a magyarországi vállalati gyakorlatban gyenge. A vizsgálati eredmények rámutattak, hogy a munka-magánélet egyensúly megteremtésének támogatása a magyar vállalatok gyakorlatában nem tudatosan alkalmazott szervezetfejlesztési eszköz.

Abstract

Our paper presents work-life balance with special regard to the fact to what extent it is supported in the practice of the Hungarian companies.

Although the employment guidelines of the European Union place a special emphasis on the significance of the corporate support of work-life balance, it is hardly popular in Hungarian corporate life. Results have shown that supporting work-life balance is present in the form of a non-consciously instrument for development in the practice of Hungarian companies.

Kulcsszavak: munkáltató, munkavállaló, munkaerő-piac, munka-magánélet egyensúly

JEL besorolás: J01, J81

LCC: HD7795-8027

Bevezetés

Kutatások támasztják alá, hogy a munkahelyhez való kötődés, az elégedettség, a motivált hozzáállás, a jó munkahelyi légkör, stb. azok a tényezők, amelyek jelentős és egyben hosszú távú hatással vannak a teljesítményre. A munka és a magánélet egyensúlya az a gyűjtőfogalom, amely ezeket a tényezőket egy csokorba fogja, melynek hatásai egyszerre vannak jelen egyéni, vállalati és társadalmi szinten is. A munka és a család, a munka és a magánélet közötti harmónia megteremtésének és a nemek között egyenlőség biztosításának fontossága már 1998-ban hangsúlyos szerephez jutott. Az Európai Foglalkoztatási Stratégia elindításakor meghatározó pillérré vált a nők és férfiak esélyegyenlőségét célzó politikák megerősítése (Adler, Frey, Koltai, Simonyi, 2011; Gulyás, 2005/a; Gulyás, 2005/b). Bár az „Európai Foglalkoztatási Stratégiának a Lisszaboni Stratégiával való 2005. évi összevonásakor a „gender mainstreaming” és a nemek egyenlőségének támogatása csak általános alapelvként maradt bent”, a munka-magánélet egyensúly fontossága nem tűnt el az uniós célkitűzések közül, sőt tovább erősödött.

A munka-magánélet egyensúly hazai és nemzetközi kontextusban

A work-life balance kifejezés az 1960-70-es években jelent meg a nemzetközi szakirodalomban. Azóta számos írás foglalkozott a nyelvhelyesség és a különféle fordítások helytállóságával, a szóhasználat és a tartalom egybecsengésével. Az angol „work-life” kifejezés a magyar szakirodalomban a „munka-magánélet” vagy a „munka-család” szóösszetételben lelhető fel. Napjainkra épp azért válik egyre fontosabb kérdéssé a munka-magánélet egyensúly megteremtésének témaköre, mert a munkavállalók széles rétege tölt jelentősen több időt a munkahelyén, mint ahogy az optimális lenne. Egyik hazai kutatás (Csehné, 2012) rámutat, hogy a megkérdezettek életük legnagyobb nehézségének a családi és munkahelyi életük összeegyeztetését tartják. Magyarországon 2011-ben került kidolgozásra és elfogadásra a Munka és Család Audit módszertana, amely egy a nemzetközi tapasztalatok alapján bevált és a hazai társadalmi és gazdasági környezethez igazodó szervezetfejlesztési eszköz.

Mind a nemzetközi, mind a hazai szakirodalom kiemeli, hogy a munka-család egyensúlyt gyakran kizárólag „női témának” gondolják a cég döntési pozícióban lévő szakemberei (Lockwood, 2003; Adame, Caplliure, Miquel, 2016; Pongrácz, Molnár, 2011). Vernon (2009) szerint, éppen emiatt nem is látják szükségességét, hogy szervezeti szinten foglalkozzanak vele. Kétségtelen, hogy a munkahelyi és a családi feladatok összeegyeztetésének legnagyobb kihívásai a nők előtt állnak (Ternovszky, 2012; Keczer 2014). Ám ez alapján téves lenne a munka-magánélet egyensúly kérdését kizárólag női témaként kezelni és ennek problémáira keresni a megoldást. Bár a nyugat-európai tendenciáknak ellentmond, a magyar nők nem az egyéni céljaikat helyezik előtérbe, a gyermekvállalás után a családé lesz a főszerep. Az erőteljesen család- és gyermek centrikus beállítódás „egyfajta értékrendi stabilitást ad, s bizonyos értelemben megkönnyíti a család és munka összeegyeztetését, vagy a karrierrel, előremenetellel kapcsolatos dilemmák eldöntését” (Pongrácz, 2001). Ezért különösen fontos, hogy milyen vállalati támogatás valósul meg a kismamák reintegrációja terén, milyen eszközökkel törekszik vagy egyáltalán törekszik-e a munkaadó a munkahelyi és a munkán kívüli kötelezettségek harmonikus összeegyeztetésének megteremtésére, támogatására (Csehné, 2011; Juhász, 2012).

A munka-magánélet egyensúly pozitív hatásai tömören, összefoglalva a jó munkahelyi légkörrel és a hatékonyabb munkavégzéssel írhatók le (Lehmann, 2016). A munka-magánélet egyensúly megvalósításával egyéni, szervezeti és társadalmi szintű előnyök kapcsolódnak szervesen egymáshoz. Elégedett dolgozók, sikeresebb vállalatok, makrogazdasági, társadalmi előnyök formálódnak általa. Azok a pozitívumok, melyek egyéni szinten generálódnak a munka-magánélet egyensúly megteremtését célzó szemlélet széleskörű alkalmazásának eredményeképpen társadalmi és gazdasági szinten is megjelennek (Cseh Papp, Marosné Kuna, Hajós, 2013).

A munka-magánélet egyensúlyról való gondolkodás a kezdeti időkben az egyénre fókuszált, a hangsúlyt arra helyezte, hogy milyen lehetőségek állnak rendelkezésre az egyén számára önmaga regenerálására, belső harmóniája megtalálására főként abból az okból, hogy ezáltal motiváltabb és kiegyensúlyozottabb teljesítményt nyújtson a munkahelyén. Az egyéni teljesítmény ösztönzésének számos formája létezik, melyek hangsúlyos szerephez jutnak a szakirodalomban (Bárdos-Varga, 2008). Jelentős akadály tapasztalható a munka-magánélet egyensúlyt támogató vállalati szemlélet elterjedtségét illetően. Vernon (2009) kutatása az ellenállás lehetséges okaira szintén rávilágított. Négy olyan területet talált, melyek köré csoportosíthatók az aggályok: Női kérdés: a munka-magánélet egyensúlyról szóló eszmecserék gyakran asszociálnak a családbarát aspektusra és a gyermekgondozás nehézségeire. Ebből az

okból kifolyólag a munka-magánélet egyensúly bár hibásan, de legtöbbször úgy észlelt, mint a nőket érintő téma.

A munka-magánélet egyensúly jelenlétét vizsgáló objektív kritériumrendszer

A nyugat-európai és tengeren túli gyakorlatban (pl. Hollandia, Németország, Egyesült Államok, Kanada, Ausztrália, Új-Zéland) már évtizedes múltra tekint vissza a munka-magánélet egyensúly támogatásának jelenlétét és mértékét vizsgáló audit technika. A kanadai Vanier Institute 1998-ban dolgozta ki a „The Manager’s Work-Family Toolkit” című kiadványát, amely módszeres programot kínál a vezetők számára a munkahelyi és a családi kötelezettségek összehangolásának szervezeti szintű fejlesztésére. Emellett Kanadában a „Work-Family-Life Audit” méri a szervezetek család tudatos humánpolitikára irányuló rendelkezéseinek és gyakorlatának szintjét. Németországban nagy sikerrel, széles körben, igen magas presztízssal működik a Hertie Alapítvány megbízásából 1998-ban kifejlesztett „Beruf und Familie Audit” rendszere, amely az audit hatására megvalósuló fejlesztéseket államilag elismert audit tanúsítvánnyal igazolja. Ezt a technikát Ausztria és Olaszország is alkalmazza.

Anyag és Módszertan

A fenti elméletekre hivatkozva a vizsgálat kiindulásaként az alábbi hipotéziseket állítottuk fel: A munka-magánélet egyensúlyt a vállalatvezetők női témaként értékelik, ezért nem látják célszerűnek, hogy kiemelten foglalkozzanak vele és vállalati szintre emeljék. A gyermekgondozás rendszerének a korai visszatérés irányába történő elmozdítása a rugalmasság és fokozatosság által elősegítené a munka és a magánélet harmóniájának megteremtését, ez a szemléletváltás a munkaadók és a munkavállalók által egyaránt támogatott. A munka-magánélet egyensúly támogatása rendszerszemléletű szervezetfejlesztési eszköz, ennek ellenére mégsem épül be a vállalati stratégiába.

A kutatás célkitűzése az volt, hogy a megfogalmazott kutatási kérdések egyrészt a vállalati gyakorlatot jól ismerő és alkalmazó vezetők, másrészt a munkahelyi gyakorlatok alanyai, a munkavállalók igényei és tapasztalatai által kerüljenek megvilágításra. A primer kutatás 10 darab strukturált interjú és 200 darab kérdőív feldolgozásán alapult. A vállalatvezetőkkel folytatott, interjúk által történt a munka-magánélet egyensúly támogatásra vonatkozó munkaadói hozzáállás mérése. A munkavállalói vélemények és tapasztalatok felmérése kérdőíves megkérdezés által történt. A strukturált interjúk alanyai kis- és közepes vállalatok vezetői voltak, köztük olyanok, akik anyacégeiken keresztül nagyvállalati tapasztalatokkal is bírnak. Az interjúk során a megkérdezettek minden esetben a vállalatok felső vezetői voltak: ügyvezető igazgatók, tulajdonosok, HR igazgatók. A kérdőív kitöltésére a vállalatvezetők engedélyt adtak. A válaszadók között teljes munkaidőben foglalkoztatott és részmunkaidős alkalmazottak egyaránt szerepeltek. A teljes mintán véve a férfiak és nők aránya 44-56%, a megkérdezettek átlag életkora 35.76 év, a szórás 22-60 év között.

Eredmények

Munkáltatói vélemények

A megkérdezett vezetők száz százalékban válaszolták, hogy a munka-magánélet egyensúly megteremtése nem kizárólag női téma. Kitértek arra, hogy a gyermekvállalás időszaka elsősorban a nők számára nehezíti meg, hogy megtalálják ezt az egyensúlyt, de semmiképp nem

érzik úgy, hogy a munka-magánélet egyensúly megteremtése kizárólag a gyermekvállalás időszakára és kizárólag a nőkre irányulna. A gyermekvállalással kapcsolatban kiemelték a férfiak szerepét is, akik számára ez az időszak azért válik kritikussá, mert egyedüli keresőként kell helytállniuk, emellett a gyermekük gondozásában és nevelésében is szeretnének részt vállalni. Hangsúlyozták, hogy nem tesznek különbséget férfi és női munkavállalók között, a munkahelyi rugalmasság biztosításával nem csak az egyiket vagy másikat kívánják támogatni, hanem valamennyi alkalmazottjukat. A családos-egyedülálló viszonylatban is úgy érzik, hogy a munka-magánélet egyensúly nem kisajátítható fogalom, mindenkinek szüksége van rá, hogy megteremtse ezt a harmóniát. A cég eredményessége szempontjából is fontosnak érzik, hogy kiegyensúlyozott munkatársakkal dolgozzanak együtt, a munka-magánélet egyensúly hiányát a kiegészítés egyik lehetséges okaként definiálták.

Az általános gyakorlat az, hogy a magyar kismamák a gyermekvállalás után hosszú időre kiesnek a munkaerőpiacról, a GYES-en töltött évek után pedig nagyon nehezen találnak munkát újra. Ez az állapot a munkáltatók számára sem kedvező. A jó nyugat-európai példák rugalmas munkabeosztás mellett történő fokozatos, de a gyermek születését követő mielőbbi visszatérést ösztönöznék, ami a munka-magánélet egyensúlyának megteremtését is jobban támogatja.

A tíz megkérdezettből kilencen válaszolták, hogy egyetértenek a fokozatosság elvével és azt mind a baba, mind a mama, mind a vállalat szempontjából előnyösnek tartják. A vezetők közül hárman a saját tapasztalatukkal is alátámasztották, hogy a fokozatosság járható és célravezető út, ha a munka-magánélet egyensúly megteremtéséről gondolkodunk. Kiemelték, hogy a gyermek számára megkönnyíti a későbbi közösségi beilleszkedést, ha hamar hozzászokik, hogy a mama hetente egyszer, majd később többször rövid ideig távol van tőle. Azt is megerősítették, hogy a gyermeket vállaló nők is harmonikusabban élik meg a munkából való kiesést akkor, ha a gyermekgondozás ideje alatt van lehetőségük arra, hogy rendszeresen, de rövid időre lássanak el feladatot munkahelyükön. Emellett hangsúlyozták, hogy a rugalmasság és a fokozatosság gyakorlati alkalmazása nagyon erősen függ az adott munkakör kínálta lehetőségektől. Saját gyakorlatukban az ilyesfajta rendszerre történő átállást épp az nehezítené, hogy megtalálják azokat a munkafolyamatokat, amelyekbe egy alkalmanként, rövid időre foglalkoztatott munkatárs eredményesen bevonható. A válaszadók közül öten a kismama-reintegrációs programjukban eddig is alkalmazták a korai de rugalmas visszatérés gyakorlatát. Mindannyian pozitívan nyilatkoztak a tapasztalatokról, szinte nem is tudják elképzelni, másképp hogyan lehetne eredményesen átélni a GYES időszakát. Számukra a legnagyobb gondot a támogató törvényi szabályzók hiánya okozza.

A megkérdezett vállalatvezetők mindegyike egyet értett azzal, hogy bár a munka-magánélet egyensúly támogatása rendszerszemléletű szervezettefejlesztési eszköz, mégsem épül be a vállalati stratégiai gondolkodásba. Meglepő módon annak a két szervezetnek a vezetője is, akik a megkérdezettek között Családbarát Munkahely minősítéssel rendelkeznek, így azt gondolhatnánk, hogy náluk a munka-magánélet egyensúly vállalati támogatása tudatos, stratégiai döntések mentén alakult. Valamennyi interjúalany azt erősítette, hogy a munka-magánélet egyensúly szemlélet gyakorlati alkalmazására az ösztönösség jellemző. A megkérdezettek úgy látják, hogy azok a szervezetek járnak élen a munka-magánélet egyensúly támogatásában ahol, a vezető felismeri ennek az értékét és számára személy szerint is fontos, vagy a vállalati méret „családias” és a szervezet is úgy működik, mint egy család, illetve, ha multinacionális háttér áll az adott szervezet mögött és az anyacég konkrét iránymutatást ad a munka-magánélet egyensúly támogatásának gyakorlati megvalósítására. A munka-magánélet egyensúly szemlélet HR gyakorlatba történő beillesztésénél kiemelték a tulajdonosi vagy vezetői szemlélet meghatározó szerepét.

A cégvezetők mindannyian egyetértettek abban, hogy a munka-magánélet egyensúly támogatását célzó munkáltatói elkötelezettség eredményességére vonatkozóan nem áll rendelkezésükre kellő információ. Nem tudják pontosan, milyen előnyökkel jár a szemlélet alkalmazása. Ösztönösen érzik, hogy a jó teljesítmény harmóniából fakad, de nehezen jutnak konkrét adatokhoz, melyek alátámasztanák a kötődés, elkötelezettség, teljesítmény, elégedettség, stb. növekedését és annak mértékét. A témához kapcsolódóan kevésnek érzik a tájékoztatást, figyelemfelkeltést. Hasznosnak éreznék az ilyen irányú tréning lehetőségeket, vezetői eszmecsereket, konferenciákat. Egy interjúalany konkrét igényként fogalmazta meg a munka-magánélet egyensúly témakörének az oktatásba történő beemelését.

Egy másik vezető a téma ismertségéhez kapcsolódva arra hívta fel a figyelmet, hogy nagyon erős hiányosságnak érzi, hogy nem tisztázott a munka-magánélet egyensúly vagy a családbarát szemlélet, mint fogalmak tartalma. Hírek szólnak arról, hogy átadták a legjobb munkahely díjat vagy a családbarát munkahely díjat, érezzük, hogy ezek valamilyen módon kötődnek a munka-magánélet egyensúly kérdésköréhez, de nem tudjuk pontosan, hogy tartalmilag mit takarnak ezek a fogalmak és elismerések. Szükséges lenne egyértelművé tenni, hogy milyen intézkedések, ha úgy tetszik milyen szolgáltatások állnak ezek mögött.

A szemlélet stratégiai szintre történő emelésének gátjaként aposztrofálták a gazdasági ellenérdekeltséget a megkérdezett vezetők. Véleményük szerint a munka-magánélet egyensúly támogatásának jelenléte és hangsúlya szorosan összefügg a vállalat profiljával. A gazdasági érdekek nem feltétlenül ösztönöznek a hosszú távú megtartásra így azok a vállalatok, ahol a kötődés és a lojalitás nem kiemelt fontosságú a menedzsment számára, ott nem kap különösebb teret a munka-magánélet egyensúly kérdése. Kiemelték a szaktudás szerepét. Ahol magasak a képzési és betanítási költségek vagy ahol a munkaerőpiacon szűkösen rendelkezésre álló speciális tudás igényelt, ott a munka-magánélet egyensúly támogatása előtérbe kerül, mivel a kivételes tudást „kényezteti” a munkaadó. Az automatikus munkavégzési folyamatoknál - akár szellemi munkáknál is- a munkaadó nem pazarol energiát a munka-magánélet egyensúly támogatására.

Egy vezető rámutatott arra is, hogy bár a vállalatok nem kezelik stratégiaként ezt a kérdést, a munkavállalók számára nagyon vonzó a munka-magánélet egyensúlyt támogató vállalat. Saját tapasztalatából említette, hogy előfordult, hogy egy pályázó a némileg magasabb bért kínáló versenytársat azért utasította el, mert ott nem volt biztosított a munkahelyi rugalmasság és az úgynevezett családbarát szemlélet.

Munkavállalói vélemények

A kérdőív kemény kérdései alapján a vizsgálatban résztvevő 200 fő átlag életkora 36 év, emellett a megkérdezettek 53%-a még nem családos. Ez az adat megerősíti, a demográfiai jelentések azon állításait, miszerint a magyar népesség családalapítási és gyermekvállalási hajlandósága egyre későbbre tolódik. E mögött számos indok húzódik pl. felsőfokú tanulmányok befejezésének elhúzódása, egzisztenciális és párkapcsolati bizonytalanság, stb., de minden bizonnyal ott rejlik a munka-magánélet egyensúly megteremtésének nehézsége is. A vizsgálatban megkérdezett nem családos nők 58%-a tartozik a 20-29 éves korosztályba, holott ez az életkor biológiai értelemben optimális a gyermekvállalásra. Emellett ez az időszak a munkaerőpiacra való belépés és a munkához köthető célok megalapozása szempontjából is kiemelt jelentőségű. Épp ezért fontos, hogy a fiatalok olyan munkakörnyezetbe, szervezeti kultúrába kerüljenek, ahol a munka-magánélet egyensúly megteremtésének támogatása része a vállalati humán erőforrás gazdálkodási stratégiának.

A megkérdezettek 71%-ának nem jelent nehézséget a munka-magánélet egyensúly megteremtése. Meg kell jegyezni azonban, hogy a kutatásba bevont vállalatok közül kettő rendelkezik Családbarát Munkahely díj minősítéssel vagy Munka és Család Audit tanúsítvánnyal, további két szervezet távlati célja a minősítés megszerzése. Tehát a munka-magánélet egyensúly támogatása ezeknél a cégeknél bizonyítottan jelen van, alkalmazottaik a munkahelyi és a munkán kívüli kihívások összehangolásában munkáltatójuktól támogatást kapnak.

A munkavállalók 75%-a válaszolt igennel arra a kérdésre, hogy támogatómagatartást tanúsít-e a munka-magánélet egyensúly megteremtésében. A munka-magánélet egyensúly megteremtését támogató vállalatok számára a Családbarát Munkahely díj elnyerésével lehetőség nyílik a cím egy éven át tartó viselésére. Évről-évre egyre több vállalat indul a pályázaton, így a fogalom ismertsége erősödik, azonban még mindig nem kap kellő publicitást ahhoz, hogy a tartalma általánosan ismertté váljon.

A vizsgálatban megkérdezettek 18%-a nem tudja, hogy mit takar a családbarát munkahely fogalma, 45%-a pedig hallott róla, de nem tudja pontosan mit jelent ez a kifejezés. A megkérdezettek 37%-a válaszolta, hogy pontosan tudja, mit jelent, ha egy vállalat egyben családbarát munkahely.

A munkából fakadó kötelezettségek és a munkán kívüli feladatok közötti összhang megteremtésének okát keresve sem a férfiak-nők, sem a családos-nem családos kategóriák esetében nincs nagy eltérés. Akik nehezen teremtik meg ezt az összhangot, azok leginkább a munkában való helytállás miatt kényszerülnek a magánéleti feladataik háttérbe szorítására (69-70%). Elenyésző azoknak a száma (24-30%), akik a családi kötelezettségeik miatt felelnek meg nehezen a munkahelyi kihívásoknak.

A munka-magánélet egyensúly megteremtéséhez a vállalatok a rugalmasság biztosításával járulnak hozzá leginkább. A részmunkaidős foglalkoztatás a válaszadók 78%-a számára érhető el. A kutatásban megkérdezettek 57%-a válaszolta, hogy a munkahelyén van lehetőség távmunkában történő munkavégzésre.

A számadatok azt mutatják, hogy bár a részmunkaidő lehetősége a megkérdezettek nagyobb hányadának áll rendelkezésére, mint a távmunka, ott ahol a távmunka vagy részleges távmunka lehetősége adott, a munkavállalók nagyobb arányban élnek a rugalmasságnak ezzel a formájával. Akik számára a részmunkaidős foglalkoztatás elérhető, de mégsem választják ezt az atipikus munkavégzési formát, 60%-ban válaszolták, hogy azért nem, mert nincs rá szükségük.

A részmunkaidős foglalkoztatásra mutató igény a távmunkán kívül további négy lehetséges rugalmas foglalkoztatási formával összehasonlítva sem tartozik a leginkább kívánatosnak. A válaszadók a munka-magánélet egyensúly megteremtésének eszközeként a sűrített munkaidő lehetőségét (2%) kívánják legkevésbé, a részleges távmunkát (31%) pedig a leginkább.

A munka-magánélet egyensúly megteremtését különféle lehetőségek segíthetik. A megkérdezettek 40%-a a rugalmas munkaidőt, 29%-a a táv- és részleges távmunkát ítéli a munka-magánélet egyensúly megteremtését leginkább támogató eszközként. Ezek azok az eszközök, melyek a vállalati intézkedésekhez kapcsolhatók, amennyiben a munka-magánélet egyensúly megteremtésének támogatása szervezeti szintű döntéssé válik. A vállalati hatás gyengébb a technológia, a kollégák támogatása és a család támogatása kategóriák esetén, így arra következtetnek, hogy azok a válaszadók, akik ezeket a formákat jelölték meg a munka-

magánélet egyensúly megteremtését leginkább támogató eszközként olyan vállalatok alkalmazottai, akik munkaadójuktól kevés támogatást kapnak e tekintetben.

A válaszadók 45%-a dolgozik családbarát minősítéssel rendelkező munkahelyen. Az ilyen vállalatok az audit kritériumai alapján különös hangsúllyal kezelik a munkaidő és a munkavégzés helyének rugalmasságát. Összehasonlítva a teljes mintán mért eredményekkel elmondható, hogy a családbarát munkahelyen dolgozók esetében a munka-magánélet egyensúly megteremtését leginkább támogató eszközként a rugalmas munkavégzési formák hangsúlyosabban jelentek meg. A rugalmas munkaidő, a táv- és a részleges távmunka lehetőségét, tehát a vállalati támogatás formáit a családbarát munkahelyen dolgozók 72%-a jelölte meg a munka-magánélet egyensúly megteremtését leginkább támogató eszközként. Ez az arány a nem minősítéssel nem rendelkező munkahelyen dolgozók esetén 66%.

A munka-magánélet egyensúly nem csak egyéni, szervezeti, de társadalmi szintű célokra is hatással van. Társadalmunk egyik égető problémája az elöregedés jelensége. A családalapítás idejének kitolódása és a vállalat gyermekek számának csökkenése az egzisztenciális bizonytalanság mentén összefüggésben van a munkavállalással. A munka és a magánélet kihívásainak összeegyeztetése a gyermekvállalás után különösen nehézé válik. Számos fiatal azért halogatja a gyermekvállalási döntést, mert fél attól, hogy a munkában való helytállás szülőként nem vagy csak nagyon nehezen oldható meg. A kérdőív adatai alapján a megkérdezettek 31%-a úgy gondolja, a gyermekvállalás nem függ a munkáltató hozzáállásától. Viszont 69% válaszolta, hogy gyermekvállalási döntését befolyásolta/befolyásolná a támogató munkahelyi hozzáállás. A válaszadók 43%-a szerint a támogató munkahelyi hozzáállás biztonságot ad, 26% pedig úgy véli, hogy a munka-magánélet egyensúly megteremtését támogató vállalati intézkedések azért segítenék a gyermekvállalási döntést, mert így nem kényszerülnek választásra a munka és a gyermekvállalás között.

A kutatás további két kérdés köré szervezte a vállalati munka-magánélet egyensúly támogatás gyermekvállalásra ható lehetséges formáit. Az egyik a nők támogatása a gyermekvállalás után a munkába való mielőbbi visszatérésben. A magyar gyakorlat nagyvonalúan támogató a gyermekgondozás tekintetében. Azonban a munkából való hosszú ideig tartó távollét kezelése nehézségek elé állítja a munkáltatókat és ugyancsak megnehezíti az anyák helyzetét is, amikor ismét munkába szeretnének állni. A rugalmas munkavégzési formák (részmunka, távmunka) speciálisan kismamákra szabott gyakorlatával pl. heti egy alkalommal 4 órás munkavégzés vagy napi 1-2 óra távmunka lehetőségével a munkáltatók elérhetik, hogy a kisgyermekesek a baba születését követően viszonylag hamar visszatérjenek a munka világába. A gyermek növekedésével együtt a munkaterhelés az egyéni igényekkel összhangban fokozatosan növelhető. Arra a kérdésre, hogy egyetért-e a viszonylag korán elkezdett, de fokozatos munkába történő visszaállás gyakorlatával a megkérdezettek 88%-a válaszolt igennel. A jelenleg általános gyakorlatot, a hosszú kihagyás után történő teljes munkaidős foglalkoztatást 12% ítélte előnyösebbnek.

A másik, a munka-magánélet egyensúly támogatás gyermekvállalással összefüggő hatásaira utaló kérdés azoknak a lehetséges eszközöknek a vizsgálata volt, melyek erősítése a munkáltatói magatartásban ösztönözheti vagy támogathatja a munkavállalókat a gyermekvállaláshoz kapcsolódó nehézségek megoldásában. Arra a kérdésre, hogy a vállalat milyen módon segítheti leginkább a kismamák visszatérését a munka világába a megkérdezettek 42%-a választotta a táv- vagy részleges távmunka lehetőségét. 30% a rugalmas munkaidő biztosítását tartja hatékony segítségnek. A válaszadók jelentős hányada 20%, egy olyan újszerű megoldást preferál, ahol a gyermekfelügyelet a cég telephelyén pl. irodaházban,

a szülőhöz fizikailag közel biztosított. Ez a támogatási forma a nők körében csaknem kétszer olyan népszerű, mint a férfiak között. Céges óvoda vagy bölcsőde fenntartását 6%, a gyermekfelügyelet pl. bölcsőde vagy családi napközi vállalati támogatását mindössze 2% ítélte úgy, hogy hatékony segítség lehet a családosok számára a munka-magánélet egyensúly megteremtésében.

A kérdőív utolsó kérdése arra irányult, a megkérdezettek milyen mértékben értenek egyet ezzel a vélekedéssel. A válaszadók 9%-a szerint a munka-magánélet egyensúly kérdése női téma, így nem érdemes vele vállalati szinten foglalkozni, azonban 91% véli úgy, hogy a munkában való helytállás és a magánélet kihívásainak való megfelelés nemtől függetlenül valamennyi munkavállaló számára egyaránt fontos.

Összegzés

Az interjúk eredményeinek és a kérdőív adatainak egybevetése után elmondható, hogy az a feltevés, miszerint a munka-magánélet egyensúly támogatásával szembeni ellenállás oka, hogy a vállalatvezetők női témaként értékelik, megdőlt.

Az interjúk során a megkérdezett vezetők mindegyike úgy nyilatkozott, hogy a munka-magánélet egyensúly megteremtésének nehézségét nem értékeli kizárólag női témaként. Még akkor sem, ha a munka-magánélet kihívásai között hajlamosak vagyunk erőteljesen asszociálni a családosok előtt álló nehézségekre. Kiemelték, az apák szerepvállalásának erősödését a gyermekgondozásban, gyermeknevelésben, valamint nyomatékosították, hogy a munka-magánélet egyensúly megteremtése nemtől, kortól, családi állapottól függetlenül valamennyi ember számára fontos. A vállalati támogatási formáknak nem kifejezetten a nők vagy kisgyerekesek számára előnyös fajtáit részesítik előnyben. Ha a munka-magánélet egyensúly szervezeti szintű támogatásáról gondolkodnak, akkor az összes munkavállalót érintő megoldásokat helyezik előtérbe. A vizsgálatban teret kapott a témával kapcsolatban a munkavállalók véleménye is. A megkérdezettek 91%-a nem ért egyet azzal, hogy a munka-magánélet egyensúly megteremtésének kérdése női téma, ezért nem érdemes vállalati szinten foglalkozni vele.

Az az elgondolás, hogy a gyermekgondozás rendszerének a korai visszatérés irányába történő elmozdítása a rugalmasság és a fokozatosság által elősegítené a munka és a magánélet harmóniájának megteremtését, a vizsgálat által megerősítést nyert.

A vállalatvezetőkkel folytatott interjúk megerősítették, hogy a korai, de fokozatos visszatérés kedvezőbb a számukra. Tíz megkérdezettből kilencen válaszolták, hogy egyetértenek a korai, de fokozatos elvvel, csak egy vezető vélekedett úgy, hogy a gyermekgondozás jelenlegi rendszere megfelelő. Tapasztalataik alapján kiemelték, hogy a gyermeket vállaló nők harmonikusabban élik meg a munkából való kiesést akkor, ha a gyermekgondozás ideje alatt van lehetőségük arra, hogy rövid időre, de rendszeresen feladatot lássanak el a munkahelyükön. A megkérdezettek között volt olyan női vezető, aki gyermekei születése után személyesen is megtapasztalta a korai, de fokozatos visszatérést és teljes mértékben pozitívan értékeltte ezt a lehetőséget. Vezetői oldalról a hipotézis maximálisan támogatott, a gyakorlati megvalósítást illetően két nehézséget emeltek ki a megkérdezettek. Az egyik, hogy a munkakörök meghatározzák, hogy a fokozatosság milyen mértékben valósítható meg. Meg kell találni azokat a munkafolyamatokat, amelyekbe egy alkalmanként, rövid időre foglalkoztatott munkatárs eredményesen bevonható. A másik, hogy a munkaadói nyitottság a kismamák rugalmas foglalkoztatásának irányába törvényi szabályozás nélkül nem célravezető. A munkavállalói vélemények szerint a korai, de fokozatos visszatérés a munkavállalók oldaláról

is támogatott. Arra a kérdésre, hogy egyetért-e a munkába történő visszaállás viszonylag korán elkezdett, de fokozatos gyakorlataival a megkérdezettek 88%-a válaszolt igennel. A válaszadók 69%-a azt is megerősítette, hogy a munkahely támogató hozzáállása segítené a gyermekvállalási döntését, mert a támogató munkahelyi hozzáállás biztonságot ad és így nem kell választani a munka és a család között. A munkaadók a családalapítás után különösen nehezzé váló munka-magánélet egyensúly megteremtését a megkérdezettek szerint leginkább a távmunka vagy részleges távmunka valamint a rugalmas munkaidő lehetőségével támogathatják. Ezek az atipikus munkavégzési formák mind alkalmasak arra, hogy a korai, fokozatos visszatérést támogassák.

A feltevés, mely szerint a munka-magánélet egyensúly támogatása rendszerszemléletű szervezetfejlesztési eszköz, ennek ellenére mégsem épül be a vállalati stratégiába, beigazolódott.

Az interjúkból nyert válaszok azt mutatják, hogy a munka-magánélet egyensúly támogatás vagy családtudatos humánpolitika nem kellően ismert a vállalatvezetők körében. Valamennyi megkérdezett úgy nyilatkozott, hogy nem kap erről érdemi tájékoztatást, sem a média, sem tréning lehetőségek, sem konferenciák nem állnak rendelkezésre a téma iránt érdeklődő vezetők számára. Szervezetfejlesztési eszközként nem gondolnak a munka-magánélet egyensúly támogatására, mert nincsenek arra vonatkozó ismereteik, hogy milyen területek mentén, milyen intézkedések bevezetésével várhatnak eredményeket. Azok a vezetők, akik törekszenek a munka-magánélet egyensúly támogatására általában ösztönösen alakítják így a rendszereiket. A vezetői interjúk rámutattak, hogy összefüggést látnak a cégméret és a munka-magánélet egyensúly középpontba helyezése között. Úgy gondolják, hogy kisebb vállalatok épp az ösztönösség talaján haladnak ebbe az irányba, a multinacionális vállalatok esetén pedig kiemelt jelentőséget tulajdonítanak az anyacég elveinek megvalósítása és az anyacégtől kapott ilyen irányú támogatás szerepének. A szemlélet stratégiai szintre történő emelésének gátjaként definiálták a gazdasági ellenérdekeltséget a megkérdezett vezetők. Olyan vállalatoknál, ahol nem igényelt a magas szintű szaktudás, ahol a megtartás, kötődés és a lojalitás nem kiemelt fontosságú a menedzsment számára, ott nem kap különösebb teret a munka-magánélet egyensúly kérdése. A családtudatos, munka-magánélet egyensúlyt támogató humánpolitika rendszerszerűen a munkavállalók körében sem ismert. A munkavállalók 37%-a nyilatkozott úgy, hogy pontosan tudja, mit takar a családbarát munkahely fogalma, ők valószínűleg ilyen munkahelyen dolgoznak. Hallott róla, de nem tudja, hogy mit jelent választ adott 45%, 18% pedig egyáltalán nem ismeri, hogy tartalmilag mit jelent a családbarát munkahely elnevezés.

Következtetések

A tanulmánynak nem volt célja, hogy feltárja, milyen eszközök állnak rendelkezésre a munka-magánélet egyensúlyt előtérbe helyező vállalati szemlélet kialakításához, hanem csak az, hogy rávilágítson a szemlélet széles körű terjedésének szükségességére, a munka-magánélet egyensúly megteremtését támogató vállalati gyakorlat jelenlegi állapotára és a témával összefüggésben lévő dolgozói igényekre.

A kutatás alapján megállapítható, hogy a munka-magánélet egyensúly szervezeti szintű támogatása, mint rendszerbe foglalt szervezetfejlesztési eszköz nincs jelen a magyar vállalatok HR gyakorlatában. A témával összefüggő intézkedések pl. rész munkaidő, rugalmas munkaidő, távmunka, részleges távmunka lehetőségének biztosítása nem a munka-magánélet egyensúly támogatás vállalati stratégiájának részei, hanem az ösztönös vezetői hozzáállás, a munkavállalói igény vagy a globális hatások mentén kialakuló megnyilvánulások. A munka-

magánélet egyensúly megteremtését támogató szervezeti szintű intézkedéseket a strukturálatlanság jellemzi.

A kutatás arra is rávilágított, hogy a munka-magánélet egyensúly támogatás szervezeti szintű jelenlétének mértéke erősen köthető az adott vállalat tevékenységéhez. A vállalatvezetőkkel folytatott interjúkból kitűnt, hogy a munka-magánélet egyensúly támogatás legfőbb hozadékának a megtartás, lojalitás, kötődés erősödése tekinthető. Olyan szervezeteknél, ahol a munkavállalók hosszú távú megtartása nem elsődleges cél, ahol a munkafolyamatok nem kívánnak speciális és egyben nehezen pótolható szaktudást, ott a munka-magánélet egyensúly megteremtését célzó vállalati támogatás nem kerül középpontba. A munka-magánélet egyensúlyt támogató szervezetek ezt a szemléletet értéknek, többletnek tekintik, amellyel a minőségi munkaerő vonzására és megtartására törekszenek. Ez alapján valószínűsíthető, hogy a szemlélet a jövőben sem lesz általánosan elterjedt, a gazdaságilag ellenérdekeltektől nem változtatnak jelenlegi gyakorlatukon.

Javaslatként megfogalmazódik, hogy a munka-magánélet egyensúly támogatás szervezeti szintű erősödésének eléréséhez a jövőben szükséges a munka-magánélet egyensúly kérdéseinek beemelése a vezetőképzésbe vagy akár a felsőoktatásba valamint a tanácsadó, ill. tréning cégek piaci jelenlétének támogatása. A vezetői szemléletformálás nélkülözhetetlen ahhoz, hogy a munka-magánélet egyensúly támogatás, mint szervezetfejlesztési eszköz jelen legyen a vállalati HR gyakorlatban. Ezt a jelenléte erősítheti a Munka és Család Audit, mint objektív mérési eljárás alkalmazásának ösztönzése valamint a Családbarát Munkahely pályázat továbbfejlesztése, a munka-magánélet egyensúly irányába történő elmozdítása. Ugyanakkor kívánatos lenne a téma kormányzati szintű eredményesebb koordinálása és a katalizátor szerep felvállalása.

Irodalomjegyzék

1. Adame, C., Capliure, E., Miquel, M. (2016): Work-life balance and firms: A matter of women? *Journal of Business Research*, Volume 69, Issue 4. 1379-1383.p. ISSN: 0148-2963
2. Adler J. - Frey M. - Koltai L - Simonyi Á. (2011.): Kitekintés a hazai foglalkoztatáspolitikai elvárásokra az Unió foglalkoztatáspolitikai keretében. A jövő munkahelyeiért I. kötet, Budapest, Hétfa Elemző Központ. 209. pp
3. Bárdos I. K.-Varga E. (2008): Special possibilities in individual encouragement in: *Szent István Univ. PhD School of Management and Business Administration (ed.) 5th International Conference for Young Researchers*. Gödöllő, Magyarország, Szent István Egyetem, 1-8.p. ISBN: 978-963-269-071-1
4. Czeglédi Cs., Cseh Papp I., Marosné Kuna Zs., Hajós L. (2013): The main elements of diversity in Hungary, *Szaktudás Kiadó Ház, Budapest*, 36 p. ISBN: 978-615-5224-29-4
5. Csehné Papp I. (2011): Női szerepvállalások: karrier, család, A virtuális intézet Közép-Európa kutatására közleményei, 1-2. 101-108.p. ISSN 1789-6339
6. Csehné Papp I. (2012): Női szemmel: háztartás és munka, *Munkaügyi Szemle*, 1. 9-12.p. ISSN 1789-6339
7. Gulyás L. (2005/a): Folyamatok és tendenciák néhány Európai Unió ország munkaerőpiacán 1. A német munkaerőpiac jellemzői 1998-2004. *Humánpolitikai Szemle*. 3. 84-96. p. ISSN 0865-7009
8. Gulyás L. (2005/b): Folyamatok és tendenciák néhány Európai Unió ország munkaerőpiacán 2. A francia munkaerőpiac jellemzői 1998-2004. *Humánpolitikai Szemle*. 4. 89-96.p. ISSN 0865-7009

9. Juhász T. (2012): A nők visszatérési esélyei a munkaerőpiacra a gyermekgondozási szabadság után a közép-magyarországi régióban empirikus vizsgálat alapján. *Gazdasági és Társadalomtudományi Közlemények* 4. 211-216.p. ISSN: 2061-3156
10. Keczer G. (2014): Üvegplafon III.: Nők a kutatói pályán – fékek és akadályok, *Taylor Gazdálkodás- és Szervezéstudományi Folyóirat*, 14-15:(1-2). 392-403.p. ISSN 2064-4361
11. Lehmann, L. (2016): *Autonomy and work-life balance and their effects on job satisfaction.* Faculty of Social and Behavioural Sciences. Theses.<http://dspace.library.uu.nl/handle/1874/337533> Letöltés dátuma: 2016. október 27.
12. Lockwood, N. (2003): *Work/life balance: challenges and solutions.* HR Magazine. Vol. 48 Issue 6, 'Special section' 10-19.p. ISSN: 1047-3149
13. Pongrácz T. (2001): *Szerepváltozások. A család és a munka szerepe a nők életében.* TÁRKI. 1-16.p. ISBN: 963 7869 08 5
14. Pongrácz T. - S. Molnár E. (2011): *Nemi szerepek és a közvélemény változásának kölcsönhatása.* In Nagy I. – Pongrácz T. (szerk.) *Szerep-változások. Jelentés a nők és férfiak helyzetéről.* Budapest: TÁRKI – Nemzeti Erőforrás Minisztérium. 192-206.p. ISBN: 963 7869 08 5
15. Ternovszky Cs. (2012): *Munka és Család Audit. Módszer, alkalmazás, eredmények.* *Munkaügyi Szemle* 4.4-7.p. ISSN 1789-6339
16. Vernon, K. (2009): *Work-Life Balance: The Guide.* Community Business, June http://www.csr360gpn.org/uploads/files/resources/WLB_Guide.pdf Letöltés dátuma: 2016. október 27.

**KÖZÖSSÉGI SZEREPVÁLLALÁS HELYI FEJLESZTÉSI STRATÉGIA
KIALAKÍTÁSÁBAN**
COMMUNITY RESPONSIBILITY IN CREATION OF LOCAL DEVELOPMENT
STRATEGY

Gerencsér Iona¹, Áldorfai György²

¹PhD hallgató, ²tanársegéd

Szent István Egyetem, ¹Enyedi György Regionális Tudományok Doktori Iskola, ²Gazdaság-
és Társadalomtudományi Kar

E-mail: gerencserilona16@gmail.com

Összefoglalás

A tanulmány a Felső-Homokhátság Vidékfejlesztési Egyesület fejlesztési stratégiájának (Helyi Fejlesztési Stratégia, HFS) kialakításának kezdeti (helyzetfeltárási szakasz) kialakításához szükséges helyzetfeltárás módját, a területi kutatások módszertanának gyakorlatban történő alkalmazását, valamint ezek eredményeit ismerteti. A kutatás nem hagyja figyelmen kívül a korábbi fejlesztési stratégia erősségeit és gyengeségeit, a helyi igények megfogalmazásakor. Azonosítja a fejlesztési szükségleteket, illetve tárgyalja a helyi közösség által elérni kívánt új jövőkép és célok kialakításának módszerét.

A tényleges helyi igényekre és belső erőforrásokra támaszkodó helyi fejlesztési stratégia megalkotásához a statisztikai adatok feldolgozására és terepi kutatásra volt szükség.

Abstract

This study is the result of an initial research of a local development strategy (between May-December 2015). The research presents the strength and weakness of the former development strategy, its the process of formation of the local needs and areas for improvements. The paper reviews the new vision and needs of the local community and it describes how this methods have been evolving.

Kulcsszavak: helyi fejlesztési stratégia, helyi közösség, LEADER, stratégiai tervezés

JEL besorolás: R58

LCC: HJ9103-9695

Bevezetés

Moseley (2003, 4pp) szerint a *vidékfejlesztés* „a gazdasági, társadalmi, kulturális, politikai és környezeti változásoknak egy fenntartott és fenntartható folyamata, mely szándékosan megtervezett azért, hogy az *egész közösség jólétét hosszú távon elősegítse*. A vidékfejlesztési megközelítésekben fokozatosan tért hódít a fenntarthatóság követelménye”. A gazdasági szektorok támogatása helyett a fejlesztések összehangolásának és területi koncentrációjának igénye megnövekedett. Az Európai Unió vidéki térségeinek fejlesztési modellje sem nevezhető egyszerűen már csak vidékfejlesztésnek, annál több, ez a modell a közösségen alapuló integrált területfejlesztés modellje. A modell jellemzőin belül fontos szerepet kap a lokalitás, a szubszidiaritás, a helyi közösségek bevonása a tervezési folyamatba. Fontossá válik a helyi identitás: a helyi szereplők aktivitásának előmozdítása, a társadalmi tőke feltárása és mobilizálása, és a helyi tudás és gyakorlat alkalmazása. A programok megvalósításához

nélkülözhetetlen a helyi erőforrások ismerete, a helyi erőforrások hozzáadott értékének növelése, melyek biztosítják a helyi gazdaság nagyobb biztonságát és fenntarthatóságát. (Szörényiné, 2005)

Az érvényesíteni kívánt új elveket az Európai Bizottság hivatalos állásfoglalásban tette közzé „A vidéki társadalom jövője” címmel, mely a későbbi reformtörekvések alapjául szolgáló dokumentummá vált. Ezzel párhuzamosan indították el 1991-ben kísérleti jelleggel a LEADER³-programot a belső erőforrásokra és a helyi közösségekre építő, alulról szerveződő vidékfejlesztési modellek kidolgozása érdekében. Nemes (2000) szerint a vidékfejlesztésnek koherens európai keretek között, de lokálisan, a helyi közösségek által irányítottan kell működnie. A vidék előtérbe helyezésének, a fenntartható vidékfejlesztésnek minden, a vidéket érintő uniós program meghatározó alapelvevé kell válnia (Nemes, 2000). Kiemelt fontosságot szerzett azoknak a tényezőknek a meghatározása, melyek egy-egy terület „önálló” gazdasági-társadalmi fejlődéséhez, fejlesztéséhez, mint kiinduló kínálati elem járulnak hozzá.” (Ritter et al., 2013) Ezek a tényezők, belső erőforrások kapcsolódhatnak a térség társadalmi aktivitásához, helyi gazdasághoz, az infrastruktúrához, adódhatnak a környezeti adottságokból, illetve a külső anyagi és szellemi javak nyújtotta lehetőségek befogadásának képességéből. (Goda-Tóth, 2013)

A belső erőforrásokhoz való viszony, illetve az erőforrások hasznosításának egyik alakítója az adott közösségben lévő kultúra, mely az egyéni és közösségi döntések formálója. A kultúra befolyásolja a területhasználatot, a természethez való viszonyt, a közösségben való részvételt, valamint a helyi stratégiák formálója és ezek által a helyi gazdasági és társadalmi fejlődés meghatározó tényezője (G. Fekete 2010). A vidéki térségek szereplői (önkormányzatok, civil szervezetek, helyi vállalkozások) nagyban befolyásolják a helyi gazdaság alakítását, fejlesztését, illetve helyi adottságokra épülő egyedi fejlesztések megvalósítását. A vidék számára sok esetben a LEADER program az egyedüli olyan fejlesztési forrás, amely hozzájárulhat, illetve kiegészítheti a helyi fejlesztések megvalósulását. Az uniós támogatás elnyeréséhez a helyi közösségeknek helyi akciócsoport címet kell megpályázniuk, majd a cím elnyerését követően Helyi Fejlesztési Stratégiát kell benyújtaniuk az adott tagállam illetékes Irányító Hatóságához. A helyi akciócsoportok egy adott területre - ez lehet közigazgatási vagy egyéb területi identitással bíró egység - a helyi problémák megoldására egyedi, partnerségen alapuló projekteket terveznek és hajtanak végre. A területi identitás és a társadalmi tőke szorosan összefüggenek, hiszen a legfontosabb eleme egyfajta összetartozás érzés, amelyet egy adott területén élő emberek egymás és az adott terület iránt éreznek. Fontos része még az emberek egymásba vetett bizalma és a térségi kapcsolatok rendszere (Nagyné Molnár, 2013). A térségi szereplők együttműködése, közös gondolkodása pedig erősíti a térségi identitást (Káposzta, 2010 után Hanzel-Kassai, 2014; Bakos-Tóth, 2016; Péli et al., 2015).

Anyag és módszer

A kutatás a helyi akciócsoport térségét érintő fejlesztési dokumentumok, valamint a LEADER program nemzetközi, hazai szakirodalmának áttanulmányozásával vette kezdetét. Szükséges volt a korábbi két akciócsoport helyi vidékfejlesztési stratégiáinak, valamint ezek eredményeit tartalmazó végbeszámoló dokumentumainak, a beérkezett pályázatok típusainak, a forrásigények, a megvalósult, illetve meghiúsult fejlesztések megismerése is. Több egyeztető megbeszélés zajlott a helyi akciócsoport munkaszervezet vezetőjével, valamint a fejlesztési stratégia megalkotásában közreműködő szervezet munkatársaival (beleértve a cikk szerzői) a

³ Liaisons Entre Actions de Développement de l'Economie Rurale

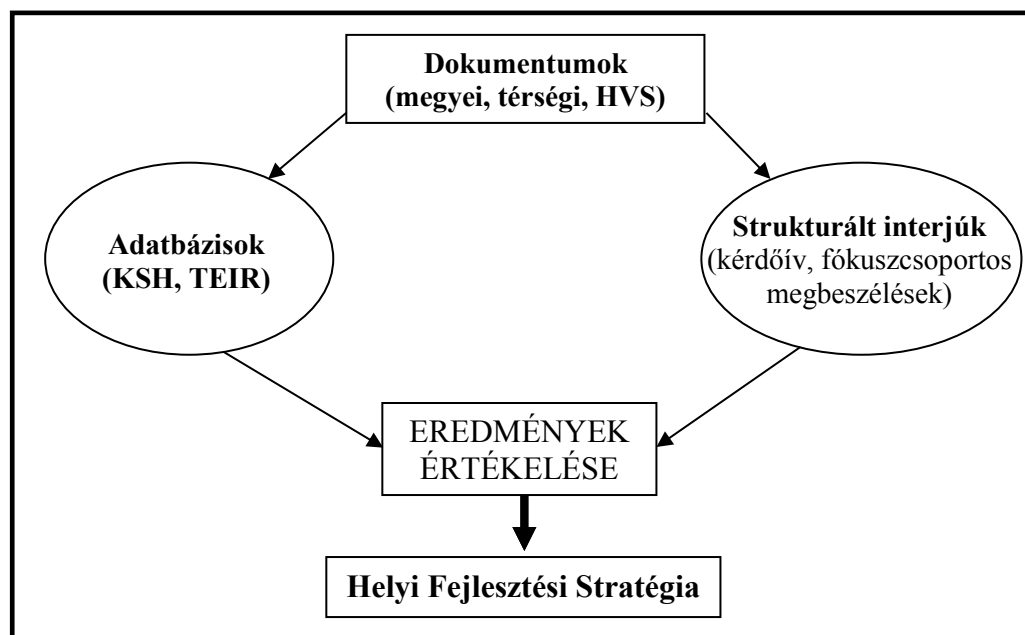
kutatás lefolytatásának részleteiről, illetve az alkalmazandó vizsgálati módszerekről. Meghatározásra került a kutatás megvalósításának időbeni lépései, a részfeladatok felelősei. A kutatás célja a helyi fejlesztési stratégián belül a helyzetfeltárás, illetve a fejlesztési stratégia megalkotása lett.

A kutatási terület megismerésében támpontot jelentett az Országos Területfejlesztési és Területrendezési Információs Rendszer (TEIR) LEADER – Helyi Fejlesztési Stratégiák tervezését támogató alkalmazás használata. A szoftver segítségével az akciócsoport településeire vonatkozó statisztikai adatok lekérdezhetőek, melyek a Központi Statisztikai Hivatalnál lévő adatbázisokra épülő demográfiai, társadalmi, gazdaság, stb. adatok. A térségre vonatkozó statisztikai adatokat az Országos Területfejlesztési és Területrendezési Információs Rendszer (TEIR) által létrehozott tervezést segítő szoftver dolgozta fel. *A létrejött ábrák, táblázatok kiértékelése (leíró statisztikai elemzése) képezte a helyzetértékelés egyik pillérét.*

A valós helyzetkép kialakítása érdekében, kérdőív készült az akciócsoport tagjai számára. A kérdőív összeállításánál elsődleges szempont volt olyan kérdések beépítése, melyek válaszokat adhattak a stratégiai útmutató elvárásaira, ugyanakkor tükrözték a helyiek fejlesztési elképzeléseit. A kérdések a korábbi fejlesztési stratégia (akkoriban Helyi Vidékfejlesztési Stratégia, HVS) megvalósításának tapasztalataira, annak erősségeire, illetve gyengeségeire; a jövőbeni lehetséges fejlesztési javaslatokra, valamint a helyiek önmaguk helyzetének megítélésére fókuszáltak. A helyzetfeltárást segítették az irányított interjúk és fókuszcsoportos megbeszélések, mint kvalitatív kutatási módszerek. Az interjú alanyok kiválasztása a helyi vidékfejlesztési munkaszervezet (HACS) vezetőjének ajánlásai alapján történt, aki nagy helyismerettel rendelkezett. Kapcsolatfelvétel során azok a személyek megkeresése is előtérbe került, akik meghatározó szerepet töltek be a korábbi stratégia megalkotásában és annak megvalósításában. Az interjú alanyok az önkormányzatok, a civil szervezetek, valamint a vállalkozói szféra képviselői közül kerültek ki, összhangban a LEADER-szerű megközelítéssel.

A fókuszcsoportos megbeszélések is a fentiekhez hasonló elvek mentén zajlottak. A műhelymunkák szervezésénél ugyancsak a munkaszervezet vezető ajánlásai voltak a meghatározóak. Az akciócsoport ebben a tervezési ciklusban kiegészült további tíz településsel, akik korábban önálló akciócsoportot alkottak. Indokolt volt tehát, hogy először külön-külön fókuszcsoportos megbeszélések keretében megismerkedni a korábbi akciócsoportok fejlesztési elképzeléseivel, illetve megtudni a későbbi együttműködéshez való hozzáállásukat. Az önálló fórumok után megszervezésre került egy közös fókuszcsoportos megbeszélés. *A kérdőíves megkeresések, interjúk és műhelymunkák révén szerzett információk alkották a kutatás másik meghatározó pillérét.*

A primer és szekunder kutatási adatok, valamint a korábbi tapasztalatok alapján megfogalmazódott a térség társadalmi, gazdasági, környezeti erősség-gyengeség (SWOT) térképe. Megtörtént a fejlesztési szükségletek beazonosítása, meghatározásra kerültek a különböző fejlesztési beavatkozások. Végül körvonalazódott a stratégia jövőképe és a stratégia célhierarchiája, valamint azokat a fejlesztési irányok, melyek más operatív programból finanszírozhatók. *(1. sz. ábra)*



1.ábra: A helyzetfeltárás lépései

Forrás: Goda (2012) alapján saját szerkesztés 2017.

Eredmények

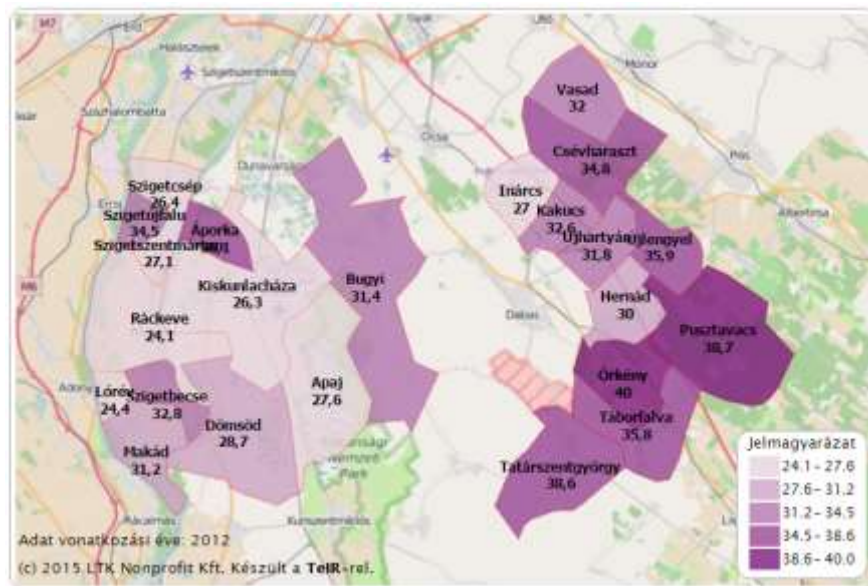
A kutatás eredményeként elkészült egy, a Helyi Fejlesztési Stratégia tervezését szolgáló kérdőív, melyre adott válaszokból kiderült, hogy a helyi szereplők egyértelműen nyitottak mind a térségen belüli, mind a térségen kívüli együttműködésekre, az új ismeretek befogadására (képzések iránti igény), a helyi identitástudat kialakítására és közösségfejlesztésre. Fontosnak tartják önmaguk és környezetük állapotának ápolását.

Irányított interjúk készültek a helyi akciócsoportok munkaszervezet vezetőivel Dabason és Ráckeven, egy dabasi vállalkozóival, az örkényi jegyzővel, Bugyi polgármesterével. Az interjúalanyok véleménye megegyezett a kérdőívet megválaszoló véleményével, új ötletként csak az ország közepe imázs kialakítása jelent meg a helyi vállalkozó részéről.

Egy-egy fókuszcsoporthoz megbeszélés került megszervezésre Bugyin, illetve Ráckeven, melyeken csak az érintett akciócsoport tagjai voltak hivatalosak. A Bugyin tartott műhelymunkán elhangzott fejlesztési javaslatok a szálláshely, adatbázisok kialakítása, rendezvények és közösségi programok támogatása, valamint az ország közepe fogalom tartalommal való megtöltésének kérdésköréhez kapcsolódtak. A ráckevei fórum fejlesztési ötletei a hiányszakmák helybeni támogatása, helyi termelők értékesítési lehetőségeinek bővítése, illetve a Duna kínálta adottságok kihasználása köré csoportosultak. A közös fórumot gyakorlatilag a korábban megfogalmazott kitorési pontnak tartott és fejlesztési lehetőségként felmerült ötletek hangoztak el.

A TEIR LEADER tervezést segítő szoftverből származó adatok statisztikai elemzéséből, a megkérdezettekkel azonos következtetések fogalmazódtak meg a foglalkoztatás terén. A dabasi térségben élők jóval rosszabb helyzetben lévőnek pozicionálták önmagukat a foglalkoztatás terén, míg a ráckevei térségben élők életminőségét jobbnak ítélték. (2. ábra) Ez adódhat egyrészt a magasabban kvalifikált munkaerőből, illetve a kedvezőbb közlekedési adottságokból. Az alacsony színvonalú képzettséggel rendelkezők számára helyi szinten

szervezett képzési programok megvalósításában látták a megoldást, ami összecseng azzal ténnyel, hogy a térségben az országos átlagot meghaladó az alacsony képzett munkaerő aránya.



2. ábra: Alacsony presztízsű foglalkoztatási csoportokban foglalkoztatottak megoszlása az aktív korúak arányában (%)

Forrás: TEIR, LEADER - Helyi Fejlesztési Stratégiák tervezését támogató alkalmazás, 2015.

A kérdőívek, interjúk és műhelymunkák, valamint megismert egyéb fejlesztési dokumentumok válaszainak szintéziseként elkészült a helyi akciócsoport területének Helyzetfeltáró dokumentuma, a Helyi Vidékfejlesztési Stratégia (HVS) 2007-2013 időszak összegző értékelése, a Helyi Fejlesztési Stratégiát érintő tervezési előzményeket, programokat, szolgáltatásokat áttekintő tanulmány, illetve mindezen dokumentumok alapján elkészült a térség SWOT elemzése.

A helyi társadalom fejlődésének kitörési pontjai alapvetően arra a sokszínű humán erőforrásra és társadalmi összefogásra építkeznek, amely a térséget évtizedek óta jellemzi. Ugyanakkor jelentős szerepet szán a nagyobb térségi civil szervezetek fejlődést támogató, ösztönző tevékenységének is. (1. táblázat)

1. táblázat: Társadalom specifikus SWOT elemzés eredménye

| Erősség | Gyengeség |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - a HACS projektvezetési tapasztalatai - színvonalas hagyományörzés és kulturális rendezvények - sokszínű nemzetiség - magas foglalkoztatottság - országos trendnek megfelelő munkanélküliség - a rendelkezésre álló jó adottságú humán közszolgáltatások - önkormányzatok önrész támogató tevékenysége | <ul style="list-style-type: none"> - fejlődő, de alacsony szintű együttműködési hajlam - túldimenzionált fejlesztési igények - a foglalkoztatottak nagymértékű ingázása - csökkenő lakosságszám - elöregedő társadalom - etnikai kisebbség növekvő száma - alacsony iskolázottsági szint - nonprofit szektor alulreprezentáltsága - alacsony jövedelmi viszonyok - magas a szociális ellátásra szorulóak száma - kielégítetlen belső munkaerő-kereslet |

| Lehetőség | Veszély |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - képzési programok térségi szervezése - a társadalmi fejlődést előmozdító fejlesztési lehetőségek (VEKOP) - betelepülő tőke munkaerő-szükséglete - nagyobb térségi szervezetek társadalmi fejlődést elősegítő tevékenysége - a HACs hazai, nemzetközi sikeres kapcsolatai | <ul style="list-style-type: none"> - Budapest elszívó hatása - megtakarítások elköltésének területi változása - globalizáció hatása (lakossági szokások változása) - a HFS prioritások iránti motivációvesztés - a cserélődő társadalomból eredő identitástudat gyengülése |

Forrás: Felső-Homokhátság Vidékfejlesztési Egyesület Helyi Fejlesztési Stratégiához a cikk szerzői által készített saját kutatás 2015.

A helyi gazdaság lehetőségei között szerepel a földrajzi elhelyezkedésből származó előnyök nagyobb fokú kihasználása, az ott lévő tudás és információk adoptálása, valamint a helyi termékek iránti megnövekedett igények kielégítése. (2. táblázat)

2. táblázat: Gazdaság specifikus SWOT elemzés eredménye

| Erősség | Gyengeség |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - megvalósult támogatások példa jellege - reális hossz távú jövőkép - helyi termékek iránti fejlődő kereslet - hossz távú működést szolgáló fejlesztések - szelíd (kikapcsolódásra vágyó természet közeli) turizmusra alkalmas adottságok - kertészeti kultúra kimagasló művelése - jelentős extenzív állattartási hagyományok (pl. szürke marha) - jó a gazdaság adókedvezményrel való ellátottsága - növekvő vállalkozói kedv - magas foglalkoztatottságú vállalkozások jelenléte | <ul style="list-style-type: none"> - kihasználatlan turisztikai adottságok - alacsony szintű marketing tevékenység - turizmushoz szükséges szolgáltatási ágak alacsony színvonala és száma - kereskedelmi szálláshelyek hiánya - vállalkozói szervezetek gyenge kooperatív hajlama - ipari területek nem megfelelő használata - feldolgozó vertikum hiánya - szűkítő munkalehetőségek - vállalkozások termelékenysége alacsony - egyéni vállalkozók számának csökkenése - elmaradó eszközbeszerzés és ingatlanfejlesztés - gazdasági innovációs tevékenységek hiánya |
| Lehetőség | Veszély |
| <ul style="list-style-type: none"> - a főváros gazdaságának és adottságainak közelsége - tudás és információ átvétele - növekvő helyi termékek iránti kereslet - a helyi kínálat szélesedő értékesítési területei - jelentős mértékű gazdaságfejlesztési lehetőségek (VEKOP) | <ul style="list-style-type: none"> - bürokratikus dokumentáció - gyakori jogszabályváltozások - rövid pályázati benyújtási időszak - elnyúló elbírálási időszakok - gazdasági szerkezet változatlan vagy előnytelen trendje - a HACs iránti bizalomvesztés - Budapest sugár irányú közlekedési infrastruktúra (autópálya) okozta turisztikai forgalom hiánya - imázs hiánya - finanszírozási problémák (hitel, utófinanszírozás, önrész) |

Forrás: Felső-Homokhátság Vidékfejlesztési Egyesület Helyi Fejlesztési Stratégiához a cikk szerzői által készített saját kutatás 2015.

A helyiek válaszaiból egyértelműen kitűnt, hogy közvetlen környezetüket, természeti kincseiket (védett területek, egyedi tájképi elemek) féltik és értéknek tekintik. Ezekre az értékekre büszkék és látogathatóvá tennék, természetesen csakis fenntartható módon. (3. táblázat)

3. táblázat: Környezet, infrastruktúra specifikus SWOT

| | |
|---|---|
| <p style="text-align: center;">Erősség</p> <ul style="list-style-type: none"> - jelentős természetvédelmi és Natura 2000-es terület egyedi tájképi elemek - többnapos tartózkodást lehetővé tevő adottságok - jól kiépített csatornahálózat (magas százaléku közműolló) - kimagasló a szelektív hulladékgyűjtésbe bevont lakások aránya - potenciális termálforrások - magas az erdőgazdálkodási tevékenység | <p style="text-align: center;">Gyengeség</p> <ul style="list-style-type: none"> - kommunikációs és információs csatornák alkalmazásának hiányossága - kiépítésre és felújításra váró közlekedési útvonalak - szabadidős lehetőségek hiánya - alacsony komfortfokozatú lakások aránya - jól szervezett szelektív hulladékgyűjtés alacsony kihasználtsága |
| <p style="text-align: center;">Lehetőség</p> <ul style="list-style-type: none"> - védett területek kezelését és fejlesztését támogató források bővülése - védett területek turisztikai szempontú helyi fejlesztéseinek támogatása - energetikai fejlesztési lehetőségek (VEKOP) | <p style="text-align: center;">Veszély</p> <ul style="list-style-type: none"> - a Duna ökonómiai megújulását hátráltató tényezők - Budapest környezetterhelő externális hatásai |

Forrás: Felső-Homokhátság Vidékfejlesztési Egyesület Helyi Fejlesztési Stratégiához a cikk szerzői által készített saját kutatás 2015.

A munkaszervezett és a szakértők (beleértve a cikk szerzői) által összegyűjtött információk alapján az alábbi reális jövőképet határozták meg a térség számára: „*Kooperáció által prosperáló, erős azonosságtudattal rendelkező helyi közösség az élhető gazdasági és társadalmi térben. Stratégiánk célja egy önálló, markáns arculattal, identitástudattal rendelkező térség létrehozása, ahol az emberek jól élnek, vállalkozásaik fejlődnek, közben megóvják a környezetüket. Célunk a gazdaság és a civil társadalom erősítése, a helyi társadalom megújulásának elősegítése. Gazdasági, környezeti és társadalmi fenntarthatóságot kívánunk biztosítani.*” (Felső-Homokhátság Vidékfejlesztési Egyesület Helyi Fejlesztési Stratégiája, 2015)

A fejlesztési szükségletek beazonosítása, illetve a stratégia jövőképeinek megfogalmazása után kikristályosodott a helyi fejlesztési stratégia célhierarchiája. Alapvetően három átfogó célt bontakozott ki a kutatás végén:

- **“Azonosságtudatú vonzó és élhető társadalmi tér kialakítása.** A célkitűzés a térségben élők identitástudatának erősítését szolgálja.
- **Kooperáló helyi gazdaságfejlesztés a jövedelemszerző források és foglalkoztatottság növelése céljából.** A célkitűzés a helyi gazdaság megerősítését szolgálja, azon belül pedig a mikro- és kisvállalkozásokat kívánja támogatni.
- **A rendelkezésre álló környezeti - turisztikai adottságok megóvása és értékláncre való felfűzése.** A célkitűzés a térség természeti és turisztikai értékeire épülő turisztikai infrastruktúra fejlesztéséhez járul hozzá.” (Felső-Homokhátság Vidékfejlesztési Egyesület Helyi Fejlesztési Stratégiája, 2015)

Az átfogó célok a fejlesztési stratégiában további specifikus célokra tagolódtak, melyek irányt szabhatnak a később megfogalmazandó projektcéloknak. A kutatásnak köszönhetően a helyi fejlesztési stratégia tervezése az Irányító Hatóság elvárásainak megfelelően eljutott a kívánt állapotig.

Következtetések, javaslatok

A tanulmány ismertette a Felső – Homokhátság Vidékfejlesztési Egyesület részére készített Helyi Fejlesztési Stratégia kialakításának lépéseit, valamint bemutatta a helyzetfeltárás különböző fázisait, leírta az alkalmazott primer és szekunder kutatási módszereket és az általuk kapott eredményeket. Az terepi kutatással alátámasztott helyzetfeltárás elkészítése azért is volt javasolt, mivel a sikeres/megvalósítható stratégia elkészítéséhez, illetve a jelenlegi állapot kellő ismeretéhez jó alapot szolgáltatott. Az interjúkból és fókuszcsoportos megbeszélésekből kiderült, hogy a HACS területén élő helyi közösség alapvetően nyitott a térségen belüli és azon kívüli együttműködésekre. Nyitottak az új ismeretek befogadására (képzések iránti igény), igénylik a helyi identitástudat kialakítását és közösségfejlesztést. Fontosnak tartják önmaguk fejlesztését és környezetük állapotának ápolását.

A szekunder kutatás alapját egyrészt egy tervezést segítő program által generált leíró statisztikai elemzés másrészt a térséget érintő országos, megyei fejlesztési dokumentumok, valamint a korábbi tervezési időszak Helyi Vidékfejlesztési Program és ezen munkák értékelése képezték.

A helyi közösség szembesülve az előző LEADER fejlesztési stratégia, valamint a térség gazdasági, humán és környezeti statisztikai eredményeivel három beavatkozási területet határozott meg. *Az új stratégiában kiemelt szerep jut a helyi identitástudat erősítésére, a helyi gazdaságfejlesztésre és a környezeti adottságok védelmére, melyek fejlesztésével a közösség valóban a térség társadalmi tőkéjét erősíti.* Ezáltal nő az összetartozás érzés, amelyet egy adott területén élő emberek egymás és településük/térségük iránt éreznek, ami aztán hozzájárul a sikeres helytálláshoz a mindenkit érintő globális versenyben.

Összességében a kiválasztott kutatási módszerek adott területi egység vizsgálatára alkalmasak. Megfelelő mélységűek voltak ahhoz, hogy segítségükkel meghatározható a helyi akciócsoport fejlesztési szükségletei, valamint beazonosíthatók azok a fejlesztésre szoruló és LEADER forrásból fejleszthető területeket, melyek összhangban állnak az ott élők szükségleteivel.

Irodalomjegyzék

1. Bakos I.M.-Tóth T. (2016): Special Steps of Local Economic Development for Improving Food Buying Groups
2. Dabas Integrált Városfejlesztési Programja (2008) pp. 1-134. <http://www.dabas.info.hu/images/stories/onkormanyzat/onkormanyzat009.pdf> Letöltve: 2017.02.12.
3. EDEL, M. (1992) Latin American urban studies: beyond dichotomy, in: R.M. MORSE and J.E. HARDOY, Rethinking the Latin American City. Washington, DC: Woodrow Wilson Center Press In: Wilson P. A. (1995): Embracing Locality in Local Economic Development Urban Studies, Vol. 32, Nos 4- 5, 1995 645-658
4. Felső-Homokhátság Vidékfejlesztési Egyesület Helyi Fejlesztési Stratégiája, http://leaderkontakt.hu/index.php?option=com_docman&task=cat_view&gid=176&Itemid=70&lang=hu Letöltve: 2016.04.10.
5. Felső-Homokhátság Vidékfejlesztési Egyesület Helyi Fejlesztési Stratégia végrehajtása Zárójelentés 2007-2013 (saját dokumentumtár)
6. G.Fekete É. (2010): A kultúra funkciója a helyi stratégiákban. In Török József (szerk.) Közművelődési Nyári Egyetem 1999-2008. Válogatás a 10 év előadásaiból. Szeged: Csongrád Megyei Népművelők Egyesülete pp. 363-372.
7. Goda P. (2012): Új rendszerszemléletű helyzetfeltárási módszer a vidéki területek

- fejlesztésében, Doktori Értekezés
8. Goda P., Tóth T. (2013): Pókháló- entrópia, mint új rendszervizsgálati megközelítés a területi elemzésekben TERÜLETI STATISZTIKA 53:(2) pp. 169-189.333
 9. Hanzel E., Kassai Zs. (2014): A helyi társadalom vizsgálata Zsobokon In: Farkas Tibor, Kassai Zsuzsanna (szerk.) Zsoboki tanulmányok. 172 p. Gödöllő: Szent István Egyetemi Kiadó, pp. 69-84.
 10. Káposzta J. (2010): Közösségi tervezés In: Tóth T. – Káposzta J. (2010): Térségi tervezés és programozás Gödöllő, Szent István Egyetem, pp. 51-61. In: Hanzel E., Kassai Zs. (2014): A helyi társadalom vizsgálata Zsobokon In: Farkas Tibor, Kassai Zsuzsanna (szerk.) Zsoboki tanulmányok. 172 p. Gödöllő: Szent István Egyetemi Kiadó, pp. 69-84.
 11. Kis-Duna-menti Vidékfejlesztési Egyesület Helyi Vidékfejlesztési Stratégiája (saját dokumentumtár)
 12. Kis-Duna-menti Vidékfejlesztési Egyesület Helyi Vidékfejlesztési Stratégia végrehajtása Zárójelentés 2007-2013 (saját dokumentumtár)
 13. Moseley, J.M. (2003) Rural Development Principle and Practices. Sage Publication, London. In: Szörényiné K. I. : A fenntartható fejlődés stratégiai elemei a rurális térségekben. Tér és Társadalom 19. évf. 2005/3-4. 111-137. p.
 14. Nagyné Molnár Melinda (2013): Factors of success in case of local society DETUROPE: CENTRAL EUROPEAN JOURNAL OF TOURISM AND REGIONAL DEVELOPMENT 5:(3) pp. 63-70.
 15. Nemes G. (2000): Az Európai Unió vidékfejlesztési politikája – az integrált vidékfejlesztés lehetőségei Közgazdasági Szemle, XLVII. évf., pp. 459–474.
 16. Péli L.- Némediné Kollár K.- Tóth T. (2015): A hungarikumok magyarországi és nemzetközi megítélésének főbb aspektusai az egyetemi hallgatók körében GAZDÁLKODÁS (ISSN: 0046-5518) 59: (6) pp. 547-602. (2015)Pest Megyei Környezetvédelmi Program 2014-2020 Pest Megyei Területfejlesztési Program 2014-2020
 17. Pest Megyei Területfejlesztési Konceptió I. (2013) pp. 1-296. [http://www.pestmegye.hu/images/2014/Teruletfejlesztési dokumentumok/Konceptio megyei/Pest Megyei Teruletfejlesztési Konceptio - I. kotet helyzetfeltarás.pdf](http://www.pestmegye.hu/images/2014/Teruletfejlesztési_dokumentumok/Konceptio_megyei/Pest_Megyei_Teruletfejlesztési_Konceptio_-_I._kotet_helyzetfeltarás.pdf) Letöltve: 2017.02.12.
 18. Pest Megyei Területfejlesztési Konceptió II. (2013) pp. 1-195. [http://www.pestmegye.hu/images/2014/Teruletfejlesztési dokumentumok/Konceptio megyei/Pest Megyei Teruletfejlesztési Konceptio - II. kotet javaslattevo fazis.pdf](http://www.pestmegye.hu/images/2014/Teruletfejlesztési_dokumentumok/Konceptio_megyei/Pest_Megyei_Teruletfejlesztési_Konceptio_-_II._kotet_javaslattevo_fazis.pdf) Letöltve: 2017.02.12.
 19. Ráckeve Integrált Városfejlesztési Programja (2009) pp. 1-124. http://www.terport.hu/webfm_send/3725 Letöltve: 2017.02.12.
 20. Ritter K. - Nagy H. - Tóth T. (2013): Hátrányos helyzetű vidéki térségek és helyi fejlesztési lehetőségeik egy Észak-magyarországi példán keresztül. pp. 224-242. In: Lukovics M. - Savanya P. (Szerk.): Új hangsúlyok a területi fejlődésben. Szeged: JATE Press
 21. Szörényiné K. I. (2005): A fenntartható fejlődés stratégiai elemei a rurális térségekben. Tér és Társadalom 19. évf. 2005/3-4. 111-137. p.
 22. Versenyképes Közép-Magyarország Operatív Program (2014) <https://www.palyazat.gov.hu/doc/4385> Letöltve: 2017.02.12.
 23. TEIR LEADER Helyi Fejlesztési Stratégiák tervezését támogató alkalmazás: LEADER Helyi Fejlesztési Stratégiák tervezését támogató alkalmazás www.teir.hu/leader Letöltés: 2015. június 20

A CSŐD MEGÍTÉLÉSE HITELEZŐI OLDALRÓL JUDGMENT OF BANKRUPTCY FROM THE CREDITOR'S POINT OF VIEW

Hollik Gergő¹, Ugrósy György²

¹szakértő, ²egyetemi docens

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar, Szent István Egyetem

E-mail: hollik.gergo@gmail.com, ugrosdy.gyorgy@gtk.szie.hu

Összefoglalás

A bankszektorban a XX.-XXI. század fordulóján elterjedtek a számítógépes és az internetes megoldások a pénzügyi műveletek gyorsabb lebonyolítása végett. Az új technológia adta lehetőségeket kihasználva mára már elérhetővé vált az azonnali tőkemozgatás, azonban az új technológia a pénzügyi válságok gyors terjedését is magával hozta. A válságok legjellemzőbb vonása a fizetésképtelenségek az ügyfelek körében, éppen ezért kiemelkedő fontosságú az előrejelző modellek esetében a csőd definíciójának a legpontosabb megfogalmazása. Tanulmányunkban a csőd-modellezéshez használatos csödeseményeket tekintjük át.

Abstract

In the bank sector at the turn of 20th and 21st century the computer and internet-based methods have been spread to make financial operations faster. To take the advantage of opportunities that were given by the new technology, for nowadays the prompt capital moving has been achieved, however the new technology brings with itself the fast spread of economic crisis. The most trait of crisis is the massive bankruptcy of clients, so this is why the banks have to create a precise definition of bankruptcy. In our study we review the definition of default.

Kulcsszavak: csőd definíció, hitelezés, csődmodell, hatósági eljárások

JEL besorolás: G32

LCC: HG3691-3769

Bevezetés

Legyen szó akár kereskedelmi bank által nyújtott hitelről, vagy akár szállítói hitelről, a hitelezők régi álma az adós jelenlegi és jövőbeli hitelképességének pontos ismerete. A hitelezés a során a hitelezők az ideiglenesen átengedett pénzeszközeikért cserébe valamilyen ellenszolgáltatást várnak. Minden szállító és vevő között inkább egy jó üzleti kapcsolatban testesül meg, míg kereskedelmi bank és adós között az ellenszolgáltatás a fizetendő kamat. Azonban csőd esetén a hitelezők nem csupán a bizalmon alapuló üzleti kapcsolatot vagy a kihelyezett hitelösszeg bizonyos százalékát veszítik el, hanem előfordulhat, hogy a teljes tőke összegéről is le kell mondaniuk, amely már nem csupán bevételkiesést jelent, hanem veszteséghez és adott esetben likviditási problémákhoz is vezethet.

Az első csődmodelleket a XX. század közepén készítették el a kor nagy matematikusai és közgazdászai, így nem egy teljesen új irányzatról van szó, azonban a modellek tökéletlensége és az egyre kifinomultabb számítási módszerek révén napjainkban is aktuális téma a csődmodellezés. A csődmodellek megjelenése előtt a hitel igényeket jóváhagyták vagy elutasították. A folyamat lassúnak bizonyult, és a döntések nagyban függtek az hiteljóváhagyók

(Underwriters) szubjektív ítéleteitől is, melyek megteremtették a keresletet a matematikai, statisztikai alapú hiteljóváhagyás iránt (Raymond A. [2007]). A 2008-as gazdasági válságból felocsúdva mind a nemzetközi, mind a hazai szabályzó szervek újabb és újabb követelményeket támasztanak a hitelezőkkel szemben a leendő és a már meglévő adósok minősítését és a hitelezési kockázatokat csökkentését illetően (pl.: Bázeli III., JTM rendelet). A tudomány és a technológia mai álláspontja szerint a tökéletes csődmodell nem létezik (90%-os Somers' D érték felett túl fitt a modell a tanulási mintához képest), és a gazdasági világválságokat sem lehet teljesen pontosan előre jelezni, így mindig lesznek olyanok, akik kockáztatnak és a rövidebbet húzzák.

Módszertan

A csődmodellektől alapvető elvárás, hogy előre jelezze és számszakilag kifejezze a leendő adós fizetőképességét az elkövetkező egy vagy több évre. A Bázeli direktíváknak, az IFRS és HAS irányelveknek és a hazai szabályzó felügyeletnek való megfelelés a csődmodellek felhasználása nem csupán a hitelbírálatkor kerül kiszámításra a leendő adós fizetőképessége, hanem a finanszírozás után is részben egyfajta monitoring jelleggel, másik oldalról pedig a minél pontosabb tőke- és céltartalék-képzés végett. Mindezzel azonban a csődmodellek klasszikus felhasználási funkciója (döntés a hitelkérelemről) átalakult, és a pénzügyi adatokon, mutatókon kívül az ún. viselkedési vagy ügylethez kapcsolódó mutatók, (késedelmes napszám, keretkihasználtság, stb.) kerültek előtérbe a jelentősebb magyarázó erő végett. Azonban hiába nőtt meg a csődmodell magyarázó ereje a viselkedési mutatók révén, mire az adott pénzügyi helyzet, vagy szállító alkalmazni tudja a mutatót addigra már a tőkés az adóshoz került és egy bizonyos szintig a megtérülés kérdéses lehet. Az eddigiekből következik, hogy alapvetően két tényező van jelentős kihatással a finanszírozási döntés meghozatalára (melyek egyben a modell erejét is meghatározzák):

- nyilvánosan elérhető adatok (cégkivonat, beszámoló, NAV adatbázis)
- csőd definíciója

Utóbbi tán meglepő lehet, hogy miként tudja befolyásolni a modell predikciós erejét. Számtalan szakirodalmi forrás vagy törvény, irányelv esetleg rendelet van, amelyek eltérő formában értelmezik a csődöt. A csőd fogalmának helyes és konzisztens alkalmazása (minden vállalatra ugyan azt a definíciót kell alkalmazni) a tanulási és tesztelési mintában szereplő vállalatok besorolásáról („rendben működő vállalat”, „gondokkal küzdő vállalat”), majd a modellezéshez használt mutatók és végül a modell végső erejéről nagymértékben dönt.

A **hazai jogalkotásban** az 1991. évi XLIX. törvény (A csődeljárásról és a felszámolási eljárásról) és annak jelenleg hatályos módosításai a következők szerint definiálják a fizetésképtelenséget (csődeseményt):

- „a) az adós szerződésen alapuló nem vitatott vagy elismert tartozását a teljesítési idő lejártát követő 20 napon belül sem egyenlítette ki vagy nem vitatta, és az ezt követő hitelezői írásbeli fizetési felszólításra sem teljesítette, vagy
- b) az adós a jogerős bírósági határozatban, fizetési meghagyásban megállapított teljesítési határidőn belül tartozását nem egyenlítette ki, vagy
- c) az adóssal szemben lefolytatott végrehajtás eredménytelen volt, vagy
- d) az adós a fizetési kötelezettségét csődeljárásban vagy felszámolási eljárásban kötött egyezség ellenére nem teljesítette, vagy
- e) a korábbi csődeljárást megszüntette [18. § (3) bekezdés, 18. § (10) bekezdés vagy 21/B. §], vagy

- f) az adós, illetve a végelszámoló által indított eljárásban az adós tartozásai meghaladják a vagyont, illetőleg az adós a tartozását (tartozásait) az esedékességkor nem tudta vagy előreláthatóan nem tudja kielégíteni, és a végelszámoló által indított eljárásban az adós gazdálkodó szervezet tagjai (tulajdonosai) felhívás ellenére sem nyilatkoznak arról, hogy kötelezettséget vállalnak a tartozások esedékességkor történő kifizetéséhez szükséges források biztosítására.”(1991. évi XLIX. törvény 27.§)

Ugyanakkor a 2018. évtől a legtöbb hazai kereskedelmi bankban bevezetésre kerül az **IFRS 9**, melynek megalkotói kifejezetten nem kívántak élni a csődesemény definíciójának meghatározásával, mondván nagy valószínűséggel a pénzügyi jelentésekben használatos csődesemény és a hitelezési kockázatkezelés által használatos definíciók nem lennének konzisztensek egymással (IFRS 9 Significance for Financial Stability and Supervisory Rules [2015]).

Az Európai Parlament és a Tanács 575/2013/EU rendeletének (Hitelintézetekre és befektetési vállalkozásokra vonatkozó prudenciális követelményekről) 178. cikke definiálja a kereskedelmi bankok által a gyakorlatban is használt csődeseményt. Az ügyfél teljesítésének elmaradását két oldalról közelíti meg a rendelet:

1. Kvalitatív oldalról megközelítve az adott pénzügyintézet úgy véli, hogy az ügyfél valószínűsíthetően nem fogja maradéktalanul teljesíteni a hitelkötelezettségeit a pénzügyintézet felé, vagy esetleg az anyavállalat, vagy valamely leányvállalat felé.
2. az ügyfélnek a pénzügyintézettel szembeni jelentős hitelkötelezettsége 90 napon túl késedelmes.

A rendelet részletesen kifejti, hogy az első pontban definiált kvalitatív csődeseménynek milyen indikátorai lehetnek. Ilyen indikátor(ok) lehet(nek):

- a hitelkötelezettségből eredő kamatok, melyeket a pénzügyintézet nem tud befolytként elkönnyvelni, mely lényegében a késedelmes fizetést jelenti a 2013. évi V. törvény (Ptk.) alapján. Az „új” Polgári Törvénykönyv a Hatodik Könyv (Kötelmi jog) 46. §-ában a következőket állapítja meg: „Ha a pénztartozás teljesítéseként fizetett összeg az egész tartozás kiegyenlítésére nem elegendő, azt - ha a jogosult eltérően nem rendelkezett, és egyértelmű szándéka sem ismerhető fel - elsősorban a költségekre, majd a kamatokra és végül a főtartozásra kell elszámolni.” (2013. évi V. törvény)
- a pénzügyintézet a hitelkihelyezést követően jelentkező és jelentősnek minősülő hitelminőség-romlást észlel és ezáltal hitelkihelyezést kell eszközölnie. A hitelminőség-romlás megfogható az ügyfél hitelképességét és fizetési hajlandóságát kifejező adósminősítési osztályokban bekövetkezett negatív változásokkal, valamint az ügyfélre képzett kockázati céltartalék növekedésével.

A pénzügyintézetek kötelesek eszközeik folyamatos minősítésére, melyre az alábbi 5 kategóriát használhatják:

- Problémamentesnek minősül az az eszköz, mellynél a teljes megtérülés valószínűsíthető, és a törlesztéses hitelek esetében vállalati oldalon maximum 15 napot, míg lakossági oldalon 30 napot nem haladja meg a késedelem.
- Külön figyelendő kategóriába sorolandóak azok az eszközök, amelyek esetében a minősítés pillanatában maximálisan 10%-os veszteség prognosztizálható.
- Átlag alatti kategóriába azon eszközök sorolandóak, ahol a vélt veszteség 10 - 30% között lesz.
- Késesnek minősülnek azok az eszközök melyek esetében a késedelem a 90 napot meghaladja (tartós késedelem), vagy rendszeresnek mondható a késedelem és a veszteség vélhetően 30% fölött lesz.

- **Rossz** kategóriába azok az eszközök tartoznak, ahol az adós többszöri felszólítás ellenére sem tett eleget, vagy nem tudott eleget tenni a fizetési kötelezettségének, a várható veszteség 70% fölöttinek mondható és a fedezetek érvényesítése révén sem tud a pénzügyintézet az elvárt jövedelméhez hozzájutni. (Gál E. [2013]).
- a pénzügyintézet a hitelkövetelésén csak jelentős veszteség útján tud továbbjutni, vagyis az adott ügylet faktorálásra kerül, esetleg követelés elengedésére (leírásra).
- a pénzügyintézet beleegyezik a hitelkötelezettség kényszerű átstrukturálásába, mely történhet „doboz termékek” formájában, úgynevezett exit hitelek révén, mely elsősorban az ügyfelek keretjellegetű hiteleinek egyösszegű és azonnali visszafizetési kötelezettségére jelent megoldást azzal, hogy törlesztéses hitellé alakítja a kötelezettséget. Másik megoldás az ügyfél és a pénzügyintézet között létrejövő egyedi megállapodás lehet a kötelezettségek átütemezésére.
- a pénzügyintézet felszámolási eljárást indított vagy ehhez hasonló intézkedést kezdeményezett az ügyfél hitelkötelezettségével kapcsolatban.
- az ügyfél felszámolási eljárást kezdeményezett vagy ehhez hasonló jogi lehetőséggel élt, hogy a pénzügyintézménnyel szemben fennálló hitelkötelezettséget elkerülhesse vagy a visszafizetést elhalasztthassa (Európai Parlament és a Tanács 575/2013/EU rendelet 178. cikk).

A csődeseményeket (default events) a modellezési szempont és a fentebb leírtakat alapul véve két nagy csoportra lehet bontani:

Nyilvános adatbázisokból elérhető csődesemények

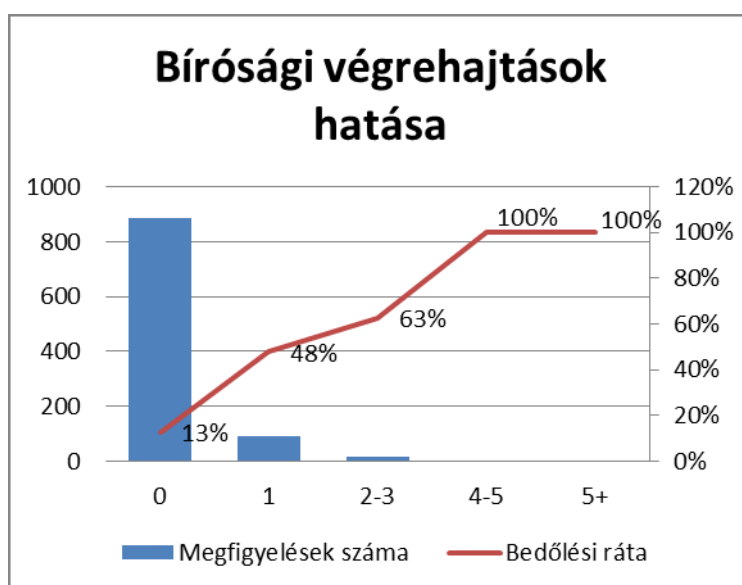
1. **Végelszámolás**, melyről a 2006. évi V. törvény a következőképpen rendelkezik: „A cég jogutód nélkül történő megszűnése esetén - ha a cég nem fizetéseképtelen, és a cégre vonatkozó jogszabály eltérő rendelkezést nem tartalmaz - végelszámolásnak van helye” (2006. évi V. törvény). A törvény azt is kimondja, hogy a végelszámolás megindítását a cég legfőbb szervének kell kezdeményeznie. Azonban ha a végelszámolás közzétételét követő 40 napon belül a hitelezők követeléssel jelentkeznek a végelszámolónál és a cég vagyona nem tud fedezetet nyújtani a követelésre, esetlegesen a követelések vitatásából eredően a végelszámolás 3 éven belül nem zárul le úgy kényszertörlesztési eljárás lefolytatásának van helye, mely esetében a hitelezők veszteségének elkerülése már kérdéses lehet.
2. **Csődeljárás**, olyan jogi eljárás mely esetében a fizetéseképtelen adós célja a hitelezőkkel való megegyezés, illetve a korábbi gazdasági tevékenység folytatása, újraszervezése.
3. **Felszámolási eljárás** lefolytatására akkor kerül sor, ha az adós hitelezőivel szemben fizetéseképtelennek bizonyul, és a tevékenységét nem kívánja a továbbiakban folytatni. A végelszámolásnál az eljárás közzétételét követő 40 napon belül a hitelezők jelezhetik a felszámoló felé a követeléseiket.
4. **Kényszertörlesztési eljárásról** a 2006. évi V. törvény az alábbiak szerint rendelkezik: „A cégbíróság kényszertörlesztési eljárás megindítását rendeli el, ha
 - a. a céget megszűntnek nyilvánítja,
 - b. a cég a végelszámolást három éven belül nem fejezte be és törlése iránt kérelmet nem terjesztett elő,
 - c. a cég a végelszámolás általános szabályaira történő áttérést nem hajtotta végre, vagy
 - d. a cég jogutód nélküli megszűnését előidéző ok következett be, és végelszámolási eljárás lefolytatásának nincs helye.” (2006. évi V. törvény)

A kénysztörlesztési eljárás legfontosabb feladata tehát, hogy a céget a cégbíróság végérvényesen megszűntnek nyilváníthassa, és a hitelezőkkel szemben továbbra is fennálló kötelezettséget kiegyenlítsse, melyre a 2006. évi V. törvény 118./A paragrafusa egy igen komolynak mondható kitévelt fogalmaz meg: „Ha a korlátozott tagi felelősséggel működő céget a cégbíróság kénysztörlesztési eljárásban törölte a cégjegyzékből, a cég - a cég törlésének időpontjában a cégjegyzékbe bejegyzett - volt tagja korlátlanul felel a cég hitelezőjének kielégítetlen követelése erejéig, ha a tag a korlátozott felelősségével visszaélt. Több tag felelőssége egyetemleges.” (2006. évi V. törvény)

5. NAV adatbázisban való szereplés az alábbi negatív információk legalább egyikével:

- Adótartozással rendelkező adózók (nem magánszemélyek) listája, melyre azon nem magánszemélyek kerülnek fel, akik adótartozása eléri vagy meghaladja a 100 millió Forintot és ez tartósan, több mint 180 napon át fennáll
- A jelentős összegű adóhiánnyal érintett adózók listája
- Felfüggesztett, vagy szankciós jelleggel törölt adószámmal rendelkező vállalkozások listája

A NAV látóterébe való kerülés súlyos következményekkel járhat melyet az 1. számú ábra szemléltet. 1000 darab véletlenszerűen kiválasztott, 2011 előtt alapított vállalkozás példáján mutatjuk be a bírósági végrehajtások súlyosságát. A csődeseménynek a 2011 és 2015 között megindított felszámolást, végelszámolást vagy csődeljárást tekintettük. Az ábra tanúsága szerint 0 bírósági végrehajtás mellett a cégek közel nyolcada kerül 5 év alatt válságos helyzetbe. (A végrehajtások közül csak azokkal számoltunk, melyek 2011 előtt indultak, és 2011-2015 között még élők voltak.) Minderre a nem túl alacsony értékre katalizátorhatással van már egy darab bírósági végrehajtás is. A véletlenszerűen kiválasztott mintába került vállalkozások közel fele ment csődbe. A bedőlési ráta monoton növekedése jelzi azt, hogy minden egyes további bírósági végrehajtásnak súlya van, és egyre nagyobb a valószínűsége annak, hogy a vállalkozás bedől és idővel kénysztörlesztési eljárás lefolytatására kerül sor.



1. ábra: Bírósági végrehajtások hatása

Forrás: saját szerkesztés, <http://www.e-ceggyezek.hu/>

Belső vállalatirányítási rendszerekből elérhető csődesemények

1. Késedelmes napok száma nagyobb mint 30, 90, 180, és a késedelem hitelezés szempontjából releváns terméken keletkezett, valamint a késedelmes összeg eléri az adott vállalat által meghatározott küszöbértéket (Pl.: Az Unicredit Jelzálogbank Zrt. 2013. évre vonatkozó kockázatkezelési jelentése alapján a kintlévőség 2%-a vagy a minimálbér összege volt.)
2. Jelentős, vagy speciálisan képzett céltartalék az adóson, melyre akkor van szükség, amikor az adott pénzügyi intézmény egyedi hitelügyletet köt, vagy egy már meglévő adós ügyfél elkezd nem teljesítő pozícióba kerülni.
3. Adós besorolásának jelentős romlása (legalább 2-3 adósminősítési kategóriás romlás értendő ide)
4. Az adós hitelének restrukturálása
5. Az adósságállomány a behajtási osztály kezelésében áll
6. Az adóssal szemben fennálló követelés faktorálása, leírása

Következtések és eredmények

A hazai kereskedelmi bankok által alkalmazott és a tanulmány által körbejárt csőd definíciója közti alapvető különbség a használni kívánt célra vezethető vissza. A kereskedelmi bankok a csőd-modelleket nem csupán a finanszírozási döntés meghozatalára használják fel, hanem a folytonos prudens működés érdekében a céltartalék- és tőkeképzésre. Éppen ezért az ügyfelek fizetési morálját, késedelmeit, pénzügyi szolgáltatásokhoz kapcsolódó releváns mutatókat is figyelembe vesznek a pénzügyi intézmények a csőd valószínűségének meghatározásában, és részben ezért a modellezési minták csupán a bankok portfóliójában lévő ügyfelekre korlátozódnak.

Jelen tanulmány azonban kizárólag a finanszírozási döntés meghozatalához, és a döntés alapjául szolgáló modell által használt csőd definíciójának meghatározásához kínál útmutatást. A tanulmány azon a koncepción alapul, hogy az ügyfeleket a finanszírozás előtt kell alaposan szelektálni, továbbá a modellnek képesnek kell lennie a teljes piacra vonatkozó trendek követésére. Ennek az az oka, hogy a bankok az adósminősítés mellett más, olykor nehezen számszerűsíthető szempontokat is vizsgálnak (pl.: kapcsolt vállalkozások, ügyfél-NAV kapcsolat), melyek az idő múlásával változhatnak, így a modellezéshez használt minták a mindenkori összes hazai vállalkozásnak csupán egy részhalmazát adják. Éppen ezért a múltban hatályban lévő úgynevezett vizsgálati szempontoknak megfelelő vállalkozások képezik a minták alapját, azonban az idő múlásával az vizsgálati szempontok enyhülhetnek, mely révén bővül a finanszírozható vállalkozások száma, és koránt sem biztos, hogy a hatályban lévő adósminősítő modell képes a felmerülő kockázatokat pontosan előre jelezni ezután is.

A fentebb leírtak megértésére egy egyszerű példával kívánnánk érvelni: tételezzük fel, hogy az 1. számú ábra tanúsága szerint egy kereskedelmi bank a válság hatására szigorított a hitelezési feltételein és csupán olyan vállalkozásokat finanszírozott, akik nem álltak végrehajtás alatt az elmúlt egy évben. Pár évvel később a kedvező gazdasági körülményekre, valamint a fokozódó versenyre való tekintettel a bank enyhített a szabályon és megengedett egy végrehajtási alkalmat az elmúlt évben. Az enyhítés azt fogja eredményezni, hogy nő a hitelezhető cégek száma, azonban a növekedés olyan cégek révén valósul meg, akiknek a bedőlési rátája közel háromszor azon cégekhez képest, akik a modellezési mintában szerepelnek.

Irodalomjegyzék

- 1) 1991. évi XLIX. törvény
- 2) 2006. évi V.törvény
- 3) 2013. évi V. törvény
- 4) Anderson, R. (2007). The credit scoring toolkit.p.7.
- 5) Európai Parlament és a Tanács 575/2013/EU rendelet.
- 6) Gál Erzsébet. (2013). Hitelkérelem, banki ismeretek 2.5.2. fejezet
- 7) IFRS 9 Significance for Financial Stability and Supervisory Rules. p.23.
- 8) Mnb.hu, forrás: <http://www.mnb.hu>
- 9) Nav.gov.hu, Forrás: <http://www.nav.gov.hu>
- 10) Raiffeisen.hu, forrás: <https://www.raiffeisen.hu/>
- 11) unicreditbank.hu, forrás: <https://www.unicreditbank.hu/hu/maganszemelyek.html#home>
- 12) e-cégjegyzék.hu, forrás: <http://www.e-cegjegyzek.hu/>

A HAZAI HÁZTARTÁSI ÉLELMISZERHULLADÉKBA KERÜLŐ SERTÉSHÚS ÉS SERTÉSHÚSKÉSZÍTMÉNYEK EGYES TÁRSADALMI ÉS ÖKOLÓGIAI HATÁSAI CERTAIN SOCIAL AND ECOLOGICAL IMPACTS OF PORK AND PORK PRODUCTS GOING TO HOUSEHOLD WASTE IN HUNGARY

Hubert Klára¹, Szűcs István²

PhD hallgató¹, egyetemi docens²

Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Gazdálkodástudományi Intézet, Üzemtani és Vállalati Tervezés Tanszék, 4032 Debrecen, Böszörményi út 138.

E-mail: hubert.klara@econ.unideb.hu, szucs.istvan@econ.unideb.hu

Összefoglalás

A cikkben a lakossági és gasztró szektorban, valamint a közétkeztetésben „kidobott” sertéshús/sertéshús készítmények eredményeként felmerülő egyes társadalmi és ökológiai hatások kérdéskörével foglalkoztunk. Kalkulációinkkal többek között arra fontos megállapításra szeretnénk felhívni a figyelmet, miszerint a sertéshús kommunális hulladékba kerülésével egyidejűleg elpazarolt pénzből a hazánkban éhez-, illetve nélkülöző gyermekek 1/5-ének „sertéshús szelet igényét” fedezhetnénk, amennyiben minden egyes évben igénybe vennék az általános iskolában, valamint a gimnáziumban nyújtott közétkeztetési szolgáltatást, feltételezve, hogy a gyermekek „szelethús igényének” 50%-át sertéshúsból biztosítják.

Abstract

In social terms, quantification of energy content from pork/pork product wastage is one of our targets in connection with the reduction of food waste. An average waste of energy content from 10% food wastage of pork/pork products is up to 53 000 million Kcal. Food wastage triggers several ecological effects under our assessment including excess water use, relating to pork/pork product wastage, calculated by specific water footprint by Hoekstra, excess greenhouse gas use calculated by specific CO₂ footprint published by FAO, 2010 and ammonia emission by Mészáros, 2005 calculated by specific nitrogen loss deriving from slurry of pigs for fattening. Water use of 58 million m³, 117 million m³, 175 million m³, 232 million m³ is unnecessary due to 5%, 10%, 15%, 20% wastage of pork/pork products, respectively.

Kulcsszavak: háztartási élelmiszerhulladék, sertéshús és sertéshúskészítmények, szegénység

JEL besorolás: Q5

LCC: S589.76

Bevezetés

Globálisan és hazai szinten is jelentkező probléma a már előállított és a végső fogyasztóhoz eljuttatott élelmiszerek egy részének kommunális szemétbe való jutása, mely nemzetgazdasági szinten mindenképpen hatékonyságvesztést eredményez. Míg világviszonylatban mintegy 1,3 milliárd tonna nagyságrendű élelmiszerhulladékot említ a FAO, 2011 tanulmánya, addig hazánkban 1,8 millió tonnára becsülik az élelmiszerszemét éves mennyiségét, amely magába foglalja a termeléstől a fogyasztásig minden szegmens hulladékát. A Magyar Élelmiszerbank, 2015 által közölt háztartási élelmiszerhulladék mennyisége mintegy 400 000 tonna/év.

Az élelmiszerek pazarlása az élelmiszerlánc minden pontján, a termeléstől kezdve, a betakarításon és a feldolgozáson át a kereskedelemig a teljes termékpályán, a végső fogyasztóig jelentkező és megoldásra váró probléma (Schneider, 2008).

Míg a fejlett gazdasággal rendelkező országokban jellemzően az élelmiszerlánc fogyasztói szakaszában keletkezik nagyobb mennyiségű veszteség, addig a fejlődő országokban a betakarítás utáni (post-harvest) veszteség a meghatározó (Parfitt et al., 2010a; Császár, 2014; Borbély, 2014).

A kevésbé fejlett országokban az elmaradott termesztési- és betakarítási technikák, a megfelelő szállító eszközök-, valamint a romlandó terményekhez nélkülözhetetlen ún „hűtlánc” hiánya okozza (Parfitt et al., 2010b), míg a háztartásokban keletkezett veszteség legfőképp a fogyasztók megváltozott életmódjára, fogyasztási szokásaikra vezethető vissza (Bánáti, 2006).

Egy felmérés szerint az Egyesült Királyságban a megvásárolt élelmiszerek mintegy harmada végzi a kukába, addig a magyar háztartásokban ez az arány Császár, 2015 véleménye szerint 10% lehet.

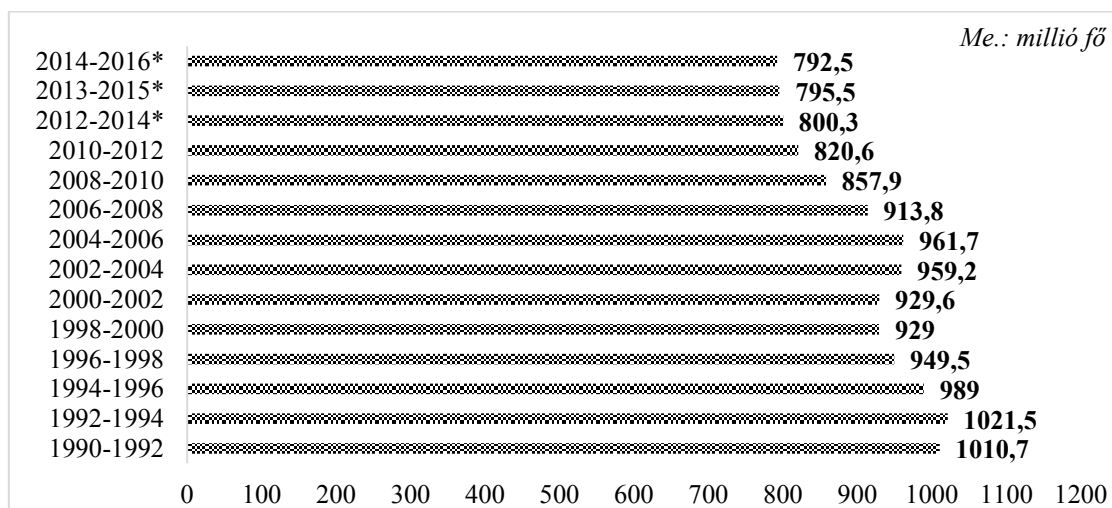
Parfitt et al., 2010c a háztartási veszteségek három alapvető típusát különbözteti meg: (1) elkerülhető veszteségnek tekinti a kidobott, de egyébként fogyasztható élelmiszereket (pl. maradék, nem időben való felhasználás, stb.); (2) esetleg elkerülhető veszteségként említi azokat az élelmiszereket, vagy azok részeit, amelyeket egyes emberek elfogyasztanak, mások viszont nem (pl. kenyérhéj, burgonyahéj, stb.); (3) elkerülhetetlen veszteségként pedig az ehetsetlen részeket (pl. csont, tojánhéj, kávézacc, zöldség héj, almacsutka, stb.) nevezi meg. A szerzők szerint a hazánkban keletkezett élelmiszerszemét mintegy kétharmada ez utóbbi csoportba sorolható.

Az élelmiszereken feltüntetett dátumok félreértést generálhatnak a fogyasztók körében, növelve az élelmiszerhulladék mennyiségét. Ugyanis vannak olyan fogyasztók, akik úgy gondolják, hogy a „minőségét megőrzi”, valamint a „lejárati dátum” szinonim fogalmak. A „minőségét megőrzi” dátumot nem szükséges feltüntetni azokon a termékeken, amelyeken a romlásnak egyértelmű jelei mutatkoznak, hiszen esetenként olyan termékeket is „kidobnak” a dátumra hivatkozva, amelyek nem is jelentenek élelmiszerbiztonsági kockázatot. A fogyasztók olyan termékek esetében, mint például a kenyér és burgonya, a minőséget és biztonságot egyaránt fontosnak tartják, ugyanakkor joghurtfélék és tojás esetében a „minőségét megőrzi” dátum csak aggodalomra ad okot, hiszen ez a dátum azt a napot jelöli, amely elteltével mikrobiológiai kockázat áll fenn. Ebben az esetben a fogyasztók minőségi mutatóként tekintenek a „minőségét megőrzi” dátumra, azaz arra a fordulónapra, amelyen a termék fogyasztása veszélyessé válhat. Abban az esetben, amikor a fogyasztó dönt, hogy elfogyasztja vagy „kidobja” a terméket, a minőség és a termékbiztonság megítélésében mind az érzékszervek, mind a terméken szereplő dátum szerepet játszik. Összességében a dátumok értelmezése és a következetesség hiánya miatt több élelmiszer kerül a kommunális hulladékba fogyaszthatóságuk ellenére (European Commission, 2010). Az élelmiszerek jelöléséről szóló 19/2004. (II. 26.) FVM-ESZCSM-GKM rendelet a következőképpen fogalmazza meg a minőségmegőrzési idő és fogyaszthatósági idő közötti különbséget. „Az élelmiszerek minőségmegőrzési időtartama az az időtartam, ameddig az élelmiszer a tulajdonságait helyes tárolási körülmények között megőrzi. Azon mikrobiológiai szempontból gyorsan romlandó élelmiszerek esetében, amelyeknél a minőségmegőrzési időt követő fogyasztás veszélyt jelenthet az egészségre, a minőségmegőrzési idő helyett a fogyaszthatósági idő lejáratát kell jelölni” (Anonymus I).

A fejlődő és fejlett országokban egyaránt fontos szerepet töltenek be a nők a háztartások élelmiszergazdálkodását illetően, mivel a termőföldtől az asztalig az értéklánc minden szakaszában kapcsolatba kerülnek élelmiszerekkel. A nőket célzó „1 Million Women” elnevezésű ausztrál kampány arra ösztönözi a nőket, hogy vegyenek részt környezetvédelmi ügyekben, ideértve az élelmiszerpazarlás mérséklését is. A kampány rendezvényeit híres szakácsok bevonásával szervezték meg annak érdekében, hogy „tudatosságot” ébresszenek a pazarlás ügyében. Az egész földrészre kiterjedő kampány hivatalos weboldalán tippeket lehet olvasni és ötleteket kaphatunk arról, hogy hogyan használjuk fel hatékonyan az egyes élelmiszereket (Lipinski B. et al., 2013).

FAO, 2016 jelentése szerint jelenleg mintegy 795 millió olyan ember éhezik a Földön, aki nem jut megfelelő mennyiségű és minőségű ételhez. Ez gyakorlatilag azt jelenti, hogy a globális népesség közel 10%-a éhezik. Ez a létszám az 1990-1994-es években még meghaladta az 1 milliárd főt (1. ábra), de öröndetes, hogy azóta ez a mutató az évek előrehaladtával csökkenő tendenciát mutat mind relatív, mind abszolút értékben. Az éhezők számának csökkenése háttérben vélhetően az áll, hogy Ázsiában a gyerekek körében 1990-ben mért 44 százalékos éhínségi rátát mára 30 százalékra tudták csökkenteni. Ennek ellenére a 792 millió fő még mindig óriási létszámot képvisel az éhezők körében, amely azzal magyarázható, hogy Afrikában az éhínségi ráta tekintetében jelentős változás nem következett be, 1990-től napjainkig 38 százalékról mindössze 34 százalékra csökkent (Anonymus 2).

Előrejelzések szerint a Föld népességének száma 2050-re a jelenlegi 7,4 milliárd főről 9,7 milliárd főre növekszik, amely Szabó, 2013 meglátása szerint az élelmiszerek iránti kereslet mintegy 70%-os növekedését vonja maga után. Az élelmiszerek iránti kereslet belső szerkezetén belül várható változások még nagyobb aggodalomra adnak okot, ugyanis a hús iránti kereslet megduplázódásával kell számolnunk. Véleményünk szerint azonban ez a megállapítás az élelmiszerek iránti keresletnövekedésre vonatkozóan – a népességnövekedés figyelembevételével – aránytalanul túlzó.



1. ábra: A világon a FAO által becsült éhező emberek létszámának alakulása (1990-2016)

Forrás: saját szerkesztés FAO (2016) adatai alapján.

Ferge Zs. (2001) szerint a szegények körében az alábbi rétegeket lehet elkülöníteni hazánkban:

- A nyomorban élők között nevezi meg a hajléktalanokon túl a városi nyomornegyedekben, a kisebb településeken, a cigánysoron vagy a településtől

elkülönülő cigánytelepeken élők többségét, akik egyébként nem csak romák; azokat a családokat, amelyekben a háztartásfő tartósan munkanélküli, beteg, munkaképtelen; valamint az alkalmilag, olykor feketén foglalkoztatott szakképzetlen munkásokat; a beteg, fogyatékos, munkaképtelen egyedülállókat (0,5 millió fő).

- A lecsúszással fenyegetett szűkölködők körébe tartoznak a rossz helyzetű falvakban élő segéd- és betanított munkások; a szakképzetlen állami alkalmazottak; a volt mezőgazdasági munkások, az 1-2 holdon gazdálkodó vagy föld nélkül maradt volt szövetkezeti tagok; a rendszeres gyógykezelésre szoruló betegek családjai; azok az egyedül élő, idős nyugdíjasok, akik már felérték a nyugdíjat kiegészítő tartalékaikat; és azok a sokgyermekes családok, amelyekben a jövedelmek alacsonyak és rendszertelenek, illetve az adókedvezményt nem tudják igénybe venni (1,5 millió fő).
- Jövő nélküli szűkölködőkként tekint a 45 éven felüli alacsony iskolai végzettségűekre és szakképzettség nélküliekre; a közepes vagy annál alacsonyabb nyugdíjjal rendelkezők jelentős részére; a rossz színvonalú intézmények (elfekvők, otthonok) lakóira, és a pszichiátriai és szenvedélybetegekre (1,5-2 millió fő).
- Átmenetileg szegénynek minősülnek, akiknek van reményük arra, hogy a GYES vagy GYED lejárta után visszatérjenek a munkába; illetve azok, akiknek van valamilyen képzettségük, és remélik, hogy munkát, vagy jobban fizető munkát találnak, esetleg úgy, hogy lakóhelyet is változtatnak (0,5-1 millió fő).

Összegezve a hazánkban fellelhető szegénységi rétegek körét elmondható, hogy a magyar lakosság mintegy 50%-át érinti a szegénység valamely formája.

Magyarországon mintegy 36-54 ezer gyerek rendszeresen éhezik, és több mint 200 ezer gyermek időnként nem jut megfelelő mennyiségű ételhez. A nem megfelelő tápláltság esetében mennyiségi és/vagy minőségi problémáról beszélhetünk. Mennyiségi éhezés alatt az elfogyasztott étel elégtelen mennyiségét, míg a minőségi éhezés alatt annak kedvezőtlen minőségi összetételét, elsősorban a fehérje-, ásványianyag- és vitaminbevitel túlzottan alacsony voltát értjük (Husz – Marozsán, 2004).

A sertéshús/sertéshús készítmények évezredek óta kiemelt szereppel bírnak az emberiség ételmezésében. A FAO, 2014. évi adatai alapján a világ hústermelése 2014-ben 311,8 millió tonna volt, melyből 115,5 millió tonna (37%) volt a sertéshús, második helyen a baromfihús állt 108,7 millió tonnával (35%) megelőzve a marhahúst, amelyből 68 millió tonnát (22%) állítottak elő. A juhhús globális termelése 14 millió tonnát tett ki, vagyis az összes hústermelés mindössze 5%-át.

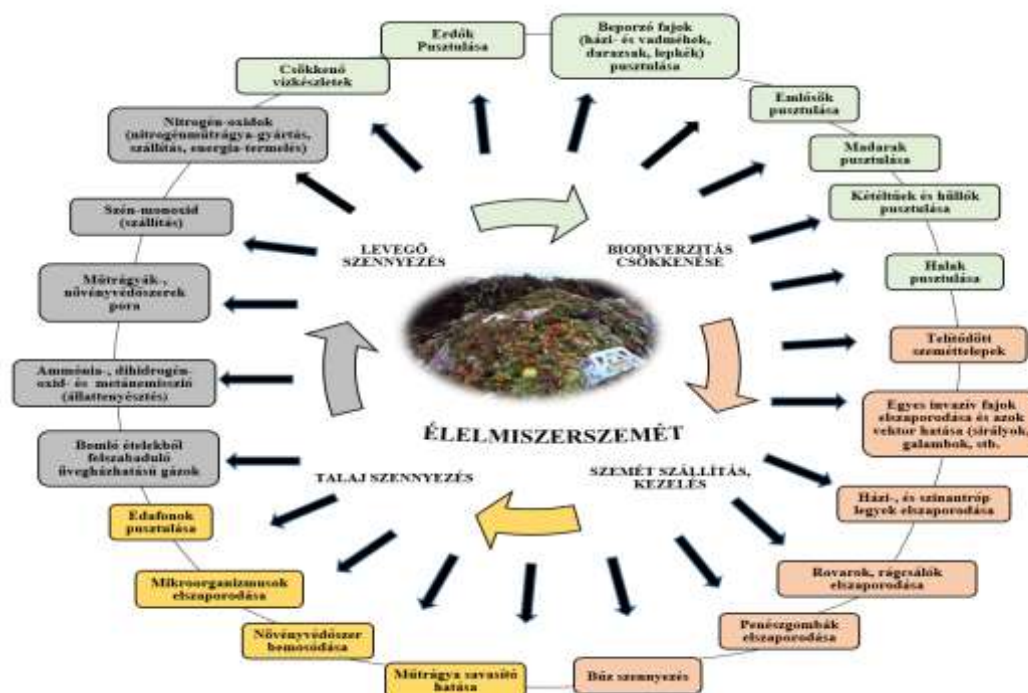
A világ sertéshústermelésének 80%-át Kína, az EU-28, és az USA együttesen adja. A legnagyobb importőr országok közé Kína (2 400 tonna), Japán (1 320 tonna) és Mexikó (1 025 tonna) tartozik. Legnagyobb exportőr országok között az EU-28 (3 300 tonna), az USA (2 356 tonna), és Kanada (1 350 tonna) nevezhető meg (USDA, 2016).

Az Európai Unió által megtermelt sertéshús mennyisége az Eurostat, 2013 szerint 22 millió tonna volt. Az EU-28 területén a sertések létszáma 146 millió egyed, ebből a legnagyobb állománnyal Németország rendelkezik több, mint 28 milliós létszámmal, ezt követi Spanyolország közel 25,5 millió sertéssel, Franciaország 13,4 millió sertéssel, Dánia 12,4 millió sertéssel, Hollandia 12 millió sertéssel, Lengyelország 11 millió sertéssel. Az állományi létszámokat összeadva megállapítható, hogy ezekben az országokban található az EU-28 sertésállományának mintegy 70%-a. Az EU-28 sertéshús előállításának tükrében Magyarország a 12. helyet foglalja el.

Az 1970-es, 1980-as években a sertéságazat a hazai mezőgazdaság húzóágazata volt, ugyanis ebben az időszakban csak Dánia és Hollandia volt képes hazánkhoz hasonló dinamikus fejlődést felmutatni (Nábrádi – Szűcs, 2004). Napjainkra az állományi létszám drasztikusan visszaesett, jelenleg mintegy 3 millió sertés található Magyarországon (KSH, 2016).

A hús- és húskészítményekben fellelhető fehérjék nélkülözhetetlenek az emberi szervezet immunrendszerének megővéséhez, a vírusos fertőzésekkel, allergiával, gyulladásokkal és egyéb, például daganatos megbetegedésekkel szembeni védekezéshez. A sertéshús létfontosságú ásványi elemeket tartalmaz, mint a cink, a réz, a molibdén, de mindezek mellett jelentős szerepe van a sertéshúsban található vasnak is, amely a vérképzésben játszik különösen fontos szerepet. A nátrium és kálium megfelelő aránya a magas vérnyomás elkerülésében játszik szerepet. Ezeket az elemeket sokkal könnyebben fel tudja venni a szervezet húsfélésekből, mint más táplálékokból. Nem csupán felszívódnak, de hasznosulnak is a szervezetben. A többi húsféléseghöz viszonyítva, a sertéshús lényegesen gazdagabb B-vitaminokban, köztük B-12 vitaminban. A sertéshús- és sertéshús készítményeket gyakran relatíve magas zsír- és koleszterin tartalmuk miatt támadják. Az Országos Húsipari Kutatóintézet különböző, kereskedelemben kapható és húsipari vállalatoktól beszerzett húsipari alapanyagok kémiai vizsgálata alapján arra a megállapításra jutott, hogy a különböző állatok sovány húsrészeinek zsír- és koleszterintartalma nem különbözik jelentősen egymástól, ha azonban a csirkehússal a bőrt is elfogyasztjuk, a koleszterinbevitel a kétszeresére nő (Anonymus 3).

Kellő figyelmet szükséges fordítani az élelmiszerhulladék ökológiai hatásainak kérdéskörére is, hiszen az ételhulladék nemcsak a gazdasági értelemben vett pazarlás miatt égető téma, a kukába dobott élelmiszeripari termékek, mint veszélyes hulladékok a környezet számára is súlyos és teljesen felesleges terhelést jelentenek. Az élelmiszerpazarlás a következőkben felsorolt ökológiai problémákat veti fel (2. ábra).



2. ábra: Az élelmiszerhulladék keletkezésének hatástérképe

Forrás: Hubert, K. (2017)

A brit sertéságazat a húsfélék magasabb fokú termékbiztonságában és az állomány jobb teljesítményében látja a javulást, amellyel a vártnál is jobb eredményeket érhetnek el a termelők környezeti terheinek csökkentésében. Legnagyobb szerepe a takarmány-készítménynek van, a termelékenység javulása pedig az előrejelzések szerint jobb fenntarthatóságot teremthet anélkül, hogy további terhet rónának a környezetre (BPEX, 2014).

Az elmúlt évtizedben mérséklődött 1 kg sertéshús előállításának környezetre gyakorolt hatása, amely leginkább a takarmány alacsonyabb proteintartalmának, magasabb fokú termelési hatékonyságnak (malac/koca/év és a takarmány konverziós arányának tekintetében), továbbá a szabályozottabb és rendezettebb trágyakezelésnek köszönhető. Dalgaard R. és munkatársai vizsgálatának eredményei szerint 1 kg sertéshús előállításának globális felmelegedésre gyakorolt hatását közel 20%-kal lehetne csökkenteni, ha a trágyát, hígtrágyát anaerob körülmények között tárolnák. A dán valamint a brit és holland sertéshús összehasonlítása szerint ezen sertéshús-félék előállításának globális felmelegedésre gyakorolt hatása azonos, amíg az eutrofizáció és savasodás folyamata a brit sertés esetében volt a legmagasabb, a holland sertés eutrofizációja és savasodása a dán sertéshez képest valamivel alacsonyabb értéket képviselt (Dalgaard R. et al., 2007).

Célkitűzés

Célkitűzésünk bemutatni, hogy a lakossági- és gasztró szektorban, valamint a közétkeztetésben kommunális hulladékba kerülő sertéshús és sertéshúskészítmények milyen közvetlen és közvetett társadalmi, ökológiai hatást indukálnak. Ezen belül is a következő kérdésekre keressük a válaszokat:

- A sertéshús/sertéshús készítmények egy részének kommunális szemétbe kerülésével mekkora pénzügyi veszteség keletkezik?
- Milyen mennyiségű energiát (Kcal) pazarolunk el a sertéshús/sertéshús készítmények „kidobásával” és ezzel hány ember éves – sertéshúsból származó – energia (Kcal) szükséglete lenne biztosított?
- Hány éhező gyermek közétkeztetését lehetne megvalósítani a sertéshús/sertéshús készítmények pazarlásának következtében keletkezett pénzügyi veszteségből?
- Környezetvédelmi szempontból milyen mértékű vízleakózással terheljük környezetünket a sertéshús/sertéshús készítmények pazarlásával?
- Milyen mennyiségű üvegházhatású gáz (CO₂) terheli feleslegesen a légkört a sertéshús/sertéshús készítmények kommunális hulladékba juttatásával?
- A szemétbe kerülő sertéshúshoz/sertéshús készítményekhez kapcsolódóan mennyi a keletkezett hígtrágya összes nitrogén tartalma, továbbá ebből mennyi távozik a levegőbe kibocsátott ammónia formájában, illetve mennyi kerül a földekre a kijuttatott trágya formájában, amelyből még további ammónia veszteség keletkezhet?

Összefoglalva az előzőeket, a lakossági-, gasztró szektorban, valamint a közétkeztetésben „kidobott” sertéshús/sertéshús készítmények eredményeként felmerülő egyes társadalmi és ökológiai hatások kérdéskörével foglalkozunk.

Anyag és Módszer

A probléma átláthatósága érdekében kalkulációt végeztünk a hús termékpályára – azon belül is a legtöbb kiadással rendelkező élelmiszeripari termékre, a sertéshúsra – vonatkozóan.

A KSH, 2016a adatai szerint évente átlagosan 243 200 tonna sertéshús kerül bevásárlókosarainkba.

A kommunális hulladékba kerülő sertéshús pénzértékének számszerűsítéséhez a sertéshús comb (csont és csülök nélküli) fogyasztói átlagárát vettük alapul, amely az elmúlt évek átlagában (2013-2015) 1 333 Ft volt (KSH, 2016b).

Az sertéshússal „kidobott pénzből” számos rászoruló embernek lehetne segíteni, akár élelmiszeradományok eljuttatásával is. Ennek személtetése érdekében összeállítottunk egy 1 000 Ft értékű élelmiszersomagot, amely az alábbi alapvető élelmiszereket tartalmazza: 3 kg liszt, 3 kg kristálycukor, 3 kg burgonya, 3 kg vöröshagyma, valamint 3 kg rizs. Az élelmiszersomag pénzértékének meghatározása az élelmiszerek 2013-2015. évi fogyasztói átlagárainak tükrében történt (KSH, 2016c).

Az elmúlt néhány évben a fogyasztás mennyiségi telítettség állapotába jutott, az egy főre jutó összes élelmiszerfogyasztás gyakorlatilag nem, vagy minimálisan változik az előző évhez képest, inkább a fogyasztás szerkezetében történik változás. A húsfélék fogyasztása 2000-től kezdődően jelentősen megváltozott, ugyanis az összes húsfogyasztáson belül a baromfihús fogyasztása vette át a vezető szerepet a sertéshúsfogyasztással szemben (Vida, 2012a).

Ahhoz, hogy megtudjuk, hogy az elpazarolt energia (Kcal) mennyiséggel hány ember éves – sertéshúsból származó – energia (Kcal) szükséglete fedezhető, a hazai sertéshúsfogyasztás egy főre vetített éves mennyiségét vettük figyelembe, amely az elmúlt évek (2012-2014) átlagában 24,6 kg volt (KSH, 2016d). A sertéshús energia (Kcal) tartalmáról egy széleskörűen használt kalóriatáblázatból tájékozódunk (Anonymus 4).

Ahhoz, hogy számszerűsíteni tudjuk egy gyermekre vetítve a „sertésszelet hús mennyiségét”, a következő adatokra van szükség. A közétkeztetésre vonatkozó nyersanyag-kiszabati előírás szerint az egy adagra vonatkozó, egy főre vetített „szelet hús mennyisége” átlagosan 6 dkg. Az étkeztetés típusától (egész napos étkeztetés, napi háromszori étkezés szolgáltatása, napi egyszeri étkezés szolgáltatása) függetlenül tíz ételmezési napra vetítve, egy gyermeknek legalább hat, legfeljebb tíz alkalommal kell „szelet húst” biztosítani a közüzemi konyháknak (Anonymus 5). Kalkulációink során egy gyermeknek 10 ételmezési napra vetítve 6 alkalommal való „szelet hús” biztosítása volt a mérvadó, feltételezve, hogy a gyermekek „szelet hús” igényét 50%-ban sertéshússal biztosítják. Továbbá szem előtt tartottuk, hogy egy általános iskolában, valamint egy gimnáziumban a tényleges tanítási napok száma évente mintegy 180 nap.

Az egy gyermekre vetített „sertéshús szelet” pénzértékben való szemléltetéséhez a már említett sertéshús comb (csont és csülök nélkül) fogyasztói átlagárát vettük alapul, amely az elmúlt évek átlagában (2013-2015) 1 333 Ft volt (KSH, 2016e).

Az elpazarolt sertéshús-, illetve a hízósertések takarmányához szükséges búza-, és kukorica átlagos vízlábnomának naturáliában történő szemléltetéséhez a Hoekstra, A. 2010 által meghatározott vízlábnomát vettük alapul, mely szerint egy kilogramm sertéshús előállításához 4 800 liter-, míg a takarmány alapanyagát jelentő egy kilogramm búza termeléséhez 1 700 liter, valamint egy kilogramm kukorica előállításához 900 liter vízre van szükség. Ehhez először a hízósertések élősúlyát határoztuk meg, amelyet úgy kaptunk meg, hogy a carcass (vágott test) súlyhoz hozzáadtuk a carcass/élősúly arányt (25%), amely alatt a belsőségek eltávolítását értjük, így megkaptuk a hízósertések vágás előtti tömegét (élőtömegét). Ahhoz, hogy

számszerűsíteni tudjuk, hogy ez a vágás előtti tömeg (élőtömeg) hány hizósértés előállítását foglalja magába, az átlagos hizónkénti értékesítési tömeget vettük alapul, amely esetünkben 110 kg/vágósértés.

Szakértői becslés alapján elmondható, hogy egy hizósértés beállítási korától értékesítési koráig (mintegy 140 nap alatt) átlagosan 350 kg abraktakarmány felvételét igényli, ugyanis 1 kg testtömeg gyarapodás mintegy 3-3,5 kg abraktakarmánnyal érhető el (Kiss, 2010). Ennek mintegy 25%-át, közel 90 kg-ot búza formájában, és további 35%-át, azaz 120 kg-ot kukorica formájában fogyasztják el (Anonymus 6).

A hizósértések ivóvízigényének számszerűsítése a hizolás időtartamának figyelembevételével (átlagosan 140 nap) a hizósértések napi ivóvíz szükséglete alapján történt, amely átlagosan 6-8 liter/nap (Németh, 2015).

Az egyéb kategóriába sorolt vízlábnym vélhetően a hizósértések további takarmányozására szolgáló gabonanövény (pl. árpa), hüvelyes növény (pl. borsó) extrahált darák (pl. extrahált-szója, napraforgó, repce), és kiegészítők (pl. egységes premixek) előállítása során merül fel.

A sertéshús, illetve a sertéshúsból készült húskészítmények kidobásával légkörbe juttatott CO₂ meghatározásához a FAO, 2010 tanulmányában közölt 1 kg sertéshústra jutó 8 kg CO₂ egyenértékkel kalkuláltunk.

A trágyatermelés mennyiségének legjobb megközelítése az elfogyasztott takarmány mennyiségéből eredeztethető. Általánosan elfogadott becslések szerint egy 108 kg élősúlyú hízó előállítása során a nitrogén fogyasztása, hasznosulása, illetve vesztesége a következőképpen alakul: 8,7 kg nitrogén takarmányból (mely legyen a 100%): 2,9 kg (33%) beépül az állat szövetébe, 4,4 kg (51%) távozik a vizelettel, és 1,4 kg (16%) távozik a bélsárral. A keletkezett ürülék összes nitrogén tartalma tehát 5,8 kg (67%), melyből: 3,0 kg (34%) távozik a levegőbe kibocsátott ammónia formájában, és 2,8 kg (32%) kerül a földekre a kijuttatott trágya formájában, amelyből még további ammónia veszteség keletkezhet (Mészáros, 2005).

Az elvégzett kalkulációk mindegyike a pazarlás mértékének 5, 10, 15, 20%-os változataira vonatkozóan-, a kiértékelés pedig a Császár-féle 10%-os sertéshúspazarlást feltételezve készült el.

Eredmények és értékelés

Pénzügyi veszteség

A kalkulációink szerint a magyar háztartások a sertéshús, illetve az abból készült húskészítmények 10%-ának kommunális szemétként juttatásával (kidobásával) mintegy 32 427 millió Ft-nak megfelelő „pénzt dobnak ki az ablakon” teljesen feleslegesen (1. táblázat).

1. táblázat: A sertéshús pazarlásának köszönhető becsült pénzügyi veszteség különböző scenáriók esetén

Me.: millió Ft

| Magnevezés | Pazarlás mértéke | | | |
|------------|------------------|--------|--------|--------|
| | 5% | 10% | 15% | 20% |
| Sertéshús | 16 213 | 32 427 | 48 640 | 64 853 |

Forrás: saját szerkesztés, KSH 2016b adatai alapján.

A Magyar Vöröskereszt, 2014 szociális tevékenységének keretében mintegy 253 539 főnek osztott adományt 754 413 707 Ft értékben. Az egy főre vetített adomány értéke közel 3000 Ft volt. Érdekességképpen bemutatjuk, hogy az elpazarolt pénzüsszegekből (10%-os pazarlás) mintegy 10 808 889 db olyan alapvető élelmiszereket tartalmazó csomagot lehetne szétszítani a rászorulóknak között, amely tartalmaz 3 kg lisztet, 3 kg kristálycukrot, 3 kg burgonyát, 3 kg vöröshagymást és 3 kg rizst (2. táblázat).

2. táblázat: A kalkulációban használt alapvető élelmiszerek fogyasztói átlagára

Me.: Ft/kg

| Megnevezés | 2013 | 2014 | 2015 | Átlag |
|-----------------|------|------|------|--------------|
| Liszt | 167 | 140 | 135 | 147 |
| Kristálycukor | 275 | 222 | 197 | 231 |
| Burgonya | 173 | 147 | 142 | 154 |
| Vöröshagyma | 178 | 179 | 177 | 178 |
| Rizs | 295 | 288 | 303 | 295 |
| Összesen | - | - | - | 1 006 |

Forrás: saját szerkesztés, KSH 2016c adatai alapján.

Kalkulációnkkal rávilágítottunk arra, hogy a hús és húsfélék élelmiszer alcsoporton belül a friss sertéshús és húskészítmények milyen fontos szerepet is töltenek be mindennapjainkban. Kiemeljük, hogy azok pazarlásával jelentős pénzüsszeség keletkezik, melyet akár karitatív célokra is áldozhatnánk.

Feleslegesen elpazarolt energia (Kcal) alakulása

A sertéshús energia (Kcal) tartalmát 100 grammra vetítve az 3. táblázat mutatja be. A legtöbb energia (Kcal) mennyiséggel a zsíros sertéshús (314 Kcal/100g) rendelkezik, ezt követi a közepesen zsíros sertéshús (218 Kcal/100g), a legkisebb energia (Kcal) tartalma pedig a sovány sertéshúsnak van (121 Kcal/100g).

3. táblázat: Sertéshús átlagos fajlagos energiatartalma

| Sertéshús | Kcal/100g |
|------------------|-----------|
| Közepesen zsíros | 218 |
| Sovány | 121 |
| Zsíros | 314 |

Forrás: saját szerkesztés, Anonymus 4 adatai alapján.

A sertéshús 10%-os pazarlásával mintegy 29 427 – 76 365 millió Kcal nem hasznosul, a nyers sertéshús fajlagos zsirtartalmától függően (4. táblázat).

4. táblázat: Kidobott sertéshússal elpazarolt energia (Kcal)

Me.: millió Kcal

| Sertéshús | Pazarlás mértéke | | | |
|------------------|------------------|--------|---------|---------|
| | 5% | 10% | 15% | 20% |
| Közepesen zsíros | 26 509 | 53 018 | 79 526 | 106 035 |
| Sovány | 14 714 | 29 427 | 44 141 | 58 854 |
| Zsíros | 38 182 | 76 365 | 114 547 | 152 730 |

Forrás: saját szerkesztés, Anonymus 4 adatai alapján.

Ezekkel az elpazarolt Kcal mennyiségekkel mintegy 988 618 ember éves – kizárólag sertéshúsból származó – energia (Kcal) szükséglete lenne kielégíthető.

A következő táblázatban (5. táblázat) egy gyermek „szelet hús-igényét” illesztettük be a nevelési-oktatási intézmény részére előírt étkezésekkel kapcsolatos követelményrendszerébe, feltételezve, hogy egy gyermeknek 10 ételmezési napra vetítve 6 alkalommal, a „szelet hús-igényének” 50%-át sertéshúsból fedezik.

5. táblázat: Egy gyermek „sertésszelet hússal” való ellátása a magyar közétkeztetésben

| Megnevezés | Mértékegység | Mennyiség | Mértékegység | Mennyiség |
|------------|-------------------------|-----------|-------------------------|-----------|
| 1 gyermek | dkg/adag | 3,00 | Ft/adag | 40 |
| | kg/adag | 0,03 | | |
| | kg (10 ételmezési nap) | 0,18 | Ft (10 ételmezési nap) | 240 |
| | kg (180 ételmezési nap) | 3,24 | Ft (180 ételmezési nap) | 4 320 |

Forrás: saját szerkesztés, Anonymus 5 adatai alapján.

A kommunális hulladékba kerülő sertéshússal (10%-os pazarlás) egyidejűleg elpazarolt pénzből mintegy 625 514 gyermek sertéshúsból készült „szelet hús szükségletét” fedezhetnénk, amennyiben minden egyes évben igénybe vennék az általános iskolában, valamint a gimnáziumban nyújtott közétkeztetési szolgáltatást.

Feleslegesen lekötött víz alakulása

A sertéshús pazarlásával lekötött víz mennyisége a következőképpen alakul: 42 millió m³ a búza előállítása során-, 30 millió m³ a kukorica termelése során-, 0,3 millió m³ a hízósertések ivóvíz szükséglete során merül fel. Az egyéb kategóriába sorolt vízlábnyom, amely 44,7 millió m³, vélhetően a hízósertések további takarmányozására szolgáló gabonanövény (pl. árpa, stb.), hüvelyes növény (pl. takarmány borsó, stb.) extrahált darák (pl. szója, napraforgó, repce, stb.), és kiegészítők (pl. egységes premixek, stb.) előállítása során merül fel. (6. táblázat).

6. táblázat: Sertéshús pazarlásával lekötött víz

Me.: millió m³

| Megnevezés | Pazarlás mértéke | | | |
|-----------------------------|------------------|--------------|--------------|--------------|
| | 5% | 10% | 15% | 20% |
| Búza előállítás | 21,1 | 42,3 | 63,4 | 84,6 |
| Kukorica előállítás | 14,9 | 29,8 | 44,8 | 59,7 |
| Sertés ivóvíz | 0,1 | 0,3 | 0,4 | 0,5 |
| Egyéb | 21,9 | 44,7 | 66,6 | 87,5 |
| Sertéshús előállítás | 58,0 | 117,1 | 175,2 | 232,3 |

Forrás: saját szerkesztés, Hoekstra, A. (2010) és Németh, A. (2015) adatai alapján.

A megvásárolt sertéshús „szemétbe dobásával” mindösszesen 117 millió m³ felesleges vízlekötéssel terheljük környezetünket.

CO₂ kibocsátás alakulása

A sertéshús 10%-ának kommunális hulladékba kerülésével mintegy 194 560 tonna üvegházhatású gáz (CO₂) kerül a légkörbe (7. táblázat).

7. táblázat: Kidobott sertéshús CO₂ kibocsátása

Me.: tonna

| Sertéshús | Pazarlás mértéke | | | |
|-----------|------------------|---------|---------|---------|
| | 5% | 10% | 15% | 20% |
| | 97 280 | 194 560 | 291 840 | 389 120 |

Forrás: saját szerkesztés, FAO (2010) adatai alapján.

Trágyatermelés alakulása

Az évente megvásárolt mintegy 243 200 tonna sertéshús kommunális hulladékba kerülésével a nitrogén fogyasztása, hasznosulása, illetve vesztesége a következőképpen alakul: mintegy 281 ezer db 108 kg élősúlyú hizósertés napi 2 449 tonna nitrogén bevitelre képes szokásos takarmányozás esetén (mely legyen a 100%). Ebből 808 tonna (33%) beépül az állat szöveteibe, 1 249 tonna (51%) távozik vizelettel, és 392 tonna (16%) távozik bélsárral (8. táblázat).

8. táblázat: Hizósertések egy napi nitrogén fogyasztásának, hasznosításának, illetve veszteségének alakulása

| Megnevezés | Mértékegység | Pazarlás mértéke | | | |
|---|--------------|------------------|--------------|--------------|--------------|
| | | 5% | 10% | 15% | 20% |
| Kidobott sertéshús | tonna | 12 160 | 24 320 | 36 480 | 48 640 |
| 108 kg-os hizósertés | ezer db | 141 | 281 | 422 | 563 |
| 8,7 kg N felvétele a takarmányból | tonna | 1 224 | 2 449 | 3 673 | 4 898 |
| 33% beépül az állat szöveteibe | tonna | 404 | 808 | 1 212 | 1 616 |
| 51% távozik vizelettel | tonna | 624 | 1 249 | 1 873 | 2 498 |
| 16% távozik bélsárral | tonna | 196 | 392 | 588 | 784 |
| Keletkezett hígtrágya összes nitrogén-tartalma | tonna | 820 | 1 641 | 2 461 | 3 282 |

Forrás: saját szerkesztés, Mészáros Gy. (2005) adatai alapján.

A keletkezett hígtrágya összes nitrogén tartalma tehát 1 641 tonna (67%), melyből: 558 tonna (34%) távozik a levegőbe kibocsátott ammónia formájában, és 525 tonna (32%) kerül a földekre a kijuttatott trágya formájában, amelyből még további ammónia veszteség keletkezhet (9. táblázat).

9. táblázat: Hizósertések egy napi hígtrágyájának ammónia vesztesége

Me.: tonna

| Megnevezés | Pazarlás mértéke | | | |
|---|------------------|-------|-------|-------|
| | 5% | 10% | 15% | 20% |
| Keletkezett hígtrágya összes N tartalma | 820 | 1 641 | 2 461 | 3 282 |
| 34% távozik a levegőbe | 279 | 558 | 837 | 1 116 |
| 32% kerül a földekre trágya formájában | 263 | 525 | 788 | 1 050 |

Forrás: saját szerkesztés, Mészáros Gy. (2005) adatai alapján.

A hizósertések beállítási korát (60-90 nap), és értékesítési korát (200-210 nap) figyelembe véve, a hizlalással töltött napok száma átlagosan 140 nap. Ennek függvényében 10%-os pazarlást feltételezve, mintegy 281 ezer db 108 kg élősúlyú hízó nitrogén felvétele takarmányból 342 844 tonna, melyből 113 139 tonna (33%) beépül az állat szervezetébe, 174 851 tonna (51%) vizelettel, míg 54 855 tonna (16%) bélsárral távozik az állatok szervezetéből.

A hízalással töltött napok figyelembevételével (140 nap), a keletkezett hígtrágya összes nitrogén tartalma 229 706 tonna (67%), melyből 78 100 tonna (34%) távozik a levegőbe kibocsátott ammónia formájában, és 73 506 tonna (32%) kerül a földekre a kijuttatott trágya formájában.

Következtetések és javaslatok

Kalkulációinkkal rávilágítottunk arra, hogy a magyar háztartásokban keletkezett sertéshúsból eredő élelmiszerszemét milyen társadalmi és ökológiai problémákat vet fel.

A sertéshús kommunális hulladékba kerülésével egyidejűleg elpazarolt pénzből mintegy 51 840 gyermek ún. „sertésszelet hús” szükségletét fedezhetnénk, amennyiben minden egyes évben igénybe vennék az általános iskolában, valamint a gimnáziumban nyújtott közétkeztetési szolgáltatást. Ez az éhez-, illetve nélkülöző gyermekek 1/5-ének „sertéshús szelet igényére” lenne elegendő.

Véleményünk szerint a háztartásokban keletkezett élelmiszerhulladékok (pl. nyers sertéshúsból/sertéshús készítményekből eredő hulladék) nullára redukálása – az afrikai és ázsiai országok kivételével – szinte elképzelhetetlen, melynek több objektív oka is van. A németekhez hasonlóan a magyar szaktoltokban (húsboltokban)/piacokon/hiper- és szupermarketekben is elterjedt az a szokás, miszerint estig tele kell lennie a „polcoknak” a különböző hús- és húsfélésekkel. A piacokon ugyan jellemző, hogy a vásárlók, az ún. „nepperek” zárás előtt áron alul tudják megvásárolni a termelők áruit, kihasználva azok fáradtságát, hogy nem akarnak árut hazavinni. A hiper- és szupermarketekben, illetve a háztartásokban azonban egyre gyakrabban „szemétben landol” és elvész a – szüleink, nagyszüleink, dédszüleink korában – élelmiszerek (hús-és húsfélék) iránt tanúsított tisztelet. Ugyan a megmaradt hús- és húsféléket (pl. sertéshúst, sertéshús készítményeket) nem lehet pl. az éhező Afrikába küldeni, de pazarlásával tovább növeljük a keresletet.

Az élelmiszerek tartósításánál célszerű olyan technológiákat választani, amelyek azon túl, hogy a nyersanyagokat (pl.: friss sertéshús), a félkész vagy késztermékeket (pl.: felvágottak, virslik, sonkák, kolbászfélék, stb.) megvédik a romlástól, óvják az áru tápanyagtartalmát, illetve élvezeti értékét. A sertéshús, illetve sertéshús eredetű készítmények eltarthatóságának növelésére, ezáltal a háztartásokban keletkezett hulladékok keletkezésének megelőzésére vonatkozóan néhány praktikat kiemelnénk.

A hűtőben való tárolás minden bizonnyal az egyik leggyorsabban kivitelezhető és legmegfelelőbb tartósítási mód, mivel a legkevésbé változtatja meg a hús- és húsfélék eredeti tulajdonságait. Optimális tárolási hőmérsékletük 0-6 °C. Célszerű a legelső polcon elhelyezni, ugyanis a zöldségtartók felett van a leghidegebb a hűtőszekrényben.

A fagyasztás is a gyorsan kivitelezhető fizikai eljárások között nevezhető meg, amikor is a hús- és húskészítmények hőmérséklete -10 és -28 °C közötti értékre kerül lehűtésre, azonban ez az eljárás a hús- és húsfélék eredeti tulajdonságait már megváltoztatja, melyből következik az is, hogy csökken élvezeti értékük.

A húсок tartósításának sokféle módját kitalálta az ember az évezredek során. Szokás füstölteni, pácolni, sózni, zsírban eltenni (abálni, konfitálni), szárítani. Ezek az ételek tartósítását, tárolását szolgáló eljárások már a nagyszüleink, dédszüleink korában is bevált, hétköznapi módszereknek bizonyultak, különösen azért, mert kellően hűvös helyiség megléte esetén

(kamra, spejz, sufni) az így készült hús-és húsféleségek nem igényeltek külön hűtőszekrényben való tárolást.

Mindezek mellett ne feledkezzünk meg arról sem, hogy az osztályozott friss sertéshús elkészítési módjára vonatkozóan rendkívül változatos elkészítési javaslatokkal szolgál a hazai gasztronómia. Ezekkel a viszonylag egyszerű és gyorsan kivitelezhető praktikákkal bárki hozzájárulhat ahhoz, hogy csökkenjen a háztartásokban keletkezett nyers sertéshúsból/sertéshús eredetű készítményekből eredő hulladék mennyisége.

Irodalomjegyzék

1. Anonymus 1:
http://www.ofe.hu/inet/ofe/hu/menu/ujjogi/jogszab/alt/alt6/object/19_2004_rend.pdf
letöltés: 2017.03.04.
2. Anonymus 2: <http://www.erdekesvilag.hu/megdobbento-adatok-az-ehinsegvilagterkepe/> letöltés: 2016.11.24.
3. Anonymus 3:
http://www.ohki.hu/ohki_archivum/tevekenysegunk/hazai_kutatasok/koleszterinvizsg.pdf letöltés: 2017.03.08.
4. Anonymus 4: <http://www.xn--kalriaguru-ibb.hu/kaloriatablázat/sertes-kaloriatablázat.php> letöltés: 2016.12.02.
5. Anonymus 5: http://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy_doc.cgi?docid=A1400037.EMM letöltés: 2016.11.24.
6. Anonymus 6: <http://mkk.szie.hu/dep/takt/Download/tananyag/bscr/hizosertes.pdf> letöltés: 2016.11.06.
7. Bánáti, D. (2006): Agricultural ethics. Editorial. Acta Alimentaria, 35 (2), 149-151.
8. Borbély, Cs. (2014): Az élelmiszerpazarlás kérdése. Holstein Magazin, XXII. évf. 4. sz./2014.
9. BPEX (2014): Life Cycle Assessment of British Pork. Environmental impacts of pig production 2008-2012 and forecast to 2020. http://pork.ahdb.org.uk/media/2681/life_cycle_assessment_of_british_pork_-_executive_summary.pdf letöltés: 2017.01.14.
10. Császár, L. (2014): Az élelmiszer-pazarlás prioritást élvező probléma. Megtartották az Élelmiszer Érték Fórumot. Élelmiszer, XXII. évf. 10. sz./2014.
11. Császár, L. (2015): Új utak az élelmiszermentésben. Élelmiszer, XXIII. évf. 10. sz./2015.
12. Dalgaard R. – Halberg N. – Hermansen J. E. (2007): Danish pork production. An environmental assessment. University of Aarhus Sciences Department of Agroecology and Environment. <http://gefionau.dk/lcafood/djfhuss82ny.pdf> letöltés: 2017.01.14.
13. European Commission (2010): Preparatory study on food waste across EU 27. http://ec.europa.eu/environment/eussd/pdf/bio_foodwaste_report.pdf letöltés: 2017.01.14.
14. Eurostat (2013): Statistics on the pig population, slaughtering and pigmeat production. http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/File:Statistics_on_the_pig_population,_slaughtering_and_pigmeat_production,_2013.png letöltés: 2017.03.04.
15. FAO (2010): Food and energy: a sustainable approach. <http://www.fao.org/ag/humannutrition/25395-065cbe582ecc50451ee9fcd926b6c81d6.pdf> letöltés: 2016.05.28.
16. FAO (2011): Global food losses and food waste – extent, causes and prevention. (A globális élelmiszer-veszteség és élelmiszer-hulladék mennyisége, keletkezésének okai és

- megelőzése.) Róma, ENSZ FAO. <http://www.fao.org/docrep/014/mb060e/mb060e.pdf> letöltés: 2016.05.28.
17. FAO (2014): Animal production and health. <http://www.fao.org/Ag/againfo/themes/en/meat/background.html> letöltés: 2017.03.04.
 18. FAO (2016): Number of undernourished/starving people worldwide 1990-2015 (in millions). <http://www.statista.com/statistics/264900/number-of-undernourished-starving-people-worldwide/> letöltés: 2016.05.28.
 19. Ferge Zs. (2001): A magyarországi szegénységről. http://www.fszek.hu/szociologia/szszda/ferge_moi.pdf letöltés: 2017.03.04.
 20. Hoekstra, A. (2010): The waterfootprint: water in the supply chain – Water Footprint Network. Emain practice – focus on water, The Environmentalist, 01.03.2010., issue 93.
 21. Husz, I. – Marozsán Cs. (2004): Szociális nyári gyermekétkeztetés – egy rendelet tanulságai: http://www.esely.org/kiadvanyok/2014_5/2004-5_2-2_husz-marozsan_szocialis_nyari.pdf letöltés: 2016.11.24.
 22. Kiss I. (2010): Állattenyésztési irányszámok (segédlet) sertés. <http://saccerptipti.blogspot.hu/2010/12/allattenyesztesi-iranyszamok-segedlet.html> letöltés: 2016.11.06.
 23. KSH (2016): Sertéshúsmérleg. https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_hosszu/elm01.html letöltés: 2016.09.28.
 24. KSH (2016): Állatállomány. http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_oma003.html 2017.03.04.
 25. KSH (2016): Egyes termékek és szolgáltatások éves fogyasztói átlagára. http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_qsf003b.html letöltés: 2016.09.28.
 26. KSH (2016): Egy főre jutó hazai sertéshús fogyasztás. https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_hosszu/elm01.html letöltés: 2016.09.28.
 27. Lipinski B. – Hanson C. – Lomax J. – Kitinoja L. – Waite R. – Searchinger T. (2013): Reducing Food Loss and Waste. World Resources Insitute. http://www.wri.org/sites/default/files/reducing_food_loss_and_waste.pdf letöltés: 2017.01.14.
 28. Magyar Élelmiszerbank (2015): Amiből sokan jóllakhatnak. http://www.elelmiszerbank.hu/elelmiszerbank_szja_201503_LT.html letöltés: 2016.06.02.
 29. Magyar Vöröskereszt (2014): Szociális segítségnyújtás. <http://www.voroskereszt.hu/szocialis-segitsegnyujtas.html> letöltés: 2016.06.02.
 30. Mészáros, Gy. (2005): Az állattartásban keletkező szennyező anyagok kibocsátásának hatása a talajra, az élővizekre és a levegőre. Tanácsadási füzetek a Nemzeti Vidékfejlesztési Terv intézkedéseire.
 31. Nábrádi A. – Szűcs I. (2004): „Gazdasági tartalékok a sertéságazatban.” In: A hús. Kiadó: Országos Húsipari Kutatóintézet Kht. 14. évf. 1. szám ISSN: 1215-0665. 47-54 p.
 32. Németh, A. (2015): Sertések hógutájának elkerülhetősége. <http://www.vht.hu/article/show/800> letöltés: 2016.12.02.
 33. Parfitt, J. – Barthel, M. – Macnaughton, S. (2010): Food Waste within food supply chains: quantification and potential for change to 2050. Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences, 365 (1554), 3065-3081.
 34. Schneider, F. (2008): Wasting Food – An Insistent Behaviour. In: Edmonton Waste Management Centre of Excellence (Hrsg.), Waste – The Social Context '08 Urban Issues & Solutions. International conference, 11-15 May 2008, Edmonton, Alberta, Canada.
 35. Szabó, J. (2013): Éhezés kontra mezőgazdaság. Agrárágazat, XIV. évf. 2. sz./2013.
 36. USDA (2016): Livestock and poultry: World Markets and Trade. https://apps.fas.usda.gov/psdonline/circulars/livestock_poultry.pdf 2017.03.04.

37. Vida, V. (2012): A sertéshús fogyasztói megítélése és piaci helyzete Magyarországon. https://dea.lib.unideb.hu/dea/bitstream/handle/2437/129496/Phd_VV_vegleges_2012_05_23-t.pdf?sequence=7&isAllowed=y letöltés: 2016.11.30.

**A GAMIFIKÁCIÓ FEJLŐDÉSE ÉS A MAGYAR GAMIFIKÁCIÓS TREND
ALAKULÁSA**
THE EVOLUTION OF GAMIFICATION AND THE CHANGE OF THE HUNGARIAN
GAMIFICATION TREND

Pacsi Diána¹, Szabó Zoltán²

¹kutató, ²egyetemi docens - PhD MBA
Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar, Szent István Egyetem
E-mail: pacsi.diana1@gmail.com, szabo.zoltan@gtk.szie.hu

Összefoglalás

Nemzetközi szinten már számos példát láthatunk a gamifikáció sikeres alkalmazására, ezzel szemben hazánkban a szakma még csak ismerkedik a lehetőségekkel. A tanulmány célja, hogy betekintést nyújtson a gamifikáció kialakulásának és módszertanának pszichológiai és szakmai hátterébe, vizsgálja a nemzetközi és hazai trendeket, valamint, hogy részletesen vizsgálja a gamifikáció hazai helyzetét. A tanulmánynak nem célja, hogy részletes kísérletekkel bizonyítsa a gamifikáció hatására kialakult fogyasztói lojalitás mértékét, ez további kutatásokat igényel.

Abstract

There are several international examples for successful gamified marketing. In Hungary people are just recognizing the new trend now. This study has the goal to familiarize the develop and the method of the gamification's psychological and professional background; analyses the international and Hungarian trends and measures the awareness of gamification in Hungary. The study doesn't have the goal to verify with experiments of the effects caused by gamification. That would be necessary to make further research.

Kulcsszavak: gamifikáció, játékosítás, motiváció, fogyasztói elköteleződés

JEL besorolás: M31,M37

LCC: HF5801-6182

Bevezetés

A marketing egy folyamatosan fejlődő terület, ahol nehéz követni a szakma újdonságait. A marketinges szakemberek számára az egyik legnagyobb kihívás mindig is az volt, hogy megtalálják azokat az eszközöket, melyekkel kialakítható a fogyasztói hűség, valamint az, hogy megtalálják a választ arra a kérdésre, hogy miképp lehet tartósan motiválni a fogyasztókat a vállalat termékeinek/szolgáltatásainak megvásárlására. Nemzetközi szinten mára már számos példát láthatunk a gamifikáció sikeres alkalmazására, ezzel szemben hazánkban a szakma még csak ismerkedik a lehetőségekkel. A gamifikáció mint módszertan egy olyan segítséget tud nyújtani a vállalatok számára, ami megkönnyíti a fogyasztói lojalitás kialakítását.

Anyag és Módszertan

Megfigyelések támasztják alá, hogy az állatvilágban minél intelligensebb fajról beszélünk, annál kifinomultabb játékot tapasztalhatunk, s annál jellemzőbb, hogy az egyed felnőttkorában is megőrzi játékos kedvét. Az etológusok körében gyakran alakul ki vita a játék valódi

funkcióját illetően, azonban abban mindenki egyetért, hogy a legjátékosabb állat maga az ember, s a játékos kedvünk szoros összefüggésben van a boldogság mértékével. A játéknak sokáig nem tulajdonítottak nagy jelentőséget a történelem során, az élet természetes velejárójaként tekintettek rá. A nagy áttörést az jelentette, hogy Johan Huizinga, holland szellemtörténész megalkotta a játékos ember, vagyis a homo ludens fogalmát. Huizinga elméletét először 1938-ban publikálta. Az átfogó tanulmányban az emberi viselkedést az állatok játékosztónéhez hasonlította, s a játékot, mint szociális funkciót határozta meg. Huizinga úgy gondolta, hogy a játék a kultúra alapköve, eredete és logikája a játékhoz hasonló.(Huizinga, 1949)

Susanna Miller később pszichológiai vonatkozásban vizsgálta a játék hatásait. A játékot ő is a biológia hasznos tevékenységeként nevezte meg, mely segít a viselkedési minták elsajátításában, fejleszti a társas kapcsolatokat. Megfigyelései alapján a magasabbrendű állatoknál a játék már nem csak ezeket a funkciókat látja el, de az információszerzés egyik eszközévé fejlődött. Ebből az következik, hogy a játék egyfajta információközvetítő szerepet is betölt. (Millar, 1968)

Piaget szerint a társas játék velejárója a versengés, rivalizálás. A szervezett környezet járul hozzá ahhoz, hogy a súrlódás lehetősége lecsökkenjen. A játék egy eszköz, amely hozzásegíti az embereket a problémák feldolgozásához, a feszültség levezetéséhez, a kreativitás fejlesztéséhez. Ugyan a legtöbb pszichológiai elmélet javában a gyermekjátékokról beszél, a játék funkcióját és logikáját tekintve felnőttkorban sem változik.(Piaget-Inhelder, 1967)

A gamifikáció alapjai így azon az elven nyugszanak, hogy az ember alapvető természetéhez hozzátartozik a „játékos én” is. Az információk továbbítása így, ahogyan azt a magasabbrendű állatoknál is megfigyelhetjük, hatékonyabb, ha játékos formában történik. A játékok bár nagyon különbözőek lehetnek, azért van bennük néhány közös vonás, amit a gamifikáció is jól használhat:

1. **A játék maga a szabadság**
2. Nagy szerepet kap benne a fantázia, mert **a játék nem a „valóságos” élet**. E tulajdonsága miatt fejlesztőleg hat a kreativitásra is.
3. Marketing szempontból kiemelten fontos, az **önnön szórakoztatásunk** miatt játszunk. Emellett nélkülözhetetlen biológiai funkció, hiszen a szociális kapcsolatok erősítésére is szolgál.
4. Jellemző rá, hogy **zárt és elhatárolt**. Helyét előre meghatározzák, legyen szó akár virtuális, akár offline térről, s a meghatározott időintervallumban ezen tereken az előre meghozott szabályok lesznek érvényesek. Ezek a szabályok segítenek abban, hogy magát a játékot elhatároljuk a valós élettől.
5. Rend a lelke mindennek. **A játék maga a rend**, egy tökéletlen világ tökéletes szabályaival. Van, hogy a szabályok a játékos kedve szerint módosíthatók, de ha ez nem közös megegyezéssel történik, úgy a módosító játékrontóvá válik.
6. A jó **játék feszültséget és bizonytalanságot kelt**, ezzel motiválja a résztvevőjét. Ha versenyjellegűvé válik, úgy e tulajdonság jelentősége is növekszik.(Huizinga, 1949)

De a játéknak a fentieknél egy sokkal fontosabb funkcióját is felfedezhetjük. A játék segít az információk megszerzésében és azok feldolgozásában. Ezt használja ki a marketing is, hiszen az üzeneteket így interaktív formában lehet eljuttatni a fogyasztók felé. Sebestyén Piroska a játék örömforrásait is megkereste. A játék akkor lesz élvezetes, ha a játékos megtalálja benne ezeket a boldogságtényezőket:

- A funkciógyakorlás öröme (*Karl Bühler*)

- A hatékonyság („én csinálom”)öröme (*Jean Piaget*)
- A ritmusosság öröme
- Az utánczás öröme
- A másnak lenni öröme (*Mérei Ferenc*)
- A véletlen mozzanatok öröme
- A titok feszültsége
- A kaland öröme
- Az átváltozás öröme
- Az illúzió öröme
- A humoros elemek
- A kicsinyítés vagy felnagyítás eleme
- Az információszerzés öröme, stb.(Sebestyén, 2009)

A különböző erőforrások teszik a játékot tehát izgalmassá, feszültségekkel telivé. Egy jó „gamifikátor” vegyesen alkalmazza a fenti örömforrásokat a játékos tartalmak megalkotásakor, így a végeredmény egy olyan játék lesz, ami képes folyamatosan fenntartani a játékos figyelmét, s saját öröme miatt akar majd a játék résztvevőjévé válni.

A motiváció

A gamifikáció másik fontos összetevője a játék mellett a motiváció. Ha a motivációra mint elméletre gondolunk leggyakrabban **Maslow** neve jut eszünkbe, aki megalkotta a híres szükségletpiramist. Elméletében az emberi szükségleteket két részre osztotta: alapszükségletekre, melyek az ember biológiai szükségleteit elégítik ki, illetve növekedési szükségletekre, melyek magasabb szintű, intellektuális kielégülést segítik. Elméletében az alacsonyabb szintű szükségletek a piramis magasabb lépcsőinek feltételei. A piramis csúcán az önmegvalósítás áll, így Maslow elméletében az emberek végső célja az, hogy ezt elérjék. **Herzberg** később ezt a modellt továbbgondolta, s arra a megállapításra jutott, hogy a higiénias tényezők és a motivátorok nem összemoshatók. A higiénias tényezők csupán arra jók, hogy az elégedetlenséget megszüntessék, s a motivációs tényezők hiánya nem okoz elégedetlenséget, csupán az elégedettség hiányát. Később **McClelland** szintén foglalkozott az emberi motivációkkal, őt elsősorban az foglalkoztatta, hogy a szervezetekben mi viszi előre az alkalmazottakat és vezetőket. Szerinte a munkahelyi teljesítményt 3 tényező befolyásolja: a **hatalom iránti szükséglet**, vagyis, hogy másokat befolyásoljunk és irányítsunk; a **teljesítmény iránti szükséglet**, azaz mindent megtegyünk a fejlődés érdekében; valamint az **emberi kapcsolatok iránti szükséglet**, tehát hogy munkatársainkkal jó kapcsolatot tartsunk fenn. (McClelland, 1961) A motivációkutatásban ezek után egy nagy áttörés következett, hiszen felfedezték a belső motivációt.

Belső motiváció: a nagy felfedezés

Az emberiség már nagyon korán felfedezte, hogy a jutalom motiváló erőt jelent, és ha büntetést kaphatunk, az visszatart bennünket. Gondoljunk csak a törvényhozásra: a büntett elkövetése különböző büntetéseket von maga után. De mi a helyzet a visszaeső bűnözőkkel? Vagy vegyük példának azt a dolgozót, aki fizetésemelés nélkül is 150%-os erőbedobással, mindig nagy mosollyal végzi a munkáját, szemben azzal az alkalmazottal, akit ugyan folyamatos fizetésemeléssel próbálunk motiválni, egy idő után már nem látjuk rajta az elhivatottságot. Ezek bizonyítják, hogy a jutalmazó/büntető mechanizmusok hosszútávon nem működőképesek. A 20. században több tudományos kísérlettel bizonyították ezt. Harlow a jutalmazás és büntetés

mellet egy harmadik motiváló tényezőt is feltárt, amelyet belső („intrinzik”) motivációnak neveznek. Harlow rhesus majmokon bizonyította a belső motiváció létezését. A majmoknak mechanikus feladatokat kellett megoldaniuk, a feladatokért azonban sem büntetést, sem pedig jutalmat nem adtak. Az egyik feladat egy lakatpánt kinyitása volt, ám a lakat kinyitása után a majmokra nem várt új felfedezés. A majmok ennek ellenére több napon keresztül naponta 7-8-szor is visszatértek a lakathoz, mígnem végül kinyitották azt. A motiváció feltehetőleg a környezet feletti uralom, a környezetben előidézhető változás lehetősége volt.(Harlow 1959)

Edward Deci 20 évvel később folytatta Harlow kutatásait. Bebizonyította, hogy az ember ösztönösen kutat a kihívások után, s maga a kutatás motívuma sokkal erősebb, mint maga az elérhető eredmény ígérete.(Mózes et al., 2012)

A motiváció mint rendszer

A 21. század egyik legnagyobb motivációkutatója Daniel H. Pink 2009-ben publikálta a motivációról alkotott fejlődéstörténeti elméletét. Könyvében az eddigi motivációs elméleteket rendszerezte. Kijelenti, hogy az emberi társadalmaknak is van motivációs rendszerük, s a motivációnak eddig 2 korszakáról beszélhettünk, s eljött a 3. ideje. A gamifikáció szempontjából ez egy különösen fontos elmélet, hiszen összefoglalja korunk legnagyobb kihívásait.

Motiváció 1.0: Ez a humán operációs rendszer az emberiség alap biológiai szükségleteit foglalja magába. Pink szerint ezek a szükségletek csak a túléléshez kellenek, csak az ösztönös funkciókat sorolja ide. Ilyenek például az éhség, a szeretet, a szomjúság vagy a szaporodási ösztön. Maslow elméletében ezek testesítik meg alapszükségleteket, melyek az életben maradás miatt fontosak.

Motiváció 2.0: A motiváció 2.0 már a jutalmazás-büntetés rendszerére épít. Pink szerint ez a rendszer a 20. században működőképes volt, hiszen rutinszerű feladatokat kellett ellátni, azonban a 21.század fogyasztói társadalmában ez már nem alkalmazható. A motiváció 2.0 korszaka hívta életre az X típusú magatartást: az egyéneket nem a végzett tevékenység okozta öröme, hanem a lehetséges jutalom vagy büntetés lehetősége hajtja. Ez a modell egészen Harlow-ig megállta a helyét, azonban felfedezése a belső motivációról egy egészen új irányba terelte a motiváció kutatását. A motiváció 2.0 legfőbb jellemzője talán az extrinzik motiváció.

Motiváció 3.0: A 21. században mindenki arra törekszik, hogy örömeiket leljék tevékenységeikben. Nem elég egy jutalom ígérete ahhoz, hogy egy-egy dologra rávegyék magukat. A motiváció 3.0 legfontosabb jellemzője az intrinzik motiváció, illetve a flow elérésére való törekvés. Az „I” típusú magatartás azt feltételezi, hogy maga a tevékenység okozza az örömet, s nem külső tényezők, vagyis a jutalmazás vagy a büntetés befolyásolják azt. Az „I” típusú magatartás - vagyis az új dolgok megismerésének vágya, a tanulás, a környezet jobbá tétele -, ösztönösen bennünk van. A motiváció 3.0 lényegesen különbözik tehát a jutalmazó-büntető rendszertől. (Pink, 2009)

Az I típusú magatartás egyre jelentősebbé válik. A szervezetek kezdik felismerni, hogy a fogyasztók vagy a munkavállalók számára már nem elég egy jutalom ígérete. Számukra több kell, fontos, hogy érdeklődésüket folyamatosan fenntartsák, s a saját örömeik legyen a legnagyobb motiváló erő. Így a teljesítményük és aktivitásuk is nő, s talán még a kötődésük is erősíthető, ha az érzelmi tényezőkre koncentrálnak. Erre nyújt megoldást a gamifikáció.

A FLOW-élmény

A belső, vagyis intrinzik motiváció mellett muszáj megemlíteni egy kortárs magyar kutató, Csíkszentmihályi Mihály Flow elméletét is. A gamifikáció 2.0 a flow elérésére törekszik, így a fogalom tisztázása elengedhetetlen. Csíkszentmihályi számtalan emberrel beszélgetett, akik bevallásuk szerint boldogok voltak, munkájuk elégedettséggel töltötte el őket. A Chicago-i Egyetem doktora nem csak a kreatív szakmákban kutatta a kérdést, de olyan sebészekkel, cégvezetőkkel is beszélgetett, akik szintén átéltek ezt az élményt. A beszámoló során kísértetiesen hasonlóan írták le azt az érzést, milyen az, mikor önfeledten belefeledkeznek egy tevékenységbe, én érzetük teljesen megszűnik, s a folyamatok automatikusan követik egymást. Az extázis során minden esetben igaz, hogy képesek vagyunk csak a feladatra összpontosítani, miközben úgy érezzük, hogy az idő megszűnik létezni. Úgy érezzük, hogy mindent tökéletesen tisztán látunk, s átütő derű érzése tölt el bennünket. Olyan ez, akár egy áramlat, amely magával ragad. Ezt az érzést nevezte el a tudós **flow-élménynek**, s elméletét a 90-es évekre tökéletesítette.

A flow élmény egyik legmeghatározóbb része az, hogy szinte kilépünk a mindennapi realitásokból, magunk mögött hagyjuk a szürke hétköznapiakat és átéljük az extázist. Csíkszentmihályi szerint a képlet nem nehéz.

A végzett feladat...

- ... nehézségi foka megfelel a cselekvő képességeinek
- ... kihívások elé állítja a cselekvőt
- ... teljes koncentrációt igényel

Ha ezek egyensúlyban vannak, a flow élmény könnyen átélhető. Ezzel szemben, ha a feladat túl könnyű, akkor az unalmat idéz elő. Például a kisiskolás, aki már az óvodában megtanult írni és olvasni, első osztályban társaihoz képest, akik nem rendelkeznek ezzel a képességgel, unatkozni fog. Így megy ez felnőttkorban is: olyan feladatokra van szükségünk, amik kihívást jelentenek. Viszont, ha a feladat nehezebb, mint azt a rendelkezésre álló képességeinkkel teljesíthetnénk, biztosan úgy fogjuk érezni, hogy összeroppanunk annak súlya alatt, szorongással tölt majd el minket vagy érdektelenné válunk a probléma iránt.

A flow élmény a gamifikációban is kulcsfontosságú, hiszen meg kell találnunk azt az egyensúlyt, ami mindenki számára kielégítő lehet. Az a jó játék, melynek során a játékos érzi, hogy fejlődik, feladatai újabb és újabb kihívást jelentenek, s közben a figyelmét egy percre sem veszíti el. Ezt elérni nem egyszerű, hiszen a kihívás mértéke egyéenként változik, a játékokkal pedig legtöbbször tömegekhez szeretnénk szólni. Ezért szükséges, hogy behatóan ismerjük a célcsoportot. Nem szabad elfelejteni, hogy a játék akkor jó, ha célja van, s fontos, hogy ezt a célt a játékosokban is tudatosítsuk. A világos célok segítik a játékelményt.(Csíkszentmihályi, 1991)

A gamifikáció

A gamification fogalma hazánkban annyira újszerű, hogy hivatalos magyar megfelelőt még nem találtak hozzá. A legtöbbször egyszerűen gamifikáció vagy játékosítás néven találkozhatunk vele. Az újszerűségét az is mutatja, hogy sokszor pontatlanul használják a kifejezést. A gamifikációt gyakran összekeverik az edutainment fogalmával, s a serious gammel is. Míg az edutainment szó az angol education és entertainment szóból származik. Jelentése a szórakozva tanulást foglalja magába. A gamifikációtól az különbözteti meg, hogy a játékosítást

nem csak az oktatásban, hanem az oktatáson kívüli területeken is használják. A komoly játék ezzel szemben Meghatározott stratégiai szabályok szerinti szellemi vetélkedés a számítógéppel, a többi résztvevővel, ahol a testületi képzés, oktatás, egészségügyi ismeretátadás vagy stratégiai kommunikációs üzenetek kivitelezése a cél, szórakoztatás révén. (Anonymus 2015) Ilyenek például az üzleti szimulációs játékok is.

A gamifikáció definíciója

A komoly játék és az edutainment a gamifikáció részét képezik ugyan, de nem feltételei a gamifikációnak. Számos olyan terület van, ahol a gamifikáció eszközeit alkalmazva hatékonyan adható át az információ. A legkiemeltebb terület természetesen a marketing, de bizonyos belső HR rendszerek, vállalatirányítási rendszerek is alkalmasak arra, hogy implementáljuk a gamifikációt.

A gamifikáció fogalmának mélyebb megértéséhez, tekintsük át a játékosítás történelmi hátterét. Ugyan a 20. század pszichológusait már régóta foglalkoztatták a játék életünkre gyakorolt hatásai, az üzleti életben a játékosítás csak 1973-ban jelent meg először.

Charles Coonradt, a gamifikáció ősapja ekkor alapította meg a **Game of Work** konzultációs céget, majd 1984-ben adta ki azonos című könyvét. Charles Coonradt egy egyszerű kérdésből indult ki: miért költenének az emberek arra, hogy keményen dolgozhassanak, ahelyett hogy ott dolgoznának keményen, ahol megfizetik őket? Azok az emberek, akik a vállalat taposómalmában örölnék, sokszor a legelsők, akik a munkaidő végén egy percet sem maradnak tovább. Azonban ahogy kilépnek a munkahelyükről, hajlandóak pénzt és energiát áldozni hobbijukra, s fanatikusan hódolnak annak. Mi a különbség a munkahely és a hobby között? Miért motiváltabbak ezek az emberek, ha a hobbijukról van szó, ami egyébként ugyanolyan kemény munkát feltételez, mint az a munkahelyükön elvárt? Coonradt a következő felfedezéseket tette:

- Ezeknél a hobbiknál tiszta, jól **körülhatárolható célok** vannak
- Tevékenységük, teljesítményük jobban **mérhető**
- Mindig van **visszacsatolás** a teljesítményükről
- Megvan a **személyes választás lehetősége** (én döntésem, hogy ezt szeretném vagy nem szeretném csinálni)
- **Folyamatos** tevékenységet jelent(Krogue, 2012)

Fordítsuk le ezt a játék nyelvére: a gamification arra épít, hogy az adott információk megszerzését nem kínálja tálcán a fogyasztónak. Ahhoz, hogy a fogyasztó birtokába jusson az információ, különböző feladatokat kell teljesíteni. A gamifikáció a játékelményre alapoz, s csakúgy ahogy egy társasjáték vagy egy sporttevékenység során, jól körülhatárolhatóan mérhető a teljesítmény. A játékhoz a csatlakozás mindig önkéntes, hiszen senki nem kényszeríthető a szórakozásra. A gamifikáció ereje pont ebben rejlik: az, akinek az információt szeretnénk átadni önként, a játék örömeért csatlakozik. Az információszerzés így egy élményhez kapcsolódik majd a fejében, s tartósabb hatás érhető el vele.

A gamifikációról még kevés definíció született. Zichermann és Linder szerint „a gamifikáció az a folyamat, amelyben a közönség elköteleződik a hűségprogramok, a játéktervezés és a viselkedési közgazdaságtan legjobb eszközeinek felhasználása révén.” (Zichermann – Linder, 2013 p14) A mondatok megértésében egy ábra segít bennünket, mely azt mutatja, hogy a fenti felsorolás metszetében áll a gamifikáció. Azt gondolom, hogy ez az ábra így nem teljes, hiszen sokszor ennél sokkal egyszerűbb megoldások is működőképesek lehetnek. Amikor a cél a

rövidtávú elköteleződés (például egy rendezvény kapcsán), akkor a hűségprogramokban használt, hosszútávon sikeres megoldások nem mindig szükségszerűek. A gamifikáció az élményekre épít.

Egy másik definíció Fromann elgondolásában így hangzik: A „játékosítás”, azaz a gamification, játékelemek, -mechanizmusok és -dinamikák alkalmazását jelenti az élet játékon kívüli területein azzal a céllal, hogy az adott folyamatokat érdekesebbé, hatékonyabbá tegye. A kifejezést elsődlegesen az online térben végzett játékosításra használják. (Kömlödi, 2015)

Fromann elgondolásával egyetértek, azonban a hatékonyság mellett az információ átadásának élményszerűsítésével kiegészíteném. A gamifikációt semmiképp nem szűkíteném az online térre, hiszen a marketingben sokszor az offline eszközök segítségével valósítják meg az elképzeléseket. Ezeket persze gyakran digitális eszközökkel támogatják, ami segít az adatfeldolgozásban. Véleményem szerint a jövőben egyre több olyan megoldással találkozhatunk majd, ahol az online eszközöket a valós élettal keverve valósul majd meg a gamifikáció. Gondoljunk csak a Pokémon Go! sikerére, ami több millió játékost készített arra, hogy az utcán telefonjával pokémonokra „vadásszon”.

A saját kutatásaim azt bizonyítják, hogy a fenti definíciók bekorlátozzák a gamifikáció alkalmazásának lehetőségeit.

Véleményem szerint a következő mondatok foglalják össze a játékosítás lényegét: **A gamifikáció nem más, mint az átadni kívánt információk játékos formában történő találása az élet játékon kívüli területein a fogyasztók felé. A játék ösztönös magatartás, mely segíti az információk feldolgozását, s az átélt élményen keresztül azok tartós tárolását.**

A gamifikáció két generációja

A gamifikáció rövid történetében két korszakot fedezhetünk fel: az első és második generációs játékosítást.

Az első generáció mechanizmusa a pontok, jelvények és ranglisták elvére épít. Ezt a rendszert más néven PBL rendszernek is nevezik (points, budget, leaderboards). Jellemző rá, hogy erős versenyszellemet generál, s a fogyasztókat úgy kezeli, hogy azok azonosulnak a vállalati célokkal. Azonnali visszajelzést ad, hiszen a PBL gondoskodik erről. A játékos látja a többiekhez, vagy épp az önmagához viszonyított eredményeit, ezzel elősegítve a versenyszellemet. Az egyéni célok így háttérbe szorulnak a szervezeti célokkal szemben.

Ehhez képest a gamifikáció 2.0 már sokkal kifinomultabb, figyelembe veszi a felhasználó egyéni céljait és motivációit is. A PBL rendszer ugyanúgy tetten érhető, de az egyéni célok a szervezettől függetlenek, így a 2.0 egyik fő feladata, hogy ezeket összehangolja a vállalati célokkal. Ehhez a web 2.0 eszközeit is alkalmazhatják, például a virtuális valóság megjelenítését, amivel segítik a játékosokat, hogy beleélhessék magukat a játékba. (Finch 2015)Az élmény ebben az esetben sokkal intenzívebb, így a hatása is erőteljesebb. Az egyik legjobb példa a gamifikáció 2.0-ra talán a Nike+ példája. A Nike 2006-ban kifejlesztett egy hardver és szoftvermegoldást, ami megkönnyítette a sportolók teljesítményének nyomonkövetését. Ez az alkalmazás a Nike+ nevet kapta. Az alkalmazás nem tett mást, mint gamifikálta a futást, így szórakoztatóbbá tette az aktivitást. Az amúgy egyéni sport az alkalmazás segítségével társaságivá vált, de legfontosabb feladata az volt, hogy nyomon

követhettük saját fejlődésünket. De hogy hozható össze ez a látszólag csak egyéni célokat figyelembe vevő alkalmazás a vállalat céljaival? Az erős brandépítés mellett a fogyasztók megerősítést kaptak, ha a Nike futócipőt használó játékosok teljesítménye jobb volt, mint az átlag. Ezzel igazolták a termék minőségét. Az applikációt 2012-re már több, mint 5 millióan használták. Később, a FuelBand megjelenése csak fokozta a sikert. A teljesítmény mérő karperec az iPhoneokhoz hasonlóan egy nehezen beszerezhető, népszerű termék lett. A koncepció segített abban, hogy elérjük és meghaladjuk a tőlünk telhető legjobb teljesítményt, s emellett megismerjük a termék előnyeit is.

Összességében arra a megállapításra jutottam, hogy a **legfontosabb különbség az élmény intenzitásában, valamint az elköteleződés mértékében mutatkozik. A gamifikáció 1.0 egyszerű** platformokat használ, a vállalati célok könnyen felfedezhetők, s a fogyasztót a vállalat folyamatosan vezeti a saját céljai elérése felé (például egy egyszerű kvízzjátékkal). A fogyasztó itt kvázi kívülről éli meg a játékot, nem tud benne elmélyülni. Ezzel szemben a **gamifikáció 2.0** esetében az élmény intenzívebb, **valósághoz kapcsolható** (legyen az virtuális vagy valós), és az elköteleződés is hosszabb ideig tart. Itt az élményeket "belülről" tapasztalják meg a játékosok, sok esetben elérhető a flow-élmény.

Eredmények

A gamifikáció nemzetközi szinten már számtalan sikeres példával büszkélkedhet, azonban a magyar piac ehhez képest több éves lemaradásban van. A szakma még csak most kezdi felfedezni a módszert, amivel a fogyasztók hűsége könnyebben elérhető.

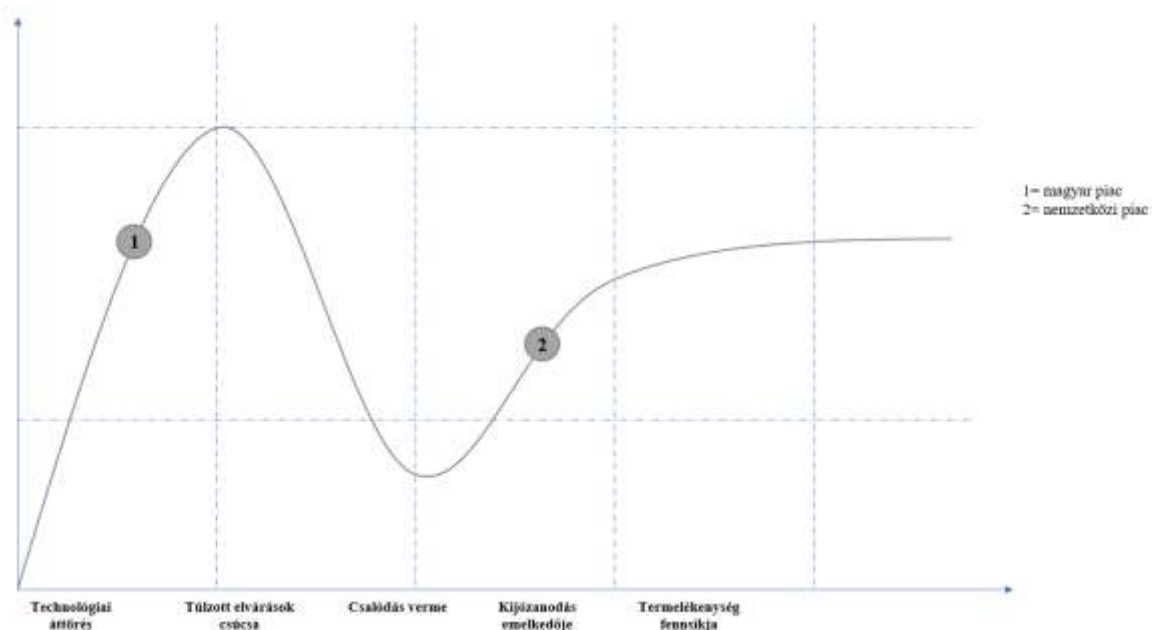
Magyarország helyzete a gamifikációs módszerek tekintetében

Gartner hype görbéjének segítségével modellezhető a magyar és a nemzetközi piac közti különbség. A Gartner-görbe jellemzője, hogy 5 szakaszt határoz meg az egyes trendek/technológiai újdonságok életében. (Gartner) Az első szakasz a technológiai áttörés, amikor a módszer berobban a köztudatba. Magyarországon jelenleg ennek a szakasznak a vége felé tartunk. Egyelőre hazánkban mindössze pár cég foglalkozik ezzel a témával. A módszer legfőbb kutatója a JátékosLét Kutatóközpont a „gamereket” helyezi a középpontba. Az üzleti szintű felhasználásra még viszonylag kevés példát láthattunk. Az edutainment kategóriában már egyre több olyan intézmény létezik, ahol kísérletek folynak a gamifikált tudásanyag létrehozásában. Ilyen intézmény például a Pannon Egyetem, ahol korábban foglalkoztak már gamifikált oktatással. A győri Kossuth Lajos Általános Iskola az edutainment erejét a hátrányos helyzetű és sajátos nevelési igényű gyerekek oktatásában eredményesen hasznosítja. B2B megoldásokban azonban még hiány van. A Duelbox nevű start up cég azon kevés vállalatok közé tartozik, akik gamifikált megoldást nyújtanak megrendelőik számára. A csapat a rendezvényeket teszi interaktívabbá, így segítenek abban, hogy a rendezvény hatékonyabban érje el a kitűzött célját. B2C megoldásokból már több hazai példát ismerünk. A Shop.Builder oldalán pontgyűjtésre van lehetőség. A kommentekért, vásárlásokért kapott pontok később kedvezményekre válthatók. Ismertebb példa a Waze navigációs alkalmazás. A megtett kilométerekért pont jár, az útvonalon pedig bármikor belefuthatunk váratlan „ajándékokba”. A pontokért avatarok vásárolhatók, a közlekedési helyzetek/térképváltozások bejelentéséért pedig extra jutalom jár. A néhány pozitív példa azonban sajnos nem jelenti azt, hogy a játékosítást a cégek nagyrésze stratégiai szinten is alkalmazná. A tudatos használat még nem érkezett el. Nem csoda, hiszen kevés olyan magyar nyelvű tanulmány van, amely a témával komolyabban foglalkozna. Nem ismerjük a pontos hatásokat, ehhez egy komolyabb, későbbi felmérés szükséges. A magyar piac elsősorban még a gamifikáció 1.0 módszereit alkalmazza. Ez az

ismerkedés szakaszára nagyon jellemző, hiszen a gamifikáció 2.0-ás rendszerek komplexebb rendszereket feltételeznek. Feltételezhető, hogy az egyszerűbb, gamifikáció 1.0-ás módszerek magabiztos alkalmazása utat nyit majd az intrinzik motivációra épülő 2.0-ás alkalmazásnak is.

Egy nem reprezentatív, 70 fővel végzett felmérés adataiból kiderül, hogy az üzleti életben még mindig nagyon kevesen ismerik a gamifikáció fogalmát. A megkérdezett marketingesek 70%-a hallotta már a kifejezést, de legtöbbször nem ismert sikeres példákat sem a nemzetközi sem a hazai piacról. A módszer alkalmazhatóságát nem látták reálisnak a közeljövőben. A kevés ismeret miatt néhányan gyerekesnek ítélték meg ezt az eljárást, míg mások pénzügyi okok miatt vetették el. Az ismeretekre viszont nyitottak, hiszen szívesen olvasnának, hallanának többet a témáról, ez az igény egyértelműen megjelent a válaszokban is. A szakma edukálása elősegítheti a gamifikáció térhódítását. A legjellemzőbb, hogy a hazai szakemberek a módszert az oktatással kapcsolják össze. Nincs is ebben semmi különös, hiszen a legjobban működő magyar megoldások mind ezen a területen nyertek teret. A második leggyakoribb válasz arra, hogy milyen területekhez kapcsolják a fogalmat, a szervezetfejlesztés volt. A „serious game” térnyerése tehát már kimutatható. A marketing ehhez képest gyengébben teljesített, a vevőszerzés és a fogyasztók elkötelezettségének növelése a gamifikáció módszerével a magyar üzleti szereplők számára így még kevésbé elképzelhető. A válaszadók elenyésző százaléka próbálta már ki maga is a módszert, ami az előbbi állítást is alátámasztja. A kérdőív eredményei alapján a legnagyobb problémának azt látom, hogy a szakma kevés ismerettel rendelkezik a témáról. A marketinges használat és a költséghatékony megoldásokról még nincs kellő információja a szakembereknek. Ahhoz, hogy bátrabban alkalmazzák a módszert, feltételezéseim szerint több ismeret és további gyakorlati jelentőségű kutatás szükséges, így épül majd fel a bizalom.

A nemzetközi piachoz képest a fenti felmérés alapján látható, hogy Magyarország az első lépcsőfokon áll a Gartner-görbén, így még hosszú utat kell megtenni ahhoz, hogy a módszer valóban elterjedjen.



1. ábra: A magyar és a nemzetközi gamifikációs trend alakulása

Forrás: Saját szerkesztés, 2017.

A nemzetközi piac ezzel szemben már túl van a csalódáson és a kijózanodás emelkedőjén halad a termelékenység fensíkja felé. Ez az az időszak, amikor már a módszer stabilan, kevesebb kockázattal alkalmazható (1. ábra).

A gamifikáció nemzetközi viszonylatban 2013-ban érte el a csúcspontot, s azóta a trend a csalódás verme felé indult el. A tapasztalatok azonban segítettek abban, hogy mára már egyre több ismerettel rendelkezünk a gamifikáció hatásairól. A legfontosabb kérdés a módszer esetében, hogy mikor, milyen kampányok esetében tudjuk sikeresen használni, s hogy a siker valójában hogyan definiálható. Kérdés az, hogy az egyes gamifikációs platformok milyen környezetben alkalmazhatók, s a gamifikáció használata a különböző időtávokban pontosan milyen eredményeket ígér. (Burke 2012) A csalódások után azonban már nagyobb biztonsággal alkalmazzák a módszert. A kevés rendelkezésre álló irodalom azonban nemzetközileg is lassítja a folyamatot.

A gamifikáció fogyasztókra gyakorolt hatása

Ugyan a fogyasztókra gyakorolt pontos hatások még nem ismertek, de a korábbi motivációs kutatások alapján a motiváció mértéke prognosztálható. A csökkenő hasznosság elvét figyelembe véve sajnos nem igaz az, hogy minél több folyamatot gamifikálunk, a fogyasztónk annál elkötelezettebb lesz. Az idő és a gamifikált tartalom dimenziói mentén a fogyasztó motivációja egy idő után már nem, vagy csak kevésbé fokozható. (2. ábra) Feltételezhető, hogy a fogyasztói lojalitás függ a gamifikációs módszer megválasztásától is. Az elköteleződés pontos mértékének megállapításához további kutatások szükségesek.



2. ábra: A Fogyasztói elköteleződés alakulása a gamifikáció és az idő függvényében
Forrás: Saját szerkesztés, 2017.

A fenti megállapításokból látszik tehát, hogy a gamifikáció üzleti szintű alkalmazása egy új fejezetet nyithat a vállalkozások életében. Egy olyan módszer áll a rendelkezésünkre, mellyel fokozható a lojalitás, szórakoztatóbbá válnak a folyamatok, és hatékonyabbá válik az információ átadása. Nincs más hátra, mint hogy legyünk bátrak, és alkalmazzuk tudatosan is a módszert a gyakorlatban!

Következtetések

A kutatás alapján megállapítható, hogy az első és legfontosabb lépés, hogy a gamifikációnak több publicitást kell adni. A szakma számára elsősorban a blogok, online anyagok és előadások a legkedvezőbbek, ezért érdemes ilyen irányú fejlesztéseket kezdeményezni. A nemzetközi szinthez való felzárkózás második lépése, hogy megismertessük a gyakorlati alkalmazás lehetőségeit. Ehhez támogatni kell a játékosítás módszerét kínáló szolgáltatások elterjedését, valamint érdemes bemutatni az alkalmazott módszerek eredményeit is a publikumnak. Problémát jelent, hogy az üzleti szintű felhasználás kevésbé ismert, így az oktatás mellett ugyanúgy hangsúlyossá kell tenni a marketing területein való alkalmazást is. A képzések, konferenciák mellett érdemes kutatásokat végezni a gamifikáció hatásmechanizmusáról is. Az ilyen kutatások bizalmat ébresztenek a szakemberekben, akik ezek után bátrabban és nyitottabban állnak hozzá az új trendhez. Mindezek után vizsgálni érdemes a különböző gamifikációs módszerek hatásait az egyes kampányoknál. A gamifikációs módszer kiválasztása meghatározza milyen eredménnyel zár majd a projekt, így a gamifikáció 1.0 és gamifikáció 2.0 megfelelő alkalmazása elengedhetetlen, ha látható sikert szeretnénk elérni.

Irodalomjegyzék:

1. Huizinga, J. (1949): *Homo Ludens – A study of the play element in culture*, London, Boston and Henley: Routledge & Kegan Paul, ISBN: 0 7100 0578 4 p1-27
2. Millar, S. (1968): *The psychology of play*, Harmondsworth, Middlesex, England: Penguin Books Ltd., ISBN-10: 0140209743 p113-176
3. Inhelder B., Piaget, J (1967.): *The child conception of space*, London: Routledge & Kegan Paul, ISBN-10: [0393004082](https://doi.org/10.1080/0393004082)/ ISBN-13: 9780393004083
4. Sebestyén, P. (2009-2010) *A játék pszichológiája és módszertana*, http://www.bodpeterk.ro/konyvtar/konyvtar20092010/SEM2/TAV3/A_jatek_pszichologiaja_es_modszertana.doc, 2017.02.18. p9-12
5. McClelland, D. C. (1961), *The Achieving Society*, Princeton, NJ: D.Van Nostrand Co., ISBN-13: 978-1891396397
6. Harlow, H. F. (1959) „*Love in Infant Monkeys*”, *Scientific American*, 200., p68, p70, p72-73, p74.
7. Mózes T. , Magyaródi T. , Soltész P. , Nagy H. , Oláh A. (2012), „*A Flow-élmény operacionalizálásának útjai*”, *Magyar Pszichológiai Szemle*, 67.1, ISSN: 0025-0279 , DOI: <http://dx.doi.org/10.1556/mpszle.67.2012.1.5.>, p57-76.
8. Pink, D. H (2009): *Drive - The Surprising Truth About What Motivates Us*, Edinburgh, London, New York, Melbourne: Riverhead Hardcover, ISBN:978-1594488849
9. Csíkszentmihályi, M. (1997): *Flow*, Budapest, Akadémiai Kiadó, ISBN: 9630577704 http://osono.ro/uploaded/files/file_954a04a7eb.pdf 2017.04.17. p66
10. Anonymus(2015): „Dosszié”, *HVG Business*, 2015/02, p16-19.
11. Krogue, K. (2012): *5 Gamification Rules From The Grandfather Of Gamification* <http://www.forbes.com/sites/kenkrogue/2012/09/18/5-gamification-rules-from-the-grandfather-of-gamification/#7ed5bd296d38> 2017.02.27
12. Zichermann G., Linder J. (2013), *The Gamification Revolution: How Leaders Leverage Game Mechanics to Crush the Competition*, New York, Chicago, Lisbon, San Fransisco, London, Madrid, Mexico City, Milan, New Delhi, San Juan, Seoul, Singapore, Sydney, Toronto, McGraw Hill Professional, ISBN: 9780071808316, p14
13. Kömlődi, F (2015), *Játszani is engedd!* http://www.itbusiness.hu/Fooldal/main_flash_banner/Jatszani_is_engedd.html 2017.02.11

14. Finch, C. (2015), Using Gamification 2.0 to Improve Your Business's Productivity,
15. <https://smallbiztrends.com/2015/03/gamification-2-0-design-clutter.html> 2017.02.27
16. Gartner:Gartner Hype
Cycle<http://www.gartner.com/technology/research/methodologies/hype-cycle.jsp>
2017.02.27
17. Burke, B. (2012), The Gamification of Business,
<https://www.forbes.com/sites/gartnergroup/2013/01/21/the-gamification-of-business/#63c0ebc14dc2> 2017.03.09

**A NŐK MUNKAERŐ-PIACI RÉSZVÉTELE MAGYARORSZÁGON EURÓPAI
ÖSSZEHASONLÍTÁSBAN**
PARTICIPATION IN THE LABOUR MARKET OF WOMAN IN HUNGARY IN
EUROPEAN CONTEXT

Szabó Katalin

egyetemi tanársegéd - PhD

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar, Szent István Egyetem

E-mail: Szabo.Katalin@gtk.szie.hu

Összefoglalás

Jelen tanulmányban a nők munkaerő-piaci részvételét vizsgálom Magyarországon európai összehasonlításban. A szakirodalmi áttekintést követően az elemzés során az Eurostat és a Központi Statisztikai Hivatal adataira támaszkodtam. A rendszerváltást követően a nők foglalkoztatása továbbra is elmarad az uniós átlagtól, napjainkra a nemek közti egyenlőtlenségek ugyan mérséklődtek hazánkban, de továbbra is érzékelhető, hogy a nők számos nehézséggel kell megküzdjenek bizonyos területeken.

Abstract

In this paper, I analyse women's labour market participation in Hungary in European context. The results are based on Eurostat and Hungarian Central Statistics Office databases. Relative to the other member states of the EU woman's employment remains low in Hungary since economic and political transformation. Differences between male and female participation rates have narrowed now days in our country, but discrimination of women is reflected in some areas.

Kulcsszavak: munkaerő-piac, nők, foglalkoztatás, gazdasági aktivitás, bérkülönbség

JEL besorolás: J00; J16

LCC: HD5701-6000.9, HD6050-6305

Bevezetés

Platón (1970) az európai filozófia egyik legnagyobb hatású gondolkodója már az időszámításunk előtti 4. században megfogalmazta Állam című felfogásában, hogy a férfiak és nők képességei között nincsen alapvetően különbség, és hangsúlyozta művében a férfiak és a nők egyforma alkalmazásainak előnyeit is. A nemek közötti elvi azonosság nézetét utána mintegy két évezredig nem kifejezetten osztotta más szerző. Németh (2001) azt írja, hogy „ez olyan modern gondolatnak bizonyult, hogy megvalósulásának kezdetéig még legalább 2300 évnek kellett eltelnie.” A nők foglalkoztatása, a nemek közötti esélyegyenlőség évtizedek óta foglalkoztatja már hazánkban is a kutatókat. A nők gazdasági, társadalmi szerepe sokat változott az elmúlt évszázadok során, de még most is elmondhatjuk, hogy még mindig ugyanazok a platóni gondolatok kerülnek terítékre, a változás reményében. A nők munkaerő-piaci részvételével kapcsolatos fő kérdések a hagyományos családban betöltött szerepük miatt merülnek fel. A tradicionális felfogás ezt tekinti a nők elsődleges szerepének, és ennek következtében a munkaerő-piacon már csak másodlagos szereplőkként bánnak velük.

A nyolcvanas években a volt szocialista államok körében a nők gazdasági aktivitása jelentősen magasabb volt Nyugat-Európa országaihoz képest, munkaerő-piaci részvételük messze felülmúlta a fejlett nyugati piacgazdaságokét (Csehné, 2012). A rendszerváltást követő időszakban azonban a nők foglalkoztatottsága jelentősen visszaesett, a munkanélküliség látványosan nőtt. A munkanélküliség által veszélyeztetett nők száma és aránya a hivatalosan kimutatott statisztikáknál Koncz (2004) szerint feltételezhetően sokkal nagyobb. Mivel a nők aktivitása nagyobb mértékben csökkent, mint a férfiaké, a két nem aktivitási rátája közötti rés emelkedett (Nagy, 2001). A nők lehetőségeinek lassú, de stabil bővülésének ellenére még számos területen tapasztalható munkaerő-piaci nemi szegregáció, a másik nemmel szemben fizetésbeli különbségek, illetve továbbra is elenyésző a nők jelenléte a vállalatok vezetésének felsőbb szintjein (Nguyen, 2005). A releváns szakirodalom áttekintésével jelen tanulmány a nők munkaerő-piaci részvételét, annak magyarázatait és változásait vizsgálja Magyarországon európai összehasonlításban. A világ fejlettebb országaiban napjainkra nemzetközi ajánlások sora született a nők elleni hátrányos megkülönböztetés minden formájának felszámolására. Különböző intézkedések támogatják a nők esélyegyenlőségének megteremtését és biztosítását a társadalmi szerepvállalásuk és gazdasági aktivitásuk növelése érdekében (Koncz, 2014).

A nők és a férfiak közötti egyenlőség az Európai Unió (EU) alapértéke. Egyik alapköve az 1957-es Római Szerződés, mely már rögzítette az azonos munkáért azonos fizetés elvét. Az Európa 2020 növekedési stratégia célja a foglalkoztatottság, a termelékenység, és a társadalmi kohézió növelése. Az EU öt kiemelkedő célt tűzött ki maga elé a foglalkoztatás, az innováció, az oktatás, a társadalmi befogadás és az éghajlat/energiapolitika területén, melyeket 2020-ig kíván megvalósítani. Az uniós szakpolitika célkitűzése a 75 százalékos foglalkoztatási ráta elérése. Ehhez jelentős potenciált jelenthet a női foglalkoztatás növelése, amelynek rátája az egyes tagországokban 43,8%-tól 74,5%-ig terjed (az uniós átlag 61,6%) (Kardos, 2017).

A nők gazdasági aktivitásával összefüggő fő kérdések

Az oktatásban való részvétel és a munkaerő-piaci részvétel növekedésével a nők ma már sokkal rutinosabban mozognak a munka világában. Matiscsákné (2016) összefoglalóan mutatja be a nők munkaerő-piaci pozíciójára hatást gyakorló legfontosabb tényezőket (1. ábra). A szerző az egyéni, személyes tényezőket tekinti az egyik legmeghatározóbb befolyásoló tényezőnek. Többek között ide sorolja-például az életkort, a családi állapotot, hátteret, a lakhelyet és még számos olyan egyéni jellemzőt, mely véleménye szerint erőteljesen befolyásolja a munkavállalás lehetőségeit, de ezen felül további négy fő kategóriát jelöl meg.



1. ábra: A nők munkaerő-piaci részvételét befolyásoló tényezők

Forrás: Saját szerkesztés Matiscsákné (2016) alapján

A nők foglalkoztatásának nehézségei nem választhatók könnyen szét, ebben a tanulmányban a teljesség igénye nélkül csupán egy-egy tipikus problémakört mutatok be, amelyek a nők munkaerő-piaci jelenlétét alapjaiban meghatározzák.

Demográfiai tényezők

A demográfiai tényezők jelentős mértékben befolyásolják a munkaerő-piac helyzetét és alakulását. Az egyes korcsoportok gazdasági aktivitása között jelentős különbségek mutatkoznak amiatt, hogy a munkavállalás kezdete erőteljesen függ az életkortól. A fiatalok jelentős arányban továbbtanulnak, amivel javíthatják későbbi foglalkoztatási esélyeiket és bérkilátásaikat, de ezzel a döntéssel egyben kitolják gazdasági aktivitásuknak megkezdésének idejét. Az idősebb korcsoportokban általában az aktivitási arány csökkenésére számíthatunk. A fiatal nők részvételére nyilvánvalóan jelentős befolyást gyakorolhat a gyermekvállalás ideje (Nagy, 2001). Az iskolázottság bővülése miatt a fiatalok lényegesen hosszabb ideig ülnek iskolapadban, mint korábban. A tudástársadalom alapját az élethosszig tartó tanulás képezi. A Life Long Learning szemléletmód egyben szükségszerű is, mivel napjainkban a ma szerzett ismeretek elképesztő sebességgel válnak egyik napról a másikra régi elavult tudássá. A nők veszélyeztetettek a képzettség elavulása tekintetében, mivel a családgondozás és a gyerekvállalás miatt rövidebb-hosszabb időre kimaradnak a munkából, melynek következtében a korábban megszerzett ismereteik elavulnak (Koncz, 2004).

Üvegplafon szindróma

Koncz (2016) úgy fogalmaz, hogy a karriert építő nő a közvélekedés szerint még ma is meglehetősen gyanús, hiszen vélhetően elhanyagolja „eredeti” hivatását, a családról való gondoskodását. Az üvegplafon kifejezés a női karrier akadályozását szimbolizálja. A nők azonos szakmai felkészültség és képzettség esetén is lényegesen kisebb ívű karriert futnak be, mint férfitársaik. Jellemző nemzetközi tendencia, amelyet hazai példák is megerősítenek, hogy a szervezetek vezetői posztjaikon mindig kevés nőt lehet találni. A jelzett szindróma során a nők egyszer csak azt tapasztalják, hogy karrierjük egy bizonyos ponton megtorpan, és nem lehet ugyan látni az előrejutás konkrét akadályát, de egyértelműen külső gátak játszanak benne szerepet. A nők jóval korábban találkoznak ezzel a jelenséggel, mint a férfiak (Bigazzi, 2003). Ma már az üvegplafon mellett gyakran használják a labirintus metaforát is, amivel a nők szembe találják magukat pályafutásuk során. Sok bizonytalanság, frusztráció kíséri végig szakmai előmenetelüket, mely nem lineárisan halad előre, hanem egy bonyolult elágazásokkal teli útvesztőben keresi a kiutat. Közben akadályok bukkannak fel. A labirintus elején ott találhatóak az előítéletek, mint például az, hogy a férfiakat gyorsabban léptetik előre. Ha kedvet kaptunk és már beléptünk a labirintusunkba, akkor az ellenállással találkozhatunk, ugyanis a sikeres nőket kevésbé fogadja el a környezetük. A következő akadály a hiteles vezetői stílus kialakítása, és végül a munka-magánélet egyensúly örökös dilemmáival találkozhatunk (Nagy, 2009).

Jövedelemkülönbségek

A nők foglalkoztatásának klasszikus problémájának tekinthetők a bérkülönbségek. Európa szerte jellemző, hogy a nők keresetei elmaradnak a férfiakétól. Ennek háttérben gyakran érthető okok is állnak. Ilyen lehet például a gyermeknevelés miatt kieső munkatapasztalat. A nők bérének felzárkóztatás mellett viszont szintén szólnak objektív tények. A nők iskolai végzettségben megelőzik a férfiakat, mely indokolja a bérrendezést. Jellemző az is, hogy a kor előrehaladtával a nők és férfiak közötti jövedelemkülönbségek egyre növekednek, de fontos kihangsúlyozni, hogy ez igazából már a kezdetektől fogva jellemzőek. A 35 év alattiak körében

a férfi és női keresetekben kimutatható különbség nem éri el a 10%-ot sem, míg a későbbi évelekben meghaladja a 20%-ot is (Soós, 2015). A rendszerváltás követő években erőteljesen felgyorsult a társadalom jövedelem szerinti differenciálódása. A lakosság legalacsonyabb és a legmagasabb jövedelmű tizede közötti különbség ma kétszer nagyobb, mint a nyolcvanas években. A hazai jövedelemegyenlőtlenség jelenleg az Európai Unió országaival hasonló tartományokban mozog. A jövedelem-differenciálódás a nőket a férfiaknál nagyobb mértékben érinti. A kedvezőtlen hatások azonban közvetve is sújtják a nőket, például a kettészakadt családokban elsősorban a nőkre hárul a gyakran alapvető létfeltételek biztosításához szükséges jövedelem megteremtése (Koncz, 2004). Kijelenthető, hogy a szegénység feminizálódása világjelenség, ahogy a nemek szerinti szegregáció is, méghozzá a gazdasági fejlettség minden szintjén, minden politikai, társadalmi, kulturális környezetben jelentős (Charles–Bradley, 2009).

Szegregáció

A különböző nemzetközi összehasonlító elemzések egyértelműen alátámasztják, hogy a munkaerő-piac nemek szerinti szegregációja a világ minden táján jelen van és erősen rányomta bélyegét a foglalkoztatás szerkezetére (Anker, 1998). A munkaerőpiac nemek szerinti szegregációja azt jelenti, hogy a férfiak és a nők egyenetlenül oszlanak el a különböző foglalkozások és ágazatok között. Ma is még kifejezetten jellemző, hogy a férfiak vagy a nők bizonyos szakmákban koncentrálnak. A szegregáció hátránya az, hogy a nemek által betöltött foglalkozások jövedelmezősége és társadalmi megbecsültsége is jelentősen eltérnek egymástól. Ez sok esetben odavezet, hogy a nők kevésbé elismert, rövidebb karrierúttal biztató és alacsonyabb bérezésű területekre szorulnak (Anker et al. 2003).

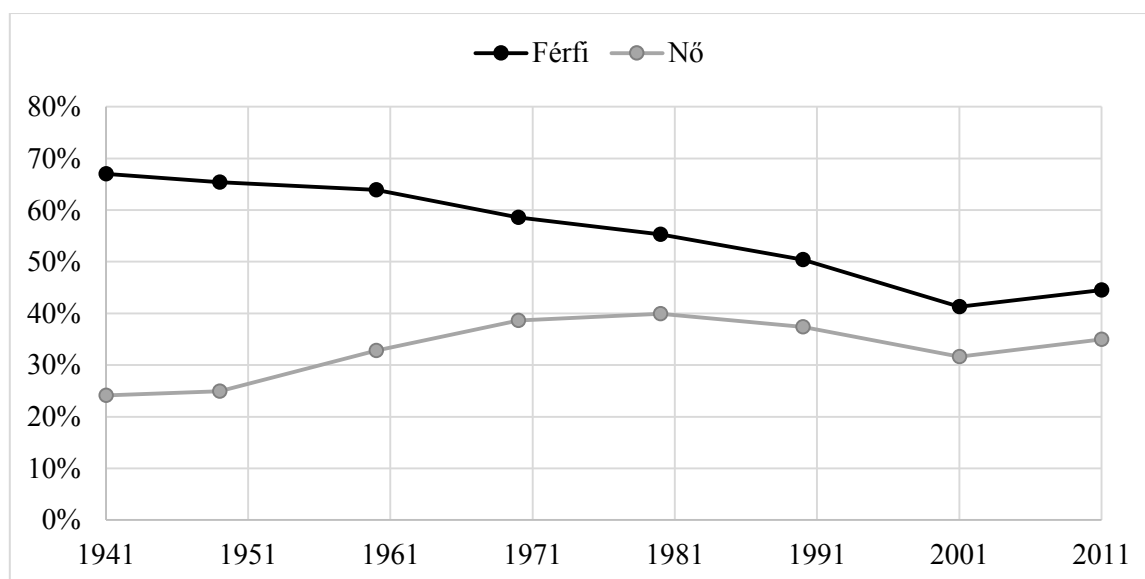
A nemek szerinti elkülönülés olyan viszonylag zárt szegmentumokra szabdalja a munkaerő-piacot, amelyeket az egyik vagy a másik nem dominál nagyobb mértékben. A szakirodalom megkülönbözteti a horizontális és a vertikális szegregációt. A horizontális szegregáció a nemek részvételét méri az egyes ágazatokban, foglalkozásokban, munkakörökben, és az inkább nőkre jellemző foglalkozások alacsonyabb jövedelemmel párosulnak, kevésbé kedvezőek a munkakörülmények és az előrelépési lehetőségek is korlátozottak. A vertikális szegregáció a nemek elhelyezkedését a foglalkozási, beosztási hierarchia különböző szintjein jeleníti meg. A hierarchiában minél feljebb tekintünk, annál kevesebb nőt találunk (Koncz, 2010).

Munka-magánélet egyensúlya

Bár a nők egyre jobban növelik gazdasági aktivitásukat, a férfiak részvétele a házimunkában már nem zajlott hasonló ütemben. Tehát ha egy nő dolgozik, akkor kétszer annyi teher nehezedik rá, mint a férfira. Munka mellett még a háztartásban is helyt kell állnia, ott is vannak kötelezettségei. Változás történt a nők munkaorientációjában. A nők nagy része igyekszik megfelelni a munkahelyén, megtartani a munkáját, és a férfiakéval azonos keresetet várnak el. Mindemellett a családot és az anyaszerepet is szeretnék összeegyeztetni a munkával, ehhez viszont szükség van arra, hogy a férfiak is nagyobb szerepet vállaljanak a háztartásban (Belinszki, 1997). A munka-magánélet egyensúlyának hiánya számos negatív következménnyel jár, ezért a nők gazdasági aktivitásának fenntartása és fokozása érdekében kiemelt figyelmet érdemel. Ternovszky (2013) lehangolónak tekinti a helyzetet, annak ellenére, hogy az utóbbi évtizedekben már sokat lehetett hallani a nők munka-magánélet támogatásáról. Az erre irányuló intézkedések nem csak az egyénnek, hanem a munkaadónak is fontos, mivel javulhat a dolgozó közérzete, a munkához való hozzáállása, és összességében nőhet a termelékenység.

A nők munkaerő-piaci részvételének fő tendenciáinak áttekintése Magyarországon

A nők munkaerő-piaci jelenléte fokozatosan vált elfogadottá hazánkban is, de fejlődése a nemzetközi tendenciákkal egészen eltérő jegyeket mutatott. A XX. század közepének nőideálja még egyértelműen a családi tűzhely őrzője, a háztartást vezető, és az otthon nyugalalmát megteremtő nő volt. Az ötvenes évektől a hagyományos családcentrikus értékekkel rendelkező szerepfelfogás helyét a dolgozó nő eszménye vette át, melynek háttérében az általános európai trendek mellett, a kor sajátos viszonyai húzódtak meg. A szocialista rendszer nem biztosította az egykeresős családmodell működését, így a nők tömegesen kényszerültek munkavállalásra (Valuch, 2009). A különböző szociálpolitikai változások végső soron a nemek egyenlőségét és a nők emancipációját kívánták megteremteni ezért bátorították, sőt olykor kényszerítették a nőket, hogy lépjenek ki a munkaerőpiacra (Nagy-Fodor, 2015). Közismert tény, hogy a szocialista társadalmakban a nők magas arányú munkaerő-piaci részvétele a hivatalos világnézet és politika részét képezte. A teljes foglalkoztatottság elv nevében a kétkeresős családmodell vált tipikussá. 1949-ban még csak 1,2 millió, 1980-ban már 2,2 millió nő dolgozott az országban. Időközben a dolgozó nő ideologikus képe kopni kezdett, és a társadalmi vélekedés is átalakult. A század végére a nők másodlagos szerepe, és a házastárs, háztartás, család „szentháromsága” a múlt feledésébe merült. Számos hagyományos szerepfelfogás maradt életben, de a nők önképében gyökeres változások mentek végbe, előtérbe került a társadalmi érvényesülés, a karrierépítés gondolata és az önmegvalósítás igénye (Valuch, 2009). Az államszocialista gazdaságban hosszú évtizedeken át megszokott teljes foglalkoztatottság sajátos történelmi korszakát a hirtelen tömeges és tartós munkanélküliség váltotta fel. A rendszerváltással, a piacgazdaság kialakítása után Magyarországon a nők munkaerő-piaci helyzete radikálisan megváltozott, 1995-re a ténylegesen foglalkoztatott nők aránya visszaesett a fejlett piacgazdaságok átlagos szintjére (Frey, 1997). A férfiak és nők foglalkoztatását az 1. ábra szemlélteti 1980 és 2011 között.



2. ábra: A népesség gazdasági aktivitása nemek szerint 1940-2011 között (%)

Forrás: Saját szerkesztés a KSH Népszámlálás területei adatai alapján

A kilencvenes évek elején közel másfélmillió munkahelyt szűnt meg. A jelentős változások mögött országban belül nagy regionális különbségek húzódtak meg, melyek szerkezetében nem történt relatív elmozdulás napjainkra sem (Csehné, 2014). Fontos megjegyezni azonban, hogy Magyarországon azonban nem érvényesül az általános nemzetközi tendencia, hogy a rendszerváltás a nőket jobban sújtotta, hiszen a férfiak munkanélküliségi rátája magasabb volt.

(Andorka, 2006:339). Az EU-15 tagállamaiban a nők foglalkoztatása a teljes női népességhez viszonyítva 1985-1997 közötti időszakban emelkedett 32,6%-ra, ezzel szemben nálunk 44,7%-ról csökkent 31,1%-ra (Frey, 1999). A szerző szerint a női foglalkoztatottság visszaesése határozottan érzékelhető értékrend-váltással is párosult. A KSH 1986-ban végzett felmérése szerint a megkérdezettek döntő többsége, 81%-a egyetértett azzal, hogy a nők keresőtevékenységet folytassanak. Később 1995-ben és 1999-ben ugyanezt a felmérést megismételve egyre csökkent azok aránya, akik pozitívan viszonyultak a női munkavállaláshoz. Értelemszerűen azon vélemények aránya pedig egyre emelkedett, akik a nők családban betöltött szerepét preferálták inkább a munkaerő-piaci részvételükkel szemben (Frey, 2001).

A demokratikus berendezkedés megalapozása, a kapitalista gazdaság bevezetése a globalizáció folyamatával párhuzamosan ment végbe. A nemzetköziesedés hatására a globális problémák és a munkaerő-piaci vonzaskörzetek átlépték az országhatárokat, a piaci verseny egyre erősebbé vált (Koncz, 2004). Kétség kívül romlott a nők munkaerő-piaci helyzete bizonyos szemszögből, de a kedvezőtlen következmények egyaránt érintették a férfiakat is. Amikor azonban a legtöbb volt szocialista állam már éppen kezdett túllépni a szocializmus és annak összeomlásának negatív hatásain, újabb válság söpört végig a világgazdaság térképé, a 2008-as gazdasági válság (Nagy-Fodor, 2015). Az Amerikai Egyesült Államokban a New York Times hasábjain is megjelentek a „man-cession” vagy „he-cession” kifejezések, melyek arra utaltak, hogy a válság főként a férfi munkaerőt érintette. Bettio és szerzőtársai (2013) jelentésükben hasonló megállapítást tettek. A szerzők megállapították, hogy az Európai Unióban a válságot követően csökkent a nemek közti egyenlőtlenség, de kihangsúlyozták, hogy annak ellenére, hogy kiegyenlítődték a nemek közti különbségek a foglalkoztatás, munkanélküliség, munkabérek és szegénység tekintetében, valójában ez nem jelent előrelépést a nemek közti egyenlőség szempontjából, mivel a foglalkoztatottság csökkent, a munkanélküliség növekedett és a jövedelem jelentősen visszaesett mindkét nem körében. Frey (2011) a Központi Statisztikai Hivatal Adatait elemezve szintén ugyanerre a következtetésre jutott, hogy a válság után különösen a férfiak érintettsége szembetűnő. A szerző úgy fogalmaz, hogy a magyar foglalkoztatáspolitikát még a válság megjelenése előtt elkötelezte magát a munkanélküliek és inaktív foglalkoztatási esélyeinek javítása mellett, melynek fő oka, hogy európai összehasonlításban rendkívül alacsony a magyar munkaerő-piaci aktivitás. A kedvezőtlen munkaerő-piaci mutatók zömmel arra vezethetők vissza, hogy a 15–64 éves népesség harmada valamilyen jóléti ellátásban részesül. Például nyugdíjas, vagy anyasági támogatást kap, ezért a kormány olyan strukturális reformok (GYES/GYED folyósítási idejének rövidítésének; az idősebb munkavállalók aktivitásának növelésének; az adóterhek többlépcsős átrendezésének) végrehajtását kezdeményezte, amelyek hosszú távon csökkentik a jóléti ellátásokra jogosultak arányát, és egyben növelik a gazdasági aktivitást az országban. 2009-ben a 15–64 éves férfiak foglalkoztatási rátája 61,1% tett ki, ami 9,6%-kal volt kisebb az EU27-ek átlagától, a nők pedig 49,9%-ot volt, ami 8,7%-kal maradt el az uniós átlagnál. A korábban 7,7%-os munkanélküliségi ráta 2009 végére 10% fölé kúszott, s meghaladta az EU átlagát is. A mutató mindkét nem esetében emelkedett, de a férfiaké nagyobb ütemben, mint a nőké. A női mutatók kedvezőbb alakulásának hátterében minden bizonnyal a szegregáció keveset említett pozitív következményei állhatnak. Kreimer (2004) kiemeli, hogy a munkanélküliség azért érintheti kevésbé a nőket, mert jelentős részük védettebb ágazatokban dolgozik.

Anyag és módszer

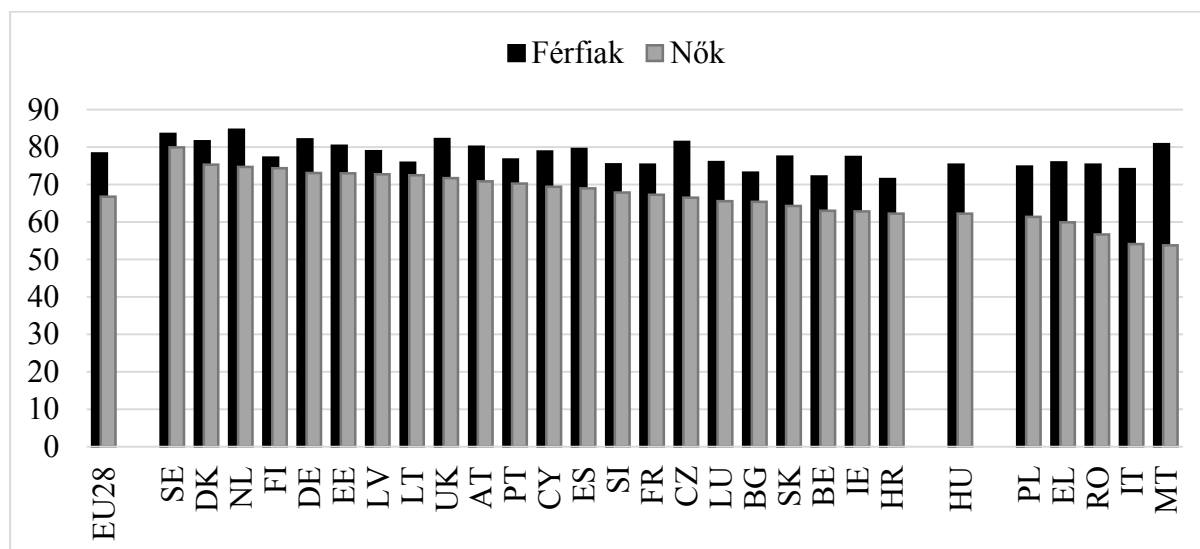
A bemutatásra kerülő elemzés fő célja, hogy Magyarország foglalkoztatottsági adatait az Európai Unió adatokkal összehasonlítva megállapításokat tegyék a nők helyzetére

vonatkozóan. A nők munkaerő-piaci részvételének vizsgálatával egy aktuális helyzetképet szeretnék kapni európai mércével.

A tanulmányban a Központi Statisztikai Hivatal, valamint Eurostat hivatalos, és nyilvánosan elérhető adataira támaszkodtam. Ezek az adatbázisok nemzetközi statisztikai szabványoknak megfelelő információkat tartalmaznak a benne szereplő országok lakosságának munkaerő-piaci helyzetéről. Az Eurostat rendeletben meghatározott, a statisztikai hatóságok által teljesített adatszolgáltatásokból építkeznek. Az elemzések során az Európai Unió 28 országának nemek szerinti foglalkoztatási adatait vizsgáltam.

Eredmények

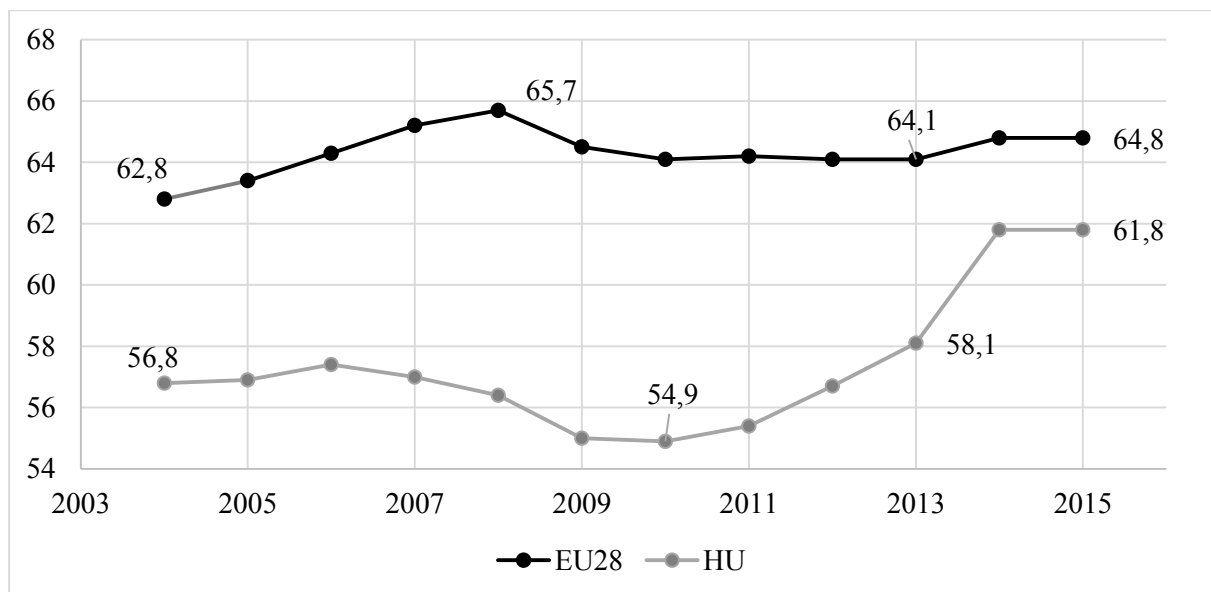
A gazdasági aktivitási ráta az Európai Unió 28 tagállamában összességében 72,5% volt a 15 és 64 évesek körében 2015-ben. Nemek szerinti eloszlásban látható, hogy a férfiak gazdasági aktivitása magasabb (78,3%) a nőkhöz (66,8%) képest. Magyarország gazdasági aktivitási rátája alacsonyabb az uniós átlaghoz képest. A teljes lakosság 68,6%-a aktív gazdaságilag, nemek szerint a férfiak 75,3%-a, a nők 62,2%-a. A 3. ábráról jól leolvasható, hogy az uniós országok jelentős része gazdaságilag aktívabb népességgel rendelkezik hazánknál.



3. ábra: Nemek szerinti gazdasági aktivitási ráta 2015-ben (%)

Forrás: Saját szerkesztés az EUROSTAT (2017) adatai alapján

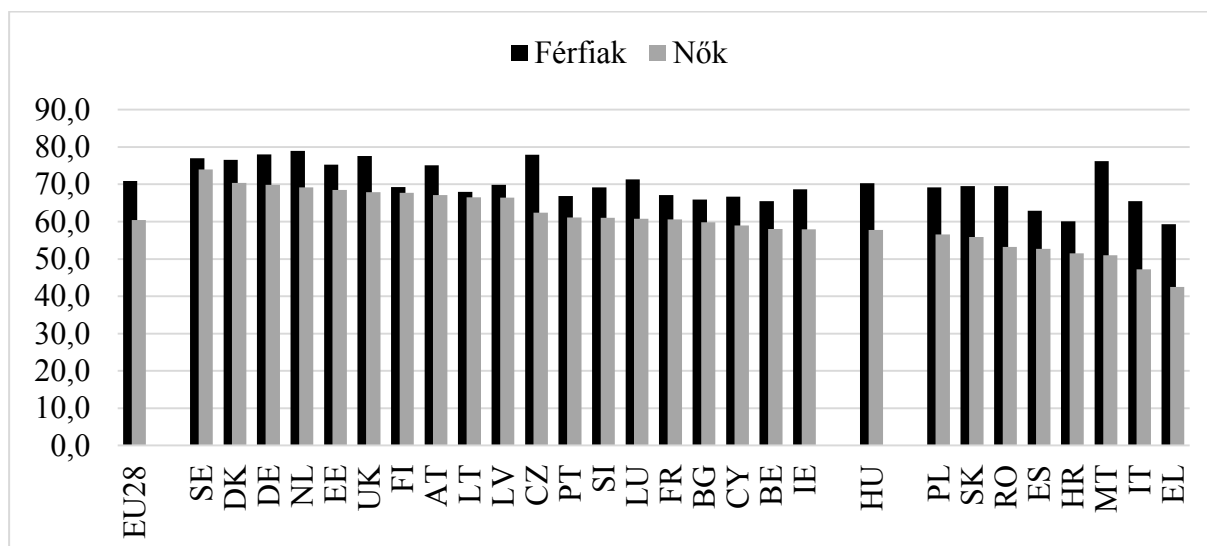
A tagállamokban átlagosan 64,8%-ot ért el a foglalkoztatási ráta 2015-ben. A 4. ábra adatai alapján megfigyelhető, hogy a mutató értéke az Európai Unióban a 2004-es bővítést követően kezdett el növekedni, de még így is elmarad a 75%-os közös vállaláshoz képest, amit az Európa 2020 növekedési stratégiában tettek. Az EU-28 foglalkoztatási rátája 2008-ban volt a legmagasabb (65,7%), majd enyhe visszaesés történt, ami 2013 óta fokozatosan kis lépésekben, de emelkedik. Hazánkban összességében a foglalkoztatási ráta 61,8% volt a 2015-ös évben. A legalacsonyabb értéket 2010-ben a válságot követően (54,9%) mérték. A gazdasági világválság után 2010 és 2014 között stabilitás következett az unióban, és rohamos fejlődés a hazai foglalkoztatási ráta tekintetében.



4. ábra: Foglalkoztatás az EU-ban és Magyarországon a 15-64 évesek körében 2004-2011 (%)

Forrás: Saját szerkesztés az EUROSTAT (2017) adatai alapján

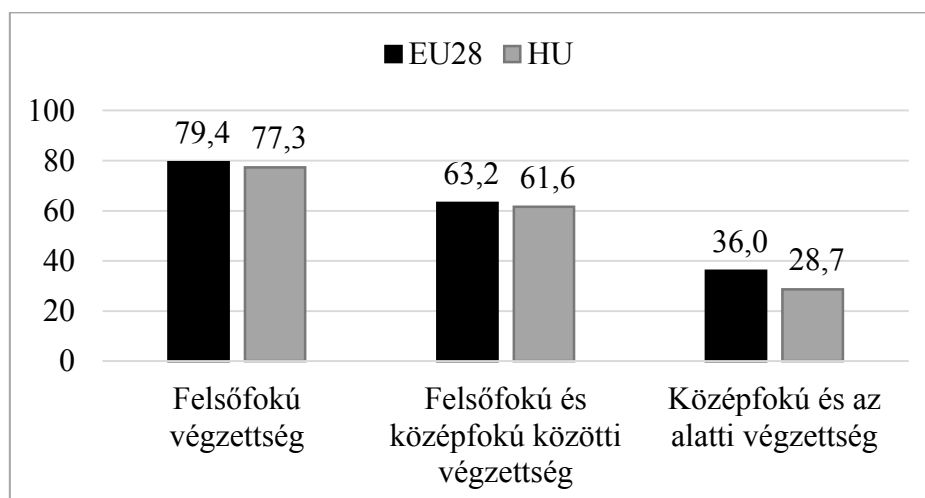
A 5. ábra a foglalkoztatási rátát mutatja nemek szerint megkülönböztetve az Unió országaiban. A nemek szerinti ábrázolásban jól látható, hogy a nők foglalkoztatottsága alacsonyabb (60,4%) a férfiakkal (70,9) szemben az uniós átlag szerint. Ez minden EU-s országra igaz, de ki kell emelni kirívó jópéldaként Svédországot, ahol egyrészt a legmagasabb a foglalkoztatottság (75,5%) és egyben a legkisebb a különbség a nemek között a foglalkoztatottak arányában a 15 és 65 évesek körében. Hasonlóan alacsony ez a különbség Finnország és Litvánia esetében is. Magyarországon a nők foglalkoztatottsági aránya (57,8) jóval alacsonyabb más uniós tagországokhoz képest, és a férfi foglalkoztatottak (70,3%) arányához képest is. A legnagyobb különbség Málta adataiban figyelhető meg. 25,2% a különbség a férfiak és a nők foglalkoztatási arányában.



5. ábra: Nemek szerinti foglalkoztatási ráta 2015-ben (%)

Forrás: Saját szerkesztés az EUROSTAT (2017) adatai alapján

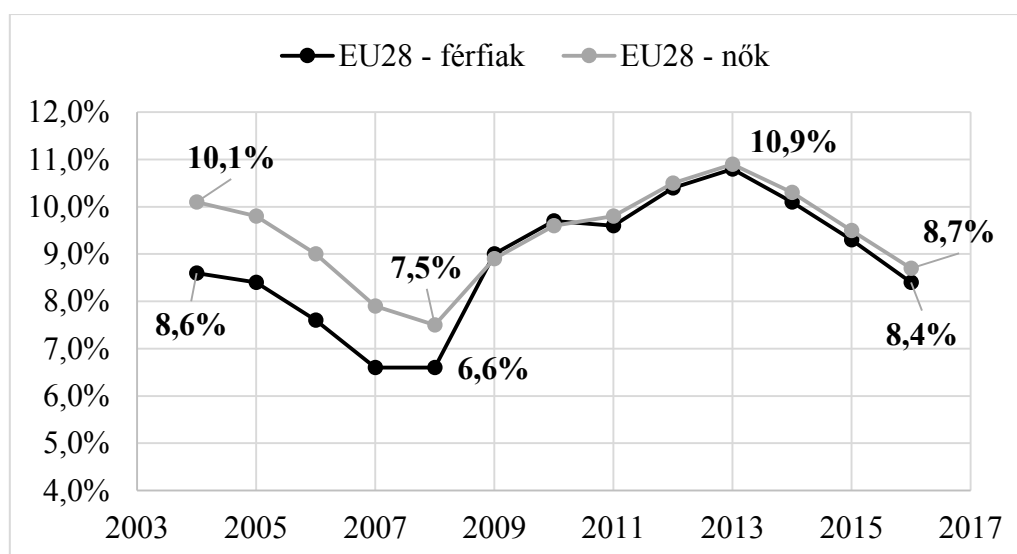
A 6. ábra a nők foglalkoztatási rátáját mutatja képzettség szerint Magyarországon és a 28 tagállamban átlagosan. Itt is megfigyelhető, hogy hazánkban a nők munkaerő-piaci részvétele minden kategóriában alacsonyabb arányt képvisel az uniós átlaghoz képest.



6. ábra: Nők foglalkoztatása végzettség szerint az EU-ban és Magyarországon (%)

Forrás: Saját szerkesztés az EUROSTAT (2017) adatai alapján

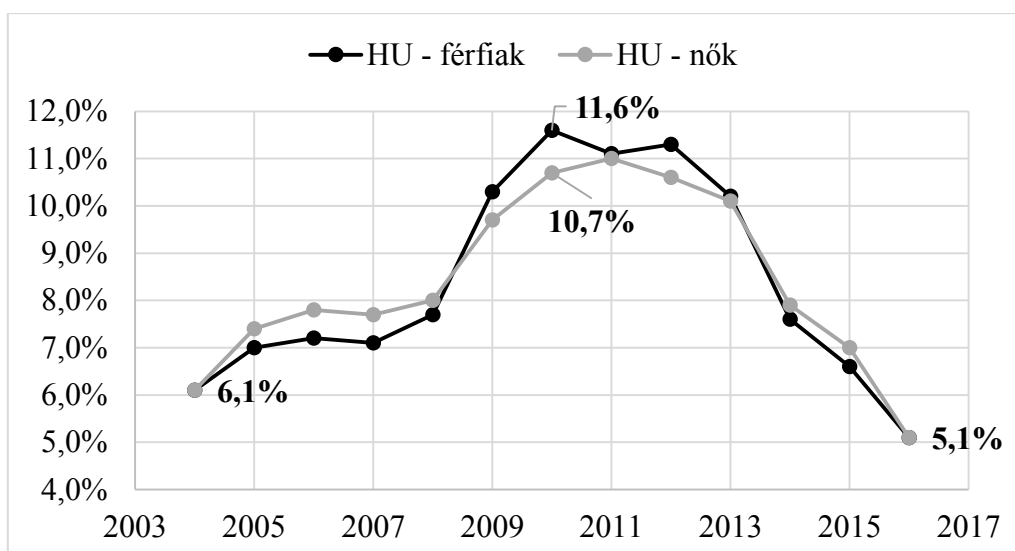
A munkanélküliségi ráta az EU-28ban 2016-ban alig tért el a férfiak és a nők tekintetében. A 7. ábra szerint 2009 óta szinte folyamatosan együttmozgott a férfi és nő munkanélküliek aránya az Európai Unióban. A válságot megelőzően a nők munkanélkülisége egyértelműen magasabb volt a férfiakhoz képest. 2016-ban 8,7% volt a nők munkanélküliségi rátája, és 8,4% a férfiaké.



7. ábra: Munkanélküliségi ráta nemek szerint az EU-ban (%)

Forrás: Saját szerkesztés az EUROSTAT (2017) adatai alapján

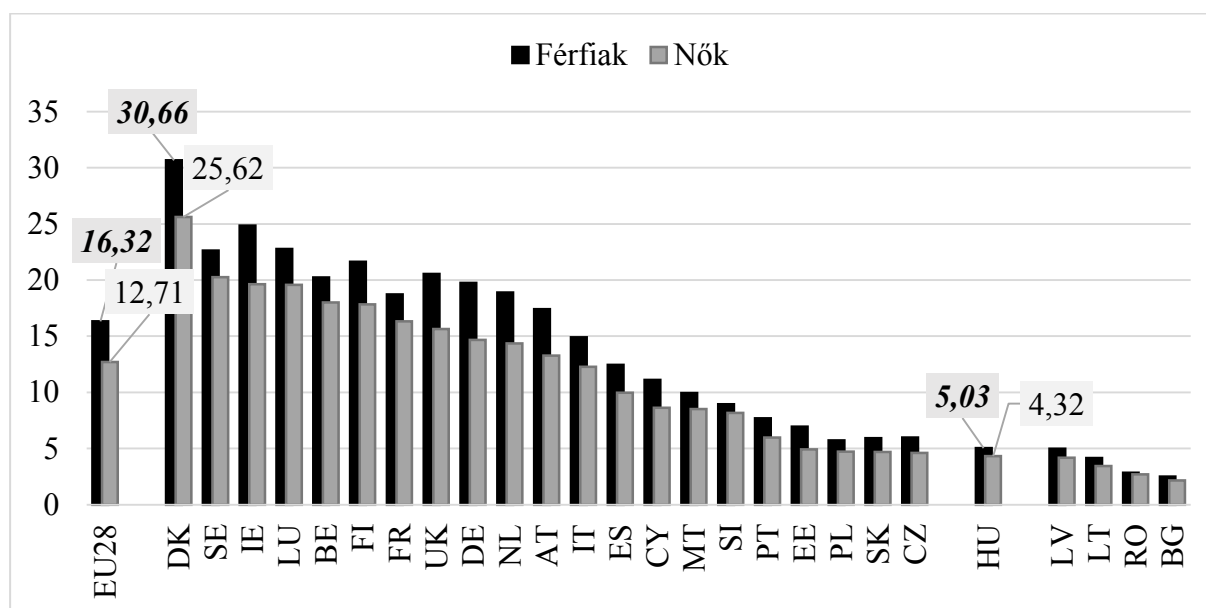
Magyarország munkanélküliségi rátája 2004-2016 között jóval meredekebb formát rajzolt le. A 8. ábrán látható, hogy 2004-ben azonos volt a nemek munkanélküliségi rátája, ami 2008-ig csak mérsékelt tempóban emelkedett, majd 2010-ig hirtelen megugrott. Ekkor a férfiak mutatója 11,6%, a nőké 10,7% volt. Jól látható a férfiak munkaerő-piaci érintettsége a válságot követő időszakban. 2014-ben újból átvették a vezetést a nők, de mindenképpen öröndetes, hogy 2016-ban csak 5,1% a nemek munkanélküliségi rátája, míg az uniós átlag 8,5% körül van.



8. ábra: Munkanélküliségi ráta nemek szerint az EU-ban (%)

Forrás: Saját szerkesztés az EUROSTAT (2017) adatai alapján

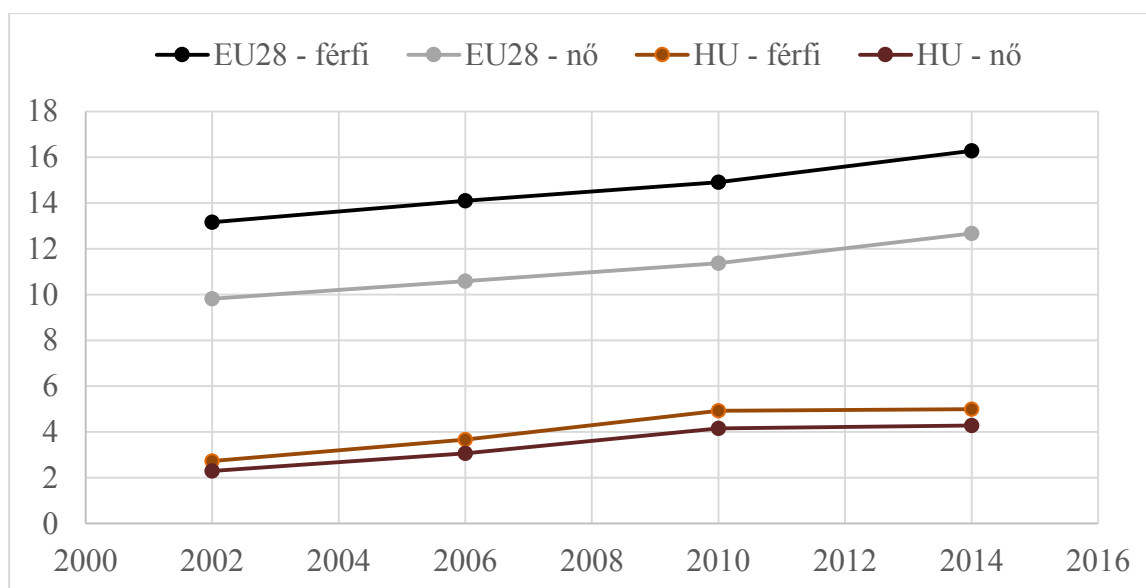
A 9. ábra a férfiak és nők átlagos órabérét mutatja az Unió országaiban. Megállapítható, hogy Európa szerte van különbség a nemek órabérében. Az átlagos női órabér az EU-28-ban 12,71 Euro, a férfi 16,32 Euro. A legmagasabb átlagos órabér Dániára jellemző, a legalacsonyabb Bulgáriára. Magyarország a sor végén kullog, de az alacsonyabb keresetű országoknál kisebb bérkülönbség figyelhető meg. Magyarországon a nők az uniós női átlag órabér 34%-át keresik meg. A vizsgálat az üzleti tevékenységet folytatók körére értendő.



9. ábra: Átlagos órabérek nagysága nemek szerint az EU-ban 2014-ben (Euro)

Forrás: Saját szerkesztés az EUROSTAT (2017) adatai alapján

A 10. ábra alapján megállapítható, hogy a nemek közötti órabérekülönbségek érdemben nem változtak sem az uniós átlagot tekintve, sem a magyar adatokat figyelembe véve a vizsgált időintervallumban, mely elszomorító a temérdek intézkedés ellenére. A vizsgálat az üzleti tevékenységet folytatók körére értendő ennél az ábránál is.



10. ábra: Átlagos órabérek változása nemek szerint az EU-ban 2002-2014 között (Euro)

Forrás: Saját szerkesztés az EUROSTAT (2017) adatai alapján

Következtetés

A tanulmány elméleti részében bemutattam a nők munkaerő-piaci szerepének főbb befolyásoló tényezőit, és áttekintettem a releváns szakirodalom alapján a nők munkaerő-piaci részvételének fő tendenciáit Magyarországon nemzetközi kitekintéssel.

Az Eurostat adatai alapján végzett vizsgálataim azt mutatják, gazdasági aktivitás, a foglalkoztatás növelése fontos szempont a jövőben, mivel jelenleg az uniós lakosság munkaerő-piaci részvétele elmarad a kívánt 75%-os stratégiai céltól. Megfigyelhető, hogy az uniós országok jelentős része gazdaságilag aktívabb népességgel rendelkezik hazánknál. Vizsgálatomban rámutattam arra, hogy a nők foglalkoztatottsági aránya alacsonyabb minden tagállamban a férfiakhoz képest, de Magyarországon jóval alacsonyabb. A munkanélküliségi ráta hazánkban igen kedvező értéket mutat, és a nemek tekintetében a mutató az elmúlt években szinte együtt mozog.

Megállapítható, hogy Európa szerte van különbség a férfiak és nők órabérében, továbbá az is, hogy a különbség szinte nem változott az elmúlt tizenkét évben.

Irodalomjegyzék

1. Andorka, R. (2006): Bevezetés a szociológiába. Osiris, Budapest, 339. p.
2. Anker, R.. – Melkas, H. – Korten A. (2003): Gender-based occupational segregation in the 1990s, ILO. p. 32
3. Anker, R.. (1998): Gender and jobs: Sex segregation of occupations in the world. Geneva, ILO. p. 444.
4. Belinszki E. (1997): A munka nemesít? Elméleti magyarázatok a nők munkaerőpiaci helyzetéről. Szociológiai szemle. 7 évf. 1. szám 133-155
5. Bettio, F. – Corsi, M. – D'Ippoliti, C. – Lyberaki, A. – Samek Lodovici, M. – Verashchagina, A. (2013): Th impact of the economic crisis on the situation of women and men and on gender equality policies. Synthesis report, prepared for the use of the

- European Commission. Luxembourg, Publications Office of the European Union. p. 224.
6. Bigazzi S. (2003): Előítételek. in: Varga A. (szerk): Esélyegyenlőség a mai Magyarországon. Pécsi Tudományegyetem. Romológiai és Nevelésszociológiai Tanszék. pp. 15-36.
 7. Charles, M.– Bradley, K. (2009): Indulging Our Gendered Selves? Sex Segregation by Field of Study in 44 Countries. *American Journal of Sociology*, Vol. 114. No. 4. 924–976. o.
 8. Csehné P. I. (2012): Női szemmel: Háztartás és munka. *Munkaügyi Szemle*. 1. szám. pp. 26-32.
 9. Csehné P. I. (2014): Az ország peremén. *Munkaügyi Szemle*. 1. szám. pp. 66-72.
 10. EUROSTAT (2017): European statistics. Database. <http://ec.europa.eu/eurostat/web/equality/data/database> [Letöltés ideje: 2017. 03.21.]
 11. Frey M. (1997): Nők a munkaerőpiacon. in: Lévai K. - Tóth I. Gy. (szerk): Szerepváltozások. Jelentés a nők és férfiak helyzetéről. Budapest: TÁRKI, Munkaügyi Minisztérium. Egyenlő Esélyek Titkársága, pp. 13–34. <http://www.tarki.hu/adatbank-h/kutjel/pdf/a668.pdf> [Letöltés ideje:2017.03.26.]
 12. Frey M. (1999): Nők a munkaerőpiacon. in: Pongrácz T. - Tóth I. Gy. (szerk): Szerepváltozások. Jelentés a nők és férfiak helyzetéről. Budapest: TÁRKI, Szociális és Családügyi Minisztérium. Nőképviselési Titkársága, pp. 1–16. <http://www.tarki.hu/adatbank-h/kutjel/pdf/a572.pdf> [Letöltés ideje:2017.03.26.]
 13. Frey M. (2001): Nők és férfiak a munkaerőpiacon. in: Nagy I. - Pongrácz T. - Tóth I. Gy. (szerk): Szerepváltozások. Jelentés a nők és férfiak helyzetéről. Budapest: TÁRKI, Szociális és Családügyi Minisztérium. Nőképviselési Titkársága, pp. 9–30. <http://www.tarki.hu/adatbank-h/kutjel/pdf/a497.pdf> [Letöltés ideje:2017.03.26.]
 14. Frey M. (2011): Nők és férfiak a munkaerőpiacon, különös tekintettel a válságkezelés hatásaira. in: Nagy I. - Pongrácz T. - Tóth I. Gy. (szerk): Szerepváltozások. Jelentés a nők és férfiak helyzetéről. Budapest: TÁRKI - Nemzeti Erőforrás Minisztérium, pp. 17–48. http://www.tarsadalomkutatas.hu/kkk.php?TPUBL-A-934/publikaciok/tpubl_a_934.pdf [Letöltés ideje:2017.03.26.]
 15. Kardos K. (2017): Nők a munkaerőpiacon. *Info Jegyzet. Képviselői Információs Szolgálat*. pp. 1-4.
 16. Koltai L. – Vucskó B. (szerk.) (2007): A munka-magánélet összeegyeztetését segítő és gátló tényezők Magyarországon. *Közhasznú Szolgálat*. Budapest. Fővárosi Esélyegyenlőség Módszertani Iroda Műhelye. pp. 1-61. http://www.egyenlobanasmod.hu/tanulmanyok/hu/nok_Mo.pdf [Letöltés ideje: 2017.01.26.]
 17. Koncz K. (2004): A nők munkaerő-piaci helyzete az ezredfordulón Magyarországon. *Hungarian Statistical Review / Statisztikai Szemle*, Vol. 82. 12. szám, pp. 1092-1106.
 18. Koncz K. (2010): A munkaerőpiac nemek szerinti szegregációjának jelensége és mérése. *Statisztikai Szemle*, 88. évfolyam 10-11 szám. pp. 1082-1105.
 19. Koncz K. (2011): A munkaerőpiac nemek szerinti szegregációjának jellemzői, mechanizmusa és következményei. *Közgazdasági Szemle*, LVIII. évf., pp. 74–94.
 20. Koncz K. (2014): Nők az Európai Parlamentben, az európai uniós nőpolitika. *Hungarian Statistical Review / Statisztikai Szemle*. Vol. 92. 10. szám, pp. 853-873.
 21. Koncz K. (2016): A női karriertípusok és jellemzőik. *Opus et Educatio*. 3. 1. sz. pp. 30-39.
 22. Központi Statisztikai Hivatal: 2011. évi népszámlálás. Országos, területi adatok. http://www.ksh.hu/nepszamlalas/tablak_teruleti_00 [Letöltés ideje:2017.03.20.]

23. Kreimer, M. (2004): Labour Market Segregation ant the Gender-Based Division of Labour. *European Journal of Women's Studies*, Vol. 11. No. 2. 223–246. o.
24. Nagy B. – Fodor É. (2015): A gazdasági válság hatásai a férfiak és a nők munkaerőpiaci helyzetére Kelet-Közép-Európában. *Szociológiai Szemle* 25(3): pp. 2–22
25. Nagy Gyula (2001): A nők gazdasági aktivitása és foglalkoztatottsága. *Hungarian Statistical Review / Statisztikai Szemle* 1, p. 35-55.
26. Nagy, B. (2009): Nők és férfiak a vezetésben. In: Nagy, I. – Pongrácz, Tné (szerk.): *Szerepváltozások. Jelentés a nők és férfiak helyzetéről*. TÁRKI Szociális és Munkaügyi Minisztérium, pp. 52-64. http://www.tarsadalomkutatas.hu/kkk.php?TPUBL-A-878/publikaciok/tpubl_a_878.pdf [Letöltés ideje: 2017.03.20.]
27. Németh György (2001): A nők erényei. Női szerepek az ókori Hellaszban. http://www.rubicon.hu/magyar/oldalak/a_nok_erenyei_noi_szerepek_az_okori_hellaszban/ [Letöltés ideje: 2017.03.10.12:05]
28. Nguyen, L. L. A. (2005): A. Férfiak és nők a munka világában. Nemi szerepek a munkahelyen. *Magyar Pszichológiai Szemle*, LX. 1. pp. 111-134.
29. Platón (1970): *Az állam*. Gondolat Kiadó, Budapest. URL: <http://mek.oszk.hu/03600/03629/>
30. Soós A. (2015): A nők és a férfiak közti bérezési különbségek európai kitekintésben és Magyarországon. <https://szakszervezetek.hu/8-kiemelt-hirek/416-a-nok-es-a-ferfiak-kozti-berezesi-kulonbsegek-europai-kitekintesben-es-magyarorszagon-2> [Letöltés ideje: 2017.01.26.]
31. Ternovszky F. (2013): *Nő a profit. Női erőforrás menedzsment*. Budapest. Wolters Kluwer Kft. p. 253.
32. Valuch T. (2009) *Család, háztartás, a női tevékenységszerkezet és a szerepfelfogás változásai 1945 után*. Rubicon 4. http://www.rubicon.hu/magyar/oldalak/csalad_haztartas_a_noi_tevékenységszerkezet_es_a_szerepfelfogas_valtozasai_1945_utan/ [Letöltés ideje: 2015.02.05.]

**A MUNKAERŐPIACON ELVÁRT KOMPETENCIÁK RELEVÁNCIÁJÁNAK
ÖSSZEHASONLÍTÓ ELEMZÉSE A MUNKÁLTATÓK ÉS A FELSŐOKTATÁSBAN
VÉGZŐS FIATAL MUNKAVÁLLALÓK ASPEKTUSÁBÓL**

THE COMPARATIVE ANALYSIS OF THE RELEVANCE OF LABOUR MARKET
COMPETENCIES FROM THE ASPECT OF EMPLOYERS AND YOUNG
(UNDER)GRADUATES OF HIGHER EDUCATION

Varga Erika¹, Szira Zoltán², Boda Helga³, Hajós László⁴

¹adjunktus, ²egyetemi docens, ³nyelvtanár, PhD hallgató, ⁴ny. egyetemi tanár Szent István Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar varga.erika@gtk.szie.hu

Összefoglalás

Napjainkra a kompetencia az emberi erőforrás-menedzsment egyik kulcsfontosságú fogalmává nőtte ki magát. Segít eligazodni, hogy milyen tényezők szükségesek ahhoz, hogy a vállalatoknak kiválóan, az átlag felett teljesítő, kompetens dolgozók legyenek. Tanulmányunkban egyfelől bemutatjuk, hogy a munkáltatók szerint milyen fő üzleti kompetenciák befolyásol(hat)ják a munkavállalók sikerét és versenyképességét, másfelől azt, hogy a felsőoktatásban végzős hallgatók szerint mely kompetenciák kulcsfontosságúak a dolgozók kiválasztáskor. További céljaink közt szerepel az összefüggések és az eltérések elemzése, valamint annak vizsgálata, hogy a kompetenciák jelentősége napjainkban nő vagy csökken. A szakirodalmi kutatásra támaszkodva egy olyan kompetencia-struktúrát is tesztelünk, amelyet a magyar munkaerőpiac sajátosságai figyelembe véve állítottunk össze.

Abstract

Competencies have become one of the key terms of HRM as they help pointing out the factors that are necessary to have excellent employees with outstanding performance over the average. Our paper examines what main business competencies (can) enhance the success and competitiveness of employees from the aspect of employers on the one hand, and what competencies (under)graduate students think will be of vital importance in their selection. It is one of our further objectives to analyse the correlations and point out the possible differences in the opinions of both parties. Our research also examines the role of competencies whether they have been appreciated or depreciated nowadays. Based on literature review, a competence structure tailored to the special features of the Hungarian labour market was also tested.

Kulcsszavak: kompetencia, emberi erőforrás-menedzsment, munkaerőpiac, munkáltató, munkavállaló **JEL besorolás:** R41

LCC: GR865-874

Bevezetés

A kompetencia az utóbbi évtizedekben az emberi erőforrás-menedzsment egyik kulcsfogalmává vált, hiszen segít annak a kérdésnek a megválaszolásában, hogy mely tényezők szükségesek ahhoz, hogy a munkáltatóknak és a cégeknek kiváló és kompetens dolgozók (és így hatékony szervezeteik) legyenek, akik (amelyek) az átlag felett teljesítenek.

Cikkünkben ezért egyrészt azt vizsgáljuk, hogy a munkáltatók szerint mely fő üzleti kompetenciák növel(het)ik a kezdő diplomás alkalmazottak sikerét és versenyképességét a munkaerőpiacon, és mely személyiségvonásoknak van döntő hatása az új alkalmazottak felvételénél a döntéshozói mechanizmusra. Másrészt azt vizsgáljuk, hogy a felsőoktatásban végzők véleménye szerint milyen

kompetenciák megléte alapján választják ki a leendő munkaadók a céghez újonnan belépő friss diplomásokat.

Jelenleg ez a kétoldalú vizsgálat – a munkaadók tényleges kompetencia elvárásai és a leendő munkavállalók által prognosztizált kompetenciák – azért is fontos, mert a munkáltatók válogathatnak a közgazdaságtan területén végzett sok frissdiplomás között is. Így számukra kiemelten fontos, hogy őket – saját véleményük alapján – a munkaadók milyen kompetenciák megléte alapján rangsorolják, de azt is fontos tudni, és azzal a munkaerőpiacra belépni készülődő leendő diplomásokat azzal konfrontálni, hogy ez a vélekedés mennyiben találkozik a munkaadók tényleges elvárásaival.

A munkaadók elvárásainak feltérképezése alapján az új dolgozók kiválasztásában jelentős szerepet játszanak azok az elvárt kompetenciák, amelynek megszerzésében jelentős szerepe van a gyakorlati(as) képzésnek. Kutatásunkban többek között arra a kérdésre is kerestük a választ, hogy hogyan értékelődött át és fel, vagy le az egyes kompetenciák szerepe a munkaadók körében, és miként vélekednek a hallgatók a tőlük a munkaerőpiacon, mint oda belépőktől elvárt kompetenciákról. További céljaink egyike az volt, hogy a szakirodalom alapján létrehozzunk és teszteljünk egy olyan kompetencia struktúrát, amely a jelenlegi magyar munkaerőpiaci sajátosságokhoz illeszkedik.

Szakirodalmi áttekintés

„Az Eurostat előrejelzése szerint az EU27 népességének 45,52%-a lesz 2040-ben 65 év feletti. [...] hiány lesz a magasan kvalifikált munkaerőből csaknem valamennyi területen. [...] A problémát súlyosbítja, hogy a felsőoktatás általában nem követi a munkaerőpiac szükségleteit és voltaképpen növeli a fiatal diplomások munkanélküliségét.” (Gáthy, 2013; cit: Boda, 2016)

A munkaerőpiacon elvárt kompetenciák megszerzése szempontjából a felsőoktatásban a gyakorlatias képzésnek nagy szerepe lehet, hiszen az elméleti keretből kilépő, végzett hallgatóktól a cégek már az első naptól gyakorlatias gondolkodást, használható tudást várnak el (Boda, 2016). A munkaerőpiacon elvárt komplex üzleti gondolkodásmód, az integrált, folyamatorientált szemlélet, a vezetői, döntési képességek a gyakorlati oktatás arányának növelésével, abban a cégeknél, azaz a folyó munka területén tartott órák nagyobb számával, továbbá az üzleti szimulációs játékok által is javítható kompetenciák körébe tartoznak. (Boda, 2016)

Az első probléma kapcsán megjegyezzük, hogy a gazdaság periodicitásnak köszönhetően vannak időszakok, amikor egyszerre sok azonos végzettségű ember lép a munkaerőpiacra, így sokan nem a végzettségüknek megfelelő munkakörben kezdenek el dolgozni (Boda, 2016).

A másik problémát az jelenti, hogy a munkaerőpiaci szükségletek és a felsőoktatás által nyújtott kompetenciaportfólió sok esetben – különböző mértékben – eltér. A felsőoktatásban az általános ismeretek túl a készségek, a képességek és a kompetenciák fejlesztése is szükséges ahhoz, hogy a végzés után a munkára való betanulás hatékonyan megtörténjen, és az oktatás világából a munka világába történő átmenet gyors és zökkenőmentes legyen (Kiss, 2010; Boda, 2016).

A felsőoktatásnak alapvetően nem szakmát kell nyújtania a hallgatóknak, hanem szemléletet. A jobb elhelyezkedési esélyeket nyújtó gyakorlatiasság tekintetben pedig már kérdésként merülhet fel, hogy a felsőoktatási szakok kellő mértékben gyakorlatorientáltak-e (Boda, 2016). Kiss és Schmuck (2007) (cit: Boda, 2016) szerint „a magyar oktatás komoly problémája, hogy ma Magyarországon továbbra is a lexikális tudáson van a hangsúly. A különböző felsőoktatási intézmények vizsgái is lexikai tudást mérnek. Ennek természetesen megvan a maga oka: nagyon nehéz logikai tudást mérni. Bizonyos tantárgyaknál lehet, mint például a matematika, de a legtöbb tantárgynál az mérhető, hogy van egy kötelező tananyag, és azt mennyire sajátították el a

hallgatók”. Korábbi, a V4 országaiban végzett vizsgálataink is a felsőoktatásban a gyakorlatias tudás átadásának a jelenlegi hiányát is igazolták (Hajós és mtsai, 2016)

A kompetencia az emberi erőforrás-menedzsment egyik kulcsfogalmává vált, hiszen segít annak a kérdésnek a megválaszolásában, hogy mely tényezők szükségesek ahhoz, hogy a munkáltatóknak és a cégeknek kiváló és kompetens dolgozók (és így hatékony szervezeteik) legyenek, akik az átlag felett teljesítenek. A kompetenciára azonban továbbra sem létezik egy egységes meghatározás. Utalnánk arra, hogy például Boyatzis (1982) szerint a kompetencia egy személy olyan tulajdonsága (motivátor személyiségjegye, készség, tudás vagy énkép), amely hatékony és/vagy kiváló munkahelyi teljesítményhez vezet. Ezzel szemben mi a kompetencia fogalmának értelmezése során Spencer és Spencer (1993) következő, széles körben elfogadott definíciójára támaszkodunk: „Alapvető személyes tulajdonságok, amelyek eredményeként adott munkakörben egy munkatárs magatartási alapon értékelhető, előre meghatározott kritériumok szerint jó/kiváló teljesítményt nyújt. (...) A kompetencia az egyén *megkülönböztető tulajdonsága*, amely *okszági kapcsolatban* áll egy *kritériumhoz* kötött hatékony és/vagy jobb teljesítményhez egy munkakör vagy szituáció kapcsán.”

A szervezetek többségénél az új munkatársak kiválasztásának az alapja gyakran a felszíni tudás és készség, miközben az újoncoktól megkülönböztető motivációs és jellemvonás kompetenciákat remélnék, holott ennek ellenkezője sokkal költséghatékonyabb lenne. Igaz ez még a kisvállalkozásokban is, mert még az ott folyó termelés tervezésében is előre meghatározhatóak a szükséges kompetenciák (Magyari – Hajós, 1998).

Az összetettebb intellektuális munkakörökben a kompetenciák szerepe sokkal fontosabb a jobb teljesítmény előre vetítésében, mint a feladathoz kötött készségek, intelligencia vagy ajánlólevelek, hisz ami a jobban teljesítőket megkülönbözteti, az a motiváció, a személyközi készségek és képességek, amelyek mind kompetenciáknak minősülnek. (Berger – Berger, 2003)

A felsőoktatásban a kompetenciák kialakításában is hatékonyan és gazdaságosan lehet alkalmazni a projektmenedzsment módszert is. (Bitterova és Hajós, 2009) Természetesen azonban a tudás és a szakértelem is számít. Ferencz et al. (2013, 2014) vizsgálatai alapján a felsőfokú végzettséggel rendelkezőket alkalmazó cég hatékonyabban működik. A szerzők publikációja felhívja a figyelmet a menedzsment ismeretek oktatásának a fontosságára a felsőoktatásban. Csehné és Hajós (2014) azt mutatták ki, hogy a képzettebb dolgozók jobban be tudnak illeszkedni a munkahelyükön. Ez igen jelentős és sok oldalról megközelíthető tényező az emberi erőforrás gazdálkodás terén. (Hajós – Berde, 2008)

A munkapiacra ma az tapasztalható, hogy a változások gyorsan követik egymást. Emery (2002) szerint a változásokhoz történő alkalmazkodás és maga a rugalmasság mind kulcsfontosságú elemek a dinamikus és változékony munkahelyi környezetben. A munka és a karrier sikeres menedzselése érdekében tehát fontos a megfelelő erőforrások birtoklása és a karrierkompetenciák megléte (Ulrich et al., 2009). A karrierkompetenciák olyan tudás-, készség- és képességelemek, amelyek központi szerepet töltenek be a karrierfejlesztés szempontjából, és amelyeket az egyén befolyásolhat. (Akkermans et al., 2013)

Napjaink munkahelyei felelősségteljes, öngondoskodó attitűdöt várnak el dolgozóiktól, és arra törekcsenek, hogy a dolgozók azonosuljanak a szervezeti értékekkel és célokkal. Roizen és Jepson (1985) rámutattak arra, hogy a munkáltatók kezdeményező-készséggel, problémamegoldó képességgel rendelkező egyéneket vesznek fel, akik értik szervezetüket és a társadalmat, valamint abban aktívan részt is vállalnak. Ferencz és Nótári (2012, 2014) szintén megállapították, hogy a szakmai képzésekre kellő hangsúlyt szükséges fektetni. Az oktatási intézményeknek „(...) szoros szakmai kapcsolatot kell kiépítenie a cégekkel és vállalkozásokkal, melyek részben az oktatás gyakorlatorientált követelményrendszerét is képezik”.

A magyar felsőoktatásban tanuló hallgatók munkaerőpiaci elvárások szerinti felkészültségét Czeglédi és Juhász (2013 és 2015) – a munkaadók szemszögéből végzett vizsgálataik szerint – nem találták kielégítőnek. Czeglédi és Juhász (2015) kimutatta, hogy a Visegrádi Négyek országaiban szoros összefüggés mutatható ki az iskolai végzettség és a munkaerőpiacon való érvényesülési lehetőségek között. A munkanélküliség kezelésének nemzetközi és hazai vizsgálata során Gulyás (2001) ugyancsak erre az eredményre jutott, de a magyarországi régiók munkaerőpiaci eltéréseire is rámutatott (Gulyás, 2008).

A felsőfokú képzéssel rendelkezőkön túl is a hazai munkaerő jelenleg estenként, szakmánként és tájegységenként tapasztalt hiányának eseti megoldására, annak bővítését a környező országok magyarul beszélő lakossága is szolgáltathatja (Hajós és Dolmány, 2001).

Anyag és módszertan

Szakirodalmi kutatásaink alapján feltételezzük, hogy nem célszerű általánosságban beszélni a kompetenciákról, inkább szakmákon, szakmacsoportokon belül adott munkakörre érdemes megvizsgálni az adekvát kompetenciaprofilit, portfóliót. A folyóirat tartalmi és formai előírásainak terjedelmi korlátozó volta, valamint a kompetenciák óriási elemszáma miatt primer kutatásunk a személyes kompetenciák egy szegmensére és az EU egyik bizottsága által kulcskompetenciaként 2006-ban definiált 8 elemre szorítkozik.

Kompetencia struktúránk azért újszerű, mert jelenleg ilyen összetételben (személyes- és kulcskompetenciák) Magyarországon még nem vizsgálták őket. Kutatásunkkal először a megkérdezett munkáltatók oldaláról megközelítve szeretnénk volna kérdőívünk alapján – amelyből 519 volt értékelhető – feltérképezni azt, hogy manapság a magyar munkaadók a munkavállalók tekintetében milyen kompetencia térképben gondolkodnak.

A primer vizsgálatainkhoz egy, általunk készített standardizált kérdőíveket használtunk. Ezen vizsgálatokból levont tapasztalatok alapján a második – eredményeivel is a következőkben bemutatott – kutatási fázisában a kvantitatív adatfeldolgozás során már egy előtesztelt, véglegesített kompetencia struktúrát elemeztünk.

Az adatok felvételezésekor használt – standartizált – kérdőív összeállításánál törekedtünk valamennyi mérési szinthez (nominális, ordinális, intervallum és arányskála) kérdéseket hozzárendelni, melyek elsősorban zárt kérdések voltak. Figyelembe vettük módszerünk kialakításánál Zéman, Fónagy-Árva és Majoros (2003), továbbá Zéman és Majoros (2010) ez irányú tapasztalatait.

A kvantitatív kutatások eredményeinek feldolgozása során a kérdezettek válaszainak gyakorisági sorrendjét és az említések százalékos arányát számítottuk. Ez után a két csoport – végzős hallgatók és munkáltatók – válaszainak rangsorát vetettük össze, és értékeltük az az azokban talált egyezőségeket és a jelentős eltéréseket.

A vizsgálathoz az 1. táblázatban megadott 33 kompetenciát alkalmaztuk.

1. Táblázat: Az általunk vizsgált 33 kompetencia felsorolása

| | | |
|--------------------------------|-----------------------|----------------------|
| döntésképeség | kommunikációs készség | problémamegoldás |
| együttműködő észség | körültekintés | rugalmasság |
| elhivatottság, elkötelezettség | meggyőzés | stressztűrő képesség |
| EU-s ismeretek | motiválás | szervezőkészség |

| | | |
|-------------------------------------|-------------------|-----------------------------------|
| felelősségtudat | megbízhatóság | szociális érzékenység, empátia |
| gazdasági ismeretek | műszaki ismeretek | szorgalom, igyekezet |
| idegen nyelvi kommunikáció | önállóság | tanulás a hibákból |
| informatika, számítógépes ismeretek | önfegyelem | tanulási képesség |
| kezdeményezőkészség | önfejlesztés | terhelhetőség |
| kitartás | pontosság | türelmesség |
| kockázatvállalás | precizitás | vállalkozói készségek |

Forrás: saját szerkesztés

A vizsgált időszakban a munkaadóktól 525 darab kitöltött kérdőív érkezett vissza, melyből végül 519 kérdőív volt értékelhető. Az adatfeldolgozás folyamán azt tapasztaltuk, hogy a faktorszámától függetlenül bizonyos kompetenciák rendre egy csoportba kerültek, ami arra enged következtetni, hogy ezek a készségek a munkáltatók szerint valamilyen okból kifolyólag összekapcsolódnak, összekötődnek és egy egységet alkotnak.

Ugyanezeket a kompetenciákat használtuk a hallgatói kérdőíveken is, amikor már a hallgatók által a munkaerőpiaci belépéshez prognosztizált kompetencia térképet Varga et al. (2015) módszerével kívántuk megrajzolni. A hallgatóktól ezért azt kérdeztük, hogy szerintük a friss diplomások alkalmazásakor a munkaadók milyen kompetenciákat preferálnak, illetve a megadott kompetenciák jelentősége a közelmúltban csökkent, vagy felértékelődött, illetve változatlan maradt-e.

A vizsgálatához a hallgatóktól 745 értékelhető kérdőív érkezett vissza.

Eredmények

A kérdőívek összesítése után kiválasztottuk a munkaadói véleményekből azokat a kompetenciákat – szám szerint a vizsgált 33 kompetenciából kilencet –, amelyeket ők legalább 50%-ban úgy értékelték, hogy szerepük az utolsó években megnőtt. Ezen kompetenciáknál a változatlan értékű megítélést is figyelembe vettük, majd az említések arányában sorrendiséget állítottunk fel. Ezen sorrendhez hozzárendeltük az adott kompetenciáknak a hallgatók válaszai alapján kialakult sorrendben elfoglalt helyeit. Így lehetőségünk nyílt összevetésként a hallgatók által legalább 50%-ban említett, de a munkáltatók 50%-ánál kisebb mértékben minősített kompetenciák kimutatására is.

Mivel az előzőekben említett módszer szerint jelentős eltéréseket is tapasztaltunk, ezért elvégeztük az egymáshoz rendelést a hallgatói sorrend alapján is. Itt 11 olyan kompetenciát regisztráltunk, amelyeket a hallgatók legalább 50%-ban említettek. Itt is elvégeztük a kompetenciáknak a munkáltatói sorrendben elfoglalt helyének hozzárendelését. Az eredményeket a 2. táblázat szemlélteti.

2. Táblázat: A kompetenciák munkáltatók szerinti jelentőségének változása az utóbbi öt évben

(az említések %-ában, a hiányzó értékek a jelentőség csökkenésének mértékét jelzik)

| Munkáltatói rangsor | Kompetencia | Jelentősége az utóbbi 5 évben | | Helye a hallgatói rangsorban |
|---------------------|-------------------------------------|-------------------------------|---------------|------------------------------|
| | | nőtt | nem változott | |
| 1. | idegen nyelvi kommunikáció | 71 | 20 | 2. |
| 2. | informatika, számítógépes ismeretek | 69 | 28 | 1. |
| 3. | terhelhetőség | 58 | 26 | 33. |
| 4. | problémamegoldás | 57 | 34 | 9. |
| 5. | tanulási képesség | 52 | 32 | 16. |
| 6. | rugalmasság | 51 | 40 | 29. |
| 7. | önfejlesztés | 51 | 37 | 31. |
| 8. | kommunikációs készség | 50 | 45 | 3. |
| 9. | kitartás | 50 | 34 | 24. |
| ... | | | | |
| 16. | műszaki ismeretek | 43 | 39 | 6. |
| 17. | meggyőzés | 42 | 45 | 11. |
| ... | | | | |
| 19. | vállalkozói készségek | 42 | 48 | 10. |
| 20. | tanulás a hibákból | 40 | 53 | 4. |
| ... | | | | |
| 23. | gazdasági ismeretek | 36 | 53 | 5. |
| 24. | körültekintés | 34 | 53 | 7. |
| ... | | | | |
| 32. | önfegyelem | 22 | 57 | 8. |
| ... | | | | |

Forrás: saját kutatás (N = 745, illetve 519)

A válaszadók szerint – a nem meglepő módon listavezető – idegen nyelvi kommunikáció és az informatikai ismeretek mellett a személyes értékek közül leginkább a terhelhetőség, a problémamegoldás, a rugalmasság, a tanulási képesség és az önfejlesztés kompetenciák jelentősége értékelődött fel.

A sikeres vállalkozóvá váláshoz – tapasztalataink szerint – további elengedhetetlen kompetenciák (rugalmasság, döntésképeség, körültekintés, kockázatvállalás, kitartás) fejlesztéséről nyilatkoztak úgy a hallgatók, hogy arra leginkább itt lenne arra szükség a felsőoktatásban.

A megkérdezettek több mint fele az ún. soft kompetenciák közül megemlítette még a hibákból való tanulás, a körültekintés, az önfegyelem, a meggyőzés és a problémamegoldás fontosságát. (A hallgatóknál tapasztalható kommunikációs készség, az idegen nyelv és az informatikai ismeretek jelentősége a munkáltatóknál is megmutatkozott.)

Fontosnak tartjuk arra felhívni a figyelmet arra, hogy a hallgatók nem rendelkeznek megfelelő ismeretekkel a munkaerőpiacon velük szemben támasztott követelményekkel kapcsolatban. Ezt jelzi, hogy a munkaadók által megfogalmazott kilenc olyan követelménnyel szemben, amelyet az utóbbi öt évben nagyobb vagy változatlanul nagy jelentőséggel vesznek figyelembe a leendő munkatársak kiválasztásában, a hallgatók csak négyet (idegen nyelvi kommunikáció, informatika és számítástechnikai ismeretek, problémamegoldás és kommunikációs készség) említenek, ötöt – tehát többségüket (terhelhetőség, tanulási képesség, önfejlesztés, rugalmasság, kitartás) – nem kezelik a fontos kompetenciáknak megfelelően.

Különösen problémát jelenthet az, hogy a munkáltatók által a fontossági sorban a 3. helyen említett terhelhetőséget a hallgatók csak a legutolsóként sorolták be, de a 6., 7., 8.-ként a munkáltatók által említett rugalmasságot, önfejlesztést és kitartást is a saját rangsoruk végén említették.

Ha a hallgatók által a munkavállalásnál tőlük végzésük után elvárt kompetenciákról alkotott elképzelésük szerint vizsgáljuk azokat, akkor először azt kell említenünk, hogy a hallgatók 11 olyan kompetenciát említettek a vizsgált 33-ból, amelyeknek a munkavállalás során a kiválasztásban betöltött szerepe megnőtt, vagy jelentősége nem változott az utóbbi időben.

Ezeket a kompetenciákat a 3. táblázatban mutatjuk be, amelyben egyben jelöljük, hogy azok a munkáltatói kompetencia-sorrendben hányadik helyen szerepelnek. Ebben a megközelítésben is találtunk lényeges eltéréseket, amelyek a hallgatóknak a munkaerőpiaci kiválasztás feltételeinek nem kellő ismereteire utalnak. Ezt jól jellemzi az, hogy a korábban már említett módon 11 olyan kompetenciát emeltünk ki, amelyről a hallgatók legalább 50%-ának az a véleménye, hogy jelentősége a munkaerőpiacon az utóbbi 5 évben megnőtt, de ezzel szemben a munkaadók más kompetenciákat várnak leendő dolgozóiktól. Mivel ez esetben is természetesen kimutathatóvá vált a hallgatók és a munkaadók véleményének eltérése, amelyek közül legnagyobbakat szintén a 3. táblázatban mutatunk be.

A kompetenciák jelentőségének az utóbbi öt évben történt érvelésbeli elmozdulását a két vizsgált csoport, jelentős mértékben eltérően ítélte meg. A válaszadók szerint a nem meglepő módon listavezető idegen nyelvi kommunikáció és az informatikai ismeretek mellett a személyes értékek közül leginkább a kommunikációs készség, a hibákból való tanulás, a gazdasági ismeretek, a műszaki ismeretek, a körültekintés, az önfegyelem a problémamegoldás, a vállalkozói készségek és a meggyőzést jelentősége felértékelődését vélték.

Itt is kimutatható azonban az a jelentősnek ítélt eltérés a hallgatói és a munkaadói oldal véleménye között. Míg a hallgatók a hibákból való tanulást, a gazdasági és a műszaki ismereteket, a körültekintést, az önfegyelmet és a vállalkozói készségeket jelentős mértékben megnőtt kompetenciának tartják, addig azokat a munkaadók lényegesen alacsonyabb mértékben növekedett kompetenciának jelölték.

Az említetteken kívül a hallgatók még némileg a munkaadóknál nagyobb mértékben megnőtt jelentőségűnek tartják a meggyőzés kompetenciát.

Az előbb említettekkel szemben itt is több olyan kompetenciát tudunk kimutatni, amelynek a jelentőségbeli változását a hallgatók a munkaadókkal szemben jelentéktelennek tartják. Ilyen kompetencia például a tanulási képesség, a kitartás, az önfejlesztés és a terhelhetőség.

Ezt követően a munkáltatókat és a munkavállalókat egyaránt megkérdeztük arról is, hogy az eredményesebb összehangolás érdekében a kompetenciafejlesztésnek milyen formáit javasolják. Az 1. ábra a munkáltatók ebbéli véleményét tükrözi, míg a hallgatók körében végzett felmérésünk eredményét a 2. ábra mutatja be.

3. Táblázat: A kompetenciák hallgatók szerinti jelentőségének változása az utóbbi öt évben

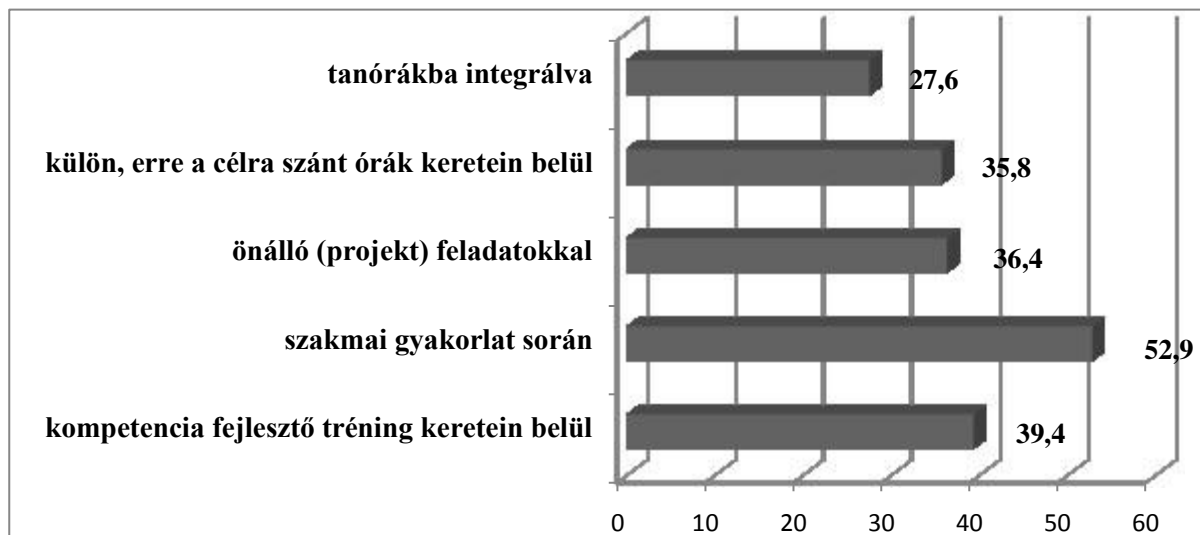
(említések %-ban, a hiányzó értékek a jelentőség csökkenésének értékét jelzik)

| Hallgatói rangsor | Kompetencia | Jelentősége az utóbbi 5 évben | | Helye a munkáltatói rangsorban |
|-------------------|----------------------------|-------------------------------|---------------|--------------------------------|
| | | Nőtt | Nem változott | |
| 1. | informatikai ismeretek | 83 | 1 | 2. |
| 2. | idegen nyelvi kommunikáció | 72 | 8 | 1. |
| 3. | kommunikációs készség | 62 | 5 | 8. |
| 4. | tanulás a hibákból | 60 | 12 | 20. |
| 5. | gazdasági ismeretek | 60 | 6 | 23. |
| 6. | műszaki ismeretek | 57 | 8 | 17. |
| 7. | körültekintés | 55 | 22 | 24. |
| 8. | önfegyelem | 53 | 25 | 32. |
| 9. | problémamegoldás | 51 | 14 | 4. |
| 10. | vállalkozói készségek | 50 | 10 | 19. |
| 11. | meggyőzés | 50 | 8 | 16. |
| ... | | | | |
| 16. | tanulási képesség | 47 | 12 | 5. |
| ... | | | | |
| 24. | kitartás | 38 | 27 | 9. |
| ... | | | | |
| 29. | rugalmasság | 32 | 14 | 6. |
| ... | | | | |
| 31. | önfejlesztés | 26 | 14 | 7. |
| ... | | | | |
| 33. | terhelhetőség | 21 | 15 | 3. |

Forrás: saját kutatás (N = 745, illetve 519)

A munkaadók szerint a változtatásokhoz több szakmai gyakorlatra, kompetencia-fejlesztő tréningekre és speciális tanórákra van szükség. A tréningek szerepére egy korábbi cikkében már Bárdos és munkatársai (2014) is rámutattak.

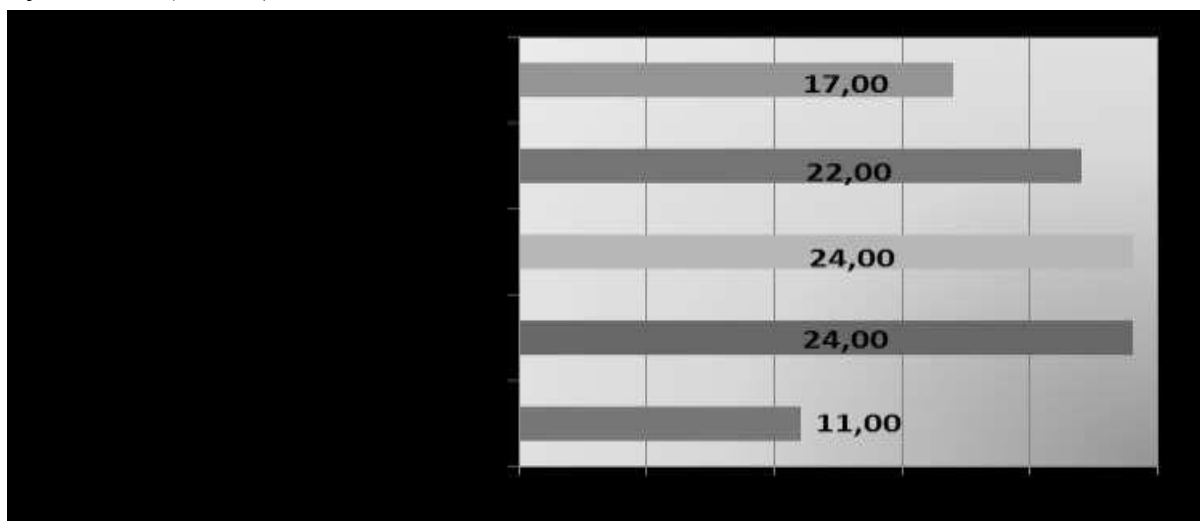
A munkáltatók véleményével összhangban a hallgatók is úgy nyilatkoztak, hogy önálló projektfeladatok segítségével tudják leginkább fejleszteni szükségesnek vélt kompetenciájukat. Ez az eredmény is megerősíti, hogy mennyire fontosak és milyen jelentősek azok az önálló, csoportos feladatok, melyeket számos felsőoktatási intézményben igyekeznek integráltan beépíteni az oktatási munkafázisba.



1. Ábra: A kompetenciafejlesztés formáinak megítélése a munkáltatók oldaláról

(emlékek %-ban, relatív gyakoriság, több válasz volt adható) Forrás:

saját kutatás (N=745)



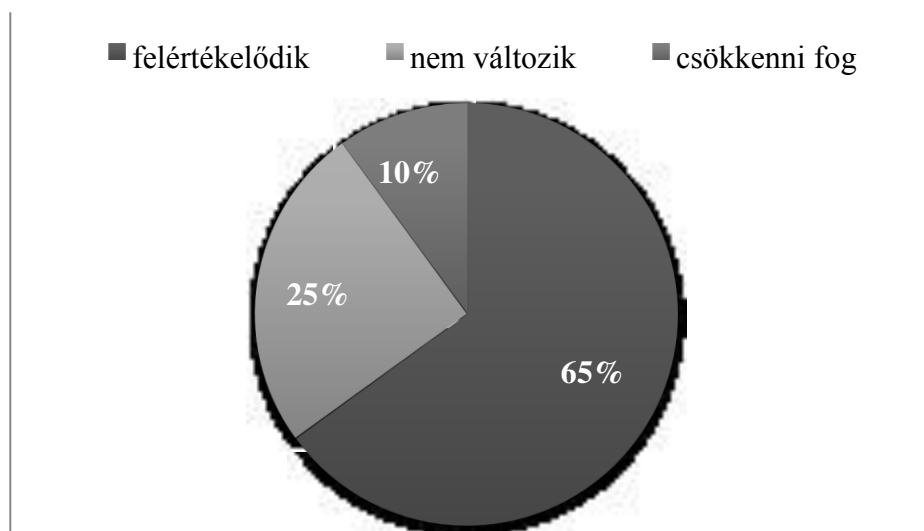
2. Ábra: Kompetenciafejlesztésre vonatkozó hallgatói elképzelések

(% relatív gyakoriság, több válasz volt adható)

Forrás: saját kutatás (N=745)

Vizsgáltuk továbbá azt is, hogy a kompetenciák szerepe a jövőben hogyan alakulhat a megkérdezettek munkaadók szerint. A 3. ábrából jól látható, hogy szerepük felértékelődését 65%-uk prognosztizálja, csökkenésével mindössze 10%-uk számít. A munkaadók további 25%-a nem vár szerepükben változást.

A munkáltatók közel 2/3-os többsége tehát úgy ítélte meg, hogy a munkahelyen releváns kompetenciák szerepe a jövőben egyre inkább felértékelődik.



3. Ábra Az általunk vizsgált kompetenciák jövőbeli szerepének megítélése a munkaadók véleménye szerint (%)

Forrás: saját kutatás (N = 519)

Következtetések

A kérdőíveink kiértékelése során megmutatkozott az úgynevezett modern vállalkozói kompetenciák (IKT: kommunikáció, idegen nyelv, számítógépes ismeretek) fontossága, amit felmérésünk alapján a 2. és 3. táblázatban közölt vizsgálati eredményeink jól tükröznek. Az általunk vizsgáltan és megállapítottan kulcskompetenciáknak nevezhető kompetenciák fejlesztésére mind a munkaadók, mind pedig a munkavállalók részéről is igény mutatkozik, ezért ezeknek intenzívebben meg is kellene jelennie az iskolarendszerű felsőoktatásban, sőt azon kívül is. Nagyon fontos a személyes kompetenciák aktualizálása és kellő hangsúlyozása a képzés tartalmi elemei között, amely elősegíti a munkaerőpiac és az oktatás (jobb) harmonizációját.

A munkaerőpiaci elvárások és az oktatás által előnyben részesített kompetenciafejlesztés között esetenként több-kevesebb eltérés ez esetben is tapasztalható volt. Megítélésünk szerint ez a tapasztalat a felsőoktatási kompetenciafejlesztés újragondolásához jól felhasználható, mert az a jelenlegi arányeltolódást jól jelzi, és azt is megmutatja, hogy milyen képességek fejlesztésére kell a felsőoktatásban nagyobb hangsúlyt helyezni a munkaerőpiaci elvárásoknak való jobb megfelelés tükrében.

Az eredményeket látva azonban megfogalmazódott bennünk az is, hogy a megkérdezett munkáltatók nem látják elegendőnek az önfejlesztés fontosságát, ebben inkább az oktatás során várják az előrelépést. A kompetenciafejlesztés módszertanát illetően mind a két fél rámutatott az önálló, projektfeladatok fontosságára.

Vizsgálataink alapján bizonyítást nyert az, hogy a válaszadók többsége a jövőben a kimutatott kulcskompetenciák szerepének további felértékelődésére számít.

Kutatási eredményeink alapján azt is javasoljuk, hogy mivel a kulcskompetenciák gyakorlati ismereteket is feltételeznek, kialakításuk gyakorlati ismeretekhez is kötött, ezért is szükséges az oktatás gyakorlati oldalának további erősítése, és a szakmai és általános készségek és képességek fejlesztése. Ez azon pontok egyike, ahol az oktatás és a munkaerőpiac közötti párbeszéd javítható.

Reményeink szerint a kutatás legfontosabb eredményének valószínűleg az tekinthető, hogy sikerült rávilágítanunk arra, hogy melyek azok a kulcsfontosságú üzleti kompetenciák, amelyek a munkavállalók sikerességét és munkaerőpiaci versenyképességét növelik és növelhetik. Munkánk

során és alapján egy sajátos kompetenciastruktúra létrehozásával és tesztelésével a személyes kompetenciák átértékelődésére és aktualizálásának szükségességére próbáltuk meg a felsőoktatás szereplőinek a figyelmét felhívni.

Irodalomjegyzék

1. Fakkermanns, J., Schauferi, W. B., Brenninkmeier, V., Blonk, R. W. B. (2013): The role of career competencies in the Job Demands-Resources Model. *Journal of Vocational Behaviour*, 83, pp. 356-366. ISSN 0001-8791
2. Bárdos I. K., Varga E., Szira Z., Pallás E. (2014): The significance of trainings and competencies in HR. In: Takácsné György K. (szerk.): Az átalakuló, alkalmazkodó mezőgazdaság és vidék: XIV. Nemzetközi Tudományos Napok: Gyöngyös: Károly Róbert Főiskola, pp. 1547-1557, . ISBN 978-963-9941-75-5
3. Barratt, G. V., Depinet, R. L. (1991): A reconsideration of testing for competence rather than for intelligence. *American Psychologist*, 46: (10), pp. 1012-1024. ISSN 0003066X, eISSN 1935-990X
4. Berger, L., Berger, D. (2003): The Talent Management Handbook: Creating organizational excellence by identifying, developing, and promoting your best people. McGraw-Hill. 466 p. ISBN 978-007-173905-4
5. Bitterova, M., Hajós L. (2009): The School Project Management. Influence on the Economy of Education. *Bulletin of the Szent István University Gödöllő*. (1) pp. 258 - 262. ISSN 1586-4502
6. Boda, M. A. (2016): A gazdasági diploma munkaerőpiaci helyzete. – Egy lépéssel közelebb a piacképesség felé üzleti szimulációs szoftverekkel. Tantárgyi vizsgadolgozat. Kézirat
7. Boyatzis, R. E (1982): The Competent Manager: A model for effective performance. New York: Wiley. 328 p. ISBN 0-471-09031-X.
8. Csehné Papp I., Hajós L. (2014): Education and working life in Hungary. *Acta Technica Corviniensis – Bulletin of Engineering*, 2: pp. 105-110. e-ISSN 2067-3809
9. Czeglédi Cs., Juhász T. (2013): Role of Tertiary Education in Career and Lifelong Learning Among. *The Journal of Education Culture and Society*. (01): pp. 190-198. ISSN 2081-1640
10. Czeglédi Cs., Juhász T. (2015): A felsőfokú oktatásban tanulók munkaerő-piaci felkészültsége a munkáltatók szemszögéből. *Taylor: Gazdálkodás- és Szervezés-tudományi folyóirat*. (1-2): pp. 286-293. ISSN 2064-4361
11. Emery, Y. (2002): Added value in HRM: An analysis of the competency management process, *Horton-Hondeghem-Farnham*. pp. 17-30. ISSN 1382-4414
12. Ferencz Á. Nótári M. (2012): The management of the education and the students in the Kecskemét College. *Annals of Faculty of Engineering Hunedoara – International Journal of Engineering*. 10:(2) pp. 87-90. ISSN 1584-2665, eISSN 1584-2673:
13. Ferencz Á. Nótári M., Berde Cs. (2013): Management of agrarian education in Hungary. *Annals of Faculty of Engineering Hunedoara – International Journal of Engineering* 11:(3) pp. 269-272. ISSN: 1584-2665, eISSN: 1584-2673:
14. Ferencz Á. Nótári M. (2014):. Agricultural management in the Hungarian higher education. *Lucrari științifice: Seria 1 Management* 16:(2) pp. 31-36. ISSN 1453-1410

15. Gáthy V. (2013): Öregedő Európa, fogyó szakemberek – fiatal India, egyre több diplomás. *Társadalomkutatás*, 31:(1) pp. 40-54. ISSN 0231-2522, eISSN 1588-2918
16. Gulyás L. (2001): A munkanélküliség kezelésének nemzetközi és magyarországi tendenciái. A Pécsi Tudományegyetem Regionális Politika és Gazdaságtan Doktori Iskolájának Évkönyve. 370-388. p. ISBN 978-963-642-271-4, ISSN 1416-0986
17. Gulyás L. (2008): Regional disparities of Hungarian labour market 1990-2005. *Forum Geografic*. 7(1): pp. 128-135. ISSN 1583-1523
18. Hajós L., Berde Cs., (szerk.) (2008): Emberi erőforrás gazdálkodás. Budapest: Szaktudás Kiadó Ház, 171 p. ISBN 978-963-9732-47-6
19. Hajós L., Dolmány F. (2001) A munkaerő mennyiségi növelésének lehetőségei Magyarországon. *Gazdálkodás*. XLV: (3) pp. 1-15. ISSN
20. Hajós L., Czeglédi Cs., Marosné Kuna Zs., Szira Z., Varga E. (2016): Felsőoktatásban végzetek vállalkozói szellemének és releváns munkaerőpiaci kompetenciáinak megítélése. *Polgári Szemle: Gazdasági és társadalmi folyóirat*. 2:(4-6) pp. 263-282 ISSN 1786-6553, eISSN: 1786-8823
21. Kiss P. (2010): Felsőfokú kompetenciákról nemzetközi kitekintésben. Online elérhetőség: https://www.felvi.hu/pub_bin/dload/DPR/dprfuzet3/Pages17_26_kiss.pdf, [letöltve: 2015-12-16]
22. Kiss T., Schmuck R. (2007): Szimulációk az oktatásban. A virtuális gazdaságok világa Megjárt szott ökonómia, XV. (2) Online elérhetőség: <http://feszek.pte.hu/ujsag.php?tipus=cikk&cikk=1907&rovat=690&szam=67&evfolyam=11> [letöltve: 2015-12-16]
23. Magyar J., Hajós L.: (1998): A kisüzemi tevékenységek tervezése. *Gazdálkodás*. XLII:(4) pp. 52-56. ISSN 0046-5518
24. Roizen, J., Jepson, M. (1985): Degrees for Jobs: Employer Expectations of Higher Education. Guildford: SHRE and NFER-Nelson. 435 p. ISBN 1-85059-005-2
25. Spencer, L. M., Spencer, Jr. S. M. (1993): Competence at Work: Models for Superior Performance. Boston: Wiley, 384 p. ISBN 978-0-471-54809-6
26. Ulrich, D., Allen, J., Brockbank, W., Younger, J. Nyman, M. (2009): HR transformation. Building Human Resources from the Outside. In. New York: McGrawHill. 256 p. ISBN 978-0-071-6387-8
27. Varga E., Czeglédi Cs., Hajós L. (2015): The examination of personal competencies as collateral of success from the point of view of students. *Annals of Faculty of Engineering Hunedoara – International Journal of Engineering*. XIII:(4) pp. 117-122. ISSN 15842665, eISSN 1584-2673
28. Zéman Z., Fónagy-Árva P., Majoros Gy. (2003): Értékmérési módszerek alkalmazási lehetőségeinek vizsgálata. *Pénzügyi Szemle / Public Financial Quarterly*. 8:(4) pp. 380-403. ISSN 0031-4960, eISSN 2064-278
29. Zéman Z., Majoros Gy. (2010): Evaluation of the principle. *Bulletin of the Szent István University Gödöllő*. (1) pp. 348-368. ISSN 1586-4502

ZÖLDTURIZMUS A JÖVŐ STRATÉGIAI IRÁNYA? GREEN TOURISM AS THE FUTURE'S STRATEGIC DIRECTION?

Varga-Nagy Adrienn¹, Káposzta József², Nagy Henrietta³

¹adjunktus ^{2,3}egyetemi docens

Szent István Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

E-mail: varga.nagy.adrienn@gtk.szie.hu, kaposzta.jozsef@gtk.szie.hu,

nagy.henrietta@gtk.szie.hu

Összefoglalás

A legtöbb térség, település úgy tekint az idegenforgalomra, mint általános, minden esetben alkalmazható módszerre az adott helyzetből való kitörésre. Ha a gazdaságfejlesztési stratégiákat nemzetközi és hazai szinten is áttekintjük, a turizmus szinte valamennyiben megtalálható, mivel minden térségnek van olyan értéke, amely bemutatásra érdemes. Azonban önmagában a vonzerő még nem elegendő a sikerhez. Sőt, a fejlesztéshez sem, ha nem átgondoltan valósul meg. A tervezés nehézsége a rendkívül gyorsan változó gazdasági környezet, amelyet sokszor nehezen lehet követni. A turizmus tervezése az állami, az önkormányzati, a non-profit és a magánszektor számára a rendelkezésre álló erőforrások minél hatékonyabb kihasználása és a lehető legnagyobb hozam elérése érdekében zajlik. Mindezt úgy kell kialakítani, hogy közben a fenntartható fejlődés elvét ne hagyjuk figyelmen kívül és az elemzésekben közreadott trendekre is megfelelő figyelmet kell fordítani. Ezen elveket alapul véve érdemes olyan fejlesztési irányok stratégiába való beemelését is figyelembe venni, melyek a természeti értékek védelmét, a zöldturizmus/ökoturizmus stratégiai ágazattá történő fejlesztését is előtérbe helyezik.

Abstract

Most settlements consider tourism as a general method for the way out from their situation that can be applied in any situation. If national and international economic strategies are overviewed, tourism can be found in almost all of them, since all regions have values that are worth to introduce. However, if only the attraction is given, it is not enough for the success, not even for the development if it is not carefully planned. Planning is difficult because of the quickly changing economic environment that is hard to follow carefully. Planning in tourism means the use of resources of state, municipality, non-profit and private sector as efficient as possible as well as aims to reach the highest possible profit. All this has to be carried out as meeting the sustainable development principles while paying enough attention on the trends in analyses. Based on the abovementioned principles, such development directions focusing on the protection of natural values and green/ecotourism as a strategic sector could be involved in development strategies.

Kulcsszavak: zöldturizmus, turizmus fejlesztése, regionális stratégiák, tervezési kérdések

JEL besorolás: R10, R11

LCC: HD72-88

Bevezetés

A zöldszturizmusnak/ökoturizmusnak mind a mai napig számos értelmezése van. Definiálásában nincs konszenzus a turisztikai szakirodalomban, mivel olyan turisztikai aktivitásokat foglal magában, amelyek átfedik a természeti-, kulturális-, aktív-, és falusi turizmus területeit, de akár városlátogatásban is szerepet kaphatnak (Drumm, 2005). A Nemzetközi Ökoturizmus Társaság (International Ecotourism Society, TIES) által megfogalmazott definíció szerint az ökoturizmus „a természeti területek felelős módon történő felkeresése, ami megőrzi a környezetet és hozzájárul a helyi lakosság jóllétének fejlődéséhez”. Fejlődésének az 1980-1990-es évek adtak lendületet, amikor is a (tömeg)turizmus negatív hatásainak enyhítését célul kitűző ökoturizmus azt kívánta demonstrálni, hogyan segíthet a turizmus a természeti környezet megőrzésében és a helyi lakosság jóllétének növelésében. Ennek megfelelően az ökoturizmus értelmezése mind a mai napig magában foglalja a szűkebb értelemben vett turisztikai terméket és a környezeti tényezőket figyelembe vevő, az utazást meghatározó „filozófiát”. A Turisztikai Világszervezet (World Tourism Organization, UNWTO) meghatározását idézve az ökoturizmus alábbi öt fontos jellemzőjét fogalmazhatjuk meg (Mikházi, 2014, 2015):

1. Magában foglalja mindazon turizmusformákat, amelyek során a fő motiváció a természet megfigyelése, illetve a természeti területek hagyományos kultúrájának elismerése.
2. Edukációs és interpretációs jellemzőket tartalmaz.
3. Általában (nem kizárólag) kis csoportokban szervezett és kis, helyi tulajdonú vállalkozások által menedzseltek.
4. Minimalizálja a természetre és a társadalmi-kulturális környezetre gyakorolt negatív hatásokat.
5. Támogatja a természeti területek védelmét (gazdasági előnyök/bevételek, munkahelyteremtés, természeti és kulturális értékek elismertségének növelése).

Mindezek alapján a **zöldszturizmus célja** hogy a turizmus környezeti hatásai tudatosuljanak a turistákban, turisztikai vállalkozásokban, ösztönözve őket a környezetbarát működésre. Ezek megvalósulása esetén nyilvánvalóan a benne résztvevő látogatókra is speciális jellemzők vonatkoznak, miszerint (Mikházi, 2014):

- az átlagnál hosszabb a tartózkodási idejük
- kevésbé szezonális igénybevevőknek számítanak
- előszeretettel fogyasztják a helyi termékeket
- igénybe veszik a helyi szolgáltatókat
- többségében környezetkímélő módon utaznak
- helyi kultúra megismerésére is törekszenek
- komplex gondolkodású, az átlagnál magasabb iskolai végzettségűek
- többségükben önállóan szervezik az utazását, de napjainkban az ökotúra szervezők is egyre jelentősebb szerepet kapnak a programok koordinálásában.

A magyarországi ökoturizmus tervezési kérdései

Magyarországon az ökoturizmus az utóbbi időben igen nagy figyelmet kapott. A nemzeti parkok igyekeznek minél több látogatót fogadni a parkokba és a természetvédelmi területekre. A természetvédelmi területek melletti helyi közösségek ugyanakkor új munkalehetőségre számítanak a turizmus megjelenése vagy növekedése által, így szinte minden területfejlesztési koncepcióban megjelennek az ökoturizmus fejlesztési lehetséges irányai. A turizmus megjelenésének és bővülésének azonban vannak negatív hatásai is, ezért az ökoturizmus tervezésénél körültekintően kell eljárni (Michalkó, 2012). Magyarországon a rendszerváltás

utáni időszakot tekintve 1997-ben született meg *Az ökoturizmus stratégiája* című dokumentum, ami tartalmazza az ökoturizmus védett területeken való tervezésének módszertanát. *Mindezeket figyelembe véve a tervezés során az alábbi szempontokat szükséges kiemelten figyelembe venni:*

1. az adott terület számára milyen szintű turizmus a legmegfelelőbb
2. a stratégiának figyelembe kell vennie az ökoturizmus fejlesztésének és irányításának olyan vonalát, amely alapvetően azt biztosítja, hogy a turisták ne pusztítsák el a védett területen található flórát és faunát
3. ugyanakkor meg kell teremteni a foglalkoztatás lehetőségét és ki kell dolgozni a bevételek mechanizmusát a védett terület és a környező közösségek részére

Magyarországon az ökoturizmus stratégiája az alábbi szakaszokat különbözteti el:

1. a turizmus jelenlegi helyzetének és jövőbeli lehetőségeinek felbecslése, a célok azonosítása, az információk begyűjtése
2. az ideális helyzet és az ehhez vezető lépések meghatározása
3. az ökoturizmus stratégiájának írásba foglalása, publikálása, a turizmusból származó veszélyek enyhítése, az érintettek bevonása, konzultáció
4. a megvalósítás, kivitelezés
5. az eredmények mérése, monitoring rendszer működtetése.

Az első lépésben attól függően, hogy van-e már a területen ökoturizmus, meg kell határozni annak szerepét: potenciális lehetőséget látunk-e benne a terület, illetve a település számára, vagy meglévő veszélyként azonosítjuk-e. Más jellegű vizsgálat szükséges akkor, ha a térségben a turizmus nem ütötte fel a fejét és más, ha már a turizmus negatív hatásaival szembesülünk a tervezés elején. A negatív hatások akkor érvényesülnek, ha a növekvő turistaszám mellett nem készülünk fel a növekvő igényekre, nem megfelelő a tervezés. A „szűz” területeken alkalmazott felmérés mellett ebben az esetben a problémákat is diagnosztizálni, azonosítani kell. A széleskörű felmérés és minősítés után következik magának a fejlesztési koncepciónak és a marketingtervnek a kidolgozása. A koncepciónak meg kell határoznia a fő fejlesztési irányvonalakat, a termékbővítő feladatokat és a minőségi turizmus követelményrendszerét (Jandala, 1998). A térség egyedi, sajátos arculatának, idegenforgalmi imázsának kialakítására irányuló, célorientált fejlesztési stratégia szükséges. Ezért a fejlesztési stratégiának fontos része a marketingstratégia. Magas színvonalú programszervező és propagandatevékenységgel a forgalom növelése, szerkezetének javítása, területi, időbeli irányítása, ezáltal a fogadóképesség hatékonyabb kihasználása érhető el (Mikházi, 2015).

A tervezés során feltételezzük, hogy a térségre vagy településre már elkészült a turisztikai fejlesztési koncepció, amely egyrészt tartalmazza a részletes vonzerőleltárt, a településkép fejlesztésére vonatkozó koncepcionális javaslatokat és a marketingtervet, másrészt az adottságok figyelembe vételével javaslatot tett az ökoturizmus fejlesztésére. Az ökoturizmus fejlesztési stratégiának illeszkednie kell a vizsgált terület általános turisztikai elképzeléseihez és terveikhez. Ugyanakkor az abban meglévő vizsgálati adatok kiindulási alapját képezik az ökoturisztikai tervnek is (Kovács, 1997). Az ökoturizmus fejlesztésére vonatkozó terv abban tér el a turisztikai fejlesztési koncepciótól, hogy már a konkrét turisztikai termékekre vonatkozó javaslatokat is tartalmazza. Az ökoturizmus és annak fejlesztésével az a célunk, hogy a vonzerőkön keresztül megismertessük a látogatót a település, illetve a térség egyediségével, a természeti adottságok és az ember tájformáló munkájának következtében kialakult egyedülálló egységgel. Ezért a javaslatokat úgy kell kidolgozni, hogy az egyedi elemek együttese „kiadja” a komplex képet, de az egyedi elemek önmagukban is az ökoturizmus elvei mentén valósuljanak meg és ökoturisztikai termékként jelenjenek meg a piacon. Az ökoturisztikai terv sajátos vizsgálati elemei a tájkarakter vizsgálata, a terhelésvizsgálat a térségre és az egyes

turisztikai attrakciókra vonatkozóan, a térszerkezeti vizsgálat és az ökoturizmus-erőforrások leltári adatlapja. Az ökoturisztikai terv sajátos javaslati elemei pedig a térszerkezeti vizsgálat és a terhelésvizsgálat adatainak összevetéséből terület-felhasználás, a zónák kialakítása (nem csak a védett területeken, hanem akár egy település esetében is alkalmazható), valamint a látogatómenedzsmenti terv és a monitoring rendszer kialakítása. Az ökoturizmus fejlesztésének nemcsak a természet- és környezetvédelmi, valamint a piaci szempontokat kell figyelembe vennie, hanem az ökoturizmus többi alapelveit is, a helyiek bevonását, a helyi gazdaság támogatását, a környezeti nevelés, a bemutatás hatékony megvalósítását (Mikházi, 2014). Az ökoturisztikai szolgáltatás vagy termék csak akkor hiteles, ha mindezek megvalósulnak. Mindez létrejöhet a helyi munkaerő bevonásával, a helyi mezőgazdasági és kézműves termékek promóciójával és értékesítésével, a helyi szálláshelyekkel való együttműködéssel. A bemutatóhelyeket úgy kell kialakítani, hogy az átadott ismeretek élményszerűek legyenek, ehhez az interpretációs technikák széles spektrumát kell alkalmazni. A tervezés, a megvalósítás és maga a vendégfogadás során is alkalmazni kell azokat a környezet- és természetvédelmi elveket, melyek hozzájárulnak az értékek fennmaradásához.

Mindezek alapján az ökoturizmus tervezésének valamint sikerességének alapelveit az alábbiak szerint csoportosíthatjuk:

- szigorú intézkedéseket kell alkalmazni a természeti térségben a flóra, a fauna, a régészeti és történeti helyszínek, valamint az ökorendszer védelme érdekében
- teherbírási határokat kell megállapítani, nehogy a turisztikai létesítményeket túlfeljlesszék, vagy a környezetet nagyobb károsodás érje
- a környezetileg megfelelő helyszíneken csak kisebb turisztikai létesítményeket szabad létrehozni, helyi építészeti sajátosságok alapján, helyi építőanyagok és energiatakarékos eszközök alkalmazásával, a hulladék megfelelő kezelésével; célszerű egy látogatói központ létrehozása a helyszín és a helyi megőrzési módszereket bemutató kiállítással
- el kell készíteni és oda kell adni a turistáknak és az utazásszervezőknek az ökoturizmus viselkedési kódexét, majd ellenőrizni kell annak betartását
- jól képzett vezetők kelljenek, akik pontos információkkal szolgálnak, megismertetik a turistákat a biológiai diverzitással, a megőrzési technikákkal, és ügyelnek arra, hogy a turisták betartsák a vonatkozó előírásokat
- a helyi közösségeket is be kell vonni a turisztikai fejlesztésbe, mert az munkát és bevételt biztosít
- az ökoturizmus tervezése során tekintettel kell lenni a jogi és turizmuspolitikai környezetre, valamint a magasabb szintű tervekre is. Ezek együttese adja a külső szabályozó rendszert, ami meghatározza a turizmus fejlesztésének lehetőségeit.

A hazai ökoturisztikai trendeket vizsgálva megállapítható, hogy általános igényváltozáson megyünk át, mivel növekszik az igény a hagyományos és a helyi termékek iránt, illetve az ökoturista jellemzően a helyi, helyben előállított termékeket keresi, vásárolja. Mindezek alapján az ökoturisztikai fejlesztések céljának a térség, illetve település pozicionálása a magyar és a nemzetközi turisztikai piacokon, illetve a fejlesztési irányok és a legfőbb kitérési pontok meghatározása kell lennie. Az elvégzett felmérések és értékelések eredményeképpen a stratégiában megállapíthatók a meglévő piacképes turisztikai vonzerők és termékek, emellett azok a fejlesztési irányok, amelyek az adottságok és a reális kereslet szempontjából célszerűek lehetnek. Mindezek alapján szükséges, hogy a turisztikai fejlesztési tervek azonos metodikán alapuló vonzerőkataszterrel rendelkezzenek. Ez az adatbázis lehet az ökoturisztikai termékek kialakításának alapja. A vonzerők felsorolása mellett fontos azok minősítése is, ami alapján kiszűrhető, hogy a turizmusba az adott érték bevonható-e, és ha igen milyen védelmi

intézkedések mellett. Mindezek nélkül az ökoturizmus tervezése és megvalósulásának ellenőrzése lehetetlen, valamint a tervi hierarchia sem tud megvalósulni.

A magyarországi ökoturizmus meglévő potenciálja

Az ország éghajlatában a mérsékelt égöv majd minden jellegzetessége megtalálható. Markánsan elkülönülnek az évszakok, a viszonylag kis terület több klímahatás találkozási területe, így óceáni, kontinentális, és kisebb mértékben mediterrán hatások egyaránt érvényesülnek. Ugyanakkor egyik évszak sem “megbízható,” gyakran szélsőséges anomáliák tapasztalhatóak. Magyarország nem rendelkezik tengerparttal és a téli sportoknak kedvező magas hegységekkel: a hagyományos turizmusformák területén nem vehetjük fel a versenyt eredményesen olyan országokkal, amelyek e téren előnyösebb adottságokkal rendelkeznek. Ugyanakkor a természeti környezet számos kisebb jelentőségű, de adott célcsoportok számára kedvező lehetőségeket, pl. folyó- és állóvizeket, barlangokat, kirándulásra, kerékpározásra, lovaglásra alkalmas területeket biztosít (TFS, 2011).

Az Európai Unió országaiban a sokkal korábban megkezdett és intenzívebb „természetátalakítás” eredményeként csökkent az élővilág biodiverzitása. Hazánkban ezzel szemben számos olyan egyedülálló természeti érték van, amely az EU országaiban már sehol nem fordul elő, így hazánk jelentős természeti értékekkel gazdagítja az EU-t. A jégkorszakból visszamaradt növénytakaságok mellett a mediterráneum jellemző fajai közül is sok előfordul, de a természeti okok mellett a néhány ezer éves emberi tevékenység is jelentős hatással volt a gazdag mozaikos táj és élővilág kialakulására (például a Világörökség listára felkerült kultúrtájak). Magyarország területének 10%-a védett természeti terület. Csak szemléltetésül néhány jellemző és különleges természeti értékünk (NGM, 2014):

- a Balaton-felvidék vulkáni tanúhegyei
- a pannon táj dombvidékei
- dolomit szilagyepék
- szikes puszták
- tavak, mocsarak és mocsári láprétek
- középhegységi és alföldi erdők
- rendkívül gazdag madárvilág és vadakban gazdag erdők.

Magyarország a víz országa, és e vizeknek nagy része a felszín alatt található. Az ország található hévíz – és kedvező geotermikus adottságokkal területén fellelhető gyógy- és termálvizek (és az erre épülő szolgáltatások) már jelenleg is kiemelt jelentőséget biztosítanak az egészségturizmusnak. Magyarország nemzetközi összehasonlításban is jelentős termálvízkészletekkel – az ország területének mintegy 80%-án rendelkezik.

A jelenleg gazdasági hátrányként, lemaradásként értelmezett gyenge, kiépítetlen infrastruktúra az ökoturizmus szempontjából akár előnyé is válhat (utak és iparosítás hiányosságai). A technikai fejlődéssel egyre szűkülő érintetlen természeti területek felértékelik azt a turisztikai kínálatot, amely nemzeti parkjainkban, tájvédelmi körzeteinkben és természetvédelmi területeinken található. Magyarország sajátos földrajzi helyzete, felszíni tagoltsága és éghajlati jellege gazdag és változatos növény- és állatvilág kialakulásának kedvezett. Hazánk az Európai Unió országaihoz viszonyítva a változatosabb, természet közelebb és természetvédelmi szempontból értékesebb élővilágú területek közé tartozik és – nemzetközi mércével mérve is – még mindig jelentős természeti értékekkel rendelkezik. Európában egyedülálló természeti képződmény a magyar Puszták, ahol különleges élővilága mellett csak itt tapasztalható természeti jelenségek is megfigyelhetők (déli felében). Tíz nemzeti parkunk33 és Európa-diplomás

területeink számos ökoturisztikai lehetőséget kínálnak, több megvalósított fejlesztést a WTO is példaértékűnek ismer el. A nemzeti parkok látogatói között a belföldi turisták és diákcsoportok vannak túlsúlyban (NTS, 2005).

A falusi turizmus nem csupán szállásadás faluhelyen, hanem komplex turisztikai termék, amelyhez a vendéget odacsalogató attrakciók, a marketing, valamint a képzett humán erőforrás egyaránt hozzátartoznak. A falusi turizmus magában foglalja a helyi termékek és szolgáltatások marketingjét és az adottságok fenntartható használatát a természeti és épített örökség értékeinek bemutatásával és megővésével (Michalkó, 2012). Egyrészt színesíti a szálláshelykínálatot, másrészt alternatív bevételi forrást jelent, ebben a tekintetben azonban hazánkban a falusi turizmus még nem tölti be a kívánatos szerepet. Falusi szálláshelynek az olyan hagyományos házak, falusi, tanyasi porták felelnek meg, ahol maga a fogadó épület a térségre jellemző építészeti jegyekkel rendelkezik, emellett ugyanolyan fontos az esztétikus település összképe is, ami jelenleg sok helyen hiányzik (Bozzai, 2014). A természetjárás a turizmus egyik legalapvetőbb, legkönnyebben megvalósítható formája. Becslések szerint ma Magyarországon az itt élők kb. egytizede kirándul több-kevesebb rendszerességgel. A hátizsákos turizmus korábban is jelentős szerepet töltött be a belföldi turizmusban, a jelenleg is túrázó aktív nyugdíjas réteg akkor ismerte és szerette meg ezt a turizmuságat. A természetjárás a fiatalok körében is kedvelt: a kirándulók, túrázók kb. 40%-át teszik ki. Fontos a honismereti, egészségmegőrző, valamint a természet tiszteletére és szeretetére, környezetünk megővésének igényére nevelő szerepe (Várhelyi, 2014). A természetjárás infrastruktúra és felszerelés igénye sok tekintetben alacsonyabb, mint más turizmuságaknak, ugyanakkor a turistaútvonalak sok esetben elhanyagoltak, gazdátlanok, az útjelzés-hálózat állapota az évek óta tartó folyamatos felújítások ellenére is több helyen elavult, amely nehezíti a tájékozódást, ezáltal rontja a kirándulók komfortérzetét. Magyarországot tekintve az ökoturizmus terén összességében jelenleg is kiváló adottságokkal rendelkezünk, hiszen (TFS, 2011):

- számos természeti és kulturális világörökségekkel büszkélkedhetünk
- túrázásra, lovaglásra, kerékpározásra alkalmas zöld utak rendszerét működtetjük
- számos kijelölt és kitáblázott természetes ösvényt tartunk számon a fenntartható turizmus jegyében
- változatos növény- és állatvilággal rendelkező nemzeti parkjaink vannak
- több helyen is kisvasutas hálózattal, erdei iskolákkal, tájházakkal, madárlesekkel, öko-kalandparkokkal és ökoiskolákkal rendelkezünk.

Számszerűen

- 553 ökoturisztikai létesítménnyel
- 419 tanösvénnyel
- 47 bemutatóhellyel
- 27 látogatóközponttal
- 10 Nemzeti Parkkal rendelkezünk.

Magyarország 1100 éves múlttal, történelemmel, sokszínű, egyedi kultúrával rendelkező ország. Éppen ez a sokszínűségben való egyediség adja Magyarország megfoghatatlan különlegességét. Ez a sokszínű egyediség, mint egyfajta speciális hungarikum – egyelőre kihasználatlan lehetőség (NTS, 2005, NGM, 2014). Európa olvasztótégelyeként hazánkban szinte mindenből megtalálható egy kevés, amely kontinensünkön és a nagyvilágban csak szétszórtan van jelen. Fajlagos összehasonlítás alapján Magyarország bővelkedik természeti és kulturális világörökségi helyszínekben, azonban ezek önmagukban még nem jelentenek versenyképes vonzerőt. Éppen ezért szükséges a helyszíneknek más attrakciókkal közösen

történő piacra vitele, komplex termékké alakítása. Mindezek alapján tekintsük át a hazai zöldszturizmus SWOT analízisét:

| Erősség | Gyengeség |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Magyarország adottságainak megítélése jó. • Jó infrastrukturális adottságok (autópályák). • Fenntarthatóságot szolgálja, tudatos nevelést segíti. • Divat lett a környezettudatosság, az egészséges életmód. • Minden korosztály részére szól, személyiséget is fejleszt. • Jó a hazai közbiztonság. • Számos speciális épített és természeti látványosság van itthon. | <ul style="list-style-type: none"> • A magyar lakosság körülbelül fele nem jár nemzeti parkba, nem túrázik. • Hiányos ismeretek miatti érdektelenség figyelhető meg. • Információs táblák egynyelvűsége (magyar). • Nehéz helyi megközelíthetőség, táblázottság hiánya az egyes bemutatóhelyeken. • Speciális képzések hiánya. • Nemzetközi térben való elhelyezkedés, versenytársak természeti adottságai a hiányos kommunikáció miatt erősebbek. |
| Lehetőség | Veszély |
| <ul style="list-style-type: none"> • Nem igényel nagy anyagi ráfordítást a turista oldaláról. • Minden évszakban lehet használni. • Fejlesztési források a látogatóközpontok fejlesztésére, interaktivitásuk bővítésére. • Programcsomagok kapcsolati lehetőségei. • Oktatási fejlesztésekhez jól kapcsolható. • EU támogatási politika előtérbe helyezése. • Kapcsolódás a vidékfejlesztéshez. | <ul style="list-style-type: none"> • 100 km feletti távolság esetén minimális utazási hajlandóság. • Csak helyben történő tájékoztatás miatti információhiány. • Környező országok fejlettebbek e téren, ezért inkább oda mennek. • Szálláshelyek minősége, hiánya. • Közbiztonság romlása veszélyezteti a terület vonzerejét. • Hazai források beszűkülése. • Befektetői oldal érdektelensége. |

Forrás: Saját kutatás, NGM 2014.

Stratégiai irányok

Az elmúlt években elvégzett számos felmérés összességben több olyan kutatási, fejlesztési irányt is előre vetít, amik kidolgozásában jelentős szerepet kaphat a hazai ökoturizmus fejlesztése. Ennek megfelelően jól látható, hogy a vizsgálatok alapján az ökoturizmus iránt nyitottakra az alábbiak jellemzőek (TFS, 2011):

- általában fiatalok vagy középkorúak
- magasabb iskolai végzettségűek
- átlagosnál magasabb jövedelmük van
- általában a 3-4 gyermeket nevelő családok
- ha nem családosak, akkor jellemzően inkább férfiak
- leginkább a kirándulás lehetősége, a természeti környezet szépsége, a tiszta levegő és a csend a fő motivációk.

A fejlesztések kidolgozásához elkerülhetetlen, hogy a humán tényezők elsődleges szerepet kapjanak. Így a jövőbeli stratégiai fejlesztési irányok megjelölésében fontos szerepet kell, hogy játszanak (NGM, 2014).

Mindezek alapján mik lehetnek a legfőbb átfogó stratégiai céljaink?

- Magyarország legyen a világ első 30 országa között, a turizmus versenyképessége, kínálata és szolgáltatási színvonala alapján.
- A kiemelkedően legfontosabb nemzeti turisztikai termékeink sikeres fejlesztésen, szolgáltatásbővítésen essenek át.
- Épüljön ki egy stabilan működő turisztikai szervezeti rendszer, ami megfelelő módon képes lesz koordinálni a stratégiai fejlesztéseink irányait.
- Új fejlesztési irányok kidolgozásával a rendszer komplexitása növekedjen.
- Magyarország legyen Európa kiemelt ökológiai turisztikai központja, amihez széles körű oktatási szolgáltatások kapcsolódnak.

Összefoglalás

A XXI. század globális versenyében az a nemzet és ágazat lehet nyertes, amelyik biztosítani tudja, hogy mivel töltsék el az emberek az egyre értékesebbé és fontosabbá váló szabadidejüket. A turizmus hazánkban a nemzetgazdaság kiemelten fontos ágazata, melynek kulcsszerepe van a fejlesztéspolitikai, foglalkoztatási stratégiákban. A turizmus hosszú távú tervezéséhez szükség van a fő prioritásokat és célokat, illetve az ezek eléréséhez szükséges eszközöket világosan megfogalmazó koncepciókra annak érdekében, hogy az elképzelések a konkrét döntésekben, intézkedésekben öltsenek testet, illetve hogy a turizmus önkormányzati, civil és vállalkozói szereplői lássák, milyen stratégiai célok mentén van lehetőségük a jövőben tevékenykedni. Mindezek alapján fontosnak tartjuk, hogy a fejlesztési elképzelések világosan és pontosan legyenek rangsorolva, hiszen a szükséges támogatáspolitikai kialakításával a hazai turisztikai szektor sikeres működése épülhet. Ezen irányokon belül olyan fejlesztések is szerepet kaphatnak, melyek a természeti értékek védelmén keresztül oktatási és rekreációs szerepet is be tudnak tölteni, a gazdasági és társadalmi hatásait teljes körűen ki tudják fejteni. Összességében ilyen fejlesztési irányt gondolunk a zöldszturizmus esetére is, ami meggyőződésünk szerint a jövő turizmusának még nem teljesen kiaknázott lehetőségeinek egyike.

Felhasznált irodalom

1. Bozzai, Andrásné (2014): A 2014-2020 időszak turizmusfejlesztési tervei. Nemzetgazdasági Minisztérium, 2014.
2. Drumm, A. (2005): Ecotourism development – A manual for conservation planners and managers I: An introduction to ecotourism planning. – The Nature Conservancy, Arlington. 96 p.
3. Jandala, CS. (1998): A turizmus integrált tervezése. – Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest. 117 p.
4. Kovács, L. (1997): Az ökoturizmus stratégiája. – Környezetgazdálkodási Intézet, Természetvédelmi Szolgálat (munkaszám 12.6.3.5.). Budapest. 35 p.
5. Magyarország 2014 és 2024 közötti időszakra szóló turizmusfejlesztési koncepciójáról. Nemzetgazdasági Minisztérium, Budapest, 2014.
6. Michalkó, G. (2012): Turizmológia. Elméleti alapok. –Akadémia Kiadó, Budapest. 266 p.
7. Mikházi, Zs. (2015): Az ökoturizmus tervezésének sajátosságai. MTOK tanulmányok, 2015.

8. Miházi, Zs. 2014: Mi az ökoturizmus? Az ökoturizmus fogalmának értelmezése tartalomelemzés módszerével. – In: Csemez, A. (szerk.): Időszerű tájrendezési feladatok. Tájékadémia IV. Budapesti Corvinus Egyetem, Budapest. pp. 153-164.
9. Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2005-2013. Magyar Turisztikai Hivatal, Budapest, 2005.
10. Turizmusfejlesztési stratégia. Nemzetgazdasági Minisztérium, Budapest. 2011.
11. Várhelyi, T. (2014): A turizmus fejlesztése. Líceum Kiadó, Eger, 2009.

„AZ EMBERI ERŐFORRÁSOK MINISZTERIUMA ÚNKP-16-4-VII-2 KÓDSZÁMÚ ÚJ NEMZETI KIVÁLÓSÁG PROGRAMJÁNAK TÁMOGATÁSÁVAL KÉSZÜLT”



KOVÁSZNA MEGYE NÉPESSÉGE ÉS A RÉGIÓ VISZONYA COVASNA COUNTY POPULATION AND THE REGION'S RELATIONSHIP

Botos Attila - PhD

Adjunktus

Babeş-Bolyai Tudományegyetem, Politika-, Közigazgatás-és Kommunikációtudományi Kar,
Közigazgatási és Közszolgálati Menedzsment
Sepsiszentgyörgyi Tagozat
botosattila72@yahoo.com

Összefoglalás

Az 2011-es népszámlálási adatokkal összevetve, megfigyelhető, hogy a városi népesség 52,7%-ról 50,25%-ra csökkent, míg a falusi népesség 47,3%-ról 49,7%-ra emelkedett .

A városi népesség hangsúlyos fogyása (12268 személy) megyénkben egy Kovászna méretű város eltűnésével ér fel.

Ez a nemzetközi tendenciákkal ellenkező folyamat, azaz a városi népesség csökkenése, nemcsak Kovászna megyére jellemző, hanem országos szintű jelenség, ami az ipari szerkezetváltás rovására írható. Országos szinten a városi lakosság aránya 73,8-ról (2002-ben) 73,6,3%-ra csökkent (2011-ben). A népesség vándorlása a városokból a falvak felé, tulajdonképpen az alacsonyabb szintű társadalmi körülmények elfogadását jelenti, cserében a biztonságosabb létfeltételekért.

Az állandó városi népesség 51,9%-a nő, ezért megye szinten is némileg nagyobb a nők száma (50,9%). Ezzel szemben falusi környezetben a férfiak száma magasabb (50,1%): a 34 községből 21-ben a férfiak, és mindössze 13-ban a nők száma a nagyobb.

Bár Kovászna megye népessége, akárcsak az országé általában, az utolsó tíz évben fogy, itt a természetes népmozgás jellemző mutatói országos összefüggésben, nagyon jók.

Így, megyénk az élve születettek részarányát figyelembe véve az országos hatodik helyet foglalja el, a harmadik legkisebb elhalálzási mutatóval rendelkezik (Iasi és Suceava megyék után), és ugyancsak a harmadik (Suceava és Vaslui után) a természetes szaporodás mutatói szerint . Örvedetes, hogy ezek a mutatók falvakban is jók: 10. hely az élve születettek aránya szerint, 8. hely az elhalálzási ráta, és 6. hely a természetes szaporodás rátája szerint.

Nemzetiségi hovatartozás szerint, Kovászna megye népességének többsége (164 055 személy, az össznépesség 73,8%-a) magyar nemzetiségű. Az utolsó tíz évben a magyar nemzetiségűek száma 11 447-tel, azaz 6,5 százalékkal csökkent. A román nemzetiségű népesség száma 51 655, a megye állandó népességének a 23,2 százaléka. A 2002-es népszámlálási adatokkal összevetve, a román nemzetiségűek száma 2 921-gyel, azaz 5,4 százalékkal csökkent. A két népszámlálás között jelentősen nőtt – 2641-ről 6022-re – a cigány népesség száma, ami ma már a megye össznépességének 2,7 százalékát jelenti.

Mindegyik szóránymegyében a magyarok csökkenésének aránya 2011-ben nagyobb 2002-höz képest, mint 2002-ben 1992-höz képest, különösen ott ahol a magyarok aránya 5% alatt volt már 2002-ben.(Krássó Szörény, Hunyad, Szeben megyékben)

A hivatalos nyilvántartások szerint a kivándorlási arány is magas. A magyarság csökkenésének mértéke 2011-ben a korábbi népszámláláshoz képest, csak 1% nagyobb mint Románia állandó népességszámának csökkenése.

Végül a népszámlálási adatok egy néhány ezerrel módosíthatják a magyarok lélekszámát.

Abstract

The regional policies of Romania are characterised by two systems of connection: on the one hand, the integral inclusion of the countries into the European space in order to create a harmony between the regional policies of the European Union and the ideas for the development of Eastern and Central Europe, on the other hand, the general development of a given country and of certain regions.

The programmes of development concerning the region have in view the change of the basic conditions, which can be carried out on the long term. They ensure the development of the institutions, of the conditions, of the people, therefore, they do not only offer assistance.

Development in itself always means strategic activity. Regional development refers to important investments on the regional level, improvements in the infrastructure inside the area. In the case of regional development critical importance is given to ecological, technical, economic and geographical reasons.

The aims of the research

The most important aims of the dissertation are the followings:

The outlining of the standpoints referring to regional science, as well as the multiple approaches of the fundamental conception of the scientific views, of the region requires the working up of the specialized literature referring to these issues. Region is defined differently by every branch of science, on every international forum and by every scientist, therefore I wish to give a general picture of the doctrines of different schools, as well as of the area of Covasna county, as region.

In our days, the European Union supports many regions from Central and Eastern Europe, respectively a lot of regional collaborations. My important aim is the presentation and analysis of the possibilities for regional development of my homeland, the county of Covasna.

I made an effort to propose a strategy structure which would respect the norms both of the European Union and of EUROSTAT, which could be included in the regional development plan no.7 of Romania, namely in the one of the Central region, of the future region of Székelyföld, as well as in the National Development Plan of Romania, and which could be compared to the ones mentioned above and to the strategies of the neighbouring counties.

In the conclusion, I have drawn up the conclusions, respectively further suggestions which have a stimulating effect on the economic relations based on geographic structures and which respect the conditions of the European Union. In the creation of the Romanian regional system, one laid the stress on the forming of regions with equal-sized territories and with an equal number

of population, except the region of the capital, which occupies a much smaller territory and has a population equal to the one of the other regions.

The general characterization of Romanian rural areas was made possible due to an analysis based on a complex system of criteria. In choosing the criteria, the standpoints accepted were the necessary and the possible ones. I considered it to be necessary to use such a methodological frame which could be compatible with the methods used in the EU for the characterisation of rural areas. Presently, the only possibility for analysis is offered by the Romanian statistic system only which does not offer information about the economic and social indexes, which, on regional level, are necessary for making a full comparison with the European countries (GDP / inhabitant, the contribution of certain sectors to GDP, the income level of households, the use of territories not fit for agriculture, the level and structure of unemployment, etc.).

Kulcsszavak: Kovászna megye népessége és a régió viszonya, Kovászna megye fejlődését meghatározó történelmi folyamatok.

JEL besorolás: GE11

LCC: S560

Bevezetés

Ma már Romániában is, az Európai Unió elvárásainak megfelelően, a területfejlesztés programozása és tervezése egyre inkább regionális szinten, az úgynevezett fejlesztési régiók szintjén történik. Kovászna, Brassó, Hargita, Fehér, Maros és Szeben megyékkel, a 7-es számú, Központi fejlesztési régiót alkotja.

A Közép régió – hivatása értelmében – a térség regionális fejlesztésének adminisztratív koordinációs keretként jelenik meg. Ellenben a társadalmi és gazdasági mutatók alakulása azt bizonyítja, hogy mindeddig nem tudta ezt a feladatát teljesíteni. Véleményem szerint ennek két fő oka van:

- a régióknak túl kicsi a területi kohéziója, illetve
- a régióknak nincsenek meg a fejlesztéshez szükséges hatásos eszközei.

A Közép régióknak, elsősorban azért kicsi a területi kohéziója, mert lakóinak nincs regionális identitástudata. Nem rendelkeznek regionális sajátossággal, nem lehet meghatározni sem kulturális, sem földrajzi, sem történelmi, sem gazdasági régióként.

Másodsorban, a Közép régió túl nagy számú a romániai társadalmi-gazdasági szerkezetekhez és infrastrukturális adottságokhoz viszonyítva. A funkciók hatástávolságai időben, nem kilométerben mérhetők. Általában a hatáskörzet az a távolság, amit maximum két óra alatt meg lehet tenni. Ebből természetesen következik, hogy egy fejlett autópálya hálózattal rendelkező régió esetében a hatástávolság számottevően megnő.

A régió egyetlen funkciójának hatáskörzete – legyen az, kulturális, gazdasági, információs, oktatási vagy egészségügyi funkció – sem terjed ki a régió egészére. Az egyetlen érv, amikor a romániai fejlesztési régiókat ilyen méretűre tervezték, a NUTS 2 (Nomenclature des Unités Territoriales Statistiques – területi statisztikai egységek nomenklaturája az EU-ban) régióknak való megfelelés volt. Ellenben, az Európai Bizottság rendelkezései (Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council on the establishment of a common classification of Territorial Units for Statistics (NUTS), 2001), a NUTS 2 régiókat illetően nem

kívánták meg, hogy Románia nagyobb méretű és lakosságszámú régiókat alakítson ki, mint néhány kisebb európai ország.

Harmadsorban, a Közép régióban nem léteznek regionális méretű gazdasági struktúrák. Az egykori, központosított tervezéskor kialakult mamutvállalatok mára többnyire leépültek, és a lassan átalakuló gazdasági szerkezetek többsége helyi vagy kistérségi (egy város és környéke) méretűek. Másrészt, a gazdasági láncolatok (nyersanyag, kitermelés, feldolgozás, értékesítés) sem terjednek ki regionális méretűre, még a megyehatárokat is nagyon ritkán lépik már át. Regionális méretű klaszterek létrehozására még a jövőben sincs lehetőség, mert a régiót alkotó megyék gazdasági szerkezete merőben eltérő, de nem komplementáris.

Negyedsorban, a régiót alkotó megyék demográfiai, gazdasági, szociális, kulturális és infrastrukturális adottságai annyira eltérőek, hogy egy nagyon erős regionális identitástudat hiányában lehetetlen közös érdekek alapján kialakított regionális stratégiát megfogalmazni. Regionális identitástudat márpedig nincs a Közép régióban.

Mindezekért, nemcsak Kovászna, hanem a többi megye érdekei is a létező társadalmi és gazdasági szerkezetekhez jobban igazodó regionális beosztást követelnek meg.

Kovászna, Hargita és Maros megye rendelkezik azzal a területi, társadalmi és gazdasági kohézióval, ami a valós fejlesztést szolgáló tervezési és megvalósítási alapot biztosíthatja. Ezért, Kovászna megye regionális érdekei a Hargita és Maros megyével alkotandó fejlesztési régió létrehozatalát kívánják meg.

Földrajzi fekvése

Kovászna megye földrajzilag a 43,04' és a 44,05' keleti hosszúságok, valamint a 45,032' és a 6,018' északi szélességek között, a Keleti-Kárpátok belső ívében, mondhatni Románia szívében helyezkedik el. Keleten Bákó, Vrancea és Buzău megyével, délen és nyugaton Brassó, északon pedig Hargita megyével határos.

A megye a maga 3705 km² összterületével az ország harmadik legkisebb megyéje (csupán Ilfov és Giurgiu megyéknél nagyobb), legalacsonyabb pontja az ágostonfalvi Olt híd melletti 468 m magas erózióbázis, legmagasabb az 1777 méteres Lakóca csúcs.

Kovászna megye 38 közigazgatási egysége 122 települést számlál, melyből öt város: a megyeközpont Sepsiszentgyörgy, valamint Kézdivásárhely (megyei jogú város), Barót, Kovászna és Bodzaforduló.

Geomorfológiai elemek

A megye területe geomorfológiailag három egységre tagolható: egy külső magas, 1500 méter fölöttire, amit a Hargita-, Nemere-, és Buzói- hegységek, valamint a Berecki- és Vranceai havasok alkotnak; a másodikat, a közbeesőt a Brassói-medence meghosszabbítását képező Alsóháromszéki- (Sepsiszentgyörgyi-), Felsőháromszéki- (Kézdivásárhelyi-) és Baróti-medencék alkotják; míg a harmadik, a belső egység, kevés 1100 méter fölötti csúccsal (a Baróti- és Bodoki-hegységek) rendelkezik. (CSEREI – JÓZSEF, 1999)

Kovászna megye legkiterjedtebb domborzati egysége a Brassói-medence, amelyik 107000 hektárnyi területével a megye 29 százalékát foglalja el. (CSÍKMADARASI, 1999)

Éghajlati jellemzők

A megye fekvéséből és sajátos domborzata miatt, éghajlata hegyközi medencére jellemző szélsőséges árnyalatú, gyakori és erős hőmérsékleti inverzióval, csekély légmozgással. Az évi átlaghőmérséklet 7,1o-7,6oC, de nyáron az átlaghőmérséklet meghaladja a 17oC-t. A legmagasabb hőmérsékletet, 37,8oC-t Sepsiszentgyörgyön, 1951. augusztus 11-én mérték.

Kovászna megyében az átlagszinthez mért csapadékmennyiség alacsony. Az évi átlag a medencealján 500-580 mm, míg a magas hegylábakon 700-800 mm. Legkevesebb télen a csapadék – és februárban 20 mm alatt -, 30 mm alatti az alján és 130 mm-t meghaladó a hegylábaknál. A május-augusztus időszak csapadékban a legbőségebb (80-100 mm fölött), a legesősebb hónap, pedig június. A medence egészét tekintve, a csapadékmennyiség nyugatról keletre haladva csökken, a Felsőháromszéki-medencében évente 50-75 mm-el kevesebb csapadék hull, mint a Baróti-medencében.

A megye geomorfológiai jellemzői nagyon befolyásolják a légmozgást is. Így a keleti térségben az észak és észak-keleti szelek (Kézdivásárhelyen évente 16%-ot meghaladó), míg nyugaton az észak-keleti és észak-nyugatiak (16%, valamint 14,4 %) az uralkodók, és egyben a legerősebbek is. Kézdivásárhelyen az észak-keleti szél, a Nemere évi átlagos sebessége eléri az 5,1 m/s-ot (18,36 km/h). Általában az átlagos szélsébség meghaladja a 2 m/s-ot minden irányban. De jellemző a medencére a szélsébségek gyakorisága (évente meghaladja a 30%-ot), főként a hegylábánál.

Vízrajz

A megye területét meghatározó geológiai formációk változatossága jelentős mennyiségű földalatti víz felgyülemelésének kedvez. Az Olt, a Feketeügy és mellékvizeiknek árterületén, valamint a hordalékkúpok alapjainál, a hegylábi teraszon nagy kiterjedésű pliocén vagy negyedkori víztartó rétegek találhatóak. Ezek minősége megfelelő és a vidék vízellátásának fontos forrását képezik. A víztartó rétegekben összegyűlő föld alatti vizek hozama 5-6 l/s.

A vidéket ásványvíz forrásainak sokasága jellemzi. (BÁNYAI, 1998) Legjelentősebb mértékben Kovászna városa köré koncentrálódtak (mintegy 1000 szénsavas, bikarbonátos, nátriumos forrás). A hegyek és a medence találkozásánál, az Olt völgyében, valamint a Feketeügy medencéjében az ásványvízforrások összetétele szénsavas, nátrium-kloridos, meszes.

A megye területét az év minden szakában magas hozamú, konvergens, jól szerveződött vízhálózat szövi át. Megkülönböztethető néhány "vízgyűjtő piac", mint a Kézdivásárhely – Nyújtód - Imecsfalva, ahol a Feketeügy és jó néhány mellékvize (Torja, Kászon, Ozsdola, Gelence patakai) találkozik. Ilyen körülmények között a medencealj a vízgyűjtő medence szerepét tölti be, mely befogad minden közelebbi és távolabbi hegyi patakot, akárcsak az Olt, a fő vízgyűjtő. A vízhálózat sűrűsége 0,40-0,70 km/km² között változik.

A megye fő folyója az Olt, melynek folyása az alacsony, nagy esőzések idején gyakran elöntött partok között kanyargós, lassú. Az Olt évi átlaghozama Mikóújfalunál, azaz a megyébe lépésénél 7,85 m³/s és 27 m³/s-ra nő az árapataki kilépésnél. Legfontosabb mellékvize, a hasonló nevű medence fő vízgyűjtője, a Feketeügy, melynek folyási iránya általában észak-kelet-dél-nyugat. Eredeti nyugodt, kanyargós folyása hidrotechnikai szabályozásával megváltozott, és ezáltal mintegy 20 kilométerrel lett rövidebb.

Az Olt és a Feketeügy árterületének vízenyőssége az eutrof mocsarak és lápok kialakulásának kedvez. Ezek közül a legreprezentatívabb a rétyi és a kökösi.

Talajtan

A talajtípusok a domborzati lépcsőknek, a különböző lerakódások ásványi összetételének, az éghajlati feltételeknek stb. megfelelően alakultak. A magas hegylábakat, a tölgy, bükk, valamint a bükk és tűlevelű erdők alját, a nedves klímát (évente nagyobb mint 750 mm) kedvelő barna, agyagos, luvikus talajtípusok borítják. Ugyancsak a medence magaslatain, a hegyes vidék közelében az eumezobázikus barna talajok az elterjedtek.

Az glaciszokat és az alacsony hegylábakat általában humuszban gazdag, több mint egy méter mélységig lenyúló kambikus csernozjom fedi, s ezek a megye legtermékenyebb földjei. Ez a talajtípus található a Feketeügy medencéjében és a Sepsiszentgyörgyi medence Szépmezőnek nevezett részén. Ugyancsak ezeken a teraszokon találhatók meg a luvikus és gleizált, barna talajtípusok is. (MIHAI – PANAITAE 1987.)

Geológiai leírás

A Keleti-Kárpátok részeként Kovászna megye területét Júra-, Kréta-, Paleogén-, Neogén- és Negyedkori üledékes rétegződések alkotják, de fellelhetők a magmatikus, mélységi és kiömlési kőzetek is.

Tektonikus-strukturális szempontból Kovászna megye területe a Kristályos-mezozóos egységhez, a belső, Kréta és Paleogén kori flishez és a neogén vulkanitok övezetéhez tartozik.

Kovászna megye fejlődését meghatározó történelmi folyamatok

Az elmúlt másfél évszázad során, az Olt és a Feketeügy mentén számos olyan régészeti telepet tártak fel, amely az emberi élet biológiai folytonosságát mutatja az őskortól napjainkig.

A településhálózat fejlődését tekintve megállapítható, hogy a régió legkorábbi lakói, a Kőrös kultúra hordozói nagy számban érkeztek az Olt és a Feketeügy völgyébe. Demográfiai robbanást jelentett a térség számára az erősi kultúra megjelenése, mely számos településével nagy területet fedett le.

A bronzkori településfejlődést vizsgálva megállapíthatjuk, hogy a lelőhelyek száma nő az előbbi periódushoz, a rézkorhoz képest, mégis egyetlen bronzkori kultúra sem szerepel annyi lelőhellyel, mint a rézkori Coțofeni(Kolozskorpád) műveltség. A bronzkor szakaszainak elemzésekor megfigyelhető egy településekben gazdag korai szakasz, majd egy még gazdagabb középső, és végül egy visszaeső, kevés lelőhelyes végső periódus.

A koravaskort követő La Tène vagy késővaskor Kovászna megyében igen jól képviselt. Mivel a nyugatról érkező kelta hullám nem éri el a dél-kelet erdélyi folyók vonalát, ezen a vidéken akadálymentesen virágzott a géta-dák kultúra.

Dél-kelet Erdély, a mai Kovászna megye területe, amelyet a Kárpát-kanyar övez, a római Dácia szerves részét képezte és Trajánusz császár idejében hódították meg. (SZÉKELY, 1970; ALFÖLDI,1929; SZÉKELY, 1943; TUDOR, 1957.) Ezt a területet a római hadsereg és adminisztráció Gallienusz (254-268) császár idejében adta fel, amikor már a Római Birodalom

keleti határait a kárpok, valamint más, különböző vándor népek, köztük a gótok, élénken támadták (Erdély Története, I. 1986)

Az Olt és a Feketeügy vidékére, amelyet a római hadsereg elhagyott, betörték és letelepedtek a gótok. A hunok először az Olt völgyének megszállásával kerültek Erdélybe. Az egyik hun főúr nyári szállása Brassó környékén lehetett.

A honfoglaló magyarok a Székelyföldön feltehetően egy szláv alapnépességet találnak. A mai Kovászna és Hargita megye területén jelentős számban kerültek elő 10-11. századi, magyar népességre utaló leletek. A háromszéki Árpád-kori emlékek közül a legnagyobb érdeklődést a Zabolán és Petőfalván feltárt 12-13. századi késő Árpádkori temetők váltották ki. (SZÉKELY, 1973.)

Mint ismeretes, Erdélyben az első területi közigazgatási egységek a királyi vármegyék voltak. A királyi vármegyék összefüggő területtel rendelkező, a környező azonos közigazgatási egységtől pontos határokkal elválasztott területek voltak. A megye magában foglalta a területén található különböző birtoktípusok földjeit, éppúgy, mint a rajtuk élő népeket.

A Háromszék területén ismeretes, közigazgatási szempontból különálló szigetek, vagy enklávék, amelyek a székely székek kialakulása után is, Alsó-Fehér megye részeiként mindvégig fennmaradtak, arra engednek következtetni, hogy az erdélyi királyi vármegyék kialakulásának korában Háromszék területén is vármegyrendszer jött létre.

Háromszék a 16. században Sepsiszék, Kézdiszék és Orbaiszék egyesüléséből jött létre. Háromszéken eredetileg 96 község volt. Utólag alakult még, a hajdan besenyők alapította Miklósvárszék.

Az erdélyi fejedelemség megalakulása után a székely társadalom alapvető változásokon ment át. A fiatal állam fenntartása, az államszervezet új struktúrája nagy erőfeszítéseket követelt a székelyektől is. Növekedtek a katonai terhek, ami főként a módosabb birtokosokat és a lófőket sújtotta, a kincstár jövedelmének növelése meg az államháztartás költségeinek fedezése érdekében bevezették a rendes adózást, ami viszont a közszekelyekre nehezedtek. E szokatlanul nehéz időszak a székelyek elszegényedéséhez, majd az el jobbágyosodásához vezetett.

A társadalmi és politikai életben történt átalakulások a 16. század második felében a közszekelyek ellenkezését és szembeszegülő harcát váltották ki szabadságuk és jogaik visszaszerzéséért. Harcuk egyik fő célja az önkormányzatuk visszaállítása volt. Amikor a 17. század elején a székelyek önkormányzati élete újból virágozni kezdett, az már nem a régi székely autonómia volt, hanem egy rendi társadalom önkormányzata, amelyben teljes jogú tevékenységeket csak a nemesi kiváltságokkal rendelkező társadalmi rétegek fejthettek ki. (BICSOK – CZIPRIÁN – KOZMA – SZÉKELY, 2003.)

A Habsburg-uralomnak az Erdélyi Fejedelemségre történt kiterjesztése, a 17–18. század fordulóján, a közigazgatás területén gyökeres változásokat eredményezett. A központi rendeletek, intézkedések az udvarhoz történő egyre szorosabb kötődést, alárendeltséget szolgálták.

A székely székek közigazgatási különállásának felszámolására a 18-19. század folyamán több alkalommal is történt kísérlet. Már II. József reformpolitikája is magába foglalta a közigazgatás megújítását. 1785-ben Erdély területét 11 vármegyére osztották, bekapcsolva ebbe a

szerkezetbe a székely és a szász székeket is. Háromszékkal egyesítették Brassó vidékét és Felső- Fehér megye egyes részeit is.

A kettős katonai és polgári közigazgatási rendszer az 1848-as forradalomig működött. A székelyek az 1848-as szabadságharctól, az osztrákoktól elszennvedett sérelmeik orvoslását és a határország felszámolását várták. Ám a márciusi szabadságharc nem a régi rendszer visszaállítását, hanem a polgári szabadság kivívását tűzte ki célul. A régi székely szabadságjogok visszaállítása már nem felelt volna meg a kor szellemének.

Az 1848-as szabadságharc leverése után a hagyományos közigazgatási rendszereket, így a székely székeket is felszámolták. Erdélyt hat kerületi egységre osztották, Székelyföld nagy része az udvarhelyi kerületbe tartozott.

Ezen új felosztás értelmében, amely 1850-54 között volt érvényben, Háromszék sepsiszentgyörgyi kerületre és 4 al kerületre tagolódott: Gidófalva, Kézdivásárhely, Nagyborosnyó és Nagyajta központtal. A közigazgatási rendszert a centralizmus, és a nagymértékű bürokrácia jellemezte.

1854-ben a közigazgatást az osztrák modell szerint alakítják át. Az erdélyi hat katonai körzetet tovább osztják tíz kerületre és 79 járásra. Sepsiszentgyörgy és Kézdivásárhely a brassói kerület, róluk elnevezett járásainak voltak a központjai.

1861 tavaszán az uralkodó Erdélyben is elrendelte a merev abszolutisztikus belső igazgatás megszüntetését, a megyék, székek önkormányzati alapon való visszaállítását és újrászervezését. Az országrész 10 megyéből, 5 székely és 9 szász székből, 2 szász kerületből, 11 szabad királyi városból és 18 kiváltságos helységről állott.

Az 1867-es kiegyezés után a székely főkirálybírákat és szász ispánt kormányjavaslat alapján a király nevezte ki. A törvényhatóságok önkormányzati jogának egyik alapvető biztosítója, tisztviselőinek szabad választása volt. 1867-től a főkirálybíró kivételével, aki a központi hatalmat képviselte az illető területen, az alkirálybírákat és más vezetőket a közakarat támogatta tisztségük elnyerésében. 1870-ben Háromszék területét hat szolgabírói járásra osztották: Sepsifelső, Sepsialsó, Kézdi-Felső, Kézdi-Alsó, Orbai és Miklósvári járásra.

1877-ben Háromszék megyét hat szolgabírói járásra osztották: Kézdi-Alsójárás Alsócsernáton székhellyel, Kézdi-Felsőjárás Kézdivásárhely központtal, Orbaijárás Kovásznával, Sepsialsójárás Sepsiszentgyörggyel, Feketeügy melletti járás Uzonnal, Miklósvárszéki járás Nagyajtával. Ugyanakkor az országgyűlési választókerületeket is kijelölték: Kézdi választókerület alsócsernátoni székhellyel, Orbai választókerület Kovászna, Sepsifelső választókerület Illyefalva, Miklósvárszéki választókerület Nagyajta központtal.

Az első világháború után Erdély és a többi csatolt területek közigazgatását összhangba kellett hozni a román állam törvényeivel. Ezzel a céllal készült az 1925. június 14-i, a közigazgatás egyesítéséről szóló törvény. Ennek értelmében az országot megyékre, a megyéket járásokra osztották. Egy járás több községből és faluból állt. A megye élére, királyi rendelettel prefektusokat neveztek ki, akik helyi szinten, közigazgatási szempontból a központi hatalmat képviselték. A járások élén a szolgabírók álltak, akiket szintén a központ nevezett ki, a községek élére a polgármestereket a községi tanács választotta. A Székelyföldön nagyrészt megőrizték a korábbi területi felosztást. Háromszék vármegye megközelítően azonos területű maradt.

A kommunista diktatúrák idején, szovjet mintára, több alkalommal is átszervezték a közigazgatást. Az 1950. szeptember 6-án kiadott 5. törvény értelmében, az ország területét tartományokra, rajonokra, városokra és községekre osztották élen a néptanácsokkal. 1968. december 26-án, az 57. törvény megszünteti a tartományi felosztást és visszatér a megyerendszerre. Az egykori történelmi Háromszék a Kovászna megye elnevezést kapja, területe viszont, kevés eltéréssel, megegyezik az egykori Háromszékével.

A megye népességföldrajza

Kovászna megye közigazgatási területét 5 város (melyből kettő megyei jogú város), 34 község és 122 falu alkotja. Az 59,9 lakos/km² népsűrűség az 1992-es népszámlálási adatokhoz viszonyítva (62,9 személy/km²) csökkenő tendenciát mutat, ami Kovászna megye hangsúlyosan vidéki jellegét (Az Európai Unióban, azokat a régiókat, ahol az átlagos népsűrűség nem haladja meg a 120 személy/km² -t, rurális jellegű régiókként tartják nyilván. Az OECD szerint a felső határ még magasabb: 150 személy/km²) jelzi.

A megye össznépessége 222 274 lakos (míg 2002. január 7-én ez a szám 233 256 volt), ebből 111 700 (50,25%) a városi népesség, és 110 574 (49,75%) a falusi népesség.

Összefoglalás

Az 2011-es népszámlálási adatokkal összevetve, megfigyelhető, hogy a városi népesség 52,7%-ról 50,25%-ra csökkent, míg a falusi népesség 47,3%-ról 49,7%-ra emelkedett .

A városi népesség hangsúlyos fogyása (12268 személy) megyénkben egy Kovászna méretű város eltűnésével ér fel.

Ez a nemzetközi tendenciákkal ellenkező folyamat, azaz a városi népesség csökkenése, nemcsak Kovászna megyére jellemző, hanem országos szintű jelenség, ami az ipari szerkezetváltás rovására írható. Országos szinten a városi lakosság aránya 73,8-ról (2002-ben) 73,6,3%-ra csökkent (2011-ben). A népesség vándorlása a városokból a falvak felé, tulajdonképpen az alacsonyabb szintű társadalmi körülmények elfogadását jelenti, cserében a biztonságosabb létfeltételekért.

Az állandó városi népesség 51,9%-a nő, ezért megye szinten is némileg nagyobb a nők száma (50,9%). Ezzel szemben falusi környezetben a férfiak száma magasabb (50,1%): a 34 községből 21-ben a férfiak, és mindössze 13-ban a nők száma a nagyobb.

Bár Kovászna megye népessége, akárcsak az országé általában, az utolsó tíz évben fogy, itt a természetes népmozgás jellemző mutatói országos összefüggésben, nagyon jók.

Így, megyénk az élve születettek részarányát figyelembe véve az országos hatodik helyet foglalja el, a harmadik legkisebb elhalálási mutatóval rendelkezik (Iasi és Suceava megyék után), és ugyancsak a harmadik (Suceava és Vaslui után) a természetes szaporodás mutatói szerint . Örvendetes, hogy ezek a mutatók falvakban is jók: 10. hely az élve születettek aránya szerint, 8. hely az elhalálási ráta, és 6. hely a természetes szaporodás rátája szerint.

Nemzetiségi hovatartozás szerint, Kovászna megye népességének többsége (164 055 személy, az össznépesség 73,8%-a) magyar nemzetiségű. Az utolsó tíz évben a magyar nemzetiségűek száma 11 447-tel, azaz 6,5 százalékkal csökkent. A román nemzetiségű népesség száma 51 655,

a megye állandó népességének a 23,2 százaléka. A 2002-es népszámlálási adatokkal összevetve, a román nemzetiségűek száma 2 921-gyel, azaz 5,4 százalékkal csökkent. A két népszámlálás között jelentősen nőtt – 2641-ről 6022-re – a cigány népesség száma, ami ma már a megye össznépségének 2,7 százalékát jelenti.

Mindegyik szóránymegyében a magyarok csökkenésének aránya 2011-ben nagyobb 2002-höz képest, mint 2002-ben 1992-höz képest, különösen ott ahol a magyarok aránya 5% alatt volt már 2002-ben.(Krássó Szörény, Hunyad, Szeben megyékben)

A hivatalos nyilvántartások szerint a kivándorlási arány is magas. A magyarság csökkenésének mértéke 2011-ben a korábbi népszámláláshoz képest, csak 1% nagyobb mint Románia állandó népességszámának csökkenése.

Végül a népszámlálási adatok egy néhány ezerrel módosíthatják a magyarok lélekszámát.

Bibliográfia

1. ALFÖLDI, András (1929-30):A gót mozgalom és Dácia feladása. Egyetemes és Philológiai Közlöny,
2. BÁNYAI, János (1938): A Székelyföld természeti kincsei és csodás ritkaságai, Székelyudvarhely
3. BICSOK, Zoltán.–CZIPRIÁN-Kovács Lóránd.–KOZMA Csaba–SZÉKELY, Zsolt. (2003): Erdély közigazgatás-története, ASPSA, Sepsiszentgyörgy, 4-6 p.
4. CSEREI, Zoltán – JÓZSEF Álmos. (1999):Sepsiszentgyörgy története, Médium 1-18 p.
5. CSÍKMADARASI BOGÁTS Dénes 2000: Sepsiszentgyörgy története. Háromszéki boszorkányok; Az első székely huszárezred. Sepsiszentgyörgy, Albert Kiadó.
6. ERDÉLY TÖRTÉNETE,(1986), (szerk. Köpeczi Béla) I. Budapest, 136. old
7. SZÉKELY Zoltán (1943):A komollói erődített római tábor, Kolozsvár 29 p
8. SZÉKELY, Zoltán (1970): Date referitoare la cucerirea sud-estului Transilvaniei de către romani și persistența elementului dacic, Cumidava, IV, Brassó, 49-57. p.
9. SZÉKELY Zoltán (1973): Korai középkori temetők Délkelet-Erdélyben, In: Korunk Évkönyv, 6-7 p
10. DUMITRU, TUDOR (1957) Răscoale și atacuri „Barbare” în Dacia Romană, Bukarest, 9-10 p.
11. MIHAI, - PANAITÉ,(1987): Geografia României
12. VINCZE M., (2000): Régió és vidékfejlesztés

A GLOBALIZÁCIÓ HATÁSA MEZŐGAZDASÁGI VÁLLALATOK DÖNTÉSI FOLYAMATAIRA
IMPACTS OF GLOBALIZATION IN THE DECISION MAKING PROCESS OF AGRICULTURAL ENTERPRISES

István Fehér¹, Nikolett Mihály²

¹Emeritus Professor, ²PhD

Szent István University, Faculty of Economics and Social Sciences

E-mail: Fehér.Istvan@gtk.szie.hu, Mihaly.Nikolett@gtk.szie.hu,

Összefoglalás

A tanulmány magyar mezőgazdasági vállalkozások körében vizsgálja, hogy miként hat a globalizáció a vetőmagok kiválasztásának döntési folyamatára. Először az objektív hatásokat és azok következményeit elemezzük a hazai mezőgazdasági szektorban. Ezt követően pedig azokra a döntésekben előforduló tipikus "heurisztikákra" fókuszálunk, melyeket a gazdák a vetőmag kiválasztás során alkalmaznak. Az emberek jellemzően akkor használnak heurisztikákat, amikor bizonytalan helyzetben vannak, és megpróbálnak valószínűségeket és gyakoriságokat bejósolni.

Abstract

The study focuses on the impacts of globalization on the decision making process of choosing seeds in some of the Hungarian agricultural enterprises. First of all, we analyze the objective effects and their general consequences in the Hungarian agricultural sector. Then we concentrate on the typical "heuristics" in the decision making process when the owners choose seed products. Heuristics are used when people are in uncertain situations and they judge probability and frequency.

Kulcsszavak: Globalizáció, Mezőgazdaság, Kereskedelem, Heurisztikák

Key words: Globalization, Agriculture, Selling, Heuristics

JEL besorolás / JEL Classification: Q13

LCC: S539.5-542.3; H1-99

Introduction

In the following sections we briefly show how globalization affects the agricultural sector in Hungary and what kind of changes happened in seed selling. After that we shift to the personal level focusing on the cognitive decision making processes. Our idea is that heuristics change the owners' perception of their opportunities and views connected with the seed market.

How globalization affects the agricultural sector in Hungary

There is an increasing demand to fulfill sustainability agriculture. International agreements and obligations react on the climate change and soil degradation. The greening process of the European Common Agricultural Policy also gains ground. Farmers receiving the EU payments have the opportunity to produce any goods on their land but they are obliged to keep their land in good agricultural and environmental condition. Farmers have to respect environmental, food

safety, phytosanitary and animal welfare standards. There is fine if farmers do not meet these standards; in this case their payment will be reduced. Recently the main focus is on biodiversity, water management system and environmental friendly agricultural food production. An increase in organic farming development and a decreasing loss in the food product chains can be seen nowadays. (Hungarian Statistical Yearbook, 2015)

There are mushrooming trends in the application of information technology and network building. It makes it easier to get information and change information between people; adaptation for continuous changes is crucial. Naturally it is connected with the increasing demand to achieve the up to date market information. Price volatility is more hectic so the internet significance and the number of agricultural applications is also increasing. Using IT equipment changes the advisor's work style and methods. There is a significant demand to assist farmers in the knowledge transfer methods and information technologies. The institutions and their functions connected with agriculture (e.g. government institutions) are modernized consciously.

Agricultural sales in Hungary

The natural endowments of the country are specially favorable from the point of view of agricultural production and selling. As a result of terrain conditions, climatic factors and extremely fertile soils, agriculture has developed to reach high standards in Hungary. The proportion of agricultural areas, including arable land, in particular, is high even in an international comparison. Fifty seven per cent of the 9.3 million-hectare area of the country is cultivated for agricultural purposes. The most important types of land use include arable land that takes up about four fifth of total agricultural areas, and grasslands representing 14%. (Hungarian Statistical Yearbook, 2015) Traditionally, agriculture and the food sector have played a significant role in the national economy of Hungary. The agri-food sector has decreased in the macroeconomic indices in the past two decades tallying with international tendencies.

About half of the agricultural area is cultivated by individual farms and nearly 40 per cent by business organization. The average property size is 5.4 hectares, which is 308 hectares in the case of business organization. The property structure is dual, with the presence of small farms in parallel with a small number of large farms that use a considerable part of agricultural areas. Ninety per cent of farms are below 10 hectares. (Hungarian Statistical Yearbook, 2015)

After the regime change (1989) the agricultural sector has had a huge change in the concentration of input supply systems. There is a strong oligopolistic market competition, multinational and national enterprises are also on the market. The demand of complete packaging is significant mainly in the input supply products there is a significant demand for complex integration process as a service towards smaller and medium-sized producers. Generally this packaging consists of free of charge services (advice, quality control etc.) and physical services for money (crop and harvest). The input supply is led by the bigger owners and dealers. Which seed is chosen depends on the owners' experience in the previous year, the dealer's marketing activities and communication between the farmers. The small owners rebuy the successful seeds and do not deal with the newly innovated opportunities.

The seller has to build up contact and visit every farm where he/she wants to sell. Each farm, each operation, each individual in the decision making process is different. It is worth knowing the owners buying styles, what they like and dislike, what they want to do by keeping the

customers focused on the specific benefits of the product. The value of the product that the customer perceives is the result of their past experience, their current goals and their hopes for the future as well as the salesperson's attitude. Customers look for a salesperson who is organized, very professional and who understands their business, while at same time can empathize and relate to them at the personal level. Selling should not be viewed as something you learn once. It is a constant evolution. The industry changes, the product changes, the competition changes, the regulation changes-they all affect the ability to sell and the way in which the dealer will sell. Continuing education or training is critical that feeds creativity. Sellers have got to understand what the customer might be thinking and feeling about purchasing an item. Selling in agriculture means solving problems and uncovering opportunities by helping your customer select and use products and services that meet business goals.

“The heart of the salesperson's job is to put the potential value of the company's products and services to work in a customer business- and in the process to create real value for that customer.” The following series of steps and associated skills can be found in the selling process:

- prioritizing and prospecting
- selling strategy and call plans for top accounts
- building a relationship with selected accounts
- uncovering account needs, opportunities and values
- presenting a solution or value bundle that account needs
- answering questions and overcoming objections
- closing the sale
- following up to ensure satisfaction

(Downey et al., 1983)

Distributors get products from manufacturers and re-sell or distribute them to local retail businesses and large producer customers. As we see later, they are really different in the buying style and thinking. But first of all let us see what kind of typical buyers are according to their buying style following Downey et al (1983)'s categorization.

Relationship buyer

She/he has been involved in a local farm supply organization for years and purchases inputs only from that business. She/he expects the salesperson to be a trusted confident, a friendly, dependable buddy who looks out for her/his best interest. They look for regular contact with the salesperson. They trust information sources they know -friends, neighbors etc.. They think their salesperson gives them a good and fair recommendation.

Economic Buyer

They are interested in product or service cost and carefully look at the service/ product they purchase. They are competitive and often want the cheapest price possible. They are not particularly interested in service and would rather rely on their own information sources. They often make buying decision on factual product attributes without spending time and effort on in-depth analysis.

The Business Buyer

The business buyer looks beyond costs and elements of the relationship. They synthesize the dominant motivations of economics and relationships. They often do research alone on the products. He or she can look for trials, objective research by various institutions, trade press and trusted experts or scientists. Relationship with them can be built on profitable results.

Connecting with these three types, we can also separate the buyers according to the buying situations. “*New task buying*” happens when a brand new solution requires thoughts, calculation and speculation, it motivates the customer to seek the salesperson. “*Modified Rebuy*” happens when the customer has some experience in the solution but has become dissatisfied and is now looking for something new or more suitable. “*Straight Rebuy*” takes place when we buy standard items from the same vendor regularly.

But not only is the quality of manufacturer, distributor retailer/dealer and buyer attitude and personality but also “framing” important when the owners buy a new product. Framing consists of two processes: the five steps of the buying process and how the new knowledge and innovation opportunities have been used. Let us see these two cognitive processes and then the heuristics which can modify the rationale in the decision making process.

Rationalization of the decision process in the input buying activities and heuristics

There are different types of farmers using new knowledge in the input buying decision. The *innovators* are risk takers and keep in touch with the new opportunities, mostly they are extrovert and extensively read in general. They could also be the “*early adopters*” who first adopt a new process or product. They can learn fast from the success and failures and they enjoy high social status. The “*late adopters*” are conservative and mostly rely on neighbors and friends but are afraid to take a new step in their field. Like the “*laggards*” who are the least progressive and maybe the less educated.

The decision process consists of five steps according to most marketing models: need recognition; information search; examining alternatives; choice; post purchase evaluation. According to another theory: exposure to the products or services, attention, perception, learning and attitude toward the product or services, purchase. There are several cognitive research in this process, many perspectives and frames on consumer decision making have been considered including the ‘value perspective’, the ‘information processing perspective’, the ‘emotional perspective’ and ‘cue utilization theory’. But this introduction does not deal with them. (Hansen, 2005)

We agree that consumers do not use their cognitive and affective skills independently, rather, they affect each other and rationalization processes modify the rational decision processes. In that case “rational” means careful and wide search for information and choose the option giving the biggest utility in terms of money. E.g. before an owner chooses seeds they analyze the written and electronic news about the optional species or hybrids, communicate with professionals and dealers, take notices of last years’ experience, further outlook and the quality of his/her soil. Rationalization/justification means that the owner does not take these steps and is disappointed with the achievements and wants to show more than she/he did for the best choice. The justification rate depends on the earlier discussed sale procedure, personality, external circumstances and “shortcuts”.

External circumstances could be e.g. the size of the field or the farmer's experience. Where the risks are bigger (e.g. the "living" depends on it, or in a bigger owner's case) the information search is more well-established. (Smaller farmers do not search for information because they think it is not worth spending time, mostly they follow the best or farmers' attitudes in the given region.) The success of this process also depends on the size of the market, the power of the opinion leaders and the cognitive skills of the buyer. We will not discuss them in details. Instead, let us see the typical shortcuts raising the role of heuristics.

Heuristics in the owner's thinking

The current direction of social cognition leads us to believe that people usually take shortcuts (out of necessity) when understanding the world. Heuristics are mental shortcuts, rules of thumb when we make decisions. In most cases we do it due to lack of time for full processing, we are overloaded by information, when the issues are not important and when we have little solid information to use in decision making. Kahneman and Tversky (1974) differentiated between three main kinds of heuristics: 1. Representative heuristic; 2. Availability heuristic; 3. Adjustment and anchoring heuristic.

In the *representative* heuristic the focus is on the similarity of one object to another to infer that the first object acts like the second. The basis is the stereotyping process. "Many of the probabilistic questions with which people are concerned belong to one of the following types: What is the probability that object A belongs to class B? What is the probability that A originates from process B? What is the probability that process B will generate event A?" (Tversky and Kahneman, 1974, 2p). E.g. all expensive wines must be good or "Foods with goofy, childish labels cannot be nutritious" (Consumer Reports research).

The "*availability heuristic*" judgments are based upon how easy it is for us to bring specific examples to mind. "There are situations in which people assess the frequency of a class or the probability of an event with which instances or occurrences can be brought to mind." (Tversky and Kahneman, 1974, 5p) E.g., death by shark attack vs. falling airplane parts – the last one is more common.

In the "adjustment and anchoring heuristic" what is "true" is based upon your feelings for things." In many situations, people make estimates by starting from an initial value that is adjusted to yield the final answer. This is, different starting points yield different estimates, which are biased toward the initial values. We call this phenomenon anchoring (Tversky and Kahneman, 1974, 5p) e.g., to assume that President's plan is bad because you do not like him. In this circle there is an interesting phenomenon the "Halo Effect" or "False Consensus Effect" in which general impression influences all our ratings E.g. if somebody is beautiful we ascribe more positive features –he or she also kind and tight etc. False Consensus Effect: Assumption that others are like what we like (we overestimate reality).

Research

Our research is based on telephone interviews and collected experience during the field visits. The number of the subjects: 12 farmers from East Hungary and South Transdanubia aged 24-68; 11 men, 1 woman. mainly small farmers (2-40 hectare), one person has more than 100 ha, and one who has more than 1000 ha. They have mainly crops- corn, wheat, sunflower, colza, barley. It can be sad generally, that the interviewees were really open, helpful and seemed honest. The

interview questions were separated into three parts according to the following topics: globalization, decision and personal features. The key questions were the following.

- Have your purchase of seeds changed in the last 10 years? If so, how?
- What are the advantages / disadvantages of the new buying seeds system?
- What decides which breed to choose on the basis of information sources?
- Is there a community that actively supports decision-making?
- What factors influence other agricultural decisions?
- What information would we need for better choices?

According to the answers we could separate two bigger, well characterized groups: the smaller farmers and the bigger farmers.

Smaller farmers are less informed and have limited professional relationships. They get information mainly from the journals, internet and neighborhood farmers. They have wrong experience in the service processes. The seed choice is determined by the own experiences, unwritten traditions and offers from the dealers. They are in the „Modified Rebuy” category where the customer has some experience with the solution but has become dissatisfied and looks for something new or different. E.g. “If something is good, then I am not used to hurt, it is primarily determined by the distributor selection”. The smallest farmer was a typical “laggard” who said: “We take corn for ourselves. Once purchased, French maize was particularly good, but we did not go after it, that would be like one more into account”.

Naturally, the *bigger farmers*’ decision process is more complex. There are several influencing facts like other advantages which are offered by dealers; the achievements of “try crops experiments” etc.. Who are less satisfied (e.g. due to poor soil quality) have problems with the dealers and are more pessimistic about the future. The big sellers deal mainly with the bigger farmers (over 70 hectare). They are in the „early adapters” group. Based on quick diagnosis, the information technologies are used slightly in the bigger farms. Only the bigger ones have better knowledge transfer ability and acceptable higher qualification. There was only one farmer who had more than 1000. His attitudes, well-informed personality and his optimism is quite different from the other respondents.

Globalization affects the seed market purely marked in most of the answers. There was only one exception: “Instead of grains and leguminous plants we buy. But the whole legislation is so "dumb" that I have had enough of it.... “*Plant variety*” is bullshit”. Interestingly (and sadly), there was one farmer (20 hectare) who did not detect any change in seed sales in the last 10 years. The knowledge transfer in small sizes farms has backlogs, community activation is almost fully missing in Hungary; it seemed to us that the power of opinion leaders is growing at a local level.

The most visible distortions are found in the “availability” and “adjustment/anchoring” heuristics. Typical “anchoring” heuristics is that the farmers who are generally pessimistic due to the bad weather or the size of their field are inclined to generalize that feeling to other areas. E.g. one of the smaller farmers (12 hectare) said that he did not have relationship with the farmers’ club or organizations (“maybe not worth it...”) and “the bigger can expand more”. Another one: “I do not trust so much in the blogs. Everyone likes to praise his own horse. The farmers may have more to say about what is used. Perhaps, that is not so good. (In that case also “cognitive dissonance” can be recognized: once you have bought it, it must be good. It is self-justification.)

There is the typical dissatisfaction with distributors, which also has a distortive adjustment heuristic effect. E.g. “It is a slow extra service if they do what they promise... then the late shipping of the seed causes significant crop losses. Or I bought grass seed, and it was pure garbage. But I have a bill account ...” This farmer flatly declared that the distributors are lying and the entire seed sales system is faulty..

Summary

In modern agriculture, in the developed countries in particular, attention is focused on the positive and negative externalities of agricultural production. On the one hand, the reason is that environmental pressure (soil, water and air pollution), as a consequence of intensive production, became measurable, while social tensions (rising unemployment, deepening of income disparities) have increased as a result of the slowdown in earlier economic growth rates and especially today's crisis.

Our results showed that agriculture is a business today where this year's decisions always impact next year's potential. Agricultural input uses are part of that environment. When the input transaction is prepared, it is not an end of a process, customers and salespeople can take it together.

As a number of big and financially strong farmers is increasing, input suppliers intensify their contacts with farmers as end-users. Based on the farmers' survey, the effects of globalization on the seed market were purely marked in most of the answers but the bigger farmers' decision making process is more complex, though. The most visible distortions in rationalization are “availability” and “adjustment/anchoring” heuristics.

The farming system must undergo revolutionary changes. Sustainability should form an integral part of the adjusted agricultural policy. The alteration of basic principles should be carried out in a way that the environmental, economic and social aspects of sustainability contributing both to environmental values and competitiveness are brought into focus. New rural and agricultural policies need to be more tailor-made based on production and financial capacity including a different production mix. That is, they need to offer in all types of farms and all size-categories the opportunity to develop and modernize further to be able to increase their competitiveness. They also have to offer special opportunities expressly to (young) and qualified people who want to start a farm and can adapt the innovation. In order to protect this inclusiveness (which should be considered as an expression of democracy), the rise of mega-farms needs to be halted since they threaten and push family farms out of the market and move farming further away from meeting the public objectives.

In order to achieve these objectives CAP needs to radically alter the interrelation of its Pillar 1 and Pillar 2. It needs to move from juxtaposing these two elements to an integration of Pillar 1 within the wider framework of Pillar 2.

References

1. Beke J. - Fehér I. (2012): The criteria system of sustainable agriculture. In: Fehér I. (szerk): In the two sides of Danube. Szent István University Gödöllő 106-122.p.
2. Beke J. (2011): The criteria and the results of sustainable agriculture in Denmark and in Hungary. Thesis, Szent Istvan University, Gödöllő

3. [Downey D. W.](#), [Holschuh, M.](#), Jackson M. A., 1983, *Agriselling Principles and Practices*, [Doane Llc](#).
4. Fehér I. - Madarász I. (2008): Hungarian land ownership patterns and possible future solutions according to the stakeholders' view. *Bulletin of the Szent Istvan University*, 495-503.p.
5. Hansen T. (2005): Perspectives on consumer decision making: an integrated approach. *Journal of Consumer Behaviour*. Vol. 4. Issue 6. 420-437. p.
6. Hungarian Statistical Yearbook, 2015 (KSH statisztikai évkönyv 2014-2015.)
7. Tversky A. - Kahneman D. (1974): Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases *Science*. New Series, Vol. 185, No. 4157. 1124-1131. p.