

Eszes Dorottya

A kínai pénzügyi intézményrendszer hozzájárulása a Belt and Road program finanszírozásához

ABSZTRAKT

Jelenleg egy nagyhatalmi átrendeződésnek lehetünk tanúi, az egypólusú világ több pólusúvá válik. Az egyik új pólus Kína, mely a 90-es évektől tartó gazdasági fejlődésnek és folyamatos átalakulásnak köszönheti felemelkedését. Hogy ezt a szerepét megszilárdítsa, az ország elindította a Belt and Road programot, mely a résztvevő országok közötti politikai, gazdasági és személyközi kapcsolatokat hivatott erősíteni. A programhoz kapcsolódó infrastrukturális és energetikai fejlesztések mérete és költsége történelmi távlatban is kiemelkedő. A kivitelezés finanszírozási igénye mellett megjelenik a renminbi tranzakciók könnyebb lebonyolítása, valamint a kivitelező és egyéb nemzetközi kínai cégek pénzügyeinek könnyebb intézése iránti igény is. A tanulmány bemutatja, hogyan járul hozzá a kínai pénzügyi rendszer a Belt and Road program finanszírozásához valamint milyen pénzügyi eszközöket használ fel ehhez.

ABSTRACT

Currently, we are witnessing a major rearrangement of power, the unipolar world becomes more polar. One of the new poles is China, which owes its rise to economic development and continuous transformation since the 1990s. To consolidate this role, the country launched the Belt and Road program, which aims to strengthen political, economic and interpersonal relations between the participating countries. The size and cost of the infrastructure and energy developments related to the program are also outstanding from a historical perspective. In addition to the need for financing for construction, there is also a need for easier execution of renminbi transactions and easier financial transactions of the partners and international Chinese companies. The paper shows how the Chinese financial system contributes to the financing of the Belt and Road program and what financial instruments it uses to do so.

Kulcsszavak: Kína, Belt and Road, gazdasági modell, finanszírozás

Keywords: China, Belt and Road, economic model, funding

BEVEZETÉS

A geopolitikai célok elérésében egyre kisebb szerep jut a katonai erőnek, az országok egyre inkább fordulnak gazdasági és pénzügyi eszközökhöz. Ilyenek lehetnek a kereskedelmi egyezségek, import termékekkel szembeni szabályozások, kereskedelmi szankciók. A nagyhatalmi célok eszközei között kiemelkedő szerepe van a világpénz funkciónak, ugyanis ebben a devizában tartalékolnak az országok jegybankjai, ez a nemzetközi elszámolások alapja és ebben a devizában bonyolítják a világkereskedelemhez kapcsolódó tranzakciókat is. Az egyik legegyszerűbb eszköz az árfolyam politika, mellyel a nemzetközi kereskedelmet lehet befolyásolni. Ezt felhasználva „valutaháborúk” alakulhatnak ki, amikor több ország, a saját exportját élénkítendő, a versenytársak devizaárfolyama alá gyengíti a sajátját. Kifinomultabb és kevésbé bizonyítható eszközként, a pénzügyi rendszer globalizációjának köszönhetően, az országok felhasználhatják a nemzetközi pénzügyi rendszert is geopolitikai céljaik eléréséhez.

A korábban az alulértékelt renminbire és olcsó munkaerőre épülő gazdaságpolitika a 2008-as válság hatásaként és a munkabérek növekedése miatt kihívásoknak nézett elébe. A kínai gazdasági növekedés lassult, ugyanakkor az ország sikeresen állt át egy magasabb hozzáadott értéken és fogyasztáson alapuló növekedési pályára. Ezt az átállást is elősegíti a Belt and Road program, ugyanis a geopolitikai célok elérése mellett a feleslegessé vált ipari kapacitásokat Kínán kívül köti le (LOSONCZ, M. 2017).

A program keretében kialakul az Új Selyemút Gazdasági Övezet, mely a résztvevő országok Kínával való gazdasági együttműködését és kereskedelmét élénkíti. Magyarország és a kelet-közép-európai régió szempontjából sem elhanyagolhatóak Kína törekvései. A régióban a Selyemúttal kapcsolatos törekvések a 16+1 együttműködés keretében valósulnak meg, erre Kínának azért volt szüksége, mert csak a kelet-közép-európai országokon keresztül érheti el fizikailag az Európai Uniót. Magyarország része az együttműködésnek, ugyanis az új Selyemút várhatóan két irányból is keresztül halad majd rajtunk. Ezek közül a Tengeri Selyemút már jelenleg is működik, viszont további fejlesztések várhatóak a szállítás idejének csökkentésére. Ez a vonal a Pireuszi kikötőnél éri el Európát, a szállítmányt innen vasút viszi tovább Nyugat-Európa irányába Belgrádon és Budapesten keresztül. A másik vonal 2030-ra valósul meg teljesen (HUG, 2016), ez a Közép-Ázsia Nyugat-Ázsia Gazdasági Folyosó. A közép-ázsiai államok mellett érinti Iránt és Törökországot is.

A Belt and Road programmal összehasonlítható volumenű infrastrukturális fejlesztés a második világháború utáni Európai Újjáépítési Program volt (Marshall-terv). A program az eredeti célkitűzés szerint a gazdaság élénkítését és Európa újjáépítését szolgálta (THAKKAR, A. ET AL. 2012). 1948-1952-ig, négy év alatt összesen 13 milliárd dollár értékben nyújtott az Amerikai Egyesült Államok a program keretei között pénzügyi segítséget európai országok számára adomány vagy hitel formájában (BORDO, M. D. ET AL. 1993). Ez ugyan a Belt and Road program volumenéhez képest elenyészőnek tűnhet, azonban jelenlegi értéken 133 milliárd dollár lenne. Ahhoz, hogy ez az összeg célba jusson, szükség volt a meglévő pénzügyi közvetítőrendszer közreműködésére és új intézményekre is. A finanszírozás bonyolításában így részt vettek a frissen létrejött Világbank Csoport intézményei is.

Multilaterális fejlesztési bankok mellett a nagyszabású nemzetközi programok esetében kiemelt jelentőséggel bírnak azok az intézmények és intézkedések, melyek az irányító ország számára kedvező monetáris kondíciókat hivatottak létrehozni, illetve működtetni. A második világháború után

a dollár nemzetközi elszámolását nemzetközi szervezetek segítették, melyek közül a legfontosabb a Nemzetközi Monetáris Alap. De jó példa lehet az eurozóna létrehozása a közös monetáris hatósággal, az Európai Központi Bankkal is. Kína Belt and Roadhoz kapcsolódó érdeke a renminbi szerepének növelése, azonban nagy nemzetközi intézmények helyett az elszámolást bilaterális megállapodások, valamint renminbi elszámolóközpontok segítik világszerte.

Multilaterális fejlesztési banki tagsággal Kína többel is rendelkezett, azonban a növekedési pályaváltás és geopolitikai céljainak finanszírozása új intézmények létrehozását és a meglévő intézmények felhasználását kívánta meg tőle. A frissen létrejött Ázsiai Infrastrukturális Befektetési Bankban (AIIB) a tőke közel egyharmadát Kína szolgáltatja, így szavazati súlya is kellően nagy ahhoz, hogy saját geopolitikai céljainak megvalósítására használja fel. Azonban a Belt and Road finanszírozási igényét egy ilyen fejlesztési bank nem tudja kiszolgálni (GARCÍA-HERRERO, A. 2017), így Kína a korábban alapított pénzintézeteit is felhasználja.

A tanulmány célja annak bemutatása a szakirodalom és adatbázisok elemzésével, hogy a kínai pénzügyi intézményrendszer hogyan járul hozzá a Belt and Road program finanszírozásához. Első lépésként bemutatja, hogy milyen jellegű és mely szektorokat érintő finanszírozási igények lépnek fel a programmal kapcsolatban, majd azt is, hogy ezt a kínai pénzügyi intézményrendszer mely szereplői és milyen módon elégítik ki. Ennek megválaszolásához a szakirodalom, adatbázisok és dokumentumok elemzésére támaszkodik.

A tanulmány második fejezete bemutatja, milyen gazdasági folyamatok állnak a Belt and Road háttérben, valamint röviden összefoglalja a program főbb elemeit. A harmadik fejezet bemutatja a kínai pénzügyi intézmények anyagi hozzájárulását a Belt and Road program megvalósításához, valamint az ahhoz kapcsolódó pénzügyi infrastruktúra jelentősebb elemeit. A program finanszírozásával szorosan összefügg a renminbi nemzetközi szerepe is, így a fejezet kitér ennek megvalósítására és intézményi háttérére is.

BELT AND ROAD PROGRAM BEMUTATÁSA

A program gazdasági háttere

Az Amerikai Egyesült Államok (USA) a második világháború óta vezető szerepet tölt be politikai, gazdasági és hadászati szempontból is. Ez a hegemonia azonban a 2008-as válság óta megtörni látszik. Ugyan a legjelentősebb szereplő még mindig az USA, ellenpólusként megjelent Oroszország és Kína is, így a világ politikai értelemben hárompólusúvá vált. Gazdasági szempontokat is figyelembe véve a három pólus az Amerikai Egyesült Államok, Kína és Európa lenne, ugyanakkor Oroszország szerepe a globális politikában jelentősebb, mint Európáé. A nagyhatalmak egymás közötti versenyében a gazdasági, pénzügyi és hadi eszközök mellett kiemelkedő jelentőséggel bírnak a szövetségesek is, ugyanis rajtuk keresztül növelhető a központi nagyhatalom ereje is.

Kína gazdasági felemelkedése szoros összefüggést mutat a többi nagyhatalmi szereplőt érintő gazdasági és pénzügyi eseményekkel. A fejletlen Kína a 90-es években még bővelkedett olcsó munkaerőben, így a nemzetközi nagyvállalatok a termelés kihelyezésével növelhették profitjukat. Ekkor indult meg a kínai gazdaság liberalizációja, ami a 90-es években felgyorsult. Kína gazdasága és társadalma jelentős fejlődésen ment keresztül, a lakosság jóléte nőtt, nagy ipari városok jöttek létre,

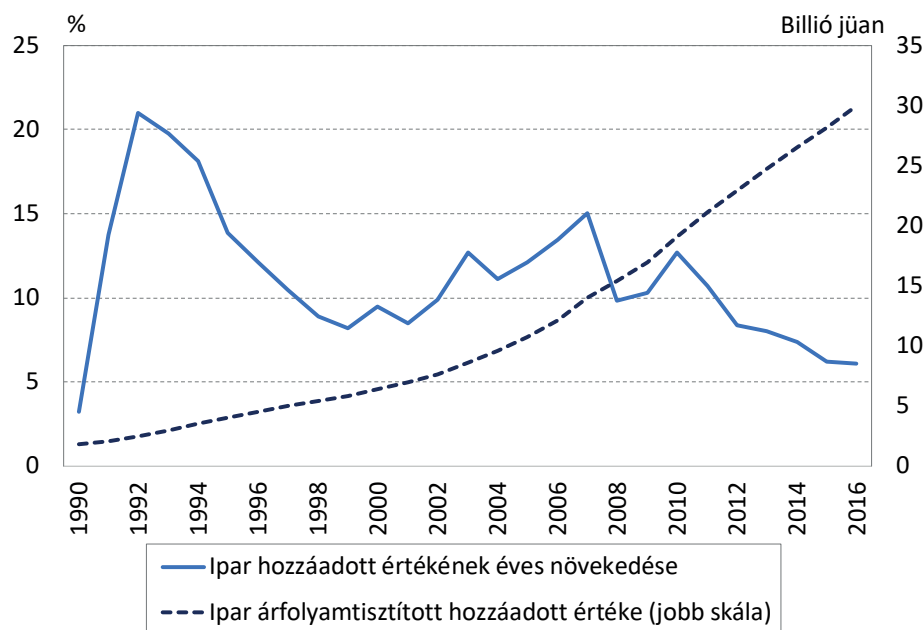
melyek elszívták a munkaerőt vidékről. Mivel a világpénz funkciót a dollár látta és látja is el, valamint a kínai termékekért az USA vagy dollárban vagy dollár államkötvényben fizetett, Kína amerikai államkötvény állománya jelentős mértékben megemelkedett. Így egy olyan egyensúlytalan helyzet alakult ki, melyben Kína ugyan fejlődött, de amellett, hogy az Egyesült Államokat finanszírozta, az amerikai vállalatok profitabilitását is javította (KÜRTHY, G. 2012).

A 2000-es években ez a helyzet a válság hatására megváltozott. Az Amerikai Egyesült Államok pénzügyi szerepe továbbra is kiemelkedő, azonban relatív jelentősége a 2008-as válság óta gyengül. Emellett a dollár tartalékdeviza szerepe az Amerikai Egyesült Államok gazdasági súlyának csökkenésével párhuzamosan folyamatosan gyengül (CAMPANELLA, M. 2014). Míg az Egyesült Államok és Európa hitelválsággal küzdött, addig Kínában a belföldi hitelezés számára továbbra is volt még tér, így a válság nem érintette súlyosan. Azonban egyértelművé vált, hogy a döntően dollárból álló devizatartalékok differenciálása és csökkentése szükséges. Korábban Kína a jüan árfolyamát mesterségesen, dollár vásárlással alacsonyan tartotta, ami javította külkereskedelmi mérlegét. A pénzügyi válság miatt befagyott pénzügyi piacokon Kína kereskedelmi partnerei nem jutottak kellő mennyiségű dollárhoz, így Kína felismerte, hogy csökkentenie kell dollárfüggőségét. Ezt a renminbi liberalizálásával teheti meg, tehát az árfolyam mesterségesen alacsonyan tartása a továbbiakban nem volt lehetséges. Az új irány szerint a renminbi szerepét a nemzetközi kereskedelemben növelni kell, és a liberalizáció miatt kieső külkereskedelmi mérleg többletet pótolni szükséges.

Kína gazdasági átalakulása jól nyomon követhető a termelés hozzáadott értékén keresztül. Az ipari termelés hozzáadott értékének növekedése alacsony bázisról indult, az árfolyamhatásoktól megtisztítva az állományi érték a 90-es évektől emelkedett jelentősen. Ennek háttérében az alapvetően mezőgazdaságból élő ország iparosítása állt. A 90-es évek végére Kína lett a világ összeszerelő üzeme. Az alacsony hozzáadott értékű terméket az ország kis árréssel tudta külföldre értékesíteni, de a nagy mennyiségnek és az alacsony termelési költségeknek köszönhetően még így is jelentős profitot jelentett a kínai vállalkozásoknak. Azonban ez a profit az alacsony árrés miatt erősen függött a kínai árfolyampolitikától is, egyfajta gátat szabva a renminbi árfolyamemelkedésének.

A válság óta a hozzáadott érték emelkedésének üteme csökken (1. ábra). A bérek növekedése mellett az energia és a tőke költsége is jelentősen megdrágította a termelést. A válság igaz, hogy enyhébben, de érintette a kínai gazdaságot is, ami hatására a termelés visszaesett és felesleges gyártókapacitások alakultak ki, aminek a fenntartása szintén költséges. A harmadik probléma, hogy a kínai vállalatok több esetben is külföldi know-how alapján termelnek, a core tevékenységek Kínán kívül találhatóak. A Belt and Road program a nemzetközi tudományos és kutatási kapcsolatok erősítésével segítheti a kínai kutatás fejlesztést is.

1. ábra: Kínai ipar hozzáadott értéke
Figure 1: Added value of Chinese industry



Forrás/Source: Világbank¹, saját szerkesztés / World Bank, edited by the author

Belt and Road program

A gazdasági növekedést a nagyhatalmi pozíció elérése és gazdaságának átalakulása miatt új alapokra kellett Kínának helyeznie. A korábban munkaerő intenzív termelés a bérek növekedése miatt nem fenntartható. A kínai lakosság jóléte növekedett, így komoly igény jelentkezett a lakosság részéről az importra is. A 2008-as pénzügyi válság hatására fel kellett gyorsítani a jüan liberalizációját, így az alacsony árfolyam többé nem segítette az exportot. Mindezek hatására a külkereskedelmi mérleg pozitívuma csökkenni kezdett, amit Kínának kezelnie kell. Az ország gazdasága vásárlóerő paritáson immár a világ legnagyobb gazdasága, így energiaigénye is nagy mértékben megnőtt. A program egyik titkolt hozadéka a túltelített kínai építőipar ellátása munkával (POLYÁK-SIMIGH, F. 2016)

Ezeket a problémákat kezelendő, 2013-ban a Xi Jinping kínai elnök bejelentette a Selyemút Gazdasági Övezet és a 21. századi Tengeri Selyemút programokat. A projekt célja egy olyan gazdasági övezet létrehozása egy-két évtizeden belül, ami újra rendezi Kína ázsiai, európai és afrikai kapcsolatrendszerét. A programhoz már 72 ország csatlakozott, de tágabban értelmezve egy globális programról beszélhetünk. A projekt neve később az One Belt One Road-ra módosult. Majd, mivel több útról van szó a Belt and Road-ra változtatták. Összesen hat szárazföldi és egy tengeri gazdasági folyosó kialakítását tűzte ki a kínai állam célul.

Az Új Eurázsiai Földhíd Gazdasági Folyosó 2014-ben kezdte meg egyelőre szakaszos működését, Moszkvát érintve északon érkezik meg Európába. A Kína-Mongólia-Oroszország Gazdasági Folyosó az észak-kínai területek kapcsolatát élénkítené Moszkvával. A Kínai-Pakisztáni Gazdasági Folyosó elsősorban a pakisztáni kikötők elérését szolgálja, innen tengeri úton halad az áru tovább a Szezi csa-

¹ <https://data.worldbank.org/indicator/NV.IND.TOTL.KN>

tornán keresztül a pireuszi kikötőbe. A Kína-Indokínai-félsziget és a Banglades-Kína-India-Mianmar Gazdasági Folyosó a régió társadalmi és gazdasági együttműködésének alapját képezi, valamint több ponton is tengeri csatlakozási lehetőséget biztosít. A Közép-Ázsia - Nyugat-Ázsia Gazdasági Folyosó a meglévő közlekedési hálózatra épít majd, de megvalósulása csak 2030-ra várható. Ezek közül Kelet-Közép-Európát és Magyarországot a tengeri út és később a Közép-Ázsia - Nyugat-Ázsia Gazdasági Folyosó érinti majd.

Az együttműködés több dimenzióban történik (DU, M. 2016). Egyrészt beszélhetünk politikai együttműködésről, mely során a résztvevő országok geopolitikai céljaihoz illesztik a programmal kapcsolatos elvárásaikat, és ahhoz igazítják a részvétel módját. Egy másik dimenzió a fizikai összeköttetés, mely során a már meglévő közúti, vasúti, olaj- és gázvezetéseket és optikai hálózatokat összekapcsolják és fejlesztik. Ez kiegészül logisztikai központok, ipari parkok és tengeri kikötők létesítésével, fejlesztésével. Ehhez szorosan kapcsolódik a harmadik dimenzió, a korlátok nélküli kereskedelem. Ennek alapjai az országok közötti jogi megállapodások, melyek felgyorsítják és megkönnyítik a nemzetközi kereskedelem bonyolítását. A program kivitelezése, valamint a gazdasági és kereskedelmi kapcsolatok élénkülése elképzelhetetlen a pénzügyi intézményrendszer fejlődése nélkül. Ebben a kínai államnak és a tulajdonában lévő pénzintézeteknek lesz jelentős szerepe. Az ötödik dimenzió magában foglalja a kultúra, a kutatás fejlesztés és az oktatás területén történő együttműködést.

A Belt and Road program során megvalósítandó fejlesztések várható költségének becslése több szempontból is problémás. Ez első sorban annak köszönhető, hogy nehéz egyértelműen megállapítani, hogy egy projekt a programon belül vagy kívül valósul-e meg. Ha a programhoz kapcsolódik a megvalósítás, akkor ez a kapcsolat lehet szorosabb és kevésbé szorosabb is, így el kell dönteni, hogy a becslést készítő hol húzza meg a határt. Egyes feltevések abból indulnak ki, hogy a program finanszírozási igénye, mivel a legköltségesebb elemek infrastrukturális jellegűek, jól közelíthetőek azzal, hogy mekkora a térség infrastrukturális fejlesztési igénye. Az Ázsiai Fejlesztési Bank alapján ez a következő öt évre 8 ezer milliárd dollár, viszont 2030-ig 26 ezer milliárd dollár lesz (ADB 2018). Azon becslések közül, melyek jobban fókuszálnak a ténylegesen Belt and Roadhoz köthető beruházások költségeinek becslésére, az egyik legszerényebb 500 milliárd dollár, azonban ez csak a 2017-2022-ig tartó időszakra vonatkozik² (HU, S. 2017).

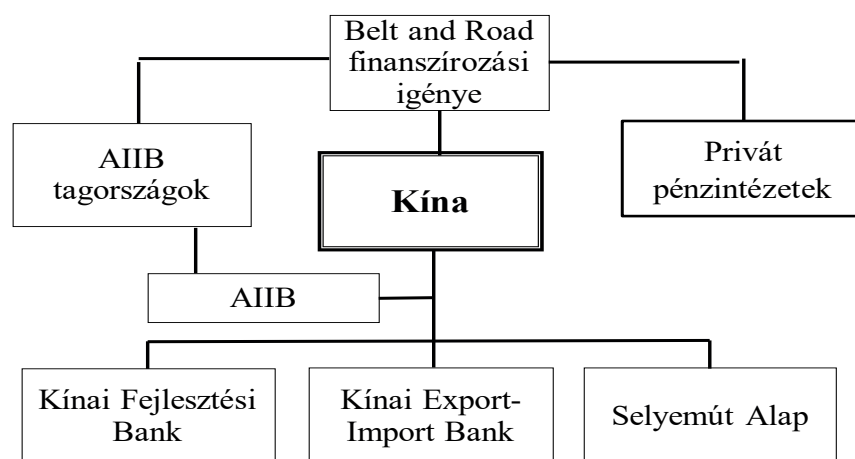
A KÍNAI INTÉZMÉNYRENDSZER HOZZÁJÁRULÁSA A PROGRAM FINANSZÍROZÁSÁHOZ

A Belt and Road komplex, országhatárokon átívelő megvalósítása a kínai érdekeknek megfelelően egy kínai vagy Kína által irányított, országhatárokon átívelő finanszírozási rendszer kialakítását is igényli. A rendszer nagyobbik része kínai állami tulajdonú intézményekből áll, a programhoz szorosan kapcsolódó kínai magánfinanszírozás mértéke elhanyagolható (HE, A. 2019). Ebben a rendszerben a kínai állami tulajdonú közpolitikai feladatokat ellátó bankok, a Kínai Fejlesztési Bank (CDB) és a Kínai Export-Import Bank a legjelentősebb szereplők. A négy legnagyobb állami tulajdonú kereskedelmi bank is jelentős forrásokat biztosít a program megvalósításához elsősorban hitel formájában.

² <https://www.bloomberg.com/news/articles/2017-05-04/china-s-belt-road-plan-may-top-500-billion-credit-suisse-says>

A Belt and Road program finanszírozása tekintetében kevésbé jelentős, ugyanakkor történelmi és geopolitikai jelentősége miatt kiemelendő a program kihirdetésével egy időben létrehozott új Ázsiai Infrastrukturális és Befektetési Bank (AIIB), melynek a Belt and Road által érintett országokon kívül más tagjai is vannak. Az állami tulajdonú szereplők és bankok által létrehozott alapok a finanszírozás csupán néhány százalékát teszik ki, ezek közül a legnagyobb méretű a Silk Road Fund (SRF) (2. ábra).

2. ábra: A Belt and Road finanszírozásában résztvevő főbb kínai intézmények
Figure 2: Most important Chinese institutions involved in financing Belt and Road



Forrás/Source: saját szerkesztés / edited by the author

A programhoz köthető beruházások megvalósítását Kína a pénzügyi intézményrendszer felhasználásán kívül renminbi politikájával is támogatja. A kínai valuta nemzetközi elterjedése mellett, hogy hosszú távon közvetlen pénzügyi előnyöket jelenthet a kínai állam számára, a Belt and Road program keretein belüli projektek megvalósítói nagyobb hajlandósággal fogadhatják el tevékenységük ellentételezéseként. Jelenleg a nemzetközi tranzakciók nem egész egy százalékában használták a renminbit, ami globálisan a nyolcadik helyre elegendő. Ezt a kínai kormány is szeretné feljebb tornáztatni, így a Belt and Road országaiban próbálják növelni a renminbi elfogadottságát (SWIFT 2018), ami Kína számára könnyítené meg a finanszírozást.

CDB

A Belt and Road finanszírozásában jelentős szerepe van a Kínai Fejlesztési Banknak (CDB), azonban az intézményt nem kifejezetten a program finanszírozási igénye miatt hozták létre. A Bank már 1994 óta működik közvetlenül állami irányítás alatt. Alapítása kapcsolatba hozható a 90-es években végbemenő gyorsuló növekedéssel. A CDB olyan közép- és hosszú távú projekteket finanszíroz, melyek Kína hosszú távú gazdasági és társadalmi céljait szolgálják. A Bank a világ legnagyobb szuverén fejlesztési bankja. Fiókjaival Kína mellett jelen van Egyiptomban, Oroszországban, Brazíliában, Venezuelában és az Egyesült Királyságban is.

A CDB által finanszírozott projektek jelentős része Kínában található. A folyósított hitelek szektorális megbontás szerint nagyrészt városfejlesztési (21,9%), autópálya építési (16,2%) és közösségi infrastruktúra fejlesztési (11,3%) projekteket tettek lehetővé. Ezekon kívül jelentős forrásokat biztosított vasútfejlesztésre, villamos hálózat fejlesztésre, olaj- és olajipari beruházásokra, stratégiaileg

fontos ipari beruházásokra. Ezeken belül a Bank külön 196 milliárd dollár értékben hitelezett a Belt and Road program keretei között 2018 végéig (CDB 2018).

EXIM

A Kínai Export-Import Bankot szintén 1994-ben alapították és a kínai állam közvetlenül irányítja. A Bank fő feladata a kínai export és import élénkítése, külföldi befektetések támogatása, valamint nemzetközi gazdasági együttműködés volt eredetileg, azonban céljait Kína geopolitikai céljaihoz igazították. Így a Bank legfőbb feladata a nemzeti fejlesztési stratégiák támogatása lett, finanszírozást pedig a nemzetközi kereskedelem elősegítésére, határon átnyúló beruházások megvalósítására, a Belt and Road-hoz kapcsolódó finanszírozási igények kielégítésére, nemzetközi ipari kapacitások kiépítésére, kutatás-fejlesztés és a kultúra támogatására nyújtanak. A kínai állam támogatásával a Bank szerepet játszik a fenntartható gazdasági növekedésben és a strukturális átalakulásban, amit a nemzetközi kereskedelme élénkítésén kívül Kína globális stratégiája implementációjának elősegítésével ér el. A Bank Kínán belül 29 fiókkal rendelkezik, ezen kívül fiókbankja található még Hong Kongban, Párizsban, Afrikában, és Szentpéterváron.

A Bank által finanszírozott Belt and Road programhoz köthető projektek tükrözik a program céljait. A legnagyobb projektek közül a legtöbb a kínai vállalatok nemzetközi piacszerzését szolgálta vagy a nemzetközi áruszállításhoz és közlekedéshez kapcsolódott. Energetikai fejlesztést is hiteleztek, melyek mind külföldön valósultak meg (KÍNAI EXPORT-IMPORT BANK 2016). A Bank főként Ázsiában megvalósítandó projekteket finanszíroz.

BIG 4

A négy legnagyobb állami tulajdonú kereskedelmi bank, melyek nem csak a Belt and Road finanszírozásán belül dominánsak, az Industrial and Commercial Bank of China (ICBC), a Bank of China (BoC), a China Construction Bank (CCB) és az Agricultural Bank of China. A négy legnagyobb bank általi finanszírozáson belül dominál a hitelkihelyezés, ami mellett mind a négy nagybank külön kötvényt is bocsátott ki, melyek a program megvalósulását támogatják. Mindamellett, hogy ezek a kereskedelmi bankok részvényei több tőzsdén is jegyezve vannak, nyíltan vállalják, hogy fontos szerepet játszanak a Belt and Road finanszírozásában.

A Bank of China Kína legrégebb óta működő pénzügyi intézménye, a z 1912-es megalapításától kezdve 1949-ig látta el a központi banki funkciót és a nemzetközi ügyletek bonyolítását. A bank csak 1994-ben alakult át kizárólagosan kereskedelmi bankká, mindemellett az állam maradt a tulajdonosa. Az Industrial and Commercial Bank of China 1984 óta látja el kereskedelmi banki funkcióit, a sanghaji és a hongkongi tőzsdén 2006-ban a Bank of China-val azonos évben jegyezték be. A China Construction Bank 1954-től 1979-ig szolgáltatott állami forrást beruházásokra, infrastruktúra fejlesztésre, melyet követően kereskedelmi banki szolgáltatásokkal bővült tevékenységi köre. A CCB a Kínai Fejlesztési Bank 1984-es alapítását követően válhatott kizárólagosan kereskedelmi bankká, majd 2004-ben részvénytársasággá is alakult. A jelenlegi Agricultural Bank of China-t 1979-ben alapították, de ekkor még kereskedelmi bankként működött, részvénytársasággá csak 2009-ben alakult át.

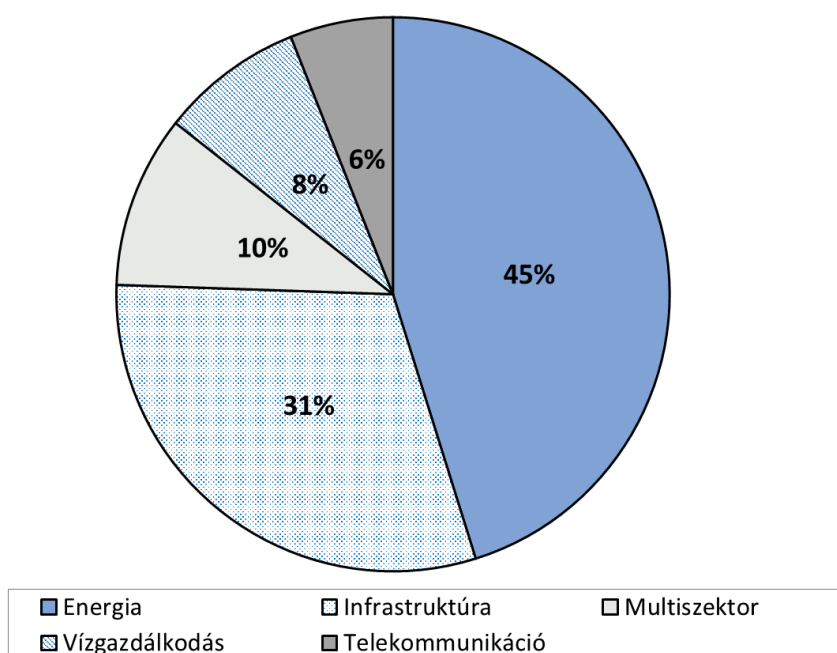
AIIB

Az Ázsiai Infrastrukturális Befektetési Bank (AIIB) létrehozását Xi Jinping elnök 2013-ban jelentette be, de csak később, 2015 áprilisában sikerült megalapítania az 57 alapító országnak. Az alapító tagok között 37 ázsiai és csendes-óceáni ország található, a maradék 20-ból 14 az Európai Unió tagállama (Ausztria, Dánia, Finnország, Franciaország, Németország, Olaszország, Luxemburg, Málta, Hollandia, Lengyelország, Portugália, Spanyolország, Svédország, Egyesült Királyság). A Bank alaptőkéje 100 milliárd dollár, melynek felét Kína szolgáltatta volna, azonban az új belépőknek köszönhetően ez az összeg 30 milliárd dollárra csökkent, miközben Kína szavazati joga 27 százalék. A tagországok száma jelenleg 76.

Az AIIB létrehozását a Marshall- segélyhez hasonlított Selyemút finanszírozási igénye mellett motíválta Kína többi multilaterális intézményben betöltött, gazdasági és katonai súlyához képest alacsony szerepe. Az Amerikai Egyesült Államok világban betöltött vezető szerepét korábban a Bretton woods-i pénzügyi rendszer stabilizálta. Ehhez tartozott a Nemzetközi Valutaalap és a Világbank felállítása, melyekben az USA napjainkig felülreprezentált. A Világbank kvótarendszerében az USA egyedüli vétóhatalommal bír a maga 17 százalékkal, míg Kína csak 4,78 százalékkal rendelkezik. Emellett az Ázsiai Fejlesztési Bankban is csupán az amerikai és japán szavazatok ötödével rendelkezik.

Az AIIB 2016 elején kezdte meg működését, első igazgatótanácsi ülését Pekingben tartotta, ahol a székhelye is található. Fél évvel később a Bank folyósította az első hiteleit is. 2018 végéig az AIIB-ba a tervezett 100 milliárd dollár alaptőkéből 19 milliárdot fizettek be ténylegesen a tagországok, míg a jóváhagyott projektek összértéke már 2018 februárban megközelítette a 21 milliárd dollárt. Teljes feltöltés esetében a Bank kétszer akkora lesz, mint az Európai Újjáépítési és Fejlesztési Bank (EBRD) (EURÓPAI BIZOTTSÁG 2015).

3. ábra: AIIB által nyújtott finanszírozás megoszlása ágazatonként
Figure 3: The distribution of funding by AIIB by sector



Forrás/Source: AIIB, saját szerkesztés / AIIB, edited by the author

A finanszírozni kívánt projektek egy része a Belt and Road mentén található infrastrukturálisan gyenge országok fejlesztését szolgálja. Emellett a bank a kevésbé fejlett országoknak támogatást nyújt a projektek előkészítésére is. Ebből a célból létre is hozott egy projekt-előkészítő alapot, amit Kína 50 millió dollárral támogatott. A Bank hitelt nyújthat a tagállamoknak, a területükön működő ügynökségeknek, állami intézményeknek, vállalatoknak, illetve olyan nemzetközi szervezeteknek, melyek elősegítik Ázsia gazdasági fejlődését. A Bank hiteleit vagy tagállami garancia vagy anélkül nyújtja, tagállami garancia esetében 10 százalék előkészítési előleget is megítélhet.

A finanszírozás jelentős része konzorciális hitel, a legtöbb esetben valamely másik multilaterális fejlesztési bankkal közösen. Az AIIB átlagosan a teljes projektköltség 20 százalékát biztosítja, azonban ez projektenként nagy mértékben eltér. Azoknál a beruházásoknál, ahol nincs társfinanszírozó, jellemzően az AIIB hitel aránya magasabb. A hitelekre jellemző a közép- vagy hosszú távú futamidő. A hitelfelvevők jellemzően az érintett országok, számukra átlagosan a beruházás 27 százalékát biztosítja a Bank, míg a cégek számára ez az arány valamivel alacsonyabb, 14 százalék. Kiemelkednek az Oman számára nyújtott hitelek abban a tekintetben, hogy ezeket a hiteleket mind cég kapja, és esetükben a legmagasabb az AIIB finanszírozás aránya, jellemzően társfinanszírozó nélkül.

Silk Road Fund

A multilaterális és unilaterális bankok mellett különböző alapok is támogatják a Belt and Road megvalósítását. Ezek közül kiemelkedik a Selyemút Alap (Silk Road Fund), amit 2014 év végén hozott létre a kínai jegybankkal közösen a Kínai Befektetési Vállalat, a Kínai Fejlesztési Bank és a Kínai Export-Import Bank. Az Alap tőkéje 40 milliárd dollár, amiből eddig 10 milliárd került befizetésre. Ennek 65 százalékát a kínai jegybank fizette be, így közvetlenül belépett a Belt and Road finanszírozásába³ (SILK ROAD FUND 2017). Az Alap profitorientáltan működik, elsősorban az Új Selyemút Gazdasági Övezet létrehozását támogatja közép- és hosszú távú befektetéseivel. Részvény, kötvény és alap vásárlása mellett lehetősége nyílik más nemzetközi fejlesztési szervezetekkel való együttműködésre, közös alapok létrehozására.

Az Alap rendszeresen fektet be olyan projektekbe, melyek infrastruktúra fejlesztésre, energetikai beruházásra, ipari és pénzügyi együttműködésre irányulnak. Ezen kívül segítséget nyújt olyan kínai cégeknek is, melyeknek a külföldi terjeszkedéshez finanszírozásra van szükségük. Földrajzi elhelyezkedés szerint nagy részük Kínán kívül, Ázsián belül található, de van köztük orosz, észak-afrikai és európai cég is. 2017-ben a cégek köre bővült az Autostrade per l'Italia S.p.A-val, aminek köszönhetően a kínaiak európai pozíciója egyre stabilabb lesz. A cégekbe történő befektetés mellett az Alap létrehozta a 2 milliárd dollár értékű Kína-Kazahsztán Gyártó Kapacitás Együttműködési Alapot is. A Selyemút Alap az állami intézmények mellett együttműködik privátszférában tevékenykedő nagyvállalatokkal is. 2017-ben a General Electric-el kötöttek együttműködési megállapodást energetikai beruházások támogatására, melyek közül több is a tervezett Új Selyemút Gazdasági Övezeten belül valósul majd meg⁴ (SILK ROAD FUND 2017).

³ <http://www.silkroadfund.com.cn/enweb/23775/23767/index.html>

⁴ <http://www.silkroadfund.com.cn/enweb/23809/23812/36001/index.html>

A renminbi szerepe a Belt and Road finanszírozásban

A program finanszírozásában közvetetten részt vesz a kínai jegybank is. Kína lehetősége első sorban a renminbiben történő hitelnyújtásra korlátozódik, de ez akkor lehet megoldás, ha a kivitelezést kínai vállalatok végzik. Egyéb esetben kemény devizában kell a fejlesztést hitelezni. Ekkor lehetősége van Kínának és a kínai bankoknak a bankközi piacon beszerezni a devizát, viszont ez rendkívüli mértékben megnövelné Kína külső adósságát. Részleges megoldást nyújthat az ország devizatartalékainak felhasználása, azonban a biztonságos tartalék szintjének fenntartása mellett ez a forrás nem elegendő.

Ha a renminbi elfogadottsága javul, akkor a kínai programok finanszírozása is könnyebbé válik. Ugyanis az endogén pénzteremtés elmélete alapján a bankok anélkül is képesek pénzt teremteni, hogy betétet gyűjtenének. Jelenleg a külföldi projektek finanszírozásához a bankoknak devizához kell jutniuk, ami korlátosabb és költségesebb, mintha saját devizájukban egyszerűen hitelt nyújtanának. Kína jelenleg egy esetben tudja renminbiben finanszírozni a programhoz kapcsolódó fejlesztéseket, mégpedig, ha a beruházást kivitelező cég kínai, így az egyfajta barterként elfogadja a kínai fizetőeszközt. Ha az elszámolásokat renminbiben lehet bonyolítani, akkor a kínai fizetőeszköz elfogadottsága a jövőben javulhat, ami megkönnyítené a Belt and Road finanszírozását.

Korábban Kína árfolyampolitikája támogatta az exportorientált gazdaságpolitikát. A felzárkózás éveiben, 1981 és 1994 között a RMB/USD árfolyam 1,5-ről 8,8-ra gyengült, majd a 90-es évektől, amikortól Kína kereskedelmi egyenlege pozitív lett, az árfolyamot gyakorlatilag a dollárhoz rögzítették egészen 2005-ig (SZILÁGYI, J. 2015). Ennek köszönhetően a renminbi folyamatosan alulértékelt volt, így a külföld arányosan olcsóbban tudta megvásárolni a kínai árukat. A 2000-es években Kína gazdaságpolitikája megváltozott, a korábbi protekcionista politika helyett a globális terjeszkedés támogatását tűzték ki célul.

2005 után a korábbi, dollárral szembeni csúszó rögzítéses árfolyamrendszert, ami a gyakorlatban inkább rögzített volt, egy valutakosárral szembeni irányított lebegtetés váltotta fel. Ebben a rendszerben már a piaci kereslet és kínálat alapján határozzák meg az aktuális árfolyamot. A kínai jegybank a bankközi piac árfolyamát vette alapul, ekörül határozott meg egy kereskedési sávot (KOMLÓSSY, L. ET AL. 2017). Ez a sáv kezdetben ± 3 százalék volt, majd 2014-ig fokozatosan ± 2 százalékra változott. A valutakosárban az amerikai dollár nagy súllyal szerepelt, de az új rendszer a korábbinál jóval rugalmasabb árfolyampolitikát eredményezett.

A 2008-as válság hatására Kína felismerte a dollárban tartalékolás kockázatait, valamint nemzetközi kereskedelme sérülékenységeit, aminek nemzetközi viszonylatban is hangot adott, szorgalmazva egy új tartalékolási rendszer, vagy tartalékvaluta kialakítását. Mindemellett az Egyesült Államok a renminbi azonnali felértékelését követelte, kereskedelmi szankciókat helyezve kilátásba. Kína a dollárfüggőségét csak a renminbi további liberalizációjával és szerepének növelésével mérsékelheti. Ráadásul a felértékelés az Egyesült Államoknak, mint fő kereskedelmi partnernek is kedvez. Emiatt a fokozatosság elvét követve Kína 2010-től kezdve több lépcsőben engedte felértékelődni a renminbit. Ennek a fokozatosságnak köszönhetően a kereskedelmi mérleg a várakozásokkal szemben továbbra is többletben maradt, Kína lassan átáll az export vezérelt gazdaságpolitikáról egy belső fogyasztás által vezéreltre.

A renminbi szerepének növelése a jüan teljes konvertibilitásával és a tőkepiacok részleges liberalizációjával kezdődik. Ahhoz, hogy ez a kellő hatást elérje, támogatni kell a jüanban denominált

folyószámlák elterjedését. Erre épülően a renminbi használata élénkülhet a nemzetközi kereskedelemben, majd befektetési valutaként is megjelenhet. Ez utóbbihoz az offshore renminbi piacok fejlesztése szükséges. Az erre épülő szint a kínai jegybank és más országok jegybankjai között kötött swap megállapodások. Az utolsó dimenzió a jüan tartalékvalutaként történő felhasználása (SZILÁGYI, J. 2015). Egyelőre a világ jegybankjainak 40 százaléka rendelkezik jüan tartalékkal is, de ennek aránya devizatartalékaikon belül egyelőre csekély.

Ezeknek a lépéseknek a megvalósításához és a Belt and Road finanszírozásához lehetővé kell tenni a renminbi tranzakciók lebonyolítását, valamint ki kell alakítani az elszámolási lehetőségeket. Az offshore renminbi piacok fejlesztésének első állomása a kínai bankok nemzetközi terjeszkedése. Az általuk kínált kereskedelmi banki szolgáltatásoknak köszönhetően a külföldön tevékenykedő kínai vállalatok és kínai partnerek ezekben a bankokban renminbi betéteiket elhelyezhetik és nemzetközi renminbi tranzakciókat indíthatnak. Jelenleg Európában az Agricultural Bank of Cina (ABC), a Bank of China (BoC) és az Industrial and Commercial Bank of Cina (CBC) van jelen.

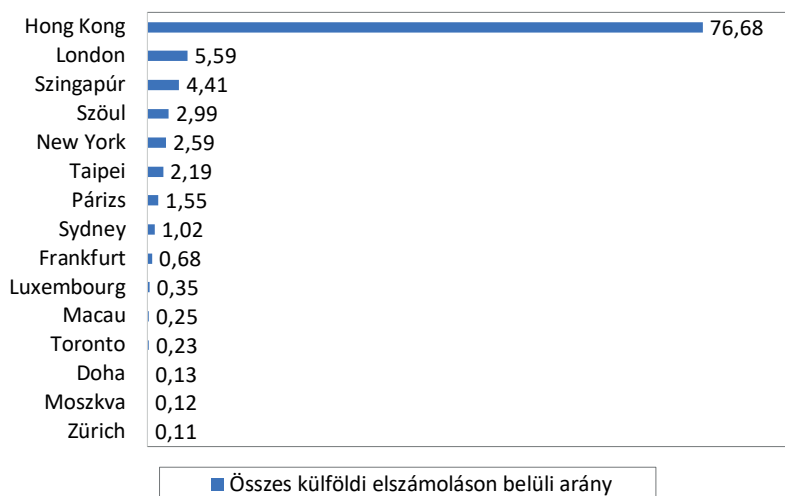
Az elszámolási infrastruktúra következő intézményi szintjét a külföldi országok jegybankjaival kötött swap megállapodások képezik. Ezek szükségességére a 2008-as likviditási válság hívta fel a figyelmet. Kína szerepe a nemzetközi kereskedelemben kiemelkedő, viszont, ha a fizetési eszköz piaca likviditási problémákkal küzd, az a kereskedő felek közötti kiegyenlítést akadályozza. Egy ilyen bilaterális swap megállapodás lehetővé teszi, hogy szükség esetén a külföldi ország jegybankja renminbi forrást nyújtson saját bankjain keresztül a renminbiben fizetni kívánó gazdasági szereplőknek.

A swap megállapodások után általában az adott országban elszámolási központ kerül kialakításra. Az első ilyen központot még a válság előtt hozták létre Hong Kongban, a többi kijelölését a pénzügyi válság tette szükségessé. Ezek a központok biztosítják Kínán kívül a tranzakciók lebonyolításához szükséges elszámolási infrastruktúrát is, ideértve a külkereskedelem vagy a tőketranzakciók pénzügyi elszámolását (DARÓCZI, D. ET AL. 2015). A központok kereskedelmi banki funkciót (levelező banki szolgáltatás) is ellátnak, valamint vállalatoknak renminbi bankszámlákat vezethetnek, ami lehetővé teszi a renminbiben indított fizetési tranzakciók bankon belüli teljesítését és a bank anyabankján keresztül a határon átmenő renminbi tranzakciók lebonyolítását is. Emellett a kínai pénzügyi liberalizációs törekvéseknek köszönhetően az elszámolási központok által kínált pénzügyi szolgáltatások köre folyamatosan bővül.

Ahhoz, hogy egy elszámolási központ létrejöhessen az államközi megegyezés mellett a kínai jegybanknak hivatalosan is ki kell jelölnie egy jelenlévő kínai bankot elszámolóbanknak. Ennek köszönhetően ezek a bankok közvetlenül tudnak a kínai rendszerekhez kapcsolódni, és hozzáférést biztosítanak a kínai piacokhoz is. Így az elszámolás gyorsabb és olcsóbb. Hivatalos elszámolóbanki státuszt jellemzően a kínai vezető bankok kaptak, a Bank of China (BoC), az Industrial and Commercial Bank of China (ICBC) és a China Construction Bank (CCB).

Renminbi elszámoló bankok a világ minden kontinensén megtalálhatóak. 2017-ben Moszkvában és New Yorkban is kijelöltek hivatalos elszámolóbankot. Európán belül elszámoló központ található Londonban, Frankfurtban, Luxemburgban, Párizsban, és a kelet-közép-európai régióban egyedülként Budapesten (4. ábra).

4. ábra: Renminbi elszámoló központok rangsora
Figure 4: Ranking of renminbi clearing houses



Forrás/Source: SWIFT, saját szerkesztés / SWIFT, edited by the author

Kínai pénzügyi intézményrendszer által biztosított források összesítése

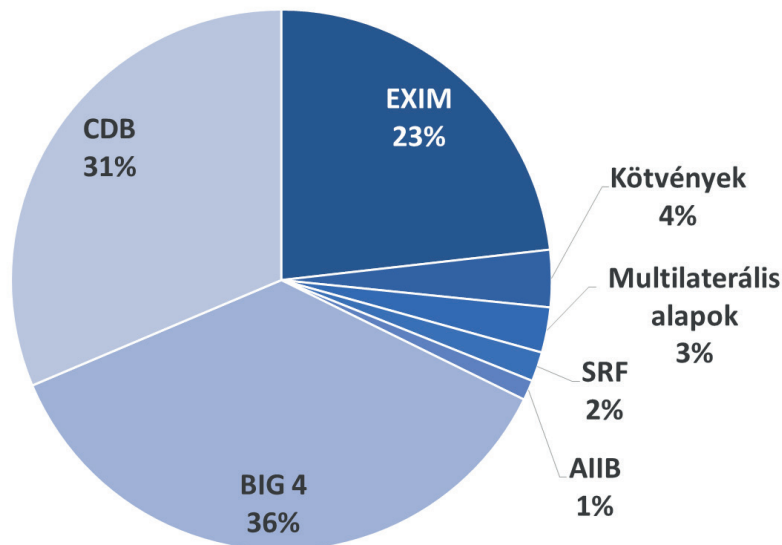
A Belt and Road program dimenziói közül a legjelentősebb forrásigénnyel a fizikai összeköttetés létrehozása bír. A program dimenzióival lazább kapcsolatban állnak, ugyanakkor Kína geopolitikai céljait szolgálják a BRI országok energiaszektorán belüli beruházások is, melyek szintén jelentős költségeket rónak a beruházóra. Ezek a projektek jellemzően hosszabb időtávon valósulnak meg és hosszabb időtávon is térülnek meg. Mivel összességében az összes beruházáson belül ezek a projektek a legjelentősebbek, így a teljes BRI finanszírozásra is jellemző lesz a hosszú befektetési időszak, ami segíti a projektek fenntarthatóságát is. Ugyanakkor hosszabb időtávon több kockázat is realizálódhat, ami kérdésessé teszi ezeknek a projekteknek a megtérülését.

A Belt and Road programot finanszírozó kínai intézményrendszer a 2018. év végéig a programmal kapcsolatba hozható beruházásokra fordított összegek alapján meglehetősen koncentrált. A projektek megvalósítása során kiemelkedő szerepet kapott a két közpolitikai bank mellett a négy legnagyobb állami tulajdonú kínai kereskedelmi bank is. A hat intézmény összesen 570 milliárd dollár hitelt nyújtott erre a célra, amelyet még kiegészítenek a kibocsátott kötvények és multilaterális alapoknak nyújtott támogatások. Azok a pénzügyi intézmények, melyek alapítása hivatalosan is vagy közvetve összekapcsolható a Belt and Road bejelentésével és céljával, az állami bankok mögött jelentősen lemaradva vettek részt a finanszírozásban.

Ahhoz, hogy a privát szféra is nagyobb részt vállaljon a finanszírozásból kellenek a jó minőségű, vállalható kockázatú projektek. A piaci alapon történő finanszírozhatóság a kínai állami tulajdonú bankok számára is egyre fontosabb, az elmúlt évek nagy médiavisszhangot nyerő hitelbedőléseit követően ezeknek az intézeteknek is át kellett gondolniuk hitelezési politikájukat, ami a finanszírozás átmeneti felfüggesztésével járt. Amennyiben az adós egy állam, a program keretein belül megvalósított gigaprojektet akkora mértékben tudják eladásítani az országot, hogy a GDP-hez viszonyított államadósságban is meglátszik (BANDIERA, L.-TSIROPOULOS, V. 2019)

A projektekkel kapcsolatos kockázatelemzés fejlesztése mellett a privát finanszírozás terjedéséhez fontos, hogy a résztvevő országok közbeszerzési és szabályozási keretrendszere is rendben legyen (DELOITTE, 2019). A BRI projektek mintegy kétharmadában a közbeszerzést kínai vállalatok nyelik, amit elősegít a finanszírozás kínai kézben történő összpontosulása (GHOSSEIN, T. ET AL. 2018). A projektminőség javításában a multilaterális fejlesztési bankoknak fontos szerepe van, mivel ezek az intézmények rendelkeznek azzal a hiteles infrastruktúrával, amelyik támogathatja a projektek előkészítését és képes azonosítani a szabályozói környezetből eredő akadályokat (5. ábra).

5. ábra: Kínai pénzügyi intézmények BRI hozzájárulása
Figure 5: Contribution to BRI by Chinese financial institutions



Forrás/Source: China Development Bank (2018), Exim Bank of China (2018), Bank of China (2018), Industrial and Commercial Bank of China (2018), China Construction Bank (2018), Centre for International Governance Innovation

ÖSSZEFOGLALÁS

A nagyhatalmi átrendeződés eredményeként a világ a korábbi egypólusú helyett többpólusúvá vált. A három legjelentősebb nagyhatalom az Amerikai Egyesült Államok, Oroszország és Kína. Az átrendeződés mozgatórugója alapvetően a gazdaság átalakulása, de biztonságpolitikai és energia ellátási szempontok is felmerültek. A 2008-as válság negatívan érintette a világot, azonban a három nagyhatalom közül az Egyesült Államok gazdasága és pénzügyi rendszere sínylete meg legjobban. Kína gazdasági növekedése ugyan lassult, de megfelelő gazdaságpolitikával és irányváltással napjainkra úgy tűnik, kezelte a problémát és nem ragad meg a gazdaságilag közepesen fejlett országok szintjén.

Kína geopolitikai és gazdasági céljainak elérését a Belt and Road program keretei között kívánja megvalósítani, aminek eredményeként létrejönne egy új gazdasági övezet. Földrajzi elhelyezkedés tekintetében a megvalósításban aktívan résztvevő országok Ázsiában, Európában és Afrikában találhatóak. A program célja a nemzetközi kereskedelem élénkítése, a politikai befolyás növelése és a növekedési modellváltás miatt munka nélkül maradó felesleges ipari kapacitás lekötése. A projektek nagy része infrastrukturális beruházás, melyek elősegítik a tervezett útvonalakon az áruk és személyek gyorsabb szállítását. Emellett nagy hangsúlyt kapnak az energetikai beruházások és a kutatás-fejlesztési együttműködések is.

A Belt and Road megvalósítása forrásigényes, a finanszírozás elősegítése érdekében Kína létrehozta saját multilaterális befektetési bankját, az Ázsiai Infrastrukturális és Befektetési Bankot (AIIB). Az AIIB-ot 100 milliárd dollár kezdőtőkével alapították meg, így kétszer akkora, mint az Európai Fejlesztési Bank (EBRD). Az AIIB-ot 57 ország alapította, többek között amerikai szövetségesek is, mint az Egyesült Királyság, Franciaország, Németország és Olaszország. A Bank 2015-ben kezdte meg működését. Az azóta támogatott projektek nagyrészt energetikai projektek, infrastrukturális fejlesztések, valamint útépítési és vasútfejlesztési projektek voltak.

A Belt and Road finanszírozásában két 1994-ben alapított kínai állami bank is részt vesz. A Kínai Fejlesztési Bank (CDB) a világ legnagyobb szuverén fejlesztési bankja, eszközállománya a Belt and Road program kihirdetése óta 2016 végére megduplázódott. A másik közpolitikai bank fő feladata a kínai export és import élénkítése, külföldi befektetések támogatása, valamint nemzetközi gazdasági együttműködés volt eredetileg, azonban céljait Kína geopolitikai céljaihoz igazították. Így a Bank legfőbb feladata a nemzeti fejlesztési stratégiák támogatása lett. Emellett szerepet játszik a fenntartható gazdasági növekedésben és a strukturális átalakulásban, amit a nemzetközi kereskedelme élénkítésén kívül Kína globális stratégiája implementációjának elősegítésével ér el.

A fejlesztési bankok mellett Kína geopolitikai céljait további állam közeli intézmények is elősegítik. A Selyemút Alap (Silkroad Fund) 40 milliárd dollár tőkével jött létre, az alapítók a SAFE (State Administration of Foreign Exchange), a Kínai Befektetési Vállalat, a Kínai Fejlesztési Bank és a Kínai Export-Import Bank. Az alap közép és hosszú távon fektet be infrastrukturális, energetikai és ipari fejlesztésekbe. A Kínai Ipari és Kereskedelmi Bank által létrehozott alap 10 milliárd eurót tervez befektetni a Kelet-közép európai régióban, első sorban a Belt and Road programhoz kapcsolódóan⁵ (24.HU 2017).

A renminbi nemzetközi szerepének növelése elősegíti a Belt and Road program finanszírozását, ugyanis hazai valutában a kínai bankok könnyebben nyújtanak hitelt. A renminbi liberalizációját a 2008-as válság utáni alacsony dollárlikviditás is sürgette, ugyanis Kína külkereskedelmi partnerei nehezen jutottak dollárforráshoz. Ezt Kína első lépésben renminbi biztosításával kezelte, majd felgyorsította a renminbi liberalizációját. A 2005-től a korábbi dollárral szembeni csúszó rögzítéses árfolyamrendszert, ami a gyakorlatban inkább rögzített volt, egy valutakosárral szembeni irányított lebegtetés váltotta fel.

Annak érdekében, hogy a világon minél szélesebb körben elérhető legyen a kínai fizetőeszköz, több országban, többek között Budapesten is, renminbi elszámoló központokat hoztak létre. Emellett a kínai jegybank más országok jegybankjaival közös swapline megállapodásokat kötött. Hivatalos renminbi központi státuszt Kína által kijelölt külföldön tevékenykedő kínai bankok kaphatnak. Ilyen központ ma már minden kontinensen megtalálható.

*Eszes Dorottya, PhD-hallgató
Pécsi Tudományegyetem, Természettudományi Kar,
Földtudományok Doktori Iskola
e-mail: eszesdorottya1@gmail.com*

⁵ <https://24.hu/fn/penzugy/2017/05/15/tovabb-erosodnek-a-kinai-magyar-penzugyi-kapcsolatok/>

FELHASZNÁLT IRODALOM

- BANDIERA, L. – TSIROPOULOS, V. 2019: *A Framework to Assess Debt Sustainability and Fiscal Risks under the Belt and Road Initiative*. World Bank Policy Research Working Paper 8891, p. 3.
- BORDO, M. D. - EICHENGREEN, B. 1993: *The Bretton Woods International Monetary System: A Historical Overview*. In *A Retrospective on the Bretton Woods System: Lessons for International Monetary Reform*. University of Chicago Press. pp. 3-108.
- CAMPANELLA, M. (2014). *The Internationalization of the Renminbi and the Rise of a Multipolar Currency System*. ECIPE Working Paper, No. 01. 17 p.
- DARÓCZI, D., ERHART, SZ., és Kálmán, P. 2015: *Budapesten alakulhat a következő renminbi központ*. Budapest Renminbi Initiative Papers, No. 5. pp. 1-4.
- DU, M. M. 2016: *China's "One Belt, One Road" Initiative: Context, Focus, Institutions, and Implications*. The Chinese Journal of Global Governance, Vol. 2016. No. 2. pp. 30-43.
- ESZTERHAI, V. 2016: *Kelet-Közép Európa helye a Selyemúton*. Hungarian Geopolitics, Vol. 2016. No. 3. pp. 86-87.
- GARCÍA-HERRERO, A. 2017: *China cannot finance the Belt and Road alone*. Institute for Emerging Market Studies, Vol. 2017. No. 17. 4. p.
- GHOSEIN, T., HOEKMAN, B., és SHINGAL, A. 2018: *Public Procurement in the Belt and Road Initiative*. MTI Discussion Paper No. 10. pp. 1-5.
- HE, A. 2019: *The Belt and Road Initiative: Motivations, Financing, Expansion and Challenges of Xi's Ever-expanding Strategy*. CIGI Papers No. 225. 28. p.
- KOMLÓSSY, L., KÖRMENDI GY. és LADÁNYI S. 2017: *Út a piacorientált monetáris politika felé és a «New Normal» új monetáris politikai rendszere Kínában*. Hitelintézeti Szemle, Vol. 16. Különszám. pp. 101-125.
- KÜRTHY, G. 2012: *Globális Egyensúlytalanságok*. Ph.D értekezés.
- LOSONCZ, M. 2017: *A növekedési pályaválasztás és a gazdasági kormányzás dilemmái Kínában*. Hitelintézeti Szemle, Vol. 16. Különszám. pp. 21-49.
- POLYÁK, E., SIMIGH, F. 2016: *Az Ázsiai Infrastrukturális Befektetési Bank*. Hungarian Geopolitics, Vol. 2016. No.3. pp. 126-127.
- SZILÁGYI, J. 2015: *Washingtoni vagy pekingi konszenzus?* Ph.D. értekezés.
- THAKKAR, B. S., PAYNE, A. R. 2012: *The Marshall Plan – Global Strategy and Foreign Humanitarian Aid*. In *Globalization- Approaches to Diversity*, CC BY 3.0. pp. 133-162.

Felhasznált egyéb források

- 24.HU. 2017: *Tovább erősödnek a kínai-magyar pénzügyi kapcsolatok*. <https://24.hu/fn/penzugy/2017/05/15/tovabb-erosodnek-a-kinai-magyar-penzugyi-kapcsolatok/>. Utolsó letöltés: 2020.02.19.
- AGRICULTURAL BANK OF CHINA 2018: *Annual Report*
- Ázsiai Fejlesztési Bank 2018: *ADB Database*. <https://data.adb.org/>.
- BANK OF CHINA 2018: *Annual Report*
- CHINA CONSTRUCTION BANK 2018: *Annual Report*

- DELOITTE 2019: *BRI update 2019—recalibration and new opportunities*.
- EURÓPAI BIZOTTSÁG 2015: *The Asian Infrastructure Investment Bank*. EPSC Strategic Notes Issue 1 / 2015
- HU, SHEN 2017: *Credit Suisse Says China Belt-Road Plan May Top \$500 Billion*. <https://www.bloomberg.com/news/articles/2017-05-04/china-s-belt-road-plan-may-top-500-billion-credit-suisse-says>. Utolsó letöltés: 2020.02.19
- HUNGARIAN GEOPOLITICS 2016: *Egy Övezet, Egy Út gazdasági folyosói*. Hungarian Geopolitics, Vol. 2016. No.3. 16-17.
- INDUSTRIAL AND COMMERCIAL BANK OF CHINA 2018: *Annual Report*
- KÍNAI EXPORT-IMPORT BANK 2016: *Annual Report 2016*.
- CHINA DEVELOPMENT BANK 2016: *Annual Report*.
- CHINA DEVELOPMENT BANK 2018: *Annual Report*.
- SILK ROAD FUND 2019: *Overview*. <http://www.silkroadfund.com.cn/enweb/23775/23767/index.html>. Utolsó letöltés: 2020.02.19
- SILK ROAD FUND 2017: *Silk Road Fund Establishes Energy Infrastructure Co-Investment Platform with General Electric*. <http://www.silkroadfund.com.cn/enweb/23809/23812/36001/index.html>. Utolsó letöltés: 2020.02.19
- SWIFT (2018). *RMB internationalisation: Where we are and what we can expect in 2018*. Renminbi tracker, Vol. 2018. No. 1.
- VILÁGBANK: *Database* <https://data.worldbank.org/indicator/NV.IND.TOTL.KN> Utolsó letöltés: 2020.02.19

Dudás Gábor – Vida György – Boros Lajos

Miért választják a turisták az Airbnb-t?

Motivációs tényezők vizsgálata magyar utazók körében

(Why tourists choose Airbnb? - Analysing motivation factors among Hungarian travellers)

ABSZTRAKT

Az utóbbi évtizedben az Airbnb rendkívül gyors növekedést mutatott és komoly versenytársává vált a hagyományos szállássléolgáltatóknak. Ez egyre fontosabbá teszi, hogy jobban megértsük a turisták motivációját, vagyis, hogy az emberek miért választják az Airbnb-t a hagyományos szállások helyett. Ennek következtében a tanulmány célja, hogy feltárja a magyar utazók Airbnb választási motivációit egy online kérdőíves felmérés adataira alapozva. A motivációs állításokon elvégzett faktoranalízis 4 motivációs konstrukciót – Interakció, Társadalmi felelősségvállalás, Funkcionális tulajdonságok, Gazdasági előnyök – tárt fel, amelyek az Airbnb használatot motiválják a válaszadók körében, míg a motivációs tényezőkön elvégzett második faktoranalízis további 5 motivációs konstrukciót tárt fel: Reputáció, Ár és lokáció, Kapacitás és foglalhatóság, Foglalási feltételek, valamint Szolgáltatások. Az ezt követő klaszteranalízis 5 különböző szegmensbe sorolta – Otthonkeresők, Pénzmegetakarítók, Konzervatív fogyasztók, Közösségi fogyasztók, Interaktív újdonság keresők - az Airbnb magyar felhasználóit. Az eredmények továbbá azt is kimutatták, hogy az Airbnb választása legfontosabb motivációinak az alacsony költségek és a szállás elhelyezkedése bizonyult, továbbá a megkérdézett felhasználókat elsősorban a gazdasági előnyök és az utazási költségek csökkentésének lehetősége vonzza, miközben olyan tapasztalati előnyök, mint az újdonság, az autentikusság, vagy a társadalmi felelősségvállalás másodlagos jelentőségűnek bizonyultak.

ABSTRACT

Airbnb has grown very rapidly over the last decade and became a valid and important competitor of traditional accommodation providers. This growing importance calls for better understanding of the motivational factors of tourists' and identifying why they choose Airbnb instead of other types of accommodations. Therefore, the purpose of the paper was to identify tourists' motives for using Airbnb based on online survey conducted amongst Hungarian travellers. Using the responses from the online

survey, the first exploratory factor analysis based on motivation statements revealed 4 motivation constructs - Interaction, Social responsibility, Functional attributes, Economic benefits - that drive the use of Airbnb among respondents, while a second factor analysis based on motivation factors revealed 5 motivation constructs: Reputation, Price & location, Capacity & availability, Booking conditions, and Amenities. The subsequent cluster analysis identified 5 distinct segments - Home Seekers, Money Savers, Conservative Consumers, Collaborative Consumers, Interactive Novelty Seekers - of Hungarian Airbnb guests. The results also showed that the top motivations of choosing Airbnb among respondents were low cost and location, and Airbnb users were primarily attracted by economic benefits and the possibility to reduce travel cost, while experiential advantages such as novelty, authenticity, or social responsibility proved to be secondary of importance.

Kulcsszavak: Airbnb, utazási motiváció, klaszteranalízis, turizmus

Keywords: Airbnb, travel motivation, cluster analysis, tourism

BEVEZETÉS

Az elmúlt évtizedben a sharing economy jelensége felbolygatta a hagyományos szállásadói és szállítási ágazatot, és a turisztikai piacok nagymértékű átrendeződését eredményezte (BOTSCHAN, R. – ROGERS, R. 2011; DUDÁS G. et al. 2020; NOD G. et al. 2019; Önder, I. et al. 2019; TUSSYADIAH, I. P. – PESONEN, J. 2016). Az Airbnb – egy online szállásmegosztó szolgáltatást nyújtó platform – tekinthető ennek a „bomlasztó” hatásnak (GUTTENTAG, D. et al. 2018) az egyik klasszikus iskolapéldájának, amely a 2008-as megalapítása óta napjainkra a világ legjelentősebb szálláshely szolgáltatójává vált (ADAMIAK, C. 2019; TRAN, T. H. – FILIMONAU, V. 2020). Ezidáig több mint 500 millió vendég foglalt szállást, és szállt meg az Airbnb platformján meghirdetett 7 millió szállás egyikén, amelyek világszerte több mint 100 ezer városban és 191 országban érhetőek el¹. Az utazók körében egyre nagyobb népszerűsége szert tevő Airbnb jelentős média és tudományos figyelmet is generált, ami az elmúlt években az Airbnb-vel és annak hatásaival foglalkozó vizsgálatok és elemzések számának ugrásszerű növekedését eredményezte (DANN, D. et al. 2019; GUTTENTAG, D. 2019). E nemzetközi és hazai tanulmányok többsége néhány olyan központi kérdésre fókuszál, mint például a kínálat területi eloszlása (ADAMIAK, C. 2018; BRAUCKMANN, S. 2017; BOROS L. et al. 2018; DUDÁS G. et al. 2017; GYÓDI K. 2017; IOANNIDES, D. et al. 2018), a helyi közösségekre (GOTTLIEB, C. 2013), illetve a lakás- és albérletpiacra gyakorolt hatások (ALIZADEH, T. et al. 2018; HORN, K. – MERANTE, M. 2017; SCHÄFER, P. – BRAUN, N. 2018; WACHSMUTH, D. – WEISLER, A. 2017), az Airbnb-hez kapcsolható jogi (CROMMELIN, L. et al. 2018; GUTTENTAG, D. 2015; RANCHORDÁS, S. et al. 2016), szabályozási (FERRERI, M. – SANYAL, R. 2018; HAJIBABA, H. – DOLNICAR, S. 2017; HONG, S. – LEE, S. 2018), és adózási (DUDÁS G. et al. 2019; KAPLAN, R. A. – NADLER, M. L. 2015; RANCHORDÁS, S. et al. 2016) kérdések, valamint az Airbnb hagyományos szállásadó szektorra gyakorolt hatásainak (ALRAWADIEH, Z. et al. 2019; FANG, B. et al. 2016; XIE, K. L. – KWOK, L. 2017; ZERVAS, G. et al. 2017) vizsgálata. Mindazonáltal az utóbbi időben a leginkább az érdeklődés középpontjába került azon motivációs tényezők feltárása is, amelyek befo-

¹ Airbnb (2020) *Fast Facts*. <https://news.airbnb.com/fast-facts/> Letöltve: 2020.01.12.

lyásolhatják az embereket abban, hogy a hagyományos szállások helyett, az Airbnb platformján kínált szállásokat válasszák (BUDA G. – LEHOTA J. 2019; GUTTENTAG, D. 2019; HEO, C. Y. – BLENGINI, I. 2019). Annak ellenére, hogy a korábbi kutatások során számos motivációs tényezőt sikerült meghatározni és jelentős előrelépés történt az utazók motivációnak megértése irányában is, a vizsgálatok számos esetben inkonzisztens eredményeket hoztak (JANG, J. et al. 2019). Tussyadiah és Pesonen (2016) például arra a megállapításra jutott, hogy az utazókat elsősorban a költségmegtakarítás lehetősége, a társadalmi interakció iránti vágy, valamint a helyi közösséggel való kapcsolatteremtés motiválja, míg Guttentag és társai (2018) szerint 5 fő motiváló tényező (1, interakció; 2, otthon nyújtotta előnyök; 3, újdonság; 4, sharing economy ethosz; 5, helyi hitelesség) befolyásolja a turistákat a szállásválasztás folyamán. Ezen túlmenően a további vizsgálatok azt is hangsúlyozzák, hogy az online szállásmegosztó portálokon hirdetett szállások igénybevételének szándéka nemcsak az egyes országok turistái körében különbözik jelentősen (FLASH EUROBAROMETER 2018), de az egyes demográfia csoportokon belül is eltéréseket mutathat (BÖCKER, L. – MEELLEN, T. 2017). Ennek következtében tanulmányunk fő célja, hogy a korábbi kutatásokkal összhangban egy átfogó képet adjunk a magyar turisták Airbnb választási preferenciáiról és megértsük, hogy mi motiválja a magyar utazókat, hogy az Airbnb-t válasszák a hagyományos szállások helyett. Másrészt fontosnak tartjuk az Airbnb-t használók és az Airbnb-t nem használók demográfiai jellemzőinek és utazási szokásainak megismerését is, hogy még pontosabb képet tudjunk adni arról, hogy melyek lehetnek a döntő befolyásoló tényezők az egyes szállásválasztási döntések meghozatala során.

IRODALMI ÁTTEKINTÉS

Az Airbnb jelensége

Az Airbnb lényegében egy olyan online szállásmegosztó platform, amelyen keresztül az ingatlan-tulajdonosok megoszthatják vagy bérbe is adhatják kihasználatlanul álló tereiket/ingatlanjaikat szálláshelyként turisták számára (DUDÁS G. et al. 2018) néhány napra, hétre vagy hónapra, és annak függvényében, hogy a kiadott szállás elhelyezkedésétől és egyéb jellemzőitől függően akár jelentős bevételhez is juthatnak (JUNG, J. et al. 2016; TEUBNER, T. et al., 2016). Ezek a kiadó ingatlanok legtöbbször teljes házat vagy apartmant foglalnak magukba, azonban a kínálatban privát szobák vagy közös szobák is megjelennek – ezekben az esetekben legtöbbször a host is jelen van a szállás használata során (GUTTENTAG, D. 2019). Az Airbnb egyik fő vonzereje, hogy a platformon szálláslehetőségek széles spektruma válik elérhetővé a fogyasztók számára (POON, K. J. – HUANG, W-J. 2017; TUSSYADIAH, I. P. 2016), így az turisták foglalhatnak teljes lakásokat, házakat, nyaralókat, de hozzáférhetnek olyan extrém szállásformákhoz is, mint a hajók, lombházak, kastélyok vagy éppen igluk (GUTTENTAG, D. 2019), azaz jóval rugalmasabb és szélesebb kínálatot biztosít, mint a nagy hotelláncok. A vendégek oldaláról a szálláskeresés és szállásfoglalás folyamata nagy hasonlóságot mutat az online utazási irodák (pl. expedia, booking.com, szállás.hu) használatával (DUDÁS G. et al. 2016), bár a foglalási folyamat megkövetel némi kommunikációt a házigazdával. Sikeres foglalás esetén a két fél között a fizetés az Airbnb felületén történik, amely után az Airbnb szolgáltatási díjat számol fel mindkét fél részére.

Az Airbnb 2008-as megalapítása után a kezdetekben korlátozott népszerűségnek örvendett, és közel két és fél évbe telt, hogy 2011 februárjában elérje az egymilliós foglalt vendégéjszaka számot (DUDÁS G. et al. 2016). A 2011-es évtől kezdve azonban a vállalat rendkívül gyors és dinamikus növekedésbe kezdett², így 2013-ban már 6 millió, 2014-ben 16 millió, 2015-ben 40 millió, 2016-ban 80 millió, míg 2017-ben 115 millió, 2018-ban pedig 164 millió vendég foglalt szállást az Airbnb platformján^{3,4,5} (GUTTENTAG, D. 2019). A vendégéjszakák számának növekedésével párhuzamosan az Airbnb-n listázott szállások száma is dinamikus növekedést mutatott, így napjainkra világszerte több mint 7 millió szállást kínál több mint 100 ezer városban⁶. Továbbá a 31 milliárd dolláros becslött értéke⁷ olyan szállásszolgáltatást nyújtó piaci óriások táborába emeli, mint Hilton (20mrd dollár) és a Marriott (34mrd dollár) szállodaláncok, vagy mint az Expedia (16mrd dollár) online utazási vállalat⁸ (DANN, D. et al. 2019; TEUBNER, T. 2018).

Nem meglepő módon az Airbnb világszintű elterjedése a szálláshely piacra gyakorolta a legnagyobb hatást, ugyanakkor arról, hogy ezek a hatások milyenek, megoszlanak a vélemények. Az egyik oldal képviselői megkérdőjelezik az Airbnb hatásait, és azt hangsúlyozzák, hogy az Airbnb szállodaszektorra gyakorolt hatása elhanyagolható mértékű, ugyanis attól teljesen eltérő, alacsonyabb színvonalú szolgáltatást kínál, ráadásul egy teljesen más piaci szegmensnek (elsősorban fiatal, költségérzékeny turistáknak) (GUTTENTAG, D. 2015; TRAN, T. H. – FILIMONAU, V. 2020), ami nem vonzó (a legtöbb bevételt hozó) az üzleti utazók számára (GUTTENTAG, D. – SMITH, S. 2017). Ezen az állásponton van az Airbnb vállalata maga is^{9,10} de számos szállodavezető is elutasítja az Airbnb által képviselt veszélyt^{11,12}. A másik oldal ezzel szemben azt hangsúlyozza, hogy az Airbnb jelentős veszélyforrást jelent a hagyományos szállásadó szektorra, ugyanis például Zervas és társai (2017) kutatása kimutatta,

² Griswold, A. (2017) *This new year's, Airbnb got the hockey-stick growth that every startup envies*. <https://qz.com/877080/airbnbs-growth-in-guests-on-new-years-is-the-hockey-stick-curve-that-every-startup-wants/> Letöltve: 2020.01.28.

³ Molla, R. (2017) *Airbnb is on track to rack up more than 100 million stays this year – and that's only the beginning of its threat to the hotel industry*. www.recode.net/2017/7/19/15949782/airbnb-100-million-stays-2017-threat-business-hotel-industry Letöltve: 2019.12.11.

⁴ Statista (2019) *Total number of Airbnb guest arrivals worldwide from 2016 to 2018*. <https://www.statista.com/statistics/996828/airbnb-total-number-of-guest-arrivals/> Letöltve: 2020.02.03.

⁵ Team, T. (2018) *As a rare profitable unicorn, Airbnb appears to be worth at least \$38 billion*. www.forbes.com/sites/great-speculations/2018/05/11/as-a-rare-profitableunicorn-airbnb-appears-to-be-worth-at-least-38-billion/#7be4a4d72741 Letöltve: 2020.02.11.

⁶ Airbnb (2020) *Fast Facts*. <https://news.airbnb.com/fast-facts/> Letöltve: 2020.01.12.

⁷ Sherwood, H. (2019) *How Airbnb took over the world*. <https://www.theguardian.com/technology/2019/may/05/airbnb-homelessness-renting-housing-accommodation-social-policy-cities-travel-leisure> Letöltve: 2019.12.11.

⁸ Yu, H. (2017): *Marriott and Hilton stay ahead of the sharing economy, proving that Airbnb is not the Uber of hotels*. <https://www.forbes.com/sites/howardhyu/2017/02/16/marriott-and-hilton-stay-ahead-of-the-sharing-economy-proving-that-airbnb-is-not-the-uber-of-hotels/#65d317ce76b3> Letöltve: 2019.12.13.

⁹ Business Insider Intelligence (2017) *Airbnb CEO speaks on disrupting hotel industry*. www.businessinsider.com/airbnb-ceo-speaks-on-disruptinghotel-industry-2017-3 Letöltve: 2020.01.28.

¹⁰ Trenholm, R. (2015) *Airbnb exec denies competition with hotels, says an Airbnb trip 'changes you'*. <https://www.cnet.com/news/airbnb-exec-denies-competition-with-hotels-says-an-airbnb-trip-changes-you-somehow/> Letöltve: 2019.12.11.

¹¹ Handley, L. (2017) *Hilton hotels senior executive dismisses Airbnb as a 'lodging' company; says Hilton is more about hospitality*. www.cnn.com/2017/09/18/hilton-executive-dismisses-airbnb-as-a-lodging-company.html Letöltve: 2020.02.11.

¹² Trejos, N. (2018) *Hotel CEOs talk security, technology and room service*. www.usatoday.com/story/travel/road-warriorvoices/2018/02/19/hotel-ceos-talksecurity-technology-and-room-service/335815002/ Letöltve: 2020.01.28.

hogy az Airbnb-k számának 10 százalékos növekedése 0,39 százalékkal csökkentheti a szállodák bevételeit, továbbá azt is kiemelik, hogy ezek a hatások sokkal erőteljesebbek az olcsóbb szállodáknál. Hasonlóképpen Lane és Woodworth (2016) kutatása azt állapította meg, hogy az Airbnb korlátozza a szállodák árképzési rugalmasságát és leginkább a csúcsidőszakban fékezi a kínálat bővülését.

Az eddigiek alapján tehát jól körvonalazódik, hogy nincs konszenzus arról, hogy milyen hatással van az Airbnb a hotelekre, hiszen a vizsgálat mintanagyságától és helyétől függően eltérő megállapítások születtek. Mindazonáltal a legtöbb kutatásban arra a következtetésre jutottak, hogy a legtöbb fogyasztó azért választja az Airbnb-t, mert ezzel pénzt tud megtakarítani (TUSSYADIAH, I. P. 2015), így az ilyen szállásokat igénybe vevő vendégek szállásválasztása során a fő motiváló tényezőnek a hagyományos szállások áraival szembeni kedvezőbb ár bizonyulhat (GUTTENTAG, D. 2015; NOWAK, B. et al. 2015; TUSSYADIAH, I. P. 2015). A kedvező ár különösen a korlátozott erőforrásokkal rendelkező, de az infokommunikációs technológiát intenzíven használó fiatalok, valamint a több főre szállást kereső, árérzékeny családok számára teheti versenyképessé az Airbnb-t (DUDÁS G. et al. 2018).

Motivációs tényezők

Az elmúlt pár évben az Airbnb-vel foglalkozó szakirodalmak száma jelentős növekedést mutatott (GUTTENTAG, D. 2019), amelyekben számos releváns gazdasági-, fenntarthatósági-, és társadalmi motívumot azonosítottak (HAMARI, J. et al. 2016; HAWLITSCHKE, F. et al. 2016; TUSSYADIAH, I. P. 2016), amelyek hatással lehetnek a szállásválasztási döntésekre (DANN, D. et al. 2019). Guttentag (2016) szerint az Airbnb-n történő foglalás során leginkább azok a motivációs tényezők kerülnek előtérbe, amelyeket az emberek a nem szálloda típusú szállások (pl. panziók vagy apartmanok) kiválasztása során vesznek figyelembe. Ezek alapján olyan elemek, mint a pénzmegtakarítás, az otthonos légkör, valamint az autentikus élmények átélésének lehetősége befolyásolhatják döntően a foglalási szándékot (GUTTENTAG, D. 2016; TRAN, T. H. – FILIMONAU, V. 2020; WANG, Y. 2007). Megállapítható, hogy az Airbnb felhasználók a magyar lakosságnak egy viszonylag kisebb (európai összehasonlításban mégsem átlag alatti) szeletét képviselik, amit számos motivációs tényező határoz meg (DUDÁS G. – VIDA GY. 2020). E megállapításokkal összhangban a további kutatások is azt hangsúlyozzák, hogy az emberek a legtöbb esetben gazdasági megfontolásból (jó ár-érték arány, költségcsökkentés, gazdasági előnyök) választják az online szállásmegosztó platformokon elérhető szállásokat (GUTTENTAG, D. 2015; MAO, Z. – LYU, J. 2017; NOWAK, B. et al. 2015; PUNG, J. M. et al. 2019; So, K. K. F. et al. 2018). Tussyadiah és Pesonen (2018) kutatása például amerikai és finn válaszadók válaszaira alapozva 2 fő faktort – társadalmi vonzerő (social appeal) (a közösség iránti vágy és fenntarthatóság) és a gazdasági vonzerő (economic appeal) (költségmegtakarítás) – azonosított, amelyek jelentős mértékben ösztönzik az utazókat arra, hogy online szállásmegosztó platformok szolgáltatásait válasszák. Hasonlóan az előző vizsgálathoz, Guttentag és társai (2018) az egyesült-államokbeli és kanadai felhasználók körében végeztek kutatást, mely során 5 fő motivációs faktort sikerült meghatározniuk: 1, otthon nyújtotta előnyök (home benefits); 2, interakció (interaction); 3, helyi hitelesség (local authenticity); 4, újdonság (novelty); 5, sharing economy ethosz (sharing economy ethos). Ugyanakkor vizsgálatukban azt is kiemelik, hogy elsősorban a gyakorlati előnyök (pl. ár, elhelyezkedés, háztartási szolgáltatások) bizonyultak a fő motiváló tényezőknek, mindazonáltal hangsúlyozták, hogy a tapasztalati tényezők

(hitelesség, újdonság, társadalmi kölcsönhatás) is sok felhasználóra gyakorolnak hatást, de kisebb mértékben.

Mindazonáltal nemcsak a gazdasági dimenzió tekinthető a fő mozgatórugónak, ugyanis Lane és Woodworth (2016) kutatása rávilágított arra, hogy az Airbnb nem minden esetben kínálja a legkedvezőbb árú szállást, így bizonyos piacokon a platformon kínált szobák napi ára magasabb lehet, mint a szállodák által kínált árak. Ugyanakkor az Airbnb rugalmasabb kínálata és az elérhető szélesebb körű tulajdonságok jobb ár-érték arányúnak tűntethetik fel az adott szállást, így az olyan funkcionális tulajdonságok, mint például a szállás elhelyezkedés, vagy a háztartási szolgáltatások nagyban növelhetik az Airbnb észlelt értékét vagy vonzerejét (GUTTENTAG, D. 2016; TRAN, T. H. – FILIMONAU, V. 2020). Ennek következtében olyan tényezők is mint például a hitelesség (GUTTENTAG, D. et al., 2018; POON, K. Y. – HUANG, W.-J. 2017), az újdonság (GUTTENTAG, D. 2016), az élvezeti érték (YANG, S. – AHN, S. 2016), az otthon nyújtotta előnyök (GUTTENTAG, D. 2016; So, K. K. F. et al., 2018), valamint a társadalmi interakciók (GUTTENTAG, D. et al., 2018; STORS, N. – KAGERMAIER, A. 2015) és autentikus helyi élmények átélésének lehetősége (YANNOPOULOU, N. et al., 2013) is jelentős befolyásoló tényezőnek bizonyulhatnak a szállások kiválasztásának folyamatában. Stors és Kagermaier (2015) kutatása szerint például a német felhasználók számára a hitelesség, valamint a társadalmi kapcsolatok ugyanolyan súllyal esnek latba a döntési folyamatban, mint a monetáris dimenzió. Yang és Ahn (2016) dél-koreai mintán alapuló kutatása viszont azt találta, hogy az élvezet, mint hedonikus motiváció pozitívan befolyásolja a fogyasztók Airbnb-hez való hozzáállását, ugyanakkor az egyéb motivációs tényezők, mint a fenntarthatóság, vagy a gazdasági előnyök nem mutattak szignifikáns hatást.

Mindemellett fontos kiemelni, hogy az utazók egy-egy döntés meghozatala során nem csupán motivációs elemeket vesznek számításba, hanem számos olyan demotiváló tényezőt is mérlegelhetnek a szállás kiválasztása során, amelyek arra ösztönözhetik őket, hogy ne vegyék igénybe ezeket a szolgáltatásokat (PUNG, J. M. et al. 2018; TRAN, T. H. – FILIMONAU, V. 2020). A jelenlegi kutatások elsősorban a bizalom hiányát (lack of trust) emelik ki (KIM, J. et al. 2015; MAHDEVAN, R. 2018) mint korlátozó vagy elrettentő elemet, azonban további demotiváló tényezőket is azonosítottak, mint a fogyasztói tudatosság és ismeretek hiánya (BARNES, S. J. – MATTSSON, J. 2016; TUSSYADIAH, I. P. – PESONEN, J. 2018), biztonsági kérdések (TRAN, T. H. – FILIMONAU, V. 2020), hatékonyság hiánya (lack of efficacy) (TUSSYADIAH, I. P. 2015; TUSSYADIAH, I. P. – PESONEN, J. 2018), vagy éppen a megtakarítások hiánya (lack of cost savings) (TUSSYADIAH, I. P. 2015), amelyek szintén fontos szerepet játszanak a korábban már ismertetett kontextusban.

MÓDSZERTAN

Az adatfelvétel eszköze

Kutatásunk során online kérdőíves lekérdezést alkalmaztunk, amellyel célunk a magyarországi turisták utazási szokásainak megismerése volt, valamint annak a feltárása, hogy mi motiválja a magyarországi utazókat, hogy az Airbnb platformján kínált szállásokat válasszák a hagyományos szállásadással szemben, és milyen tényezők befolyásolják őket ebben a kiválasztási folyamatban.

A tanulmányban alkalmazott online kérdőíves lekérdezés egy több keretes online nem véletlenszerű mintavételi megközelítésen alapult (GUTTENTAG, D. et al. 2018; KUZMANOVIC, M. – LANGOVIC, Z. 2018), amelyet korábbi hasonló fókuszú kutatások (GUTTENTAG, D. 2016; GUTTENTAG, D. et al. 2018; SO, K. K. F. et al. 2018; TRAN, T. H. – FILIMONAU, V. 2020) analógiájára építettünk fel. Mivel az Airbnb felhasználók a magyar lakosságnak egy viszonylag kis szeletét képviselik, és olyan jellemzőkkel bírnak, amely a hagyományos kutatási módszerekkel csak nehezen teszi elérhetővé őket (GUTTENTAG, D. 2016; LIANG, L. J. et al. 2018; MARPSAT, M. – RAZAFINDRATSIMA, N. 2010), így a válaszadók többségét különböző közösségi média felületeken (pl. Facebook, LinkedIn, Instagram) keresztül kérdeztük le a hólabda mintavételi eljárás alkalmazásával. Mivel a mintavételi eljárásunk nem volt véletlenszerű, ezért a mintavételi oldalak kombinációjával tettük megfelelővé az online kérdőív eszközt (GUTTENTAG, D. 2016), ugyanis az Airbnb-t használók rendszeres Internethasználónak bizonyulnak, és fokozott aktivitást mutatnak a közösségi média felületeken is, így a vizsgálati eszközünk mind az Airbnb-t használók, mind az Airbnb-t nem használók táborának elérését biztosította (KAGERMAIER, A. et al. 2015). Mindemellett érdemes kiemelni azt is, hogy a Facebook, valamint a többi hasonló közösségi média felület elismert és alkalmazott mintavételi keretként szolgálhatnak az online kérdőíves lekérdezések esetében, és e felületek használatával hasonló vagy akár jobb minőségű adatokat is szerezhethetünk, mint bármely más gyakran alkalmazott mintavételi alternatíva alkalmazásával (BALTAR, F. – BRUNET, I. 2012; GUTTENTAG, D. et al., 2018; RAMO, D. E. – PROCHASKA, J. J. 2012). Ezek alapján az adatgyűjtésre 2019. szeptember 25. és 2019. november 25. között került sor, amely során összesen 829 kérdőív került kitöltésre.

A kérdőív felépítése

A lekérdezett kérdőív 4 szerkezeti egységből állt, amely rövid nyitott, feleletválasztós, valamint Likert-skálát tartalmazó kérdésekből épült fel. A kérdőív első szakasza általános utazási szokásokra (pl. Hányszor utazik egy évben?, Hol foglalja le a szállását? stb.) vonatkozó kérdéseket tartalmazott. A második szerkezeti egység kérdései az emberek Airbnb-vel való tapasztalatait vizsgálta. Itt először rákérdeztünk, hogy a válaszadó igénybe vette-e már az Airbnb platformjának szolgáltatásait, és amennyiben nem, mik voltak ennek az okai. Ezután az általános Airbnb használati szokásokra (pl. hányszor vette igénybe az Airbnb-t, mióta használja stb.), valamint a legutóbbi Airbnb használatra (pl. hol vette igénybe, tartózkodási idő, szálláshely típusa stb.) kérdeztünk rá. A harmadik szerkezeti egység az Airbnb használatának okaira és a válaszadók motivációjára vonatkozó kérdéseket tartalmazott, elsősorban azokra a tényezőkre összpontosítva, amelyek befolyásolhatják az egyéni felhasználót a szállásválasztási döntés meghozatalában. Először a potenciális motiváció mérésére a korábbi szakirodalmakban alkalmazott motivációs elemek (GUTTENTAG, D. et al., 2018; SO, K. K. F. et al., 2018; TUSSYADIAH, I. P. – PESONEN, J. 2016; VARGA Á. – BELÉNYI T. 2018) felhasználásával 15 motivációs állítást (pl. Az Airbnb-ben való tartózkodás segített csökkenteni az utazási költségeimet) fogalmaztunk meg, amelyek egy 5 fokozatú Likert-skálán (1 = határozottan nem értek egyet – 5 = határozottan egyetértek) kerültek értékelésre. Ezek az állítások alapvetően 4 dimenzió (ár, funkcionális tulajdonságok, egyedi és új élmények, sharing economy ethosz) köré csoportosíthatók, és a magyar válaszadók véleményét vizsgálták az Airbnb-n keresztül történő szállásfoglalással

kapcsolatban. Másodszer, egy további 16 motivációs elemből álló (pl. a szállás ára, elhelyezkedése, az értékelések száma) kérdéssort is feltettünk, amelyek azt mérték, hogy az egyes tényezők milyen mértékben befolyásolják a felhasználókat az Airbnb-n történő foglalás során. A motivációs elemeket ebben az esetben is a nemzetközi szakirodalmak alapján (GUTTENTAG, D. 2016; GUTTENTAG, D. et al. 2018; KUZMANOVIC, M. – LANGOVIC, Z. 2018; POON, K. Y. – HUANG, W-J. 2017; TREPELS, L. C. R. 2018) állítottuk össze, és azokhoz hasonlóan arra kértük a kitöltőket, hogy egy 5 fokozatú Likert-skálán (1 = nagyon nem befolyásol – 5 = nagyon befolyásol) értékeljék azokat. Harmadrészt arra kértük a válaszadókat, hogy egy 1-től 8-ig terjedő skálán (1 = legfontosabb – 8 = legkevésbé fontos) értékeljenek 8 általunk kiválasztott motivációs tényezőt (pl. értékelések száma, elérhető fényképek száma, a szállás ára stb.) aszerint, hogy azokat milyen súllyal veszik figyelembe az Airbnb szállás kiválasztása során. Ezenkívül a kérdőív e szakaszába két figyelemellenőrzési kérdést is beépítettünk, hogy kiszűrjük a figyelmetlen és nem elkötelezett válaszadókat. A kérdőív utolsó szakaszában az Airbnb-t használók és Airbnb-t nem használók jellegének összehasonlítása érdekében a válaszadók demográfiai jellemzőit is lekérdeztük, ideértve az életkort, nemet, iskolai végzettséget, foglalkozást, jövedelmi szintet, valamint a lakóhelyet.

Alkalmazott vizsgálati módszerek

A kutatási kérdések megválaszolása érdekében többféle statisztikai elemzést végeztünk SPSS és Excel szoftverek felhasználásával. Először alapvető leíró statisztikai számításokat végeztünk a mintánk demográfiai jellemzőinek, valamint az Airbnb-t használók utazási szokásainak áttekintése céljából. Ezután a Guttentag (2016), valamint Guttentag és társainak (2018) kutatásait alapul véve – és kiegészítve azt további számításokkal – faktor- és klaszteranalízist végeztünk annak feltárására, hogy a magyar utazók miért választják az Airbnb-t, és milyen profillal rendelkeznek az Airbnb felhasználók egyes szegmensei.

KUTATÁSI EREDMÉNYEK

A vizsgálati minta

A lekérdezés időtartama alatt összesen 829-en töltötték ki a kérdőívet. A kérdőívek feldolgozása során 39 válaszadó nem adott megfelelő választ az ellenőrző kérdésekre, továbbá 18 kérdőív válasza ellentmondásokat tartalmaztak, így ezeket kizártuk a további vizsgálatból, ami így egy 772 elemből álló végső mintát eredményezett. A kutatás a magyar turisták Airbnb választási döntésire fókuszált, azonban a válaszadók többsége (497 válaszadó, 64,4%) azt jelezte, hogy még nem használta az Airbnb utazásai során. Így a továbbiakban a vizsgálati mintánkat a 275 Airbnb-t már használók válasza képezték. A válaszadók demográfiai profilját és az Airbnb használati szokásait az **1. táblázat** szemlélteti. A mintánk a nemek szempontjából kiegyensúlyozatlan, hiszen a kitöltők 65,9%-a nő, míg 34,1%-a férfi volt. A nők ilyen típusú viszonylag magasabb reprezentációja összhangban van a korábbi online kérdőíves kutatásokban tapasztaltakhoz (pl. BUDA G. – LEHOTA J. 2019; GUTTENTAG, D. et al. 2018; SAX, L. J. et al., 2003, 2008; TRAN, T. H. – FILIMONAU, V. 2020), továbbá ebben a magasabb

arányban az is közrejátszhat, hogy a nők általában fontosabb szerepet töltenek be az utazási döntések meghozatalában (MOTTIAR, Z. – QUINN, D. 2004).

1. táblázat: A válaszadók demográfiai profilja és Airbnb használati szokásaik (n=275)
Table 1. Demographic profile of respondents and their Airbnb usage patterns

| Jellemzők | n | % | Jellemzők | n | % |
|---|-----|------|---|-----|------|
| Nem (n=273) | | | Utazási gyakoriság (külföldi és belföldi) (n=275) | | |
| Nő | 180 | 65,9 | Egyszer egy évben | 11 | 4 |
| férfi | 93 | 34,1 | 2-3 alkalommal egy évben | 83 | 30,2 |
| Kor (n=272) | | | 4-5 alkalommal egy évben | 67 | 24,4 |
| Fiatalabb, mint 22 éves | 30 | 11 | Több mint 5 alkalommal egy évben | 114 | 41,5 |
| 22-24 éves | 101 | 37,1 | Mióta használja az Airbnb-t? (n=275) | | |
| 25-34 éves | 105 | 38,6 | Kevesebb, mint 1 éve | 50 | 18,2 |
| 35-44 éves | 19 | 7 | 1-2 éve | 104 | 37,8 |
| 45-54 éves | 10 | 3,7 | 2-4 éve | 91 | 33,1 |
| 55-64 éves | 6 | 2,2 | Több mint 4 éve | 30 | 10,9 |
| 65 éves vagy idősebb | 1 | 0,4 | Hányszor szállt meg Airbnb szálláson? (n=275) | | |
| Iskolai végzettség (n=274) | | | 1-2 alkalommal | 125 | 45,5 |
| Középiskola vagy annál alacsonyabb | 17 | 6,2 | 3-4 alkalommal | 73 | 26,5 |
| Jelenleg felsőoktatásban hallgató | 103 | 37,6 | 5 vagy annál több alkalommal | 77 | 28 |
| Egyetemi / főiskolai végzettség | 137 | 50 | Hány éjszakára foglal szállást? (n=275) | | |
| Doktori végzettség | 17 | 6,2 | 1-2 éjszaka | 96 | 34,9 |
| A háztartás anyagi helyzete (n=275) | | | 3-4 éjszaka | 121 | 44 |
| Nincsenek anyagi gondok | 57 | 20,7 | 5 vagy annál több éjszaka | 58 | 21,1 |
| A jövedelemből jól kijönnek | 120 | 43,6 | Hányan szálltak meg Önnel? | | |
| Beosztással jól kijönnek, de nem engedhetnek meg nagyobb kiadásokat | 69 | 25,1 | 2 vagy kevesebb | 152 | 55,3 |
| Nehezen tudnak megélni | 3 | 1,1 | 3-4 | 78 | 28,4 |
| Nem tudja megélni | 8 | 2,9 | 5 vagy annál több | 45 | 16,4 |
| Nem kíván válaszolni | 18 | 6,5 | Milyen szállásforma helyett választotta az Airbnb-t? (n=275) | | |
| | | | Szálloda | 68 | 24,7 |
| | | | Panzió vagy apartman | 145 | 52,7 |
| | | | Egyéb | 62 | 22,5 |

Forrás: saját számítás / Source: own calculation

Mindemellett a kitöltők viszonylag fiatal korosztályból kerültek ki, ugyanis 48,1%-uk a 25 év alatti, míg 38,6%-uk a 25-34 éves korosztályba sorolható, ami összhangban van a magyar internet-használók kormegoszlásával¹³. Legtöbbjük egyetemi vagy főiskolai végzettséggel rendelkezik (50%) vagy jelenleg is felsőoktatásban hallgató (37,6%). Ezek a tendenciák is összhangban vannak a korábbi eredményekkel, és jól körvonalazzák, hogy a megosztáson alapuló gazdaság használói elsősorban jól képzett középosztálybeliek (CHENG, D. 2014; LAHTI, V. M. – SELOSMÁ, J. 2013). Mindemellett a válaszadók 64,3%-a jónak ítéli meg saját háztartása anyagi helyzetét, jelezve, hogy nincs pénzügyi problémájuk és jól kijönnek a jövedelmükből. Ez visszatükröződik az utazási gyakoriság értékekben is, ugyanis a válaszadók 59,8%-a négy vagy annál több alkalommal utazik egy évben, míg csupán

¹³ Gemius Global (2014) Facts about Hungarian Internet users. <https://www.gemius.com/agencies-news/facts-about-hungarian-internet-users.html> Letöltve: 2020.02.04.

7,1%-uk jelezte csak, hogy mindössze egy alkalommal utazik egy évben. Mindemellett érdemes megállapítani, hogy az Airbnb platformon keresztül megszállók szolgáltatás használati gyakorisága is alacsony, ami a kutatási eredmények korlátait is kijelöli.

Faktoranalízis

A kutatás részeként először faktoranalízist (főkomponens elemzés varimax rotációval) végeztünk a kérdőívben lekérdezett 15 motivációs elemre, valamint 16 motivációs tényezőre, hogy meghatározzuk azokat az okokat, amelyek miatt az utazók az Airbnb-t választják a hagyományos szállásokkal szemben. Az első faktoranalízis 4 alapvető tényezőt határozott meg, amelyek befolyásolhatják az Airbnb használatát a magyar utazók körében. Ezeket a faktorokat az „Interakció”, „Társadalmi felelősségvállalás”, „Funkcionális tulajdonságok”, valamint „Gazdasági előnyök” címkékkel láttuk el (2. táblázat).

2. táblázat: A motivációs elemek faktoranalízise (n=275)
Table 2. Factor analysis of the motivational items (n=275)

| Faktor motiváció | Faktor érték | Sajátérték | Variancia magyarázat (kumulatív) | Cronbach α | A válaszok átlaga |
|---|--------------|------------|----------------------------------|-------------------|-------------------|
| Interakció | | 5,29 | 25,83 (25,83) | 0.885 | 2,82 |
| Egyedi (nem standardizált) élmények átélése miatt | 0,80 | | | | |
| Azért, hogy valami újat és nem szokványosat csináljak | 0,80 | | | | |
| Szállásadóval és a helybéliekkel való kapcsolatteremtés miatt | 0,77 | | | | |
| Autentikus helyi élmények átélése miatt | 0,74 | | | | |
| A szállásadótól hasznos helyi információk és tippek szerzése miatt | 0,74 | | | | |
| Azt gondoltam, hogy ez egy izgalmas élmény | 0,73 | | | | |
| Társadalmi felelősségvállalás | | 2,05 | 16,16 (41,99) | 0.866 | 2,70 |
| Az Airbnb-zés környezettudatosságot sugall | 0,84 | | | | |
| Az Airbnb-zés során társadalmilag felelősebb utazóvá válok | 0,84 | | | | |
| A szállásra költött pénzem közvetlenül a helyi emberekhez kerüljön | 0,77 | | | | |
| Funkcionális tulajdonságok | | 1,68 | 13,9 (55,89) | 0.623 | 3,42 |
| Elérhető háztartási szolgáltatások miatt | 0,73 | | | | |
| Az otthonos érzet miatt | 0,73 | | | | |
| Magasabb színvonalú szállások kevesebb pénzért | 0,61 | | | | |
| Jó elhelyezkedése miatt | 0,48 | | | | |
| Gazdasági előnyök | | 1,33 | 13,09 (68,98) | 0.829 | 4,03 |
| Relatív olcsósága miatt | 0,90 | | | | |
| Az Airbnb-ben való tartózkodás segített csökkenteni az utazási költségeimet | 0,88 | | | | |

Forrás: saját számítás / Source: own calculation

Ez a 4 faktoros megoldás a teljes variancia 69,98 százalékát magyarázta és az összes faktorérték meghaladta az általánosan alkalmazott 0,3 küszöbértéket (FIELD, A. 2013). A megbízhatósági teszt igazolta az adatok megfelelőségét, mivel a Cronbach-alfa 0,854 (n=275) volt, a minta megfe-

lelőségének mérésére használt Kaiser-Meyer-Olkin érték szintén magas 0,825-es értéket adott, míg Bartlett-teszt ($\chi^2=1993.001$, $df=105$, $p=.00$) szignifikáns volt. Az első tényező az **Interakció** jelölést kapta és a variancia nagy részét (25,83) magyarázza. Ez az 5 elemből álló faktor elemei azt sugallják, hogy a válaszadókat olyan motivációs elemek vezérelték az Airbnb kiválasztása során, mint a szállásadóval és a helyi lakosokkal való interakció és kapcsolatteremtés lehetősége, valamint, hogy nem szabványosított utazási élményben legyen részük. A második faktor a **Társadalmi felelősségvállalás** címkét kapta, és a variancia 16,16%-át magyarázza. Az ehhez köthető 3 motivációs tényező a helyi lakosok támogatását és a felelősségteljes utazóként való viselkedést testesíti meg. A harmadik faktor a **Funkcionális tulajdonságok** elnevezést kapta. Ez a 4 tényezőtől álló faktor a variancia valamivel kisebb részét magyarázza (13,9%), amelyek a jól felszerelt, jó elhelyezkedésű otthonban való tartózkodás iránti igényhez kapcsolhatók. A negyedik a **gazdasági előny** címkét kapta, és a 2 elemből álló faktor a variancia 13,09%-át magyarázza. A faktort alkotó két tényező arra utal, hogy az alacsonyabb költség és a pénzmegtakarítás lehetősége készítheti arra a magyar utazókat is, hogy az Airbnb-t válasszák. Érdekes megállapítani, hogy a nemzetközi összehasonlíthatóság végett törekedtünk az imént említett nemzetközi kutatások pontos analóg hazai leképezésére, így az elemzésben olyan faktort is meghagytunk (pl. funkcionális tulajdonságok), amit szigorúbb statisztikai megkötésekkel ki is lehetett volna venni. Viszont ez csorbította volna az eredményeink teljességét, a magyarázóerőt viszont nem emelte meg jelentős mértékben. Így az összes létrehozott faktort megtartottuk.

Ezt követően egy következő faktoranalízist végeztünk el a lekérdezett további 16 motivációs tényezőre. A második faktoranalízis elvégzése után a „szálláshely általános értékelése” változót eltávolítottuk, mivel az elemek közötti korreláció alacsonyabb volt, mint a 0,3 küszöbérték (FIELD, A. 2013; HAIR, J. F. et al. 2010). Ezt követően újra lefuttattuk a faktoranalízist és a maradék 15 változó már megfelelőnek bizonyult, és 5 alapvető motiváció tényezőt határozott meg, amelyek befolyásolhatják az Airbnb használatát a magyar utazók körében. Ezeket a faktorokat az „Reputáció”, „Ár és lokáció”, „Kapacitás és foglalhatóság”, „Foglalási feltételek” valamint „Szolgáltatások” címkékkel láttuk el (**3. táblázat**). Ez az 5 faktoros megoldás a teljes variancia 60,46 százalékát magyarázta és az összes faktorérték meghaladta az általánosan alkalmazott 0,3 küszöbértéket (Field, 2013). A megbízhatósági teszt igazolta az adatok megfelelőségét, mivel a Cronbach-alfa 0,768 ($n=275$) volt, a minta megfelelőségének mérésére használt Kaiser-Meyer-Olkin érték szintén magas 0,707-es értéket adott, míg Bartlett-teszt ($\chi^2=985.690$, $df=105$, $p=.00$) szignifikáns volt.

A második faktorelemzés első tényezője a **Reputáció** jelölést kapta és a variancia nagyobb részét (19,77%) magyarázza. Ez az 5 elemből álló faktor elemei azt sugallják, hogy a válaszadók esetében fontos szerepet játszik az Airbnb választási folyamat során, hogy a szállásadóról és a szállásról magáról releváns és hasznos információt tudjanak szerezni. A második faktor az **Ár és lokáció** címkét kapta és a variancia 11,71%-át magyarázza. Az ehhez köthető 3 motivációs tényező a költségekből, valamint a jó elhelyezkedésből adódó motivációt kombinálja össze, és hangsúlyozza, hogy e tényezők is fontosak a döntési folyamat meghozatalában. A harmadik faktor a **Kapacitás és foglalhatóság** elnevezést kapta. Ez a 2 tényezőtől álló faktor a variancia 12,26%-át magyarázza, amelyek a foglalt szállás méretéhez, és a foglalható napok számához kapcsolhatók. A negyedik faktor a **Foglalási feltételek** címkét kapta, és ugyancsak 2 elemből áll, ami a variancia 10,45%-át magyarázza, míg a **Szolgálta-**

tások elnevezésű 5. faktor a variancia valamivel kisebb részét magyarázza (7,28%), amelyek a jól felszerelt, és jó tömegközlekedési kapcsolatokkal rendelkező elemeket testesíti meg.

3. táblázat: A motivációs tényezők faktoranalízise (n=275)
Table 3. Factor analysis of motivational factors (n=275)

| Faktor motiváció | Faktor érték | Sajátérték | Variancia magyarázat (kumulatív) | Cronbach α | A válaszok átlaga |
|---|--------------|------------|----------------------------------|-------------------|-------------------|
| Reputáció | | 3,70 | 19,77 (19,77) | 0,779 | 3,67 |
| A szállásadó válaszadási aránya | 0,83 | | | | |
| A szállásadó válaszáideje | 0,81 | | | | |
| A szállásadó értékelése | 0,65 | | | | |
| A szállásadó profilképe | 0,63 | | | | |
| A szálláshelyről készült értékelések száma | 0,63 | | | | |
| Ár és lokáció | | 1,77 | 11,71 (31,48) | 0,527 | 4,33 |
| A szállás ára | 0,74 | | | | |
| Egyéb díjak (pl. takarítás, extra emberek stb.) | 0,73 | | | | |
| A szállás elhelyezkedése | 0,62 | | | | |
| Kapacitás és foglalkoztatás | | 1,36 | 11,26 (42,74) | 0,646 | 4,16 |
| Férőhelyek száma | 0,80 | | | | |
| Foglalkoztató napok száma | 0,80 | | | | |
| Foglalási feltételek | | 1,21 | 10,45 (53,18) | 0,597 | 3,66 |
| A szállásfoglalás lemondási feltételei | 0,80 | | | | |
| Minimálisan foglalandó napok száma | 0,78 | | | | |
| Szolgáltatások | | 1,04 | 7,28 (60,46) | 0,300 | 4,05 |
| Az elérhető szolgáltatások (pl. légkondicionálás) | 0,65 | | | | |
| Jó tömegközlekedési kapcsolatok | -0,58 | | | | |
| A fényképek száma a szállásról | 0,50 | | | | |

Forrás: saját számítás / Source: own calculation

Klaszteranalízis

Azokban a turisztikai motiváció kutatásokban, ahol csupán a válaszadók kisebb aránya esik a klaszterező változókra, a faktor-klaszter megközelítés egy gyakran alkalmazott módszer (ALEXANDER, A. et al. 2015; DOLNICAR, S. et al. 2014; GUTTENTAG, D. 2016; GUTTENTAG, D. et al. 2018; KARVONEN, M. – KOMPPULA, R. 2013; RID, W. et al. 2014). E folyamat során a motivációs változókat először egy faktorelemzés révén csökkentik, majd a kapott értékeket felhasználják az azt követő klaszteranalízis során. A klaszteranalízis előtt elvégeztük a 15 változó multikollinearitás vizsgálatát is, és a korrelációval tesztelt változók egyike sem haladta meg a 0.9-es értéket (SARSTEDT, M. – MOOI, E. 2014), így a multikollinearitás nem jelentett problémát jelen kutatásban. Az elemzés során kétlépcsős klaszteres megközelítést alkalmaztunk, ahol először az agglomerációs együtthatókat teszteltük 3, 4, 5, 6 klaszteres megoldáshoz, és a kimeneti értékeket importáltuk k-közép elemzésbe (10-es iteráció mellett) további vizsgálatra. A számítások alapján az 5 klasztercsoportos megoldást választottuk

4. táblázat: A klaszteranalízis eredményei
 Table 4. The results of the Cluster analysis

| Faktor motiváció | Otthonkeresők (n=70 / 25,5%) | Pénzmegetkarítók (n=40 / 14,5%) | Konzervatív fogyasztók (n=55 / 20,0%) | Közösségi fogyasztók (n=58 / 21,1%) | Interaktív újdonság- keresők (n=52 / 18,9%) | Összesen (n = 275) | | F |
|---|---------------------------------|------------------------------------|---|---|---|-----------------------|--------|------|
| | | | | | | Átlag | Szórás | |
| Interakció | | | | | | | | |
| Egyedi (nem standardizált) élmények átélése miatt | 2,57 | 2,50 | 1,42 | 4,05 | 3,46 | 2,81 | 1,30 | 63,5 |
| Azért, hogy valami újat és nem szokványosat csináljak | 1,81 | 3,20 | 1,40 | 3,95 | 3,25 | 2,66 | 1,32 | 82,8 |
| Szállásadóval és a helybéliekkel való kapcsolatteremtés miatt | 1,96 | 2,08 | 1,31 | 3,81 | 3,15 | 2,46 | 1,25 | 77,1 |
| Autentikus helyi élmények átélése miatt | 3,20 | 2,35 | 1,69 | 4,21 | 3,98 | 3,14 | 1,32 | 69,5 |
| A szállásadótól hasznos helyi információk és tippek szerzése miatt | 2,60 | 2,23 | 1,36 | 3,98 | 3,40 | 2,74 | 1,29 | 68,9 |
| Azt gondoltam, hogy ez egy izgalmas élmény | 2,41 | 3,68 | 1,69 | 4,28 | 3,75 | 3,10 | 1,33 | 76,0 |
| Társadalmi felelősségvállalás | | | | | | | | |
| Az Airbnb-zés környezettudatosságot sugall | 2,77 | 2,80 | 1,55 | 3,71 | 2,46 | 2,67 | 1,15 | 39,9 |
| Az Airbnb-zés során társadalmilag felelősebb utazóvá válok | 2,84 | 2,93 | 1,62 | 3,95 | 2,56 | 2,79 | 1,18 | 47,6 |
| A szállásra költött pénzem közvetlenül a helyi emberekhez kerüljön | 2,73 | 2,55 | 1,35 | 3,88 | 2,62 | 2,65 | 1,24 | 52,0 |
| Funkcionális tulajdonságok | | | | | | | | |
| Elérhető háztartási szolgáltatások miatt | 3,53 | 1,80 | 2,49 | 3,62 | 2,92 | 2,98 | 1,25 | 24,4 |
| Az otthonos érzet miatt | 3,79 | 1,83 | 2,25 | 3,95 | 3,81 | 3,23 | 1,28 | 54,7 |
| Magasabb színvonalú szállások kevesebb pénzért | 4,09 | 2,85 | 3,24 | 4,00 | 3,04 | 3,52 | 1,00 | 23,2 |
| Jó elhelyezkedése miatt | 4,20 | 3,85 | 3,58 | 4,41 | 3,63 | 3,96 | 0,97 | 8,8 |
| Gazdasági előnyök | | | | | | | | |
| Relatív olcsósága miatt | 4,23 | 4,25 | 3,93 | 4,21 | 3,40 | 4,01 | 0,88 | 10,0 |
| Az Airbnb-ben való tartózkodás segített csökkenteni az utazási költségeimet | 4,36 | 4,30 | 3,84 | 4,43 | 3,19 | 4,04 | 0,99 | 18,9 |

Forrás: saját számítás / Source: own calculation

(4. táblázat). Az eredmények értelmezésének megkönnyítése érdekében egyváltozós ANOVA számítás is végeztünk az egyes szegmensek átlag- és F-értékeinek megjelenítésére, ezzel szemléltetve, hogy az egyes motivációk milyen mértékben járulnak hozzá a végleges klasztermegoldáshoz¹⁴ (GUTENTAG, D. et al. 2018). Mindemellett a klaszterszegmensek jobb jellemzése érdekében a demográfiai változók és utazási jellemzők alapján különböző profilváltozók számítását is elvégeztük az egyes szegmensekre (5. táblázat).

A klaszteranalízis a magyar válaszadókat 5 különböző szegmensre osztotta, amelyeket az alábbi címkékkel láttuk el: „Otthonkeresők”, „Pénzmegtakarítók”, „Konzervatív fogyasztók”, „Közösségi fogyasztók”, és „Interaktív újdonságkeresők”. Az általunk meghatározott klaszterprofilok értékes betekintést nyújthatnak, hogy mi motiválja az egyes utazócsoportokat az Airbnb szállásválasztás során.

A klaszteranalízis eredményei alapján jól körvonalazódik, hogy az **Otthonkeresőket** főként a gazdasági előnyök és a funkcionális tulajdonságok motiválják. A válaszadók nagyobb mértékben értettek egyet a gazdasági elemek fontosságával, azonban a funkcionális tulajdonságok is jelentős tényezőnek bizonyultak az Airbnb kiválasztási folyamatában, ugyanis mind a 4 funkcionális elem értéke jelentősen meghaladta a mintaátlagot. A másik két faktor elemei inkább semleges véleményt mutattak, továbbá az interakciós elemek közül kettő is (helyi emberekkel való interakció, valami újat és nem szokványosat csináljak) azt mutatta, hogy egyáltalán nem befolyásolta őket a kiválasztási folyamatban. Az Otthonkeresők esetében a leginkább kiegyensúlyozatlan a nemek közötti arány, és az életkort tekintve viszonylag idősebbnek mutatkoznak a mintaátlagnál (15,9%-uk 36 éves vagy annál idősebb szemben a 10,7%-os átlaggal). Mindemellett, az átlagosnál szignifikánsan nagyobb hajlandóságot mutattak, hogy teljes lakást/apartmant béreljenek (85,7% szemben 73,5%-os átlaggal), az Airbnb-t a panziók és apartmanok helyettesítésére használhatják (58,6%-uk választotta az Airbnb-t panzió vagy apartman helyett szemben 52,7%-os átlaggal), amely szállásformák sokkal közelebb állnak az „otthonos érzetű”, mint a szállodák. Ezenkívül az Otthonkeresők szignifikánsan hosszabb időre szállnak meg (30%-uk 5 vagy annál több éjszakára foglal szemben 21,1%-os átlaggal), valamint sokkal tapasztaltabb Airbnb felhasználóknak bizonyulnak, ugyanis 37,1%-uk 5 vagy annál több alkalommal használta már az Airbnb-t szemben a 28%-os átlaggal.

A **Pénzmegtakarítók** elsősorban a gazdasági előnyök miatt választják az Airbnb-t, főleg az alacsony költségek jelentik számukra a fő motivációs forrást. A válaszadók sokkal erőteljesebb egyetértést mutattak ezzel a faktorral, mint az összes többivel, amelyek hatása inkább semleges volt, vagy a legtöbb válaszadó nem értett egyet a többi motiváció döntéshozatalt befolyásoló hatásával. A pénzmegtakarítók viszonylag fiatalabb korosztályhoz sorolhatók, ugyanis 62,5%-uk 26 évnél fiatalabb (szemben az 54%-os mintaátlaggal). Ők az Airbnb-n lényegesen rövidebb időre foglalnak szállást (57,5%-uk 1-2 éjszakára foglal szemben 34,9%-os átlaggal), szignifikánsan nagyobb valószínűséggel foglalnak privát vagy közös szobát (52,5% szemben a 26,5%-os átlaggal), valamint az átlagnál jóval kevesebb alkalommal veszik igénybe az Airbnb szolgáltatásait (75,2%-uk 1-2 alkalommal szemben a 45,5%-os átlaggal).

¹⁴ SPSS (2020) *K-means cluster analysis options*. https://www.ibm.com/support/knowledgecenter/SSLVMB_23.0.0/spss/base/idh_quic_opt.html Letöltve: 2020.02.11.

A **Konzervatív fogyasztók** esetében minden motivációs elemnél átlagon aluli értékek rajzolódnak ki. Az e szegmensbe sorolt válaszadók csupán szerény mértékű egyetértést mutattak a gazdasági előny elemekkel, és figyelemre méltó egyet nem értést tanúsítottak az interakció, valamint a társadalmi felelősségvállalás elemeivel. A konzervatív fogyasztóknál a legjobban kiegyensúlyozott a nemek aránya, viszonylag fiatalabb korosztályból kerülnek ki, és valamivel nagyobb rendszerességgel utaznak, mint a mintaátlag (52,7%-uk 5 vagy annál több alkalommal szemben 46,2%-os átlaggal). Mindemellett az is jól körvonalazódik, hogy az átlagnál szignifikánsan nagyobb valószínűséggel bérelnek teljes házat/apartmant (81,8% szemben a 73,5%-al), és az átlagnál jóval kevesebb alkalommal vették igénybe eddig az Airbnb szolgáltatásait (50,9% 1-2-szer szemben 45,5%-os átlag).

A **Közösségi fogyasztók** esetében jól látható, hogy minden motivációs elem átlagon felüli mértékben befolyásolja a válaszadókat szállásválasztás folyamatában. A gazdasági motivációs elemekkel mutatható ki a legmagasabb szintű egyetértés, ugyanakkor a funkcionális tulajdonságok és az interakciós elemekkel is kiemelkedően nagy arányban értenek egyet. A közösségi fogyasztók nagyobb valószínűséggel utaznak gyakran, mint az átlag (51,7% 5 vagy több alkalommal szemben az átlagos 46,2%-al). Az Airbnb-t más szálláshelyek (pl. hostelék) helyettesítőjeként használják (27,5% az Airbnb-t választja más szálláshelyek helyett szemben az átlag 22,5%-al), és általában nagyobb valószínűséggel bérelnek privát- vagy közös szobát, mint az átlag (31% szemben a 26,5%-al).

Az **Interaktív újdonságkeresőkre** elsősorban az interakciós motivációs elemek vannak döntő hatással, ugyanis az egyetértés mértéke csak ebben a faktorban volt átlag feletti, a többi motivációs elem csak szerény vagy semleges hatást mutatott. Ebben a szegmensben a válaszadók viszonylag idősebbnek bizonyultak (48,1%-a 26 és 35 év közötti szemben a 35,3%-al), akik az Airbnb-t inkább közepes időtartamú (3-4 nap) tartózkodások során veszik igénybe (53,8% szemben a 44%-os átlaggal), továbbá jóval kevesebb alkalommal veszik igénybe a platform szolgáltatásait, mint a mintaátlag (50% 1-2 alkalommal, szemben az átlagos 45,5%-al).

5. táblázat: Klaszter profilok: tripográfia
 Table 5. Cluster profiles: tripographics

| | Otthon- keresők | Pénzme- g- takarítók | Konzervatív fogyasztók | Közösségi fogyasztók | Interaktív új- donság keresők | Összesen | Khi négyzet |
|--|--------------------|----------------------------|---------------------------|-------------------------|----------------------------------|----------|--------------------|
| Nem (%) | | | | | | | $\chi^2(4)=5,510$ |
| Nő | 75,4 | 67,5 | 55,6 | 65,5 | 63,5 | 65,9 | p=0,239 |
| Férfi | 24,6 | 32,5 | 44,4 | 34,5 | 36,5 | 34,1 | |
| Életkor (%) | | | | | | | $\chi^2(8)=11,649$ |
| ≤25 év | 46,4 | 62,5 | 63,0 | 57,9 | 44,2 | 54,0 | p=0,168 |
| 26-35 év | 37,7 | 32,5 | 24,1 | 33,3 | 48,1 | 35,3 | |
| ≥36 év | 15,9 | 5,0 | 13,0 | 8,8 | 7,7 | 10,7 | |
| Célállomás (%) | | | | | | | $\chi^2(4)=4,557$ |
| Belföld | 11,4 | 25,6 | 22,2 | 17,2 | 15,4 | 17,6 | p=0,336 |
| Külföld | 88,6 | 74,4 | 77,8 | 82,8 | 84,6 | 82,4 | |
| Utazások száma évente (%) | | | | | | | $\chi^2(8)=5,944$ |
| 1-2 alkalommal | 30,0 | 25,0 | 29,1 | 24,1 | 30,8 | 28,0 | p=0,654 |
| 3-4 alkalommal | 27,1 | 37,5 | 18,2 | 24,1 | 25,0 | 25,8 | |
| 5 vagy annál több alkalom | 42,9 | 37,5 | 52,7 | 51,7 | 44,2 | 46,2 | |
| Az Airbnb-n foglalt napok száma (%) | | | | | | | $\chi^2(8)=20,082$ |
| 1-2 | 25,7 | 57,5 | 38,2 | 29,3 | 32,7 | 34,9 | p=0,010 |
| 3-4 | 44,3 | 32,5 | 34,5 | 51,7 | 53,8 | 44,0 | |
| 5 vagy annál több | 30,0 | 10,0 | 27,3 | 19,0 | 13,5 | 21,1 | |
| Mi helyett választotta az Airbnb-t? (%) | | | | | | | $\chi^2(8)=5,906$ |
| Szálloda | 24,3 | 22,5 | 32,7 | 22,4 | 21,2 | 24,7 | p=0,658 |
| Panzió, Apartman | 58,6 | 50,0 | 50,9 | 50,0 | 51,9 | 52,7 | |
| Egyéb (pl. hostel) | 17,1 | 27,5 | 16,4 | 27,6 | 26,9 | 22,5 | |
| Az Airbnb szállás típusa (%) | | | | | | | $\chi^2(4)=21,791$ |
| Teljes lakás/apartman | 85,7 | 47,5 | 81,8 | 69,0 | 73,1 | 73,5 | p=0,000 |
| Privát vagy közös szoba | 14,3 | 52,5 | 18,2 | 31,0 | 26,9 | 26,5 | |
| Hányszor szállt meg Airbnb szálláson? (%) | | | | | | | $\chi^2(8)=24,287$ |
| 1-2 | 34,3 | 72,5 | 50,9 | 31,0 | 50,0 | 45,5 | p=0,002 |
| 3-4 | 28,6 | 20,0 | 25,5 | 29,3 | 26,9 | 26,5 | |
| 5 vagy annál több | 37,1 | 7,5 | 23,6 | 39,7 | 23,1 | 28,0 | |
| Hányan szálltak meg Önnel? (%) | | | | | | | $\chi^2(8)=4,306$ |
| 2 vagy kevesebb | 51,4 | 62,5 | 52,7 | 58,6 | 53,8 | 55,3 | p=0,829 |
| 3-4 | 34,3 | 20,0 | 27,3 | 24,1 | 32,7 | 28,4 | |
| 5 vagy annál több | 14,3 | 17,5 | 20,0 | 17,2 | 13,5 | 16,4 | |

Forrás: saját számítás / Source: own calculation

KÖVETKEZTETÉSEK

Az eredményeink alapján úgy véljük, kijelenthető, hogy a faktor-klaszter megközelítés használata értékes betekintést nyújtott a magyar válaszadók Airbnb választási motivációjába. Az előzetesen elvégzett faktoranalízis számos olyan motivációs konstrukciót azonosított, amelyek a válaszadók Airbnb használatát mozgathatják, az ezt követő klaszteranalízis pedig a magyar felhasználók több különálló szegmensét azonosította. Az eredményeink azt mutatják, hogy a válaszadók körében az Airbnb kiválasztásának legfontosabb motivációinak az alacsony költségek és utazási költségek csökkentésének lehetősége bizonyult. Ez szoros összhangban áll a korábbi kutatások eredményeivel, amelyek rámutattak arra, hogy a gazdasági előnyök tekinthetők az egyik legjelentősebb befolyásoló tényezőnek az Airbnb-t (GUTTENTAG, D. 2016; GUTTENTAG, D. et al. 2018; LIANG, L. J. et al. 2018; NOWAK, B. et al., 2015; TRAN, T. H. – FILIMONAU, V. 2020) és a peer-to-peer szállásszolgáltatást igénybe vevő felhasználók számára (TUSSYADIAH, I. P. 2015). Az eredményeink továbbá rámutatnak arra is, hogy az Airbnb szállásokra úgy tekinthetünk, mint a hagyományos szállás szolgáltatások olcsóbb alternatívája (BOTSMAN, R. – ROGERS, R. 2011; GUTTENTAG, D. 2015; LAMBERTON, C. P. – ROSE, R. L. 2012; TUSSYADIAH, I. P. – PESONEN, J. 2018), amely azt a képzetet keltheti a felhasználókban, hogy annak ellenére, hogy kevesebbet költenek az utazásuk során szállásra, mégis magasabb színvonalú szállást kapnak a pénzükért. A szállás elhelyezkedése ugyancsak nagyon fontos motiváló tényezőnek bizonyult a válaszadók számára, azonban más szempontból, mint azt a korábbi kutatásokban tapasztalhattuk (GUTTENTAG, D. et al. 2018; NOWAK, B. et al. 2015; TRAN, T. H. – FILIMONAU, V. 2020; TUSSYADIAH, I. P. – PESONEN, J. 2018). A magyar válaszadók a jó elhelyezkedésű (pl. látnivalók közelsége, jó közlekedési kapcsolatok) szállásokat kedvelik, és szeretnek a turisztikailag frekvenciált városrészekben megszállni. Ez a megállapítás kissé ellentmond a korábbi kutatási eredményeknek, amelyek azt hangsúlyozzák, hogy az Airbnb ingatlanok inkább a lakónegyedekben helyezkednek el és nem a szállodákkal jól lefedett belvárosban (GUTTENTAG, D. et al. 2018; TUSSYADIAH, I. P. – ZACH, F. J. 2015), és az Airbnb felhasználók is inkább a nyugodt, a turisztikai szempontból kevésbé felkapott környékeket preferálják. Ezzel szemben a háztartási előnyök, mint például a háztartási szolgáltatásokhoz való hozzáférés vagy az otthonos érzet csak mérsékelt vagy alacsony mértékű befolyásoló hatást mutattak, ami ellentmond a korábbi megállapításoknak (GUTTENTAG, D. et al. 2018; NOWAK, B. et al. 2015; QUINBY, D. – GASDIA, M. 2014) jelezve, hogy a magyar válaszadók esetében ezek a tényezők nem játszhatnak olyan fontos szerepet a szálláshely kiválasztási folyamatában. Eredményeink továbbá azt is kiemelték, hogy a társadalmi felelősségvállalási tényező 3 elemével való egyetértés semleges volt. Ez összhangban van Guttentag és társai (2018) valamint Tussyadiah (2015) megállapításaival miszerint a „megosztó gazdaság etosza” nem befolyásolja az emberek motivációját az Airbnb szállás kiválasztásában annyira, mint azt sokan a megosztó gazdaság támogatói közül (pl. BOTSMAN, R. – ROGERS, R. 2011) állítják. Végül, meglehetősen mérsékelt vagy semleges volt az egyetértés interakciós tényező tételeivel. Az autentikus helyi élmények átélésének viszonylag alacsony értéke kissé váratlan, mivel Guttentag (2015) és Lamb (2011) korábbi tanulmányai szerint az autentikusság kulcsfontosságú motiváló tényező az Airbnb kiválasztásában (GUTTENTAG, D. 2016). Ugyanakkor a szállásadóval és helybéliekkel való kapcsolatteremtés alacsonyabb értékei nem meglepők, mivel a válaszadók túl-

nyomó többsége teljes lakást/apartmant foglal, ahelyett, hogy a házigazdával megosztaná a szállást, ezáltal maximalizálhatná a két fél közötti interakció lehetőségét.

A klaszteranalízis során a magyar Airbnb felhasználók 5 motivációs szegmensét határoztuk le, amelyeket „Otthonkeresők”, „Pénzmegetakarítók”, „Konzervatív fogyasztók”, „Közösségi fogyasztók” és „Interaktív újdonságkeresők” címkékkel azonosítottunk. Az Otthonkeresőket főként a gazdasági előnyök és a funkcionális tulajdonságok motiválták. Valójában, a válaszadók inkább gazdasági előny tényezőinek tulajdonítottak nagyobb befolyásoló erőt, ám a funkcionális tulajdonságok, például az otthon nyújtotta előnyök és az otthonos érzés is fontosnak bizonyult számukra. Az Otthonkeresők profilja számos hasonlóságot mutat a korábbi kutatási eredményekkel (GUTTENTAG, D. 2016; GUTTENTAG, D. et al. 2018) jelezve, hogy az átlagos Airbnb felhasználónál valamivel idősebbek, hosszabb időre foglalnak szállást, és nagyobb valószínűséggel foglalnak teljes házat/apartmant. A magasabb női reprezentáció, a jelentősen hosszabb tartózkodási idő, valamint a teljes lakások/apartmanok nyújtotta gyakorlati előnyök azt sugallják, hogy az Otthonkeresők az Airbnb-t használók közösségén belül a családi utazók szegmensét képviselik, akik az Airbnb-t vélhetően a középkeletű szállodák és panziók helyettesítőjeként használhatják. Bár ez a szegmens meglehetősen ár-értéket vizsgáló csoportnak tekinthető, a szállásadók számára alapvető célcsoportot képvisel, mivel a hosszabb utazási idő miatt többet költhetnek a szállásra. Így a házigazdák számára az Otthonkeresők bevonása érdekében a hirdeteikben elsősorban a szállásuk kényelmére és szálláslehetőségeik családbarát jellegére kellene hangsúlyt fektetni. A Pénzmegetakarítókat elsősorban a gazdasági előnyök (pl. alacsony költségek, az utazási költségek csökkentése) motiválta, míg szinte az összes többi tényező semleges hatást gyakorolt a döntéseikre, ami többé-kevésbé összhangban áll Guttentag és társai (2018) megállapításával. A Pénzmegetakarítók viszonylagosan a fiatal korosztályból kerültek ki, rövidebb időre foglalnak szállást az Airbnb-n, és inkább a privát- vagy közös szobákban való tartózkodást részesítik előnyben. Ezek az eredmények azt sugallják, hogy az Airbnb-felhasználók e szegmense az abszolút legolcsóbb szállást keresi, és az Airbnb-t elsősorban a hostelek helyettesítőjeként használhatja. Ennek nyomán a szállásadók számára e szegmensnek a bevonása során elsősorban a versenyképes árazásra kell figyelni, míg a szállodák számára ez egy nehezen elérhető szegmenst képvisel, amelyet vélhetően hétköznapi és szezonon kívüli speciális promóciókkal lenne érdemes megcélozni. A Konzervatív fogyasztók a korábbi kutatásokkal szemben (GUTTENTAG, D. 2016; GUTTENTAG, D. et al., 2018) az Airbnb használók egy teljesen új csoportját testesítik meg. Esetükben az összes motivációs elem átlag alatti értéket mutat jelezve, hogy a számításba vett motivációk nem befolyásolták őket szinte semmilyen mértékben az Airbnb kiválasztása során. Ezek a fogyasztók a fiatalabb korosztályból kerültek ki, az átlagnál gyakrabban utaznak és az Airbnb-t inkább a szállodák helyetteseként használhatják. Az eredmények alapján az mondható el, hogy a Konzervatív fogyasztók a turisták egy olyan típusát képviselhetik, akiknek viszonylag korlátozott tapasztalataik vannak az Airbnb-vel, és továbbra is nagyban elkötelezettek a hagyományos szállásszolgáltatók szolgáltatásai iránt. A Közösségi fogyasztókat is elsősorban a gazdasági előnyök motiválják, azonban esetükben az interakciós tényezők is komoly hatást gyakorolnak a szállásválasztási folyamatra. Különösképpen az autentikus és egyedi (nem standardizált) élmények, valamint a helyi információk és tippek lehetősége befolyásolja az ide sorolható utazókat. Valójában a Közösségi fogyasztók az összes motivációs elem esetében az átlag

gosnál magasabb értéket adtak. Ők az átlagosnál nagyobb valószínűséggel utaznak, és az Airbnb-t elsősorban az alacsony kategóriás szállások és a hostelek helyetteseként használhatják, így sokkal nagyobb valószínűséggel foglalnak privát- vagy közös szobát is. Ezek az eredmények azt sugallják, hogy a Közösségi fogyasztók képviselhetik a megosztáson alapuló gazdaság felhasználói archetípusát, ahogyan azt a sharing economy számos támogatója korábban már körvonalazta (például BOTSMAN, R. – ROGERS, R. 2011; CHASE, R. 2015). Az Airbnb marketingje is erősen erre a szegmensre összpontosít (GUTTENTAG, D. 2016) kiemelve, hogy az Airbnb használatával az utazók hiteles (helyi) tapasztalatokat szerezhetnek és kapcsolatba kerülhetnek a házigazdákkal és a helyi lakosokkal egyaránt. Ezek alapján a Közösségi fogyasztók bevonása érdekében a házigazdáknak a turistákban azt a képet kell erősíteniük, hogy hasznos helyi tájékoztatásokkal és tippekkel tudnak szolgálni a vendégeiknek, és esetleg személyes helyi idegenvezetés lehetőségét is biztosítani tudják az erre vágyó utazóknak. Az Interaktív újdonságkeresők átlag feletti befolyásoló hatást csak az interakciós elemekkel mutatnak, míg a többi tényező esetében inkább semleges vagy negatív hozzáállás tapasztalható. A legerősebb hatást az autentikus helyi élmények átélése iránt tanúsított vonzerő mutatta, míg a gazdasági előnyöknek sokkal kisebb hatása van ebben a szegmensben. Az Interaktív újdonságkeresők általában viszonylag idősebb korosztályból kerülnek ki, és az átlagos válaszadóknál lényegesen kevesebb alkalmalással használják az Airbnb-t elsősorban közepes hosszúságú időtartamra. Ennek a szegmensnek a jellege sok hasonló tulajdonságot mutat a közösségi fogyasztók szegmensével, így az ide tartozók is erősen vágnak mind az interakcióra, mind az újdonságra, ezért a házigazdáknak elsősorban arra kell összpontosítaniuk, hogy a helyi információkkal tudjanak szolgálni a vendégeknek, továbbá gondoskodjanak arról, hogy a vendégek autentikus helyi élményeket tudjanak szerezni az ott-tartózkodásuk során. Ezért is kifejezetten fontos a turisztikai termékek közötti hálózatok erősítése és a rekreáció különböző szegmenseinek is a beépítése az fogyasztói élménybe (GYÖRI F. – BALOGH L. 2017).

ÖSSZEFOGLALÁS

Az Airbnb gyors növekedése és széleskörű elterjedése az elmúlt évtizedben jelentősen megváltoztatta a turisztikai szálláshelyek piacát, és számottevő tudományos érdeklődést generált annak a megértése, hogy a felhasználók miért választják az Airbnb-t a hagyományos szolgáltatók helyett. A korábbi vizsgálatokkal összhangban a kutatás a magyar utazók motivációira fókuszál, és egy online kérdőíves lekérdezés adatait felhasználva egy faktor-klaszter megközelítés alapján szisztematikusan teszteli azokat a motivációs elemeket és tényezőket, amelyek befolyásolják a magyar válaszadókat, hogy az Airbnb platformján foglalják le szállásukat és ne a hagyományos szolgáltatók kínálatát válasszák. Az eredményeink jól mutatják, hogy a magyar válaszadók esetében a legerőteljesebb befolyásoló erővel a gyakorlati előnyök bírnak (pl. jó ár-érték arány, jó elhelyezkedés), így elsősorban ezek a motivációs elemek motiválhatják a felhasználókat, hogy az Airbnb-t válasszák, míg a tapasztalati előnyök, mint például az újdonság, a hitelesség, vagy a társadalmi felelősségvállalás másodlagos jelentőségűnek bizonyultak. A tanulmány faktor- és klaszteranalízis alapján az Airbnb használók 5 különböző szegmensét (Otthonkeresők, Pénzmeztakarítók, Konzervatív fogyasztók, Közösségi fogyasztók, Interaktív újdonságkeresők) határozta meg, és e szegmensek demográfiai jellemzők és utazási szokások szerinti profilozása további jelentős különbségeket tárt fel.

Mint minden kutatásnak, jelen tanulmánynak is megvannak a maga korlátai. Egyrészt a vizsgálati minta a magyar utazókra korlátozódik, valamint nem véletlenszerű mintavételi eljárás alapján, ezért fontos kiemelni, hogy a tanulmányban megfogalmazott megállapításokat és következtetéseket nem lehet minden magyarországi utazóra általánosítani. Mindazonáltal a vizsgálati mintánk és a korábbi kutatási mintaprofilok között jelentős hasonlóságok fedezhetőek fel, így jelen vizsgálat hasznos betekintést nyújt és lehetőséget biztosít óvatos és ésszerű következtetések levonására. Másrészt a tanulmányban szereplő 15 motivációs elem és 16 motivációs tényező nem tartalmazza az utazók lehetséges motivációinak kimerítő felsorolását, azonban így is egy viszonylag széles spektrumot fed le.

Azonban szükséges megemlíteni a kutatás korlátait és jövőbeli továbbvitelét is. Annak ellenére, hogy a nemzetközi kutatások is hasonló nagyságrendekkel dolgoztak, kérdőívünk elemszámából csak megkötésekkel tudunk nagyobb sokaságra következtetéseket levonni. Emellett sokszor megnehezíti az Airbnb elemzések teljeskörűségét az adatok elérhetőségének korlátai. Több esetben nem érhető el szignifikáns statisztikai adatok, amihez lehetne mérni a kérdőívek eredményeit. Az is behatóolja a kutatás eredményeinek lehetőségeit, hogy a kutatásunkban válaszoló személyek egy jelentős része nem használta még az Airbnb szolgáltatását. Azonban ezen adatok is hasznosak lehetnek egy később megismételt longitudinális elemzésnél, ahol újból mérni lehet a platform hazai népszerűségének változását és kihasználtságát. A tanulmány jövőbeli kutatások számos további irányát is feltárja. Először is hasznos lenne további kérdőíves lekérdezések elvégzése a válaszadók számának bővítésével az előzetes megállapítások alátámasztására és az eredmények általánosíthatósága érdekében. Ezenkívül az Airbnb-t nem használók szélesebb körű bevonása további információkat szolgáltatna arról, hogy ők miként állnak az Airbnb jelenségéhez, és mi motiválja őket, hogy ne válasszák az Airbnb felületén elérhető szállásokat. Továbbá célszerű lenne a további kutatásoknak az Airbnb használat gyakorlati előnyeire is fókuszálnia, hogy ezzel is finomítani tudjuk a funkcionális tulajdonságok (pl. lokáció, háztartási szolgáltatások stb.) foglalási szokásokra gyakorolt hatását. Emellett érdekes és nemzetközi szinten is vizsgálható felvetés az Airbnb befolyása a turizmus kínálati szegmenseire, valamint áttételesen az ingatlanpiacra gyakorolt hatások elemzése is fontos, azonban ezen irányok részletesebb kifejtése egy új kutatást és tanulmányokat alapoznak meg.

KÖSZÖNETNYILVÁNÍTÁS

A tanulmányban ismertetett kutatás a 128015 számú „A magyarországi közösségi szállásadás földrajzi vizsgálata” projekt részeként a Nemzeti Kutatási Fejlesztési és Innovációs Alap támogatásával valósult meg.

*Dudás Gábor, tudományos munkatárs,
MTA KRTK RKI ATO Békéscsabai Csoport,
e-mail: dudasgabor5@gmail.com*

*Vida György, egyetemi tanársegéd, Szegedi Tudományegyetem,
Természettudományi és Informatikai Kar,
Gazdaság- és Társadalomföldrajz Tanszék,
e-mail: vidagyorgy.vida@gmail.com*

*Boros Lajos, egyetemi docens, Szegedi Tudományegyetem,
Természettudományi és Informatikai Kar,
Gazdaság- és Társadalomföldrajz Tanszék,
e-mail: boros.lajos@gmail.com*

IRODALOMJEGYZÉK

- ADAMIAK, C. (2018): *Mapping Airbnb supply in European cities*. Annals of Tourism Research, 71 évf. C. sz. pp.67–71.
- ADAMIAK, C. (2019): *Current state and development of Airbnb accommodation offer in 167 countries*. Current Issues in Tourism. Forrás: DOI: 10.1080/13683500.2019.1696758
- ALEXANDER, A.–KIM, S. B.–KIM, D. Y. (2015): *Segmenting volunteers by motivation in the 2012 London Olympic Games*. Tourism Management, 47. évf. pp. 1–10.
- ALIZADEH, T.–FARID, R.–SARKAR, S. (2018): *Towards understanding the socio-economic patterns of sharing economy in Australia: an investigation of Airbnb listings in Sydney and Melbourne metropolitan regions*. Urban Policy and Research, 36. évf. 4. sz. pp. 445–463.
- ALRAWADIEH, Z.–GUTTENTAG, D.–CIFCI, M. A.–CETIN, G. (2019): *Budget and midrange hotel managers' perceptions of and responses to Airbnb*. Journal of Contemporary Hospitality Management. Forrás: DOI: 10.1108/IJCHM-01-2019-0015
- BALTAR, F.–BRUNET, I. (2012): *Social research 2.0: Virtual Snowball Sampling Method Using Facebook*. Internet Research, 22. évf. 1. sz. pp. 57–74.
- BARNES, S. J.–MATTSON, J. (2016): *Understanding current and future issues in collaborative consumption: a four-stage Delphi study*. Technological Forecasting and Social Change, 104. évf. pp. 200–211.
- BOROS L.–DUDÁS G.–KOVALCSIK T.–PAPP S.–VIDA GY. (2018): *Airbnb in Budapest: Analysing spatial patterns and room rates of hotels and peer-to-peer accommodations*. GeoJournal of Tourism and Geosites, 21. évf. 1. sz. pp. 26–38.
- BOTSMAN, R.–ROGERS, R. (2011): *What's mine is yours: The rise of collaborative consumption*. Harper Business, New York, NY.
- BÖCKER, L.–MEELEN, T. (2017): *Sharing for people, planet or profit? Analysing motivations for intended sharing economy participation*. Environmental Innovation and Societal Transitions, 23. évf. pp. 28–39.
- BRAUCKMANN, S. (2017): *City tourism and the sharing economy – potential effects of online peer-to-peer marketplaces on urban property markets*. Journal of Tourism Futures, 3. évf. 2. sz. pp. 114–125.
- BUDA G.–LEHOTA J. (2019): *Turisták szállásfoglalási preferenciái – Hagyományos kereskedelmi szálláshelyek vagy Airbnb?* Marketing & Menedzsment, 2. évf. pp. 85–94.
- CHASE, R. (2015): *Peers Inc: How people and platforms are inventing the collaborative economy and reinventing capitalism*. PublicAffairs: New York, NY.
- CHENG, D. (2014): *Is sharing really caring? A nuanced introduction to the peer economy*. Open Society Foundation Future of Work Inquiry. Forrás: <http://static.opensocietyfoundations.org/misc/future-of-work/the-sharing-economy.pdf> Letöltve: 2019.12.11.
- CROMMELIN, L.–TROY, L.–MARTIN, C.–PETTIT, C. (2018): *Is Airbnb a sharing economy superstar? Evidence from five global cities*. Urban Policy and Research, 36. évf. 4. sz. pp. 429–444.

- DANN, D.–TEUBNER, T.–WEINHARDT, C. (2019): *Poster child and guinea pig – insights from a structured literature review on Airbnb*. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 31. évf. 1. sz. pp. 427–473.
- DOLNICAR, S.–GRÜN, B.–LEISCH, F.–SCHMIDT, K. (2014): *Required sample sizes for data-driven market segmentation analyses in tourism*. Journal of Travel Research, 53. évf. 3. sz. pp. 296–306.
- DUDÁS G.–BOROS L.–NAGY GY. (2019): *Az önkormányzatok hozzáállása az Airbnb-hez, hazai és külföldi gyakorlatok*. In: BELÜGYMINISZTERIUM, INFORMÁCIÓS KOORDINÁCIÓS IRODA (szerk.): *A helyi önkormányzatok fejlődési perspektívái Közép-Kelet Európában: Gyakorlat és Innovációk*. Belügyminisztérium Információs Koordinációs Iroda, Budapest. pp. 128–143.
- DUDÁS G.–BOROS L.–PÁL V. (2016): *Közösségi szállásadás Budapesten – Az Airbnb térnyerése*. Településföldrajzi Tanulmányok, 5. évf. 3-4. sz. pp. 66–83.
- DUDÁS G.–KOVALCSIK T.–BOROS L.–KOVALCSIK B.–VIDA GY. (2018): *Az Airbnb szálláskínálatának jellemzői a megyei jogú városokban*. Területi Statisztika, 58. évf. 5. sz. pp. 462–488.
- DUDÁS G.–KOVALCSIK T.–VIDA GY.–BOROS L.–NAGY GY. (2020): *Price determinants of Airbnb listing prices in Lake Balaton Touristic Region, Hungary*. European Journal of Tourism Research, 24. évf. 2410. sz. pp. 1–18.
- DUDÁS G.–VIDA GY.–KOVALCSIK T.–BOROS L. (2017): *A socio-economic analysis of Airbnb in New York City*. Regional Statistics, 7. évf. 1. sz. pp. 135–151.
- DUDÁS G.–VIDA GY. (2020): *Az Airbnb használat motivációs tényezői a magyar turisták körében*. Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok, 4. évf. 1. sz. pp. 17–33.
- FANG, B.–YE, Q.–LAW, R. (2016): *Effect of Sharing Economy on Tourism Industry Employment*. Annals of Tourism Research, 57. évf. pp. 264–267.
- FERRERI, M.–SANYAL, R. (2018): *Platform economies and urban planning: Airbnb and regulated deregulation in London*. Urban Studies, 55. évf. 15. sz. pp. 3353–3368.
- FIELD, A. (2013): *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics, 4th ed.* Sage, Washington, DC.
- FLASH EUROBAROMETER 467 (2018): *The use of collaborative economy*. Publication Office of the European Union. Forrás: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/34eb3c1f-cb6f-11e8-9424-01aa75ed71a1> Letöltve: 2019.12.11.
- GOTTLIEB, C. (2013): *Residential short-term rentals: Should local governments regulate the industry?* Planning and Environmental Law, 65. évf. 2. sz. pp. 4–9.
- GUTTENTAG, D. (2015): *Airbnb: disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector*. Current Issues in Tourism, 8. évf. 12. sz. pp. 1192–1217.
- GUTTENTAG, D. (2016): *Why tourists choose Airbnb: A motivation-based segmentation study underpinned by innovation concepts*. Doctoral Thesis, University of Waterloo, Ontario, Canada.
- GUTTENTAG, D.–SMITH, S. (2017): *Assessing Airbnb as a disruptive innovation relative to hotels: Substitution and comparative performance expectations*. International Journal of Hospitality Management, 64. évf. pp. 1–10.
- GUTTENTAG, D.–SMITH, S.–POTWARKA, L.–HAVITZ, M. (2018): *Why tourists choose Airbnb: a motivation-based segmentation study*. Journal of Travel Research, 57. évf. 3. sz. pp. 342–359.

- GYÓDI K. (2017): *Airbnb and the hotel industry in Warsaw: an example of the sharing economy*. Central European Economic Journal, 2. évf. 49. sz. pp. 23–34.
- GYÓRI F. – BALOGH L. 2017: *Rethinking the Relationship Between Sport, Recreation and Tourism*. In: BENKŐ ZS. – MODI, I. – TARKÓ K. (ed.): *Leisure, Health and Well-Being: A Holistic Approach*. Palgrave Macmillan, Cham. pp. 121-133.
- HAJIBABA, H.–DOLNICAR, S. (2017): *Regulatory Reaction Around the World*. In: DOLNICAR, S. (ed.): *Peer-to-Peer Accommodation Networks: Pushing the boundaries*. Goodfellow Publishers Ltd. pp. 120–136.
- HAIR, J. F.–ANDERSON, R. E.–BABIN, B. J.–BLACK, W. C. (2010): *Multivariate data analysis: A global perspective (7th ed.)*. Pearson Upper Saddle River, NJ.
- HAMARI, J.–SJÖKLINT, M.–UKKONEN, A. (2016): *The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption*. Journal of the Association Information Science and Technology, 67. évf. pp. 2047–2059.
- HAWLITSCHKEK, F.–TEUBNER, T.–GIMPEL, H. (2016): *Understanding the sharing economy – drivers and impediments for participation in peer-to-peer rental*. HICSS 2016 Proceedings, pp. 4782–4791.
- HEO, C. Y.–BLENGINI, I. (2019): *A macroeconomic perspective on Airbnb's global presence*. International Journal of Hospitality Management, 78. évf. pp. 47–49.
- HONG, S.–LEE, S. (2018): *Adaptive governance, status quo bias, and political competition: why the sharing economy is welcome in some cities but not in others*. Government Information Quarterly, 35. évf. 2. sz. pp. 283–290.
- HORN, K.–MERANTE, M. (2017): *Is home sharing driving up rents? Evidence from Airbnb in Boston*. Journal of Housing Economics, 38. évf. pp. 14–24.
- IOANNIDES, D.–RÖSLMAIER, M.–VAN DER ZEE, E. (2018): *Airbnb as an instigator of 'tourism bubble' expansion in Utrecht's Lombok neighbourhood*. Tourism Geographies, 21. évf. 5. sz. pp. 822–840.
- JANG, J.–CHOI, J.–JEON, H.–KANG, J. (2019): *Understanding U.S. travellers' motives to choose Airbnb: a comparison of business and leisure travellers*. International Journal of Tourism Sciences, 19. évf. 3. sz. pp. 192–209.
- JUNG, J.–YOON, S.–KIM, S.–PARK, S.–LEE, K-P.–LEE, U. (2016): *Social or financial goals? Comparative analysis of user behaviours in couchsurfing and Airbnb*. Proceedings of the 2016 ACM Conference on Human Factors in Computing Systems, pp. 2857–2863.
- KAGERMAIER, A.–KÖLLER, J.–STORS, N. (2015): *Share Economy im Tourismus – Zwischen pragmatischen Motiven und der Suche nach authentischen Erlebnissen*. Zeitschrift für Tourismuswissenschaft, 7. évf. 2. sz. pp. 117–146.
- KAPLAN, R. A.–NADLER, M. L. (2015): *Airbnb: a case study in occupancy regulation and taxation*. The University of Chicago Law Review Dialogue, 82. évf. pp. 103–115.
- KARVONEN, M.–KOMPPULA, R. (2013): *Motivation-based segments of the Sulkava Rowing Race event visitors*. Event Management, 17. évf. 4. sz., pp. 409–423.
- KIM, J.–YOON, Y.–ZO, H. (2015): *Why people participate in the sharing economy: A social exchange perspective*. PACIS 2015 Proceedings 76. Letöltve: <http://aisel.aisnet.org/pacis2015/76> Letöltve: 2020.01.11.

- KUZMANOVIC, M.–LANGOVIC, Z. (2018): *Factors affecting online booking intentions and behaviour: the case of Airbnb*. TISC – Tourism International Scientific Conference Vrnjacka Banja, 3. évf. 1. sz. pp. 131–151.
- LAHTI, V. M.–SELOSMAA, J. (2013): *A fair share: Towards a new collaborative economy*. Jyväskylä, Finland: Atena.
- LAMB, Z. (2011): *Rethinking authenticity in tourist experience: Analyzing the motivations of travelers in person-to-person hospitality networks*. Master's thesis, The University of Chicago, Chicago, IL.
- LAMBERTON, C. P.–ROSE, R. L. (2012): *When ours is better than mine? A framework for understanding and altering participation in commercial sharing systems*. Journal of Marketing, 76. évf. 4. sz. pp. 109–125.
- LANE, J.–WOODWORTH, R. M. (2016): *The sharing economy checks in: An analysis of Airbnb in the United States*. LA: CBRE Inc. Letöltve: <http://rss.hsnyndicate.com/file/152006083.pdf> Letöltve: 2020.01.11.
- LIANG, L. J.–CHOI, HS. C.–JOPPE, M. (2018): *Understanding repurchase intention of Airbnb consumers: perceived authenticity, electronic word-of-mouth, and price sensitivity*. Journal of Travel & Tourism Marketing, 35. évf. 1. sz. pp. 79–89.
- MAHDEVAN, R. (2018): *Examination of motivations and attitudes of peer-to-peer users in the accommodation sharing economy*. Journal of Hospitality Marketing & Management, 27. évf. 6. sz. pp. 679–692.
- MAO, Z.–LYU, J. (2017): *Why travellers use Airbnb again? An integrative approach to understanding travelers' repurchase intention*. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 29. évf. 9. sz. pp. 2464–2482.
- MARPSAT, M.–RAZAFINDRATSIMA, N. (2010): *Survey methods for hard-to-reach populations: Introduction to the Special Issue*. Methodological Innovations Online, 5. évf. 2. sz. pp. 3–16.
- MOTTIAR, Z.–QUINN, D. (2004): *Couple dynamics in household tourism decision making: Women as the gatekeepers?* Journal of Vacation Marketing, 10. évf. 2. sz. pp. 149–160.
- NOD G. – PÁLFI A. – AUBERT A. 2019: *Az egyéni utazásszervezés térnyerése a digitális társadalomban*. In: CSAPÓ J. – GONDA T. – RAFFAY Z. (szerk.): Turizmus, fogyasztás, generációk. II. Nemzetközi Turizmus Konferencia: Tanulmánykötet. Pécs. pp. 161-171.
- NOWAK, B.–ALLEN, T.–ROLLO, J.–LEWIS, V.–HE, L.–CHEN, A.–WILSON, W. N.–COSTANTINI, M.–HYDE, O.–LIU, K.–SAVINO, M.–CHAUDHRY, B. A.–GRUBE, A. M.–YOUNG, E. (2015): *Global Insight: Who Will Airbnb Hurt More—Hotels or OTAs?* Morgan Stanley, New York.
- Önder, I.–WEISMAYER, C.–GUNTER, U. (2019): *Spatial price dependencies between the traditional accommodation sector and the sharing economy*. Tourism Economics, 25. évf. 8. sz. pp. 1150–1166.
- POON, K. Y.–HUANG W.-J. (2017): *Past experience, traveler personality, and tripographics on intention to use Airbnb*. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 29. évf. 9.sz. pp. 2425–2443.
- PUNG, J. M.–DEL CHIAPPA, G.–SINI, L. (2019): *Booking experiences on sharing economy platforms: an exploration of tourists' motivation and constraints*. Current Issues in Tourism. Forrás: DOI: 10.1080/13683500.2019.1690434

- QUINBY, D.–GASDIA, M. (2014): *Share this! Private accommodation & the rise of the new gen renter*. Phocuswright. Forrás: <http://www.phocuswright.com/Travel-Research/Consumer-Trends/Share-This-Private-Accommodation-the-Rise-of-the-New-Gen-Renter> Letöltve: 2019.12.11.
- RAMO, D. E.–PROCHASKA, J. J. (2012): *Broad reach and targeted recruitment Using Facebook for an Online Survey of Young Adult Substance Use*. Journal of Medical Internet Research, 14. évf. 1. sz. e28.
- RANCHORDÁS, S.–ZUREK, K.–GEDEON, ZS. (2016): *Home-Sharing in the Digital Economy: The cases of Brussels, Stockholm and Budapest*. Impulse Paper prepared for the European Commission, DG GROW. Forrás: <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/16950/attachments/1/translations/en/renditions/native> (letöltve: 2020. január 11.)
- RID, W.–EZEUDUJI, I. O.–PRÖBSTL-HAIDER, U. (2014): *Segmentation by motivation for rural tourism activities in The Gambia*. Tourism Management, 40. évf. pp. 102–116.
- SARSTEDT, M.–MOOI, E. (2014): *A concise guide to market research: The process, data, and methods using IBM SPSS Statistics* (2nd ed.), Springer, New York, NY.
- SAX, L. J.–GILMARTIN, S. K.–BRYANT, A. N. (2003): *Assessing response rates and nonresponse bias in web and paper surveys*. Research in Higher Education, 44. évf. 4. sz. pp. 409–432.
- SAX, L. J.–GILMARTIN, S. K.–LEE, J. J.–HAGEDORN, L. S. (2008): *Using web surveys to reach community college students: An analysis of response rates and response bias*. Community College Journal of Research and Practice, 32. évf. 9. sz. pp. 712–729.
- SCHÄFER, P.–BRAUN, N. (2016): *Misuse through short-term rentals on the Berlin housing market*. International Journal of Housing Markets and Analysis, 9. évf. 2. sz. pp. 287–311.
- SO, K. K. F.–OH, H.–MIN, S. (2018): *Motivations and constraints of Airbnb consumers: Findings from a mixed-method approach*. Tourism Management, 67. évf. pp. 224–236.
- STORS, N.–KAGERMAIER, A. (2015): *Motives for using Airbnb in metropolitan tourism – Why people sleep in the bed of a stranger?* Regions Magazine, 299. évf. 1. sz. pp. 17–19.
- TEUBNER, T. (2018): *The web of host-guest connections on Airbnb: a network perspective*. Journal of Systems and Information Technology, 20. évf. 3. sz. pp. 262–277.
- TEUBNER, T.–SAADE, N.–HAWLITSCHKE, F.–WEINHARDT, C. (2016): *It's only pixels, badges, and stars: On the economic value of reputation on Airbnb*. Australasian Conference on Information Systems, Wollongong, Australia.
- TRAN, T. H.–FILIMONAU, V. (2020): *The (de)motivation factors in choosing Airbnb amongst Vietnamese consumers*. Journal of Hospitality and Tourism Management, 42. évf. pp. 130–140.
- TREPELS, L. C. R. (2018): *Preferences of millennials for tourist accommodation - Hotel versus Airbnb accommodation*. Master Thesis. Eindhoven University of Technology.
- TUSSYADIAH, I. P. (2015): *An exploratory study on drivers and deterrents of collaborative consumption in travel*. In: TUSSYADIAH, I. P.–INVERSINI, A. (eds.): Information and communication technologies in tourism. Springer, Cham. pp. 817–830.
- TUSSYADIAH, I. P. (2016): *Factors of satisfaction and intention to use peer-to-peer accommodation*. International Journal of Hospitality Management, 55. évf. pp. 70–80.

- TUSSYADIAH, I. P.–PESONEN, J. (2016): *Impacts of Peer-to-Peer Accommodation Use on Travel Patterns*. Journal of Travel Research, 55. évf. 8. sz. pp. 1022–1040.
- TUSSYADIAH, I. P.–PESONEN, J. (2018): *Drivers and barriers of peer-to-peer accommodation stay – an exploratory study with American and Finnish travellers*. Current Issues in Tourism, 21. évf. 6. sz. pp. 703–720.
- TUSSYADIAH, I. P.–ZACH, F. J. (2015): *Hotels vs. peer-to-peer accommodation rentals: Text analytics of consumer reviews in Portland, Oregon*. SSRN. Forrás: DOI: 10.2139/ssrn.2594985
- VARGA Á.–BELÉNYI T. (2018): *Az Airbnb megosztáson alapuló szállásközvetítő oldal által nyújtott pozitív szolgáltatásélmény, s a használatára ösztönző fogyasztói motivációk feltárása*. In: CSORDÁS T.–VARGA Á. (szerk.): MMDC Terelő: Tanulmányok a marketing-, media-, és a designkommunikáció területéről. Budapest Corvinus Egyetem, Budapest. pp. 29–37.
- WACHSMUTH, D.–WEISLER, A. (2017): *Airbnb and rent gap: Gentrification through the sharing economy*. Environment and Planning A, 50. évf. 6. sz. pp. 1147–1170.
- WANG, Y. (2007): *Customized authenticity begins at home*. Annals of Tourism Research, 34. évf. 3. sz. pp. 789–804.
- XIE, K. L.–KWOK, L. (2017): *The effects of Airbnb's price positioning on hotel performance*. International Journal of Hospitality Management, 67. évf. pp. 174–184.
- YANG, S.–AHN, S. (2016): *Impact of Motivation in the Sharing Economy and Perceived Security in Attitude and Loyalty toward Airbnb*. Advanced Science and Technology Letters, 129. évf. pp. 180–184.
- YANNOPOULOU, N.–MOUFAHIM, M.–BIAN, X. (2013): *User-generated brands and social media: Couchsurfing and Airbnb*. Contemporary Management Research, 9. évf. 1. sz. pp. 85–90.
- ZERVAS, G.–PROSERPIO, D.–BYERS, J. (2017): *The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry*. Journal of Marketing Research, 54. évf. 5. sz. pp. 687–705.

Kucsera Emil

A Perzsa-öböl-menti légitársaságok története, gazdasági háttere és működési mechanizmusa

ABSZTRAKT

A Perzsa-öböl nyugati partján fekvő, területben, népességben kicsi, ún. „olajországok” rendkívüli méretű légiipar fejlesztésük révén a világ légiközlekedésének hárompólusú felosztását négypólusúra tagolják. Eddigi teljesítményük, gazdasági potenciáljuk és eltökéltségük eredményeképpen a közeljövő meghatározó globális szereplőjévé válnak úgy a légi személy-, mint az áruszállításban.

Kevés olyan termék van a világon, melynek ára 1980 óta folyamatosan csökkent, a repülőjegy ára ilyen. Ezzel párhuzamosan megnőtt a kontinentális-transzkontinentális helyszínek gyors elérhetőségének igénye. A gazdasági jólét kiszélesedett, a népességszám folyamatosan nő, a jegyváltás leegyszerűsödött, az egykori üzleti utazásokat a turizmus tömeges méretűvé bővülése egészítette ki. A személyszállítás mellett a légi áruszállításra minden korábbinál nagyobb kereslet mutatkozik.

Az árcsökkenéssel azonban egyre kevesebben tudnak versenyezni. A fapadosok a maguk sajátos, költségkímélő útját járják, ugyanakkor az ún. hagyományos légitársaságok kénytelenek szembenézni a növekvő biztonsági-, technikai- és reklámkiadásokkal, kényelmi- és luxuselemek fejlesztésével.

Mindezt – szemben több európai és amerikai piaci szereplővel – a Perzsa-öböl-menti légitársaságok nyereségtermelés mellett a legmagasabb színvonalon teljesítik, ezért mára a légiközlekedés színpadán jelentős átrendeződés körvonalazódik.

Tanulmányomban a vizsgált régió légiközlekedési sajátosságainak, bonyolult kapcsolatrendszerének megértéséhez szükséges gazdasági és történeti összefüggéseket, továbbá az Emirates, az Etihad és a Qatar Airways által képviselt üzletpolitika személyszállításra vonatkozó működési, fejlesztési és stratégiai vizsgálatának elemzési szempontjait tekintem át.

ABSTRACT

The world air transport evolved from having three poles to four poles due to huge airline industry development carried out by the so-called ‘oil countries’ of the western shore of the Persian Gulf, which are small both in size and population. These countries are becoming protagonists of passenger

and freight transport globally in the near future achieved by their performance, economic potential and determination.

Beyond air passenger transport, there is an unprecedented demand for air freight transport.

Few products have their prices decreased gradually since 1980, one such is flying. In line with this the demand for easily accessing continental and intercontinental destinations has increased. Economic prosperity has broadened, population is steadily increasing, the purchase of tickets has been simplified, former business travels have been supplemented by tourism which is widened to be mass tourism.

Fewer airlines can compete with the price reduction. Low-cost airlines go on their specific, cost-effective way; however traditional airlines face growing security, technical and advertising expenditure and developing of comfort and luxury items.

This—contrary to other European or American airlines—is achieved on the highest quality level with gaining profit by Gulf airlines, thus huge shift is under way on the stage of aviation.

This study aims to review the air transport features of the region, the economic and historical relations which are essential for understanding its complex system of relationships, furthermore to take into account the criteria for assessment of the operational, developmental and strategic inquiry of the policy of passenger transport pursued by Emirates, Etihad and Qatar Airways.

Kulcsszavak: Emirates, Etihad, Qatar Airways, brand építés, „öböl-specifikus” szempontok

Keywords: Emirates, Etihad, Qatar Airways, branding, “Gulf specific” viewpoints

BEVEZETÉS

A közlekedés jó ideje életünk, gazdasági versenyképességünk alapja és feltétele, fontossága megkérdőjelezhetetlen. Ezen belül is a légit közlekedés sajátos helyet foglal el, nagyobb távolságok megtételéhez megkerülhetetlen, azaz konkurenciamentes. Ez már önmagában is kivételezett helyzetet, stratégiai státuszt biztosít az ágazat számára.

Az ezredfordulótól a légit közlekedés, és ezzel összefüggésben az ezt kiszolgáló technikai háttér a világgazdaság egyik legdinamikusabban fejlődő szektora lett. Bár egzakt mérések hiányában nehéz pontosan meghatározni, hogy milyen mértékű befolyást gyakorol a gazdasági életre, a közvetlen – bizonyos mutatók alapján számszerűsíthető – hatásán túl a közvetett haszna egész biztosan túlmutat azon.

A modern gazdaságok ismérve, s egyben lételeme a csúcstechnológiák létrehozása és/vagy alkalmazása. Stratégiai kérdés, hogy jelen vannak-e, és milyen arányban a csúcstechnológiát képviselő ágazatok az adott rendszerben. A repülés és a repülőipar szükségszerűen a tudomány és a technológia legkorszerűbb eredményeit használja, gyorsan alkalmazkodik a technikai változásokhoz, rendkívül képzett munkaerőt foglalkoztat. Nem véletlen tehát, hogy mind a fejlett országok, mind a gyors gazdasági fejlődés lehetősége előtt állók csoportja (Öböl-országok, Kína, Törökország, India, Irán) kiemelten kezeli az ágazatot.

A légit közlekedés a behozott tudástőke mellett megteremti a nemzetközi piacok gyors elérésének feltételét, kiszélesíti az országokon átnyúló kutatás-fejlesztés hatékonyságát, lehetővé teszi a magasan

képzett munkaerő globális igények szerinti mobilitását, távoli célpontok elérésével hajtómotorját képezi az egyre *növekvő* világturizmusnak.

Összességében megállapítható, hogy a légiközlekedés a gazdaság egyik katalizátoraként működik, csúcstechnológiát, illetve annak minden járulékos előnyét használja, így érthetően nem közömbös, hogy ehhez egy ország gazdasága-társadalma közvetlenül, igényeihez és munkaerő kapacitásához igazítva juthat hozzá, vagy csak közvetve, idegen társaság szempontrendszerének alárendelve kapcsolódhat.

Az Egyesült Arab Emírátsok és Katar reprezentáns légitársaságai, amelyek jelenleg már a világ élvonalába tartoznak, egy alapvetően ellentmondásos, kiszolgáltatott világból néhány évtized alatt küzdöttek fel magukat jelenlegi pozíciójukba.¹ Az Emirates, Etihad és Qatar Airways megalapításának, fejlesztésének, üzletpolitikai döntéseinek megértéséhez szükséges a történeti és gazdasági előzmények vázlatos áttekintése.

MÓDSZEREK

Jelen tanulmány az Öböl-menti légitársaságok üzletpolitikáját, geopolitikai vonatkozásait feldolgozó – több évre tervezett – vizsgálat részét képezi. Ebből következően nem tekinthető önálló műnek, így nem lehetett célom a későbbiekre tervezett részletes elemzések végig vitele, következtetések levonása, ami egy független publikációtól joggal elvárható, fontosnak éreztem ugyanakkor a kutatási terület tematikus osztályozását, s az abban rejlő vizsgálandó kérdések számbavételét.

Ehhez kapcsolódóan alaposan át kívántam tekinteni, s rendszerezni a tudományág természeti, történeti, gazdasági, jogi, politikai irodalmát, vitás kérdéseit. A téma részletes feldolgozásának alapja a széleskörű hazai és nemzetközi adatbázis elérése, ami feltételezi a statisztikai intézmények éves jelentéseinek, a légitársaságok és repterek beszámolóinak, a nemzetközi légügyi szervezetek megszerzhető kiadványainak (IATA, ICAO, OAG, Skytrax, stb.) elérését.

A fogyasztói oldal véleményének megismerésére a kutatás későbbi szakaszában több helyszínen – Dublin, München, Berlin, Bécs, Dubai, Abu Dhabi, Doha, Budapest – kérdőíves módszert alkalmazok. A kapott válaszokból a szolgáltatási- és értékesítési rendszer megítéléséhez, s ebből következően elemzéséhez remélek jól használható információt.

Munkám során a begyűjtött adatsorok rendszerezésével, statisztikai és térinformatikai feldolgozásával, táblázatok, grafikonok és tematikus térképek szerkesztésével kívánom a szemléletes megjelenítést segíteni.

GAZDASÁGI ELŐZMÉNYEK

A Perzsa-öböl-menti országok légi iparának ma definiálható nagyságrendjét gazdaságuk diverzifikációs kényszere hívta életre.

A régió első aranykora az 1920-as évek közepén lezárult, aminek legfőbb oka a gyöngy iránti világpiaci kereslet hanyatlása volt. Súlyosbította a helyzetet az ezt követő világgazdasági válság,

¹ Qatar Airways díjak és elismerések 2010-2019. <https://www.qatarairways.com/hu-hu/about-qatar-airways/awards.html>. (Utolsó letöltés: 2020. február 15.)

HIA Awards 2010-2020. <https://dohahamadairport.com/media/hamad-international-airport-ranked-%E2%80%9Cthird-best-airport-world%E2%80%9D-skytrax-world-airport-awards> (Utolsó letöltés: 2020. február 15.)

amely a Perzsia és India felé irányuló kereskedelmi forgalom jelentős visszaesését hozta. A megélhetési lehetőségek beszűkülése még Ras al-Khaimah, Sharjah és Dubai sejksegeket is alapvetően megrengette, akik nyitott gazdaságpolitikájuk révén a leghatékonyabban használták ki a tengerpart helyzeti előnyeit.

A gazdasági és egzisztenciális válság tömeges elvándorlást eredményezett, az 1960-as évek elején az öbölrégió még a világ egyik legszegényebb térsége volt.²

A Perzsa-öböl mellékének szénhidrogén gazdagsága alapjaiban változtatta meg a terület gazdasági, társadalmi, politikai és kulturális életét. A kőolaj- és földgázlelőhelyek feltárása, a kitermelés beindítása, a koncessziók megkötése, az európai és amerikai befektetési tanácsadók modern társadalmak intézményi gyakorlatából vett javaslati ugyanakkor nehéz feladat elé állította a sokszor egymással szemben álló, de ekkor már az államiság útját kereső törzsi vezetőket.

Bár a kutatófúrások az 1920-as években elkezdődtek³, az első export szállítmányok csak évtizedekkel később indultak rendeltetési helyükre.⁴

1970-ben már pontosan látszott, hogy a tágabb régió a világ kőolajkészletének világgazdasági méreteken számítva is meghatározó szeletét rejtí⁵, azonban a lelőhelyek területi elhelyezkedése, kapacitása jelentős aránytalanságot mutatott.⁶

Katar szempontjából az olajnál is nagyobb jelentőségű az offshore North Field területen, az Iránnal közös határ két oldalán húzódó gázmező. 1971-ben fedezték fel, de világgazdasági súlya csak az 1980-as évek második felében tudatosult. A geológiai értelemben összefüggő tározó nagyobbik fele tartozik Katarhoz.⁷

² Erről számolnak be Abu Dhabi vízszegény partvidékének hagyományos gazdálkodást folytató beduinjairól szóló leírások.

³ Felfedezés időpontja: 1902: Irak, 1908: Irán, 1932: Bahrein, 1938: Kuvait, 1964: Omán.

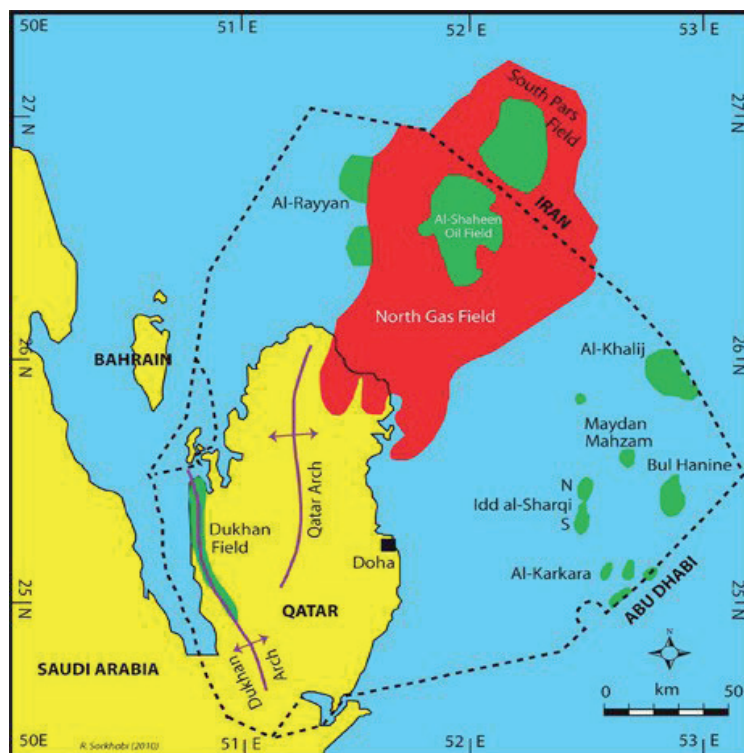
⁴ Katarból 1949-ben, Abu Dhabiból 1962-ban, Dubaiból 1969-ben.

⁵ Mai ismereteink szerint a világkészlet 50 %-át, mely a világ napi kitermelésének harmadát adja. <https://www.statista.com/chart/16830/countries-with-the-largest-proven-crude-oil-reserves/> (Utolsó letöltés: 2020. január 30.)

⁶ A tartalékok 94 százaléka Abu Dhabi területén található. A másik hat emirátus együttesen csak 6 %-kal rendelkezik. A dubai olajtermelés már 1991-ben elérte maximumát, azóta folyamatosan csökken. A készletek várhatóan 2030-ra kimerülnek. Dubai 4 milliárd hordó, Sharjah 1,5 milliárd hordó, Ras Al Khaimah 0,1 milliárd hordó bizonyított készlet. (Ajmanban, Fujairaban és Umm al-Quwain-ban ezidáig nem találtak olajat). (Morton, M.Q. 2011)

⁷ 25,4 Md m³ gázkészletével a világ ismert tartalékainak mintegy 14 %-át képviseli, ezzel Oroszország és Irán után a harmadik a rangsorban. (Qatar Petroleum 2005.)

1. ábra. Katar földrajzi helyzete, fő olaj- és gázmezői
Figure 1. Coastal geography and the main oil and gasfields of Qatar.



Forrás: Sorkhabi R.(2010) A katar olajfelfedezések, Vol. 7, No. 1 History of Oil Middle East.
<https://www.geoexpo.com/articles/2010/01/the-qatar-oil-discoveries> 2016. december 6.
 Source Sorkhabi R. (2010) The Qatar Oil Discoveries,. Vol. 7, No. 1 History of Oil Middle East.
<https://www.geoexpo.com/articles/2010/01/the-qatar-oil-discoveries> 2016. december 6.

A North Field/South Pars készleteinek méretéről árulkodik, hogy az meghaladja az amerikai, nyugat-európai és szubszaharai afrikai országok együttes tartalékát, ezért geostratégiai hatása felmérhetetlen.

Az EAE szénhidrogénlelőhelyeinek egyenlőtlen elhelyezkedése, mennyiségi korlátai, továbbá az egyoldalú világpiaci kiszolgáltatottság miatt a fiatal állam két nagy formátumú vezetője, Zayed bin Sultan Al Nahian és Rashid bin Saeed Al Maktoum sejkek az olajtól független gazdaság kiépítését kezdeményezték (2. ábra).

2. ábra. Az Egyesült Arab Emírségek jelentősebb szénhidrogén lelőhelyei.
Figure 2. Location map of United Arab Emirates and its major oil fields.



Forrás: Granier B., Alsuwaidi A.S., Busnardo R., Aziz S.K., Schroeder. (2003).- Az Abu Dhabi partjain lévő „Felső-Thamama” sztratigráfiájának új megközelítése. - Carnets de Géologie / Notebooks on Geology, Maintenon, Article 2003/05 http://paleopolis.rediris.es/cg/CG2003_A05_BG_etal/ 2017. június 30.

Source: Granier B., Alsuwaidi A.S., Busnardo R., Aziz S.K., Schroeder. (2003).- New insight on the stratigraphy of the “Upper Thamama” in offshore Abu Dhabi (U.A.E.).- Carnets de Géologie / Notebooks on Geology, Maintenon, Article 2003/05 http://paleopolis.rediris.es/cg/CG2003_A05_BG_etal/ 2017. június 30.

Bár kezdetben a több lábon álló gazdaságfejlesztés terve és iránya még futurisztikusnak tűnt, a diverzifikációs stratégia egyre inkább elfogadottá vált, s úgy Katar, mind az Egyesült Arab Emírátsok vezetése az olajtól független gazdasági környezet kiépítésében látja a fejlődés lehetőségét. Ez a program elsősorban a bankszektorra, a csúcstechnológiai- és a magas profitnövekedésű ágazatokra koncentrált.

Dubai a régió szolgáltatási, közlekedési és kereskedelmi központja lett, míg Abu Dhabiban a nagyértékű technológiák gyártására, a petrokémiai termékekre és a megújuló energiaforrásokra támaszkodnak. A dohai vezetés ösztönzi a magán- és külföldi befektetéseket az olyan nem energetikai ágazatokban, mint a pénzügyi szolgáltatások, az egészségügy, az oktatás, a sport és az üzleti turizmus.

Mindkét ország kiemelt figyelmet fordít a légi ipar fejlesztésére.

A LÉGIKÖZLEKEDÉS KEZDETEI A TÉRSÉGBEN

Anglia mindaddig, ameddig közvetlen érdekei nem kényszerítették rá, távol tartotta magát a tartós szárazföldi jelenlétől. Nem kívánt a sejkéségek közötti instabil és bizonytalan kimenetelű ügyekbe beavatkozni, ami jó eséllyel destabilizálta volna a térség társadalmi-politikai viszonyait és mindenképpen növelte volna kiadásait. A tengeri hadviselést betiltó szerződés hozadékaként azonban jó kapcsolatot tartott fenn a törzsi vezetőkkel, így amikor külső támadás miatti kényszer vagy gazdasági okok (a távolsági légitörleszkedés kiépítésnek igénye, később az olaj felfedezését követő üzleti érdekek) indokolták, egyre markánsabban folytak bele a régiós belpolitikába (Onley, J. 2009). Ebből követke-

zően Kuvait, Bahrein, Katar, Dubai, Sharjah és Omán megengedte, hogy reptereket üzemeltessen az Imperial Airways (ma British Airways) számára. Az akkori repülőgépek korlátozott hatósugarának köszönhetően a Közel-Kelet népszerű megállási pont lett Ázsia és Európa között.⁸ Ahogy a gyarmati hatalmak csökkentették (később megszüntették) jelenlétüket a régióban, az újonnan alakult nemzetek továbbfejlesztették a már meglévő légiközlekedési infrastruktúrát.

A mai sikeres légitársaságok gyökerei 1974-ig nyúlnak vissza. Bahrein, Katar, az Egyesült Arab Emírségek és Omán kormányai ekkor vásárolták meg a Gulf Airt a brit Overseas Airways Corporation (ma British Airways) társaságtól.⁹ Az 1980-as évek elején a Gulf Air gyorsan bővült és a legaktívabb közel-keleti fuvarozók közé tartozott. Bahreini központjából főleg az európai és a távol-keleti célállomásokot szolgálta ki, de rendszeres járatai voltak Abu Dhabiba, Dohába és Muscatba is. Dubai kimaradt a közvetlen kapcsolatból, s mivel Rashid bin Saeed Al Maktoum sejk az akkor még szerény méretű halászfalut világvárossá kívánta fejleszteni, 1985-ben önálló légitársaságot alapított.¹⁰ Szilárd meggyőződése volt, hogy a globális méretű fejlődés feltétele, ha a világot légiközlekedéssel kapcsolja Dubaihoz. Az Emirates kezdeti sikerei példaként szolgáltak a többi Gulf Air tagnak is. 1993-ban Katar, majd 2003-ban Abu Dhabi alapított önálló légitársaságot, s hagyta el a Gulf Airt.¹¹ A Qatar Airways néhány célállomásra repülő regionális légitársaságként indult, amikor Hamad bin Khalifa Al Thani sejk – feltehetően éppen az Emirates eredményeinek hatására – újra fogalmazta a célokat, hogy azt egy világméretű, nemzetközi színvonalú légifuvarozóvá bővítse. 1997-ben átfogó fejlesztési projektet dolgoztak ki, amelynek megvalósítására új, professzionális menedzsment és milliárdos tőke állt rendelkezésre.

Abu Dhabi légitársasága az Etihad 18 év „lemaradással” startolt az Emirates után. A Gulf Air vezérigazgatóját csábították el, hogy a sejkség második prémium légitársaságát emelje világszínvonalra.

Jelenleg 400 km sugarú körön belül 6 légitársaság¹² és 400 millió utas fogadására alkalmas reptérkapacitás található.

Ahogy az Ázsia és Európa közötti hosszú távú utazás iránti kereslet növekszik, a Perzsa-öböl mellékének légiközlekedése – amelyben az Emirates, az Etihad, és a Qatar Airways meghatározó súllyal szerepel – egyre jelentősebbé válik.

AZ EMIRATES, AZ ETIHAD ÉS A QATAR AIRWAYS VILÁG LÉGIKÖZLEKEDÉSÉBEN ELFOGLALT HELYE, SZEREPE, ÜZLETI MECHANIZMUSÁNAK SAJÁTOS ELEMEI

Jelen tanulmány – részben elméleti-módszertani megközelítést követve – az Emirates, az Etihad és a Qatar Airways légitársaságok igazoltan eredményes, ugyanakkor sok szempontból ellentmondásos,

⁸ Az Imperial Airways 1932-ben kezdte meg működését Nagy-Britannia és India között.

⁹ <https://simpleflying.com/gulf-air-70-years-history/> (Utolsó letöltés: 2020. március 18.)

¹⁰ 1985 az Emirates alapításának éve. /<https://www.emirates.com/english/about-us/timeline/> (Utolsó letöltés: 2020. március 19.)

¹¹ 1993-ban Omán is saját nemzeti légitársaságot alapított. Az új légitársaságok közvetlenül versenyeztek a Gulf Airrel, de az 1974-es megállapodás részeként továbbra is finanszírozták. 2002-ben Katar, 2006-ban az Egyesült Arab Emírségek, 2007-ben Omán lépett ki a Gulf Airből, így ettől kezdve Bahrein egyedül maradt a társaságban.

¹² Air Arabia, Emirates, Etihad Airways, Flydubai, Qatar Airways, Rotana Jet (charter).

külső támadások keresztüzében álló üzletpolitikájának vizsgálati lehetőségeit veszi számba. Ahhoz, hogy egy légitársaság sikeres lehessen – ezúttal tekintsünk el a légitársaság korábban már említett járulékos hasznától – profitot kell termelnie. A profit előállítását – ha leegyszerűsítjük – döntően két oldal tartalma befolyásolja, ezek: a kereslet és a kínálat, azaz a kellő számú fizetőképes utas megléte, és vele szemben az adott légitársaság által nyújtott vonzó szolgáltatások összessége (3. ábra).

3. ábra. A légitársaság működését meghatározó feltételrendszer
Figure 3. Conditions determining the operation of air transport.



Forrás: saját szerkesztés
Source: own

Természetesen számtalan befolyásoló tényező hatással lehet az említett képlet interakciójára, így ennek megfelelően további együtthatókkal bővíthető, módosítható a vizsgálati szempontok köre.

A világ légitársaságainak kiélezett piacát az ezredfordulón az amerikai és európai hagyományos, low-cost és charter légitársaságok vívták egymással. (1. táblázat)

1. táblázat. Az első tíz légitársaság utaskilométer alapján vett sorrendje 2004-ben.
Table 1. The top ten airlines by passenger kilometres in 2004.

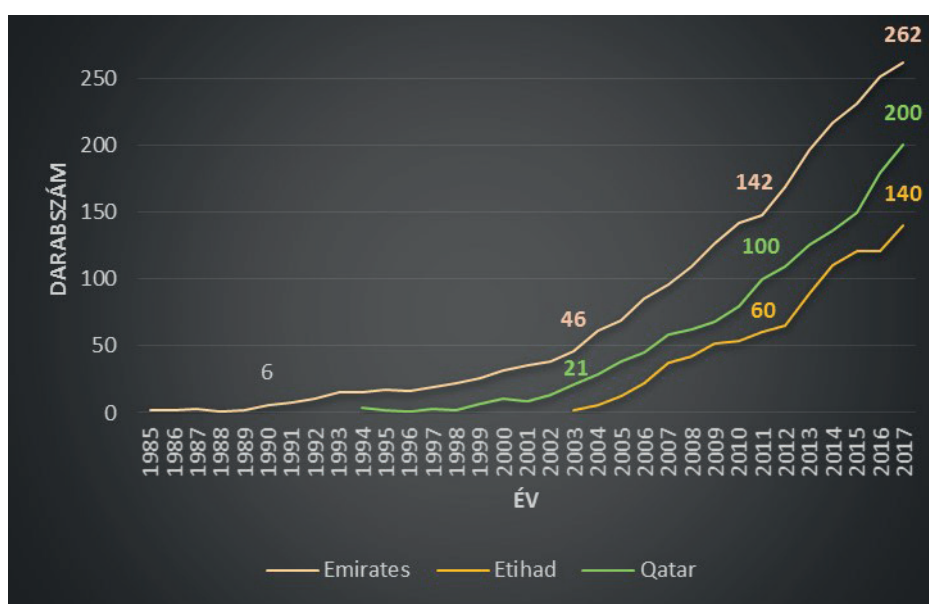
| | Légitársaság neve | Utaskilométer (millió) | Utasszám (millió fő) | Alkalmazottak száma (fő) |
|-----|----------------------|------------------------|----------------------|--------------------------|
| 1. | American Airlines | 209 217 | 91,6 | 93 500 |
| 2. | United Airways | 184 286 | 70,8 | 63 000 |
| 3. | Delta | 182 317 | 110,0 | 70 600 |
| 4. | Air France - KLM | 186 998 | 64,1 | 106 183 |
| 5. | Northwest | 117 958 | 55,4 | 39 100 |
| 6. | British Airways | 107 892 | 35,7 | 51 939 |
| 7. | Continental Airlines | 105 766 | 42,7 | 37 680 |
| 8. | Lufthansa | 104 064 | 50,9 | 34 559 |
| 9. | Japan Airlines | 102 354 | 59,5 | 20 231 |
| 10. | Southwest Airlines | 85 950 | 70,9 | 31 011 |

Forrás: Airline Business (2005. augusztus) és Flight International (2005. március 29-április 4, április 5-11, április 12-18)
Source: Airline Business (August 2005.) and Flight International (29 March - 4 April, 5-11, 12-18 April 2005)

A verseny döntően az atlanti régióban, a legnagyobb gazdasági teljesítményű/kibocsátású kontinensek között alakult ki. Ez a sorrend borult fel a Perzsa-öböl menti új szereplők megjelenésével és gyors ütemű térnyerésével. (4. ábra.)

A légitársaságok működési feltételeit objektív és szubjektív tényezők befolyásolják. A légiközlekedés rendjét keretbe foglaló szabályozók ezek figyelembevételével kerültek meghatározásra (Chicagói Egyezmény, Montreáli Egyezmény) Ma – amikor a repülés piacának a klasszikus szereplők rovására történő átrendeződése figyelhető meg – többször hangoztatott összehasonlítások, szakmai állásfoglalások, az egyezmények (pl. Nyitott Égbolt Szerződés) megváltoztatására irányuló törekvések a fennálló irányelveket igyekeznek egyoldalúan módosítani.

4. ábra. Az Emirates, az Etihad és a Qatar Airways repülőgép-parkjának fejlesztése 1985-2017 között.
Figure 4: The fleet growth of the Emirates, the Etihad and the Qatar Airways between 1985-2017.



Forrás: Az Emirates, Etihad és Qatar Airways adatai alapján saját szerkesztés.
Source, Emirates, Etihad, Qatar Airways, data compiled by the author

Az új belépőknek tulajdonított előnyökre hivatkozással – ezek között van több adottságbeli tényező (földrajzi fekvés, gazdasági háttér, kulturális determináltság), de jogértelmezési kérdés is (állami támogatások megítélése) – a hagyományos légitársaságok egy hangsúlyos csoportja a rendszer újragondolását kezdeményezné.

A fentiek miatt is fontosnak érzem az Emirates, az Etihad és a Qatar Airways indexszámainak, működési mechanizmusának, üzletpolitikájának elemzését.

Ahhoz, hogy a három légitársaságot a világ légi iparának hierarchikus rendszerében elhelyezhesük, az alábbi szempontrendszert célszerű áttekinteni.

A fejlődési tendenciák vizsgálata az adott társaság alapításától napjainkig

A vizsgálandó kérdéseknek ki kell terjedni a légiközlekedés feltételrendszerét képező valamennyi részterületre, így különös jelentősége van az alábbiaknak:

- géppark (száma, kora, preferált gépméret, homogén/heterogén összetétel)

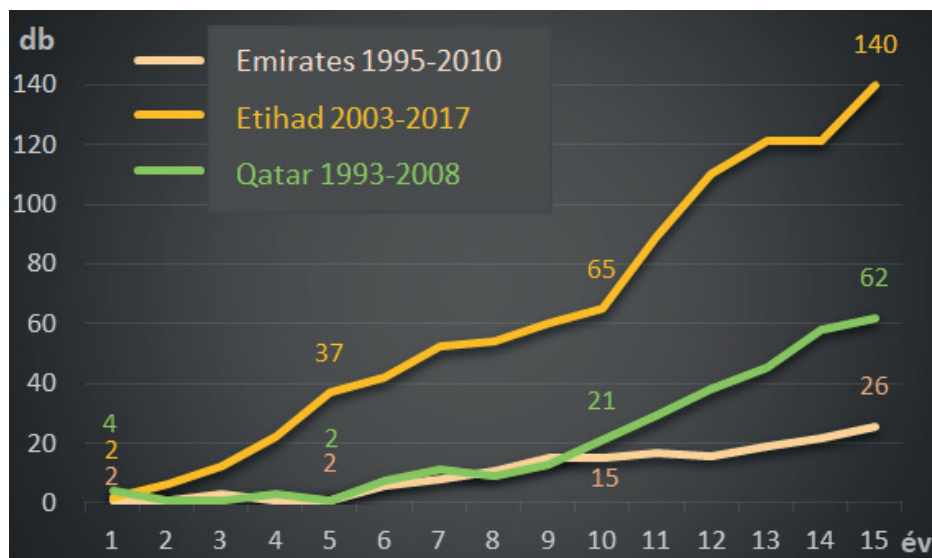
- infrastrukturális háttér, ellátórendszer
- foglalkoztatás
- utasszám alakulása
- úthálózat iránya és időbeni változása
- járatszám változás
- gazdasági mutatók, kiemelten a nyereségesség alakulása (profitabilitás).

Bár az elemzések a feltörekvő légitársaságok közül legtöbbször az Emirates példáját említik, azonban a fejlesztések üteme több esetben is a Qatar Airways és az Etihad előnyét mutatja. A gyakorta eltérő üzletpolitikai orientáció miatt, fontos egy-egy célcsoport több oldalról való megvilágítása, értékelése.

Géppark fejlesztés vonatkozásában például jól látható, hogy a Qatar Airways és különösen az az Etihad beruházási üteme az Emirates értékét megelőzi. Ha a fejlesztéseket az alapításukat követő első 15 év alapján vetjük össze, látható, hogy Abu Dhabi állami légitársasága merész lépésekben eredt a szomszédos két társaság nyomába. (5. ábra) A géptípusok megoszlása eltérő üzleti elképzelést mutat. Az Emirates kizárólag szélestörzsű gépeket működtet, míg az Etihad és Qatar Airways rugalmasabb menetrend politikát követ, amihez egy és kétfolyosós változatokat használ.¹³

5. ábra. Az Emirates, az Etihad és a Qatar Airways repülőgép flottájának növekedése az alapításukat követő első év fejlesztései alapján.

Figure 5. The fleet growth of the Emirates, the Etihad and the Qatar Airways after the first developments of the first year following their foundation.



Forrás: Az Emirates, Etihad és a Qatar Airways adatai alapján saját szerkesztés
Source: Emirates, Etihad, Qatar Airways, data compiled by the author

¹³ Emirates (262 gép): 95 db Airbus 380-800, 165 db Boeing 777, 2 db Boeing 747 cargo
Etihad (138 gép): 2 db Airbus 319, 23 db Airbus 320, 10 db Airbus 321, 29 db Airbus 330, 10 db Airbus 340, 10 db Airbus 380, 29 db, Boeing 777, 15 db Boeing 787, 4 db ATR 72-500, 6 db Saab2000
Qatar Airways (180 gép): 2 db Airbus 319, 41 db Airbus 320, 8 db Airbus 321, 34 db Airbus 330, 4 db Airbus 340, 18 db Airbus 350, 8 db Airbus 380, 55 db Boeing 777, 30 db Boeing 787

A versenytársakkal való összehasonlító helyzetértékelés

Ennek kapcsán azt célszerű áttekinteni, hogy az „öböl-mentiek” európai (és amerikai) terjeszkedése milyen „eltérő” üzletpolitikai elvek érvényesítése mentén válik sikeressé. Az ún. „öböl-specifikus” szempontok jelentik azokat a költségelőnyöket, amelyek a versenyképesség érvényesítésének, kiterjesztésének az alapja. A kialakult helyzetet a szembenálló felek eltérően ítélik meg. Míg az egyik oldal a gazdasági és stratégiai érdekek sérülését tekinti elsődlegesnek, az új szereplők a munkahelyteremtés tényét és a nemzetközi forgalomba való bekapcsolódás kiszélesítését hangsúlyozzák (Grimme, 2015). E kérdések részleteinek feltárása során fontosnak érzem elkülöníteni azokat az adottságokat, sajátos tényezőket, amelyek

- kivételezett, egyedi lehetőséget nyújtanak a három vizsgált légitársaságnak (ezek az előnyök más légitársaságok esetén halmozottan nem fordulnak elő),
- bármelyik légitársaságnál előfordulhatnak, mégis az „öböl-menti hármak” esetében – sokszor a fő áramlattal szemben haladva – emelkedtek utasközönséget vonzó és formáló magasságba.

Az Emirates, az Etihad és a Qatar Airways működésének speciális adottságai

2000-ig az Öböl-menti légitársaságokra különösebb figyelmet nem fordított a szakma. Ez az időszak az Emiratesnél az első 15 évet, a Qatar Airwaysnél az első 5-6 évet jelentette, az Etihad ekkor még nem létezett. Az Emirates első nagy megrendelését, 2001. szeptember 11-e utáni eseményeket követő iparági visszaesés idején jelentettek be.¹⁴ A 71 darab (19 milliárd USD értékű) repülőgép vásárlásával az érdeklődés középpontjába kerültek, s egyben elkötelezték magukat az Airbus A380-as programja mellett.

2004-től kezdve immár három légitársaság nagyon céltudatos növekedési programja (hálózatépítés, reptérfejlesztés, géppark bővítés, minőségi- és biztonsági mutatók javítása stb.) egyre nagyobb figyelmet követelt, s 2010-re a hagyományos légitársaságok már üzletileg veszélyeztetve érezték magukat. Az eredményekből jól látszott, hogy nagyon kitartó, tőkeerős konkurenciával kell számolniuk. Ettől az időszaktól kezdődően az eddigi verseny helyett/mellett többen¹⁵ az Öböl-menti „trió” jogi, adminisztratív korlátozását kezdeményezték.

A támadások több évig húzódtak, a részletek nem lettek tisztázva, hogy tisztességtelen verseny vagy az erőforrások intelligens használata áll fenn?

Az alábbi tényezők számszerűen is kimutatható előnyt jelentenek a három légitársaságnak:

- Földrajzi fekvés
- 3,5 milliárd ember, 3 kontinens gazdaságos elérhetősége, a felértékelődő régiók közelsége
- előnyös földrajzi helyzet repülésfizikai összetevői (távolság/üzemanyag felhasználás)
- 24 órás repülőtér működtetés lehetősége¹⁶
- Erős nemzetközi versenytársak hiánya. Az Öböl-menti hármak sajátos viszonyát külön fejezetben indokolt részletezni.

¹⁴ 2001 és 2003 között a légi ipar vesztesége 31 mrd USD volt.

¹⁵ Lufthansa, KLM, Delta Airlines, AA

¹⁶ Az Emirates flottája közel napi 14 órán át a levegőben van, ehhez képest a rivális flották kb. 11 órát töltenek a levegőben. Egy repülőgép földön tartózkodása óránként 150.000 USD-be kerül, ami éves megtakarításban több tíz millió dollárt is jelenthet.

- Korszerű, versenyképes méretű és összetételű adminisztráció az örökölt struktúrával rendelkező, elavult, drága, ugyanakkor létszámában, felépítésében nem- vagy alig megváltoztatható európai rendszerrel szemben.
- Erős gazdasági potenciál, rendkívüli tőkeerő.
- Helyben rendelkezésre álló, jelentős szállítási költség nélkül elérhető üzemanyag
- Fiatal, korszerű géppark, kedvező üzemeltetési mutatók (kis fogyasztás, alacsony CO₂ kibocsátás, kis hangterhelés)
- A mindenkori legmagasabb biztonsági (földi-légi) feltételek kiépítésének lehetősége
- Kulturális háttér, társadalmi szokásrend, bérezési-, biztosítási- és szakszervezeti rendszer sajátosságaiából származó költségelnyök (Bamber és társai 2009)¹⁷.
- Gyors döntési mechanizmus lehetősége.
- Tulajdonviszonyokból származó előnyök – állami támogatás kérdése.

Az Emirates, az Etihad és a Qatar Airways működésének nem „öböl-specifikus” sajátosságai

A szolgáltatás minőségének a versenyre gyakorolt hatását az elemzések gyakran nem kellő súllyal veszik figyelembe, így erről a – véleményem szerint meghatározóan fontos – területről viszonylag kevés jól használható információnk van. A profittermelés kényszere arra készíti a légitársaságokat, hogy akár szolgáltatásaik egy részének csorbítása árán is kizárólag az ár versenyre koncentráljanak.

Vizsgálatom fontos részének tekintem a három Öböl-menti légitársaság szolgáltatási színvonalának kérdőíves módszerrel történő felmérését. Arra keresek választ, hogy az itt képviselt minőségi elkötelezettség, hogyan befolyásolja a fogyasztók jegyvásárlási szokásait.

A légitársaságok történetében eddig sehol nem volt ennyire koncepciózus, minden jelentős részletre kiterjedő és eredményes „brand” építés és szolgáltatási innováció, mint a vizsgált három légitársaság esetében. Ezek leghatékonyabb elemei az alábbiak:

- sajátos reklámhadjárat a sporttámogatások prioritásával
- kiemelten magas szakmaiság, kutatási háttér (légi-űr)
- fedélzeti catering: étlap-itallap (a’ la carte menü, speciális étrend lehetősége, trend szeszitalok széles választéka stb.)
- szórakoztató elemek (fedélzeti szórakoztató rendszer 2600 csatornával 37 nyelven, kabin hangulatfény stb.)
- hűségprogram
- kényelmi szempontok (széktávolság növelése, speciális ülések, extra belmagasságú belső tér, fedélzeti wifi és telefon szolgáltatás stb.)
- First Class lakosztály, Business Class program
- versenyközpontú működés, s ezek hatékony demonstrálása, (csak az Emirates Group az elmúlt 25 évben több, mint 500 nemzetközi díjat nyert szolgáltatási minőségének elismeréseként)
- prémium színvonalú repterek létrehozása (Doha International 5*-os minősítést ért el)
- másodlagos hub bevezetése, tól-ig rendszer ismételt felvétele¹⁸.

¹⁷ A munkavállalókkal kapcsolatos költségek az Emirates működési költségvetésének 18%-át teszik ki, ugyanez a Lufthansánál 27%, a United Airlinesnál 29 % (Bamber és társai 2009).

¹⁸ <https://www.qatarairways.com/en-hu/journey.html> (Utolsó letöltés: 2020. március 19.)

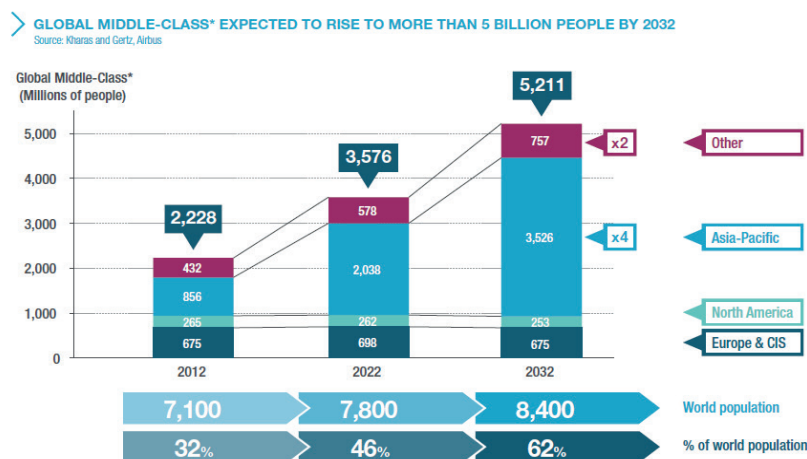
AZ ELKÖVETKEZŐ ÉVTIZEDEK ÜZLETI PERSPEKTÍVÁJÁNAK ÉRTÉKELÉSE A PIACI LEHETŐSÉGEK ÉS AZ EHEZ KAPCSOLÓDÓ FEJLESZTÉSI POTENCIÁL ÖSSZEFÜGGÉSÉBEN

E kérdés megválaszolásához fontos megismerni, hogy globálisan hol, milyen nagyságrendű fizetőképes utaslétszám áll időarányosan rendelkezésre.

Ehhez a mindenkori légitársaságnak megfelelő méretű, összetételű, korszerű flottát, az új kihívásoknak megfelelő repülőtere(ke)t és vonzó ár-érték arányos menetjegyet kell biztosítani.

Az Egyesült Arab Emírátsok és Katar 4.000 mérföldes körzetén belül – mely a modern gépek számára kb. 7-8 órás utat jelent – él a világ népességének több mint fele. A népességszám mellett fontos szempont a fizetőképességet adó középréteg megléte is. A 6. ábra jól szemlélteti, hogy mindkét mutató az ázsiai térségben nő legerőteljesebben, utóbbi 10 év alatt négyszeresére.

6. ábra. A globális középosztály mérete több mint kétszeresére nő
Figure 6. Global middle class to more than double



Forrás: Kharas and Gertz, Airbus. https://company.airbus.com/dam/assets/airbusgroup/int/en/investor-relations/documents/2012/presentations/Airbus_Global_Market_Forecast_2012-2031_slides.pdf

Source: Kharas and Gertz, Airbus. https://company.airbus.com/dam/assets/airbusgroup/int/en/investor-relations/documents/2012/presentations/Airbus_Global_Market_Forecast_2012-2031_slides.pdf

Ennek légiközlekedésben rejlő lehetőségét az Emirates tőkésítette először.

A Credit Suisse legutóbbi jelentése szerint az Etihad Airways, az Emirates és a Qatar Airways 2020-ig évi 8 és 18 százalék között növelte Európa-Ázsia közötti járatainak számát. Mivel a légiforgalom 15 évente kétszeresére nő, 2036-ig 34 ezer új repülőgép forgalomba állítására lesz szükség. Ezt a tendenciát mutatja a három légitársaság jelenlegi rendelésállománya is (2. táblázat).

2. táblázat. Az Emirates, Etihad és Qatar Airways rendelésállománya. 2017-es állapot.
Table 2. Orders of Emirates, Etihad and Qatar Airways, 2017.

| | A320 ceo | A320 neo | A321 neo | A340- 500/600 | A350- 900 | A350- 1000 | A380 | B777- 300ER | B777X | B777F | B787 | Összes |
|------------------|-------------|-------------|-------------|------------------|--------------|---------------|------|----------------|-------|-------|------|--------|
| Emirates | | | | | | | 47 | 20 | 150 | | | 217 |
| Etihad | | | | 1 | 40 | 22 | | | 25 | 1 | 58 | 63 |
| Qatar Airways | 39 | 30 | 16 | | 28 | 37 | 2 | 10 | 60 | 4 | 30 | 256 |

Forrás: Boeing 2017, Airbus 2017, saját szerkesztés.
Source: Boeing 2017, Airbus 2017, data compiled by the author

Az ázsiai-csendes-óceáni régió adja a kereslet 41%-át, míg az USA és Európa együttesen 36%-ot képvisel. A feltörekvő országokhoz köthető forgalom várhatóan a világátlagnál magasabb lesz, évi 6,2%-kal nő (Airbus 2019).

ÖSSZEFOGLALÁS

A Perzsa-öböl nyugati partvidékének népei számára a XX. század közepe a szénhidrogén gazdagságának köszönhetően jelentős társadalmi-gazdasági átalakulást hozott.

Rövid idő alatt lefektették a mai értelemben vett modern állam alapjait, s a nyersanyagra épülő egyoldalú gazdaság diverzifikálását helyezték előtérbe. A bank-, ingatlanpiac és a turizmus mellett a légi iparfejlesztés prioritást élvezett, helyesen ismerték fel a régió Európa-Ázsia-Afrika közötti ideális félúti helyzetét, amely a három irányból érkező utas- és áruforgalom összevonására, irányváltására jó lehetőséget kínált.

Dubai és az Emirates stratégiai elképzelései mindvégig összecsengtek, hiszen a légitársaság jól jeleníti meg a város világpolisz vízióját, amely napjainkra már űrprogramjukban teljesedik tovább.

Az Emirates sikere jelentős befolyást gyakorolt az Etihad és Qatar Airways életre hívására. E két légitársaság a kezdeti évek után saját fejlődési utat választott és követ. Az elkövetkező 10-20 évre kidolgozott terveik, megrendelés állományuk nagysága komoly aggodalmat vált ki az európai (és amerikai) konkurensok körében.

A világ légiközlekedése napjainkban jelentős átrendeződést mutat. Ez a változás döntően a hagyományos és feltörekvő légitársaságok között, földrajzi, politikai és geopolitikai dimenziókat érintve a világ népességnövekedésének és gazdasági fejlődésének területi különbségei szerint alakul. Ebben a versenyben jelentős szerephez juthatnak az Öböl-menti „hármak”, melyek által bevezetett újítások, működési, fejlesztési irányok modellté szélesedtek a polgári repülés gyakorlatában.

Az eddig megismert adatok, a témához kapcsolódó hivatalos öböl-menti, európai és amerikai állásfoglalások arra mutatnak rá, hogy a vizsgált három légitársaság üzleti modelljének több, bírálati célkeresztben álló aspektusa az erőforrásaik intelligens felhasználásának tulajdonítható, s nem a tisztességtelen verseny tényét erősíti meg.

Az útvonalak tervezése, a szükséges géppark optimalizálása, a repterekhez kapcsolódó szempontrendszer számítógépen modellezhető. Jóval körülményesebb a szolgáltatás színvonalára vonatkozó visszajelzések begyűjtése. Kutatásom egy későbbi szakaszában a több helyszínen tervezett kérdőíves

felmérés jelentősen segítheti annak megértését, hogy milyen szempontok alapján választanak az utasok légitársaságot. Milyen arányban van jelen döntéseikben az ár és a minőség. Mekkora része az eredményességnek a szolgáltatások prémium minősége, amelyet az árverseny a hagyományos légitársaságok gyakorlatából egyre több helyen visszavág. Utóbbi kérdést napjainkig a tervezett részletességgel még senki nem kutatta.

Kucsera Emil, PhD hallgató
Pécsi Tudományegyetem, Természettudományi Kar
Földtudományok Doktori Iskola
Geopolitikai Doktori Program
e-mail: uhh@unh.hu

FELHASZNÁLT IRODALOM

- AL-SAYEH, K. (2014) *The Rise of the Emerging Middle East Carriers: Outlook and Implications for the Global Airline Industry*, Civil Engineering M.Eng. Construction Management, Vanderbilt University, 2014. pp. 30-34., 48-56., 141-145. <https://dspace.mit.edu/bitstream/handle/1721.1/89852/890140089-MIT.pdf?sequence=2> (Utolsó letöltés: 2017. február 11.)
- AIRBUS (2019) *Global Market Forecast 2019 – 2038*. 123 p. <https://www.airbus.com/aircraft/market/global-market-forecast.html> (2020. január 19.)
- AIRBUS (2017) *Orders and deliveries*. <http://www.aircraft.airbus.com/market/orders-deliveries/> (Utolsó letöltés: 2017. június 10.)
- BAMBER, J., HOFFER GITTEL, J., KOCHAN, TH.A., VOND NORDENFLYCHT,(2009) *A. Up in the Air: How airlines can improve performance by engaging their employees* Cornell University Press https://www.researchgate.net/publication/37152407_Up_In_The_Air_How_Airlines_Can_Improve_Performance_by_Engaging_Their_Employees (Utolsó letöltés: 2020. március 25.)
- BOEING COMMERCIAL AIRPLANES (2013) *Current Market Outlook 2013–2032*. Seattle. 40 p. http://www.boeing.com/assets/pdf/commercial/cmo/pdf/Boeing_Current_Market_Outlook_2014.pdf (Utolsó letöltés: 2017. január 5.)
- BOEING (2017) *Orders and deliveries*. <http://www.boeing.com/commercial/#/orders-deliveries> (Utolsó letöltés: 2017. június 10.)
- DIMITROV D. (2011) *Route network strategies of Gulf Carriers* (Hitotsubashi University) Hitotsubashi University, Graduate School of Law, Naka 2-1, Kunitachi-shi, Tokyo 186-8601 pp. 6-7. <http://www.wctrs.leeds.ac.uk/wp/wp-content/uploads/abstracts/rio/general/1698.pdf> (Utolsó letöltés: 2017. február 6.)
- EMIRATES GROUP (2017) *Annual Report 2017*. https://cdn.ek.aero/downloads/ek/pdfs/report/annual_report_2017.pdf (Utolsó letöltés: 2016. december 4.)
- Emirates (airline)*. [https://en.wikipedia.org/wiki/Emirates_\(airline\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Emirates_(airline)) (Utolsó letöltés: 2016. december 4.)
- ERDŐSI F. (1998) *A légi közlekedés általános és regionális földrajza, légiközlekedés-politika*. I. kötet. Budapest, Malév Rt. p. 425.

- ERDŐSI F. (2003) *A világ légi közlekedésének főbb tendenciái*. Közlekedéstudományi Szemle, Vol. LI. No. 2., 2003. p. 57-59.
- ETIHAD AIRWAYS (2015) *Annual Report 2015*. p.21, 28. 37, 41-44. http://resources.etihad.com/etihadairways/images/E_Book/HTML/AnnualReport2015/assets/common/downloads/Annual%20Report%202015.pdf (Utolsó letöltés: 2016. december 10.)
- GOEDEKINGV, PH. (2010) *Networks in Aviation: Strategies and Structures*, Heidelberg, Springer. pp. 31-35. https://books.google.de/books?hl=hu&lr=&id=1Zvd4TLWEasC&oi=fnd&pg=PR3&dq=Networks+in+Aviation:+Strategies+and+Structures&ots=d9YU5QWoKc&sig=ye6jU30CU7Yptm47_6nvXlr4v9c#v=onepage&q=Networks%20in%20Aviation%3A%20Strategies%20and%20Structures&f=false (Utolsó letöltés: 2017. március 14.)
- GRIMME, W. (2015) *The Growth of Gulf Airlines - Implications for Airports, Passengers and Competitors*. Institute of Air Transport and Airport Research, German Aerospace Center (DLR). pp- 7-8. http://www.verkehrskonferenz.de/fileadmin/archiv/konferenz_2015/Papers/Grimme_Gulf_Carriers.pdf (Utolsó letöltés: 2016. december 5.)
- HEARD-BEY, F. *The Tribal Society of the UAE and its Traditional Economy*. pp. 99-101. https://www.uaeinteract.com/uaeint_misc/pdf/perspectives/04.pdf (Utolsó letöltés: 2017. január 6.)
- HVIDT, M. (2013) *Economic diversification in the GCC countries*, Research Paper, Kuwait Programme on Development, Governance and Globalisation in the Gulf States. pp. 12, 25-28, 31-33. <http://www.lse.ac.uk/middleEastCentre/kuwait/documents/economic-diversification-in-the-gcc-countries.pdf> (Utolsó letöltés: 2017. március 10.)
- LITTLE, A.D. (2008) *Kostenvorteile der Middle East Carrier. Eine Quantifizierung struktureller und strategischer Vorteile im Vergleich zu europäischen Netzwerk Carrier*. 26. p. http://www.adlittle.de/uploads/tx_extthoughtleadership/ADL_Aviation_Studie_Middle_East_Carrier_2007.pdf (Utolsó letöltés: 2017. január 6.)
- MANTUR, N. (2015) *The Emirates: Airline Company or a global lifestyle brand? Dissertation Master's Degree in Management in Hospitality*, School of Management, Hospitality and Tourism, University of the Algarve pp. 12-33. <https://sapientia.ualg.pt/bitstream/10400.1/8050/1/Tese%20N%20Mantur.pdf> (Utolsó letöltés: 2016. december 5.)
- MORTON, Q.M. (2011) The Abu Dhabi oil discoveries. *GeoExpro* Vol. 8., Issue 3.,pp. 52-56. https://www.academia.edu/2129258/The_Abu_Dhabi_Oil_Discoveries_2011 (Utolsó letöltés: 2020. január 19.)
- MOTOHIRO, O. (2011) *Reconsideration of the Meanings of the Tribal Ties in the United Arab Emirates: Abu Dhabi Emirate in Early '90s*. *Kyoto Bulletin of Islamic Area Studies*, 4-1&2. pp. 27-28. https://www.asafas.kyoto-u.ac.jp/kias/pdf/kb4_1and2/05ono.pdf (Utolsó letöltés: 2017. január 5.)
- O'CONNELL, J.O. (2011) *The Rise of the Arabian Gulf Carriers: An Insight into the Business Model of Emirates Airline*, *Journal of Air Transport Management*, Vol. 17, No. 6. pp. 339-341. <https://dspace.mit.edu/bitstream/handle/1721.1/89852/890140089-MIT.pdf?sequence=2> (Utolsó letöltés: 2016. december 6.)
- ONLEY, J. (2009) *Britain and the Gulf Shaikhdoms, 1820–1971: The Politics of Protection*. Center for International and Regional Studies, Georgetown University School of Foreign Service in Qatar. pp.

- 3-11. <https://repository.library.georgetown.edu/bitstream/handle/10822/558294/CIRSOccasionalPaper4JamesOnley2009.pdf;sequence=5> (Utolsó letöltés: 2016. december 5.)
- OPEC (2017) *Annual Statistical Bulletin*. http://www.opec.org/opec_web/en/publications/202.htm (Utolsó letöltés: 2017. március 4.)
- Qatar Airways*. https://hu.wikipedia.org/wiki/Qatar_Airways (Utolsó letöltés: 2017. január 5.)
- QATAR PETROLEUM (2005) *Annual Report 2005*. <https://web.archive.org/web/20071031152413/http://www.qp.com.qa/qp.nsf/17cb70a59066af5a4325710e0019b295/bcd2380b55d2584a4325713e001a388c/%24FILE/English%202005.pdf> (Utolsó letöltés: 2020.01.20.)
- ROHÁCS J. (2015) *Gondolatok, háttéranyagok a repülés, repülőipar stratégiai szerepéről*. Repüléstudományi Közlemények XXVII. évf. 2015/3. pp. 19-36. http://www.repulestudomany.hu/folyoirat/2015_3/2015-3-02-0225_Rohacs_Jozsef.pdf (Utolsó letöltés: 2020.01.20.)
- SCHOLZ, F., CORDES, R. (1980) *Bedouins, Wealth, and Change: A Study of Rural Development in the United Arab Emirates and the Sultanate of Oman*, United Nations University Press. <http://archive.unu.edu/unupress/unupbooks/80143e/80143E00.htm> (Utolsó letöltés: 2016. december 6.)
- SORKHABI, R. (2010) *The Qatar Oil Discoveries*,. Vol. 7, No. 1 History of Oil Middle East. <https://www.geoexpro.com/articles/2010/01/the-qatar-oil-discoveries> (Utolsó letöltés: 2016. december 6.)
- ULRICHSEN, K.C. (2015) *Gulf Airlines and the changing map of global aviation*. Center for the Middle East, Rice University's Baker Institute for Public Policy. pp. 6-15. <https://www.bakerinstitute.org/media/files/files/02785c88/CME-pub-GulfAviation-062515.pdf> (Utolsó letöltés: 2016. december 11.)

Varga Gergő

A roma népesség munkaerőpiaci-területi esélyei a Nagykanizsai járás területén

Regional Labour Market Opportunities of the Roma Population in the Nagykanizsa District

ABSZTRAKT

A jelen vizsgálat átfogó célja a munkavállalási korú roma népesség munkaerőpiaci helyzetének, elsősorban jövedelmi, mobilitási és motivációs viszonyainak vizsgálata a Nagykanizsai járásban. A tanulmány módszertanilag alapvetően két pillérre épít. Egyrészt szekunder forrásokra, vagyis a hazai és nemzetközi szakirodalomra és statisztikai adatokra, másrészt primer forrásokra, amelyeket egy, a vizsgált járásban élő munkavállalási korú cigány nemzetiségűek körében, 102 fő bevonásával folytatott kérdőíves felmérés biztosított. A kutatás eredményei feltárták a vizsgált csoport foglalkoztatási helyzetének területi aspektusait. Az ún. relatív mutató és az inaktivitási arány alapján a járás keleti és észak-keleti része a leghátrányosabb helyzetű. A megkérdezettek képzettségi és jövedelmi szintje nagyon alacsony, utóbbiban komoly szerepet játszik a közfoglalkoztatásban résztvevők és az álláskeresők magas aránya. A jövedelmi problémák nagymértékben befolyásolják a megkérdezettek mobilitási készségeit és képességeit. A vizsgálat eredményei hasznosnak bizonyulhatnak a járási szintű foglalkoztatási és területfejlesztési koncepciók, továbbá a járási székhely integrált településfejlesztési stratégiájának elkészítésében.

ABSTRACT

The overall aim of the present study is to examine the labour market situation of the working age Roma population, primarily the income, mobility and motivation conditions in the Nagykanizsa district. Methodologically the study is based on two pillars. On the one hand, secondary sources, ie. the domestic and international literature and statistical data, and on the other hand, primary sources provided by a questionnaire survey of 102 Roma of working age living in the studied district, involving 102 people. The results of the research revealed the territorial aspects of the employment situation of the examined group. According to the so-called relative indicator and inactivity rate, the

eastern and northeastern parts of the district are the most disadvantaged. The level of education and income of the respondents is very low, in the latter the high proportion of jobseekers and participants in public employment programmes plays a significant role. Income disadvantages greatly affect the respondents' willingness and abilities to move. The results of the study may prove useful in the preparation of district-level employment and regional development concepts, as well as the integrated settlement development strategy of the district centre.

Kulcsszavak: munkaerőpiac, roma népesség, foglalkoztatás, mobilitás

Keywords: labour market, Roma population, employment, mobility

BEVEZETÉS

Magyarországon a munkanélküliség az egyik legégetőbb társadalmi és egyben gazdasági probléma. A munkanélküliségi ráta szempontjából Zala megye Nagykanizsai járása napjainkban nem a leghátrányosabb területek egyike Magyarországon, azonban az itt élő marginalizált társadalmi csoportok, mint a jelen vizsgálat fókuszában lévő cigányság munkaerőpiaci helyzete is jelentős eltéréseket mutat megyei és járási viszonylatban. A térség munkaerőpiaci helyzetének javítása érdekében az itt élő roma népesség foglalkoztatási helyzetének ismerete és stabilizálása elengedhetetlen. A tanulmányban vizsgált hátrányos helyzetű álláskereső és hátrányos helyzetű térségek számottevő problémájára több Európai Unió és magyar országos szintű stratégiai összefoglaló dokumentum is rávilágít.

Az Országos Fejlesztési és Területfejlesztési Konceptió (OFTK) az ország társadalmi, gazdasági, ágazati és terület fejlesztési igényeiből kiindulva egy hosszú távú jövőbeni koncepciót és fejlesztéspolitikai tervet irányoz elő. A koncepcióból fontos kiemelni a roma népesség társadalmi és munkaerőpiaci integrációjának, illetve reintegrációjának támogatási szándékát. Ezzel egyidejűleg a térbeli kirekesztődés csökkentése, és idővel annak felszámolása a cél (OFTK, 2014). A dokumentum mindemellett a romák által nagyobb arányban lakott térségek fejlesztésére is fogalmaz meg fejlesztési prioritásokat (OFTK, 2014).

Az 1980-as évekig a magyarországi cigányság és hazánk teljes népessége közötti foglalkoztatási mutatók szinte elenyésző különbséget mutattak. A szocialista gazdaság a teljes foglalkoztatást célozta meg, összeomlása nagymértékben sújtotta a cigány népességet is. A roma lakosság munkaerőpiacról való kiszorulásának okai között szinte állandó jelleggel felsorolják a szakképzettség hiányát, a területi egyenlőtlenséget és a diszkriminációt (Szabóné, 2008). Magyarországon az 1989/90-es évek után az előzően fennálló politikai rendszer és gazdasági kapcsolatok megváltozásával nagymértékben növekedett a munkanélküliek aránya. A rendszerváltozás után a nagy tömegeket érintő munkanélküliség a gazdasági és társadalmi folyamatok között az egyik legégetőbb problémává nőtte ki magát.

Bánfalvy Csaba (1991) a rendszerváltozás évei után az elsők között ír a munkanélküliségről Magyarországon. Rámutat, hogy a modern piacgazdaságokban a magas munkanélküliségi ráta az adott ország gazdasági fejlődését nehezítheti. Tímár János 1992-es kutatásában is a munkanélküliséget vizsgálja, többek között a jelenség gazdaságpolitikai kapcsolatrendszerét. Tanulmányában a nemzetközi tapasztalatok alapján is vizsgálja a fennálló foglalkoztatáspolitikai helyzetet és az estleges

tennivalókat. Frey Mária és Gere Ilona (1992) munkájukban kitérnek az álláshiány, társadalomra gyakorolt hatásaira és arra a morális válságra, amely legnagyobb mértékben az eredménytelenül állást keresőket érinti. A leghátrányosabb helyzetű álláskeresők esetében az életkörülmények javítását többek között a közhasznú foglalkoztatás és munkahelyteremtés támogatásában látják.

Logikai sorban szorosan ide kapcsolható Schwertner János (1994) és Tímár János (1997) tanulmánya is. Mindketten a munkaerőpiac belső struktúrájának átalakulását értékelik, azonban utóbbi szerző területi alapú vizsgálatot is folytat. A kilencvenes évektől megszorodtak a területi jellegzetességeket feltáró kutatások: Dövényi Zoltán (1994) a főváros, míg Aradi Mária (1995) Borsod-Abaúj-Zemplén megye munkanélküliségi helyzetét elemezték. A társadalmi-gazdasági különbségek területi struktúrájának alakításában mindig kiemelt szerepe volt a humán erőforrás foglalkoztathatóságának, képzettségének (Nezdei, 2017). Itt említendő ugyanakkor, hogy az erős identitással jellemezhető nemzetiségek jelenlétének nem csak népességmegtartó képessége, de komoly munkaerőpiaci stabilizáló szerepe is lehet (Szenyéri, 2019).

A területi differenciáló faktorok feltárásában mérföldkőnek számított Ábrahám Árpád és Kertesi Gábor (1996) vizsgálata, amely egy intertemporális statisztikai modell segítségével tárta fel a munkanélküliség regionális egyenlőtlenségeit. A tanulmány eredményeiben vizsgált körzetek átlagos iskolázottsági szintje mellett a cigány népesség aránya bizonyult döntő tényezőnek a munkanélküliség területi különbségeinek alakulásában.

Bár már a fentebb említett munkákban is megjelentek hasonló megközelítésű módszerek, már ekkor kiemelt szerepet kaptak a csoportspecifikus kutatások. Itt említendő többek között Frey Márai és Gere Ilona (1992) munkái, amelyek a munkanélküliség által különösen veszélyeztetett, és a társadalom perifériáján élő csoportok helyzetét értékelik.

Az ezredfordulót követően a munkaerőpiaci kutatások száma megsokszorozódott. Egyre több csoportspecifikus és a földrajzi térszegmenseket alapul vevő tanulmány jelent meg. Amellett, hogy a kutatók hátrányos helyzetű területeket és csoportokat is vizsgáltak (Bank, Rudl, Tésits, 2003), többek között arra a kérdésre is keresték a választ, hogy milyen okok állnak a hátrányos helyzet mögött, illetve milyen megoldásokat alkalmaznának e csoportok helyzetének javítására. A roma népesség foglalkoztatási stabilitásának és munkaerőpiaci esélyeinek korcsoportok, nemek és végzettség szerinti vizsgálatai konkrét társadalmpolitikai intézkedésekre is javaslatot tesznek (Kertesi, 2005). A nonprofit alapú gazdasági önszerveződések mellett kiemelt figyelmet kap az iskolázottság, mivel a szerkezeti problémák miatt az iskolázatlanok nehezen, vagy alig foglalkoztathatók (Kertesi & Varga, 2005).

Tésits Róbert (2003) Baranya megye három kistérségével (Komló, Sellye és Szentlőrinc és térségeik) foglalkozik, amelynek során olyan következtetésekre jut, hogy az egyes vidéki térségek egyik legfontosabb problémája talán nem is a települések nagysága, hanem sokkal inkább a földrajzi elhelyezkedésből adódó hátrányok. Ilyen problémák a megyeszékhelytől való távolság, a közlekedési infrastruktúra hiánya, vagy rossz állapota, a társadalmi szolgáltatások hiánya, valamint a tömegkommunikáció fejlettségi szintjének elmaradottsága. Ezek az eredmények egybevágóan Obádovics Csilla (2004) doktori értekezésében olvashatókkal. A szerző a vidéki munkanélküliség térségi megoszlását kutatva, arra a következtetésre jutott, hogy a ruralitás önmagában nem jelent feltétlenül hátrányos

helyzetet, de a munkahelyek hiányával, a városoktól való nagyobb távolsággal és a kedvezőtlen demográfiai jellegzetességekkel együtt már nagyobb az esélye az instabil munkaerőpiaci helyzetnek.

Apró Antal Zoltán (2002) a roma népesség munkaerőpiaci helyzetét mutatja be az államigazgatási szervezet cselekvéseinek tükrében. A hagyományos mesterségekkel bíró cigány családok az erőltetett iparosítás miatt nehéz helyzetbe kerültek. A szocialista iparosításnak megfelelő képzések iránti igény a rendszerváltást követően megcsappant, újra a perifériára sodorva őket.

Az Európai Unió csatlakozás előtt és annak következtében előterébe kerültek a hátrányos helyzetű csoportok és területek felzárkóztatására irányuló munkák. Apró Antal Zoltán (2002) az állami és a civil szervezetek a hátrányos helyzetű csoportok felzárkóztatására irányuló erőfeszítéseit vizsgálta. Ehhez hasonló vizsgálatot készített Balcsók István és Baranyi Béla (2004) a határon túlról Magyarországra érkező külföldi munkavállalók között. Cserné Adermann Gizella és munkatársai (2006) már a hátrányos helyzetű munkavállalók mellett a képzési programok és képzési központok szerepét is vizsgálja, amely során felhívják a figyelmet a személyre szabott képzési programok fontosságára. Alpek Levente és Tésits Róbert (2019) munkájukban az Interreg- és az IPA-programok hatásait vizsgálják több dimenzióban, érintve a Dráva menti térség munkaerőpiaci-területi sajátosságait.

Az EU-csatlakozást követően mind a szakpolitikában, mind pedig a kutatásokban a közösségi ajánlásoknak való megfelelés került előtérbe. A hazai foglalkoztatáspolitikai célkeresztjébe a foglalkoztatási szint növelése és az esélyegyenlőség megteremtése került, fókuszban a hátrányosan érintett társadalmi csoportokkal (Öry, 2005). A vizsgálatok egy jelentős része az atipikus foglalkoztatási formákban (elsősorban a távmunkában, az önfoglalkoztatásban és a részmunkaidős foglalkoztatásban) rejlő felzárkóztatási lehetőségeket tárta fel (Tésits, 2005; Tésits & Bokor, 2000; Tésits & Bokor, 2005a; Tésits & Bokor, 2005b; Tésits, Székely, Apró & Mátrai, 2005).

A 2008-ban kezdődő gazdasági válság Magyarországon is kifejtette hatását (Kuddo, 2009). A válság okozta kihívásokra hazánk különböző térségei eltérő módon reagáltak, Zala megye területe több tekintetben is sajátos utat járt be. A térség az ún. kevert fragilitású típusba tartozott, települései a munkaerőpiaci sérülékenységet tekintetében rendkívül heterogén képet mutattak, amely felveti a térség munkaerőpiacának komplex vizsgálata szükségességét, ideértve a jelen elemzés tárgyát képező Nagykanizsai járás munkaerőpiaci jellegzetességeinek területi alapú vizsgálatát is (Alpek & Tésits, 2014). Lőcsei Hajnalka (2010) és Faluvégi Albert (2010) kutatásaikban hangsúlyozzák, hogy a földrajzi elhelyezkedésnek egyre hangsúlyosabb szerepe van a társadalmi egyenlőtlenségek alakulásában. A gazdasági válságot követően sem csökkentek a különböző hátrányos helyzetű csoportokra fókuszáló vizsgálatok. Tésits Róbert és Alpek Levente (2013) a képzettség, Koncz Katalin (2011), Hajdú Dávid és Koncz Gábor (2015) a nemek különbségeit vizsgálták a foglalkoztatás terén, míg Vitányi Ferenc (2013) a cigányság munkaerőpiaci esélyeit növelő tényezőket értékelte.

A hátrányos helyzetű csoportok mobilitásvizsgálata rámutatott a hátrányos helyzetű térségben élő munkavállalási korú népességnek az objektív és szubjektív mobilitási tényezők által okozott munkaerőpiaci hátrányaira (Alpek, Tésits & Bokor, 2016). A mobilitás jelentőségét hangsúlyozza, hogy ez a tényező országos szinten a foglalkoztathatóság dimenziójában a harmadik legerőteljesebb területi differenciáló faktorként jelent meg szorosan követve a képzettség és a gazdasági aktivitás és foglalkoztatás kérdéskörét (Alpek & Tésits, 2019).

A fenti szakirodalmi eredmények tükrében a jelen dolgozat célját képezi egy hazánkban halmozottan hátrányos helyzetű társadalmi csoport, a roma népesség munkaerőpiaci helyzetének feltárása a Nagykanizsai járásban. A dolgozat bemutatja az egyik leghátrányosabb helyzetű csoport álláskeresőinek anyagi helyzetét, képzettségi viszonyait (a munkavállalók hajlandóságát ennek javítására), mindemellett kitér munkavállalás terén a bérezésére, a munkaidőre, illetve a preferált munkakörökre és a munkavállalás terén lévő mobilitásukra is. Külön figyelmet fordítunk az álláskeresők munkavállalásával, munkaidejével és a bérezéssel kapcsolatos preferenciáira. A vizsgálat célrendszerét alkotó kérdéskörök az alábbiak:

- Mennyire jelent súlyos problémát a Nagykanizsai járásban élő cigányság körében a munkanélküliség?
- A munkaerőpiaci részvétel szerint a megkérdezett cigány lakosság mely szektorokban és foglalkoztatási szférákban tud elhelyezkedni?
- Milyen anyagi helyzetben él a célcsoport a Nagykanizsai járásban?
- A közfoglalkoztatás mennyire elterjedt a vizsgált személyek körében?
- Milyen mobilitási preferenciákkal vagy motivációkkal rendelkezik a mintában szereplő Nagykanizsai járásban élő cigány lakosság?
- A megkérdezett munkavállalók munkahelyükön tapasztalnak-e valamilyen negatív megkülönböztetést?

MÓDSZEREK

A jelen vizsgálat egyaránt épít primer és szekunder forrásokra. A szekunder források felhasználására főként a hazai szakirodalmon keresztül a térség foglalkoztatási és munkaerőpiaci helyzetének elemzése során került sor. A területi egyenlőtlenségeket fókuszba állító vizsgálat épít a Központi Statisztikai Hivatal (KSH), a Nemzeti Foglalkoztatási Szolgálat (NFSZ) és Országos Területfejlesztési és Területrendezési Információs Rendszer (TeIR) adataira is. A foglalkoztatási problémák bemutatásához az inaktív aránya mellett az ún. relatív mutatót (nyilvántartott álláskeresők/munkavállalási korú népesség) került felhasználásra.

A dolgozatban a szekunder forrásokon túl kiemelt szerepet kaptak a primer források. A komplex kérdőíves felmérés célcsoportját a Nagykanizsai járásban (1. ábra) élő, aktív korú roma népesség képezte, amely csoport lekérdezésére terepbejárás keretében történő véletlen mintavételezéssel került sor. A roma nemzetiséghez tartozás a jelen tanulmányban önbevallás alapján került meghatározásra. A cigányság lélekszáma ugyanakkor vitatott kérdés a témakört kutatók körében. Egyetértés a gyorsan növekvő lélekszám tekintetében van, amelynek hátterében a reprodukciós ráta mellett az identitásnak a növekvő mértékű felvállalása is áll. A heteroidentifikáción alapuló vizsgálatok a népszámlálási adatok több mint kétszeresét is mutathatják (Pásztor & Péntes, 2018). Tekintettel arra, hogy a roma népesség pontos létszámáról és demográfiai jellegzetességeiről a vizsgált évre és területi felbontásban nem áll rendelkezésre az alapsokaságról adat, a megkérdezettek részarányát a 2011-es népszámlálásban közölt roma népesség számához (2246 fő) viszonyítva adjuk meg. Ennek megfelelően a vizsgálatba vont 102 fő hozzávetőlegesen az alapsokaság 4,5%-át képezi.

A kérdőív kérdései kitértek a demográfiai paramétereken túl, a célcsoport munkaerőpiaci részvételére, a munkaerőpiaci preferenciáikra, a mobilitási helyzetére valamint a munkahelyi körülményeikre is. A megkérdezettek között enyhe férfitöbbség látszik, (52%), többségük középkorú (45 és 55 év). Az alacsonyabb iskolai végzettségűek felülreprezentáltak, részarányuk a megkérdezettek közel kétharmada. A megkérdezettek egyötöde él városban, munkaerőpiaci státuszuk szerint megközelítőleg 70%-uk alkalmazottként dolgozik.

A kitöltés papíralapon történt, az összesített adatok feldolgozása Microsoft Office Excel táblázatkezelő program segítségével zajlott. A kérdőíves felmérés mellett nem strukturált interjút is készítettünk, két a Nagykanizsai járásban élő (Galambok és Zalakaros) és dolgozó egyéni vállalkozóval. Az interjú keretein belül kitértünk az általuk alkalmazott főleg roma nemzetiségű munkavállalókkal kapcsolatos tapasztalataikra.

1. ábra. A Nagykanizsai járás településeinek áttekintő ábrája

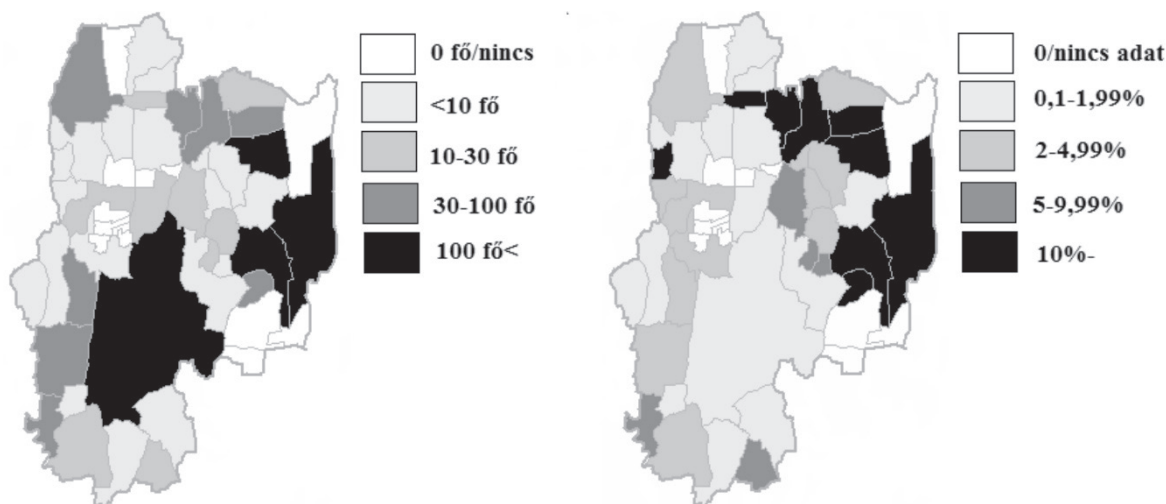


EREDMÉNYEK

A romák munkaerőpiaci esélyeinek területi egyenlőtlenségei

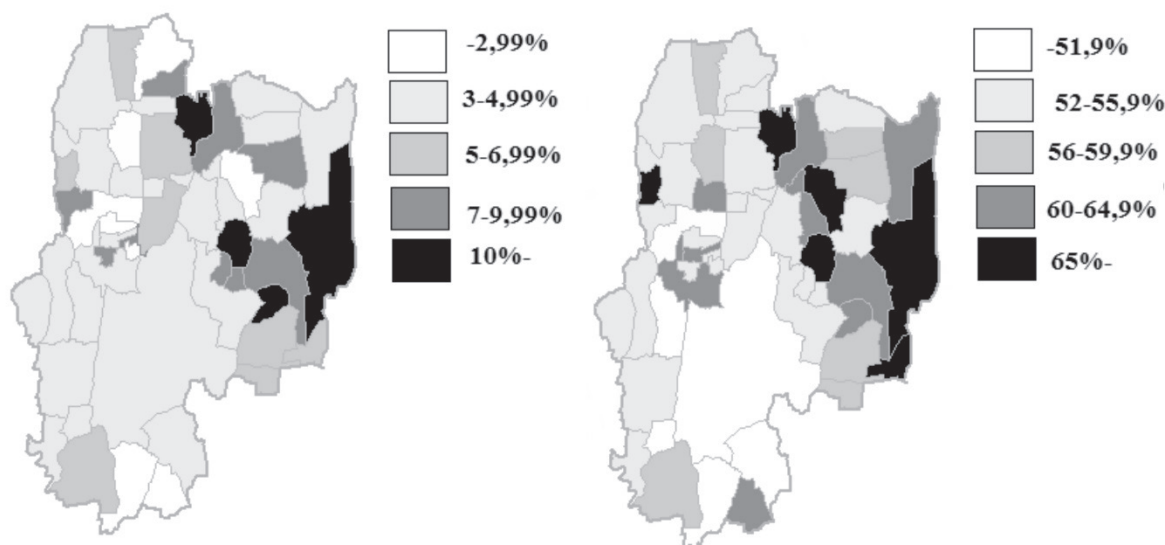
A Központi Statisztikai Hivatal adatai szerint Zala megye lakosságának mintegy 2,5%-a roma nemzetiségű. A Nagykanizsai járásban a megye cigány népességének kb. egyharmad része él, a legnagyobb számban a járási székhelyen, illetve a térség keleti részén Zalakomár, Galambok és Garabonc településeiben (2. ábra).

2–3. ábra. A cigány lakosság száma és aránya településenként a Nagykanizsai járásban, 2011-ben.
(Adatok Forrása: KSH alapján saját szerkesztés)



Az ún. relatív mutató alapján a nyilvántartott álláskeresők a járás keleti és észak-keleti településeiben élnek legnagyobb arányban, ez a térség jellemezhető a legkedvezőtlenebb munkaerőpiaci helyzettel. Az érintett települések nagy részében a munkanélküliség kétszeresen is meghaladja az országos átlagot (4. ábra). A térség legrosszabb foglalkoztatási helyzetben lévő települései Csapi, Kerecseny, Zalaszentjakab és Zalakomár, ezen településeken kívül azonban még kimondottan kedvezőtlen helyzetben van Galambok, Kistréce, Hosszúvölgy, Zalasárszeg, Garabonc, Alsórajk, Orosztony és Bocska is (4. ábra). A relatív mutató tekintetében, a székhely jobb megközelíthetősége, az osztrák határ közelsége, a korstruktúra eltérő jellegzetességei, valamint a képzettség magasabb foka miatt a járás nyugati térségében a munkaerőpiaci helyzet kedvezőbb képet mutat (4. ábra).

4–5. ábra. Az álláskeresés relatív mutatója, (2019)¹ és az inaktívok aránya (2011)
(Adatok forrása: NFSZ és a KSH alapján saját szerkesztés)



¹ Havi mutatók összesítése településenként.

A fentebb ismertetett mutató mellé szorosan kapcsolható az inaktivitás mértéke. Ennek tekintetében is kirajzolható az a kép, amely szerint a járás keleti és észak-keleti fele hátrányosabb helyzetű. A gazdaságilag inaktívak nagyobb aránya hozzájárul a térség települései hátrányosabb helyzetéhez (5. ábra).

A hátrányos helyzetben lévő csoportok – jelen esetben a roma népesség – szempontjából, a korszerkezet mellett ugyancsak fontos a gazdaságilag aktív népesség elhelyezkedésének területi jellegzetessége. Megyei szinten a cigány népesség kétharmada gazdaságilag inaktív, amely a teljes népesség viszonylatában számolt értékhez képest (53%) súlyos elmaradást mutat (KSH, 2011). A roma népesség többszörösen hátrányos helyzete (képzettsége, lakóhelyi adottságai, egészségi állapota, foglalkoztathatósága, illetve a foglalkoztatási diszkrimináció) miatt területi egyezés mutatkozik települési arányuk és a munkanélküliség jellegzetességei között (3. ábra). Az utóbbi jelenség csak primer vizsgálat révén mutatható ki, a járásban élő, a jelen vizsgálatban megkérdezett munkavállalási korú romák 27%-át érintette (többnyire vagy teljes mértékben) a negatív megkülönböztetés, valamint több mint egyharmaduk tapasztalt diszkriminációt közeli munkatárs esetén. Ennek egyik következménye lehet a munkaerőpiacról való kiszorulásuk mellett a kevésbé jól fizető munkakörök betöltése, amely tovább súlyosbítja a kedvezőtlen társadalmi-gazdasági helyzetüket.

Foglalkoztatásuk tekintetében, az ágazati súlyokkal összhangban domináns pozíciót foglal el a szolgáltatási szektor. Az ipari foglalkoztatásuk döntően a járási székhelyre koncentrálódik, ahol a bútór-, műanyag-, illetve villamosgép-ipari üzemek találhatók. Zalakaros és környékén élők számára a város relatíve sok munkahelyet tud biztosítani, elsősorban szezonális jelleggel, azonban az alacsonyabb szakértelmet kívánó munkakörök (takarító, felszolgáló, eladó, cukrász) bérszínvonala elmarad az átlagtól. Ez, illetve az utazással kapcsolatos költségek nem teszik népszerűvé a kisvárosban a munkavállalást. A legnagyobb foglalkoztatók az önkormányzatok, a munkavállaló válaszadók több mint 40%-a dolgozik közmunkaprogramban.

A cigányság anyagi helyzete és az elvárt jövedelmek alakulása

A cigányság körében súlyos problémát okoz az alacsony jövedelemszintből, továbbá az inaktivitásból adódó szegénység, illetve ennek életkörülményeket érintő következményei. A helyzetet súlyosbítja, hogy a foglalkoztatási problémák, a relatív jövedelemszint tartós leszakadása a legnagyobb roma arányú lakossággal rendelkező települések válságát eredményezi, amely területi koncentrációt mutat (Pásztor & Péntes, 2012). Országos szinten a falvak és a vidéki városok között alig mutatható ki különbség, leszámítva a főváros környéki háztartásokat, ahol a jövedelemszint meghaladja a vidéki cigány háztartásoknál mért szintet. Bár egyes településeken belül is alakulhatnak ki válságterületek, az éles határvonalak sokkal inkább települések és régiók között húzódnak meg (Janky, 2004). A fentebb részletezett okok miatt a mintában szereplő romák közel háromnegyede él a 2020-as évi minimálbér értéke alatt. A megkérdezettek között mindössze 6% azoknak az aránya, akik jövedelme meghaladja a középfokú végzettséget igénylő, teljes munkaidős bérezést. Mindez azzal a hátránnyal is járhat, hogy sokan a szürke-, vagy feketegazdaság felé fordulnak. A vizsgálat során készített interjúk tapasztalatai is arra mutatnak, hogy a munkaadói oldalon a feketemunka a foglalkoztatással járó költségek egy részének elkerüléséhez vezet, egyúttal a munkavállalók munkabére magasabb lehet a hasonló munkakörökben hivatalosan bejelentett állásnak (Pálóczi & Kozma, 2016). Ugyanakkor nem

szabad megfelekedni arról, hogy az álláskereső esetében a járulékfizetés elmulasztása az egészségi állapot romlásával, illetve bizonyos kor felett problémát okozhat (Pálóczi & Kozma, 2016). A kiegészítő jövedelemszerzési lehetőségek tekintetében a roma munkavállalók kétharmada vállal további munkát, amelyek között a legnépszerűbb a kertgazdálkodás (32,9%) és a fakitermelés, de piacokon való kereskedés is.

A megkérdezett cigány nemzetiségűek körében az elvárt jövedelem a minimálbér és a garantált bérminimum közé esik, amely a vizsgálat időpontjában nettó 107 ezer és 149 ezer forint között van (NAV, 2020). A biztonságot nyújtó, teljes munkaidős foglalkoztatásra és a kötött havibérré mutatkozik a legnagyobb igény, míg a részmunkaidős, vagy alkalmi foglalkoztatást elsősorban a gyermekgondozási segélyben részesülők, illetve a háztartásbeliek preferálják. Meglepő lehet ugyanakkor, hogy a közmunkaprogramban résztvevők elvárásai sokkal mérsékeltebbek. Az általuk kapott közmunkabér, kb. nettó 54 ezer forint, 8 órás munka esetén (NAV, 2020) már kisebb mértékű növekedése is elfogadható lenne számukra. A közfoglalkoztatás javára írható a juttatás kiszámíthatósága. Ezzel szemben az alkalmi munkák esetén kapott teljesítményalapú bérezés a megbízó elégedetlensége esetén kockázatokat rejthet.

A közfoglalkoztatás hatása a romák munkaerőpiaci helyzetére

Az alacsony végzettség hozzájárulhat a közfoglalkoztatási programokban való magasabb arányú részvételhez, mivel a kiszolgáltatottabb helyzet alacsonyabb presztízsű állások elfogadását eredményezheti (Pálóczi & Kozma, 2016). A Nagykanizsai járásban a megkérdezettek 70%-a részt vett már közfoglalkoztatásban, ahol az eltöltött időtartam átlagosan (megszakításokkal) 15 hónap, ugyanakkor sokan többször visszatérnek a programokba. Bár az önkormányzatokon kívül költségvetési szervezetek (pl. vízügyi igazgatóságok), egyházi jogi személyek, civil szervezetek, vízi társulatok vagy vasúti pályahálózat-működtető szervezetek is bekapcsolódhatnak a közfoglalkoztatásba, a munkaprogramban jelenleg is részt vevők több mint 90%-a önkormányzatoknál végzi a közfoglalkoztatást. Nem meglepő, hogy a célcsoport tagjai elsősorban a saját lakóhelyüket választják a munkavégzés helyszínéül. A vizsgálatban a költségvetési szervezetek jelennek meg (kb. 10%), mint munkaadók a cigányság számára. A költségvetési szervezetek által biztosított tevékenységek között ki kell emelni a Kis-Balatonhoz köthető, annak igazgatásához kapcsolódó munkaköröket (pl. nádvágás, partszakaszok fűnyírása).

A közfoglalkoztatás, jelenleg hosszú távú munkalehetőségként funkcionál, a reintegráció nehézkes. Előnye az állandó, helyben biztonságot nyújtó jövedelemszerzési lehetőség. A közfoglalkoztatásban dolgozó megkérdezettek több mint fele szerint rugalmas, a családi kööttségekből adódó feladatokhoz, a gyermekneveléshez alkalmazkodó időbeosztása van. A válaszadók szerint hátránya e programoknak az alacsony munkabéren túl a hosszabb távon a közfoglalkoztatásban rekedt emberek várhatóan alacsony nyugdíja (HR-portál, 2015).

A munkavállalók elégedettsége és motivációi

A megkérdezettek munkahelyi elégedettségi vizsgálata rámutatott, hogy relatív többségük (53%) többnyire elégedett a jelenlegi munkakörével. Ennek háttérében persze több szubjektív tényező is

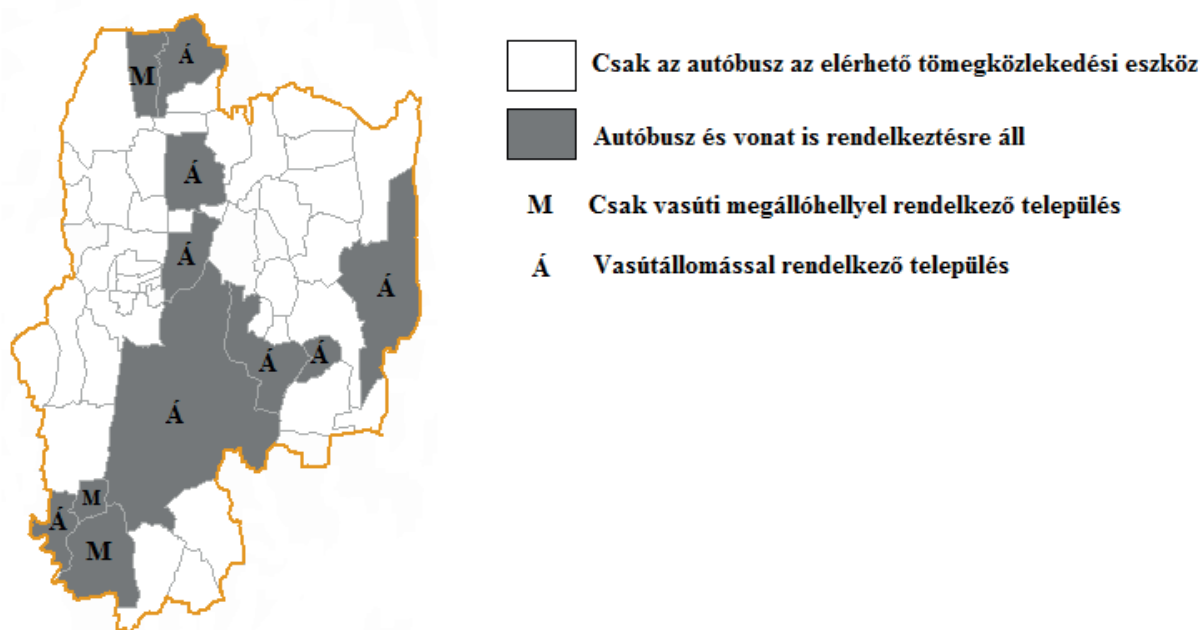
állhat (akár a pillanatnyi kedélyállapot), azonban mindenképpen jelzés értékű, hogy az indokok között szerepel, hogy a munkavégzés helye a saját település, a jó munkatársi közösség, az állandó jellegű rendszeres jövedelem, illetve az önkormányzattal való jó kapcsolat. Az elégedetlenség okozói között megjelenik az alacsony fizetés, az eltérő munkafolyamatok elsajátítása és elvégzése, valamint esetenként a bánásmóddal kapcsolatos negatív tapasztalatok. Az összességében kedvező légkör önmagában még nem változtat a munkaerőpiaci esélyeken, azonban továbbtanulási szándékkal összekapcsolva reménykeltő lehet a jövőre nézve. A teljes képhez azonban hozzátartozik, hogy sok esetben a továbbképzési hajlandóság alacsony: a mintában szereplők 60%-a, a rosszabb életkörülmények ellenére sem szándékozna javítani képzettségi szintjén.

Akik vállalják a továbbképzést, elsősorban a fizikai munkákat részesítik előnyben, amely szolgáltatásokra helyben is mutatkozik igény (villanyszerelő, kőműves, eladó, szakács, fodrász, kertész). Bár kisebb arányban, de akik szívesen tanulnának szellemi munkát igénylő szakmákat, elsősorban az informatikus, tanító, óvónő, ügyintéző képzéseket részesítenék előnyben. A válaszadók közel kétharmada ugyanakkor saját munkaerőpiaci esélyeinek javítását egy versenyképesebb, középfokú végzettséget igénylő szakma megszerzésében látja.

A cigányság térbeli mobilitási helyzete a Nagykanizsai járásban

Az egyének munkaerőpiaci helyzetét jelentősen befolyásolhatják a mobilitási lehetőségek. A vizsgált járás tekintetében tömegközlekedés terén csak a vonat- és a buszközlekedés jöhet szóba. A buszközlekedés minden településen – bár eltérő mértékben – megoldott. A járatok sűrűsége befolyásolhatja a munkába járást, e tekintetben elsősorban a zsáktelepüléseken (pl. Zalamerenye) élők érezhetik a hátrányát. A vonatközlekedés csak az 6. ábrán jelölt településeken érhető el. A közlekedő vonatok azonban elsősorban nem a kistelepülések közötti közlekedés megoldását szolgálják, hanem inkább az országos vagy a nemzetközi járatok átmenőforgalmát bonyolítják.

6. ábra. A tömegközlekedési eszközök elérése a Nagykanizsai járásban (2020)
(Adatok forrása: www.mavcsoport.hu alapján saját szerkesztés)



Az utazásra fordítható idő tekintetében – bár jelentős különbségekkel – a megkérdezettek a napi egy órát (~58 perc) tartják elfogadhatónak. A felmerülő költségek és a szabadidő jelentős csökkenése miatt a két óránál hosszabb utazási időt senki nem fogadna el. Így sokan kitartanak egy rosszabbul fizető, de közelebbi munkahely keresése mellett.

A mobilitás másik fontos eleme az utazás költsége. A megkérdezettek átlagosan 14 ezer forintnyi összeget szánnának egy hónapban a munkába járásra. Ez megközelítőleg a két város, Nagykanizsa és Zalakaros közötti 20 km-es szakasz egy havi dolgozói bérlet összegének felel meg. A Volánbusz Zrt. árait figyelembe véve (Volánbusz, 2012) megállapítható, hogy a munkahelyek többségét biztosító járási székhely és a hátrányos helyzetű kistelepülések közötti távolság áthidalása a havi húszezer forintot is meghaladhatja.

A mobilitási képesség mellett a mobilitásra való hajlandóság is lényeges eleme a munkaerőpiaci esélyeknek. A Nagykanizsai járásban megkérdezett romák több mint fele vállalná a közeli nagyvárosba a napi szintű ingázást (átlagosan 27 km). A fontosabb foglalkoztatási központok tekintetében ez a járás déli és középső részének településeit fedi le. Az észak és észak-keleti települések esetében ez azt jelenti, hogy Keszthely, míg az észak-nyugatiaknál a megyeszékhely is alternatíva. A járás nyugati feléhez közelebb fekvő településeknél pedig Letenye és Lenti jelenthet újabb lehetőségeket.

A foglalkoztatási problémák egy részére az ingázás mellett elvi megoldást jelenthet a bentlakás lehetősége. Ezt a megkérdezettek egyértelműen (kb. 92%-ban) elutasítják. Sem időszakos, sem tartós bentlakással nem hajlandók megváltoztatni ilyen módon a tartózkodási helyüket. A család, a gyermekek közelsége, a házkörüli munkavégzés, a megszokott környezethez való kötődés jelenti a fő okot. Újabb aspektusként, szorosan kapcsolódva az ingázáshoz és a bentlakáshoz, felmerült a hosszútávú, költözéssel járó mobilitás lehetősége. Ennek eredménye hasonló a fentebb megismertekhez, a válaszadók 83%-a nem szeretne elköltözni jelenlegi lakhelyéről. A költözés lehetőségét vállalkók csak komoly anyagi előnyökkel döntene a költözés mellett.

KÖVETKEZTETÉSEK

Az ismert statisztikai adatok szerint a Nagykanizsai járásban él a Zala megyei cigányság mintegy harmada (KSH, 2011). A cigányság munkaerőpiacról való kiszorulásának okaihoz a hazai szakirodalom három tényezőt társít. Az alacsony iskolai végzettséget, a területi egyenlőtlenségeket és a diszkriminációt (Szabóné, 2008). A jelen vizsgálat eredményei megerősítik mind az iskolai végzettséggel, mind pedig a hátrányos megkülönböztetéssel kapcsolatos szakirodalmi megállapításokat. A területi egyenlőtlenségek vizsgálatából kirajzolódott a járás keleti és észak-keleti részének hátrányosabb helyzete. A megfigyelt tendenciák mellé illeszthető a cigány népesség részarányában mutatkozó területi egyenlőtlenség: a romák, legnagyobb részben a foglalkoztatási szempontból kedvezőtlenebb helyzetű településeken élnek.

A mobilitási preferenciák vizsgálata rámutatott a napi szintű ingázásra, de különösképpen a bentlakásra és az elköltözésre vonatkozó hajlandóság alacsony fokára. Bár az érték elmarad a KSH munkaerő-felméréséből származó számoktól, azonban a motivációs tényezők nem mutattak jelentős különbséget, tehát támogatás (elsősorban lakhatási támogatás) igénybe vételével nagyobb arányban döntenének az elköltözés mellett.

A bérezéssel kapcsolatos elvárások rámutattak, hogy a vizsgált csoport valamivel több, mint fele a minimálbérhez közeli (de inkább ez alatti) összegű fizetésért vállalna munkát. A megkérdezettek többségének a jelenlegi keresete nem, vagy csak épphogy eléri a nettó 150 ezer forintos összeget. Ennek egyik oka, hogy a célcsoport felülreprezentált a közfoglalkoztatási programok valamelyikében, így a bérük alapesetben a nettó 54 ezer forintot éri csak el (NAV, 2020). Az állam és az önkormányzatok fontos szerepet vállalhatnak a vizsgált csoport munkaerőpiaci részvételének növelésében, mivel munkaadói szerepük fajsúlyosnak tekinthető.

A vizsgálat eredményei által feltárt nehézségekre, több, az egyes problémaköröket érintő megoldás kidolgozása lenne szükséges. Az alacsony iskolai végzettség javítása érdekében a középfokú végzettség megszerzése tekinthető elsődlegesnek a megkérdezettek körében. A középfokú végzettség tekintetében a szakiskolai vagy a felnőttképzési tanfolyamok által biztosított szakmák kaphatnak prioritást. Ilyen képzések lehetnének a vizsgált csoport preferenciái alapján a kőműves, az ács, illetve az informatikus is. A képzések közben felmerülő személyi költségeket minimalizálni szükséges, mivel a jövedelmi helyzetük alapján nem tudnák vállalni a képzések finanszírozását. Célszerű megfontolni a vidéki központokra koncentráló (pl. Zalakaros) átmeneti képzési helyszínek kialakítását, ezáltal csökkentve az utazás során felmerülő költségeket.

A képzettség szintjének növelésén túl a megkérdezettek mobilitási képességeinek és készségeinek a javítása is szükséges. Ennek feltétele a tömegközlekedési eszközök (különösen az autóbusz esetén) menetrendjének összehangolása a napi munkarenddel. A menetrendek összehangolása mellett az utazás költségtámogatása is könnyítheti a hátrányos helyzetű munkavállalók esélyeit. A megkérdezettek lehetséges, hosszú távú munkalehetőséget látnak a közfoglalkoztatásban. Ennek javítása érdekében a közfoglalkoztatás átalakítása is szükséges lehet. Olyan állami, különösképp mezőgazdasági (figyelembe véve a munkaerőpiaci preferenciákat) munkahelyek létrehozására lenne szükség, ahol képzettség hiányában is biztosítható a hatékony munkavégzés.

Varga Gergő

Volánbusz Zrt., Győr

e-mail: varga.gergo.pte@gmail.com

FELHASZNÁLT IRODALOM

- Ábrahám, Á., & Kertesi, G. (1996). A munkanélküliség regionális egyenlőtlenségei Magyarországon 1990 és 1995 között. A foglalkoztatási diszkrimináció és az emberi tőke váltakozó szerepe. *Közgazdasági Szemle*, 43(7–8), 653–681.
- Alpek B. L., & Tésits R. (2014). A munkaerőpiaci szenzitivitás. *Területi Statisztika*, 54(4), 333–359.
- Alpek B. L., & Tésits R. (2019). A foglalkoztathatóság mérési lehetőségei és térszerkezete Magyarországon. *Területi Statisztika*, 59(2), 164–187.
- Alpek, B. L., Tésits, R., Bokor, L. (2016). Group-specific Analysis of Commuting in the Most Disadvantaged Areas of Hungary. *Regional Statistics*, 6(1): 54–81

- Apró, A. Z. (2002). Szegregáció-munkaerőpiac-foglalkoztatási esélyegyenlőség. In Cserti Csapó, T. (szerk.), *Gypsy Studies-Cigány tanulmányok 7* (pp. 1–118). Pécs, PTE BTK Romológia Szeminárium.
- Aradi, M. (1995). Munkanélküliség Borsod-Abaúj-Zemplén megyében 1990–1993. *Társadalmi Szemle*, 50(2), 27–37.
- Balcsók, I., & Baranyi, B. (2004). *Határ menti együttműködés és foglalkoztatás. Kelet-magyarországi helyzetkép*. Budapest, MTA Közgazdaságtudományi Intézet Műhelytanulmányok 20.
- Bánfalvy, Cs. (1991). A hazai munkanélküliség kistükre. *Társadalmi Szemle*, 46(6), 67–74.
- Bank, K.; Rudl, J.; Técsits, R. (2003). Some Features of the Human Sphere in South Transdanubia. *Geografski Vestnik*, 75(1): 73–83.
- Cserné Adermann G., Fodor Imréné, Koltai D., Kövesi G., Kövesi J., Muity Gy., ... Váradi Á. (2006). *A felnőttek foglalkoztathatóságának növelésére irányuló komplex képzési modellek, különös tekintettel a hátrányos helyzetű csoportokra, javaslatok intézkedésekre: Kutatási zárótanulmány*. Budapest, Nemzeti Felnőttképzési Intézet.
- Dövényi, Z. (1994). Adalékok a budapesti munkanélküliség kérdéséhez. *Földrajzi Értesítő*, 43(3–4), 257–263.
- Faluvégi, A. (2010). Hogyan érintette a gazdasági válság a leghátrányosabb helyzetű kistérségeket? In Fazekas, K., & Molnár, Gy. (szerk.), *Munkaerőpiaci tükrő, 2010: Közelkép: A válság munkapiaci hatásai* (pp. 142–144). Budapest, Országos Foglalkoztatási Közalapítvány, MTA Közgazdaságtudományi Intézet.
- Frey, M. & Gere, I. (1992). A munkanélküliség szociális hatásai. *Esély*, 4(3), 74–78.
- Hajdú, D., & Koncz, G. (2015). A felnőttoktatás hatása a nők munkaerő-piaci helyzetére a miskolci kistérségben. *Acta Carolus Robertus*, 5(1), 41–52.
- Janky, B. (2004). *A cigány családok jövedelmi helyzete*. In: Társadalmi riport 2004, Kolosi, T., Tóth, I. Gy., Vukovich, Gy. (szerk.), (pp. 400–413), Budapest: TÁRKI.
- Kertesi G., & Varga, J. (2005). Foglalkoztatás és iskolázottság Magyarországon. *Közgazdasági Szemle*, 52, július–augusztus, 633–662.
- Kertesi, G. (2005). Roma foglalkoztatás az ezredfordulón. A rendszerváltás maradandó sokkja. *Szociológiai Szemle*, 2005(2), 57–87.
- Koncz, K. (2011). A munkaerőpiac nemek szerinti szegregációjának jellemzői, mechanizmusa és következményei. *Közgazdasági Szemle*, 58, 74–94.
- Kuddo, A. (2009). *Employment Services and Active Labor Market Programs in Eastern European and Central Asian Countries*. Washington DC: World Bank.
- Löcsei, H. (2010). A gazdasági világválság hatása a munkanélküliség területi egyenlőtlenségeire. In Fazekas, K., & Molnár, Gy. (szerk.), *Munkaerőpiaci tükrő, 2010: Közelkép: A válság munkapiaci hatásai*. (pp. 126–141). Budapest, Országos Foglalkoztatási Közalapítvány, MTA Közgazdaságtudományi Intézet.
- Nezdei, Cs. (2017). Piachelyi vonzáskörzetek sajátosságai a balatoni üdülőkörzetben. *Modern Geográfia*, 12(2), 1–20.

- Obádovics, Cs. (2004). *A vidéki munkanélküliség térségi eloszlásának elemzése*. (Doktori értekezés, Szent István Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar, Gödöllő, Magyarország) Elérhető: http://phd.szie.hu/JaDoX_Portlets/documents/document_3313_section_3713.pdf
- Óry, M. (2005). *Hátrányos helyzetű csoportok helyzete a munkaerőpiacon*. Budapest, Nemzeti Felnőttképzési Intézet.
- Pálóczi, Á., & Kozma, G. (2016). A roma lakosság a foglalkoztatás- és szociálpolitika tükrében. In Szilágyi, F., & Péntzes, J. (szerk.), *Roma népesség Magyarország északkeleti határtérségében* (pp. 109–126). Nagyvárad: Partium Kiadó.
- Pásztor, I. Z., & Péntzes J. (2018). A cigányság lélekszáma és helyzete egy északkelet-magyarországi felmérés tükrében. *Földrajzi Közlemények*, 142(2), 154–169.
- Pásztor, I. Z., & Péntzes J. (2012). Foglalkoztatási krízis és jövedelmi periferizálódás Északkelet-Magyarországon a roma népesség arányainak tükrében. *Területi Statisztika*, 15(4), 353–371.
- Schwertner, J. (1994). Parázsló munkaerőpiac. *Tér és Társadalom*, 8(1-2), 59–82.
- Szabóné Kármán, J. (2008). A roma/cigány népesség helyzete. In Kopp Mária (szerk.), *Magyar lelki állapot* (pp. 415–427). Budapest: Semmelweis Kiadó.
- Szenyéri, Z. (2019). Dombóvár környéki települések német nemzetiségű lakosságának létszámváltozása 1941-2011 között. *Modern Geográfia*, 14(2), 1–34.
- Tésits R., & Alpek B. L. (2013): A képzettség, mint területi differenciáló faktor a leghátrányosabb helyzetű álláskereső körében. *Szakképzési Szemle* 29(1), 21–33.
- Tésits R., & Alpek B. L. (2019): Appearance of European Employment Policy in the Rural Areas of Hungarian-Croatian Border Region. *Eastern European Countryside* 20(1), 55–71.
- Tésits, R. (2003). *A válságtól a szerkezetátalakításig Baranyai foglalkoztatás az ezredfordulón I*. Pécs, Egyetemi Kiadó.
- Tésits, R. (2005). The Theoretical Grounds to Regional Analysis of Atypical Employment Forms. *Geograficky Casopis* 57(1): 43–55.
- Tésits, R., & Bokor, É. (2005). New Directions in the spreading of Hungarian telework. In: Tésits, R., Tóth, J., & Vonyó, J. (szerk.) *Atypical Forms of Employment Expansion : Experiences of the Visegrad Countries*. Pécs, Magyarország: Doctoral School of Earth Sciences, University of Pécs, Baranya County Labour Centre, pp. 127–150.
- Tésits, R., & Bokor, L. (2000). Esélyegyenlőség a munkaerőpiacon: A kísérleti távmunkaprogram monitoring-vizsgálata. In: Dövényi, Z (szerk.) *Alföld és nagyvilág: Tanulmányok Tóth Józsefnek*. Budapest, Magyarország: MTA Földrajztudományi Kutatóintézet, pp. 95–108.
- Tésits, R., & Bokor, L. (2005). Új irányok a magyarországi távmunka terjedésében I. *Humánpolitikai Szemle*, 16(1): 14–24.
- Tésits, R., Székely, É., Apró, A. Z., & Mátrai, J. (2005). Non-conventional employment on labour market: self-employment in Baranya County. In: Tésits, R.; Tóth, J.; Vonyó, J. (szerk.) *Atypical Forms of Employment Expansion : Experiences of the Visegrad Countries*. Pécs, Magyarország: Doctoral School of Earth Sciences, University of Pécs, Baranya County Labour Centre, pp. 151–176.
- Tímár, J. (1992). Munkanélküliség – foglalkoztatáspolitikai – gazdaságpolitika. *Társadalmi Szemle*, 47(10), 25–34.

Raffay Zoltán – Gonda Tibor

Az akadálymentes turizmus innovatív jó gyakorlata

Innovative good practices of accessible tourism¹

ABSZTRAKT

A hazai turizmuskutatás nem eléggé vizsgált területe az akadálymentes turizmus. Csak az elmúlt néhány évben figyelhető meg ebben változás, az által, hogy néhány kutató érdeklődési körébe került a téma vizsgálata. A szerzők ezért a hazai szakirodalom összefoglalása mellett kitérnek a meghatározó nemzetközi szakirodalom bemutatására is. Az akadálymentes turizmus kérdésköre az európai lakosság 10%-át érinti, tehát túl a kérdés társadalmi és szociális jelentőségén, piaci szempontból sem elhanyagolható létszámról van szó. Az érintettek elvárásainak és speciális fogyasztói szokásainak a megismerése feltétlenül szükséges a megfelelő kínálat kialakításához, illetve a szolgáltatások egyenlő esélyű elérésének a biztosításához. A szerzők, a Peer Act nevű Erasmus projekt szakértőiként, öt ország (Magyarország, Németország, Olaszország, Spanyolország és Horvátország) ezzel kapcsolatos közpolitikáját és gyakorlatát vizsgálják. A projektben részt vevő partnerszervezetek közreműködésével összegyűjtésre került 23 hazai és nemzetközi jó gyakorlat, és az akadálymentes turizmus célcsoportjához tartozókat elérve kérdőíves vizsgálatra is sor került. A kutatás eredményének a feldolgozása, értékelése még folyamatban van. Jelen tanulmány elsősorban a jó gyakorlatok összehasonlító elemzésére vállalkozik, de néhány kérdésben érinti a fogyatékosokkal élők turisztikai szokásait is.

ABSTRACT

An area not given enough attention by Hungarian tourism academics is accessible tourism. Some change in this respect can only be seen in the very recent years, by some researchers starting to focus on this issue. The authors of the paper, besides providing a comprehensive summary of the Hungarian literature, also give an outlook to the international literature of the topic. The issue of accessible tourism concerns approximately 10% of the total population of Europe; accordingly, in addition to

¹ A tanulmány az European Peer Counselor Training in Accessible Tourism – Peer-AcT Erasmus+ KA2 Strategic Partnership for Adult Education projekt támogatásával készült.

the social and solidarity significance of the issue, accessible tourism concerns a mass of people that should not be neglected from an economic perspective. In order to be able to create an adequate supply, and also for the equality in the access to services it is indispensable to be aware of the expectations and special consumption habits of the people involved in accessible tourism. The actors, as experts in the Erasmus project called Peer Act, look at the relevant public policies and practices of 5 countries (Hungary, Germany, Italy, Spain and Croatia). With the collaboration of the partner organisations involved in the project, 23 good practices were collected from these countries; also, a questionnaire survey was conducted among the target group of accessible tourism. The processing and evaluation of the findings of the research is underway. This paper is primarily a comparative analysis of good practices, but the tourism habits of people with disabilities are also discussed in a few issues.

Kulcsszavak: akadálymentes turizmus, jó gyakorlat, fogyatékoság, akadálymentesítés

Keywords: accessible tourism, good practice, disabilities, accessibility

BEVEZETÉS

Az emberek többsége számára magától értetődő az akadálymentes élet. Valójában azonban egyes becslések szerint az európai lakosság mintegy 10%-a érintett valamilyen fogyatékoságban. A fejlett országokban a turisztikai kínálat szervezése során is egyre nagyobb figyelmet kap az akadálymentesítés, részben humanitásból, részben felismerve az ebben rejlő jelentős üzleti lehetőséget. Legáltalánosabban megfogalmazva, az akadálymentes turizmus a mindenki számára egyenlő módon elérhető turizmust jelenti, beleértve a fogyatékosággal élőket, az átmenetileg mozgáskorlátozottakat, az időseket, a kisgyerekeseket és a többgenerációs családokat. Ennek megfelelően az egyenlő esélyű hozzáférés vizsgálatának a fő területei megegyeznek a turizmus kínálati oldalának fő területeivel, úgymint: szálláshely-szolgáltatás; vendéglátás; turisztikai attrakciók; közlekedés; kommunikáció. Ezek közül a szakirodalom a legtöbbit talán éppen az attrakciók akadálymentesítésével foglalkozik, valószínűleg azzal összefüggésben, hogy az attrakciók jelentős része állami tulajdonú közintézményként működik (CSESZNÁK É. ET AL. 2009, KÁLDY M. 2010). Az akadálymentes turizmus célcsoportjának már maga a lehatárolása is problémába ütközik. A közvélemény sokszor nem is sorolja az érintettek közé azokat, akik élethelyzetüknél fogva rövidebb vagy hosszabb ideig tartoznak a célcsoport tagok közé: például kismamák, műtét utáni felépülés alatt lévő időszakosan mozgáskorlátozottak, illetve az idős korosztály. Márpedig utóbbiak aránya az összlakosságon belül folyamatosan nő, és számukra az akadálymentesítés számos formája elemi szükségletként jelenik meg. Nagyon sokan élnek tehát közöttünk valamilyen tartós vagy átmeneti fogyatékosággal, ami akadályokat jelenthet a számukra az életük során, és korlátokat jelenthet az utazásaik megvalósításában. Valójában „az akadálymentes turizmus nem más, mint egy *folyamatos törekvés*, mely arra irányul, hogy minden úti cél, idegenforgalmi termék és szolgáltatás elérhető legyen minden ember számára, függetlenül bármely fizikai korláttól, fogyatékoságtól vagy kortól, és attól, hogy magán- vagy köztulajdonban lévő turisztikai helyszínekről van-e szó” (AKADÁLYMENTES TURIZMUS).

A deklarációk szintjén az akadálymentesítés már nem kérdéses, a valóság azonban más képet mutat. Ezt támasztja alá a Peer Act nemzetközi projekt keretében lefolytatott kutatás eredménye is.

Amikor a fogyatékkal élők és a turizmus kapcsolatát szeretnénk feltérképezni, mindig szem előtt kell tartani, hogy a különböző fogyatékossgal élő vendégeknek eltérő speciális igényei vannak. Számukra azonban az akadálymentesítés létfontosságú, hiszen sok esetben sajátos igényeik figyelmen kívül hagyása ellehetetlenítheti a turizmusban való aktív részvételt. Hazánkban a fogyatékos emberek turisztikai lehetőségei, így szokásai és igényei, egyes elemekben lényeges különbségeket mutatnak az általános lakossági mintán mért jellemzőkhöz képest.

SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS

A fogyatékossg fogalmának meghatározásakor nem vagyunk könnyű helyzetben, hiszen sokféle formája van. „Nemcsak a mozgásukban korlátozott személyeket, a látás- és hallássérülteket, értelmi fogyatékossgban szenvedőket sorolhatjuk ide, de azokat is, akik egyéb, életminőségükre hosszú távon kiható betegségekben szenvednek, pl. allergiával küzdenek” (ZSARNÓCZKY M. 2018:39). A WHO becslései alapján *a Föld minden 6. lakója* küzd valamilyen fogyatékossggal, arányuk pedig folyamatosan nő (WHO 2011). A 2006-ban az Egyesült Nemzetek által elfogadott és Magyarországon is kihirdetett Fogyatékossggal élő személyek jogairól szóló egyezmény kötelezi a részes államokat, hogy biztosítsák a fogyatékossggal élő személyek hozzáférését a sport-, üdülési és turisztikai helyszínekhez és szolgáltatásokhoz (2007. évi XCII. tv.). Bennünket is érinthet bármikor ez a kérdés, gondoljunk csak az életkorunk előrehaladtára (de egy baleset is bármikor tehet valakit tartósan fogyatékossg). Éppen ezért napjainkban már különös súlyt ad a problémának az elöregedő társadalmak képe. A különleges igények idősebb korban mindenkinél előfordulnak, de emellett számos olyan egyéb élethelyzet lehetséges, ami a speciális igényeket megalapozhatja: pl. baleset utáni rehabilitációban részesülők, kisgyermekes családok (DARCY, S.– DICKSON, T. J. 2009).

Az ENSZ turisztikai világszervezete, az UNTWO elkötelezetten támogatja az akadálymentes turizmust. Ennek jegyében a 2016. évi Turizmus Világnapot is ennek a témának szentelte. A szervezet számos ajánlást fogalmazott meg és kézikönyvet adott ki a kérdéssel kapcsolatban (UNWTO 2016). Az emberiség története során számos erőfeszítést tett az akadálymentesítés terén, széles körben felismert társadalmi ügyé azonban csak a 20. század második felében vált. Ma már többnyire elfogadott, hogy mindenki számára biztosítani kell azt, hogy valamely fogyatékossga ellenére is ugyanúgy része lehessen az utazás adta örömeiben, mint bárki másnak, „hiszen az élet teljességének élvezete mindenkit megillető jog” (VÉGH ZS. 2005:31). Az Európai Parlament az európai turizmus előmozdításának új kihívásairól és elképzeléseiről szóló 2015. október 29-i állásfoglalása hangsúlyozza: a fenntartható, felelős és akadálymentes turizmus fejlesztésének jelentőségét; a „turizmus mindenkinek” elvét; hogy a turizmus teljes mértékű akadálymentesítése és megfizethetősége az ágazat fenntarthatóságának kulcseleme. Javasolja, hogy a tagállamok fejlesszenek ki egy Európa-szerte egységes és átlátható címkerendszert az akadálymentes ajánlatokra, valamint az idegenforgalmi ágazatra vonatkozó gazdasági támogatási programok keretében tegyék támogatási kritériummá az akadálymentesség megteremtését.

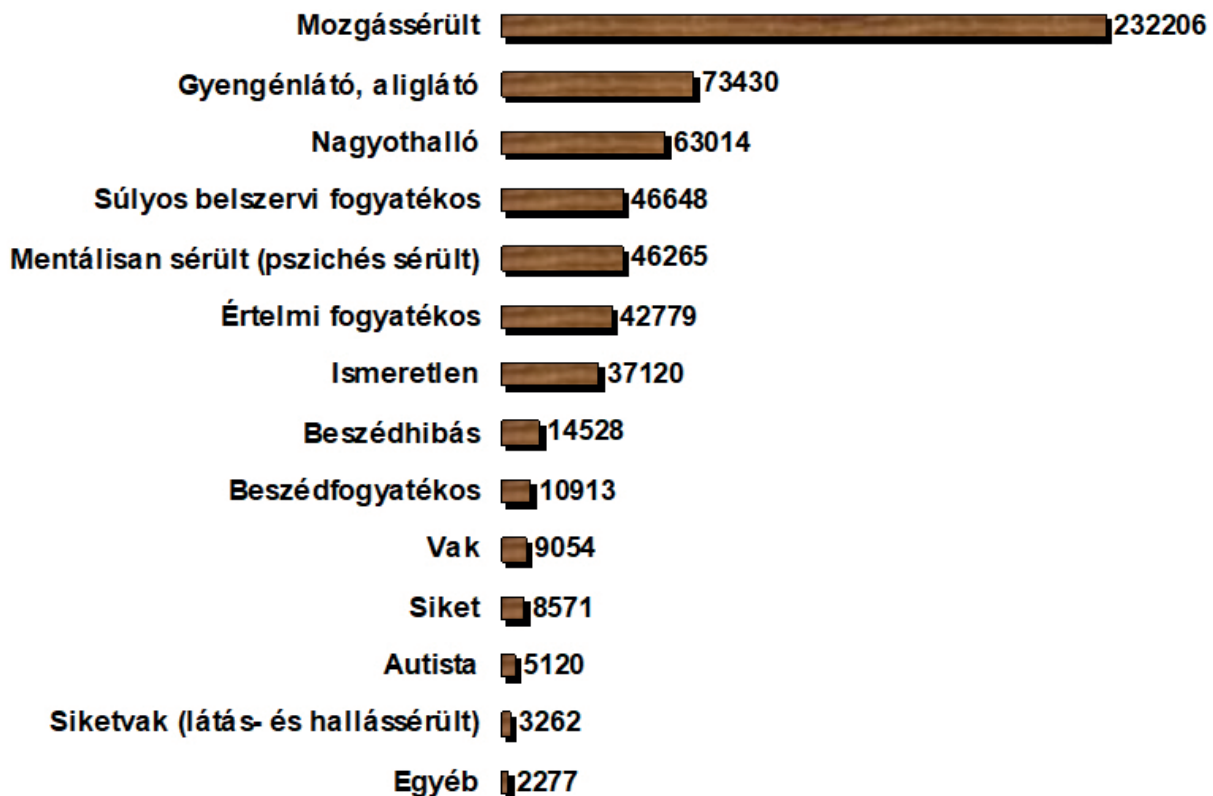
A szabályozás szintjén hazánkban sincs elmaradás az Európai Unió más országaihoz képest. Az 1998. évi XXVI. törvény alapján a fogyatékossggal élő személynek joga van a számára akadálymentes, továbbá érzékelhető és biztonságos épített környezethez. Lehetővé kell tenni számukra

a művelődési, kulturális, sportlétesítmények látogatását, továbbá a közlekedési rendszerek és eszközök biztonságos igénybevételét. A 2015-ben elfogadott új Országos Fogyatékosügyi Program (2015–2025) megállapította, hogy a szolgáltatók még nem ismerték fel a fogyatékos emberek jelentette turisztikai lehetőségeket. Ezért fontos a meglévő turisztikai keresletfelmérések frissítése, illetve a turisztikai szakmán belüli terjesztése, továbbá a szolgáltatók és a személyzet képzése, érzékenyítése. Hangsúlyozza a program az egyetemes tervezés elvének érvényesítését is: a cél a fogyatékos személyeknek szóló turisztikai programcsomagok működtetésének ösztönzése, amelyek a hozzáférhetőség komplexen célozzák. Kiemeli a hozzáférhető honlapok és akadálymentes elektronikus szolgáltatások fejlesztését.

Hazánkban a KSH 2011-es népszámlálási adatai szerint 595 187 fogyatékossgal élő személy élt. A fogyatékossg típusa szerinti megoszlást az 1. ábra mutatja be. Véleményünk szerint az akadálymentes turizmus szempontjából érintett népességszám ennél jóval nagyobb lehet, mivel vélelmezhető, hogy egy jó egészségi állapotnak örvendő idős ember nem sorolja magát a fogyatékossgal élők közé, ugyanakkor a turisztikai szolgáltatások igénybevétele során már igényt tart az akadálymentesített lehetőségekre.

1. ábra Fogyatékossgal élők száma Magyarországon a fogyatékossg típusa alapján a 2011. évi népszámlálási adatok szerint (fő)

Figure 1: Number of people with disabilities in Hungary by the type of disability according to 2011 census (persons)



Forrás: www.ksh.hu/nepszamlalas/tablak_fogyatekossag adatai alapján saját szerkesztés

Source: edited by the authors after www.ksh.hu/nepszamlalas/tablak_fogyatekossag

A turizmus társadalmi jelenséggé válása következtében az életminőség alakításának is fontos tényezőjévé vált (GONDA T. ET AL. 2019). Napjainkban szerencsére elfogadottá vált, hogy a fogyatékos-

sággal élők számára az utazásokat megkönnyíteni, az ehhez szükséges fizikai feltételeket biztosítani nem csak emberieségi, etikai, erkölcsi és egyben jogi kötelességünk, hanem a fogyatékossgal élő személyek turizmusa gazdasági szempontból is fontos kérdés. Jelenleg ez egy kihasználatlan rést jelent a turizmus piacán, bár az elmúlt időszakban számos pozitív ellenpélda is látható (BUHALIS, D. ET AL. 2012). Azonban erre a kihasználatlan piaci szegmensre nem egy homogén csoportként kell tekinteni, hiszen a fogyatékossguk fajtájától és mértékétől függően más és más különleges igényeket támasztanak a szolgáltatással szemben. Vannak olyan akadályok, amelyek valamennyi utazót érinthetnek, és olyanok is, amelyek csak egyes szűkebb szegmensek számára jelentenek leküzdhetetlen problémát (SHAW, G. – COLES, T. 2004). A különböző fogyatékossgok megléte eltérő és speciális igényeket eredményez, melyekre speciális ötletekkel, megoldásokkal lehet reflektálni. A vakok és nagyothallók (siketek) igényeit, és az ő igényekre tervezett akadálymentesítéssel kapcsolatos kreatív megoldásokat mutatja be Zajadacz (ZAJADACZ, A. 2015, ZAJADACZ-LUBARSKA, A. 2020).

Az egyes turisztikai desztinációk más szinten állnak az akadálymentesség megvalósításában. Vannak olyan úticélok, amelyek különleges ajánlatokat dolgoznak ki a fogyatékossgal élők számára, mások egyenesen megkülönböztető jegyként tüntetik fel az akadálymentességet – felismerve az ebben rejlő piaci lehetőséget (LŐRINCZ et al. 2019). Sajnos még mindig vannak olyan helyek is, amelyek egyáltalán nem foglalkoznak ezzel a kérdéssel. A nemzetközi turisztikai forgalom meghatározó európai országai érezhető módon nagy hangsúlyt fektetnek erre a kérdésre. Így kiemelést érdemelnek Spanyolország (VILA – DARCY – GONZÁLEZ 2015) és Olaszország (AGOVINO, M. ET AL. 2017) turisztikai akadálymentesítés terén tett törekvései. A volt szocialista országok közül Lengyelországban fordítanak nagy figyelmet a téma kutatására (ZAJADACZ, A. 2014, 2019), és egyértelműen látszik az is, hogy a hazai kutatók körében is növekszik az érdeklődés az akadálymentes turizmus kutatása iránt (GONDA – RAFFAY 2020). A személyes tapasztalataink szerint a hazai gyakorlathoz képest lényegesen jobb a helyzet Németországban, ahol az élet minden területén (beleértve a turizmus számára kiemelten fontos közlekedést) korrekt megoldások találhatóak az akadálymentesítésre, az egyenlő esélyű hozzáférés biztosítására. Az akadálymentes turizmus megvalósítása nem egyenlő a fizikai akadálymentesítéssel, az akadálymentes desztináció által adott élmény ennél sokkal többet jelent: a függetlenség, egyenlőség és emberi méltóság elveinek a megvalósítását a turisztikai élmény során is. A hely szellemiségének a megtapasztalása, az adott földrajzi tér felfedezése fogyatékkal élők számára is ugyanolyan fontos, mint bárki másnak. Éppen ezért a téma vizsgálata során annak földrajzi vonatkozásaira is ki kell térni. A társadalomföldrajz bibliometriai elemzéséből láthatjuk, hogy sem a városkutatásokkal sem az általános társadalomföldrajzzal foglalkozó folyóiratokban nem kap nagy hangsúlyt a téma vizsgálata (CSOMÓS 2018). Fontos szempontokat kaphatunk Kitchin munkáiból a hely értelmezéséről (KITCHIN, R. 2009), a pozitív geográfia közelítésmódjának és értékrendjének az érvényesítéséről (KITCHIN, R. 2015) és az okos település veszélyeiről és lehetőségeiről (KITCHIN, R. – DODGE, M. 2017). Általánosan elfogadott az, hogy az utazás, nyaralás élménye erősíti a szubjektív boldogságérzetet (CSAPÓ J. ET AL. 2018). Különösen igaz ez a megállapítás a fogyatékossgal élőknel, akik számára a turizmus sokszor a megpróbáltatásokkal teli mindennapokból való kiszakadás lehetőségét hordozza. Az utazás sok esetben ünnep a számukra, és az élmények segítik őket a kapcsolatteremtésben, a társadalomba való könnyebb beilleszkedésben is (GÁLNÉ KUCSÁK K. 2008).

Több empirikus kutatás bizonyította Magyarországon, hogy a *fogyatékkal élőknek jelentős problémáik* merülnek fel az utazásaik során, és fogyatékoságuk akadályozza őket utazási terveik megvalósításában. Ezért választják sokan a „nemutazás” lehetőségét (CSAPÓ J. – GONDA T. 2019, CSAPÓ J. ET AL. 2019). A szállások akadálymentesítésével, illetve a fogyatékosággal élők szállásválasztási motivációjával nagyon kevés hazai publikáció foglalkozik (DUDÁS et al. 2020) A mozgáskorlátozottak mintegy felét akadályozta fogyatékoságuk valamilyen turisztikai program megvalósításában, a látássérültek esetében ez az arány 75% (MOTIVÁCIÓ ALAPÍTVÁNY ÉS A REVITA ALAPÍTVÁNY KUTATÓMŰHELYE 2009). A fogyatékkal élő vendégek magas színvonalon történő kiszolgálása empátiát, odafigyelést követel meg a turisztikai iparág résztvevőitől.

MÓDSZERTAN

A szerzők szakértőként működnek közre a European Peer Counselor Training in Accessible Tourism – Peer-AcT Erasmus projekt megvalósításában. A projekt tervezői úgy vélték, hogy a szemléletformáláshoz, a konkrét fejlesztések meghatározásához és a gyakorlati lépések elindításához feltétlenül szükséges a fogyatékos emberek véleményének a megismerése. Ezért a projekt keretében két kutatás is megvalósult: egy online kérdőíves kutatás a fogyatékosággal élők körében azt vizsgálva, hogy milyen az utazási gyakorlatuk, illetve milyenek az akadálymentesítésre vonatkozó személyes tapasztalataik az utazásaik során. A kutatás során hazánkban 272 kérdőív került kitöltésre, melyeket a projektben résztvevő további 4 ország kislétszámú felméréseivel (N értéke 22 és 31 között) tudtuk összevetni. Ennek feldolgozása és kiértékelése még folyamatban van. A másik kutatás a helyi jó gyakorlatok összegyűjtése volt. Ez utóbbi képezi jelenlegi tanulmányunk tárgyát.

A projekt partnerség öt országból szerveződött: Németországból két szervezet, Horvátország, Spanyolország, Olaszország és Magyarország egy-egy szervezete vesz részt a projektben. A partnerszervezetek feladata volt a saját országukból az akadálymentes turizmussal és a fogyatékosággal élő emberek képzésével kapcsolatos jó gyakorlatoknak az összegyűjtése. A partnerek által feltárt 29 jó gyakorlatot nemzetközi projekttalálkozóan értékeltük ki, és konszenzuálisan választottuk ki az itt bemutatott 23 darabot. A felmérést megelőzően definíciószerűen megfogalmaztuk azt, hogy mit tekintünk a turizmusban jó gyakorlatnak. Ez alapján a jó gyakorlatokkal szemben az alábbi elvárásokat fogalmaztuk meg: A „jó gyakorlat” olyan módszert, tevékenységet jelent, amely olyan ötleteket, eljárásokat foglal magában, melyek elősegítik az adott vállalkozás, szervezet fejlődését, esetünkben az akadálymentes turizmussal kapcsolatos szolgáltatások nyújtását, a szolgáltatások magas színvonalú gyakorlatának a kialakítását. Ennek megfelelően egy jó gyakorlat

- legyen sikeres;
- legyen innovatív;
- legyen más területeken is alkalmazható;
- legyen fenntartható; és
- szolgáljon pozitív példát másoknak.

KUTATÁSI EREDMÉNYEK

A projektpartnerek összegyűjtötték saját országaikból olyan jó gyakorlatokat, amelyek a valamilyen fogyatékossgal élőknek a turizmusba való intenzívebb bekapcsolásával, sőt lehet, hogy egyáltalán a turizmus számukra lehetővé tételével foglalkoznak. A fogyatékossgal élők intenzívebb bekapcsolása a turizmusba nem csak, sőt, nem elsősorban pénzügyi kérdés (bár egy új szegmens megnyerése a turizmusnak kétségkívül anyagi előnyökkel is jár, különösen, ha a kísérőkön keresztül jelentkező további keresletbővülést is beleszámítjuk), hanem emberiességi, etikai kérdés is. A projektek egy része kifejezetten egyes fogyatékossgal élőkre fókuszált, mások a turizmus szektor általános akadálymentesítésével, városi terek, parkok, kirándulóösvények, illetve középületek és a turisztikai szolgáltató létesítmények használatának fogyatékkal élők számára is lehetővé tételével foglalkoztak, azzal a céllal, hogy a fogyatékossgal élő vendég pontosan ugyanolyan státuszú vendégnek, turistának érezhesse magát, mind a mozgásában, látásában stb. semmilyen módon nem akadályozott, egészséges társai.

A jó gyakorlatok partnerországokénti megoszlása a következő volt:

- Horvátország: 3 gyakorlat;
- Németország: 5 gyakorlat;
- Magyarország: 5 gyakorlat;
- Olaszország: 6 gyakorlat;
- Spanyolország: 4 gyakorlat.

A partner országok közt van olyan, ahol a fogyatékossgal élők életkörülményeinek megkönnyítése, beleértve az utazást számukra lehetővé tévő szolgáltatások nyújtását, komoly, akár több évtizedes múltra tekinthet vissza (tipikusan Németország, Olaszország, illetve Spanyolország), és van, ahol a társadalom és a turizmus szakma csak mostanában kezdi felismerni a kérdés jelentőségét (Horvátország, Magyarország). Nem egy gyakorlat úttörő jellegűnek tekinthető saját országában, mint például a hazai Akadálymentes turizmus nap Orfűn vagy a spanyolországi Platja d'Aro-Girona-Catalunya kezdeményezése a turizmus ágazatban dolgozók érzékenyítésére autizmussal és autista spektrumzavarral (ASD) élő vendégek fogadásához. De megemlíthetjük még a sportolási lehetőségek biztosítását a fogyatékossgal élők számára, mint amilyen az olaszországi SportABILI Alba Onlus A.S.D. vagy a spanyolországi Club Arquers Salt íjászkлуб kezdeményezése. Az olaszországi partnerek számos múzeumi projektről, kezdeményezésről számoltak be, de a németországi jó gyakorlatok közt is szerepelt olyan, amely a múzeumok bevonását is fontosnak tartotta a fogyatékossgal élők turisztikai lehetőségeinek bővítésébe. A jó gyakorlatok gazdái közt találunk állami szervezeteket, települési önkormányzatokat, sportegyesületeket, civil szervezeteket, turisztikai szolgáltatókat egyaránt, vagyis elmondható, hogy a társadalom és a gazdaság egyaránt magáénak érzi a problémát. Volt olyan projekt is a legjobb gyakorlatok közt, ahol a szereplők maguk is fogyatékkal élők, például egy zágrábi belvárosi mobil rámpás kezdeményezés két ötletgazdája, de több esetben a gyakorlatok fogyatékkal élők bevonásával kerültek megvalósításra. Egyes jó gyakorlatok kifejezetten egy konkrét fogyatékossga koncentrálnak (például vakok és gyengénlátók számára az önálló közlekedést lehetővé tevő megoldások épületekben, mint az egyik horvátországi partner kezdeményezése szál-

láshelyek és egyéb turisztikai létesítmények esetében: feltűnő és a padlószintből kissé kiemelkedő közlekedőutak kijelölése, a falakra a közlekedést megkönnyítő csíkok felszerelése, nagyobb számok és Braille-írás a hotelszobák ajtaján), mások az összes fogyatékkal élő csoport számára teszik lehetővé vagy könnyítik meg a turizmusba történő bekapcsolódást. A legáltalánosabb, legszélesebb körű partnerséggel dolgozó gyakorlat a németországi Deutsches Seminar für Tourismus jó gyakorlata, amely az akadálymentesítettséghez kötődő minősítési, védjegyrendszert igyekszik kiterjeszteni a turizmussal kapcsolatba hozható szervezetek, vállalkozások lehető legszélesebb körére (utazási vállalkozások és utazással összefüggő létesítmények, szálláshelyek, vendéglátóipari létesítmények, információszolgáltatók, utazási irodák, rekreációs szolgáltatások, parkok és közterületek, állatkertek, múzeumok és galériák, egyházi épületek, színházak és mozik, rendezvényhelyszínek, közintézmények).

A projektek jelentős része adományokból, állami támogatásból, pályázati forrásokból tartja fenn magát, de van példa vállalkozási tevékenység folytatására is a költségek minél nagyobb részének fedezése érdekében. A jó gyakorlatok által érintett témákat az 1. táblázat mutatja be.

A Peer Act projekt fő célja olyan sorstársi képzés módszertanának és tananyagának a kialakítása, mely elsajátítása révén a fogyatékkal élők tudnak majd sorstársaiknak segítséget nyújtani a turisztikai tevékenységeik szervezéséhez és lebonyolításához. Ezzel a céllal összefüggésben külön is elemeztük a képzési típusú jó gyakorlatokat. Ezek részletezését, és a különböző képzési formákhoz való kapcsolódását a 2. táblázat mutatja be.

1. táblázat. Az összegyűjtött jó gyakorlatok országonkénti csoportosítása és illeszkedése az egyes tématerületekhez (egy jó gyakorlat több témához is illeszkedhet)

Table 1: Grouping the collected good practices by county and matching them to each topic area (a good practice can fit several topics)

| A legjobb gyakorlatok kategóriái | HU | CRO | ESP | GE | IT |
|--|----|-----|-----|----|----|
| <i>Legjobb gyakorlatok, db</i> | 5 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 1. Események/innovatív projektek | 1 | 1 | 1 | | 2 |
| 2. Épületek akadálymentesítése | 1 | | | | 1 |
| 3. Közterületek akadálymentesítése | 1 | 1 | 2 | | 3 |
| 4. Turisztikai desztinációk | 2 | 1 | | 2 | 2 |
| 5. Mobilitás, közösségi / magán közlekedés | | | | 1 | |
| 6. Szolgáltatási láncok / tanácsadás, adatbázisok, információ (pl. wheelmap.org) | 2 | | 1 | 3 | |
| 7. Marketing | | | | 2 | 1 |

Forrás: saját szerkesztés

Source: edited by the authors

2. táblázat. A képzési jó gyakorlatok száma az összes jó gyakorlaton belül, és illeszkedésük az egyes képzési módokhoz (egy jó gyakorlat több képzési típushoz is illeszkedhet)

Table 2: Number of training good practices within all good practices and their fit to each type of training (a good practice can fit several types of training)

| A legjobb gyakorlatok kategóriái (képzés) | HU | CRO | ESP | GE | IT |
|--|----|-----|-----|----|----|
| Képzések száma az összes legjobb gyakorlaton belül | 3 | 0 | 1 | 2 | 2 |
| 1. Peer Counselling (sorstárs segítők) | 1 | | | 2 | 2 |
| 2. Inkluzív képzések felnőttoktatás keretein belül | | | | 2 | 1 |
| 3. Képzés és tanulás az akadálymentes turizmus területén | | | 1 | | 2 |
| 4. Inkluzív E-Learning eszközök | 1 | | | | |
| 5. Egyéb | | | | | 1 |

*Forrás: saját szerkesztés
Source: edited by the authors*

A Peer Act együttműködésben résztvevő partnerek által feltárt jó gyakorlatok a következők voltak:

Minősítési rendszer, védjegy, címkézés

A minősítési rendszerek, védjegyek alkalmazása a turizmusban nem számít újdonságnak, de a fogyatékossgal élők turizmusának területén messze nem olyan elterjedt, mint a szálláshelyeken, vagy akár a vendéglátóiparban. A védjegy egyrészt garancia a fogyasztó számára a minőségi szolgáltatásra, másrészt kiváló marketingeszköz és reklám a szolgáltató számára. Ilyen a németországi, tübingiai „Travel for All”, mindenki számára elérhető utazás kezdeményezés vagy a magyarországi People First Association tevékenysége, amely során párokban dolgozva (egy fogyatékossgal nélkül és egy azzal élő személy) végiglátogatják egy város vendéglátóipari létesítményeit és turisztikai létesítményeit, majd egy matricát helyeznek el azon, amely mutatja a létesítmény akadálymentesítettségét, külön jelezve a teljesen akadálymentesített mellékhelyiség meglétét. (Amennyiben a hely még nem teljes mértékben akadálymentesített, de azzá tehető, a People First Association segítséget nyújt a szükséges eszközök beszerzésében is.)

Adatbázisok

A minősítési, védjegyrendszerekkel együttműködésben, de azoktól függetlenül is több jó gyakorlat része olyan adatbázisok létrehozása, karbantartása, működtetése, elérhetővé tétele, amelyek a bármilyen fogyatékossgal élők és kísérőik számára megkönnyítik az utazási döntéseket. Adatbázisokkal kapcsolatos jó gyakorlatokról két német, egy magyar és egy spanyol partner számolt be.

Fizikai akadálymentesítés

A legkézenfekvőbb megoldások egyike, sok helyütt ugyanis fizikai akadály van annak, hogy valaki bejusson egy turisztikai létesítménybe (például kerekesszékekkel) vagy önállóan használja azt (például egy vak vagy gyengénlátó személy). Az egyik zágrábi jó gyakorlat könnyű és könnyen mozgatható mobil rámpákkal tenné könnyebbé a kerekesszékekkel közlekedők számára a vendéglátóhelyek és egyéb turisztikai létesítmények megközelítését.

Sportolási lehetőség fogyatékkal élők számára

Az akadálymentesítés alapvető célja, hogy a fogyatékossgal élők ne a társadalom kirekesztett, támogatásra szoruló, hanem teljes értékű tagjainak érezhessék magukat. A több évtizede működő spanyolországi íjászegyesület, a Club Arquers Salt innovatív projektje mozgássérült, sőt, vak vendégek számára teszi lehetővé e szép sport üzését.

Érzékenyítés, figyelemfelhívás

Ahogy több olaszországi partner nagyon szépen megfogalmazta, a cél az, hogy a társadalom ne úgy tekintsen a fogyatékossgal élőkre, mint olyanokra, akik segítségre szorulnak, hanem mint értékes erőforrásra, társadalmilag a fogyatékossgal nélkül élőkkel teljesen egyenrangú emberekre. A vendégfogadásban rendkívüli jelentőségű humán erőforrás képzésével több gyakorlat foglalkozik: a vendéggel közvetlenül kapcsolatba kerülő személyek hozzáállásán, tudását, képességein rendkívül sok múlik, kellemessé és emlékezetessé is tehetik a fogyatékossgal élők utazását, de akár tönkre is tehetik azt egy nem megfelelő reakcióval, vagy bizonyos helyzetek kezelésére való képtelenséggel.

Munkalehetőség biztosítása fogyatékossgal élők számára

Ahhoz, hogy a fogyatékossgal élők úgy tekinthessenek magukra (és a társadalom rájuk), mint a társadalom ugyanolyan hasznos tagjaira, mint egészséges társaik, az egyik legfontosabb a számukra megfelelő munkahelyek és munkakörülmények megteremtése. A legérdekesebbnek e tekintetben talán a horvátországi Citadela és az Association of Children and Youth Disabilities "Zvono" együttműködésével folyó kezdeményezés tekinthető, ahol is kézműves tevékenységeket (szövés, fazekasság) oktatnak szerzett fogyatékossgal rendelkezőknek, amellyel a munkaerőpiaci esélyeiket nagyban növelik; működtetnek egy gyógynövénytermelő és -szárító létesítményt, egy textilipari innovatív dizájnműhelyt, de a vidékfejlesztéssel és az ökológiai gazdálkodással, illetve megújuló energiaforrásokkal kapcsolatos képzést is nyújtanak.

Oktatás, képzés

A foglalkoztatás alapvető feltétele a megfelelő képességekkel, képzettséggel rendelkezés. A képzések lehetnek munkahelyi képzések is, mint a már említett horvátországi együttműködés, de akár formalizált kapcsolatok formáját is ölthetik oktatási intézményekkel, például egyetemekkel. Jó példa az utóbbira a németországi, nevében is inkluzív képzésre utaló Institut für Inklusive Bildung gemeinnützige GmbH, amely egy egyetemmel, a kiel Christian-Albrechts-Universität-tel működik együtt. A „Not without us about us” (Nélkülünk ne, ha rólunk van szó) mottójú képzésük során oktatási szakemberek adnak gyakorlati tanácsokat például fogyatékossgal élők lakókörnyezetének kialakításához, a fogyatékossgal fajtájától függően.

Peer counselling

Másképpen: sorstársi segítség, azaz a fogyatékossgal élők bevonása társaik támogatásába. Ez különösen fontos abban az esetben, ha valaki nem születése óta él fogyatékkal, hanem szerzett a fogyatékossga egy baleset vagy betegség után. A tapasztalatok szerint az ilyen helyzetbe került emberek könnyebben fogadnak el segítséget olyanoktól, akik maguk is hasonló problémákkal élnek, így az átállás különösen embert próbáló időszakában a „révész”, aki átvezeti a fogyatékossgal nélkül

élők világából a fogyatékossgal élők világába a sérült személyt, rendkívül fontos feladattal bír. A People First Association Pécs Mozgássérült Emberek Önálló Élet Egyesülete (ÖNÉ) projektében régebb óta fogyatékossgal élők segítik át (egy svédországi modell alkalmazásával) nemrégiben sérült, fogyatékossgá vált társaikat a megváltozott életbe, támogatva őket rehabilitációjuk során és a társadalmi (újra)beilleszkedésben. A nem sérült szakértőkkel szemben a „révész” saját élethelyzetéből kifolyólag is hitelesebb és elfogadhatóbb a gyakran még a fogyatékossgá válás traumájával küzdő emberek számára.

ÖSSZEFOGLALÁS

A fogyatékossgal élők intenzívebb bevonása a turizmus ágazatba a szociális, humanitárius, szolidaritási kérdéseken túlmenően komoly gazdasági, üzleti lehetőséget is jelent: az európai lakosság mintegy tizedét (és, részben a kontinens lakosságának előregedése miatt, növekvő részét) teszik ki azok, akik valamilyen fogyatékossgal élnek. Az ők és kísérőik turisztikai igényeinek jobb kiszolgálása komoly piaci lehetőséget jelent a turisztikai szolgáltatók számára.

Egyes országokban erre a lehetőségre már évtizedekkel ezelőtt felfigyeltek és a fogyatékossgal élők a legtöbb turisztikai szolgáltatást minden tekintetben teljesen ép társaikkal közel azonos minőségben tudják igénybe venni, másutt mostanában kezd csak a tudomány és szakma foglalkozni a kérdéssel. A tanulmány a kérdés szakirodalmának rövid áttekintését követően egy európai kezdeményezés, a „European Peer Counselor Training in Accessible Tourism – Peer-Act” elnevezésű Erasmus programban résztvevő öt ország (Magyarország, Németország, Olaszország, Spanyolország és Horvátország) legjobb gyakorlatait elemzi a fogyatékossgal élők turizmusba történő bevonásával kapcsolatban. A jó gyakorlatok gazdái közt megtaláljuk a gazdaságot, az állami és civil szervezeteket egyaránt; a gyakorlatok közt vannak eszköz- és tőkeigényes beruházások is, de van olyan, ahol csak az érintettekkel kapcsolatba kerülők érzékenyítésére, oktatására, attitűdjének fejlesztésére van szükség ahhoz, hogy a fogyatékossgal élő személy teljes értékű élményt kapjon utazása során. A tapasztalatok szerint a legjobb megoldás a sorstárs segítők bevonása (peer consulting): a fogyatékossgal élők, különösen, ha a fogyatékossg egy nemrégiben bekövetkezett trauma következménye, hitelesebbnek tartják és jobban elfogadják az olyan támogató személyt, aki már régebb óta ugyanazzal a problémával él, mint ők.

*Raffay Zoltán, PhD. habil. egyetemi docens
Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar, Marketing és Turizmus Intézet
raffay.zoltan@ktk.pte.hu*

*Gonda Tibor, PhD. egyetemi adjunktus
Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar, Marketing és Turizmus Intézet
gonda.tibor@ktk.pte.hu*

FELHASZNÁLT IRODALOM

- AGOVINO, M. – CASACCIA, M. – GAROFALO, A. – MARCHESANO, K. (2017): *Tourism and disability in Italy. Limits and opportunities*. Tourism Management Perspectives 23: pp. 58-67.
- BUHALIS, D.- DARCY, S.- AMBROSE, I. (2012): *Best Practice in Accessible Tourism: Inclusion, Disability, Ageing Population and Tourism*. Channel View Publications, Bristol/Buffalo/Toronto
- CSAPÓ J. – GERDESICS V. – GONDA T. – RAFFAY Z. – TÖRÖCSIK M. (2018): *Turizmus: a magyar lakosság turizmussal kapcsolatos beállítódása generációs szemléletű vizsgálattal – országos reprezentatív személyes (n=2001) és online (n=1085) megkérdezés, fókuszcsoportos viták eredményei*. Pécs, Magyarország: PTE KTK (2018), 115p.
- CSAPÓ J. – GONDA T. (2019): *A hazai lakosság utazási motivációinak és szokásainak elemzése az aktív turizmus és a fizikai aktivitás tekintetében*. Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok 4 : 4 pp. 57-70. , 14 p. (2019)
- CSAPÓ J. – TÖRÖCSIK M. – NAGY Á. (2019): *Nemturizmus és életstílus összefüggések*. Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok 4 : 2 pp. 5-18., 14 p. (2019)
- CSESZNÁK É. – GULYÁS A. – KÁDÁRNÉ SZABÓ G. – MASCHER R. – MÓGA E. – ONÓDI Á. (2009): *A hozzáférés teljesebb körű biztosítása a fogyatékkal élők számára*. In: VÁSÁRHELYI, T. (szerk.): *Múzeum és iskola. Múzeumok a közoktatás szolgálatában, kutatási jelentés*. Szentendrei Néprajzi Múzeum Múzeumi Oktatási és Képzési Központ, Szentendre. pp. 81–97.
- CSOMÓS, GY (2018): *Rendíthetetlen-e az angolszász hegemonia a nemzetközi társadalomföldrajzi és városkutatási folyóiratokban: egy bibliometriai elemzés tanulságai*. In: *Modern Geográfia 2018/I.* pp.1-18
- DARCY, S. – DICKSON, T. J. (2009): *A whole-of-life approach to tourism: The case for accessible tourism experiences*. Journal of Hospitality and Tourism Management 16: pp. 32-44.
- DUDÁS, G. – VIDA, GY. – BOROS, L (2020): *Miért választják a turisták az Airbnb-t? Motivációs tényezők a magyar utazók körében*. In: *Modern Geográfia 2020/II.* pp.1-27
- ERNSZT I. – TÓTH-KASZÁS N. – PÉTER E. – KELLER K. (2019): *„Amikor a vándorbot színe fehér, az utazó kerekesszékekben ül” – Az akadálymentes turizmus egyes kérdéseiről*. Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok IV:3 pp.77-91
- GÁLNÉ KUCSÁK K. (2008): *A sötétség vándorai: A látássérültek turizmusának helyzete és esélyei Magyarországon*. Turizmus Bulletin 12(2): pp. 53-59.
- GONDA T. – NAGY D. – RAFFAY Z. (2019): *The impact of tourism on the quality of life and happiness*. Interdisciplinary Management Research / Interdisziplinäre Managementforschung 15 pp. 1790-1803. 14p. (2019)
- GONDA, T. – RAFFAY, Z. (2020): *Egyedül nem megy- fogyatékkal élők utazási szokásainak vizsgálata egy nemzetközi felmérés eredményeinek tükrében*. In: Csapó, J. – Csóka, L. (szerk.): *Kreativitás, változás, reziliencia. III. Nemzetközi Turizmusmarketing Konferencia: Tanulmánykötet*. Pécs, Magyarország: Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, (2020) pp. 154-165. 12p.
- KÁLDY M. (2010): *Jó gyakorlatok a múzeumpedagógiában – az innováció és alkalmazás hazai lehetőségei*. In: BERECZKI I. – SÁGHI I. (szerk.): *Bevezetés, tudás és gyakorlat. Múzeumpedagógiai*

- módszerek – európai példák és hazai alkalmazások. Módszertani fejlesztés. Múzeumi Iránytű, 5. Szabadtéri Néprajzi Múzeum, Múzeumi Oktatási és Képzési Központ. pp. 5-7.
- KITCHIN, R. (2009). Space II. In: International Encyclopedia of Human Geography. 10.1016/B978-008044910-4.01126-3.
- KITCHIN, R. (2015): Positivist Geography, In: Approaches in Human Geography pp.23-34. Publisher: Sage 2015
- KITCHIN, R. & DODGE, M. (2017). The (In)Security of Smart Cities: Vulnerabilities, Risks, Mitigation, and Prevention. In: Journal of Urban Technology. 1-19. 10.1080/10630732.2017.1408002.
- LŐRINCZ, K. – LANG, L.A. – BANÁSZ, ZS (2019): A Balaton térségi Imázsa a helyi lakosság szemszögéből. In: Modern Geográfia 2019/IV. pp.1-14
- MOTHIRAVALLY, V. – ANG, S. – BALOCH, G. M. – KULAMPALLIL, T. T. – GEETHA, S. (2014): *Attitude and perception of visually impaired travelers: A case of King Valley, Malaysia*. Social and Behavioral Sciences 144: pp. 366-377.
- SHAW, G. – COLES, T. (2004): *Disability, holiday making and the tourism industry in the UK: a preliminary survey*. Tourism Management 25: pp. 397–403.
- VÉGH ZS. (2005): *A segítséggel élők turisztikai lehetőségei Magyarországon*. Turizmus Bulletin 4: pp. 26-38.
- VILA, T. D. – DARCY, S. – GONZÁLEZ, E. A. (2015): *Competing for the disability tourism market – A comparative exploration of the factors of accessible tourism competitiveness in Spain and Australia*. Tourism Management 47: pp. 261-272.
- ZSARNÓCZKY M. (2018): *The Future Challenge of Accessible Tourism in the European Union*. Vadyba Journal of Management 2(33): pp. 39-43.
- ZAJADACZ, A (2014): Accessibility of Tourism Space from a Geographical Perspective. Tourism, 24(1): 45-50.
- ZAJADACZ, A. – LUBARSKA, A.(2019): *Development of a Catalogue of Criteria for Assessing the Heritage Site*. Studia Periegetica nr2(26)2019 DOI: 10.26349/st.per.0026.06
- ZAJADACZ, A. – LUBARSKA, A.(2020): *Sensory gardens as place for outdoor recreation adapted to the needs of people with visual impairments*. Studia Periegetica nr2(30)2020 DOI: 10.5604/013001.0014.3170

Egyéb források

- ACCESSIBLE TOURISM: http://www.igirasoli.ar.it/accessible_tourism.htm?cookieChecked=true (2017. 10. 04.)
- AKADÁLYMENTES TURIZMUS: <http://szakmai.itthon.hu/akadalymentes-turizmus> (2017. 10. 04.)
- EUROPEAN COMMISSION (2014): *Economic Impact and Travel Patterns of Accessible Tourism in Europe*. Final Report.
- MOTIVÁCIÓ ALAPÍTVÁNY ÉS A REVITA ALAPÍTVÁNY KUTATÓMŰHELYE (2009): *Fogyatékos emberek turisztikai szokásai és igényei*. http://revitaalapitvany.hu/letoltes/tanulmanyok/turizmus_vezetoj_osszefoglalo.pdf
- KÖZPONTI STATISZTIKAI HIVATAL: http://www.ksh.hu/nepszamlalas/tablak_fogyatekossag

UNWTO (2016): *Highlights of the 1st UNWTO Conference on Accessible Tourism in Europe* (San Marino, 19-20 November 2014)

UNWTO (2013): *Recommendations on Accessible Tourism*. Madrid

WHO (2011): *World Report on Disability*. Summary. Malta

Az Európai Parlament 2015. október 29-i állásfoglalása az európai turizmus előmozdításának új kihívásairól és elképzeléseiről (2014/2241(INI)) www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2015-0391_HU.html?redirect letöltés:2020 02.10.

1998. évi XXVI. törvény

Országos Fogyatékosügyei Program (2015–2025.)