



ECONOMICA

A SZOLNOKI FŐISKOLA TUDOMÁNYOS KÖZLEMÉNYEI
VII. ÚJ ÉVFOLYAM 2. SZÁM, 2014

ECONOMICA VII. ÚJ ÉVFOLYAM 2. SZÁM, 2014

A tartalomról: Kacsirek László – Neulinger Ágnes: Az idegen nyelvű képzések lehetőségei és feltételei a kis vidéki főiskolák szempontjainak figyelembevételével • Gazdaság- és társadalomtudományok – Barta Árpád: Hitelpapírok Magyarországon • Túróczi Imre: A számviteli elvek által biztosított szabadság hatása a gazdálkodási folyamatok reális megítélésére • Agrár-műszaki és természettudományok – László Éva – Jakopánecz Eszter – Törőcsik Mária: A Műszaki menedzser alapszak munkaerőpiaci megítélése és fejlesztési lehetőségei a Szolnoki Főiskolán • Czifra György – Ladislav Morovič: Mérnöki rekonstrukció és gyorsprototípusgyártás a karbantartásban • International results of applied researches – Pólya Éva – Földi Kata: Role of Children in the Case of Parental Food Store Choice • Oláh Béla – Nyúzó Róbert: Изменение климата – биотопливо

ECONOMICA

A Szolnoki Főiskola Tudományos Közleményei
VII. új évfolyam 2. szám

Felelős szerkesztő:
Dr. Kóródi Márta PhD
főiskolai tanár

Szerkesztőbizottság:
prof. Dr.Hima Gabriella, a Tudományos Tanács elnöke
Dr. Zéman Zoltán, intézeti igazgató, egyetemi docens, SZIE, külső tag
Lengyel Attila, főiskolai tanársegéd, olvasószerkesztő

Szerkesztőségi titkár:
Nagyné Békési Éva

Felelős kiadó:
Dr. Túróczi Imre PhD, főiskolai tanár
a Szolnoki Főiskola rektora

© Szolnoki Főiskola

Szerkesztőség címe:
Szolnoki Főiskola, 5000 Szolnok, Tiszaligeti sétány 14.

A folyóirat korábbi számai letölthetők:
<http://tudomany.szolportal.hu/economica>

A folyóirat borítója és grafikai arculata Bodolai Mária munkája

Nyomdai munkálatok:
Alumni Kiadó Kft.
Bereczki Csaba ügyvezető

ISSN 1585-6216

Tartalom

Table of Contents

Előszó 5.

Kacsirek László – Neulinger Ágnes

Az idegen nyelvű képzések lehetőségei és feltételei

A kis vidéki főiskolák szempontjainak figyelembevételével 6.

Opportunities and preconditions of foreign language-taught study programs

With a special focus on small Hungarian colleges

Alkalmazott kutatások eredményei a gazdaság- és társadalomtudományok területén 17.

Barta Árpád

Hitelpapírok Magyarországon. Áttekintés 17.

Credit papers in Hungary. An overview

Gáspár Andrea

A személyi jövedelemadó rendszerének alakulása Magyarországon (1988-2014) 23.

Changes in the personal income tax system in Hungary (1988-2014)

Bálint Sándor

Morális klímaváltozás- erkölcsi megújulás 34.

Moral climate change – moral renewal

Elek Nóra Ilona

A szakszervezetek hanyatlása az olsoni csoportelmélet szemszögéből

– szakirodalmi összefoglaló 45.

Olson's Group Theory and Trade Union Decline: A Literature Review

Túróczy Imre

A számviteli elvek által biztosított szabadság hatása a gazdálkodási folyamatok

reális megítélésére 51.

*The impact of freedom ensured by the accounting principles on a realistic
assessment of economic management processes*

Molnár Edina

A pszichológia filozófiai-társadalomtudományi vonalának kibontakozása

Magyarországon az 1900-as években 60.

*The Conception of the Philosophical and Social Scientific Trend of
Psychology in Hungary in the 1900s*

Ásványi Katalin, Marjainé Szerényi Zsuzsanna, Zsóka Ágnes

- A fenntartható fejlődés feltételeinek megjelenése a nagykörűi lakosság értékrendjében: egy Q-módszeres kutatás eredményei 68.
The appearance of the conditions of sustainable development in the values of the population of Nagykörrű: The results of a Q-methodology research

Szűcs Róbert Sándor - Pólya Éva

- Fogyasztói etnocentrizmus a védjegyek tükrében 80.
Consumer ethnocentrism in aspect of trade marks

Szakács Attila, Szakács Zsolt

- Klimaváltozás – startup a megoldás? 94.
Is startup may be the solution for climate change?

Sájer István

- A zöldség-gyümölcs ágazat külkereskedelmének jövőképe 102.
Foreign trade possibilities of the Fruit – Vegetable sector in the future

Máté Zoltán

- A Szolnok Televízió vételi lehetőségeinek és a műsorok nézettségi szokásainak részletes elemzése 113.
Detailed analysis of the Szolnok Television reception opportunities and the habits of TV shows viewing

Savella Orsolya

- Tourism and leisure sport habits 118.
Turizmus és szabadidősport szokások

Mondok Anita

- A felsőfokú turizmusoktatás stakeholdereinek ellentmondó elvárásai a fejlesztendő kompetenciák terén 126.
Tourism Competencies Development – Contradictory Perceptions of Stakeholders

Alkalmazott kutatások eredményei az agrár- . műszaki és természettudományok területén 142.

Czifra György, Ladislav Morovič

- Mérnöki rekonstrukció és gyorsprototípusgyártás a karbantartásban 142.
Reverse engineering and rapid prototyping in the maintenance process

Madaras Lászlóné

- Magyar matematikus hozzájárulása a modern algebra megszületéséhez 146.
Hungarian mathematician made contribution to the birth of modern algebra

László Éva, Jakopánecz Eszter, Törőcsik Mária

A Műszaki menedzser alapszak munkaerőpiaci megítélése és fejlesztési lehetőségei a Szolnoki Főiskolán 153.

Evaluation of the Technical Management Bsc by labor market and its development possibilities at the College of Szolnok

Subecz Zoltán, Nagyné Csák Éva

Szemantikus szerepek címkézése természetes szövegekben 164.

Semantic role labeling in natural texts

International results of applied researches 172.

Szabó Andrea

Testing monetary exchange rate models with the Westerlund panel cointegration test..... 172.

A monetáris árfolyammodellek tesztelése Westerlund panel kointegrációs tesztel

Pólya Éva-Földi Kata

Role of Children in the Case of Parental Food Store Choice 180.

A gyerekek befolyásoló szerepe szülei élelmiszer üzletválasztásában

Oláh Béla, Nyúzó Róbert

Изменение климата – биотопливо 188.

Klímaváltozás - biohajtóanyagok

Molchanov, Igor – Molchanova, Natalya Petrovna

Трансформационные процессы в развитии сферы образования России 194.

*Transformation processes in the development of education in Russia
Az oktatásfejlesztés átalakítási folyamatai Oroszországban*

Voskolovich, Nina Aleksandra

Availability of services as a basis of the formation of the modern quality of population's life 199.

A szolgáltatások elérhetősége mint a modern népesség életminőségének alapja

Peter Szabó, György Czifra

Resources for increasing management performance and efficiency 204.

A menedzsment teljesítménynövelésének forrásai

Herbály Katalin - David West

Ideas for Connecting Rural Communities 208.

Javaslatok a vidéki közösségekkel való együttműködésre

Interdiszciplináris rovat 215.**Földi Kata**

Magyar származás hatásának kvalitatív és kvantitatív kutatása

a kereskedelmi márkás élelmiszerek márkaválasztására Kelet-Magyarországon 215.

*The qualitative and quantitative research of hungarian origin effect
on private label food brand choice in east Hungary***Dudás Péter - Balog Margit**

Matematikai-statisztikai paradoxonok alkalmazása a turizmusban 230.

*Application of mathematical and statistical paradoxes in tourism***Kóródi Márta**

Az ifjúsági turizmus motivációi francia és angol egyetemisták megkérdezése alapján . 240.

*The Youth Tourism Motivations Based on Interviews French and English Students***Bakos Róbertné – Rimóczi László**

Halfogyasztás és a vendéglátás kapcsolata 246.

*The relation between fish consumption and catering***Barczy Attila – Harrach Tamás – Nagy Valéria**

„A gazdálkodó legjobb munkatársa a földigiliszta” – avagy a minimális talajbolygatás

jótékony hatása a talajszerkezetre 250.

*“The earthworm is the best workmate of the farmer” – or beneficial effect of
minimal soil disturbance on soil structure***Lakatos Vilmos**

Észak-alföldi KKV-k kontrolling sajátosságai 259.

*Controlling characteristics of SMEs in the Észak-alföldi Region***Bugyi Szimonetta – Darai Dalma – Huff Endre Béla – Simon Szandra – Vincze Béla**

Marketing szemléletű terméktervezés 264.

*Product design with a marketing approach***Márfy Anna**

Önismeret az önmegvalósításban a grafológia eszközeivel 273.

*Self- knowledge in the self realization with graphology means***Szerzőink 284.**

Előszó

Tudományos folyóiratunk idén ősszel több számot is megjelentet. Hagyományosan erre az évszakra koncentrálnak a tanulmányok, kristályosodnak ki a kutatási eredményekből a következtetések, javaslatok. Jelen kötetünk - megtartva a rovatok megkövetelte szerkezetet - a 2014. évi Magyar Tudomány Ünnepehez kapcsolódó, a rendezvényeken ismertetett, vagy csak ekként publikált dolgozatok egy részét gyűjtötte össze.

A Magyar Tudományos Akadémia a „Messzelátó tudomány: felelős válaszok a jövőnek” összefoglaló mottó keretében a tudományt, mint a jövő alakításának meghatározó eszközt kívánta bemutatni a rendezvények által az érdeklődőknek. Az eseménysorozat öt kérdéskörnek szentel kiemelt figyelmet: a globális kihívást jelentő demográfiai folyamatoknak, a társadalmi egyenlőtlenségek dimenzióinak, a fenntartható fejlődés feltételeinek, az új technológiáknak és hatásaiknak, valamint az értéktéremtő tudás a testi, lelki egészség, illetve jóllét megteremtésében és fenntartásában témájának.

A jövő kérdéseire adott válaszok széleskörű, múltbéli és jelenkori elemzéseken alapulnak. A tudomány jövőbelátó erejét szeretné a Főiskola az átlagember és az eltérő tudományterületeket kutatók számára a „Mondd el a múltat, diagnosztizáld a jelent, jósold meg a jövőt” – Hippokratésztől a harmadik évezredig konferencia-mottóval a középpontba állítani és lehetővé tenni, hogy az előadásokon keresztül minél több, a jövőt felelősen alakító kutatási eredménnyel ismerkedhessenek meg a résztvevők. A plenáris előadáson a globális kihívásokra adott válaszok témakörei jelennek meg. Kiemelt szekció témája volt az idegen nyelv társadalmi és tudományos funkciója, valamint a fenntartható fejlődés harmadik évezredbeli értelmezése és gyakorlata, ami az idegen nyelven folyó képzést is magában foglalja. A nemzetközi konferencia alkalmat adott az oktatásban, kutatásban együttműködő hazai és nemzetközi partnerek kutatási tapasztalatainak megosztására, valamint a tehetséggondozási program részeként lehetőséget biztosított a hallgatók számára is kutatási eredményeik ismertetésére.

A folyóirat preferálja a többnyelvű megjelentetést, az angol nyelvű cikkeken kívül orosz szerzők anyanyelvi összefoglalóival közölt tanulmányok is szerepelnek.

Dr. Kóródi Márta
oktatási és tudományos rektorhelyettes

Kacsirek László – Neulinger Ágnes

Az idegen nyelvű képzések lehetőségei és feltételei A kis vidéki főiskolák szempontjainak figyelembevételével

László Kacsirek – Ágnes Neulinger

Opportunities and preconditions of foreign language-taught study programs With a special focus on small Hungarian colleges

Abstract

In many countries of the world and also in Hungary many higher education institutions develop international – mainly English-taught – study programmes. Such programmes offer many benefits for the institutions and their management, their faculty, their students and their administrative staff. One is a stable and increasing income that improves the HEI's financial stability, the stability of the institution itself and the security of jobs. Many of the benefits origin from internationalisation. Standards and requirements are high on the international education market, the HIEs have to develop a premium education. This requires an adequate organisational framework, high-quality infrastructure and all participants must be trained. Meeting the challenge offers development opportunities and ensures high quality for all participants. Small countryside colleges in Hungary cannot increase the number of their students domestically, the only way out is international education.

Key words: English-taught programmes, premium education, internationalisation

ÖSSZEFOGLALÓ

Magyarországon és külföldön egyaránt egyre több felsőoktatási intézmény indít idegen – főképp angol – nyelvű képzést. Ez előnyös az intézmény és menedzsmentje, oktatói, hallgatói és adminisztratív dolgozói számára. Stabil és növekvő bevételt eredményezhet, ami növeli a pénzügy stabilitását és növeli az intézmény, így a munkahely biztonságát is. Az anyagi előnyökön túl a legnagyobb előny a képzés nemzetközi jellegéből fakad. Az intézmény és polgárai nemzetköziesednek, s a szigorú feltételek kifejlesztése és biztosítása valamennyiük számára fejlődési lehetőséget és magasabb minőséget eredményez. A nemzetközi piacon a követelmények magasak, prémium terméket kell kifejleszteni. Ehhez meg kell teremteni a szervezeti kereteket, az infrastrukturális feltételeket és valamennyi

résztevő munkatársat képzésben kell részesíteni. A kis vidéki főiskolák hallgatói létszáma számos ok folytán a hazai piacon nem bővíthető, egyetlen kiút a nemzetközi hallgatók képzése.

Kulcsszavak: idegen nyelvű képzés, prémium oktatás, nemzetköziesedés

1. BEVEZETÉS

Sokszor esik szó arról, hogy egy felsőoktatási intézménynek idegen nyelvű képzést kellene indítania. A kérdés az, hogy miért? Hiszen – látni fogjuk – az idegen nyelven való oktatásnak számos feltétele van, a létrehozása és a működtetése konfliktusokkal teli, pénzt is kell rá áldozni, és az eredmények sem jönnek azonnal.

Ennek ellenére a világ számos fejlett országában már évtizedekkel ezelőtt több felsőoktatási intézmény indított angol nyelvű – illetve a brit intézmények esetében nemzetközi – képzést. Magyar példa is akad: a Semmelweis Orvostudományi Egyetem évtizedekkel ezelőtt indította, s ma nagy nemzetközi elismeréssel és nyereséggel folytatja orvosi képzését angolul. Magyarországon egyre több intézmény kínálatában jelenik meg valamilyen idegen nyelvű program.

A kérdés az, hogy miért? Tanulmányunkban áttekintést adunk arról, milyen előnyei származhatnak egy felsőoktatási intézménynek, ha idegen nyelven is folytat képzést, a képzés kialakításának és működésének feltételeit és a jól működő képzés eredményeit, hatásait. Tanulmányunkban nem elméleti megközelítésre törekszünk: a magyar felsőoktatás esetéből indulunk ki, a kis vidéki főiskolák szempontjait is érintve.

2. AZ IDEGEN NYELVŰ KÉPZÉS ELŐNYEI A FELSZŐOKTATÁSI INTÉZMÉNY SZÁMÁRA

Idegen nyelvű képzés létrehozásának számos előnye lehet. Melyek ezek az előnyök? Érnek-e ezek annyit, hogy érdemes legyen időt és energiát beleölni, konfliktusokat felvállalni, pénzt ráköltetni? Véleményünk szerint igen; egy idegen nyelvű képzés kifejlesztése és működtetése a felsőoktatási intézmény számára többértékű és szerteágazó előnyöket képes biztosítani. Az alábbi sorok ezeket az előnyöket tekintik át. (Az idegen nyelvű képzés elvben lehet bármilyen idegen nyelven folyó képzés, azonban a legerterjedtebb az angol nyelvű képzés. Ennek oka az angol nyelv globális elterjedésében és szerepében keresendő. Az idegen nyelven való képzés, illetve a képzés kifejlesztésében rejlő előnyök minden nyelv esetében megjelennek, ellenben az üzleti eredménye a nem angol nyelvű képzéseknek a szűkebb piac következtében lényegesen szerényebb.)

Kit értünk azonban felsőoktatási intézményen? Ennek a látszólag egyértelmű kérdésnek a

tisztázása kulcsfontosságú az idegen nyelvű képzés szempontjából, mert az érdekek, az előnyök és a követelmények – bár több ponton összefonódnak – eltérhetnek. Véleményünk szerint a felsőoktatási intézmény a következő szereplők összessége: maga az intézmény, mint olyan, a menedzsment (felsővezetés – kancellár, rektor, rektorhelyettesek), az oktatók, a hallgatók és az adminisztráció (nem oktató dolgozók). (Előnyök jelentkeznek a felsőoktatási intézmények környezetében is. Az idegen nyelvű képzés hatással lehet a képzés városára és megyéjére-régiójára, annak vezetésére, helyi politikára, a környék vállalataira és más munkáltatóira, illetve a város és megye-régió közösségére is. Ennek tárgyalása érdekes lenne, azonban terjedelmi okok folytán azt csak érintőlegesen áll módunkban megtenni.) Valamennyi szereplő esetében jelentkeznek anyagi és nem anyagi előnyök, a következő alpontokban ezeket fogjuk értelmezni az említett érintettek esetében.

2.1 Az intézmény

Az intézmény maga, mint intézmény számos előnyét élvezheti az idegen nyelvű képzésének. Az intézmény anyagi előnyei (jól működő idegen nyelvű képzés esetén) három pontban foglalhatók össze: stabil és növekvő bevétel, az intézmény fennmaradása (illetve részleges függetlenedése az állami forrásoktól) és a hosszú távú működés finanszírozása.

Bevétel. Egy jól működő, nemzetközi szinten versenyképes idegen nyelvű képzés képes stabil és jelentős jövedelmet képes biztosítani az intézmény számára. Ez részben a diplomát adó programok tandíjából, részben a részképzés keretében (jellemzően egy, esetenként két szemeszter hosszan) tanulók tandíjából származik.

Fennmaradás és függetlenedés. A csökkenő hazai hallgatói létszám, a legtöbb intézmény esetében lecsökkent állami támogatás és más tevékenységek gyenge jövedelem generáló képessége következtében több intézmény

bevétele csökkenésnek indult. A csökkenő és egyre alacsonyabb jövedelem egyre kevésbé képes finanszírozni a tevékenységeket és az emberi és infrastrukturális kapacitások fenntartását. Egy idő után ez elérheti a kritikus szintet és az intézmény fennmaradását veszélyezteti. Egy versenyképes idegen nyelvű képzés egyenletes és stabil növekedést képes biztosítani, ami jelentős mértékben képes hozzájárulni az intézmény fennmaradásához. A labilis pénzügyi helyzetben lévő intézmények fokozott mértékben függenek az állami forrásoktól, így magától az államtól is. Egy államtól független (piaci) jövedelem ezt a függést képes csökkenteni.

A hosszú távú működés finanszírozása. Amennyiben az idegen nyelvű képzés stabilá válik, képes tartósan is hozzájárulni az intézmény működéséhez. Az idegen nyelvű programok esetében a tervezés gyakran tudatosabb és hosszabb távra szól. A külföldi partnerek sokszor egy-két évvel előre járnak a tervezésükkel, így az ehhez való igazodás a kiszámíthatóságot és hosszabb távú gondolkodást/-működést is támogatja.

A nem anyagi előnyök árnyaltabbak.

Nemzetköziesedés, részvétel hálózatokban. Az idegen nyelvű képzések lehetővé teszik, hogy külföldi intézményekkel közös programok, oktatási és nem oktatási együttműködések kezdődjenek. Egy nemzetközi szinten népszerű intézmény a hallgatók sokaságát vonzza a világ minden országából. A Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi karán az elmúlt félévben 42 ország hallgatói tanultak, ami azt jelenti, hogy igazi nemzetközi környezet alakulhatott ki, amely mind az itt tanuló diákok, mind a partner intézmények számára fontos. Ugyanígy a nemzetköziesedéshez járul hozzá, hogy oktatóink is számos országból érkeznek, így rendszeresen tanítanak a programjainkban többek között angol, amerikai, szingapúri, osztrák, olasz és lengyel kollégák. Emellett a nemzetközi hálózatokhoz való csatlakozást/kötődést is érdemes megemlíteni, amely az intézmény oktatási/kutatási profilja,

célcsoportja és pozicionálása alapján sokféle lehet.

Hazai és nemzetközi presztízs. A hazai és nemzetközi presztízs részben az idegen nyelvű képzés prémium jellegéből adódik. Másrészt az idegen nyelvű képzések, együtt az intézmény oktatási gyakorlatával és színvonalával további lehetőségeket is teremt. A Corvinus Gazdálkodástudományi kara esetében mindez elitklubokban való tagságban is megnyilvánul, úgymint a CEMS (Community of European Management Schools a világ vezető üzleti iskoláinak és egyetemeinek hálózata, aminek minden országból csak egy, a legjobb intézmény lehet a tagja) vagy a PIM tagság (mindegyik a menedzsment oktatás zárt, nemzetközi hálózata). A presztízs a nemzetközi akkreditációk is mutatják, hiszen ezek az oktatás magas minőségét jelzik mind a hazai, mind a nemzetközi partnerek (és versenytársak) felé. Karunk jelenleg két nemzetközi program akkreditációval (EPAS a 'European Programme Accreditation System' rövidítése, az EFMD (Management Development Network) program akkreditációja) rendelkezik, de célunk hogy kari szinten is elnyerjük először az AACSB (Advancing Quality Management Education Worldwide) akkreditációját.

A szervezeti kultúra fejlődése. Az idegen nyelvű oktatás a szervezeti kultúra fejlődését is magával hozza. Ez azt jelenti, hogy külföldi hallgatók és oktatók jelenléte révén csökken a belterjesség a szervezeten belül, a nemzetközi sokszínűség elfogadása és megértése pedig a rugalmasságot és együttműködést erősíti az intézményben. Azaz a szervezet a nemzetközi kapcsolódás miatt egyre befogadóbbá válik, folyamataiban nyitottabb lesz és megközelítésében nem csak a szervezet belső világából és korlátaiból indul ki.

Alap a csereprogramok számára. Az idegen nyelvű képzés az alapja az Erasmus program működtetésének: ezen belül a hallgatók és oktatók fogadásának, illetve a viszonyosság elve alapján a külföldi programokban a magyar

hallgatók, oktatók és adminisztratív dolgozók részvételének.

A Corvinus Gazdálkodástudományi kara szempontjából az Erasmus kapcsolatok elsősorban a nemzetközi sokszínűség szempontjából fontosak, illetve ezeken keresztül (is) tudunk a hallgatóinknak külföldi részképzésekben való részvételt biztosítani. Továbbá az egyetem sok partnere esetében ez az együttműködés első szintje. Összességében a Corvinuson a hangsúly az Erasmus partnerségek fókuszálásán és a legjobbak/legfontosabbak megtartásán van – és nem a kapcsolatok kiterjesztésén – hiszen számos partnerséggel rendelkezik az egyetem, ahol jellemzően több hallgatót fogad, mint amennyien kiutaznak.

2.2 A menedzsment

A menedzsmentnek akár, mint menedzsereknek, akár mint magán-személyeknek többféle előnye származhat. Akárcsak az intézmény esetében, a menedzsment számára is jelentkeznek anyagi és nem anyagi előnyök.

Bevétel. Az idegen nyelvű programokból származó bevétellel nőnek az intézmény bevételei, amit az intézmény menedzsmentje használ fel, hiszen ebből is finanszírozza a rá bízott intézmény működését. A nagyobb intézményi bevétel nagyobb költségvetést jelenhet, amely a szervezet anyagi önállóságán túl a menedzsment lehetőségeinek a bővülésével is járhat.

Több forrás jut fejlesztésre és jutalmazásra. A magasabb bevétel szélesebb pénzügyi lehetőségeket nyújt, amely például az oktatással összefüggő fejlesztések finanszírozását is biztosíthatja. Ez lehet az emberi erőforrások fejlesztése (pl. oktatásmódszertan, nyelvtudás), de akár jelentheti az infrastruktúra fejlesztését is. Emellett a bevételekből lehetőség nyílik a jól dolgozó és többlet teljesítményt nyújtó munkatársak jutalmazására, illetve a jobb munka anyagi ösztönzésére.

Nemzetközi kapcsolatok, utazás. Az intézmény vezetői szervező-vezetői munkájuk részeként külföldi partnerekkel tárgyalnak, gyakran külföldön. Ez nemzetközi környezetben való munkavégzéssel és külföldi utazással is jár, hiszen a nemzetközi kapcsolatokat – főleg egy szolgáltatás alapú iparágban – nem elegendő az íróasztal mellől irányítani. Ez részben elvárás a menedzsmenttől, részben nemzetközi munkakörnyezetet jelent, amely motiváló is lehet számukra.

Magasabb jövedelem. A menedzserek a többletmunkáért kiegészítő jövedelemhez juthatnak, egyes konkrét projektek konkrét projektmenedzserei díjai eredményezhetnek magasabb személyes jövedelmet.

Személyes menedzsment skillek fejlődnek. A külföldi oktatókkal és diákokkal végzett közös munka, az idegen nyelvű programok fejlesztése, a különböző projektek vezetése stb. a személyes vezetői készségek fejlesztéséhez is hozzájárul, illetve meg is követeli azt. Ez azt jelenti, hogy nő az egyéni tudásszint és ehhez kapcsolódóan a vezető munkapiaci értéke is.

Presztízs. Egy jól működő nemzetközi képzési program sikere nagymértékben múlik a vezető munkáján, így az növeli a vezető személyes jó hírét, szakmai megítélését, presztízsét mind hazai, mind nemzetközi szinten.

Az intézményi és vezetői érdekek gyakran távol esnek az intézmény „tömegeitől”, az oktatóktól, hallgatóktól, adminisztratív dolgozóktól. A „fent” érdekei, az „ún.” intézményi érdekek és a vezetés elképzelései gyakran nem találhatnak megértésre az intézmény más polgárai körében. Ez utóbbiak távolinak érezhetik az intézményi és vezetői célokat, nem tudnak azonosulni velük, nem is igen értik, azokra miért van szükség és a tervek hogyan fogják majd befolyásolni az ő életüket. Márpedig sikeres idegen nyelvű képzés csak úgy hozható létre és működtethető, ha minél szélesebb körben vesznek részt a folyamatban, másrészt az intézmény valamennyi polgára profitálhat

belőle – különböző mértékben és részben a saját hozzáállásának függvényében. Nagy hangsúlyt fektetünk tehát arra, milyen előnyei származnak a felsőoktatási intézmény polgárainak, a „tömegeknek”. Három csoportot vizsgálunk: oktatók, hallgatók és adminisztratív dolgozók. Mindhárom csoport esetében két jól elkülöníthető további csoport különíthető – és különítendő – el: aki közvetlenül részt vesz benne és aki nem. Előnyök mindkét csoport számára jelentkeznek, de eltérő módon és eltérő intenzitással.

2.3 Oktatók

Az oktatók számára az idegen nyelvű képzésben való részvétel kétségtelenül nagy kihívás, ugyanakkor számos előnyt is kínál. Említhetjük elsősorban a közvetlen anyagi előnyt: az idegen nyelven való oktatásnak többnyire magasabb az órádjára, illetve amennyiben az oktató a kötelező óraszámában „számolja el” a teljesítményt, magasabb szorzót alkalmazhat. Az előnyök között azonban nem a közvetlen anyagi előny a legjelentősebb. Az idegen nyelvű képzésben való részvétel az oktató részéről magasabb teljesítményt, jobb minőséget, a megszokottól gyakran eltérő módszertant és még sok minden mást (lásd később) követel meg, amire fel kell készülnie. A felkészülés során az oktató személyes kompetenciái jelentős fejlődésen mennek át. Új módszertant tanul, bővül a látóköre, nyelvtudása minőségi fejlődésen megy keresztül, más kultúrákat ismer meg. Ezáltal az oktató nemzetközi szinten értékesíthető készségeket fejleszt ki, magasabb szintű oktatásra, magasabb minőségű szolgáltatásra válik képessé. Ez növeli a presztízsét, egyéni piaci értéke nő, s – végső soron – mindez anyagi előnyökre is váltható. Munkája során nemzetközi hallgatói csapattal dolgozik, ami sok érdekességet rejt magában, hiszen nemzetközi hallgatói csapattal érdekesebb és élvezetesebb dolgozni. Az oktató napi munkájának részévé válik a nemzetközi közegben való dolgozás, beleértve gyakoribb külföldi utazásokat is akár.

Milyen előnyöket élvezhet a képzésben részt nem vevő oktató? Az első, szinte „ölébe hulló”

előny az idegen nyelvű képzés által generált nemzetköziesedés. Az intézmény nemzetközi kapcsolatai minőségben és mennyiségben fejlődnek, a kapcsolatok és nemzetközi partnerek, a külföldi tapasztalatszerzés – pl. Erasmus-ösztöndíj – más oktatók számára is elérhető. A programban részt nem vevő oktató számára motivációt jelent, hogy bekerüljön az idegen nyelven oktató „elitbe”, s ez a fentebb leírt személyes fejlődést eredményezheti. Még ha nem is célja részt venni a programban, az idegen nyelvű képzésből átgűrűzik a tudás és szakértelem, ami a saját oktatási minőségét növeli. További előnyök az intézményi hatásokból fakadó hatások, mint pl. jobb hangulatú intézményben dolgozhat, nő az intézmény stabilitása, ami biztosabbá teszi a munkahelyét és a megélhetését.

2.4 Hallgatók

Az idegen nyelvű képzésben tanuló hallgatók – amennyiben a képzés valóban magas, a nemzetközi követelményeknek megfelelő szintű – nagyon sokat nyernek a képzésben való részvétellel. Ugyan az esetek döntő többségében – Magyarország esetében – Magyarországon akkreditált képzési programban vesznek részt, azaz tartalmát tekintve a képzés ugyanaz, mint amiben magyar nyelven tanuló társaik részt vesznek, valójában attól sok mindenben különbözik – még tartalmát tekintve is. „Papíron” sok minden egyezhet, a tantárgyak lehetnek ugyanazok, a tartalom fő vonalaiban egyező, azonban a tanítás és tanulás a tantermekben történik. A hallgatók ugyanazokból a tankönyvekből tanulnak, mint a hasonló nemzetközi képzésekben világszerte mindenki más; ezek a tankönyvek – szemben a hazai piacon kapható és az oktatásban használt, tankönyvnek valójában sokszor nem nevezhető szakkönyvekkel – módszertani és tanulási szempontból kiforrott könyvek, esettanulmányokkal, feladatokkal, tanulási támogatással. A nemzetközileg „akkreditált” könyvek tartalma is átszivárog a tantárgyakba, erősítve azok nemzetközi szinthez való igazodását. Amennyiben a képzés menedzserei

megfelelő szigorral vezetik a képzést, az oktatás módszertana készségközpontú, ami – szemben a tudástranszfer alapú oktatással – használhatóbb és versenyképesebb „tudást” ad.

Óriási előnyt jelent más hallgatókkal szemben az otthon kínált nemzetköziesedés lehetősége (*internationalisation at home*). A hallgatóknak nem kell külföldre menniük, hogy nemzetközi tapasztalatai legyenek, más kultúrákat, szokásokat ismerjen meg. Hallgatótársai között vannak belgák, spanyolok, kínaiak, oroszok és sok más nemzet tagjai. Megtanulják, hogy mennyire különbözőek lehetünk, mi emberek, s hogy mégis nagyon jól lehet dolgozni a különbségek ellenére – ezt azonban meg kell tapasztalni és gyakorolni kell. Erre egy idegen nyelvű képzésben való részvétel lehetőséget biztosít.

A hallgató idegen nyelven tanul mindent, s mivel ezt három évig teszi, nyelvtudása a „tantermi heti kétszeri” színtről természetessé, mindennapivá válik.

Milyen előnye származhat a képzésben részt nem vevő hallgatóknak? Az előnyök hasonlóak az oktatók által élvezhető előnyökhöz, és főképp az intézmény nemzetköziesedéséből fakadnak. Az oktatók személyes kompetenciáinak fejlődése megjelenik az oktatás minőségében, aminek előnyeit minden hallgató élvezi. Az intézményben tanuló nemzetközi hallgatók „rendelkezésre állnak”, lehet velük beszélgetni, programokon részt venni, el lehet menni velük bulizni. Az intézmény nemzetközi kapcsolatainak bővülésével bővül a nemzetközi ösztöndíjak és külföldi tanulási lehetőségek száma és köre, egyre több hallgató utazhat külföldre. Kialakulhat és nőhet az idegen nyelven bárki számára felvehető tárgyak száma, ami a nyelvi készségek fejlődését és más előnyöket is eredményezhet.

Ezekért az előnyökért azonban a hallgatóknak tenniük kell – bár elérhető közelségben vannak, értük kell nyúlni.

2.5 Adminisztráció (nem oktató dolgozók)

Sokan, sok intézményben úgy érzik – „mások” és maguk az adminisztratív dolgozók is – hogy az oktatásban közvetlenül részt nem vevő, adminisztratív vagy oktatást támogató munkát végző dolgozóknak semmilyen előnyük nem származik abból, hogy az intézmény idegen nyelven folytat képzést. Sőt, mivel a „szokásostól” eltérő ügyek, esetek és munkák jelennek meg a nemzetközi programok hatására (magyarul nem beszélő külföldiek jelennek meg a kollégiumban, vagy például a magyar adószabályoknak nem megfelelő, egy pakisztáni bevándorló által kiállított londoni taxiszámla) még „kényelmetlen” többletmunkát generál. Ez azonban nem így van; egy jól működő idegen nyelvű képzés előnyös az ő számukra is. A képzéshez kapcsolódó munkát végző dolgozók – pl. tanulmányi adminisztráció – hasonló előnyöket élveznek a maguk speciális területén, mint az oktatók. Ilyenek a nyelvi készségek fejlődése, a rendszerezettebb, racionálisabb munkaszervezés, a szervezeti kultúra fejlődése, külföldi tapasztalatszerzési lehetőségek (pl. Erasmus személyzeti mobilitás!). S akár részt vesz a programban a dolgozó, akár nem, a program hatására az intézmény stabilitása és anyagi pozíciója erősödik, így a kolléga munkahelyének és a jövődelmének biztonsága nő.

Valamennyi érdekelt számára van még egy nagyon fontos előny – vagy inkább kényszer? Ezt azonban gondolatmentünk végére tartogatjuk.

3. AZ IDEGEN NYELVŰ KÉPZÉS KIFEJLESZTÉSÉNEK ÉS MŰKÖDTETÉSÉNEK FELTÉTELEI

A fenti előnyök megszerzése érdekében az egyetem vagy főiskola meghozza a döntést: szeretne angol nyelvű képzést. A következő lépés így annak értelmezése, hogy mit kell tennie azért, hogy idegen nyelvű képzése legyen?

Kiindulásunk a következő „axióma”: minden felsőfokú intézmény kezdetben alkalmatlan idegen nyelven folyó képzésre.

Miért?

- A külföldi hallgatóknak más igényeik vannak
- Mások a szokásaik, más a kultúrájuk
- Az oktatás módszertanában is eltérőek a követelmények

Összességében az intézménynek mindenben jobbat kell nyújtani, mert nemzetközi porondra lép ki, nemzetközi versenyre számíthat, így nemzetközi szinten kell képesnek lennie csinálni mindent – és ez nem csak nyelvi kérdés!

Ezzel az angol egyetemeknek és főiskolásoknak is szembesülniük kellett – pedig náluk az angol nyelv nem is okozott gondot (a legtöbbjük jól tud angolul ☺). Az Egyesült Királyságban is drasztikusan csökkent a hallgatói létszám, a kiút a külföldi hallgatók fogadása volt. Az első próbálkozások azonban sok kudarccal jártak

Nézzük a feltételeket!

A legfontosabb, hogy az idegen nyelvű képzésben – amely ideálisan bevétellel járó képzés – az intézménynek mindenben a *legjavát* kell nyújtania: oktatásban, infrastruktúrában, hallgatói szolgáltatásokban, mindenben. Éppen ezért a programnak kiemelt figyelemben kell részesülnie, az intézmény „prémium” termékének kell lennie, s mindenből a legjobbat kell kapnia. Az idegen nyelvű képzés az intézmény „prémium” terméke, ami jelentős bevételt képes generálni. A külföldi hallgató fizető ügyfél, s nem „megtúrt” hallgatója az intézménynek. Ez azonban egyáltalán nem azt jelenti, hogy megveszi a diplomát, hanem azt, hogy az odáig vezető útját prémium szolgáltatásokkal segíti az intézmény, ami magában foglalja a prémium oktatást, prémium ügyfélszolgálatot, prémium tantermet, prémium lakhatást.

A feltételeket három kategóriába soroltuk:

1. Intézményi – szervezeti

2. Személyi

3. Infrastrukturális feltételek.

3.1. Intézményi – szervezeti feltételek

Az angol nyelvű képzés létrehozásának szerepelnie kell az intézményi stratégiai célok között, és ott is kiemelt pozícióval kell bírnia. Döntsön róla a vezetés és a szenátus. Nem elég meghozni a döntéseket, majd hátradólva várni az eredményeket. Nagyon alaposan végig kell gondolni a várt előnyöket, hogy az idegen nyelvű képzésnek milyen helye, szerepe van az intézmény hosszú távú stratégiai céljai között, milyen elvárások vannak a programmal szemben. Végig kell gondolnia a feltételeket, azok teljesítésének módját és költségeit. Tervezni kell, számolni kell, hatástanulmányt kell készíteni. Mivel sok az érintett, így sok munkatárs munkáján, de inkább hozzáállásán múlhat a bevezetés sikere. Ezért széleskörű konzultációt szükséges folytatni valamennyi érintettel és meggyőzni őket a program várható intézményi és személyes előnyeiről. Komolyan kell gondolni, *valóban* akarni kell, nem csak formálisan. Sok képzés bukott el a valós vezető támogatás és a szervezeti konzultáció hiányában.

A vezetésnek tudatosan kell megteremteni a feltételeket és az így létrehozott dolgokat működtetni kell. Tudatosan kell felkészülni, és – a kollégák megnyerése vagy az elkötelezettek kiválasztását követően – kötelező elemekkel. A felkészülésben, a belső képzésekben kötelezően részt kell venni. Az egyes feltételeket, elemeket mérhetővé kell tenni és mérni is kell. Egy *ténylegesen* működő ISO-rendszer nagyon sokat segíthet mindebben.

Éppen ezért, annak érdekében, hogy ezt képes legyen az intézmény elérni, az idegen nyelvű képzés *minden elemét önálló szervezeti egységbe kell szervezi*. Mit jelent ez?

Az oktatás menedzselésében, beleértve az oktatók kiválasztását a képzés vezetője dönt. Értelemszerűen saját érdeke, hogy egyeztessen a szakértő tanszékkal, de a döntést ő hozza meg. A jól működő nemzetközi képzési

programok döntő többsége esetében is így működik ez. Az önálló szervezeti egységbe kell szervezni a teljes hallgatói adminisztrációt, beleértve a tanulmányi adminisztrációt is.

Ha nem is teljes mértékben, de a képzéssel kapcsolatos marketingtevékenység egy részét is az önálló szervezeti egységre kell bízni, erre a célra biztosított forrásokkal, költségvetéssel. Időnként meg kell látogatni a partnereket, el kell menni hazai és nemzetközi vásárokra, költeni kell online marketingre. A szervezeti egység munkatársai ismerik a partnereket, az elvárásokat, a kultúrát – a képzés nemzetközi marketingje ugyanolyan mértékben különbözik a hazai piaci értékesítéstől, mint maga a képzés. Az intézmény marketingesei általában nem rendelkeznek a nemzetközi értékesítéshez szükséges speciális tudással.

S végezetül az önálló szervezeti egységnek rendelkeznie kell valamilyen szinten önálló gazdálkodási joggal. Ez nem azt jelenti, hogy pénzügyi szempontból független az intézmény egészétől, s azt sem, hogy profit centerként kell működnie. Fontos azonban, hogy legyen költségvetési kerete, amivel gazdálkodni tud. Ennek hiányában, amennyiben minden egyes kiadást, oktatói óradíjat, reprezentatív költséget (pl. külföldi partner vacsorameghívását) az intézményi döntéshozatali-bürokratikus rendszeren kell átfuttatnia, képtelen lesz a színvonalas, gyors reagálásra. Ez a részleges gazdasági önállóság természetesen kötelezettségekkel jár, mint pl. bevételi és kiadási terv, és a program profitjával sem ő gazdálkodik, hiszen – gazdasági szempontból – az idegen nyelvű képzés a felsőoktatási intézmény jövedelemszerző „vállalkozásainak” egyike.

Az idegen nyelvű képzés önálló szervezeti egységbe való szervezése sarkalatos pontja az a program működtetésének, aminek a jelentőségét és szükségességét sokan nem értik meg. Két érvet emelünk ki mellette:

1. Az intézmények döntő többsége úgy ahogy van, nem felel meg a nemzetközi

követelményeknek a szolgáltatások minősége tekintetében. Ha megfelelne, akkor az azt jelentené, hogy minden egyes oktatója, minden egyes középvezetője, minden egyes oktatásszervezője, minden egyes hallgatói ügyet kezelő ügyintézője, minden egyes terme és projektora megfelel. Nem felel meg.

2. Az angol nyelvű képzésnek sajátosságai vannak: ezeket az intézmény polgárai nem ismerik – honnan is ismernék?. Az intézmény minden szolgáltatásával a hazai hallgatók igényeihez igazodik. Ez normális. A nemzetközi hallgatónak azonban mások az igényeik. Kell tehát egy erre szakosodott, szakértő szervezet, ami ezt a prémium terméket menedzseli.

Ennek érzékeltetésére vegyünk egy mezőgazdasági példát. Magyarországon sokféle, hazai termesztésű alma kapható. Ezek olyan almák, amelyek a hazai piacon eladhatók, és amelyek a hazai igényeket elégitik ki. Alma tekintetében a magyar piac közepesen igényes; eladható a kevésbé piros (vagy más karakteres színű), kicsit ütődött, nem annyira zamatos, belül is kicsit puha alma. A magyar vevő árérzékeny, s az alacsony ár gyakran fontosabb, mint a kiváló minőség. A tömegek inkább megveszik a kevésbé zamatos hazai jonatánt kétszáz forintért mint a ropogós, sötétvörös, ropogós olasz Modit kilencszázért. A termelők a hazai piacon ilyen almákat termelnek, mert a hazai piacnak ez megfelelő, nem követelte meg vagy nem fizeti meg a jobb minőséget – aminek az előállítása is nehezebb és drágább.

Külföldön, a nemzetközi piacon azonban az ilyen alma nem eladható. A nemzetközi verseny nagy, kiélezett, nagyon sok termelő akarja eladni az almáit más országokban. A kínálat nagy, csak a kiváló minőségű, nagy, ropogós, zamatos, mosolygós alma adható el. Éppen ezért minden ország a prémium almáit viszi a nemzetközi piacra – Magyarország is – mert ami nem prémium, a nemzetközi piacon nem eladható. Ugyanez igaz a felsőoktatásra is. Az intézmények a hazai piacon olyan képzéseket

fejlesztettek ki és adnak el, amelyek a hazai piacnak „elég volt”. Most azonban a nemzetközi piacon akarják értékesíteni a képzésüket, tehát prémium almát kell termelniük. Ez azonban csak akkor megy, ha az kiemelt projektté válik. Hirtelen nem lehet minden almafát lecserélni, s az új fák telepítését szakértő kertészcsapatra kell bízni!

3.2. Személyi feltételek

S most nézzük a személyi feltételeket. Az oktatás szolgáltatás, s mint olyan, a siker kulcsa az emberi erőforrásokban rejlik. Ez vonatkozik mind az oktatókra, mind a képzéshez kapcsolódó adminisztratív dolgozókra. A megfelelő nyelvtudás alapvető, de önmagában nem elégséges feltétel. *Mit kell még tudni?*

Mind tanárnak, mind ügyintézőnek ismernie kell és el kell fogadnia a külföldi hallgatók sajátjától eltérő szokásait és kultúráját. Nyitottnak és befogadónak kell lennie, s tudnia kell megfelelően kezelnie az eltérő kultúrához kapcsolódó konfliktusokat is. Ez nem könnyű. Nézzünk erre egy példát. Egy hazai kis főiskola oktatói és adminisztratív dolgozói nemigen tudták helyesen kezelni eddigi két fekete afrikai hallgatójuk időnként mutatott viselkedését. A két hallgató – egy nő és egy férfi – ha problémájuk volt, igen nagy hanggal, gyakran ajtókat és asztalokat csapkodva próbáltak vélt igazuknak érvényt szerezni. A férfi hallgató ráadásul igen agresszív is volt, főképp nőkkel szemben, akik féltek is tőle. Ellenben egy magasabb rangú, férfi kollégával szemben igen tisztelettudóan viselkedtek mindketten. Mindkettő a kultúrájukból származik. Egy másik példa: nem ritka, hogy mexikói hallgatóknak az adott héten a harmadik nagymamájuk halt meg, ha épp meg kellett magyarázniuk, miért nem voltak órán vagy miért nem adták be időben a háziadolgozatukat.

Fontos tehát a tudatos, formális és kötelező képzés. A képzés terjedjen ki a nyelvre, az interkulturális kommunikációra – de konkrétan bizonyos kultúrára vagy kultúrákra, ha egy bizonyos kultúrkörből sok hallgató várható. A

felkészítés során nagy hangsúlyt kell fektetni hallgatóközpontú oktatásra és ügyintézésre; a nemzetközi hallgató sok pénzt fizető ügyfél, elvárja, hogy ennek megfelelő szolgáltatásokban részesüljön, különféle ügyeit hatékonyan és gyorsan segítsenek neki intézni.

A felkészülés során azonban a legfontosabb az oktatás-módszertani képzés. *És ami különösen fontos:* Nemzetközi szinten a Magyarországon még mindig domináns „preaching” típusú, kiállok és hirdetem az igét, „a hallgató meg hallgasson, azért *hallgató*” jellegű oktatás és szemlélet nem eladható. Nemzetközi programokban az angolszász típusú, hallgató- s készségfejlesztés-centrikus oktatás az elvárt, az az etalon. Az oktatók többsége nem így oktat, nem is így szocializálódott sem mint hallgató, sem mint oktató. Még ha igyekszik, törekszik is másképp átadni tárgyának ismereteit és készségeit, nehezen megy – nehéz önállóan hatékony módszertant kifejleszteni. Erre fel kell készíteni. Fel kell készíteni, hogyan vonja be a hallgatókat, hogy a hallgatók „csináláson” keresztül tanuljanak, meg kell mutatni, hogyan kell esettanulmányokkal dolgozni, nemzetközi példákat hozni, stb. stb. Ez kötelező elem.

3.3. Infrastrukturális feltételek

Nem elhanyagolhatók az infrastrukturális feltételek. Több intézménynél elszörnyedve tapasztaltuk, hogy kisszámú nemzetközi hallgatói csoportokat – maradék-elven – kis, sötét, lerobbant teremben helyeztek el, oktatásra-tanulásra alapvetően alkalmatlan körülmények közé. Ez nem megengedhető; az infrastrukturális feltételeknek is a legkiválóbbaknak kell lenniük. Prémium kézésnek nemcsak prémium oktatás, prémium szolgáltatás hanem prémium infrastruktúra is „jár”. Az intézménynek a legjobb termeti, legjobb kollégiumi szobáit, stb. kell a nemzetközi program rendelkezésére állítania. A piac ezt igényli – ha ezt nem kapja meg, a barátja, testvére már nem hozzáánk, hanem máshová megy tanulni. Ha az infrastruktúra nem képes kielégíteni ezeket az igényeket, akkor bizony fejleszteni kell.

Az általános rendezőelv mellett, hogy az intézmény a legjobbat biztosítsa a prémium termékének, itt is vannak kötelező elemek. A termeknek igazodniuk kell az oktatás módszertanához. A példa kedvéért a szemináriumi termék ne kisiskolásan legyenek berendezve, sorba rendezett padokkal, székekkel, ahol a tanár áll a táblánál és hirdeti az ígét, s esélye sincs közel menni akár a második sorban ülő hallgatóhoz. A terem U-alakú elrendezése sokkal barátságosabb, mindenki lát mindenkit, az oktató a hallgatók közé mehet és a hallgatók között lehet. Szokatlan, de a csoportmunkát sokkal jobban támogató az olyan berendezés, ahol a padok kis csoportokban helyezkednek el, négy-hatfős csoportok tudnak egymás felé fordulva dolgozni. Sőt, még jobb, ha padok sincsenek – írni praktikus, de falat emelnek – csak felhajtható asztallal rendelkező székek. A terem így bármikor könnyen átrendezhető akármilyen formába, és amennyiben írni kell, a kis asztal gyorsan előteremthető. A szemináriumi munkának amúgy sem az írás, hanem a közös munka a lényege – ezt segítse terem berendezése. Mexikóban láttunk olyan termet, ahol a hallgatók kis lehajtható asztalos, guruló székeken ültek. Ez lehetővé tette, hogy pillanatok alatt bármilyen csoportos munkára alkalmas módon rendeződjenek át.

A termekben legyen *valóban* korszerű multimédiás oktatástechnika, s minden teremben WIFI, hiszen óra közben is kell a hallgatóknak információt keresniük. Az oktatást segítse valamilyen elektronikus oktatástámogatási rendszer, pl. Moodle, s a Neptun vagy más tanulmányi adminisztrációs szoftver teljes funkcióskálája álljon rendelkezésre a képzés nyelvén, legyenek közösségi terek és még sok-sok minden más.

4. AZ IDEGEN NYELVŰ KÉPZÉS BEVEZETÉSÉNEK EREDMÉNYEI

Tudomásul kell venni, hogy az idegen nyelvű képzés létrehozása befektetés, ráadásul olyan befektetés, ami nem azonnal hozza zsákszámmra

a pénzt. Vannak rövid távú eredményei, de az eredmények többsége csak később jelentkezik.

4.1 Rövid távú eredmények

Szinte azonnali rövid távú eredmény a szisztematikuság. Ahogy azt korábban láttuk, a felkészülésnek módszeresnek, szisztematikusnak kell lennie. Ez egy más munkamódszert követel meg, ami azonnal konvertálható más területekre. A felkészülés során minőségi javulás jön létre – pl. az oktatás módszertanában – amit az érintett kollégák gyorsan hasznosítanak a napi tanításaikban. Egymással egyébként keveset érintkező kollégák közösen dolgoznak egy célért, ami javítja az intézményi összetartást, kommunikációt, javul az intézményi morál és a munkahelyi légkör.

Az idegen nyelvű képzés megindítása lehetővé teszi külföldi oktatók meghívását, megjelennek cserehallgatók, vagy ha voltak korábban, a számuk nő. Egyre több oktató tart fenn rendszeres munkakapcsolatot külföldi kollégával, egyre többen és többen utaznak külföldre és szereznek nemzetközi tapasztalatot.

4.2 Hosszú távú eredmények

Később az eredmények kezdenek beérni. Nagyobb számú külföldi hallgató tanul az intézményben, a számuk az összhallgatói létszámban jelentőssé válik, köztük egyre több a fizetős és nem cserehallgató. Az intézmény szerves része lesz a nemzetközi felsőoktatási térnek, integrálódik oktatásban, kutatásban és mindenféle kapcsolódó tevékenységben (pl. konferenciák, hallgatói intenzív programok). A nemzetközi képzésben tanultak átgűrűznek az intézmény egészébe, ezáltal egy általános minőségjavulás következik be. Megváltoznak a szervezeti értékek, erősen javul a munkahelyi atmoszférája. Az intézmény nemzetközi akkreditációt is elnyerhet, ami a presztízsét és a hallgatóvonzó képességét növeli.

És mindezek mellett, úgy *mellesleg* kialakul egy stabil bevételi forrás.

5. KÖVETKEZTETÉSEK ÉS ZÁRÓ-GONDOLATOK

Ezek a fenti érvek fontos érvek, fontos eredmények, fontos értékek, s érdemes is értük küzdeni. Azonban – ha reáisan gondolkodunk és őszintén beszélünk – nem ezek a legfontosabbak. Hogy mire gondolunk? Gondoljuk végig a következőket!

1. Az elmúlt évek tendenciái világosan megmutatták, hogy a magyar felsőoktatás kapacitásai lényegesen nagyobbak a jelenlegi igényeknél. A demográfiai trendek ismeretében állíthatjuk, hogy ez az arány a jövőben romlani fog: az eskimók száma nem változik, de sokkal kevesebb lesz a foka.
2. Az elmúlt évek azt is világosan megmutatták, hogy a felsőoktatásba jelentkezők többsége Budapesten szeretne tanulni. Ha mégsem, akkor a nagy egyetemi centrumok valamelyikében. A kis vidéki főiskolák keresettségé csökken.
3. Az állam finanszírozási hajlandósága csökken, az önálló bevételek szerepe ezért nő. Az üzleti képzésben tanuló hallgatók nagyobbik része saját maga kénytelen finanszírozni a tanulmányait.
4. A felsőoktatásba való belépés feltételei évről évre szigorodnak – nőnek a minimum pontszámok, és a nyelvvizsga belépési feltétel lesz.
5. A kis vidéki főiskolák tipikus beiskolázási köre így egyre szűkül. A hagyományos jelentkezők létszáma demográfiai okok miatt fogy, kevésbé jó képességűek, így egyre kevésbé képesek teljesíteni a belépési feltételeket, és a magasabb költségeket sem tudják megfizetni. A hagyományos beiskolázási kör nem képes fenntartani és finanszírozni ezeknek az intézményeknek a működését, így biztosítani fennmaradásukat.
6. Tehát: új piac után kell nézniük.

A kis vidéki főiskolák nehezen képesek új piaci szegmensbe belépni. A BA szakok bővítését az

állam nem támogatja, mesterképzési szándékaikat sem, és ahhoz többnyire amúgy sem rendelkezik megfelelő emberi erőforrásokkal. Különbféle OKJ-s tanfolyamok indításához a főiskolának magas a költségszintje, és – a felsőoktatási szakképzéssel együtt – lefelé pozicionálja az intézményt.

Az intézménynek nyitnia kell új piacok felé. Át kell „kódolnia” a gondolkodásmódját, és mint minden olyan gazdálkodó szervezet esetében, amelynek hazai piaci szűkülnek, külső piacokra kell lépnie. A magyar piac nagyon kicsi és szűkülő, nem lehet belőle megélni. Egy felsőoktatási intézmény ma Magyarországon csak akkor tud hosszabb távon fennmaradni, ha – mint a sikeres vállalatok döntő többsége – integrálódik saját szektora nemzetközi rendszerébe, és beiskolázási körét a határon túlra is kiterjeszti.

Amennyiben erre képessé válik, az annak a jele, hogy a nemzetközi versenyben is megállja a helyét, képes ellensúlyozni a hazai piaci szűkülését, és – kapacitásai erejéig – növelni tudja hallgatóinak létszámát. Ezzel stabilitása nő, az állami forrásoktól való erős függése csökken, s képes biztosítani fennmaradását. Az ilyen stabil, a nemzetközi közösségbe beágyazódott intézmény támasza környezete vállalatainak a nemzetközi piaci sikerük irányába, az ilyen intézmény környezete gyermekeit nemzetközi szinten eladható szaktudással vértézi fel, dolgozóinak pedig szakmai sikereket és biztos megélhetést képes biztosítani.

Kérdés, hogy egy intézmény meg tudja-e tenni az első nagy lépést ebbe az irányba, s sikerrel véghez tudja-e vinni? Ez – főképp egy kis vidéki főiskola számára – nem könnyű feladat. Ilyen esetben egy nagyobb, nemzetközi szinten tapasztaltabb másik intézmény segítsége, partnersége is nagyon sokat segíthet.

Barta Árpád

Hitelpapírok Magyarországon. Áttekintés

Árpád Barta: Credit papers in Hungary. An overview

Summary

The study focuses on the credit paper market's revival and its development after the change in the political system. The bond appeared as early as the beginning of the 80s in the years of socialism. Its basic mission was to rearrange the household savings, making them available for the corporate and municipal sphere. These investments were basically risk-free. The change in the political system reshaped this market fundamentally. The government papers became dominant and, in addition to bonds, treasury bills entered the market. Its main function, even today, is to finance the budget and pay the instalments and interests in relation with the already accumulated debts. In 2010 perhaps a new age started: two corporate bonds entered the market. Both of the two corporations have realised another issue since then and they seem to have followers as well. The economic slowdown and the low rate of bank crediting may help to boost this market.

Key words: bond, treasury bill, government debt, reference yield, risk.

ÖSSZEFOGLALÓ

A tanulmány első részében áttekinti a hitelpapírok legfontosabb jellemzőit, vázol konkrét termékeket. A második rész a hitelpapír piac hazai történetét mutatja be a rendszerváltástól. A múlt két szakaszra bontható. Az első közvetlenül a rendszerváltás előtt és után a piac újra alakulását jelenti, megjelennek a belföldi piacon a vállalati, önkormányzati, pénzügyi piaci papírok és külföldön az állampapírok. A 90-es évek közepétől az állampapírok dominanciája lesz a jellemző, a vállalati papírok piaca visszafejlődik, ez a múlt második szakasza. A jelen ambivalens. Jelek mutatkoztak a vállalati hitelpapír piac feltámadásáról, ezt a dolgot a MOL és az E-STAR kötvény kibocsátásán keresztül mutatja be. Az eredmény felemás Mol siker E-STAR „bukás”. A jövő a magyar gazdaság jellemzői, az aktuális pénzügyi és monetáris politika következtében a vállalati hitelpapír megjelenése esetileg válik, a piacra újabb „Csipkerózsika” álom vár. Kulcsszavak: hitel, államadósság, értékpapír, kötvény, kincstárjegy.

A vállalati fejlesztés, beruházás finanszírozásának egyik, de nem fő eleme a hitelpapír. (A kontinentális Európában egy vállalatnak előbb jut eszébe, ha forrásra van szüksége, a bank, mint az értékpapír.) A tanulmány célja ennek a hitelpapírnak hazai bemutatása, összekötve mintegy környezeti elemként a hitelpapírokat ugyancsak alkalmazó más szereplők (állam, önkormányzat, pénzügyi intézmények) jellemzőivel.

A pénzügyi piac alapvető feladata a megtakarítások összegyűjtése és átalakítása beruházási keresletté. Ez történhet közvetve, bank közbeiktatódásával és történhet közvetlen, például értékpapír ügyletként. A két leggyakoribb értékpapír a részvény és a kötvény. A dolgot, hitelpapíron az általánosan ismert, gyűjtőnéven kötvénynek nevezett értékpapírt érti. Hazai példák alapján, íme, a legfontosabb jellemzők:

- A kötvény lehet materializálódott, azaz a jogot egy szigorú alaki kellékű papír testesíti meg (kincstári takarékjegy) vagy dematerializálódott, azaz számlakövetelés.(kamatozó kincstárjegy),

- A futamidő lehet kevesebb, mint egy év (kincstárjegy), illetve egy évnél hosszabb (kötvény).
- A papapír, lehet formailag nem kamatozó (diszkontkincstárjegy) és kamatozó (kötvény).
- A kamatozó papírok lehetnek:
 - kamatos kamatozásúak,
 - törleszthetnek a futamidő végén, de kamatot fizetnek a futamidő alatt,
 - lehetnek futamidő alatt törlesztő és kamatot fizető konstrukciók.
- A kötvény lehet szelvénytőlküli –zérókupon kötvény (diszkontkincstárjegy, kamatos kamatozású kötvény) és szelvényes (kamatozó kincstárjegy),
- A papír kibocsátója lehet:
 - a vállalat (kötvény),
 - az állam (kincstárjegy évnél nem hosszabb, kötvény évnél hosszabb futamidővel, illetve egy vagy két éves kincstári takarékgéj,
 - Pénzüntézet (kamatozó és diszkont kötvény)
 - Önkormányzat (kötvény).
- A kötvény lehet forint vagy deviza alapú.

1.ÚJJÁSZÜLETÉS

A hitelpapírok újkori története még a szocializmusban, a 80-as évek elején kezdődött. Ekkor tettek kísérletet arra, hogy a kötvények kibocsátásával teremtsenek új lehetőséget a forrásbevonási módszerek területén. Eleinte csak a vállalatoknak volt erre lehetősége zárt körben, majd az önkormányzatoknak is, s ettől kezdve a lakosság is beletartozott a megcélzott vevői körbe. A lakosság megtakarításával tehát finanszírozhatta az önkormányzatot és a vállalati szférát is. A terjedést nagyban segítette, hogy egyrészt a visszafizetésekre állami garancia volt, másrészt a kedvező hozamlehetőség. A takarékbetétek 2-6 %-os hozama helyett itt 10-11 % volt a kamat. Volt olyan konstrukció is, hogy a kamat nem volt magas, de a vevőnek valamilyen többszolgáltatást nyújtott, mint például a telefonkötvény.

A befektetők számára teljesen érdektelen volt a kibocsátó személye és nem kellett hosszadalmasabb elemzéseket készíteni arról, hogy vajon az adós képes lesz-e a kamatokat, vagy a törlesztő részeket fizetni. A főbb jellemzőket az 1. táblázat mutatja be.

Kibocsátás éve	Tanács	Pénzüntézet	Vállalat	Összesen
1983.	2,8	6,1	91,1	100,0
1984.	1,4	-	98,6	100,0
1985.	3,6	23,8	72,6	100,0
1986.	8,3	10,4	81,3	100,0
1987.	11,0	54,3	34,7	100,0

1. táblázat

Magyarországi kötvénykibocsátók
(1983- 1987)

[Losonczy Cs.- Magyar G. Pénzügyek a gazdaságban,
Budapest, 1995. Juvent, 158. oldal.]

1987-ben a 142 kötvény kibocsátásból 121 volt a lakossági, ez 12,7 milliárd forint volt, a lejegyezhető összeg 73,4 %.

Az állam is jelen van a kötvény piacon, de csak a nemzetközi pénzügyi piacon bocsát ki kötvényeket, ami nem befolyásolja a belföldi folyamatokat.

A 80-as évek végén már lecsengeni látszik a fellendülés:

- egyre nagyobb lesz a kínálat a kötvénypiacon,
- az infláció emelkedése nem kedvez a fix kamatú papíroknak,
- újabb termékek jelennek meg a pénzügyi piacon, például a részvény.

A 90-es évek rendszerváltása ezt a folyamatot megerősíti:

- még nagyobb lett az infláció mértéke, meghaladta a 30 %-ot,
- vállalatok egyszerűen megszűntek, vagy privatizációra kerültek és az új tulajdonosoknak más volt a finanszírozási stratégiája,
- beindul a tőzsde,
- az állam megjelenik a belföldi piacon és magas hozam ajánlataival, a relatíve

legkisebb hazai kockázattal elszívja a forrásokat a vállalati szféra elől.
91-93 között már csak 22 kötvénykibocsátásra kerül sor, ebből 5 önkormányzati és 17 vállalati, a kamat mindenütt több mint 20 %, de volt 30 feletti is.

2. AZ ÁLLAMPAPÍR PIAC TÉRNYERÉSE

1994-ben már nem jutottak szerephez a kereskedelmi kötvények, hiszen a kockázatmentes államkötvények vásárlásával elérhető hozam igen magas. A költségek megnövekedtek, így csak azok a cégek tudtak megjelenni a piacon, melyeknek folyamatosan nagyobb összegre volt szüksége a piacról. A kisebb cégek a bankokhoz fordultak kölcsönért, a leányvállalatok finanszírozási problémái pedig az anyavállalat kezébe került. A költségvetés finanszírozási igénye miatt a helyzet rögzült.

1994-től végül is a vállalati papírok kifutnak a piacon és nincs újabb kibocsátás, csak az önkormányzatok, az állam bocsát ki kötvényt és néha a pénzügyi intézetek. Megjelennek a kincstárjegyek diszkont, illetve kamatozó formában.

Ebben az időszakban kialakulnak és rögzülnek az állampapír piac működési keretei, mechanizmusai. (Állam Kincstár, Államadósság Kezelő Központ)

Az állampapír kibocsátás fő célját és feladatait az alábbiakban lehet összefoglalni:

- a költségvetési hiány finanszírozása (a hiányt a Magyar Nemzeti Bank közvetlenül hitellel nem finanszírozhatja!)
- a kibocsátásokkal, visszavásárlásokkal a pénzügyi piac szabályozása (monetáris politika)
- az állampapír hozamai, a referencia hozamok, alapjai lesznek a befektetések hozam-kockázat elemzésének. A belföldi befektető hozam-kockázat elemzésének alapja az alábbi összefüggés:

Elvárt hozam = referenciahozam + kockázati prémium.

A külföldi pénzügyi befektető számáram ez az összefüggés a Fischer egyenlet

($i_h = r_h + \pi$) alapján valamint figyelembe véve, hogy Magyarország kis nyitott gazdaság

($r_h = r_n + \rho$), így írható fel:

$$i_h = i_n + \rho + (\pi_h - \pi_n)$$

(i_h a nominális, i_n a reálkamatláb, π az infláció, ρ a kamatprémium, h a hazai és „n” a nemzetközi vagy regionális jellemző.)

- az állampapír piac a külföldi befektetők révén a forint árfolyamára is áttételesen hatással van, (befektetéskor a gyenge hozam, fizetéskor és felszámoláskor az erős forint a kedvező; időnként érvényesül a kamatparitás elve is!)

Az állampapírok kibocsátása önálló stratégiával rendelkezik, melynek fő kérdései:

- költségvetés finanszírozási igénye alapján, az állampapír adósság tömege, illetve annak változása (nö, csökken)
- az adósság - tömeg összetétele (hazai és külföldi)
- a külföldi adósság deviza szerkezete
- a különböző adósságok hátralévő átlagos futamideje
- az aktuális törlesztések és kamatfizetések nagysága, devizája

Az előbbieket szemléltetésére néhány aktuális jellemzőt mutatnék be:

Év	régi	új
2010	81,8	80,8
2011	82,2	81,0
2012	79,9	78,5
2013	79,4	77,3

2. táblázat

Az államadósság alakulása a GDP %-ban
[HVG, 2014. október 4. (Átszámolt hazai össztermék, az ESA 2010 kódnevű új elszámolási rendszer alapján)]

Megnevezés	%-ban
Forint kincstárjegy	18
Forint hitel	3
Forint kötvény	40
Deviza állampapír	27
Deviza hitel	12

3. táblázat

Az államadósság finanszírozási szerkezete,
2014. 09. 30

[Államadósság Kezelő Központ]

Futamidő	2011.év	2014.év
3 hónap	5,73	1,52
6 hónap	5,73	1,50
1 év	5,70	1,75
3 év	6,28	3,22
5 év	7,03	3,56
10 év	7,33	4,46
15 év	7,33	4,74

4. táblázat

Állampapírok referencia hozamai
Magyarországon 2011 és 2014 szeptemberében
(kamatláb %-ban)
[Erste Bankelemzés]

A táblázatok igazolják, hogy a közelmúltban az államadósság a legnagyobb jóindulattal is stagnál és magas szintű, 82 %-a finanszírozódik hitelpapírral. A referencia hozamok szemléltetik a kamatláb csökkenését, ami elvileg teher csökkenést jelez, de rontja ezt a képet, hogy főleg deviza alapú értékpapír kibocsátásoknál ez mégis kamatfelárat jelent. CDS felárak 2014.szeptember1-én a magyar 165,20 mellett, a cseh csak 46,95 , a lengyel 63,09, de a román is csak 135,85 (Reuters)

10 éves kötvények hozama a magyar 4,46 %-kal szemben, az USA-ban 2,34 %, Németországban 0,88 %, Olaszországban 2,42%.

Ha a befektetők a kockázattal nem tartották arányosnak a hozamot, előfordultak zavarok az aukciókban, vagy részben sikerült csak eladni a kívánt mennyiséget, vagy teljesen sikertelen volt. Pl. 2011. szeptember-október, 2014. október.

Összességében megerősítette Magyarország "BB/B" szintű adósszétályzatait szeptemberben a Standard & Poor's, az eddigi stabil kilátással.

3. MOL ÉS AZ E-STAR

2010-től úgy tűnt, hogy új szakasz kezdődött el a hitelpapír piacok történetében 2010 őszén, ugyanis megjelent a piacon két vállalati kötvény. A MOL, Magyarország legnagyobb vállalata és egy viszonylag új, középvállalat a Regionális Fejlesztési, Beruházó, Termelő és Szolgáltató Nyilvános-részvénytársaság / RFV/, bocsátott ki kötvényt.

A kibocsátások érdekessége, hogy a MOL sajáttőkéje akkor 1974,5 milliárd forint volt, míg az RFV-é 2,57 milliárd,41 %-os eladósodottsági mutatóval, ami 74% lett a kibocsátás után (Netfilio.hu 2011.03.07).

Mind két vállalat kibocsátásának sikerét jelzi, hogy 2011 tavaszán, mindkettő újabb kötvényt bocsátott ki, közel hasonló feltételekkel.

A Mol első kibocsátása a tervezett 2 milliárd forint helyett több mint 5 milliárd lett. Ennek futamideje 18 hónap, fix kamata pedig 6 %. Az új papírnál ez 7 %, a futamidő pedig 3 év. A hozamok jól jelzik, hogy ez a kibocsátás nagyjából az állampapírok hozamát adja, azaz inkább annak versenytársa, mint a hitelpiacnak. A kibocsátási összeg és a vállalati mérleg adatok összevetése jelzi, hogy ez a forrás elenyésző eleme a vállalati forrásoknak így visszafizetési kockázata valójában kicsi.

A MOL a térség ismert vállalata, szemben a második kibocsátóval az RFV-vel, ez a közepes méretű vállalat is, amelynek profilja a fűtőkorszerűsítés, szintén multi, mert tevékenységének zöme Romániában zajlik.

Az első kibocsátás 3,5 év futamidejű és 10,44 %-os fix kamatot ígért, de az árfolyam névérték alá süllyedése miatt ez valójában 14,5 %. A kibocsátási értéke 2,5 milliárd forint. (Hasonló feltételekkel itt is beindult a következő kibocsátás!) Látható, hogy ez a forrás a cég saját tőkéjének több mint fele. A MOL-énál magasabb kamat jelzi a kockázati többletet, amit úgy tűnik a piac „vállalható kockázat”-ként értékelt.

A magasabb kamat valójában a kibocsátó szemszögéből is elfogadható, mivel jelenleg a nagyvállalati hitelek esetében átlagosan 1-2 százalékpontos, míg a kis-közép vállalati szférában 4-8 százalékos a kockázati felár, ami forintbitelek esetében 7-8, illetve 10-12 százalékos átlagos kamatterhet jelent.

Az RFV,2011 őszén - új nevén: E-Start Alternatív Energiaszolgáltató – ismét kibocsátott két kötvényt. A két új kötvény hozama 9 % körüli, amely jelzi a cég kockázati besorolásának javulását. A cég idei első félévi, 2 milliárd forint körüli nyeresége négyszer nagyobb az egy évvel

korábbanál, aminek eredményeként a saját tőkéje mintegy két és félszeresére nőtt.

A lengyel EETEK energetikai csoport megvásárlásától további félmilliárdos nyereségnövekedést vártak az elemzők.

Már megjelent az első követő is, a Business Telecom Távközlési Zártkörű részvénytársaság is értékesített kötvényeket, s ugyan erre készül a BÉT-en jegyzett Nordtelekom Távközlési Szolgáltató Nyilvános részvénytársaság és az Alteo Energiaszolgáltató Nyrt.

Esetünkben éppen a válság lett a segítség. A válság ugyanis a bankok hitel kínálatát beszűkítette, ezért azok a gazdálkodó szervezetek, amelyeknek volt értelme beruházni, mert volt megrendelésük. új forrás után kellett nézniük.

4. A JELEN ÉS A JÖVŐ

- A Központi Költségvetés adóssága 2014.09.30-án 24 472,5 Mrd forint (ÁKK adat)
- A kormány stratégiai célként kezeli, hogy az állampapírok kibocsátásakor a lakossági vásárlások növekedjenek. Azaz a hazai megtakarítások, ami amúgy is kevés – döntő mértékben az államot finanszírozzák. Az állam tehát forrást von el a reálszféra elől.
- A MOL papír helyzete, alapvetően korrelációban van az állampapírok helyzetével. A piac eddigi is ezután pedig még inkább azonosan értékeli azokkal. A MOL fő tulajdonosa a Magyar állam lett! A tőzsdére bevezetett részvények 24,6 %-át birtokolja.(A papír 2014 áprilisában kifutott.)

- Az E-Star helyzete a jellemzőbb. Az amúgy is alacsony sajáttőkével rendelkező vállalat helyzete a piaci recesszió miatt ingataggá vált. Bár a saját tőkéje 11,1 %-kal nőtt, de a kötelezettségei megduplázódtak. A 2011.évet a cég veszteséggel zárta részvényeinek árfolyama a 2011.09.19-i 7000 forintról, 2012.09.12-re 471 forintra csökkent. Az esedékes kötvénykamat fizetés és törlesztés kétségessé vált. Az E-Star kereskedését felfüggesztették, átmenetileg a csődvédelem alá menekült.
- A BÉT hitelpapír szekciójában a hitelpapírok száma jelenleg 100 feletti. A kibocsátókból négy a nem pénzügyi vállalatok száma, papírjaik között az E-Star papír (Megváltoztatta nevét az E-Star Alternatív Energiaszolgáltató Nyrt., a társaság új elnevezése: ENEFI Energiahatékonysági Nyrt) is. A banki kamatozó és diszkontkincstárjegyek kibocsátói a CIB, az FHD jelzáló, az MKB, a Diákhitel Központ, az Erste bank és az OTP.
- A jövőben is, úgy, ahogy napjainkban is a vállalatok fő fejlesztési forrása az EU-s pályázati pénz. Ennek önrésze alapvetően banki hitel, illetve az MNB növekedési hitel programja biztosítja, ami más fejlesztéseket is tud finanszírozni. Mindezek nem sarkalják a vállalatokat más finanszírozási csatornák keresésére.
- A vállalat kötvény kibocsátáskor versenytára az államnak és a banknak, de míg a kötvénykibocsátás nyílt színpadon zajlik, addig például a bankhitel üzleti titok.

A kötvény kibocsátás továbbra is esetleges. „Csipkerózsika, ha nem is szenderült vissza az állomba, de ezen a területen igen csak ásiszik.”

FELHASZNÁLT IRODALOM:

- [1.] Barta Árpád (2007): Az „Euro rendszer” és Magyarország monetáris politikájának néhány kérdése, Kitekintés, Tudományos és Kulturális folyóirat XI. évfolyam 12. szám, Békéscsaba - Arad- Banská Bystrica
- [2.] Csabai Károly (2011): Papírmagjuk, HVG 2011.október 29.
- [3.] HVG 2009.október 24, 2011.október 8, 2012.szeptember 22., 2012.október 6. és 2014.október 4. i szám. Pénz és tőkepiacok

- [4.] Horváth Balázs (2010): Élénkül a hazai kötvénypiac, Napi Gazdaság, 2010.09.28.
- [5.] Horváth Balázs (2010): Hitel híján, Népszabadság 2011.10.1
- [6.] Jaksity György (2004): A pénz természete, Alinea Kiadó Budapest
- [7.] Kohn, Meir (2007): Bank- és Pénzügyek, Pénzügyi piacok, Osiris Kiadó Budapest
- [8.] Losonczy Csaba – Magyar Gábor (1995): Pénzügyek a gazdaságban, Juvent Kiadó Budapest,
- [9.] Magyar Gábor (2007): Pénzügyi navigátor, Budapest
- [10.] E-Star Alternatív Energiaszolgáltató Nyrt. éves beszámolója 2011. december 31.

Gáspár Andrea

A személyi jövedelemadó rendszerének alakulása Magyarországon (1988-2014)

Andrea Gáspár: Changes in the personal income tax system in Hungary (1988-2014)

Abstract

Since its introduction, the Hungarian income tax system has been going through a continuous restructuring process. In my analysis I examine the main changes which have occurred in the Hungarian personal income tax system from the 1990s to the present day. I have also made a short international detour regarding the flat tax system as it seems that global trends also favor simplification. Flat-rate tax might interfere with the tax principle of equity, but it can ease verifiability and the declaration of income for tax return and might help to decrease tax administration costs and tax evasion. The most successful reforms which resulted in the improvement of tax morale, transparency and increased tax receipts were the ones which involved the reduction of benefits and exemptions. I have examined how the annual changes in the personal income tax system will affect the tax burden of private entities.

Keywords: PIT, tax breaks, tax rates, tax

ÖSSZEFOGLALÓ

A magyar adórendszer mindenkit érintő része - a személyi jövedelemadó - folyamatos átalakításon esett át a bevezetése óta. Elemzésemben a direkt adó csoportjába sorolt adónemben bekövetkezett főbb változásokat vizsgáltam a kilencvenes évektől napjainkig. A 2011. évben bevezetett egykulcsos adórendszerrel kapcsolatban kis kitérőt tettem nemzetközi téren, hiszen a nemzetközi trendek az egyszerűsítés felé mutatnak. Az egykulcsos adó sértheti ugyan az igazságosságot, mint adózási elvet, de megkönnyítheti az ellenőrizhetőséget, az adóbevallást, és csökkentheti az adóadminisztrációs költségeket valamint az adóelkerülést. Arra kerestem a választ, hogy a minden évben bekövetkező személyi jövedelemadó változtatás, főképp az adókedvezmények és kivételek mérséklése, valamint az adókulcsok csökkentése, milyen hatással bírt a magánszemélyek adóterhére.

Kulcsszavak: Szja, adókedvezmények, adókulcsok, adó

BEVEZETÉS

Az államháztartás bevételei közül nagyságrendjük és a gazdaságot érintő hatásuk szerint is a legjelentősebbek az adók és járulékok. Az adó - legáltalánosabban megfogalmazva - kötelező jellegű, vissza nem térülő, visszafizetés nélküli, általános, pénzbeli szolgáltatás, amelyet az állam vagy más közhatalmi szervezet olyan jogszabályok alapján hajt be, mely ezen kötelezettségek nagyságát, fizetés esedékességét és feltételeit egyaránt meghatározzák. (Kállai, 2000) A személyi jövedelemadó az adórendszer részeként a klasszikus állami funkció szempontjából fontos eszköz.

A mai magyar adórendszer kialakulása az 1988-ban történt adóreformmal kezdődött. (Kállai, 2000) 1988 óta az adórendszer szabályozása Magyarországon a fejlett országok gyakorlatát követi. Hozzáadott érték adó (ÁFA), jövedelemadók kerültek bevezetésre a vállalatok, egyéni vállalkozások, és

magánszemélyek részére egyaránt. Az adóztatás súlypontja a termelést terhelő adókról folyamatosan a fogyasztást terhelő adókra, a jövedelemadókon belül a munkajövedelmekre helyeződött át. (Deák, 1997)

Az 1988. évet követő időszakban folyamatosan új adók jelentek meg. 1995. évben eltérő gyakorisággal és mértékben, de összességében 53 jogcímen kellett adót, illetéket, vámot, járulékokat fizetni. Az állandó változások csak még jobban nehezítették az áttekinthetőséget. (Pitti, 1996)

Ötödik nagy adónemként 1998-ban bevezetésre került a jövedéki adó Magyarországon. Az 1999. évben közel hetvenféle adónyomtatvány és további húszféle járulékka kapcsolatos bejelentési, változás-bejelentési nyomtatvány volt használatos. (Ilonka, 2004)

Az adórendszer egészét érintő változás volt a 2003. évben bevezetett EVA, ami mérsékelte a kisvállalkozások adóterheit, és jelentősen csökkentette számukra az adórendszer szabályainak betartásával kapcsolatos költségeket és minden tekintetben jelentősen megkönnyítette adminisztrációjukat. (Semjén, 2006)

Ugyancsak a vállalkozások adminisztrációs terheinek csökkentéséhez járult hozzá a 2005. évben bevezetett Egyszerűsített közteherviselési hozzájárulás (EKHO) is. Ezt az adónemet csak bizonyos foglalkozást végző magánszemély választhatja meghatározott árbevétel alatt. (Herich, 2007)

Egyre több adó jelent meg Magyarországon. 2010-ben 5 darab (pl. Végkielégítések 98%-os különadója), 2011. évben 6 darab (pl: Népegészségügyi termékadó), 2012-ben 17 darab (például: Szociális hozzájárulási adó, Baleseti adó) új adónem került bevezetésre.

2013. évben két új adónemmel lett több Magyarországon. Az egyik a kisadózók tételes adója (KATA) a másik a kisvállalkozói adó (KIVA). A KATA meghatározott vállalkozási

formák választhatják, bármikor akár év közben is választható és ki is lehet lépni belőle, de akkor visszalépés 2 évig nem lehetséges. Előnyösebb az EVA-nál. A KIVA szélesebb körben használható, mint a KATA, viszont jóval szerényebb kedvezményeket nyújt a vállalkozások számára.

2014. évben a Reklámadó került bevezetésre, többek között a médiaszolgáltatók adóterhét emelheti meg, mely alapján a nettó árbevételük meghatározott %-át kell ilyen jogcímen az állami adóhatóság felé befizetniük.

A személyi jövedelemadó főbb változásai Magyarországon

Az 1988. évi adóreform során bevezették a magánszemélyek jövedelemadóját és ezzel a lakosság nagy része adóalannyá vált, a lakossági jövedelmek egységes adóztatása Magyarországon ekkortól valósult meg, hiszen ezt megelőzően a magánszemélyt jövedelme után csak bizonyos esetekben terhelte adófizetés. (Kállai, 2000)

Minden évben - és most már sajnos év közben is - megváltoztatják a lakosság legnagyobb részét érintő adótörvényeket, többek között a Szja-ra vonatkozó jogszabályokat. Mindez az előre tervezhetőséget, a stabilitást csökkenti és így nagyfokú bizonytalanságot okoz az adózókban.

A következő évek változtatásai 1994-ig a személyi jövedelemadóban a következők voltak:

- emelkedtek a sávhatárok,
- a fokozódó infláció miatt folyamatosan, már 1990-ben a legfelső kulcs 60 százalékról 56 százalékra csökkent, ami ugyan mérsékelte a progressziót, viszont a legjobban kereső rétegek a korábban bérbruttósításként kapott összeg egy részét megtarthatták. Már 1994-re egy hatkulcsos adótáblázat maradt a korábbi 11 kulcsos helyett, 110 000 forintig adómentes jövedelemhatárral, a legfelső

sáv határadókulcsa 44%-ra mérséklődött 60%-ról,

- az adóteher növekedett.

1998-ra egy, az 1988-as adóreformtól gyökeresen különböző szja rendszer lépett életbe, amely a méltányosság és igazságosság addig preferált szempontjai helyett a hatékonyságot helyezte előtérbe, nem utolsósorban a fokozódó ellenőrzések révén is.

A kialakult adórendszer:

- figyelmen kívül hagyta a szociális szempontokat, a szociálpolitikára hagyva a méltányosság és igazságosság eleinek érvényesítését,
- differenciált a jövedelmek között azok forrása szerint,
- preferálta a tőkejövedelmeket,
- összekötötte a jövedelemadót a tb elvonásokkal a béreken túl is.

A 2000. évektől folyamatos változtatások léptek életbe a szja törvényben, melyeket a vizsgálatom Eredmények részénél külön kiemelek. Lényeges változás a kedvezmények számának lecsökkentése, az adókulcsok számának mérséklése, egy kulcsossá tétele, a családi adózás bevezetése, mely véleményem szerint csak nevében családi adózás.

Egykulcsos adórendszer

A XIX. századig az iparilag fejlett társadalmakban az egykulcsos adórendszer volt az általános. Mára a legfejlettebb országok mindegyike sávós adózási rendszert használ, és bár viták vannak, nincs jel arra, hogy a rendszereiken változtatni szándékoznának.

A sávós adózás hívei szerint a rendszer az egykulcsos adózásnál a társadalmi teherviselés szempontjából igazságosabb, úgy vélik, hogy a progresszivitás ellensúlyozza a magasabb jövedelműek nagyobbban vélt adócsalási tömegét.

Az adózási sávok számának és a sávok közötti különbségek csökkentése a 80-as években felvetette az egykulcsos adózás vizsgálatának szükségességét. Az egykulcsos adózás minden jövedelmet adóztatni kíván, az adó mértékét

egységesen szabja meg, azonban arra is hangsúlyt fektet, hogy a jövedelmek kizárólag egyszer kerüljenek adóztatásra. Az osztalékot és hasonló bevételek nem képezik az adó tárgyát, hiszen azokat már a társasági adózás szintjén adóztatták. Az egykulcsos adózás teljesen leegyszerűsíti a teherviselés rendszerét, átláthatóságot biztosít, nagymértékben csökkenti a torzításokat.

Az egykulcsos adózás nem csupán a személyi jövedelemadó egykulcsosságát jelentheti, hanem azt is, hogy a társasági adó szintjét az szja mértékéhez igazítják. Az adók uniformizálása teljes mértékben egyenrangúvá teszi a jövedelmeket azok forrásától függetlenül. Az egykulcsos adózás bevezetői a gazdaság élénkülését, a bürokrácia leépülését, a költségvetési bevételek növekedését, munkaösztönzést, a beruházási kedv élénkülését, a megtakarítások növekedését remélik.

A különböző jövedelmek közös adóztatásának elvét tükrözi az egykulcsos adórendszer. Az OECD (2006) négyféle egykulcsos adórendszert különböztet meg:

- egykulcsos rendszer adómentesség nélkül (Grúzia),
- egykulcsos rendszer adómentességgel (Oroszország),
- egykulcsos rendszer adójóváírással (Szlovákia), és a
- társasági jövedelmekre is kiterjedő egységes kulcs rendszert (Románia). (Hall-Rabushka, 1995)

A világ 202 önálló országa illetve adóhatósága közül 2008-ig 21-ben volt egységes, egykulcsos személyi jövedelemadó, és ezek közül 17 egykori szocialista ország – Bulgária, Albánia, Csehország, Észtország, Grúzia, Kazahsztán, Kirgízia, Lettország, Litvánia, Macedónia, Mongólia, Montenegró, Románia, Oroszország, Szerbia, Szlovákia és Ukrajna – amelyek az utóbbi években tértek át erre módszerre, utoljára Csehország.

Egykulcsos adórendszert több Uniós tagországban alkalmaznak, pl: Románia,

Bulgária, Csehország, Szlovákia, Észtország, Lettország, Litvánia és 2011-től Magyarország is.

Az egyszerűség, a hatékony ellenőrzés, valamint az alacsony adminisztráció miatt az „egykulcsos” adórendszerek elterjedtté váltak a közép-kelet-európai országokban. Az ilyen reformok jelentősen csökkentik a személyi jövedelemadó szintjét, és gyakran növelik a jövedelemegyenlőtlenségeket. (Bakos et al., 2008)

Az 1980-as évek elején Hall és Rabushka (1995) kidolgozott egy egykulcsos adórendszerre vonatkozó javaslatot, amelyben minden egyes dollár jövedelem 19%-os egységes kulccsal adózik, kivéve a családok 25 ezer USD alatti jövedelme, ami adómentes. Érveik szerint ez az egyszerű adórendszer jelentősen hozzájárul a gazdasági növekedéshez, mivel számottevő adminisztrációs költséget takarít meg. Rabushka (2006) szerint egy ilyen rendszerben gyakorlatilag nincs szükség adóbevallásra, mivel minden egység jövedelem keletkezésekor automatikusan le lehetne vonni az egységes adót, megtakarítva így az adó kiszámítását, bevallását, jelentősen leegyszerűsítve az ellenőrzést, és megszüntetve az adórendszeren belüli arbitrázs-helyzeteket.

Az egykulcsos adórendszerektől három területen lehet jelentős hatást várni:

1. az alacsonyabb határadókulcsok növelhetik a munkakínálatot, ami az adóalap megnövekedését is eredményezheti,
2. az alacsonyabb határadókulcs kisebb ösztönzést jelent az adóelkerülésre, így javulhat az adóbevallás és befizetés, ezáltal a költségvetés több bevételhez jut,
3. az adórendszer egyszerűsítése, ami az adóadminisztrációs költségek és az adóelkerülés csökkenését egyaránt segíti.

Az egykulcsos adórendszer bevezetése a legtöbb esetben nem azért vált előnyössé, mert egységes adókulcsot biztosított, hanem mert a korábbi kedvezmények, kivételek

megszüntetése következtében lehetőséget nyitott az adóadminisztráció egyszerűsítésére, és az adóalap szélesítésére.

További, közvetett hatás, ha az egykulcsos adó bevezetése okán nőhet az ország tőkevonzó képessége. Az egykulcsos adórendszer legfőbb hátrányaként szokták említeni, hogy növeli a jövedelmi egyenlőtlenséget. (Bakos et al., 2008)

Saavedra (2007) arra a következtetésre jutott, hogy a reformok akkor javítják az adómorált, ha a reform egyúttal az adóadminisztráció egyszerűsítésével is jár, ugyanakkor az állami bevételekre gyakorolt növelő hatás szignifikanciája nem volt kimutatható. Az adóelkerülés azokban az országokban csökkent, amelyekben az szja-kulcs és a társasági nyereségadó kulcsa megegyezett (tehát közelebb álltak a klasszikus egykulcsos rendszerhez).

Az egykulcsos adók bevezetésével kapcsolatos tanulságokat összegezve Saavedra (2007) kiemelte, hogy az adókulcsok csökkentését is tartalmazó reformok esetén csak úgy kerülhető el a bevételek csökkenése, ha a jövedelemadó rendszerében sikerül bezárni a kiskapukat és megszüntetni a sokféle kedvezményt és kivételt. Az adómorál javulása, az áttekinthetőség és a bevételek tekintetében azok a reformok sikeresnek, ahol a kedvezményeket lecsökkentették. További tanulság, hogy az szja adóalap növelése és az szja-bevallási hajlandóság érdemi javulása csak akkor várható, ha a reformok kiterjednek a társadalombiztosítás rendszerre is. A tb és az szja adóalapja ugyanis a legtöbb országban majdnem azonos, így a magas marginális kulcsú tb fizetési kötelezettség erős ösztönzést ad a kisebb adóalap bevallására (hiába csökken az szja-kulcs).

Az egykulcsos jövedelemadó a differenciált és progresszív adókulcsokhoz képest kisebb mértékben terheli a gazdagok jövedelmét, a szegényekét viszont nagyobb mértékben. Ezért az egykulcsos adó Erdős (2006) véleménye szerint csak akkor vezethető be, ha ennek

megfelelően az alsó jövedelmi tizedekhez tartozók valamilyen formában kiegészítést kapnak. Így, az egykulcsos adó bevezetése mellett, bizonyos jövedelemhatár alatt adómentességet kell biztosítani.

Vagy, az alsó tizedekben negatív adóztatást kell alkalmazni, ha a cél az, hogy a tényleges jövedelem valamilyen legkisebbnek ítélt szint alá semmiképpen ne csökkenjen.

Benedek és Lelkes (2006) munkájukban mikroszimulációs modell segítségével vizsgálták a magyarországi egykulcsos adórendszer bevezetésének hatásait. A szlovák adóreform során bevezetett adórendszerhez némiképpen hasonló, a jelenlegi magyar szabályozásnál egyszerűbb adórendszert vizsgáltak: az adókulcsok egységesen 20 százalékosak, minden jövedelem az összevont adóalapba tartozik, de megmarad a minimálbér adómentességét biztosító adójóváírás és kiegészítő adójóváírás. Ezen kívül nincsen más adókedvezmény, támogatás. Ez az elképzelés csökkentené az adórendszer komplexitását, így növelné az átláthatóságát. Számításaik szerint egy ilyen egykulcsos adórendszer bevezetése elsősorban a gazdagabb háztartásoknak kedvezne, és a szegényebb családok lennének a vesztesei. Ennek elsődleges oka a felső adókulcs csökkentése lenne. Az egységes kulcs esetén a jövedelmek tőke- vagy munkajövedelmek közötti átcsoportosításával nem lehetne adót kerülni. Ebben az esetben az ellenőrzés könnyebbé válna, ami az átláthatóságot növelné.

ANYAG ÉS MÓDSZER

A kutatás során az adóhatósághoz (NAV) hibátlanul benyújtott összevont adót tartalmazó személyi jövedelemadó bevallások adatai (1995-2012), valamint a hatályos adójogszabályok (1988-2014) felhasználásával végeztem el. Az időintervallum szélessége folytán volt olyan időszak, melynél nem álltak rendelkezésemre adatok, így az adatok vizsgálatát kisebb időszakra kellett elvégezni. Az adatok összevontak, egyedileg be nem azonosíthatóak, így adótitkot nem sértenek.

A rendelkezésre álló adatok felhasználásával különböző matematikai és statisztikai mutatószámok (megoszlások, arányok, változások vizsgálata) segítségével vontam le a következtetéseimet a magyar személyi jövedelemadó rendszer változtatását illetően.

Vizsgálatom során csak az összevont adóalap elemzését végeztem el. Nem tértem ki az egyéni vállalkozók adóterhének, valamint a költség szerkezet és a bevétel elemzésére. Az adófizetési hajlandóság és az adókulcsok mértéke közötti kapcsolatot sem vizsgáltam.

EREDMÉNYEK

A GDP-hez mért adóbefizetések mértéke 37% és 42% között ingadoztak az általam vizsgált években. A legalacsonyabb 2011. évben (37,1%) a legmagasabb pedig 1995. évben (41,5%) volt. (1. ábra).

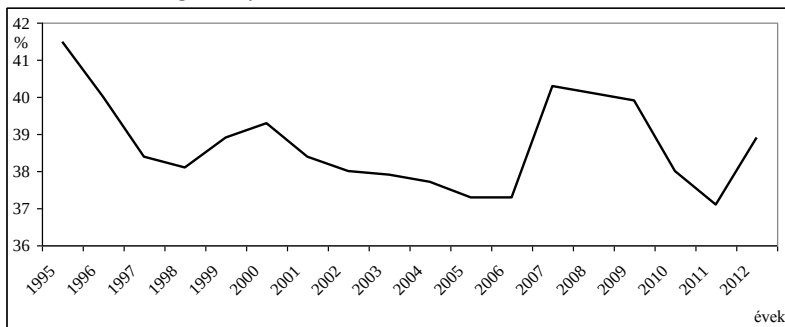
A magyar adórendszer egyik legtöbb teljesítmény-visszatartó vonással rendelkező eleme az szja. Ez az egyik legfontosabb, a lakosság széles körét érintő direkt adó, melynek az összes NAV által kezelt adóbevételeken belüli megoszlása 1998. évben volt a legmagasabb 34%, a legalacsonyabb pedig 2012. évben volt, akkor 14%-ot tett ki (2. ábra) az összes adón belül ez az adó.

A GDP-hez mért személyi jövedelemadó-teher mértéke 5% és 8% között erőteljes hullámmutat. 2011. évben többek között az egykulcsos, családi személyi jövedelemadó rendszerének bevezetése miatt alig érte el az 5%-ot (3. ábra).

Sajátossága volt a személyi jövedelemadó rendszernek, hogy 2010. évig az adósávok szűkek voltak, és alig volt eltérés az alsó és a felső adókulccsal adóztatott jövedelmek között. Az adóalap szűk, mert kedvezményekkel, kivételekkel volt teletűzdelve. Ezen kettősség következményeként nagy rés tárgyongott a törvényi és a tényleges, effektív adóterhelés között a széleskörű kedvezmények miatt. A személyi jövedelemadó-rendszerben sérül a horizontális és a vertikális méltányosság elve. (Gáspár et al., 2004)

Az adókulcsok száma 1988 és 2014 között folyamatosan csökkent (1. táblázat), mely az egyszerűsítés, átláthatóság irányába mutat.

Továbbá a 2011. évben bevezetett egykulcsos adórendszer ezt még jobban erősíti.



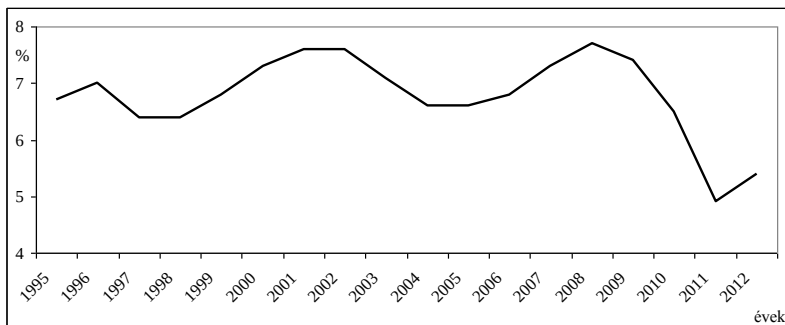
1. ábra Az összes befizetett adó alakulása a GDP százalékában 1995-2012 között

Forrás: OECD statisztikai jelentése saját szerkesztés



2. ábra: 1995-2012 között a személyi jövedelemadó megoszlása az összes adóbevételeken belül Magyarországon

Forrás: NAV Évkönyvek alapján saját számítás és szerkesztés



3. ábra A személyi jövedelemadó alakulása a GDP százalékában 1995-2012 között

Forrás: OECD statisztikai jelentése saját szerkesztés

Évek	1988	1989	1990	1991	1992-1993	1994-1998	1999-2004	2005-2010	2011-2014
Adókulcsok száma (db)	11	8	5	7	4	6	3	2	1

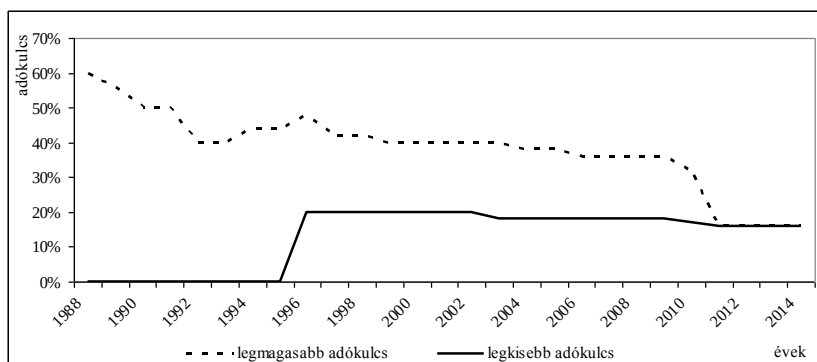
1. táblázat: Progresszív jövedelemadó kulcsok számának alakulása Magyarországon 1988-2014 között

Forrás: saját gyűjtés alapján saját szerkesztés

Az szja sávosan progresszív volt, a legkisebb és legmagasabb adókulcsa, mely az összevonás alá tartozó jövedelmeket sújtja, 1988 és 2010 között egyre jobban közeledett egymáshoz, 1988-ban a 0% és 60% 2010-ben 17%-ra és 32%-ra változott. 2011. évtől (jelenleg is) egy kulcs (16%) van érvényben. (4. ábra).

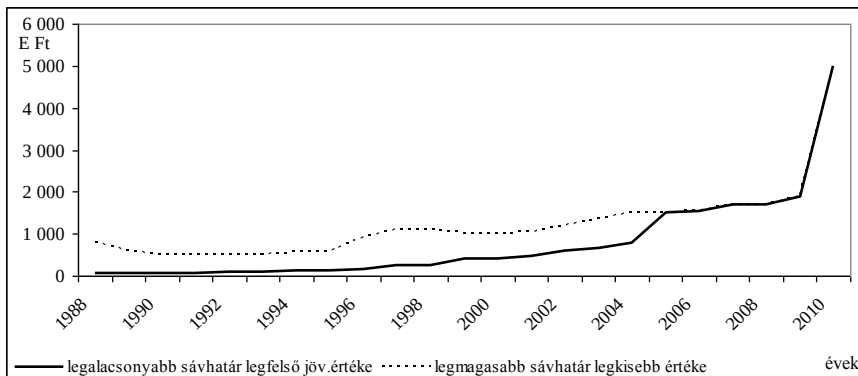
Magyarországon a sávosan progresszív adótáblázat eltérő kulcsaihoz eltérő sávhatárok tartoztak. 1988. évben a legkisebb adókulcs 48 ezer Ft-os sávhatára 2009-re 1.900 ezerre, majd 2010-re 5.000 ezer Ft-ra emelkedett (5. ábra). A legmagasabb adókulcs sávhatára 1988-ban 800 ezer Ft-ról 2009-re 1.900 ezerre, 2010-re pedig 5.000 ezer Ft-ra nőtt. 2011. évre egykulcsossá vált az szja rendszer. Az szja sávosan progresszív adókulcsa 2005. évben kétsávossá vált, így a legkisebb adókulcs felső sávhatára megegyezett a legmagasabb adókulcs sávhatárának értékével.

2004-ben az adózás rendjéről szóló törvény (Art) új adó-megállapítási módot honosított meg a személyi jövedelemadózában: az adóhatósági adó-megállapítás rendszerét. Az adózó dönti el, hogy választja-e persze bizonyos feltételek teljesülése mellett. Ezzel a magánszemélyek egy része nem saját maga tölti ki és juttatja el adóbevallását az illetékes adóhatóságnak, hanem ezt az adóhatóság teszi meg, az adózóval szoros együttműködésben. Ez az adóadminisztrációs terhek csökkentését hozta magával, bizonyos adózói körben. De pont ott volt egyszerűsödés, ahol csak egy adóbevallási határidőhöz kell alkalmazkodni. Véleményem szerint ez a megoldás csak részben járult hozzá az egyszerűsítéshez. Főleg, ha még azt is figyelembe vesszük, hogy az önbevallók aránya 1995-ben 52%-ról 2012-ben 84%-ra emelkedett (6. ábra).



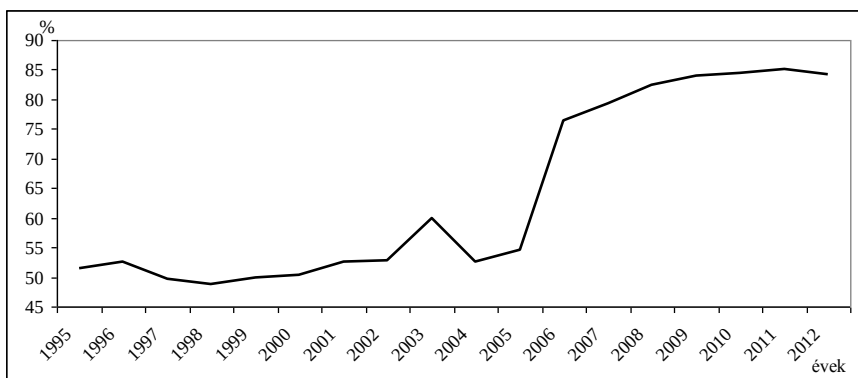
4. ábra: 1988-2014 között a legkisebb és a legnagyobb szja kulcs alakulása Magyarországon

Forrás: Hatályos Szja törvény alapján saját szerkesztés



5. ábra: 1988-2010 között a legkisebb és a legmagasabb adókulcs sávhatárainak alakulása

Forrás: A hatályos szja törvény alapján saját szerkesztés



6. ábra: 1995-2012 között az önbevallók arányának alakulása

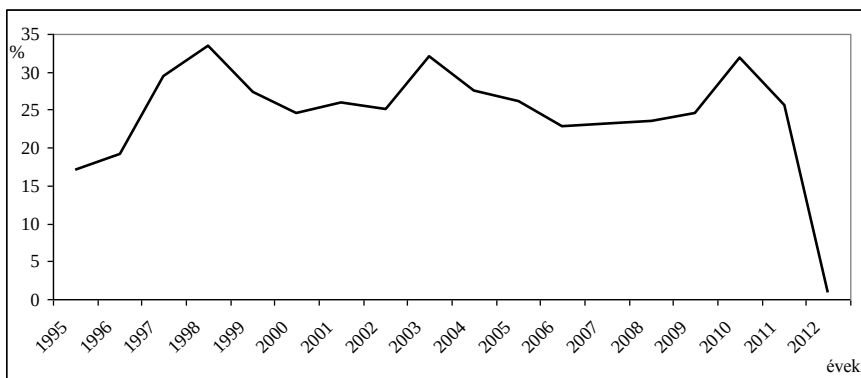
Forrás: A NAV Évkönyvek alapján saját szerkesztés

Véleményem szerint ez 2014. évben tovább emelkedik majd, hiszen mindenkinek lesz lehetősége a már elküldött bevallás önellenőrzését az adóbevallás benyújtási határideje előtt is elvégezni. Ez most még csak a határidő lejártá után lehetséges még.

Az adókedvezmények száma 1998 évben tizennégy jogcím volt, mely 2008-ra huszonháromra emelkedett, majd 2009-re tizenkilencre csökkent, majd a kedvezmények nagy része kivezetésre került 2011. évtől (pl: lakáscélú hiteltörlesztés, személyi kedvezmények), de egy nagyon fontos kedvezmény került bevezetésre, mégpedig a

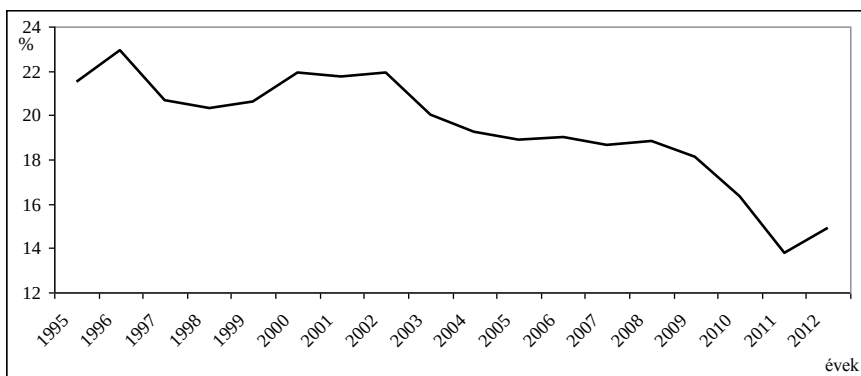
családi kedvezmény. Az igénybevett adókedvezmények összegének aránya az adóhoz képest folyamatosan, évről évre változott (7. ábra). Ez az arány 1994-ben 6,8%-ról 2009-re 24,5%-ra emelkedett, majd 2012-ben az 1%-ot sem érte el.

A személyi jövedelemadó adóterhe 1995-ben 21% volt, mely 2012. évben 15% lett (8. ábra). A legmarkánsabb csökkenés a 2011. évben volt, amikor a bevezetett egykulcsos családi adórendszer következtében 15% alá csökkent a mutató értéke.



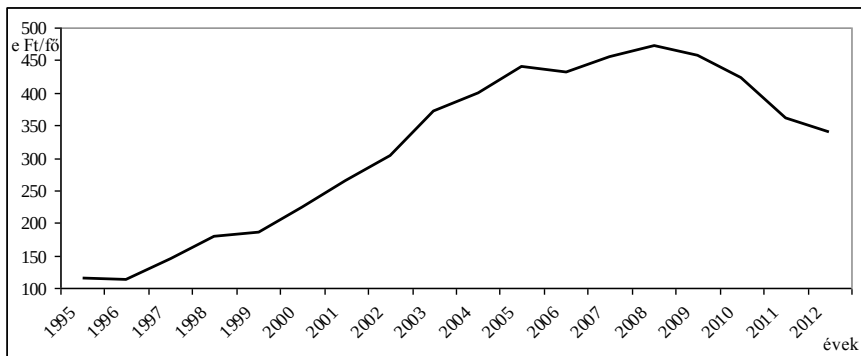
7. ábra: Igénybe vett adókedvezmények összegének adóhoz viszonyított aránya 1995-2012 között

Forrás: NAV Évkönyvek alapján saját szerkesztés



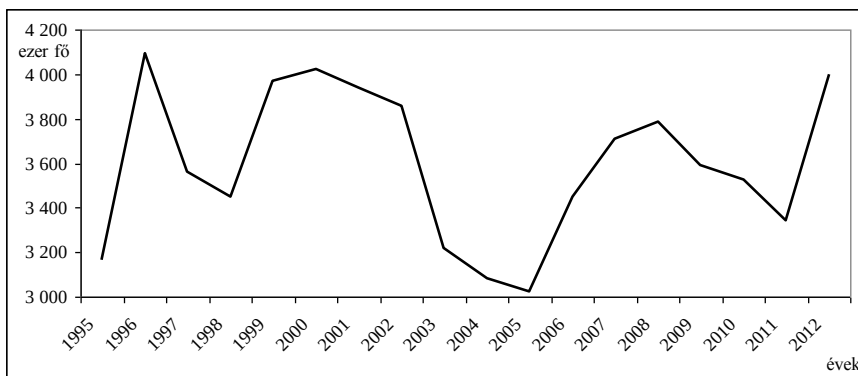
8. ábra: Adóteher alakulása 1995-2012 között

Forrás: NAV Évkönyvek alapján saját szerkesztés



9. ábra Az egy adófizetőre jutó fizetendő szája alakulása 1995-2012 között

Forrás: NAV Évkönyvek alapján saját szerkesztés



10. ábra A személyi jövedelemadót fizetők számának változása 1998-2012 között

Forrás: NAV Évkönyvek alapján saját szerkesztés

1999-ben az szja korábban öt kulcsos sávosan progresszív adórendszere 2005. évre két kulcsos, majd 2011-ben egykulcsossá vált, ám az adójóváírás csökkentése, 2012. évben történő kivezetése, az adótáblázat változtatása az adóterhelést is módosította. Az egy adófizetőre jutó fizetendő adó szinte minden vizsgált évben emelkedett 2008. évig, ahol elérve a maximumot (473 E Ft/fő) folyamatosan lecsökkent 2012-ben 339 E Ft/fő értékre (9. ábra).

A személyi jövedelemadót fizetők számának alakulása 1995 és 2012 között erőteljes hullámzást mutat. (10. ábra) A legalacsonyabb 2005-ben volt 3.026 ezer fő, a legtöbben 1996-évben vallottak szja-t közel 4.100 ezren.

KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK

Súlyos problémát jelent a szerkezetből fakadó vállalati adminisztrációs teher, a járulék- és adónemek magas száma, az egyes adók egyenkénti befizetése, az adó kiszámítása és bevallása jelentős időráfordítást és szakértői költséget emészt fel, tehát összességében feleslegesen bonyolult. A Világbank által végzett felmérés szerint a magyar adórendszer 2008-ban csupán a világrangsor 127. helyén állt az egyszerűség terén. (PWC, 2008).

A mostani magyar adórendszer egyik fő problémája a szerteágazóság, a bonyolultság a

kedvezmények sokszínűsége. Ezen jellemzők megszüntetésével, melyre már történtek kedvező lépések, a jogkövető magatartást elősegítheti, és stabil fiskális környezetben pozitív hatással lenne a magyar gazdaságra.

A magyar adórendszer megérett egy átfogó változtatásra. A kedvezmények, kivételek sokasága, valamint a sorozatos változtatás az átláthatóságot és az előre tervezhetőséget akadályozza.

Nemzetközi tapasztalatok alapján kijelenthetjük, hogy az egyszerűsítés eredményre vezethet, a fent említett feltételek teljesülése esetén.

Az egykulcsos adó kedvező hatása lehet, hogy javítja a versenyképességet, növeli a fogyasztást és hozzájárul a gazdasági növekedéshez. Hátránya viszont, hogy a magasabb keresetűek a korábbihoz képest kevesebb adót fizetnek, így az szja-ból származó adóbevételek csökkenhetnek. Ezt a hatást ellensúlyozhatja az adófizetési morál javulása (aminek vizsgálata nem volt a kutatásom célja), azonban ez országonként és reformonként változhat.

Az egykulcsos személyi jövedelemadó rendszer magyarországi bevezetése abban az esetben eredményes, ha:

- a kedvezmények, kivételek, adóalap és adó csökkentő tételek megszüntetésre kerülnek, mert az egykulcsosnak csak ebben a formában van létjogosultsága. Ellenkező esetben csak a nevében lesz a szja rendszer egykulcsos.
 - az ellenőrzési rendszer megerősítése, a végrehajtott ellenőrzések és a lehetséges büntetési tételek növelése, mely a kényszerítő erejüknél fogva az un. „kiskapuk” (kedvezmények) megszüntetésével, jelentős költségvetési bevételt jelentenének.
- Még nem bizonyított, hogy a Magyarországon 2011. évben bevezetésre kerülő egykulcsos családi adózás önmagában érdemben ösztönzőleg hat a gyermekvállalási kedvre. Ez egy további kutatásnak lehet majd a központi kérdése.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- [1.] Bakos Péter – Bíró Anikó – Elek Péter – Scharle Ágota (2008): A magyar adórendszer hatékonysága. Közpénzügy Füzetek 21. Budapest 2008. április, pp 1-32
- [2.] Benedek Dóra – Lelkes Orsolya (2006): A magyarországi jövedelem-újraelosztás és egy egykulcsos adóreform vizsgálata mikroszimulációs modellel. Közgazdasági Szemle. LIII. évf. pp 604-623
- [3.] Deák Dániel (1997): Igazságos-e a magyar adórendszer? (Egy törvényhozási csapdahelyzet elemzése). Polvax: társadalomtudományi folyóirat, 1. évf. 2. sz. pp 1-11
- [4.] Erdős Tibor (2006): Adózás, megtakarítás, hatékonyság I. Competito V. évf. 2. szám pp. 23-45
- [5.] Hall, Robert, and Alvin E. Rabushka (1995): The Flat Tax. Stanford: Hoover Institution Press pp. 23-51.
- [6.] Herich György (2007): Adótan. Penta Unió. Pécs pp 6-242
- [7.] Ilonka Mária. (2004): Az adózás története az ókortól napjainkig. Budapest, Nemzeti Tankönyvkiadó. pp. 69-144
- [8.] Kállai Lajos - Sztanó Imréné (2000): Adók, illetékek, járulékok és vámok. Budapest. Saldo. pp. 38-58
- [9.] OECD (2006): Fundamental reform of personal income tax, tax policy studies no. 13. p.8.
- [10.] Pitti Zoltán (1996): A közteljesítés intézményi rendszere Pénzügyi Szemle. 1. szám pp. 34-42.
- [11.] PWC (2008): Paying Taxes 2008. Study, pp. 47-55. Letöltés helye: <http://www.pwc.com/gx/en/paying-taxes/previous-editions.jhtml>
- [12.] Rabushka, A. E. (2006): Flat tax principles and issues, International Academic Forum on Flat Tax Rate, Centre of Excellence in Finance, Bled, Szlovénia, 2006. február 3-4.
- [13.] Saavedra, P. (2007): Flat income tax reforms, Ch. 8. in Fiscal policy and economic growth, Gray, C. – Lane, T. – Varoudakis, A. (szerk.), World Bank pp. 253-280.
- [14.] Semjén András (2006): A mai magyar adórendszer. Jellemzők, problémák, kihívások, megjelent: Előmunkálatok a társadalmi párbeszédhez, Gazdasági és Szociális Tanács, Budapest, pp 215-230

Bálint Sándor

Morális klímaváltozás- erkölcsi megújulás

Sándor Bálint: Moral climate change – moral renewal

Abstract

The human is a moral beings - because it does not behave as a moral being, - will come to naught. According the advocates of ethics, the not insight of this fact should lead to a global ecological disaster (to a second flood). The possibility of survival is standing or falling with the possibility of moral action: are we aware of the existence of good or bad? Are we able to distinguish the two? Is our freedom, to choose the good knowing both? And at the end, do we recognize our unavoidable responsibility for our actions? This study is about it.

Key words: climate change, morality, ethics, transformation, behavior

ÖSSZEFOGLALÓ

Az ember erkölcsi lény, de hogy semmi egyéb – tudniillik, ha nem erkölcsi lényként viselkedik, semmivé lesz – ennek belátásában rejlik a globális ökológiai katasztrófa (a második vízözön) etikai-hívók számára talán üdvtörténeti jelentősége. A túlélés lehetősége ma az erkölcsi cselekvés lehetőségével áll vagy bukik: hogy meggyőződünk-e a jó és a rossz létezéséről, képesek vagyunk-e a kettő megkülönböztetésére, szabadságunkban áll-e a különbség ismeretében a jót választani, végül, hogy felismerjük-e átháríthatatlan felelősségünket cselekedeteinkért? Erről szól a tanulmány.

Kulcsszavak: klímaváltozás, erkölcsiség, etikák, átalakulás, viselkedés

MI KÖZE AZ ETIKÁNAK A KLÍMAVÁLTOZÁSHOZ?

Az ember erkölcsi lény, de hogy semmi egyéb – tudniillik, ha nem erkölcsi lényként viselkedik, semmivé lesz – ennek belátásában rejlik a globális ökológiai katasztrófa (a második vízözön) etikai-hívók számára talán üdvtörténeti jelentősége. A túlélés lehetősége ma az erkölcsi cselekvés lehetőségével áll vagy bukik: hogy meggyőződünk-e a jó és a rossz létezéséről, képesek vagyunk-e a kettő megkülönböztetésére, szabadságunkban áll-e a

különbség ismeretében a jót választani, végül, hogy felismerjük-e átháríthatatlan felelősségünket cselekedeteinkért? Ha az ember nem lényege szerint erkölcsi lény - ha nem Homo Ethicus Hungaricus, hanem az erkölcs csupán egyike a Homo-Economicus, a Homo-Faber, a Homo Politicus viselkedését szabályozó alrendszereknek, akkor nincs, ami útját állja a romlásának. A környezetvédelem például mindig alulmarad a gazdasági teljesítmény növeléséhez fűződő érdekekkel szemben, mivel a környezet kiaknázása lényegéből fakad. Tehát az érték – a környezetvédelem – alulmarad a teljesítményt növelő érdekekkel szemben.

Milyen a mai világ és erkölcsisége?

Egy új kor hajnalát, vagy az összeomlás végnapjait éljük? Válaszúthoz közeledünk: az egész világot érintő fordulóponthoz. A túlélésünk vált kétségessé. Rajtunk múlik, hogy összeomlás következik vagy áttörés egy új típusú világ felé. A szerző a legújabb tudományos eredményeket felhasználva vázol fel egy új világképet. A tudós által is jelzett konferencia, a kvantumjelenségek, a bioszféra evolúciója, a csillagrendszerek, elemzését, összefüggéseit jelezve mutat egy új világképet, amelyet megismerve magabiztosan haladhatunk a jövőbe. Még irányt válthatunk: kellő időben történő átalakulással békés és fenntartható világot teremthetünk.

De vajon megtehetjük-e? Einstein azt mondta, egy problémát nem lehet ugyanazzal a fajta gondolkodással megoldani, mint ami a problémát okozta. Mégis jelenleg pontosan ezt próbáljuk tenni. Terrorizmus, szegénység, bűnözés, kulturális konfliktus, klímaváltozás, környezetpusztítás, rossz közegészség, még az elhízás és más „civilizációs betegségek” ellen is ugyanazokkal az eszközökkel és módszerekkel küzdünk, amik közvetlenül előidéztek a problémát: a hadsereghez vagy a rendőrséghez, technikai megoldásokhoz fordulunk. Nem vettük figyelembe a kellő időben történő átalakulásra irányuló akaratot és elképzelést.

Elfecsérelt évtizedekről írja a szociológus, filozófus, értékkutató Hannkiss Elemér: - Sajnos az, hogy a kádárizmus betegségei (késő feudális torzulások, infantilizmus, felelőtlenség, szolidaritáshiány, elvadult individualizmus, korrupció, közöny, kölcsönös bizalomhiány) még ma is kínozzák, bénítják ezt a szerencsétlen társadalmat... Elfecséreltünk két évtizedet.

Egészséges társadalomban az egyének közös erkölcsiséget vallanak: a helyes és a helytelen, a jó és a rossz megítélése hasonló módon zajlik. A közös morál nélkül az emberek nehezebben vagy alig tudják eldönteni, mit tartanak jónak vagy rossznak, olyan világban, ahol az

Új erkölcsiség. Hogyan jelenhetne meg és terjedhetne el a társadalomban az új, az egyetemes erkölcsiség. Az erkölcsiség alapjait hagyományosan a vallások: a zsidók és a keresztények tízparancsolata, az iszlám és a buddhisták fogalmazták meg. A tudomány dominanciája visszaszorította a vallási előírások hatását, sok ember a tudománytól várta az iránymutatást. A klasszikus tudomány nem tud felmutatni olyan alapelveket, amelyek egy univerzális erkölcsiség alapelvét képezhették volna. A huszadik század tudósainak túlnyomó többsége nem foglalkozott a morál kérdéseivel. Az 1990-es években tudósok és politikusok is kezdték felismerni, hogy szükség van olyan alapelvekre, amelyek meghatározhatják az emberi viselkedés egyetemes normáit. A Nobel-békedíjasok egy csoportja 2003. novemberében, leszögezte: az erkölcs megjelenése kiemelkedő fontossággal bír. Az új

világképnek a tudományos háttérnek kiemelt szerepe, jelentősége van egy új planetáris etika megteremtésében. Az etikának meg kell tudnia különböztetni az erkölcsös cselekvést, az erkölcstelentől, ami feltételezi a szabadság létét, és a választás lehetőségét. A szabadságunk mértéke pedig függ a fejlettségi szintünktől, az ebben létező tudatosságtól, a felfogás és a válaszadás összepárosításának a képességétől. A cselekvés terjedelmét befolyásolják a személyes preferenciák, a kultúrából származó hajlamok, tudatosan vagy tudat alatt őrzött értékek és hitek. Az embernél a válaszokat, értékeket az erkölcsiség szempontjából is lehet értékelni. Tehát: egy új planetáris etika kialakítása és működése a személyiség kultúrájától is függ. Fajunk túlélése szempontjából döntő lehet az ember tudatossága a társadalom azon képessége, hogy az ember képes tanulni, viselkedni, hogy nem csak a génektől függ viselkedése.

Az erkölcsös cselekedet kritériumai és szabályai. Az egyén viselkedése olyan mértékben tekinthető erkölcsösnek, amilyen mértékben hozzájárul az egyén koherenciájához (összetartozás). Ha egy szervezet belülről koherens, a testi funkciók összehangoltak és hatásosak: a szervezet egészséges. Mikor egy szervnek az egész szervezeten belüli koherenciája nem elégséges, akkor a szervezet beteg, a szervezet immunrendszere beteg. egy ember esetében a külső koherencia a családjához, az őt körülvevő közösséghez, a munkahelyhez, a hazájához, a természethez való kapcsolatával függ össze. A koherencia megteremtése az optimális működés alapja. Az inkoherencia létrehozása szükségtelen agresszió, erőszak, irracionális széttöredezettség és polarizálódás által egyedi emberi sajátosság. („Minden szétesett, széttört” Ady) Az emberek tudatosan is képesek a testük vagy a közösségük és a környezetük koherenciáját pusztítani, megvan a szabadságuk az erkölcstelen viselkedésre, de dönthetnek az erkölcsös magatartás mellett is. A valódi planetáris etika az inkoherenciát előidéző cselekedeteket elutasítja. A minimum szabályok megkívánják, hogy az egyén cselekedete ne

ütközzék mások életéhez és fejlődéséhez való jogával: úgy élj, hogy mások is élni tudjanak (például a hajléktalanok). A maximum szabályok pedig azt kívánják: tetteiddel segítsd elő az emberiség szempontjából kedvező dinamikus egyensúly kifejlődését a bioszférában. Tehát: nincs ellentmondás a planetáris etika minimum és maximum szabályai, valamint az új világképen alapuló etika között, a kétféle

A MORÁLIS UNIVERZUM, ERKÖLCSI TÖRVÉNY IS VOLT.

Ez a tanulmány a civilizáció emberének szól, az ember életének elméletét és gyakorlatát igyekszik vázolni, visszaadni, elemezni, az ember helyét, szerepét ebben az univerzumban. Jelezve: a civilizáció nem fényűzés, nem habostorta, nem merül ki a civilizált viselkedésben. Az emberiség története létének minden idejében ki kellett küzdenie szabadságát, biztonságát, méltóságát. Miért tette ezt? – mert ez volt a lehetőség, hogy életben maradjanak fizikailag, lelkileg, erkölcsileg, szellemileg is. Meggyőződés és remény volt, hogy élete „morális univerzum”, erkölcsi törvény is volt, amely kormányozza őket és igazságot tesz világukban. Ámde az ember nemcsak társa, hanem ellensége is lehet az erkölcsnek, egy olyan világban, ahol a rettenet és a szépség, a sötétség és a fény, a halál és a szeretet küzd egymással. Mindenki lehet jó ember, ha szabadnak született, ám ha mégis láncon van (bezárva és nem szabad) mert bűnös, a bűn pedig beszennyezi és megrontja az embert, jó megelőzni, kimaradni vétekből, a bűnből (Ne ölj, ne lopj!), aki ezt teszi, „elveszíti önmagát”egzisztenciáját, megbénítja az embert. A bűn és a bűntudat nemcsak alapfogalommal válhat az egyéni – társadalmi életvilágban, néhány tudományban, hanem például demoralizálhat morálban, lélektanban, vallási – hívői magatartásban (Freud). A bűnözés veszélyes, mert akkor megalázzák, megbélyegzik, megnyomortják az embert, rossz, mert elértékteleníti az ember lényegét, az egyén életvilágát:

Rabszolga vagyok, tudom, s a rabszolgák gyengék.

De az istenek erősek és felettük az abszolútum áll, az erkölcsi rend.

Vagy a még később törvény szelleme.

Ettől a végső törvénytől függ a világ.

A ráció és az erkölcs, ha a kettő kapcsolata megzavarodik, ha a racionális érdek és az erkölcsi érték kapcsolat, ha az egyik kapcsolata föléje kerül a másiknak és megsemmisíti, kioltja a másikat például az állam totális hatalma az egyén fölött, akkor nagy a baj – például a zsidók, a cigányok elpusztítása rettenetes bűn, megbocsájtathatlan, emberiségellenes tett. Ámde mi köze az etikának, az erkölcsnek a holokauszthoz? Az, hogy ha az ember – népiértő – ha az ember erkölcsi lény – ha nem erkölcsi lényként viselkedik, semmi lesz, emberi lényege megszűnik. Csak az az ember lehet szabad, akinek van bátorsága arra, hogy hiteles válaszok során át alkossa meg a maga világát. Aki nem vállalkozik erre, vagy kudarcot vall, azt leigázzák a mindennapi élet rutinjai. Kövekből, intézményekből és szimbólumokból a szabadság, a méltóság és az értelem világát fölépíteni egy olyan univerzumban, amelyben lehet, hogy nincs szabadság, nincs méltóság és nincs értelem: ez a nagy emberi kaland.

Énünk mindennapi és társadalmi felépítése⁷

Figyelmünket annak elemzésére irányítjuk, hogy hogyan védelmezik, építik és teljesítik ki énjüket az emberek mindennapi és társadalmi életük során és teszik mindezt a fogyasztási civilizáció korában. Hogy miben vannak az észépítés és az észtorzulások tényezői, elemei és feltételei: a mesélés otthon, a családban, az iskolában, templomban, televízióban, szavak, emberi kapcsolatok, életkori stratégiák, társadalmi és politikai környezet, civilizációs hatások, történelmi változások, szépirodalom, művészetek. Az ezerarcú ént vizsgálják olyan tudományok, mint: a pszichiátria, társadalmi lélektan, a kulturális antropológia, politológia, szociológia, történettudomány és irodalomtudomány. Az ezerarcú én alapja pedig igen sokféle: többszörös én az életrajz alanya, a megismerés és tudás alanya, a politikai alany, az erkölcsi alany, a személyiség én, az

egyközpontú én egó, az ember öntudat, az alany, mint akarat, az alany, mint szuverenitás. Tanulságos az én diadala sikere, kudarca és bukása, hogy mi az, ami összeköti az egyéneket és, ami szétzilálja?

Az igazi nagy ugrás, civilizációs robbanás csak az elmúlt néhány évtizedben következett be. A „kettős történelemről” beszélhetünk hazánkban is, százezrek – milliók vannak, élnek régi feudális - hűbéri társadalmi keretek, szokások, tulajdonságok, életformák, hitvilág elemei, viszonyai között. Az egyéni életvilág, a mindennapi lét szintjén lassabbak a változások, mint a társadalmi közélet, a politika - jog - gazdaság - tudomány - társadalmi alrendszerek, felsőbb intézmények - szintjén. A 16-17. században induló modernizációs folyamatok jelentősen átalakították az emberek életét a Jászkunságban is, de az erkölcsi alapelvek jelentős hányadát érintetlenül hagyták, például a tízparancsolatot.

A hagyományos kultúrákban – Jászkunságban is – a megélhetés kényszere és állandó erőfeszítése töltötte ki az életet, szinte semmi másra nem hagyva időt és energiát, döntő mértékben meghatározva az emberi életet, életmódját, magatartását, vágyait, világlátását. Az ember a megélhetésért folytatott küzdelemre szocializálta tagjait. Ezt szolgálta a kor erkölce – a Jászkun öntudat, - ezt tanította a család, az egyház a hittan, az iskola. Ma ezzel szemben, nem a pusztá megélhetés a lehetőség és a parancs – ámde helyenként még mindig ez az etalon – hanem a valósítsa meg önmagát programja. A hagyományos társadalmakban a hagyomány volt az igazi érték, ma az újdonság az. Sajnos, manapság a moralitás jóval kevesebb szerepet játszik, az önbeteljesedésben gyakran amorális, erkölcstelen, erkölcsileg semleges folyamatok vannak. Nem vagyunk már túl jók az önvizsgálatban sem. Ma sokkal nehezebb erkölcsileg is megvalósítani önmagát az embernek.

A nagy átalakulás: célok, értékek, magatartásformák

Vannak társadalmi kutatók, akik a hagyományos európai civilizációt és a most kialakuló fogyasztói civilizációt közvetlenül szembeállítják a késői 20. századi civilizációval. A közbülső négy évszázadban fokozatosan kialakult énépítés polgári és nem polgári, kispolgári, szegény, nincstelen, és gazdag létforma tartományára szétbontották, szintjei megosztódtak. Létrejöttek értékes gondolatok az etika történetében (Szent Ágoston, Rousseau, Spinoza etikájáról, Francia és Brit Birodalom etikájáról). A reneszánsz kultúra, az iparosítás, az ipari – kereskedelmi – pénztőke elterjedése, a városiasodás fölgyorsulása, a „proletár reneszánsz” létrehozása, a pénzcsináló tőke, bankok és világgpiacok szerveződése az énépítés, az önmegvalósítás új szintjeit, „felsőbb” és „alsóbb” rétegeit teremtette meg.

Ez a reneszánsz csak egy elenyésző számú, zárt elit számára reneszánsz. Figyelembe veendő a patológikus társadalmi jelenségek, veszélyek is, mint például a közösségek bomlása, a bűnözés, kábítószer problémák is. Figyelmet érdemel: a társadalom felső rétegében megfogalmazódó új eszmék, erkölcsi és más értékek, tudat és magatartásformák, többnyire nagy, évtizedes – évszázados késéssel szivárognak be a társadalom „alsóbb” rétegeibe, a lent lévő egyéni életvilág kultúrájába. A polgári létforma és a nem polgári, kispolgári létforma más, a lét és jólét keretei eltérőek, amelyekben az emberek nem egyenlően rendelkeznek anyagi és szellemi tőkével, boldogságjaval, amelyekre szükség van egy ilyen aktív önmegvalósításhoz (következmény az elidegenedés). Az emberek többsége, elsősorban a falusi és kispolgári nép évszázadokon át élt még lényegét tekintve hagyományos kultúrában.

Az önmegvalósítás különböző szintjei.

„Én az egész népemet fogom, nem középiskolás fokon, tanítani” (József Attila)

Az önmagunkkal való törődésnek, gondoskodásnak, önmegvalósításnak vannak különböző lehetőségei, útjai, módjai, eszközei, amelyek bizonyos mértékben társadalmilag különböznek, rétegződnek. Van az

önmegvalósításnak egy polgáribb és van egy népiesebb formája – tartalma. Vannak emberek, akik rendelkeznek azzal a neveltetéssel, műveltséggel, képességekkel, környezettel, anyagi eszközökkel, amelyek lehetővé teszik számukra, hogy az önmegvalósításnak egy gazdagabb formájával foglalkozzanak és a világ helyi kihívására aktívan s pozitívan válaszoljanak. Van idejük, indíttatásuk, műveltségük – egyéni életviláguk – arra, hogy elgondolkozzanak helyükről, szerepükről otthonukban, akár a globalizációban, a morális és egyéb klímaváltozásban, akár erkölcsi politikai lényként viselkedve is, kiemelkedő, példamutató emberek példáját követve. És vannak emberek, akiknek kevesebb idejük, energiájuk, képességük és hajlandóságuk van arra, hogy komolyan és tudatosan, kitartóan foglalkozzanak önmaguk személyiségének megalkotásával, fejlesztésével. Az önmegvalósítás és a hatékony környezetformálás relatív egysége, egyensúlya egyike a szép – jó – igazságos magatartásnak, értékeknek, ami akár legfőbb személyes célja, eszménye lehet a személyiségnek. Az ilyen magatartás nem olyan, amivel mindenki rendelkezik, vannak emberek, akiknek legfőbb személyes célja, hogy egy csomó pénzt keressen, vagy, hogy hírnévre tegyen szert, feltűnjön, élvet hajhászó magatartást tanúsítson, uralkodjék mások felett. Kétségtelen, hogy az önmegvalósításnak a fogyasztói civilizáció elterjedésével is meg vannak az értékei és veszélyei is. Bevihetik az embert az agresszív egoizmus formáinak zsákutcajába. Az ember, vallási tanítások szerint is élhet, azonosulhat egy közösséggel, családjával, falujával, elfogadhatja a Föld-etika, a Víz-etika, az Őko-etika, a Munka-etika, a Politika-etika értékeit – elveit – normáit, válhat mindezek hívévé. Választhatja ember a fényűzést, mohóságot, uzsorázást, megalázást, érezhetik az emberek azt is, hogy lét –jog- köz – biztonság – bizonytalanság, igazságtalanság világában élnek.

AZ ÁLTALÁNOS ETIKÁRÓL. AZ ERKÖLCSRŐL ÁLTALÁNAN.¹⁰

Mi az erkölcs, az etika, az erkölcsstan és helye – szerepe az emberi cselekvés, megismerés, viselkedés rendszerében: a társadalom és, az énépítés, önmegvalósítás sokféle folyamatában, a morális klímaváltozás alakításában, abban, hogy szebben, jobban, igazságosabban élhessünk – ez az érték-etika első és általános világproblémája. Ennek tisztázásához, megismeréséhez szükséges meghatározni, hogy mi az, ami még nem erkölcs, de az erkölcs feltétele. Hogy melyek az erkölcs természeti és társadalmi feltételei melyek nélkül nem létezhet erkölcs. Meg kell határozni az erkölcs, az etika, a morál stb. fogalmát, s hogy az erkölcs, az etika, az erkölcsstan mihez kötött, milyen társadalmi szférákban érvényesül. Látni kell az ontológiai – lételméleti – alapjainak körvonalait, köztük azt, hogy miben van az ember lényege, hogy a Homo Sapiens erkölcsi lény is, ha nem viselkedik erkölcsi lényként, akkor is lehet fenség (Ady), de akkor erkölcsi nulla, például ha elégeti a zsidókat (holokauszt) de az, aki az erkölcsi nullának szobrot emel az is erkölcsi e tettében nulla, nem lehet se érdem, se erény. Tehát elemezni lehet és kell az erkölcsi – dolgok, viszonyok – tulajdonságok jellemzőit, világban a jó és a rossz világát, mértékét. Tisztázni kell az erkölcs és az emberi megismerés viszonyát, az erkölcsi szocializáció működését, a múlt értékének átörökítését a családban, iskolában, kortárs csoportokban, a munka és a közélet világában. Hogy az erkölcsi értékek hogyan integrálódhatnak a civilizációban, a társadalom kulturális, politikai, gazdasági, tudomány alrendszerében, intézményeiben vagy nem, vagy kevésbé, mert kevés bennük az olyan egyén, aki erkölcsi lényként magatart, viselkedik, szabadnak születik, de láncon van.

- a) Az erkölcs természeti feltételei (vázlat)
Az ösztönök az-az ember-erkölcs legalapvetőbb természeti feltételei. Az állat legalapvetőbb ösztöne az önfenntartási ösztön, melyet az etika történetében többször hamisan

azonosították az önszeretettel, az élvezetkereséssel, az önzéssel, a haszonnal, ami pedig már gazdasági viszony. Ide tartozik a fajfenntartási ösztön két megnyilvánulási formája a nemi ösztön és az utódok gondozásának ösztöne az anyai ösztön. Igen fontosnak tartják a biológusok és a szociológusok a szociális ösztön kialakulását, az emberek összetartozási érzését, magatartási készségeit, az embernél kialakuló ösztönöket – nem ösztönöket – önuralmat, életszükségleteket, mint emberi jelenségeket.

Az érzetek melyek az erkölcsi megismerésben, cselekvésben nagy szerepet játszanak: az öröm, a szomorúság, a félelem és az igazságérzet (Spinóza, Hobbes). Ám, az amit az állat érez, erkölcsi tartalma nincs, de az állatnál is megtalálhatunk olyan érzelmeket mint a szeretet, gyűlölet, féltékenység, hűség, szimpátia. A többi érzelmek viszont társadalmi jellegűek, lehetnek hasznos vagy káros szükségletet kielégítők stb.

A szenvedélyek emberi jellege. Itt már teljesen emberi birodalomba léptünk. Igaz, a szenvedély is lehet érzelem: szerelem, barátság, dicsvágy, féltékenység, büszkeség stb. A szenvedély mindig valamilyen célra vonatkozott például a gyermek szeretetre, szülők iránt érzett szeretetre, a hazaszeretetre. Hamis illúziókkal együtt járó szenvedélyek nem vezetnek célok eléréséhez, s erkölcsileg károsak, tönkreteszik az embert.

- b) Az erkölcs társadalmi feltételei. Erkölcsről csak emberi társadalomban lehet beszélni. az emberi társadalom kialakulásától kezdve még nem beszélhetünk mai értelemben vett erkölcsről. Vannak az erkölcs kialakulásának olyan feltételei, mint a munka a nyelv, az emberi megismerés bizonyos foka, az érdek, valaminő társadalmi szükséglet kielégítése. Beszélhetünk gazdasági, politikai, erkölcsi érdekről, vélt érdekről, érdekeltségről,

erkölcsi szokásokról. Vannak szokások, amelyek mögül az érdek teljesen kiveszett, más jellegű érdekek tolódnak a szokások mögé. Ide tartoznak a divat, az illem, az etikett.

- c) Az individuum és az erkölcs
Individuumról, az egyéniségről akkor beszélhetünk, amikor az emberek céljai és kívánságai egyénenként differenciáltakká válnak, az emberek tulajdonságai különböznek, egészen más a motívumuk szerepe az individuumnál, amikor az individuum az igazi társadalmi, erkölcsi lény, amikor az individualitás kapcsolatban van az emberi öntudat megjelenésével. Ez az emberiség fejlődésének soha el nem pusztítható, nagy vívmánya („vagyok, mint minden ember fensége” Ady)
- d) A voltaképpeni erkölcs. A cselekvés erkölcsi tartalma, tényezői
Az erkölcsi viszony, az egyes ember gyakorlati viszonya: osztálya, rétege, társadalma, az emberiség érdekeihez, szokásokhoz, követelmények összességéhez. Az erkölcs: gyűjtőfogalom, az erkölcs fő oldalai a következők: 1. az erkölcsi tevékenység, az emberek magatartása, sajátos módon motivált tettei, 2. az emberek erkölcsi viszonyai, a magatartásának az erkölcsre jellemző szabályozásmódja, 3. az erkölcsi tevékenység és az erkölcsi viszonyok az erkölcsi tudatban tükröződnek és rögzülnek, az erkölcs a társadalmi tudat egyik fő formája. Az erkölcsöt nem tekinthetjük különálló szférának – mint például a gazdaságot vagy a politikát, - hanem jelenségnek, értéknek, tevékenységnek, viszonyoknak, tudatformának, mely minden szférában, minden emberi viszonyban jelen lehet és eminens, a valóság minden szférájára jellemző, sokféle területen, s módon működhet az ember, mint erkölcsi lény! Ezek, mint összefoglaló értékek, erkölcsi kódexek funkcionálhatnak, mint etikák,

kifejeződhetnek mind cselekvésekben, döntésekben, kutatásokban.

Az erkölcs jellemzője: az egyéni – társas szükségletek, vágyak, törekvések alapvetése a társadalmi követelményeknek, szabályoknak. Ez az alkalmazkodás nem önkéntes és nem megy végbe harc nélkül, az értékválasz alapján jön létre az individuum, az egyén, mint erkölcsi lény. Az erkölcs sajátossága az állhatatosság és „az egyén karakter ereje”. Karaktererő nélkül nincs erkölcsi magatartás. Az egyén karakterereje jellemvonásainak olyan akarati tulajdonságaival függ össze, mint: önuralom, kitartás, bátorság, illetve kishitűség, gyávaság, vakmerőség. A jellemet alkotó tulajdonságok a személyiség értékelése az erkölcsi nevelés tárgyát képezhetik, mint magatartásértékek. A jellemet alkotó tulajdonságok értékképző fogalmak. Az erkölcs fontos jellemzője az a funkció melyben megtörténik az erkölcsi elvek – értékek – kategóriák – normák – szabályok – lebontása mindennapi és nem mindennapi életvilágban élő és viselkedő emberek cselekedeteire, ez a lebontás az erkölcs alapvető gyakorlati funkciója. (Szabadság – egyenlőség – testvériség, a plurális demokrácia, a piacgazdaság, az igazságosság, az emberi méltóság stb. értékek lebontása hívószavakká, elérhető célokká, etikákká, erkölcsi kódexekké). Az elvont normák, konkrét normák értéke – mértéke emberi szükségleteket kielégítő ereje nem ugyan az, az embernek meg kell ismernie, találnia, választania mi és hogyan tartozik rá egy-egy konkrét szituációban. Fontos a megismerés, tanulás, az okosság, a műveltség az „alkalmazási képesség” kultúrában, politikában, a munka és magánélet - közélet világában, tudományban, művészetben, ezen szférák etikájában. Az erkölcs napról napra átforgalmazza életünket és ez konkrét cselekedetekben, normákban kell, hogy testet öltözzön. A mindennapi élet a konkrét normák érvényességének területe nem más, mint szokásrendszer az etika síkján. Ám a társadalomnak nincs egységes szokáserkölcs (elidegenedési jelenségek, réteg jelleg, úr – szolga viszony, mohóság stb.) Mindennapi élet négy legfontosabb erénye: szótartás,

igazmondás, hála és az elemi hűség. Ezekre az erényekre az etikusok, az erkölcsstan tanítói joggal hívják fel figyelmünket. Az individualitás mindennapi etikája is részben már nem mindennapiból táplálkozik, ami túl van az egyén mindennapi életvilágán, fenn van a társadalom – kulturális, politikai, gazdasági stb. alrendszereiben, abban integrálódhat, mint közjó, közérdek, közérték, közintézmény. Az értékeket, normákat, az erkölcsi fogalmakat az egyed mindig a világból meríti, melybe beleszületik, amelyben él. Egy elidegenedett világ erkölcsé tehát mindig elidegenedő, attól függetlenül, hogy az élet mely szférájában teszi ezt, ám a különböző szférák erkölcsé egységének megteremtése igen nagy – nehéz és lassú folyamat „ember küzdj és bízza bízál”. Az erkölcsnek így két oldala van, csak ez a két oldal együtt az erkölcs. Az egyik oldal az erkölcsi szokások és uralkodó normák (értékek) korábbi korok kialakította, a jelenkorban érvényes szövevénye. A másik az egyes ember erkölcsi érzéke, az a belső érzék, mellyel e szokáshoz és normákhoz viszonyul, a moralitás. Erkölcsi érzéke minden individuumnak van. Akinek tettét erkölcsi érzék motiválja, az moralitás alapján cselekszik. Az egyes ember morális fejlettsége annál nagyobb minél inkább a jó determinálja célját. Kant szerint moralitás nélkül nincs erkölcs és erkölcsös tett, hogy minden emberi cselekedetben a jó célkitűzésének is benne kell lennie. Tehát minden ember lehet jó ember. Ám ha az erkölcsi lény: vétkes, bűnös, életellenes, egoista, önző, erkölcsellenes, tisztességtelen, igazságtalan módon viselkedik, mit ér, mint Homo sapiens?

ERKÖLCS, MORÁL, IDENTITÁS

Az emberi közösségeknek saját identitásuk, csoport-individualitásuk van és ma is ez a leghatékonyabb tényezője az emberi szocialitásnak, az altruizmusnak, olyan viselkedés, amelynek során valaki egy másik személy érdekében cselekszik, hisz az ember, társas lény. Sokféle részmechanizmusa van a csoportidentitás kialakulásának, ezek három kategóriába sorolhatók. Elsőbe azok,

amelyeknek működését a „kulturális normák”, viselkedési szabályok fejezik ki. A másodikba a normákat fenntartó biológiai mechanizmusok tartoznak (érzelme, imitáció). A harmadik csoportba történő azonosulás a morál, a lojalitás tartozik ide, amelyek a genetikai, erkölcsi, pszichológiai altruizmust szabályozzák. Itt lép be a csoportidentitást biztosító mechanizmusba az erkölcsi elvek, erkölcsi érték kategóriák (a morál az erkölcsiség, az erkölcsi magatartás, erkölcs tan vagy etika) elfogadása. Itt válaszolható meg az a kérdés, hogy mi köze van az erkölcsnek a csoport és az egyén egymáshoz történő azonosulásához, ami létrehozza a moralitást, benne a morális klímaváltozást. Az erkölcs első fokozata az, amikor a szabályokat a csoport kényszerei miatt tartják meg (például a megélhetési kényszer a XX. századi Jászunság településeiben, falvaiban). Második fokozatán az erkölcsöt kényszerítő szankciókat a csoporton (falun) kívülre, ősszakra, büntető szellemekre, isteni akaratra vezetnek vissza. A harmadik szakaszban jelenik meg a belső meggyőződésen alapuló erkölcs, a humán (emberi) „viselkedési-komplex”

Morális klímaváltozás és az etikák

A Föld-etika meghatározása szerint jó az, ami segít megőrizni az élő közösségek egységét, stabilitását és szépségét; rossz, ha nem így cselekszünk. De miféle föld? Miféle etika: illő tisztázni ezt. A föld szónak három értelme van. A Föld-etika először is a glóbusz megmentésére szólít fel. Ez az egyetlen hely, ahol az élet csodája zajlik. Másodszor a föld egy helyre utal: a falu határát jelenti, a törzs szállásterületét, a nép hazáját, a tájat, ahol otthon vagyunk, a hon védelmét jelenti. Harmadszor a termőföld védelmét jelenti, a megélhetésünk alapját képezi. A Föld-etika így egyszerre lehet globalista – univerzalista, Jászunk érték, személyes és természetközvetítő érték. Magyarország meghatározó értéke a föld, a föld-etika, sajnos – káros, hogy a földből származó javak értékek mostanában kevésbé értékesülnek.

A víz-etika a Föld nagy részét borító, az élethez nélkülözhetetlen folyadékkal foglalkozik. Nagyon értékes szerteágazó dolgokkal, természeti – társadalmi viszonyokkal és tulajdonságokkal foglalkozik, az ember és intézményvilága a víz értékeinek megőrzésében, gyarapításában, jó működtetésében. Magyarország energetikailag teljesen önellátóvá válhat – nyilatkozta Oláh György a Nobel-díj átvételekor – sőt akár képes lesz energiát is exportálni, ha megfelelően hasznosítja termálföld kincsét. Az Alföld alatti gázmezők és főként meleg vizeink szénhidrogén-tartalma akkora kincset jelentenek, hogy az megváltoztathatja jövőnket, és energiaforrások tekintetében tényleg önellátókká válhatunk.¹³

A víz-etika témája lehet: a tenger vize, mint földrajzi egység; Európa vizei, Magyarország vizei – Duna – Tisza – Dráva – Balaton stb; árvíz, ivóvíz, fürdővíz; helyiségek – települések vízellátásának kezelése – megfelelő bánásmódja (jó – rossz, hasznos – káros); víznek az életműködés, valamely tevékenységéhez való racionális kreatív felhasználása; vízgazdálkodás, víz hasznosítás etikája és kártételei elleni tevékenység – jó cselekvés, viselkedés ezek tisztelete értékelése megbecsülése; turizmus, gyógy mód, orvosi kezelés; a vízhiány (szárazság) vízbőség (áradás) kezelése; vízi – atom erőmű, vízi közlekedés, Szolnok a Tisza fővárosa ennek értékei etikája.

A teológiai etika megújítása mellett érvelő kutatók arra hivatkoznak, hogy amióta ember van, a „legyen” is van, hogy az élő rendszerek axiológiai (értékelő) rendszerek, mert minden élőlény legalapvetőbb képessége, hogy felismerje a fennmaradása és megújulása jó és rossz körülményeit és viselkedését képes szabályozni. Amit erkölcsön értünk az maga is része az élő világ szabályozásának. Így az erkölcsi megítélés alá eső tényezők: az emberi közösségek, az élőlények társulása, maga a föld, a víz, levegő, tűz melynek létén – egységén – mértékén (értékein) múlik az élet minősége, fennmaradása (a megyei érték világ és annak értékelése, újratermelése a Jászunságban mostanában került a „legyen” előterébe).

Minden társadalmi rend, a múltjából él, múltját nem lehet eltemetni, be kell vallani, értékeit át kell örökíteni, fel lehet dolgozni, kutatni, hogy mi „legyen” értékelő tevékenységnek kell alávetni (múzeum, levéltár, könyvtár, iskolák, település – várostörténelmi – szociológiai műhelyek, döntéshozó – egyes dolgokat megszüntető, újat építő intézményeket létre kell hozni – kutató, döntené tudó, építő intézmények működését etikai értékelő (jó, rossz) megítélés alá eső értékek.

Felelősség – etika, a felelősség vállalásához köti az emberi cselekvést, válaszokat arra a kérdésre, hogy felelős-e az ember tetteiért, azért amit tett, s azért amit nem tett, de tennie kellett volna? Több-e az erkölcsi felelősség, mint ami az emberi világban létező, univerzumhoz, globalizációhoz, hazánkhoz – Jászkunsághoz, jövőnkhez, amit tudunk, s amit nem tudunk ahhoz kötött? A felelősség problémája a következő kérdéseket öleli fel: képes-e az ember teljesíteni a vele szemben támasztott követelményeket; mennyire helyesen fogta fel és értelmezte ezeket a követelményeket; meddig terjednek cselekvési követelményeinek határai; felel-e az ember a kívánt eredmény eléréséért és cselekvéseinek azon következményeiért, amelyeket külső körülmények befolyásolnak, előre láthatja-e ezeket a következményeket.

A felelősség-etikai kategória, amely az egyénnek a társadalomhoz való viszonyát jellemzi. Az erkölcsi felelősség az egyén erkölcsi tevékenységének és kötelességeinek viszonya, az egyén lehetőségeinek szempontjából vizsgálva. Az erkölcsi felelősség mértéke függ a tömegek társadalmi aktivitásától, az emberek tudatosságától, az ember reális erkölcsi szabadságától, a szabadság megvalósulásának egyik eleme, a személyiség többoldalú fejlődésének függvénye, az ember önmegvalósulásának értékmutatója. Az erkölcsi felelősségre vonásban elsődleges mindig a társadalmi érdek marad, de nagy szerepet játszik a bűnös egyén karakterének, jellemének megváltozása is. Az erkölcsi jellem nagyon fontos etikai érték, ami a magatartásban

nyilvánul meg, a személyiség erkölcsi értékelése alá eső és az erkölcsi nevelés tárgyául szolgáló erkölcsi tulajdonságainak összessége. Erkölcsi felelősségre vonás az, amikor az, az ember erkölcsi lényére vonatkozik (az ember erkölcsi lény). Felelősek csak azok a szubjektumok lehetnek, akik az erkölcsöket, a törvényeket életben tartják, támogatják és érvényesítik, azok, akik ezt nem teszik, például a politikai rendszert nem ezekre az értékekre építik – alapozzák, előbb-utóbb megbuknak, mint például Róma és Cézár. Az embernek viszont van lehetősége arra, hogy mást is tegyen, mint amit tett, tette, viszonya erkölcsiségének mércéje. Ezért van jogunk hasznos és káros, jó és rossz tetről, jó és rossz emberekről is beszélni s tudni mi a helyes, igazságos cselekvés.

HATALOM-ETIKÁJA, POLITIKA-ETIKÁJA, KORMÁNYZÁS ETIKÁJA. (Vázlat)

Nagyon fontos lehet egy világváltás makró és mikro szerkezetének gyökeres átalakítási folyamatában és a tudomány paradigmaváltásának megteremtésében vizsgálni – elemezni a hatalmat, mint erkölcsi problémát, a politika erkölcs világát, a kormányzás etikáját!

A hatalom és az etika világa

Azok az egyének, akik a politikai hatalom világába kerültek manapság szembesülni kénytelenek azzal a nyugtalanító úrral, amely a politikai hatalom helyén tátong.¹⁵ Például, kilátástalan az ökológia helyzete a politikában: a zöld követelések ellentmondásban állnak a hatalom, a tudás és a vagyon újraelállítását szabályozó rendszer működésének logikájával, a túlnyomó többség akaratával. A többség ugyanis a fennálló rendszerben az uralom adott rendjét akarja az ökológia világában is (környezetvédelmet) és nem az aranybánya kitermelését, ami cián mérgezését hozta a Tiszába, itt a gazdagodási haszonérdek szembekerült a közjót szolgáló értékkel a Tisza víz értékvilágával, életvilágával. A ma fejedelmei nem érdeklődnek a hatalom természetrajza, erkölcsisége iránt (mint volt

Machiavelli), nem akarnak tükörbe nézni bárki is tartja azt eléjük, márpedig számos mértékadó szakember megítélése szerint a hazai gazdasági – demokratikus deficitünk egyik alapvető oka az, hogy a politika, a hatalom, a kormányzás nem épült a közjót szolgáló erkölcsre, etikára, mint például Amerikában, ahol az erkölcs megelőzte a politikát, hívó szó lett az igazságosság, a jólét (létbiztonság), a plurális demokrácia, a béke, ott mindez alkotmányban megkövetelt norma lett. Itt a hatalom, a politika, a (jó) kormányzás nem szerepelt, mint erkölcsi – etikai probléma, mint probléma megoldás (politológiája – etikája – pszichológiája), sem úgy, mint a hatalom anatómiájának, a hatalom stratégiájának része, taktika és etika itt nem járt egy úton. Ha a győztes itt mindent visz és az ember csak annyit ér, amennyije van, ott a hatalom, a politikai rend nem etikai, ott nagyon nehéz embernek erkölcsi lényként viselkedni, itt-ott erkölcsileg nullává válhat az én, s fel van adva a lecke a politikának. Ugyanakkor sokan vannak, akik többet és mélyebben akarnak látni – tudni (fecseg a felszín s hallgat a mélynél) a politikai hatalom jelenségeiről, a hatalom anatómiájáról, az emberi lét határhelyzetéről, ahol a rend és a káosz, ahol elkezdődik a harc az új modernebb fejlettebb rendért, (ahol a hatalom szüli a rendet). A politika, mint a hatalom és etika közegén túl a közösségi együttélés jó világa is lehet, (nemcsak a mindenki mindenkinek farkasa). Egyedüli lehetősége az embernek, hogy másokkal együtt cselekedjék, ezáltal magában és másokban létrehozza a rendet. A politika pedig azért képes olyan erővel hatni az emberekre, mert rendet és értelmet visz a cselekvésbe. A társadalmat működtető rendben, aki a tudatot uralja az a rend őre és biztosítéka, az lehet az állam. Az állam pedig nemcsak politikai, hanem érzelmi, lelki, etikai kötelékekkel fűzi össze egységbe tagjait.

POLITIKA ÉS AZ ERKÖLCS – AZ ETIKA ÉS POLITIKA

Politikai tevékenység minden olyan cselekvés, amelyet egy adott integráció (polisz, állam,

osztály, réteg) érdekében mi tudattal hajtunk végre. A politikai tevékenység – a szó szűkebb értelmében – mindig a hatalomért folytatott tevékenység. Egy bizonyos erkölcs mindig hozzátartozott minden egyed reprodukciójához. Minden társadalmi osztálynak, rétegnek van erkölcs. (Az urak erkölcs és a szolgák erkölcs, két különböző erkölcsstípus, értékmagatartás, értékelmélet). Az első az „urak” fájában vagy „kasztjában” alakul ki, a második pedig az alávetettek, a „szolgák” között. De korántsem minden társadalmi réteg egyenlő intenzitással politizál, a kollektív öntudat szintjén válnak politikailag tevékeny tényezővé, például a gazdasági –szociális konfliktusokban, figyelembe véve azt is, hogy az egyén szocializálódása folyamatában vált-e politikai lénné – vagy nem. Vagyis miként „készül el” az egyén politikai tényezővé, milyen külső és belső hatások eredőjeként jut el oda, hogy a politikai cselekvés alanya, politikai intézmények aktora lehessen. Az ember, mint biológiai lény „félkész” születik, lassú időszak, sokszálú – családi, iskolai, munkahelyi stb. folyamat – tanulás, nevelés, genetikai örökség szükséges, hogy az egyén alkalmas legyen politikai tevékenységre, vezetői politikai munkára, döntések meghozatalára. A vezetői politikai tevékenység sohasem végezhető csak mindennapi tudattal, e tevékenység (döntés) túllépi a mindennapi élet (család) körét és behatol a társadalom valamelyik feljebb lévő alrendszerébe – intézményébe (politika, jog, gazdaság, oktatás, egészségügy, állam stb.) ott derül ki, hogy az milyen hatással van mások mindennapi életére. A modern társadalmakban (Jászkunságban is) az intézmények egész légiója (iskola, munkahely, önkormányzat, könyvtár, levéltár, múzeum, háziorvos, egyház, rendőrség, bíróság stb.) szerepet játszik a mindennapi életvitelben, ha etikailag is jól integrálódik, ha ezek egymáshoz is kötődnek, együttműködnek, jól szabályozzák az emberek magatartását. Fontos itt a politika, együttműködése, elosztás,¹⁷ az osztozkodás, a tulajdon, a csere, a munkamegosztás funkcióival való tevékenység, ezek kormányzása – érdek – érték vezérlése (az állam). A rangsor,

a státusz, a ritualizált agresszió fontos eleme a csoportok – intézmények politikájának, etikájának, amelyek mindig a javak elosztása, az együttműködés, szövetségek alakítása (vagy hiánya – harca) a hatalom gyakorlása körül forog. Tény, hogy ezek a társadalmi alrendszerek többnyire nem valódi közösségként működnek, hanem egy- és többtagú csoportok szerveződéseiként, s kizárólag saját érdekből vesznek részt a szervezet működésében. Mindenki versenyre száll a hatalomért (választási – győzelmi kampány) őket kell megnyerni fényes ígéretekkel, vonzó szavakkal (igazságosság, jólét, biztonság, mennyország). Tehát: az

emberi közösségeknek saját identitásuk (azonosságuk van), ez hozza létre a jó moralitást, ám a nevezett nagy alrendszereknek ilyen nincs, ez megnehezíti az egyén és csoport (intézmény) egymáshoz történő azonosulását. Összefoglalva: az embernél a rangsor egyes helyeiért folyó versenyzés összefonódik a szabálykövetés, az együttműködés, az osztozkodás, a tulajdon, a csere a munkamegosztás funkcióival, és ez teszi az emberi csoportok életét olyan hallatlanul bonyolulttá. Igen fontos tehát a politika, a morális klíma és a hatalom központja a kormány.

Irodalomjegyzék

- [1.] Lányi András (2013): Tanulmány. Morális Klímaváltozás. Magyar Tudomány 2013/7
- [2.] László Ervin (2008): Milyen a mai világ erkölcsisége? Világvtáltás. 249. oldal A változás harmonikus útja. Nyitott Könyvműhely, Budapest
- [3.] Hankiss Elemér (2014): Elfecsérelt évtizedek. Figyelő 5152 45. oldal
- [4.] László Ervin (2008): Az erkölcsös cselekedet kritériumai és szabályai. Világvtáltás 154. oldal. Nyitott Könyvműhely Budapest
- [5.] Hankiss Elemér (2013): Elfecsérelt évtizedek. Figyelő 2013/51. 45. oldal
- [6.] Hankiss Elemér (1977): A morális univerzum. Az emberi kaland. Helikon Kiadó 107. oldal. A ráció és az erkölcs 141. oldal
- [7.] Hankiss Elemér (2005): Énünk mindennapi felépítése. Az ezerarcú én. Osiris Kiadó Budapest, 39. oldal; 230. oldal
- [8.] Hankiss Elemér (2005): A nagy átalakulás. Az ezerarcú Én. Osiris Kiadó Budapest 361-365, 374-381. oldal
- [9.] Hankiss Elemér (2005): Az önkonstrukció különböző szintjei. Az ezerarcú Én. Osiris Kiadó Budapest 499. oldal
- [10.] Heller Ágnes Az erkölcsről általában. A szándéktól a következményig. Magvető Kiadó Budapest 1976. I. rész 15-74. oldal
- [11.] Heller Ágnes (1970): Az erkölcs. A cselekvés erkölcsi tartalma, tényezői. A mindennapi élet. Akadémiai Kiadó Budapest 106-128. oldal
- [12.] Csányi Vilmos (2006): Erkölcs, morál, csoportidentitás. Az emberi viselkedés. Sanoma Kiadó Budapest 116. oldal, 104. oldal. 64., 67. oldal
- [13.] Oláh György (2013): Aki hisz „Magyarország feltámadásában” Figyelő 2013/51-52. 11. oldal
- [14.] Etikai kislexikon (1967): Jellem. Kossuth Könyvkiadó 142. oldal
- [15.] Csepeli György (2013): A hatalom anatómiája. A hatalom és az ember 9-27. oldal. Kossuth Kiadó
- [16.] Heller Ágnes (1970): Politika és az erkölcs. A mindennapi élet. Akadémiai Kiadó Budapest 1970. 191. oldal
- [17.] Csányi Vilmos (2006): Az emberi viselkedés, Sanoma Könyvkiadó, Budapest, A humán, viselkedési – komplex 64-67. oldal.

Elek Nóra Ilona

A szakszervezetek hanyatlása az olsoni csoportelmélet szemszögéből – szakirodalmi összefoglaló

Nóra Ilona, Elek: Olson's Group Theory and Trade Union Decline: A Literature Review

Abstract

According to Mancur Olson, organization of large groups providing collective goods would not be hampered in spite of free-rider problem if membership is compulsory and/or selective incentives are offered. As usually closed shop is illegal, it is a key question for economists why employees should join a trade union despite the costly membership fees, if they can benefit from public goods (such as higher wages, better working conditions, etc.) regardless of his or her membership. What factors can justify trade unions' attractiveness today?

Keywords: trade union, union density, collective action, free-riding, selective incentives.

ÖSSZEFOGLALÓ

Mancur Olson nyomán tudjuk, hogy a kollektív javakat nyújtó nagy csoportok megszerveződését akkor nem gátolja meg a potyautas magatartás, ha működik a kötelező tagság intézménye és/vagy vannak szelektív ösztönzők. Mivel általában a szakszervezeti tagságot illegális a foglalkoztatás feltételeként előírni, a közgazdászok számára érdekes kérdés lehet annak vizsgálata, hogy miért is csatlakozna egy egyén a szakszervezethez a költséges tagdíjak ellenére, ha a tagságra való tekintet nélkül részesülhet a szervezet által nyújtott közjavak (például magasabb munkabérek, jobb munkakörülmények) hasznából. Mi indokolhatja a szakszervezeti tagság vonzerejét napjainkban?

Kulcsszavak: munkavállalói lobbizás, szakszervezeti sűrűség, kollektív cselekvés, potyautas magatartás, szelektív ösztönzők.

BEVEZETÉS

A szakszervezeti mozgalom nagyságát leíró alapvető mutató a szakszervezeti sűrűség, amelynek alakulását, meghatározó tényezőit számos tanulmány vizsgálja. Olson melléktermék elmélete szerint a kollektív

javakat nyújtó, nagy csoportok akkor létezhetnek, ha működik a kötelező tagság intézménye és/vagy szelektív ösztönzőket nyújtanak a tagoknak. Általában a szakszervezeti tagságot illegális a foglalkoztatás feltételeként előírni, ezért a fő kérdés, hogy mekkora a szelektív ösztönzők szerepe a tagság alakulásának magyarázatában.

1. A kollektív cselekvés problémái és a csoportméret

Sokan úgy gondolják, hogy ha az egyének saját érdekeik realizálására törekednek, akkor, ha az egyének egy csoportja közös érdekekkel rendelkezik, a csoportot alkotó egyének is csoportérdekeik realizálására törekednek. Ezzel a kérdéssel először a politikatudósok foglalkoztak, ők dolgozták ki a hagyományos csoportelmélet alapjait. Képviselői (például Bentley, Truman és Latham) szerint az érdekcsoportok mindenütt jelen vannak, hiszen természetes, hogy a közös célok megvalósítása érdekében az egyének szervezeteket hoznak létre. Nézetük alapja, hogy a magáncsoportok, magántársulások létrejötte a társulási ösztön vagy valamilyen funkció ellátásának köszönhető. Olson [1965/1997:13-87] erről teljesen másként gondolkodott, és a piacon működő vállalatok, valamint az adófizetők és az

állam közötti viszony analógiáját felhasználva felfedezte, hogy nagy csoport esetén az egyedi szereplők csoportérdekeikkel ellentétesen cselekszenek. Nem feltétlenül igaz tehát, hogy az egyéni érdekek egybeesnek a csoportérdek megvalósításával, és ennek oka, hogy a kollektív cselekvésből eredő haszon nagy része közjószág. Olson [1965/1997:13-71] a költség-haszon elemzés keretei között megállapítja, hogy mivel a többi csoporttaghoz képest a legnagyobb hasznot húzó egyén vagy egyének által beszerzett közjószág a csoport minden tagja számára elérhető lesz, így a preferenciák feltárása többé nem érdek, a közjószág szintje elmarad az optimumtól és a költségek elosztása önkényes lesz. A közjószág optimálistól elmaradó keletkezését már több közgazdász leírta korábban, köztük Samuelson [1954:389] is.

A hagyományos csoportelmélet szerint a kis és nagy csoportok csak fokozatilag és nem minőségileg különböznek egymástól. Olson [1965/1997:72-87] szerint azonban a kisebb és a nagyobb csoportok működése alapvetően más elveken nyugszik, mivel nem azonos vonzerőt gyakorolnak a tagokra és nem is egyformán hatékonyak, tehát minőségi különbség van közöttük. A kísérleti csoportok azok, amelyekben működnek a gazdasági ösztönzők, mivel legalább egy tag személyes nyeresége meghaladja a közjószág beszerzésének összköltségét, így biztosítanak valamennyi közjószágot.

Emellett a társadalmi ösztönzők (presztízis, tisztelet – individuális javak) is hatnak, mivel a tagok közvetlen kapcsolatban állnak egymással. A nagy csoport tagjai viszont nem szenvednek a társadalmi presztíztől, ha nem hoznak áldozatokat a csoportérdek realizálásáért, és racionálisan azt gondolhatják, hogy hozzájárulásuk elhanyagolható mértékű, így nem befolyásolja érdemben a közjószág beszerzését. Olson [1965/1997:72-87] szerint a nagy, latens csoportok nem fognak megszerveződni, csak azért, mert mint csoportnak, okuk lenne erre. Ennek megfelelően két külön elméletet dolgozott ki a kis és a nagy csoportok viselkedésének

leírására, a különérdek és a melléktermék elméletet.

A különérdek-elmélet (special interest theory) szerint az üzleti érdekek azért tudnak jól megszerveződni, mert az iparágak általában kevés számú vállalatot foglalnak magukban, azaz kis csoportot alkotnak. Általában a lobbizás mellett nem kollektív szolgáltatásokat is nyújtanak a tagoknak: kereskedelmi statisztikák nyújtása, vásárlók hitelminősítése, stb. Azonban az üzleti szféra egésze (latens csoport) nem jól szervezett, és mint érdekszövetség nem igazán hatékony. Ezt mutatja, hogy az üzleti lobbyszervezetek sikeresen harcolnak az olyan különérdekért, mint az adózási kiskapuk, kedvező vámok vagy szabályozási intézkedések, de nem tudják megátolni például a szociális és jóléti törvények bevezetését.

A nagy gazdasági érdekcsoportok létezését Olson [1965/1997:164-177] a melléktermék-elmélettel (by-product theory) magyarázza.

2. A melléktermék-elmélet

A fő kérdés, a puzzle, hogy hogyan sikerül legyőzni a nagy csoportokban felmerülő problémákat és hogyan valósul meg az érdekek megszerveződése.

Olson [1965/1997:164-168] a nagy érdekszövetségek melléktermék-elméletében kifejti, hogy a racionális egyén két okból nem csatlakozik egy nagy, latens csoporthoz: nem tudja befolyásolni a kollektív jószág beszerzésének sikerességét, valamint a potyautas magatartás miatt. Mégis létrejönnek szervezett, nagy gazdasági csoportok, ami azért lehetséges, mert kényszerrel vagy pozitív szelektív ösztönzők segítségével sikerül mobilizálni a latens csoport politikai hatalmát. A lobbizás tehát csak mellékterméke más (társadalmi és/vagy gazdasági) feladatok ellátásának. Olson [1982/1987:46-52] a szelektív ösztönzők két fajtáját különbözteti meg: negatív és pozitív. A negatív jellegű ösztönzők a veszteség, az adóztatás, a büntetés vagy a szakszervezeteknél a tagdíj. Pozitív szelektív ösztönzők a kedvező biztosítási szerződések, a téli bálók szervezése, a csoportos repülőjegyek és egyéb magánjavak.

Ezen ösztönzők lényege, hogy megkülönböztessék azokat az egyéneket, akik cselekvésükkel hozzájárulnak a közjószág megszerzéséhez, a kollektív célhoz azoktól, akik nem.

3. A munkavállalói lobbival megalakulása és a növekedését elősegítő tényezők

A munkavállalók érdekszervezete talán az egyik legfontosabb gazdasági érdekcsoport. Manapság már nagy országos szervezetek léteznek, többszázazres tagsággal. Azonban a szakszervezeti mozgalom kezdetekor – Olson 1965-ös elméletével összhangban – sok kis, helyi érdekelttségű, független szakszervezet jött létre, amelyek csak jóval később nőttek ki magukat nagy, országos szervezetté. Az általuk nyújtott kollektív javak a magasabb bérek vagy a jobb munkahelyi körülmények, emellett a társas érintkezés lehetőségével vagy különböző biztosításokkal, mint nem kollektív társadalmi javakkal is képesek vonzani a potenciális tagokat [Olson 1965/1997:88-107]. Ha egy kis, helyi szakszervezet létrejön, akkor érvényesül egy ösztönző erő, amely a teljes szakma vagy iparág megszervezésére irányul. Például a munkáltató nem fizethet magasabb bért a munkásainak az iparág többi vállalatához képest, mert az a jövedelmezőségét csökkenti, és csődhelyzetbe is kerülhet, illetve a sztrájkörök fenyegetése is jelen van, ha nem szerveződik meg az egész iparág. De ez még kevés lenne ahhoz, hogy rábírják a tagokat a csatlakozásra. Hiszen a racionális egyén nem áldoz erőforrásokat egy olyan kollektív jószág megszerzésére, amelynek hasznából nem zárható ki. A szakszervezetek növekedéséhez pusztán egy ideológia követése kevés lenne. Olson [1965/1997:88-107, 1982/1987:43-70] szerint négy tényező tette lehetővé azt, hogy a munkavállalói lobbival sikeres legyen. Az első négy negatív szelektív ösztönző.

- a kötelező tagság (zárt üzem),
- a kötelező tagdíjfizetés,
- a sztrájkörtség, amihez szorosan kapcsolódott
- az erőszak, a társadalmi nyomás és a megfélemlítés,

- és végül az olyan pozitív jellegű szelektív ösztönzők is fontos szerepet játszanak, mint a társas összejövetelek, a különféle biztosítások, a munkajogi viták során nyújtott segítség, a betegségi segítség, a nyugdíjsegély, stb.

4. A szakszervezeti mozgalom hanyatlásának okai

A szakszervezetek meghatározó politikai befolyással bírtak, azonban ahogyan Charlwood [2003:1] megállapítja, közel két és fél évtizede hanyatlásnak indultak a legtöbb ipari országban. Egyesek szerint ennek fő oka a munkavállalók szervezkedés irányában tanúsított megváltozott attitűdjében keresendő (egyesülési hajlam változása), mások szerint sokkal lényegesebb szerepe van a munkáltatóknak, akik megtagadták a megszerveződés lehetőségét (egyesülési lehetőségek változása) [Charlwood 2003:1-2]. Úgy néz ki, a szakszervezeteknek szükséges bizonyos értelemben újradefiniálni magukat [Addison – Schnabel – Wagner 2006:1-2]. Olson [1965/1997] érdekcsoport elméletéből az következik, hogy ha egy szervezet, nagy csoport elkezdi hanyatlani, akkor annak az lehet az oka, hogy a kényszer alkalmazása ütközik nehézségekbe, vagy a felkínált szelektív ösztönzők már nem megfelelőek, a potyázás problémája pedig súlyosabbá válik. Több tanulmány is szolgáltat erre empirikus alátámasztást a szakszervezetekre vonatkozóan, említeni lehet többek között Bryson [2006], Ebbinghaus és Visser [1999], Blaschke [2000] vagy Fitzenberger et al. [2006] kutatását. E munkák leírják, hogy a szakszervezetek kétféle jószágot nyújtanak: közjavakat és magánjavakat. A szakszervezeti alku tárgyát képező szolgáltatások, mint a magasabb bérek, a jobb munkakörülmények, a csökkentett munkaidő vagy a munkavállalói érdekvédelem, a közjavak tulajdonságaival rendelkeznek, mivel a fogyasztásban nem rivalizálók és a nem tagok alacsony költségű kizárása nem lehetséges. Emiatt ösztönzik a potyázást, azaz csökkentik a csatlakozási hajlandóságot. A közgazdászok számára egy központi kérdés megmagyarázni, hogy ha a

munkavállaló saját döntése a csatlakozás, akkor miért is lenne tag bármelyikük, hiszen a tagdíjak költségesek, viszont a szakszervezetből származó hasznok minden munkás számára elérhetőek, tekintet nélkül arra, hogy tagja-e a munkavállalói lobbinak vagy sem. Egy racionális egyén pedig nem fogja szűkös erőforrásait feláldozni, ha az előnyökből nem zárható ki. Egy kis csoportban könnyebb legyőzni a potyautas problémát, azonban arra már nehezebb magyarázatot találni, hogy hogyan létezhetnek kollektív javakat nyújtó nagy csoportok. Olson [1965/1997:164-166] melléktermék elmélete azt mondja, hogy kényszer hiányában szelektív ösztönzőket kell felajánlania a szervezetnek, s ezzel lehet elősegíteni a kollektív jószág mint melléktermék előállítását. Ugyanis, ha nincs kötelező tagság, akkor Olson [1965/1997:164-166] szerint a szakszervezethez való csatlakozásról szóló döntés annak függvénye, hogy az egyén hogyan értékeli a pénzügyi költségeket és hasznokat. Ezt fogalmazza meg Bryson [2006:2] is: ha a zárt üzem megszűnik, akkor a csatlakozási döntést a tagsággal járó nettó hasznok befolyásolják. A szelektív ösztönzők, mint a jogsegély, a panaszkezelés, a balesetbiztosítás és egyéb biztosítások, az oktatás és továbbképzés, a szakmai jótállás vagy kártérítés [Fitzenberger et al. 2006:4-5], a Moreton [1998, 1999] által külön elemzett nagyobb munkahelybiztonság, vagy az Akerlof [1980] által definiált társadalmi szokás (social custom) és a betartásával elérhető reputációs

hasznok [Booth 1985] olyan individuális javak, amelyek fontossá tehetik a szakszervezethez való csatlakozást. Booth és Chatterji 1995-ben megjelent tanulmányukban empirikusan is igazolták a magánjavak és a szakszervezeti sűrűség korrelációját a fizikai dolgozók körében Nagy-Britanniában.

5. A szakszervezeti tagságra ható tényezők empirikus vizsgálata

A szakszervezeti tagság az egyik mutatója a dolgozók kollektív cselekvésre való képességének. A szakszervezeti tagok közé csak a bérből és fizetésből élőket számítják. A tanulmányokban általában nem a szakszervezeti tagsággal, hanem a szakszervezeti sűrűséggel reprezentálják a szakszervezeti mozgalom erejét, ami a szakszervezeti tagok aránya a bérből és fizetésből élőkön belül [Visser 1991:98]. A szakszervezeti sűrűséget meghatározó tényezőket Ebbinghaus és Visser [1999:138-139] három csoportba sorolta: ciklikus tényezők, strukturális tényezők és intézményi tényezők. Schnabel [2002:11-12] irodalom-összefoglalójában megerősíti, hogy a tagságot elemző empirikus vizsgálatok általában e három tényezőcsoportra koncentrálnak. Ebbinghaus és Visser [1999] 1950 és 1995 között vizsgálták az 1. táblázatban látható nyugat-európai országok szakszervezeteinek növekedését és hanyatlását.

Elmozdulás	Növekedési periódus (1950-1975)	Hanyatlás periódusa (1975-1995)
Növekedés (>10%)	Svédország, Dánia, Norvégia, Írország, Nagy-Britannia, Belgium	Svédország, Finnország, Dánia
Stagnálás (+10% - -10%)	Ausztria, Nyugat-Németország, Hollandia	Norvégia, Belgium, (Nyugat)-Németország
Csökkenés (<-10%)	Svájc	Nagy-Britannia, Franciaország, Olaszország, Írország, Ausztria, Németország, Hollandia, Svájc, Görögország
Hullámok	Finnország, Franciaország, Olaszország	Portugália, Spanyolország

1. táblázat

A szakszervezeti mozgalom növekedési és hanyatlási periódusai és a szakszervezeti sűrűség fejlődése Nyugat-Európában 1950-1995 között

Forrás: Ebbinghaus és Visser [1999:138]

Megállapították, hogy „az intézmények számítanak”, vagyis a strukturális és ciklikus tényezők nem magyarázzák jól a szakszervezeti mozgalom szintjét és változásait, viszont jobban teljesítenek az intézményi tényezők. Az intézményi tényezők közül kiemelem – az olsoni elméletnek megfelelően – a zárt üzem és a Ghent-rendszer mint szelektív ösztönző hatását, valamint hozzákapcsolom néhány más szelektív ösztönzővel kapcsolatos kutatás eredményét.

A zárt üzem hatása. A zárt üzem azt jelenti, hogy az alkalmazottak számára világossá válik, hogy egy adott állást csak akkor tölthetnek be, ha tagjává válnak egy adott szakszervezetnek [McCarthy 1964:3]. A zárt üzemnek már kicsi a jelentősége, mert vagy törvénytelené vált vagy nagyon ritka, mivel általában elfogadott nézet, hogy a munkavállalónak joga van eldönteni, hogy akar-e szakszervezeti tag lenni vagy sem [Schnabel 2002:6]. Ebbinghaus és Visser [1999], valamint Blaschke [2000] kimutatta, hogy a kikényszerített tagság gyakorlata nem tudta megakadályozni a szakszervezeti sűrűség csökkenését a vizsgált európai országokban, illetve, hogy a törvényes kötelező tagság, például Írországban, nem kedvezett a szakszervezeti mozgalom növekedésének. Nagy-Britanniában viszont pozitív a kapcsolat a kötelező tagság és a szakszervezeti sűrűség között. Erre alapozta 2006-os tanulmányát Alex Bryson, amelyben a kényszer hiánya és a nem sikeres szelektív ösztönzők miatti potyautas magatartás problémáját elemzi.

A szelektív ösztönzők hatása. A szelektív ösztönzők segítségével egyénileg lehet hatni arra a munkavállalóra, aki hozzájárul a kollektív célhoz, és el lehet különíteni attól, aki nem tesz semmit a közös cél érdekében, így alkalmazásával vissza lehet szorítani a potyautas magatartást. A szelektív ösztönzőknél kiemelkedik a szakszervezet által menedzselt munkanélküliségi biztosítás, a Ghent-rendszer, ami erősen motiválja a tagokat arra, hogy szakszervezeti tagok legyenek és azok is maradjanak. Ebben a rendszerben az állam helyett a szakszervezet nyújt bizonyos jóléti szolgáltatásokat és támogatásokat (például munkanélküli segélyt). A Ghent-rendszert

alkalmazó európai országokban magasabb a szakszervezeti sűrűség és nem hanyatlott annyira, mint a többi európai országban [Ebbinghaus és Visser 1991, Blaschke 2000, Szabó-Morvai – Borbás – Vona 2010:64-65]. Booth és Chatterji [1995:364-356] öt szelektív ösztönző hatását vizsgálta: a szakszervezet tárgyalási képessége a fizikai körülményekkel, a dolgozók létszámával, a szervezeten belüli átcsoportosításával és a panaszkezeléssel kapcsolatban, valamint a szakszervezet befolyása a személyzet elrendezésére, azaz a menedzsereket korlátozó hivatalos szakszervezeti megállapodásokra. A dolgozói létszámra való hatást kivéve mindegyik szignifikáns volt és pozitívan korrelált a fizikai dolgozók körében megnyilvánuló szakszervezeti sűrűséggel. Moreton [1998, 1999] tanulmányaiban kiemelte még egy szelektív ösztönző szerepét: a munkahelybiztonság megnövekedését. Empirikusan alátámasztotta, hogy a szakszervezeti tagok állásbiztonsága nagyobb, kisebb valószínűséggel küldik el őket a munkahelyről. A szerző fő következtetése, hogy a kevésbé hatékony munkahelyvédelem és az alacsonyabb alkuerő a szakszervezeti sűrűség csökkenését vetíti előre.

KÖVETKEZTETÉSEK, ÖSSZEGZÉS

A szakszervezeti mozgalom létezésének magyarázatához értékes elméleti sarokkönek tekinthető Olson 1965-ben leírt melléktermék elmélete, amelyben a szakszervezetek jelenlétét két feltételhez kötötte: a kikényszerített tagsághoz és/vagy releváns szelektív ösztönzők nyújtásához. A kötelező tagság gyakorlatának hatályon kívül helyezése ellenére a potyautas magatartás sikeresen legyőzhető, ami azt mutatja, hogy a zárt üzem jelentősége kisebb, mint azt először feltételezni lehetett. A fennmaradó – bár kétségkívül hanyatló – szakszervezeti mozgalom azt sugallja, hogy vannak olyan tényezők, amelyek miatt érdemes csatlakozni a szakszervezethez. A jövőbeli kutatási irány a nyugat-európai országokat elemző tanulmányokhoz hasonlóan ezeket a tényezőket feltérképezni a poszt szocialista országokban.

HIVATKOZÁSJEGYZÉK

- [1.] Addison J. T. – Schnabel, C. – Wagner, J. (2006): The (Parlous) state of German Unions, Institute for the Study of Labour, IZA DP No. 2000.
- [2.] Akerlof, G. A. (1980): A Theory of Social Custom of Which Unemployment May be One Consequence. *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 94. No. 4. 749-775. p.
- [3.] Blaschke, S. (2000): Union Density and European Integration. *European Journal of Industrial Relations*, Vol. 6. No. 2. 217-236. p.
- [4.] Booth, A. L. (1985): The Free Rider Problem and a Social Custom Model of Trade Union Membership. *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 100, No. 1. 253-261. p.
- [5.] Booth, A. L. – Chatterji, M. (1995): Union Membership and Wage Bargaining When Membership is not Compulsory. *Economic Journal*, Vol. 105. No. 4. 345-360. p.
- [6.] Bryson, A. (2006): Union Free-Riding in Britain and New Zealand. *The London School of Economics and Political Science, CEP Discussion Paper No 713*.
- [7.] Charlwood, A. (2003): The Anatomy of Union Decline in Britain 1990 – 1998. *The London School of Economics and Political Science, London*.
- [8.] Ebbinghaus, B. – Visser, J. (1999): When Institutions Matter – Union Growth and Decline in Western Europe, 1950-1995. *European Sociological Review*, Vol. 15. No. 2. 135-158. p.
- [9.] Fitzenberger, B. – Kohn, K. – Wang, Q. (2006): The Erosion of Union Membership in Germany: Determinants, Densities, Decompositions. *Institute for the Study of Labour, IZA Discussion Paper No. 2193*.
- [10.] McCarthy, W. E. J. (1964): *The closed shop in Britain*. University of California Press.
- [11.] Mitchell, W. C. – Munger, M. C. (1991): Economic Models of Interest Groups: An Introductory Survey. *American Journal of Political Science*, Vol. 35. No. 2. 512-546. p. (Magyarul: Az érdekcsoportok közgazdasági modellje. *Századvég* (2004) 34. évf. 9. sz. 129-170. p.)
- [12.] Moreton, D. R. (1998): An Open Trade Union Model of Wages, Effort and Membership. *European Journal of Political Economy*, Vol. 14, No. 3. 511-527. p.
- [13.] Moreton, D. R. (1999): A Model of Labour Productivity and Union Density in British Private Sector Unionised Establishments. *Oxford Economic Papers*, Vol. 51, No. 2. 322-344. p.
- [14.] Olson, M. (1965/1997): *A kollektív cselekvés logikája*. Osiris Kiadó, Budapest.
- [15.] Olson, M. (1982/1987): *Nemzetek felemelkedése és hanyatlása. Gazdasági növekedés, stagfláció és társadalmi korlátok. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest*.
- [16.] Samuelson, P. (1954): The Pure Theory of Public Expenditure. *Review of Economic Studies*, Vol. 36. 378-389. p.
- [17.] Schnabel, C. (2002): Determinants of Trade Union Membership. *Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg, Lehrstuhl für Arbeitsmarkt- und Regionalpolitik, Discussion Papers, No. 15*.
- [18.] Szabó-Morvai Ágnes – Borbás Gabriella – Vona Máté (2010): Szakszervezetek a gazdaságban. A szakszervezetekkel kapcsolatos közgazdasági elméletek és kutatások összegzése. „A munka világába tartozó érdekképviselők” című kutatás résztanulmánya. *Compleo Kft, Cegléd*.
- [19.] Visser, J. (1991): Trends in trade union membership. *OECD Employment Outlook, OECD, Paris, 97-134. p*.

Túróczy Imre

A számviteli elvek által biztosított szabadság hatása a gazdálkodási folyamatok reális megítélésére

Imre Túróczy: The impact of freedom ensured by the accounting principles on a realistic assessment of economic management processes

Abstract

The information system of accounting serves as a constant source of information to entrepreneurs concerning the state of their assets, financial and profitability conditions. By fulfilling their reporting commitments and ensuring public accessibility the business environment can also draw on this source. In order to operate the single system the fundamental rules are set by the Act on Accounting. The core principle of the regulation prescribes the keeping of such a registration system and the application of such asset and resource evaluation rules which can help entrepreneurs to form realistic and reliable picture of their asset situation. In reality, accounting cannot be applied isolated from the environment; the special features must assert themselves in registration, asset evaluation and the income and financial processes alike. Because of the differing market and other conditions – and specifically in order to achieve the basic objective of the Act – flexibility must be ensured. To facilitate adaptation to the environment the Act on Accounting defines only principles and within their framework ensures a certain level of freedom for the entrepreneurs. The formulation of internal rules takes place through the accounting policy which must be worked out by everyone affected. A primary goal of the auditing procedure is to check whether the entrepreneurs have made correct use of the opportunities or bent them according to their needs falsifying the figures in their reports.

Keywords: Act on Accounting; accounting principles; accounting policy; permissive regulation; asset evaluation; auditing responsibility

ÖSSZEFOGLALÓ

A gazdálkodók vagyoni-pénzügyi-jövedelmzéségi helyzetükre vonatkozóan a számviteli információs rendszeréből kaphatnak folyamatosan tájékoztatást. A beszámolási kötelezettség teljesítésével és a nyilvánosság biztosításával a megfelelő információt a környezet is ebből a forrásból kapja. Az egységes rendszer működtetése érdekében az alapvető szabályokat a számviteli törvény határozza meg. A jogszabály alapelve szerint olyan nyilvántartási rendszert kell fenntartani, valamint olyan eszköz- és forrásértékelési szabályokat kell alkalmazni, amelyek segítségével a gazdálkodó vagyoni helyzetéről megbízható, valós képet lehet kialakítani. Tény, hogy a számvitel sem alkalmazható a

környezettől elzártan, a sajátosságoknak a nyilvántartásokban, a vagyonértékelésekben, a jövedelmi, pénzügyi folyamatokban is érvényre kell jutniuk. Az eltérő piaci és egyéb körülmények miatt – éppen a törvény alapcélja érdekében – rugalmasságot kell biztosítani. A körülményekhez történő alkalmazkodás érdekében a számviteli törvény elveket határoz meg és azok keretei között viszonylagos szabadságot biztosít a gazdálkodók számára. A belső szabályok kialakítása a számviteli politikában történik, amelyet minden törvény hatálya alá tartozónak el kell készíteni. A könyvvizsgálat kiemelt feladata annak ellenőrzése, hogy a lehetőségekkel a gazdálkodók helyesen éltek-e, vagy azt saját igényeik szerint alakították-e elferdítve a valóságtól a beszámolóban szereplő adatokat.

Kulcsszavak: számviteli törvény, számviteli elvek, számviteli politika, megengedő szabályozás, vagyoneértékelés, könyvvizsgálati felelősség

1. BEVEZETÉS

Sokunkban felmerülhet a kérdés, hogy miként biztosíthat a számviteli törvény szabadságot a gazdálkodószervezetek számára, hiszen – külső szemlélő meglátása szerint – rendkívül szigorú és egyértelmű szabályokat rögzít és azok betartását kötelezően előírja. A kérdéses jogszabály alapelve szerint az a cél és elvárás, hogy a vállalkozás olyan nyilvántartási rendszert, eszköz és forrás értékelési szabályokat alkalmazzon, amely segítségével a cég vagyoni – pénzügyi - és jövedelmezőségi helyzetére vonatkozóan megbízható valós képet lehet kialakítani és azt folyamatosan bemutatni. Mivel minden vállalkozás más feltételrendszer mellett működik, nyilván más ütemben kopnak a gépei, másként értékelhetők a befektetései és eltérő költséggel tud dolgozni. Az eltérő külső - és belső környezet nyilván más és más értékelési szabályokat igényel, de a keretek minden esetben azonosak.

Hogyan lehet Ennek az elvárásnak megfelelni? A számvittel foglalkozók számára a válasz egyszerűnek tűnhet, de azt be kell látnunk, hogy a konkrét helyzetek megítélése rendkívül bonyolult és vitathatatlan állásfoglalást nehéz megfogalmazni. Tény, hogy a törvény megengedő jellegű, szabadságot biztosít a konkrét eljárások megválasztásában. Kérdés, hogy ez a lehetőség adhat-e visszaélésre, mi lehet annak megakadályozásában a könyvvizsgálók szerepe?

Mi a könyvvizsgáló felelőssége anyagi és erkölcsi értelemben?

Bizony a kérdésre adott válasz nem is olyan egyértelmű és a szakterület boncolgatása mindenképpen megérdemel egy elmélyült gondolkodást.

2. ANYAG ÉS MÓDSZER

Munkám során a számviteli törvény előírásait vizsgálom irodalom feldolgozás jelleggel, törekedve az összefüggések feltárására. A cikkben azt elemzem, hogy miként tud a kötelező jelleggel alkalmazandó törvény kellő rugalmasságot biztosítani annak érdekében, hogy az eltérő piaci viszonyok között is meg tudjon maradni a normatív egységes előírásrendszer és a beszámoló mégis a valós helyzetet tükrözzék. Hogyan lehet azt biztosítani, hogy a piaci szereplők ne visszaéljenek, hanem éljenek a lehetőségekkel. Írásomat, annak tartalma és a feldolgozás módszere alapján ajánlom tanulmányozásra gyakorló számviteli szakembereknek és számvitelt tanulóknak egyaránt.

3. A SZÁMVITELI FOLYAMATOK SZABÁLYOZÁSÁNAK CÉLJA, ALAPJAI

A gazdálkodók, - legyenek vállalkozások államháztartási szervek, non-profit szervezetek vagy bármilyen más eszközöket és forrásokat kezelő szervezetek – folyamatosan erőforrásokat használnak fel és állítanak elő eszközöket vagy szolgáltatásokat. Bármilyen legyen a cél nyilvánvaló, hogy az eszközök felhasználásáról, azok mozgásáról, új eszközök, szolgáltatások keletkezéséről adatokra van szükség. Ennek az adatszolgáltatásnak a szükséges információk rendelkezésre állásának logikusan felépített rendszere a számvitel. A számvitelről szóló 2000. évi C. törvény az alábbiak szerint fogalmaz:

„A piacgazdaság működéséhez nélkülözhetetlen, hogy a piac szereplői számára hozzáférhetően, döntéseik megalapozása érdekében mind a vállalkozók, mind a nem nyereségorientált szervezetek, valamint az egyéb gazdálkodást folytató szervezetek vagyoni, pénzügyi és jövedelmi helyzetéről és azok alakulásáról objektív információk álljanak rendelkezésre.”

A megfogalmazás egyértelmű objektív és a valós helyzetet tükröző adatokra van szükség.

Ismét felmerül a kérdés: A piaci helyzet ismeretében elvégzett értékelés lehet-e objektív? Ezt a gondolkodást még sokat fogjuk

boncolgatni, most inkább nézzük meg azt a folyamatot, amely arra hivatott, hogy az információkat előállítsa és azt ellenőrzést követően nyilvánosságra hozza. A rendszert az információpiramissal tudjuk képileg érzékeltetni.



1. számú ábra: Az információ piramis

Forrás: Saját szerkesztés

A szakterület a fenti ábra szerint tehát biztosítja a következőket:

- A gazdasági eseményekről alapbizonylatokat készít.
- Bizonylatok összesítése során keletkeznek a másodlagos bizonylatok, a feladások.
- A főkönyvi könyvelés összegezve tartalmazza az eszközökben, -

forrásokban-, bevételekben és kiadásokban bekövetkezett változásokat.

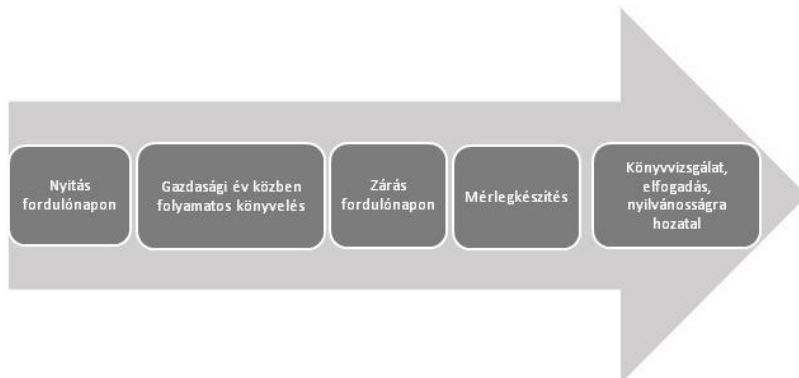
- A főkönyvi könyvelés adataiból készül az éves beszámoló, amelyet a szükséges könyvvizsgálat után köteles nyilvánosságra hozni a gazdálkodó.

Amennyiben a hierarchikus folyamatot nézzük, akkor alulról haladunk felfelé és azt is kijelenthetjük, hogy az alsószinteken megjelenő adatok információtartalma még igen csekély-alapbizonylaton szerepeltetjük, például ha kiadunk a raktárból egy kalapácsot –, számuk még magas. Felfelé haladva egyre kevesebb adatot láthatunk, de azok információs értéke egyre magasabb. Az üzleti környezettel a beszámolót ismertetjük meg abból a célból, hogy cégünkkel kapcsolatos döntéseiket az támogassa.

Érdemes megvizsgálnunk a számviteli időbeli folyamatait is, amelyet a következő ábra szemléltet.

A megértéshez rögzítsük az egyes események példa szerinti időpontjait.

- a. Nyitás fordulónapja január 01.
- b. Zárás fordulónapja december 31
- c. Mérlegkészítés időpontja március 31.
- d. Nyilvánosságra hozatal május 31.



2. számú ábra: A számviteli folyamat idősíkjá

Forrás: Saját szerkesztés

A folyamatára egy gazdasági év tevékenységét igyekszik érzékeltetni. Első lépésként a fordulónapon elvégezzük az eszközök és források főkönyvi számláinak nyitását, vagyis

felvezetjük azok pillanatnyi értékét. A következőkben a gazdasági eseményekről készült bizonylatok alapján feljegyezzük az eszközök, források, bevételek és ráfordítások

változásait. A következetes könyvelésnek köszönhetően bármelyik időpontban meg tudjuk határozni az eszközök, források bevételek és ráfordítások értékét. Év végén, a fordulónapon elvégezzük a zárást, ami ebben az időpontban még csak a főkönyvi számlát ellenőrzéséből és teljessé tételének egy részéből áll.

A mérlegkészítés időpontja eltér a fordulónaptól, ennek oka egyszerű. A két időpont közötti gazdasági események általában már a következő év folyamatait befolyásolják, és azokat arra könyveljük. Vannak azonban olyan események, amelyek egyértelműen az előző év jövedelméhez, vagyoni helyzetéhez kötődnek. Ilyen lehet például, ha tárgyévben eladtunk meghatározott mennyiségű árut, amelyet a fordulónapig nem egyenlítettünk ki. A mérlegkészítés időpontjáig kiderül, hogy a vevőt felszámolták és nem fogja kifizetni a tartozását. Ez az információ egyértelműen hitelezési veszteséget jelez, ami a vagyon nagyságát is befolyásolja. Kevesebb lesz a követelés összege, így az eszközérték és csökken a nyereség, mint forrás. Ezt a hatást mindenképpen az előző évre vonatkozóan kell érvényesíteni. Ezeket általában időbeli elhatárolásokkal szoktuk megoldani. A mérlegkészítés időpontja után megismert információk jellemzően már a jelen időszak eredményét, vagyonát befolyásolják. Szükséges egy időpont, ami után már nem térünk vissza a megelőző évre.

Miután eltelt a mérlegkészítéshez kötött várakozási idő elkészítjük az éves beszámolót, az audit lezárását követően azt nyilvánosságra hozzuk.

A folyamat ezzel zárul és természetesen indul a másik, sőt a mérlegkészítés példa szerinti március 31-i időpontjában már zajlik a következő év könyvelése.

4. A SZÁMVITELI POLITIKA, MINT A VÁLLALKOZÁS SZABAD DÖNTÉSEINEK RÖGZÍTÉSE

Sztanó Imre megközelítésében a számviteli politika a törvényben rögzített alapelveknek megfelelően szabályozza azokat a tényezőket,

amelyek a gazdálkodó szervezet hatáskörében maradnak. Erre azért van szükség, mert az egyes vállalkozások eltérő körülményei más és más megítélést igényelnek minden szervezet esetében. A belsőszabályozás elkészítése minden gazdálkodó számára kötelező előírás. Természetesen a számviteli politika az elfogadást követően már kötelező érvényű a vállalkozásra nézve és esetleges külső ellenőrzések – pl. adóellenőrzés - is számon kérik azt.

Mit is szabályoz a számviteli politika? A céljának megfelelően:

- szabályokat rögzít,
- előírásokat tartalmaz és
- módszereket határoz meg.

A legfontosabb szabályozási területek a következők:

- Mit tekint a vállalkozás lényegesnek, nem lényegesnek illetve jelentősnek illetve nem jelentősnek. Ezekről a besorolásokról függ, hogy generál-e könyvelési tételt egy adott eltérés vagy sem. Erre példa a valuta és deviza értékelés esete lehet.
- Számviteli elszámolások rendje.
- Eszközök és források értékelésének szabályai. (A vagyon és a jövedelem meghatározása szempontjából nagy jelentőséggel bír.)
- Alkalmazott számviteli beszámolóik megválasztása.
- A döntések végrehajtásának módszerei.

A számviteli politika tartalmának lényeges elemei a fentiek, amelyet a vállalkozás belső szabályzatai rögzítenek. Az említett belső szabályzatok a következők:

- a. Eszközök és források leltározási és leltárkészítési szabályzata.
- b. Eszközök és források értékelési szabályzata.
- c. Önköltségszámítás rendjére vonatkozó belső szabályzat.
- d. Pénzkezelési szabályzat.

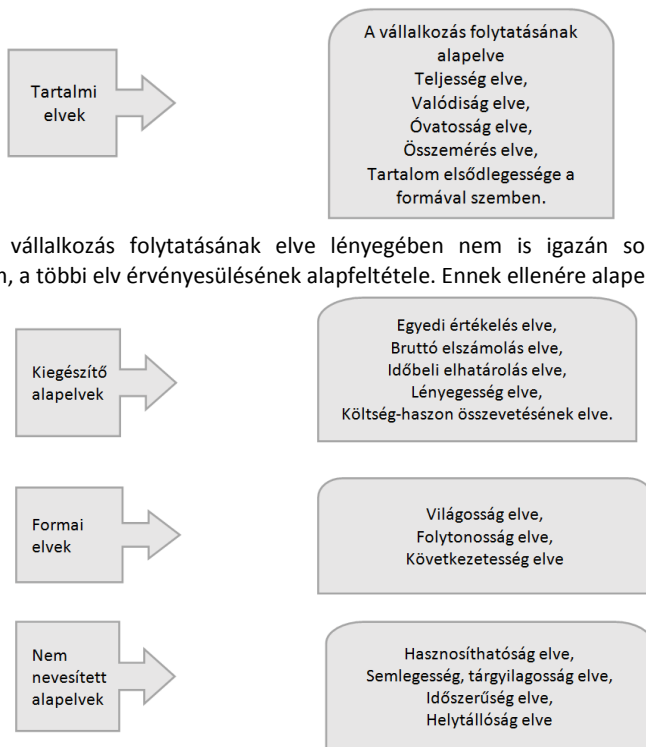
A leírtak alapján egyértelmű, hogy a gazdálkodó szervezetek a számviteli politikájukkal „leképezik” a számviteli törvényt és annak előírásait adaptálva saját belső „jogszabályrendszert” hoznak létre. A

vállalkozás gazdálkodásának vagyoni, – pénzügyi – és jövedelmezőségi helyzetének megítélésében ezeknek a belső szabályoknak nagy jelentősége van. Az országosan egységes megítélés érdekében a törvény elveinek alkalmazása elengedhetetlen követelmény. Ezek után nézzük meg végre mik is azok a számviteli elvek?

5. A SZÁMVITELI ELVEK FOGALMA, CSOPORTOSÍTÁSA ÉS AZOK TARTALMA

A számviteli elvek felfoghatók keret szabályoknak, amelyek előírásait figyelembe véve meghatározhatóak a szervezet belső konkrét eljárásrendje, értékrendje.

Az elveket a hatásuk alapján három főcsoportba sorolhatjuk az alábbi táblázatnak megfelelően:



1. számú táblázat: A számviteli elvek csoportosítása

Forrás: Számviteli törvény alapján készített saját szerkesztés.

A fenti csoportosítás egyben meghatározza azt is, hogy hogyan hat az alapelv érvényesülése a beszámoló valódiságára. A tartalmi elvek és a kiegészítő elvek érvényre jutása meghatározza azt, hogy a vállalkozásról készült beszámoló a valós képet fogja-e tükrözni vagy sem. Természetesen az egyes elvek kiegészítik és támogatják egymást. Nézzük meg, hogy mit is jelentenek az egyes meghatározások:

- A vállalkozás folytatásának elve alapelv, amely kimondja, hogy a beszámoló elkészítésekor abból kell kiindulni, hogy a gazdálkodó a belátható időn belül a jövőben is folytatni tudja működését. Ez az elv csak csőd-eljárás, felszámolási eljárás esetén sérülhet, abban az esetben, ha arra kell számítanunk, hogy a vállalkozás belátható időn belül megszűnteti működését. Ezen helyzet

- kialakulása esetén minden eszközt a múltbeli értékelés helyett a jelenlegi piaci értéken kell értékelni, felkészülve annak esetleges leértékelődésére. Abban az esetben, ha a vállalkozás folytatásának elve nem érvényesül, a többi alapelv sem alkalmazható.
- b. A teljesség elve a tartalmi elvek közé tartozik, amely kimondja, hogy a könyvelés és beszámoló készítés során az adott gazdasági évre vonatkozó valamennyi lényegesnek minősített adatot fel kell dolgozni. A korábbiakban említettek szerint a fordulónap és mérlegkészítés időpontja között megismert információkat is figyelembe kell venni az eredménykimutatás és mérleg összeállításakor, amennyiben azok a beszámolás évére vonatkoznak. A beszámolási időszak maximum egy év lehet.
 - c. A valódiság elve kimondja, hogy a könyvvitelen rögzített és beszámolóban szereplő tételeknek valós gazdasági eseményen kell alapulnia és azt szabályosan elkészített bizonylatnak kell igazolnia. Ebben a kérdéskörben gondoljuk át a bizonylati elvet. A valódiság biztosításának kiemelt eszköze a leltár, amely az eszközök és források tényleges meglétét bizonyítja.
 - d. Az óvatosság elve kimondja, hogy nem szabad kimutatni eredményt, ha az árbevétel realizálása bizonytalan és el kell számolni a ráfordításokat abban az esetben is, ha azok hatására a gazdálkodó veszteséget mutat ki. Lényeges gondolat, hogy a gazdálkodó nem azáltal válik veszteségesé, hogy elszámolja a tényleges értékvesztést, azáltal csak a valós helyzet kerül rögzítésre a számviteli nyilvántartásokban. A ráfordítás elszámolása egyébként a valódiság elvében is megfogalmazott elvárás. Az óvatosság elvét megfogalmazhatjuk úgy is, hogy az eszközöket nem szabad túlértékelni és a forrásokat nem szabad alulértékelni.
 - e. Az összemérés elve kimondja, hogy az adott időszak eredményének megállapítása során az időszak elismert bevételeit és a bevételeknek megfelelő költségeit kell szembe állítani függetlenül a pénzügyi teljesítésétől. Ezt egyszerűen úgy is megfogalmazhatjuk, hogy amelyik gazdasági eseménynek elszámoltuk a költségeit, annak a bevételeit is figyelembe kell vennünk és ez fordítva is igaz. Adótanácsadói körben gyakori kérdés az életbiztosítás költségeinek és bevételeinek kérdése. Álláspontom szerint, ha elszámolták a biztosítás költségeit, akkor annak bevételei is a vállalkozást illetik meg. Természetesen adók megfizetésével lehet a kedvezményezett gazdálkodószervezeten kívüli személy, de az egy olyan – vállalkozásra nézve negatív – döntés, amelynek a járulék vonzatát a szervezet vállalta.
 - f. A tartalom elsődlegessége a formával szemben elv rögzíti, hogy a gazdasági események megítélése során az eredeti célt, a gazdasági döntésnek megfelelő tartalmat kell figyelembe venni és annak megfelelően értékelni a következményeket. A könyvelésbe és beszámolóba ennek megfelelően kell a hatást megjeleníteni.
 - g. Az egyedi értékelés elve már kiegészítő elv, amely kimondja, hogy az eszközöket és a kötelezettségeket a könyvvizetés során egyedileg kell rögzíteni és értékelni. Ez az elv kapcsolódhat az óvatosság elvéhez, amely kimondja, hogy az eszközöket nem szabad felül értékelni, a forrásokat alul értékelni. Ez az oka annak, hogy számvitelileg megbízható értékelési elv az átlagolás módszer és a FIFO módszer. Az egyedi értékelés elvét nem sérti az átlagár alkalmazása, de eszközcsoportok nem összesíthetőek.
 - h. A bruttó elszámolás elve azt tartalmazza, hogy a bevételek és költségek illetve követelések és kötelezettségek egymással szemben nem számolhatóak el, nem

- vonhatóak össze. Nem mondhatjuk azt, hogy a partner is szolgált nekem, én is neki és elegendő, ha a különbséget számlázzuk le. (Ezt egyébként az adótörvények sem teszik lehetővé.)
- i. Az időbeli elhatárolás elve lényegesen összefügg a teljesség és valódiság elvével. A lényeg az, hogy azon gazdasági események hatásait, amelyek kettő vagy annál több évet érintenek, az adott időszak bevételei és költségei között olyan arányban kell megosztani, ahogyan az az alapul szolgáló időszak és az elszámolási időszak között megoszlik.
 - j. A lényegesség elvének alkalmazása során elsőként azt kell tisztáznunk, hogy mit tekintünk lényegesnek. Ezt a számviteli politika teszi meg annak alapján, hogy az adott információ elhagyása – pl. árfolyameltérés – lényeges hatást gyakorol-e a vállalkozás vagyonának, pénzügyi jövedelmi helyzetének bemutatására. A lényegesség kritériumát a számviteli politikának kell rögzítenie.
 - k. A költség – haszon elve egy gazdaságossági követelmény, amely azt mondja ki, hogy a többletinformáció hasznosíthatósága, hasznossága álljon arányban az előállítási költségekkel. Nem célszerű önmagáért valóinformációkat jelentős költségekkel előállítani a számviteli munka során.
 - l. A világosság elve már nem tartalmi, hanem formai elv, amely kimondja, hogy számviteli nyilvántartásoknak, beszámolóelemeknek egyértelműen megfogalmazottnak és kellően elkülönültnek kell lenniük. Az egyes tételek összevonása vagy szétbontása nem veszélyeztetheti azok egyértelmű megérthetőségét. Ezt biztosítja az eredménykimutatás és mérleg szerkezete és tartalmi meghatározása. Vegyük észre, hogy a számlatükör tagolása pedig a beszámoló két elemének megfelelően történik. Fontos szabály, hogy az világosság elvének érvényesülését szolgálja a kiegészítő melléklet.
 - m. A folytonosság elve szintén formai előírásokat tartalmaz. A számviteli munka során biztosítani kell, hogy a tárgy beszámolási időszak nyitó adatainak meg kell egyeznie az előző időszak záró adataival. Az értékelési szabályoknak a számviteli törvényben leírtaknak megfelelően kell kialakítani, változásuk szintén csak a törvényen rögzítetteknek megfelelően történhet. A beszámolóban mindig fel kell tüntetni az előző időszak adatait, és ha szükséges, akkor alkalmazni kell a három oszlopos mérleget.
 - n. A következetesség elve szintén formai elv, amely szerint biztosítani kell az állandóságot és az összehasonlíthatóságot.
- Az utolsó három tétel formai elveket részletezett, de a vállalkozás megítéléséhez szükséges információk biztosítása szempontjából ezek fontosak. A csoportosítás nem tekinthető egyben rangsornak.
- A nem nevesített elvek tartalmi ismertetésétől jelen írásomban eltekintek éppen azok témához kapcsolt fontossága miatt.
- A számviteli elvek áttanulmányozása után érdemes megerősíteni, hogy azok betartása kötelező és a sokat említett gazdálkodói szabadság csak e keretek között érvényesíthető. Azt is észre kellett vennünk, hogy ezek összefüggenek és csak minden megfogalmazott szabály hozzájárul a megbízható valós kép kialakításához. Tény, hogy csak a teljes keretrendszer alkalmazása esetén teljesül a megbízható valós kép biztosításának igénye.
- A fent leírt szigorú szabályok betartása mellett hogyan valósul meg a szabadság. Természetesen a gazdálkodó döntése korlátozott és kizárólag a keret jellegű szabályozás piaci viszonyokra történő adaptálását biztosítja.
- Hol van a szabadság, van-e szabadság egyáltalán?

6. A SZÁMVITELI POLITIKA LEHETŐSÉGEI A GAZDÁLKODÓ VAGYONI PÉNZÜGYI JÖVEDELMI HELYZETÉNEK PONTOSÍTÁSÁRA VONATKOZÓAN

Több lehetőséget említhetünk, ilyenek a lényegesség, jelentőség kritériumának meghatározása, amely értékhatás alatt nem szükséges az átértékeléseket könyvelni fölülte pedig kötelező. Példaként említhetjük azt, hogy egy árfolyameltérés esetén annak elszámolása vagy figyelmen kívül hagyása módosíthatja a pénzügyi műveletek eredményét és ezzel megegyező összegben az eszközök értékét. Az eszközök és források értékét alapvetően befolyásoló, a számviteli politikában rögzítendő szabályok ezen túlmenően az értékelési szabályok és az önköltség számítási szabályok.

a. Példa az értékelési szabályok hatására:

Ezen a területen több hatást is említhetünk, például a valuta- deviza értékelési szabályokat, vagy a vásárolt készletek értékelésének előírásait. Ezek közül példaként az amortizáció elszámolását említem meg.

Egy vállalkozás vásárol 150.000 e Ft bekerülési költség mellett egy gépet, amelynek az elhasználódási ideje 5 év. A vállalkozás az amortizációs lehetőségek közül az éves számának összege módszert választotta. Ezt a döntést műszaki, gazdaságossági számításokkal

alátámasztotta. Ebben az esetben az első évben elszámolható értékcsökkenés összege 50 millió Ft. A cég választhatta volna a lineáris módszert is, talán ezt is tudta volna indokolni. Ebben az esetben az első évi amortizációs költség 30 millió Ft. A két eljárás közötti különbség eredményben és eszközértékben egyaránt 20 millió Ft, ami nem kis összeg. (Meg kell jegyezni, hogy az adótörvény ezt a különbséget kezeli, biztosítja a normativitást, az azonos arányú – nyereséget, így adóalapot csökkentő – költség érvényesítést.)

Azt is meggondolhatjuk ebben az esetben, hogy mi lett volna, ha nem 5, hanem 8 évben határozza meg a gazdálkodó az elhasználódási időt. Természetesen a maradványérték összegének megadása is befolyásolja a költséget, eredményt és eszközértéket. Ennek nagyságrendjét szintén a gazdálkodó határozza meg reális piaci adatokra alapozva.

b. Példa az önköltség számítási szabályok hatásaira:

Az önköltségszámítás esetén induljunk ki a költségek két megfogalmazásából. Klasszikusan úgy határozzuk meg a költséget, mint a tevékenység során felhasznált eszközös – bizonyos esetekben források – pénzben kifejezett értékét. Az eszközök körforgását figyelembe véve a költség nem más, mint az eszközök átmeneti tartózkodási helye.



3. számú ábra: A költségek keletkezése és lehetséges útjai

Forrás: Saját szerkesztés

Az ábra mutatja, a költségek keletkezését és annak útját. A saját termelésű készleteket közvetlen önköltségen tartjuk nyilván,

vételezzük vissza a költségekből az eszközök közé. Ebben az esetben csak az eszközök költségé alakulását, majd azok ismét eszközzé

alakulását regisztráljuk. A raktárra vett saját termelésű készletek elszámolása során nem keletkezik eredmény, vagyonváltozás. A felmerült ráfordítások másik része fel nem osztott költségként a tárgyévi eredményt, kimutatott vagyont befolyásolja.

A számviteli politikában meghatározzuk, hogy mit tekintünk közvetlen költségnek és az általános költségeket milyen módszerrel osztjuk fel. Ezen szabályozással meghatározzuk azt, hogy mit veszünk vissza raktárra és mivel csökkentjük az eredményt. A rögzített szabályok befolyásolhatják az arányokat és ezáltal az eredményt, vagyont.

A saját termelésű készletek közvetlen önköltségének és az eladási árnak az eltérése akkor befolyásolja az eredményt, amikor azt értékesítjük. A tárgyévi vagyon és kimutatott nyereség tehát függhet attól is, hogy értékesítjük-e a saját termelésű készleteinket vagy nem. Ezzel szintén tud „játszani” a vállalkozás, de ez nem tartozik a számviteli politika szabályozási körébe.

7. „KI ŐRKÖDIK AZ ŐRKÖDŐK FELETT?” KI BIZTOSÍTJA AZT, HOGY A BESZÁMOLÓ A TÉNYLEGES VAGYONI, PÉNZÜGYI HELYZETET TÜKRÖZZE?

A régi római kérdésre nehéz választ adni és talán túlzott önbizalomnak tűnik egy könyvvizsgáló részéről – a szerző bejegyzett könyvvizsgáló – azt kijelenteni, hogy ezzel a feladattal ez a szakmai kör van megbízva. A könyvvizsgálat a számviteli törvény előírásai szerint kötelező és a tevékenység során biztosítani kell a függetlenséget. Mi a feladata a könyvvizsgálónak?

A hitelesítést végző könyvvizsgáló köteles megállapítani, hogy a gazdálkodó a számviteli törvény előírásait betartotta-e. A kötelező előírások tiszteletben tartásának vizsgálat az

egyszerűbb feladat és az lehet előre meghatározott vizsgálati program szerint végezni. Szakmailag nehezebb feladat annak megítélése, hogy a gazdálkodó hogyan élt a törvény által biztosított szabadsággal. eldöntendő, hogy a számviteli politika előírásainak meghatározása vajon valóban a megbízható valós kép kialakítását szolgálta, vagy ezzel indokolatlanul, esetleg a tények elferdítésének szándékával éltek. Ennek a kérdésnek a megválaszolása rendkívül nehéz feladat és ezzel kapcsolatban valóban csak a konkrét esetek ismeretében lehetséges állást foglalni. A könyvvizsgáló szakmai felelőssége anyagi és erkölcsi szempontból jelentős, hiszen a nyilvánosságra hozott beszámolókat előzetesen vizsgálja és aláírásával igazolja azok hitelességét. Természetesen meg is tagadhatja a pozitív záradékot, de ezt is megfelelően indokolnia kell.

8. ÖSSZEGZÉS

A gazdálkodók körében a számvitel egy mítoszként jelenik meg. Az alkalmazott tudományterülettel foglalkozó szakemberek számára ez egy átlátható és jól szabályozott rendszer. A piaci körülmények sokszínűsége rugalmas szabályozást igényel, melyet a számvitelről szóló 2000. évi C. törvény biztosít. A gazdálkodó szervezetek számviteli politikájukban fogalmazzák meg azokat a részletszabályokat, amelyek kizárólag az adott cégre vonatkoznak. A belső szabályzatoknak meg kell felelniük a törvényben meghatározott elveknek. Ez a szabadság rengeteg lehetőséget teremt. A törvénynek megfelelő valós kép kialakítása és annak beszámolóban történő megjelenítése a gazdálkodó felelőssége és ezt a könyvvizsgáló ellenőrzi.

A folyamatokban résztvevő szereplők közös munkája biztosítja a reális kép közvételét.

FELHASZNÁLT IRODALOM:

- [1.] A számvitelről szóló 2000. évi C. törvény
- [2.] Dr. Sztanó Imre (2013): A számvitel alapjai, Perfekt Kiadó, Budapest

Molnár Edina

A pszichológia filozófiai-társadalomtudományi vonalának kibontakozása Magyarországon az 1900-as években

Edina Molnár: The Conception of the Philosophical and Social Scientific Trend of Psychology in Hungary in the 1900s

Abstract

In Hungary, the science of psychology separated early in the XX. century using three trends: the tradition of social science emerged from the philosophy, the psychoanalytic trend was born in the healing and the natural science in the children-experiments. Famous representatives of the philosophical trend were Szűts, Ribot, Pikler, Leopold, Kornis, Posch. We can recognise the concepts of the human inner processes, the cognition and the soul activity of the early psychology from their publications.

Keywords: *scientific psychology, philosophical trend, soul activity*

ÖSSZEFOGLALÓ

Magyarországon a tudományos pszichológia a XX. század elején kezdett kibontakozni, három irányvonal mentén: a társadalomtudományi hagyomány a filozófiából, a pszichoanalitikus vonal a gyógyításból és a természettudományi trend a gyermekekkel végzett kísérletekből fejlődött ki. A filozófiai vonal híres képviselői Szűts, Ribot, Pikler, Leopold, Kornis, Posch. Az emberi belső folyamatok, a gondolkodás és a lelki tevékenységek korai pszichológiai koncepcióit az ő publikációikon keresztül ismerhetjük meg.

Kulcsszavak: tudományos pszichológia, filozófiai megközelítés, lelki tevékenység

BEVEZETÉS

A pszichológia Magyarországon kb. az 1900-as években kezdett külön tudománnyá válni. A kezdeti szárnybontogatás három ágon indult el. A filozófiai-társadalomtudományi vonal, a pszichoanalitikus hagyomány és a kísérleti-természettudományos ág különböző alap-

állásokból közelítettek az emberhez, ebből következően a különböző ágaknak elkötelezett pszichológusok más-más emberképpel dolgoztak.

A második világháború kezdetéig – figyelembe véve a társadalmi, történelmi és tudományos aspektusokat – három idői struktúrára tagolható a pszichológiai gondolkodás fejlődése.

Megvizsgálva a korabeli pszichológiai publikációkat és szem előtt tartva a fenti megállapításokat, felrajzolhatók az emberképben bekövetkezett változások.

A magyar pszichológiát kutatási alapként tekintve egyszerűnek tűnik az a kérdés, hogy milyen időponttól kezdve történjen az irodalom áttekintése. Valóban meghatározható egy dátum, amely az intézményesülés kezdetét jelöli, ez azonban nem zárja ki azt, hogy már e dátumot megelőzően is voltak pszichológiai témájú publikációk.

Ha magából a pszichológiából nem lehet kiindulni a kezdési dátum meghatározásában,

akkor magától értetődő a történelmi korszak és a politikai, kulturális élet valamely pontját körülhatárolni, amely magában foglalja a pszichológia intézményesülésének időszakát is.

Ez a történelmi időszak az Osztrák-Magyar Monarchiára esik, az 1867-es kiegyezés utáni időszakra, amelynek közel fél évszázados fennállása nyilvánvalóan meghatározta a társadalom és a társadalomtudományok fejlődését, illetve magában foglalta a magyar pszichológia, mint tudomány létrejöttét.

Az osztrák és magyar nemzet sajátosságai elrendeződése azonban azt eredményezte, hogy a kialakulóban lévő tudomány anyanyelve a német, illetve fokozatosan a magyar lesz. Ez a nyelvi váltás egyben jelzi a magyar pszichológia öntudatra ébredését is.

A fenti kérdések megválaszolására azt a megoldást választottam, hogy a történelmi-politikai és a tudományfejlődési eseményeket

ötvözve három szakaszra bontom a vizsgálandó időszakot. Az első szakasz az 1867-es osztrák-magyar kiegyezés „boldog békeidőse” szakasza (Romsics, 2002), az első világháború kezdetéig. A második szakasz az első világháborús évek, és az azt követő normalizálódási periódus, 1928-ig. Ez a dátum egy tudományfejlődési állomás, ekkor alakult meg a Magyar Pszichológiai Társaság. Végül a harmadik szakasz 1928-tól tart a második világháború kezdetéig.

Minden szakaszban először a történelmi-politikai és kulturális hátteret foglalom össze, amely valamilyen befolyással volt a társadalomtudományokra, ezután az adott időszak neves pszichológusainak gondolatait írom le, amelyből az alakuló emberképre következtetni lehet, végül magát az emberképet rajzolom fel. A három korszak részletezését követően az egyes korszakok emberképeit hasonlítom össze.

A kutatás korpusza táblázatos formában a következőképpen alakul:

	Filozófiai és társadalomtudományi hagyomány	Pszichoanalitikus hagyomány	Kísérleti pszichológiai (természettudományos) hagyomány
Kb. a századfordulótól az I. világháborúig (1900-1914)	Szüts István Ribot, Th. Pikler Gyula Leopold Lajos Kornis Gyula Posch Jenő	Ferenczi Sándor	Ballai Károly A Ranschburg-iskola kiadványának I-II. kötete
Az I. világháborútól a Magyar Pszichológiai Társaság megalakulásáig (1914-1928)	Pikler Gyula Alexander Bernát Farkas Geiza Kornis Gyula Posch Jenő	Róheim Géza	Gergő Endre Ranschburg Pál A Ranschburg-iskola kiadványának III-V. kötete Révész Géza
A Társaság megalakulásától a II. világháborúig (1928-1938)	Spranger Eduárd	Ferenczi Sándor	Harkai-Schiller Pál Révész Géza A Magyar Pszichológiai Szemle I-XI. kötete

Jelen tanulmány témája a fenti táblázat sötéttel jelzett kockája, tehát a filozófiai és társadalomtudományi pszichológiai hagyomány kezdetei, az első világháború kezdetéig bezárólag.

1. Történelmi és kulturális háttér

A magyar pszichológia kialakulása egybeesett az Osztrák-Magyar Monarchia válságával. A történelmi-politikai helyzet által felkorbácsolt

polgári radikális gondolkodás és a szociális mozgalmak felívelése párhuzamosan haladt a pszichológia és a szociológia első nagy divathullámával. (Pataki, 1977)

Az 1900-as évek elején, Magyarországon három vonalon kezdett kibontakozni a pszichológia. (Pléh, 1998) Az akkoriban a Révész Géza vezetésével megalakult Magyar Filozófiai Társaság és a társaság Alexander Bernát által indított folyóirata jóvoltából megszaporodtak

az olyan filozófiai publikációk, amelyek témája a lélektan volt. Beszivárogtak a felsőoktatásba is az ilyen irányú előadások és szemináriumok, amelyeket a filozófiai tanszékek keretei között tartottak. A kor filozófusai négy kérdésre keresték a választ. (Bárkán, 1985) A gondolkodás pszichológiai folyamatai és a logika törvényszerűségei közötti különbségből adódott az első kérdés: honnan származik a logika érvényessége és kötelező ereje. Hasonlóan ehhez, a második kérdés is egy különbség felismeréséből fakadt: a kísérleti lélektan és a megismerés elmélete közötti szakadékot áthidalva hogyan lehet egy általános tudományrendszert kialakítani. A harmadik kérdés a mindennapi élet és a tudományos megismerés logikája közötti különbségségre épült. Végül a negyedik kérdés az ember társadalmi létének problémája körül mozgott: hogyan hat a társadalmiság a megismerésre.

A második vonal a pszichoanalízis elterjedését és különböző alkalmazásait foglalja magában a kultúra, a művészet, az irodalom és az orvoslás területén. A pszichoanalízis korai megjelenésétől a második világháborúig a haladó társadalmi törekvések rokonszenvét élvezte, ugyanakkor ellenérzéseket váltott ki a hivatalos tudomány művelőiből.

Végül a harmadik vonal a pszichológia intézményesülése a nevelés és a fogyatékos-gondozás területén. Az első magyar pszichológiai laboratóriumot Ranschburg Pál alapította 1902-ben a Mosonyi utcai kiegészítő iskola falai között, „Gyógytárgyterapeutikai Intézetekhez kapcsolt Pszichológiai Laboratórium” néven (Pataki, 1977), ahol a nevelépszichológia alkalmazott területén folytak éveken keresztül meghatározó kutatások. (ld. a fenti táblázatot)

A magyar pszichológia fejlődésére nagy hatással voltak a kulturális és politikai összefüggések, amelyek az említett három vonal tartós párhuzamosságát okozták, ahelyett, hogy kialakult volna egy egységes hivatalos álláspont a tudományon belül. (Pléh, 1998) A politikai tisztogatások és a kivándorlások miatt nem

alakulhattak ki hagyományos tanár-diák kapcsolatok, kivéve a pszichoanalitikus vonalat. Ez azért lett volna fontos, mert minden korszakban meghatározó az informális hálózatok szerepe, fontos a képzésben, a szakmai előrehaladásban és a szakmai közvélemény kialakításában egyaránt.

Szintén meghatározó volt a pszichológia fejlődésére nézve az a tény, hogy önmagát mindig úgy definiálta, mint olyan társadalomtudományt, amely nem csak önmagáért való, hanem a társadalom jólétéért is felelős. Ez a hozzáállás azonban azt eredményezte, hogy a pszichológusok túlzottan figyelembe vették az aktuális politikai életet, így nem jöhetett létre egy egészséges versengés a tudományon belül.

A politikai élet túlzott figyelembe vételének természetesen megvolt az oka, hiszen szükséges volt a tudomány intézményesüléséhez a központi támogatás, ugyanakkor feszültséget okozott az ezzel szemben fellépő függetlenségi igény.

Másrészt azonban az aktuális politikai és társadalmi élet figyelemmel tartása lehetővé tette az akadémikus és alkalmazott területek összeegyeztetését, a közöttük lévő állandó váltakozás fennmaradását.

Mindezen okok miatt a magyarországi pszichológiára még inkább jellemző az a tény, hogy a kutatásban felbukkanó kérdésfeltevések újra és újra bekerülnek a tudomány főáramába, amely egy ciklikus folyamatot eredményez. A ciklikusság nem engedi meg az egyirányú fejlődést, ez azonban nem jelenti azt, hogy nincs fejlődés. A tudomány fejlődése nem a fő kérdések körüli koncentrikus körökben zajlik, inkább egy spirálban, amely magában rejtli a többirányú fejlődés lehetőségét.

2. A filozófiai-társadalomtudományi hagyomány pszichológusainak gondolatai az emberről

2. 1. Az intézményesülés előtti magyar nyelvű pszichológia

Az 1800-as évek elején Szűts István tartott egy lélektani előadást, „Tapasztalásbéli emberlélekértékség” címmel latinul, amelyet egyik tanítványa lefordított magyarra. (Joó, 1929) Az előadás, miután tisztázza a pszichológia és a pneumatológia közötti különbséget – az előbbi az emberi lélek, az utóbbi az ember és állat közötti különbségek tudománya –, valamint a lélektanban használatos módszereket, úgy mint racionális és empirikus módszer, az emberi lélek jellemzőivel foglalkozik.

Szűts szerint az emberi léleknek három képessége van, az ábrázoló, azaz képzetalkotó, az érző és a kíváncsi-utáló képesség. Ehhez hozzákapcsolható az ítélő-okoskodó képesség is. „...az Esmérés’ felső tehetségéhez e’ három tartozik: 1. Az Értelme. 2. Az Itélettétel. 3. Az Okosság”, ezen képességek tárgyalása azonban a logika körébe tartozik. A lélek aktív, „önként való mozgása” van, szemben a testtel, ami passzív, „mozgatatlanság” jellemzi, a kettő azonban egymás nélkül nem létezik, ugyanis a lélek eszköze a test, különösen az agy és az idegek. A lélek aktivitása eredményezi, hogy az ember bizonyos abban, hogy van lelke.

A lélek aktivitásának feltételei a lélek tehetségei. Az aktivitás a lelki tevékenységet jelenti, tulajdonképpen a tevékenység lehetőségének a feltétele a tehetség, magának a tevékenységnek a feltétele a lélek ereje. A lelki tehetségek kétfélek lehetnek, „törskösek”, azaz örökölték és „származók”.

Szűts részletesen leírja a képalkotás menetét, amelyben a lélek tehetségei és ereje is közreműködnek. A képalkotáshoz szükséges egy tárgy, az alany és a tárgy képe. A folyamat akkor jöhet létre, ha a tárgy megfelelő erővel hat az érzékszervekre. A tárgy materiális változást idéz elő, azaz impressziót az érzékszervekben, ez az impresszió közöltetik a lélekkel, amely változást eredményez, ez a percepció. A tárgyban rejlő jelek tudósítását egyébként a tudat egyik funkciója biztosítja, a megkülönböztetés. A tudat másik funkciója az ábrázolás, amelynek elemei a

megkülönböztetés során tapasztalt tárgyi jelek. Végül a lélek tevékenysége a tárgy észrevett jegeit összefoglalja, majd képpé alkotja.

„...az érzés nem más, hanem olyan ábrázolás, melyet az előzmények [tárgyak] bényomásaik által bennünk a’ Lélekben támasztanak.” Tehát Szűts szerint az érzés tulajdonképpen az ábrázolás egy másik elnevezése. Ugyanakkor az érzés szubjektív voltát és pontatlanságát taglalja, ami ellentétben áll az előbbi ábrázolás pontosságával.

Belső érzékelésről beszél, ami tulajdonképpen az öntudat, a képzelő tehetséget, költői tehetséget elemzi, amely a képzetek szabad kezelését jelenti, végül az emlékezet különböző fajtáiról ír.

Fontos helyet foglal el az előadásban az asszociáció elmélete. Szűts szerint két oka lehet az asszociációnak, az egyik fizikai, amely az idegek közelségén és egyszerre történő működésén alapul, a másik pszichológiai, amelynek eredménye, hogy az egyszerre keletkezett képzetek egységet alkotnak. Ebből kiindulva a képzettársítás törvényeit is ismerteti.

Ribot 1896-ban magyarra fordított „Lelki átöröklés” c. műve részletesen leírja az öröklés minden típusát és működésének hogyanját. Bár a szerző nem magyar, mégis azért tartottam fontosnak megemlíteni, mert nagyon sok magyar pszichológus hivatkozott rá. A könyv bevezetésében olvashatjuk az öröklés definícióját: „Az átöröklés az a biológiai törvény, a melynél fogva minden élő lény arra törekszik, hogy magát utódaiban ismételtje; ez az a fajra nézve, a mi a személy-azonosság az egyedre nézve.”

A könyv első része megvizsgálja és összefoglalja az emberi lélek különböző összetevőinek öröklődését, kezdve az ösztönöktől az értelemmentes keresztláncig. Minden egyszerű ösztön örökölt szokás, a bonyolultabb ösztönök pedig az egyszerűkből állnak, tehát azok is öröklődnek. Az ösztönökön túl a szerzett változások is örökölhettek, azonban ezeknek 3-4

nemzedékre van szükségük a megszilárduláshoz.

Az érzékelő képességek átöröklése agybeli öröklés, az emlékező tehetség és a szokások viszont alacsonyabb rendűek, mint az akarat vagy a gondolkodás, mégis valószínű, hogy átöröklődnek. Az értelem átöröklését a gyakori zenész és festőművész családok vizsgálatából vezeti le a szerző. Az érzelmek és szenvedélyek szintén öröklődnek, ahogy olyan társadalmi jelenségek is, amelyek a történelemben és a nemzeti jellemben adóttak. Végül a beteges lelki állapotok – szintén a családi vizsgálatokból kiinduló következtetések alapján – ugyancsak öröklődnek.

A könyv második része az átöröklés törvényeit veszi számba. Az átöröklés legegyszerűbb esete az egyenes öröklés, például amikor a gyerek az egyik szülőre hasonlít. A túlsúly törvénye a jellemvonások esetén jelenik meg, amikor a fiú az apára, a lány az anyára üt. A közvetett öröklést atavismusnak nevezi Ribot, ilyenkor a gyermek egy korábbi ősre hasonlít. A következő öröklés a megfelelő életkorban jelentkező, amely tulajdonképpen az érés folyamatához kapcsolódik. A befolyási átöröklés nagyon ritka, ekkor a feleség első férjének valamely tulajdonsága a második férj gyermekében nyilvánul meg. Az öröklési törvényeket statisztikai kísérletekkel támasztja alá a szerző, amely természetesen nem zárja ki a kivételeket sem.

A könyv harmadik része az átöröklés lélektani, erkölcsi és társadalmi következményeit mutatja be, végül a befejezésben megfogalmazódik az átöröklésre vonatkozó hipotézis: az átöröklés faji determinizmus.

2. 2. Az intézményesülés utáni magyar nyelvű pszichológia az első világháború kezdetéig

Pikler Gyula az életfolyamatok célszerűségéből indult ki, és ennek a célszerűségnek a belátásából. Az egyén kognitív konstrukciói, illetve a társadalmi szerveződés is erre épülnek. (Bárkán, 1985)

Pikler modellje szerint az életfolyamatokból fakadó önfenntartási törekvések következtében a szervezet aktív hatást gyakorol a környezetére, ahonnan visszahatások jönnek létre. Ezek újabb hatásokat váltanak ki, ezek a „másodlagos folyamatok”, amelyek lehetnek közömbösek, építőek, gátlóak vagy erősítők. Ez vezet a szelektív észrevételhez, amely mindig két állapot közötti különbséget tükröz vissza. Észlelés csak úgy történhet, hogy a tárgy ellentétét is egyúttal észrevevesszük, tehát az észrevevésben mindig ellentétes tendenciák mutatkoznak meg. Az észlelés aktív összetevőinek eredményeként működik egy „tagadás az érzékelésben” elv, amely a kontraszt, az utókép, stb. ellenfolyamatokért felelős. (Pléh, 1998) Így választódnak ki az életfolyamatokban az „eszméleti”, azaz tudatos, ill. az „eszméletlen”, vagyis tudattalan történések.

Az 1909-es „A lélektan alapelvei: az élmény megmaradása és ellentétesége” c. tanulmánya szerint a megismerés középpontjában álló élménynek két tulajdonsága van: stabil és megmaradásra törekszik. A lélek az élmény és az anticipáció, azaz „várás” ellentéteségében különbséget észlel, amely a magasabb rendű megismerési formák, mint a képzet, az emlék, a fogalom, az ítélet kialakításának alapjává válik. A modell dinamikus jellegű, ellentétben a reflexológiával. (Bárkán, 1985)

„A lelki élet fizikája. A pszichofiziológia teljes rendszerének vázlata és az uralkodó tan kritikája” címmel publikált tanulmányában (1901) a lelki életet egésznek tekinti, szemben az elterjedt nézettel, amely szerint a lélek funkciói különválaszthatók a megismerésre, az észre és az akaratra. Továbbviszi az oszthatatlanság gondolatát, amikor azt mondja, hogy a testi és a lelki élet egy és ugyanaz.

1910-ben adták ki Pikler „A lelki élet alaptörvényei. Az eszmélet helye a természetben” című könyvét, amelyben a meggyőződésekről és az egységességről gondolkodik tovább: „A lélektannak...van egy...alapigazsága, csakhogy ezt ma nemcsak a

műveletlen ember nem ismeri, hanem a lélektan tudományával foglalkozók sem, néhány kevés kivételével, vagy legalább nem teszik a tudomány alapjává. Ez az igazság a következő: Ha egy ténnyt, pld. egy házat, vagy egy hegedűhangot ismerünk, nemcsak az a meggyőződés van meg bennünk, hogy a tény abban az időpontban és azon a helyen fennállott, illetőleg fennáll, amely időpontban és helyen megismertük, illetőleg megismerjük, hanem az a meggyőződés is, hogy ez a tény minden időben, minden helyen, szóval általánosan, egyetemesen, korlátlanul fennáll.” A lelki élet általános és egyetemes jellegét egyúttal a tudomány tárgyát alkotó jelenség átfogó és mindenre kiterjedő magyarázatára is átviszi. (Pataki, 1977)

Posch Jenő a lelki élet egységének lehetőségét a motoros szerveződésben látja. A magasabb lelki funkciók is mind a motoros szerveződésből származnak. (Pléh, 1998) A cselekvés bázis jellege jelenik meg az 1913-ban publikált „Játék, művészet és munka” c. művében, amelyben az emberi és az állati cselekvés közös nevezőjét keresi: „Amit teszek, ezért teszem, mert maga az, amit teszek, tetszik nekem.”

A címben szereplő mindhárom működés egységesen cselekvés, és a fenti idézet a jellegéje. Minden cselekvés a cselekvő személy valamely szükségletét orvosolja. A három cselekvés indítéka három különböző dolog, a testi kellemes, az esztétikai szép és a morális jó.

A három cselekvés részletes elemzése után Posch megállapítja, hogy a cselekvések elnevezése nem pszichológiailag leíró fogalom, hanem értékmegállapító. A játék és a művészet értéke nem egyezik meg a munka értékével, például a játék szó gyakran csak metaforikus, mint a szerencsejáték vagy a tornajáték esetében. A játék végső célja a cselekvő vagy a megfigyelő számára komikusnak tűnik. A munkatevékenység mellett pedig nem beszélhetünk művésztvékenységről.

Leopold Lajos „A presztizs” című 1912-es művében, reagálva a korabeli utánzáselméletek egyszerűségére (Pléh, 1998), bevezet egy új

fogalmat, amely szerinte a társas befolyást meghatározó jelenség leírására alkalmas. A presztizs árnyaltabb módon működik és az élet minden területén meghatározóbb jelenség, mint az utánzás. Definíció szerint „Ha valakinek presztizse van előttünk, ez azt jelenti, hogy iránta vagy a vele asszociáltak iránt érzett érdeklődésünk, hajlamunk, ösztönünk, vágyunk oly érzelmi hatványhoz jutott, mely ugyanazt a személyt, mint fogalmat vagy célt szubjektíven kizárja és pótolja.”

A befolyásolás pszichológiai jellemzőiről írva a presztizs mellett a tekintélyt említi: „A lelki uralomnak valóban két kiterjedése van, vertikális és horizontális, tekintély és presztizs. Sokszor valamely egyénnek vagy csoportnak mindkettőben része van, de ez esetben is mindkettőnek más-más feltételezettsége van (a + x), - az együttmaradás még csak nem is szükségszerű, nemhogy azonosságot jelentene.”

Érdekes részletet olvashatunk a vademberek előítéleteiről, amely azonban mai szemmel olvasva inkább a szerző, vagy még inkább a kor előítéleteit tükrözi. „Sőt még a kannibálizmust is mentik a presztizszel; sokszor, mondják, azért eszik meg a vadak az ellenséget, mert azt hiszik, hogy így bátorságát örökölni fogják; később ugyane céllal fogyasztják el ellenségük szemét vagy szívét. Mindezek a szeszélyes változások a vadakra vonatkozólag elegendő valószínűséggel magyarázhatók meg. A vadember előítéletei nem jelentkeznek folyton egyazon aktualitással; ugráló hangulatai, szökellő érzelmei, melyek annyira jellemzik, kiszámíthatatlanná teszik magaviseletének minden mozzanatát.”

Kornis Gyula „Okság és törvényszerűség a pszichológiában” című 1911-es munkájában (1911b) a pszichológia mint tudomány nehézségeit ecsetelve a lelki élet kettősségét is bemutatja. Sőt a lelki élet ambivalenciája okozza azt a ténnyt Kornis szerint, hogy a lelki étellel foglalkozó tudomány nem sorolható egyértelműen a természettudományok közé, bár a célja az egyetemesítés, mégsem rendelkezik olyan eszközökkel, amelyek objektív oksági viszonyokat tudnának megállapítani a

lelki tevékenységre nézve. Ugyanis az okság nem ragadható meg közvetlenül, hanem csak a lelki történések egymásutánjából következtet rá az egyén. Az így kikövetkeztetett oksági kapcsolatok viszont egyáltalán nem különböznek a külső jelenségek objektív oksági viszonyaitól.

Amíg a lelki folyamatok, vagy másképpen a "gondolatélmények" oksági viszonyban állnak egymással, a "gondolatartalmakra" a racionális viszony jellemző. Vagyis a gondolkodás a logikára épül, az élmények, a lelki működés pedig az egymásból következtésre, az asszociációra. Az élmények egészlegessége tulajdonképpen a lelki hatás, amely nem tudatosan irányítja az egyén viselkedését:

„A pszichológiában minden fogalomnak sanctióját az élmény kölcsönzi; itt minden fogalom elsősorban phaenomenalis értelemben igaz. Élményeink útján mítsem tudunk arról, hogy bizonyos praesentativ tudatmozzanatok, melyeket a többtől abstrahálva, képzeteknek nevezünk, érzelmektől kísérve complexekbe egyesülnek, tudtunk nélkül elménkben megmaradnak s tudatunk folyamára állandó befolyást gyakorolnak, melyről nincsen – csak eredményében – tudomásunk.”

Emiatt írja Kornis az "Elemi pszichológiai kísérletek (1911a) c. munkájában, hogy az introspekciós módszer és a kísérletezés – amelyet korábban két tudománynak tekintettek – kiegészítik egymást. Az introspekció fontosságát mutatja például az objektív módon vizsgált tanúvallomások megbízhatatlanságának lelki-oksági magyarázata.

Ehhez a történetiségében megismerhető lelki-oksági magyarázathoz tartozik hozzá az a fontos tény is, hogy az ember célkitűző lény, aki az előre eltervezett gondolatait valósítja meg.

3. Összegzés: a korai magyar pszichológia filozófiai-társadalomtudományi hagyományú emberképe

Az intézményesülés előtti álláspont egy olyan emberképet vázol fel, amely szerint a gondolkodás és a lelki tevékenység egymástól

megkülönböztethető és eltérő módon működnek. A gondolkodás magasabb rendű agyi folyamat, a logika törvényeire épül, az értelem, az ítéletalkotás és az okosság építik fel. Ugyanilyen magasabb szintű funkció az érzékelés és az akarat. Ezzel szemben a lelki tevékenység funkciói az ábrázolás, az érzelmek átélése és a tárgyak által kiváltott vonzódás, illetve taszítás, ezek alacsonyabb rendű működések. Ide sorolható még az emlékezés és a szokások is.

Az ember lelki tevékenysége aktív, szemben a test passzivitásával. Az aktivitás lehetőségét a lelki tehetség biztosítja, amely öröklött vagy tanult lehet. Az aktivitás feltétele a lélek ereje. A lélek vagy más néven tudat legfontosabb feladata az ábrázolás – mai szóhasználatban az észlelés –, ebből eredeztethető az érzés, amely a tárgyak olyan ábrázolása a tárgy jelenléte nélkül – vagyis az emlékezés a tárgyra –, amely szubjektív és pontatlan.

A különválasztható lelki és gondolkodási funkciók elképzelése után az 1900-as évektől megváltozik az emberről alkotott pszichológiai kép. A lelki tevékenységeket – sőt a testi és a lelki életet – a továbbiakban egységesként képzelik el, amely kiegészül azzal a teleológiai aspektussal is, hogy az ember célkitűző lény, minden lelki és testi tevékenységét a célszerűség határozza meg.

A lelki tevékenységek központjában továbbra is az élmény áll, amely azonban az elvárással összefonódik. A lélek észleli a meglévő és az elvárt közötti különbséget. Ez az észlelt különbség az alapja minden magasabb rendű megismerési folyamatnak, mint a képzetalkotás (amelyet korábban az ábrázolás fogalma fedett le), az emlékezés (amely korábban alacsonyabb rendű funkcióként szerepelt) és az ítéletalkotás (amely korábban a gondolkodás logikai képességéhez tartozó funkció volt).

Érdekes párhuzam figyelhető meg az ember saját belső működéséről való tudását tekintve. A korábbi nézet szerint a lelki aktivitás idézi elő, hogy az ember tudja, bizonyos benne, hogy van lelke. Az 1900-as évek elképzelése szerint az

ember a lelki és egyáltalán az életfolyamatai célszerűségét ismeri fel, illetve látja be. Ennél még pregnánsabb az az elképzelés, hogy az ember visszakövetkeztet a lelki tevékenységeire, amelyek között így oksági kapcsolatokat fedez fel. És bár a gondolat tartalmak között racionális viszony áll fenn, a gondolatélmények között a kikövetkeztetett oksági viszony áll csak rendelkezésre az ember számára.

A filozófiai-társadalomtudományi gondolkodásban három ponton összegezhető az

emberképben bekövetkezett változás. A legfeltűnőbb a lelki tevékenységek különválaszthatóságáról szóló nézetnek az átalakulása a lelki élet egységes elképzelésére. A második változás az egyes funkciók magasabb vagy alacsonyabb rendű besorolásában mutatkozik meg, végül a harmadik változás az ember belső működéséről származó tudásának elképzelésében következik be, amely tulajdonképpen a közvetlentől – a lelki aktivitás tapasztalása – tolódik a közvetett – az oksági viszonyok következtetése – felé.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- [1.] Bárkán György (1985) A pszichológia szerepe a századelő magyar társadalomtudományi megújulásában. Magyar Pszichológiai Szemle, 42. 471-494. o.
- [2.] Joó Tibor (1929) Egy kiadatlan régi magyar lélektan. Magyar Pszichológiai Szemle, 2/1-2.
- [3.] Kornis Gyula (1911a) Elemi pszichológiai kísérletek. Budapest, Franklin
- [4.] Kornis Gyula (1911b) Okság és törvényszerűség a pszichológiában. Budapest, Franklin
- [5.] Leopold Lajos (1912/1987) A presztizs. Budapest, Magvető
- [6.] Pataki Ferenc (1977) A magyar pszichológia történeti útjának néhány időszerű tanulsága. Magyar Pszichológiai Szemle, 34. 563-586. o.
- [7.] Pikler Gyula (1901) A lelki élet fizikája. A pszichofiziológia teljes rendszerének vázlata és az uralkodó tan kritikája. Különlenyomat a Huszadik Század 1901. februári számából. Budapest, Politzer Zsigmond és fia kiadása
- [8.] Pikler Gyula (1909) A lélektan alapelvei: Az élmény megmaradása és ellentétessége. Budapest, Grill
- [9.] Pikler Gyula (1910) A lelki élet alaptörvényei. Az eszmélet helye a természetben. Budapest, Sziklai Jenő kiadása
- [10.] Pléh Csaba (1998) Hagyomány és újítás a pszichológia történetében. Budapest, Balassi
- [11.] Posch Jenő (1913) Játék, művészet és munka. Különlenyomat a Magyar Filozófiai Társaság Közleményei 1913/2. számából. Budapest, Magyar Filozófiai Társaság
- [12.] Ribot, Th. (1896) A lelki átöröklés. Budapest, MTA
- [13.] Romsics Ignác (2002) Magyarország története a XX. században. Budapest, Osiris

Ásványi Katalin, Marjainé Szerényi Zsuzsanna, Zsóka Ágnes

A fenntartható fejlődés feltételeinek megjelenése a nagykörűi lakosság értékrendjében: egy Q-módszeres kutatás eredményei

Katalin Ásványi – Zsuzsanna Marjainé Szerényi – Ágnes Zsóka: The appearance of the conditions of sustainable development in the values of the population of Nagykörű: The results of a Q-methodology research

Abstract

One of the aims of sustainable development is to keep the local communities, to ensure their local welfare, which is essential to eliminate or mitigate negative consequences. In our research, we looked for the answer, how the local population relate to sustainable development. What preferences do they have regarding the place of residence? Do they see any inherent risks, threats? How long horizon they think and what problem solving techniques do they see? How do they think about sustainability issues? The responses were looking for with Q-methodology for which we have defined 46 claims in eight topics: local attachment; local cooperation; willingness to act; management; horizon; threats; solutions. The Q methodology handles the respondents into factors, according to which claims they prefer more or less. The results are very well suited to understand the attitudes to the sustainability problems.

Keywords: sustainable development, Q-methodology, values

ÖSSZEFOGLALÓ

A fenntartható fejlődés egyik célja a helyi közösségek megtartása, helyi boldogulásának biztosítása, amelyhez elengedhetetlen a káros következmények enyhítése vagy kiküszöbölése. Kutatásunk során többek között arra kerestük a választ, hogyan viszonyul a helyi lakosság a fenntartható fejlődéshez. Milyen preferenciákkal rendelkeznek a lakóhelyük megőrzésével, fejlesztésével kapcsolatban, látnak-e különös veszélyeket, fenyegetéseket? Milyen időtávon gondolkodnak és milyen megoldási technikákat látnak a problémákra? Mennyire tartanak szem előtt fenntarthatósági szempontokat? A válaszokat Q-módszerrel kerestük, melyhez 46 állítást fogalmaztunk meg nyolc témakörben: helyi kötődés; helyi együttműködés; cselekvési hajlandóság; gazdálkodás; időtáv; veszélyek; megoldások. A Q módszer a válaszadókat faktorokba rendezi, aszerint, mely állításokat preferálják jobban,

melyeket kevésbé. Az eredmények rendkívül jól alkalmazhatóak a fenntarthatósági problémákhoz való viszonyulások megértéséhez.

Kulcsszavak. fenntartható fejlődés, Q-módszer, értékrend

BEVEZETÉS

A klímaváltozás számos következménye érinti az emberek mindennapjait, az egyének boldogulását. Az ennek hatására kialakuló szélsőséges vízjárási helyzetek (árvíz, belvíz, aszály) is komoly károkat okozhatnak például a mezőgazdaság vagy a turizmus stb. területén. A fenntartható fejlődés fontos szerepet tölt be a helyi kötődések és együttműködések kialakulásában, ugyanakkor a károk megelőzésében és az esetlegesen kialakult problémák megoldásában is segítséget nyújt. A lakosság vízigényének változását, a jövőbeli magatartását és elvárásait fókuszcsoporthoz vizsgálattal (Q-módszerrel) mértük fel.

Faktorelemzés segítségével az egyes faktorokat jellemeztük az alapján, hogy mely állításoknak adtak az egyének magas és melyeknek alacsony értéket. A Q-módszerrel észleléseket, érzéseket tudunk megragadni. A vízigények számos tényezőtől függenek, köztük a lakosság környezettudatosságától, a helyben maradási hajlandóságuktól, attól, milyen időtávban gondolkodnak. Mindezen tényezők jövőbeli változásainak feltárásához alkalmaztuk a konkrét kistérségi adatokat.

1. ELMÉLETI HÁTTÉR

A fenntartható fejlődés fogalmát először az 1987-es Bruntland-jelentésben (Közös jövőnk) ismerhettük meg, azóta pedig számos szerző, köztük magyarok is igyekeztek a definíciót a gyakorlati élethez közelebb hozni, annak érdekében, hogy a jelszavak hangoztatása helyett a mindennapi életünkben is tenni tudjunk jövőnk érdekében. Manapság nagyon gyakran hallható a következő mondat: „Gondolkodj globálisan, cselekedj lokálisan!”. A mondatból arra a következtetésre juthatunk, hogy még a globális problémák elleni védekezésben is a kisebb közösségek, egy ország, egy régió, egy járás, de leginkább egy-egy település lakói is rendkívül sokat tehetnek. A nemzetközi környezetpolitika már régóta felismerte a helyi közösségek szerepét a fenntartható fejlődésben, lásd például az EU 6. Környezetvédelmi Akcióprogramját vagy az ENSZ 1992-es Rio de Janeiro-i világkonferenciájának egyik hozadékaként kiadott Agenda 21 elnevezésű dokumentumot [Harangozó - Zilahy, 2012: 45-62]. Az Agenda 21 a fenntartható fejlődés megvalósulásának ad egyfajta keretet az élet minden területére kiterjedően, kitérve a célokra, a szükséges teendőkre általánosan, valamint az intézményi feltételekre, azokra az eszközökre, amelyek a megvalósításhoz szükségesek (pl. a finanszírozás kérdéseire). 28. fejezete külön foglalkozik a helyi fenntarthatósággal, amelyet azóta Local Agenda 21 vagy LA21 néven is ismerünk. Ennek szellemében hazánkban is egyre több településen készül el a Fenntartható Fejlődés Helyi Programja, amelynek alapvető

célja az önkormányzat és a lakosság aktív közreműködésével és támogatásával egy olyan program kidolgozása és véghezvitele, amelynek eredményeképpen olyan település alakul ki, ahol a lakosság otthon érzi magát, mindezt úgy, hogy a fenntartható fejlődés elvei érvényesüljenek, vagyis a környezeti és társadalmi folyamatok a gazdasági fejlődésből profitálni tudjanak, a három terület egysége és egyensúlya valósuljon meg [Szlávik - Turchany, 2002: 129]. Tehát a helyi közösségek tagjainak cselekvései, gondolkodásmódja, a jövőjük figyelembevétele elengedhetetlen a globális eredmények eléréséhez. (A globális és a helyi fenntarthatóság közötti kapcsolat egy lehetséges tárgyalását lásd Kocsis [2014: 103-114] munkájában.)

Mi szükséges ahhoz, hogy egy helyi közösség fenntartható módon éljen? Nyilván a társadalmunk, a gazdaságunk és a környezetünk is változik, ezért abban kulcsszerepet játszik a reziliencia, magyarul alkalmazkodóképesség, amely alatt a környezet és a társadalom alkalmazkodóképességét is érthetjük. Kerekes [2011: 4-13] megfogalmazta a rugalmas, alkalmazkodni képes társadalmi és ökológiai rendszer jellemzőit, melyek az alábbiak:

- „a diverzitás fenntartása és megőrzésének támogatása (biológiai, tájképi, gazdasági és társadalmi értelemben is),
- az ökológiai sokféleség ember általi »kontrolljának« korlátozása [vö. Kocsis, 2010: 3-52],
- a modularitás tisztelete (a csatlakozó rendszerek jobban viselik a sokkhatást),
- a tanulás, a társadalmi hálózatok és a helyileg kifejlesztett szabályok fontosságának felismerése és hangsúlyozása” [idézi Bándi, 2013: 1119-1125].

Gyulai [2012: 109, http://www.mtvsh.hu/dynamic/fenntart/a_fenntarthato_fejlodes.pdf] felhívja a figyelmünket arra, hogy a fenntarthatóság kulturális kérdés, egy viszonyrendszer, amely meghatározza viszonyunkat a környezetünkhöz, társadalmi és

természeti környezetünkhöz egyaránt. Érdemes lehet mintegy kulturális beágyazottságként tekinteni a kérdésre, mely témát Kocsis [2002: 209] sajátos emberi gyökerek meglétéként vagy hiányként elemzett.

A helyi lakosság, illetve helyi közösségek fenntartható fejlődéshez való viszonyának vizsgálata azért is kiemelten fontos, mert szorosan kapcsolódik más területek (a vállalati szektor, illetve a teljes gazdaság) fenntarthatóságához [Harangozó, 2008: 38-50]. A tanulmány éppen egy kistérség lakóinak, a nagykörűiek környezetükhöz való viszonyulását kívánja bemutatni, amelyet a Q-módszer alkalmazásával tártunk fel. A kutatást az ún. WateRisk projekt keretében hajtottuk végre, amely 2009-2011 között zajlott azzal a fő céllal, hogy egy, a társadalmi, környezeti változásokat is figyelembe venni tudó, a globális klímaváltozásra válaszoló modellt alakítson ki, elsősorban a szélsőséges vízjárás jelenségeket középpontba állítva, de kitérve a globális éghajlatváltozás lehetséges gazdasági és társadalmi hatásaira is (a projektet az NKTH finanszírozta (TECH-08-A4/2-2008-0169), leírása és eredményei megtalálhatók a következő szakirodalomban: Koncsos (szerk.), 2011). A cikk alapjául szolgáló elemzés széleskörűen, a globális klímaváltozás következményeinek és az azokhoz történő alkalmazkodás módjainak kérdésköréit is vizsgálja a településen élők szemszögéből.

2. A Q-MÓDSZER MÓDSZERTANI HÁTTERE

A kutatáshoz az ún. Q-módszert használtuk, amelyet Stephenson fejlesztett ki (Stephenson, 1953) az emberi szubjektivitás szisztematikus vizsgálatának céljából. „A Q-módszert az attitűdök és vélemények szubjektív jellegének hangsúlyossága miatt a kvalitatív módszerek közé sorolják” [Hofmeister-Tóth, 2005: 2], és „elsősorban vélemények, attitűdök/beállítódások, és értékrendszerek felderítésére használják” (id. mű, 3.o.). A módszer elsősorban az angolszász országokban terjedt el [Id. többek között: [Brown, 1996: 561-567; Brown, 1993: 91-138]. Az International Society of Scientific Study of Subjectivity társaság 1985 óta évente

rendez Q-konferenciákat, amelyek igen hasznosak az alkalmazási lehetőségek megismerésére, megvitatására.

A Q-módszertan fő célja, hogy egy adott témával kapcsolatos véleményekből típusokat képezzen, amihez kvantitatív elemzési technikákat vesz igénybe. Voltaképpen egy „fordított” faktoranalízist végez, amelynek során nem változókból hoz létre látens változókat, hanem a válaszadók kerülnek faktorokba – ún. véleménycsoportokba – véleményük hasonlósága és különbözősége alapján. A módszer kvalitatív jellegét ugyanakkor az adja, hogy nem követel meg a kvantitatív elemzések megbízhatóságához szükséges mintanagyságot, illetve reprezentativitást. A módszer nem alkalmas reprezentatív típusképzésre, csak tipikus véleményformák előállításával segíti a kutatót az alakfelismerésben. A vizsgálatba viszonylag kevés, általában 10-50 személyt vonnak be, akiket meghatározott kritériumok alapján választanak ki. Jellegzetességei miatt a Q-módszer hidat képez a kvalitatív és a kvantitatív kutatási eljárások között, kombinálva mindkét kutatási forma előnyeit [Brown 1996: 561-567]. A Q-módszer speciális adatgyűjtési eljárást alkalmaz, az ún. „**Q-sort technikát**”, amelynek lényege, hogy a kutató kártyákon jelenít meg állításokat, szavakat, esetleg képeket, és a résztvevő személyeknek a véletlenszerűen megszámozott kártyákat kell egymáshoz viszonyítva egy előre megadott skála alapján, egyetértésüknek megfelelően rangsorolni. A vizsgálati személyek először megismerkednek a témával és a kártyákon szereplő állításokkal, majd megkezdődik az osztályozás. A résztvevők először általában három csoportba osztják a kártyákat aszerint, hogy egyetértenek-e a rajta szereplő állítással, nem értenek egyet vele, vagy azok közömbösek számukra. Ezután az értékelő skála kategóriái szerint tovább rangsorolják az állításokat, egymáshoz viszonyítva, minden állítás besorolását külön megfontolva. Az értékelő skála a kártyák számától függően általában 7 (-3...+3), 9 (-4...+4), vagy 11 (-5...+5) kategóriát tartalmaz.

Az állítások besorolásának eredményeként kialakul minden egyes vizsgálati személy egyéni

rangsora, az ún. **Q-osztályok**. A kiértékelési folyamat során a módszer páronként összehasonlítja a preferencia-sorrendeket (vagyis a Q-osztályokat), és meghatározza azok korrelációját. Eredményként egy ún. interkorrelációs mátrix adódik, amelyből főkomponens vagy centroid módszer segítségével állíthatók elő a **faktorok**, vagyis azok a **tipikus Q-osztályok**, amelyek az egyéni vélemények „közös nevezőjét” tartalmazzák.

A faktorokat ezután célszerű egyszerűbb faktorstruktúrába átforgatni – Varimax rotációval vagy kézi rotációval –, mivel így könnyebben értelmezhetővé válik az eredmény. Természetesen mindegyik preferencia-sorrendnek köze van mindegyik faktorhoz, de általában az egyes személyek válaszai alapján többé-kevésbé jól kapcsolhatók valamelyik tipikus Q-osztályhoz. Ez azt jelenti, hogy a módszer az egyébként látens különbségek és hasonlóságok alapján a válaszadókat besorolja a lehető leghomogénebb csoportokba. Az egyéni vélemények így strukturált, statisztikailag jól interpretálható formában jelennek meg. A végeredményként kapott faktorok a nagyon hasonló preferencia-sorrenddel rendelkező válaszadókat – illetve azok rangsorait – tartalmazzák.

A Q-módszer tehát „olyan innovatív eljárás a társadalomtudományokban, amely mind a kvantitatív, mind a kvalitatív kutatások kiegészítője lehet” [Brown, 1993: 91-138, idézi: Hofmeister-Tóth, 2005: 12]. Azért kiegészítője, mert kis mintával dolgozik, és nem követeli meg a reprezentativitást, így nem helyettesítheti a reprezentatív felméréseket. „A Q-eljárás különösképpen olyan esetekben alkalmazható, amikor a magatartás nehezen kommunikálható, vagy még nem állnak tudatos standard vélemények és nézőpontok rendelkezésre” [Hofmeister-Tóth, 2005: 12].

A Q-módszer alkalmazásánál kiemelt jelentőséggel bír a rangsorolandó állítások átgondolt megfogalmazása. Ez két szempontból is lényeges. Mivel a vizsgálati személyeknek az állításokat egymással páronként összehasonlítva kell az egyetértési skála különböző értékeihez besorolniuk, ezért az

állításokat úgy kell megfogalmazni, hogy egymással összevethetők legyenek, köztük fontossági sorrend felállítható legyen.

A kutatónak a Q-sort technika alkalmazásakor el kell döntenie, hogy „*kötött kiosztást*”, vagy „*nyílt kiosztást*” választ. Kötött kiosztás esetén a vizsgálati személyek előre meghatározott számú kártyát sorolhatnak be az értékelési skála egyes kategóriáiba, amivel biztosítják, hogy preferencia-sorrendjük a normálishoz igen közeli, annál kicsit laposabb eloszlást kövessen. Ez a követelmény kevés számú megkérdezett esetén is alkalmassá teszi a módszert az eredmények statisztikai feldolgozására. Kötött kiosztást általában akkor alkalmaznak, amikor a vizsgálati személyek nincsenek teljesen tudatában saját preferenciáinak, így „a szortírozási (döntési) folyamaton keresztül, amelyben a különböző állítások rendezése történik, szilárdul meg saját álláspontjuk” [Hofmeister-Tóth, 2005: 8]. A kötött kiosztásnál ugyanakkor ügyelni kell arra, hogy az állítások rangsorolásával követni lehessen a kívánt lapos normális eloszlást. Túl sok pozitív, vagy túl sok negatív formában megfogalmazott állítás például nehezíti a döntési folyamatot, elveheti a vizsgálati személyek kedvét az osztályozástól, és mindenképpen torzítja az eredményeket.

A páros összehasonlításon alapuló rangsorolásra alkalmas állítások kiválasztását két lépésben végeztük el. A megfogalmazott 46 állítást először kis mintás tesztelésnek vetettük alá, annak ellenőrzése céljából, hogy az állítások alkalmasak-e a vizsgálatra, vagyis a résztvevő személyek képesek-e a 46 állítás egyéni rangsorolására. A lehetséges problémák feltárásával alakítottuk ki ezután a végleges állításokat.

A végleges állításokból álló ún. *Q-minta* megtervezésénél a strukturáltság kérdése is felmerül. A nem strukturált Q-mintánál az állításokat interjúk, csoportos beszélgetések, vagy hétköznapi vélemények segítségével választják ki. A strukturált Q-minta tervezése ezzel szemben előzetes elméleti megfontolásokon alapul, ahol ugyanannyi állítást rendelnek minden elméleti kategóriához. Az általunk tervezett Q-minta

mindenképpen a strukturált megoldáshoz áll közel, mivel alapját előzetes elméleti megfontolások képezik. Az egyes témakörökhöz (a kutatás céljaihoz) ugyanakkor nem pontosan ugyanannyi állítást rendelünk, hanem annyit, amennyit feltétlenül szükségesnek gondolunk az adott témakör jellemzéséhez. Az állítások egyenletes elosztását az állítások száma sem teszi lehetővé.

3. A FENNTARTHATÓSÁG FELTÉTELEI ÉS A Q-MÓDSZER ÁLLÍTÁSAINAK KAPCSOLATA

A helyi közösségek a változásokhoz, köztük az éghajlatváltozás következményeihez eltérő módon viszonyulnak. Alkalmazkodóképességük, egyéni habitusuk eltéréseiből fakadóan más-más válasszal reagálnak az eseményekre. A fenntartató fejlődés egyik sokat hangoztatott aspektusa az emberek megtartása eredeti lakóhelyükön. Ebből kifolyólag a kutatás célja az volt, hogy felmérje az árvízrel, belvízzel, illetve aszályal sújtott területeken élő emberek:

1) *kötődését a lakóhelyükhöz*: a fenntarthatóság elvei alapján az emberek helyben kell, hogy boldoguljanak, ennek elengedhetetlen feltétele az, hogy szeressék lakóhelyüket, tisztában legyenek a helyi értékekkel, és hosszú távon tudjanak tervezni a megmaradásuk érdekében.

2) *hozzáállását a helyi együttműködéshez, integrációhoz, a saját tulajdonhoz, megélhetéshez*: fenntartható módon csak akkor tud egy közösség létezni, ha az önérdékeket hajlandóak az emberek háttérbe szorítani akkor, ha a közösségi érdek ezt kívánja.

3) *véleményét a gazdálkodási kérdésekkel kapcsolatban*: a helyi adottságokra épülő gazdaság megteremtése szintén fontos aspektusa a fenntarthatóságnak, hiszen csak az adott térségre jellemző specifikumokra építve és azok figyelembevételével biztosítható a természeti környezet megőrzése hosszú távon.

4) *viszonyulását az őket körülvevő természeti környezethez*: mivel társadalmunk és gazdasági tevékenységeink alapját a természet adja, kifejezetten fontos, hogy a helyi adottságokat ismerjék és elismerjék az ott élők, amely szempontokat a mindennapi életükbe is

beépítenek. A fenntarthatóság fontos eleme a természeti környezet élő és élettelen elemeinek a védelme, hiszen az élő természet számos hasznát nyújt a társadalom számára, amelyet ökoszisztéma szolgáltatásnak nevez a jelenlegi szakirodalom [Kovács et al., 2011ab: 1-11].

Cél továbbá megismerni az emberek véleményét arról,

5) *mit hajlandók személyesen tenni, miben látják a saját, illetve mások felelősségét* az általuk fontosnak tartott vízügyi problémákhoz kötődő célok teljesülése, illetve az általuk fontosnak tartott állapotok megőrzése érdekében, így a felelős cselekvés kérdésköre is fontos a fenntartható fejlődés helyi megvalósulásánál.

6) *milyen veszélyeket fenyegetéseket érzékelnek* a jövőbeli életfeltételeket és helyi természeti állapotot illetően: ezen a téren is elengedhetetlen az ismeretek megléte, a lehetséges következményekre való felkészülés, ugyancsak a helyi adottságokra alapozva.

7) *milyen időtávon gondolkodnak*: a fenntarthatóság érdekében az általában szokásos rövid távú szemlélet helyett hosszú távú tervezés és cselekvés szükséges.

8) *milyen megoldási technikákat látnak* a vízzel kapcsolatos, illetve a helyi egyéb problémákra.

A kutatás céljait szándékosan számoztuk meg, mert a felméréshez szükséges állításokat az alábbiakban ezeknek a céloknak megfelelően fogalmaztuk meg.

A kutatás során kialakított 46 állítást a résztvevő személyek egy -5-től +5-ig terjedő skálán értékelték aszerint, mennyire értenek egyet az adott állítással (egymáshoz viszonyítva az állításokat). A kötött kiosztás módszerének megfelelően előre meghatároztuk, hogy a -5-től +5-ig terjedő skála egyes értékeihez hány állítás rendelhető hozzá, hogy a kvázi-normális eloszlás teljesüljön (lásd 1. táblázat).

A válaszokat az ún. „rendezőséma” segítségével kódoltuk, amely az állításokat tartalmazó kártyáknak az előírt kiosztás alapján adódó piramisszerű elrendeződését követi, és amelyre a skála adott értékéhez sorolt állítások sorszámai kerülnek. Ily módon kialakult minden egyes válaszadó preferencia-sorrendje – azaz minden egyes Q-osztály.

Forrás: Saját szerkesztés

Az eredményül kapott Q-minta (vagyis a rangsorolásra kerülő kártyakészlet) állításai témakörök (célok) szerint részletezve az eredményeknél kerülnek bemutatásra.

A nagykörűi térségben 39 fő válasza volt értékelhető a Q módszeres lekérdézésnél. Az itt élő embereket az állításokra vonatkozó preferenciájuk alapján 6 faktorba osztottuk, mivel e faktorszám esetén a variancia értéke már 62 % volt. Az egyes faktorba tartozó személyek létszáma igen változó, jellemzően 5-7 fő, kivétel az 1. és a 3. faktor, ahol 12, illetve 3 fő alkotja az adott faktort. E szélső értékeket az elemzés során fontos figyelembe venni.

A helyi kötődéssel kapcsolatban összesen hat állítást fogalmaztunk meg. Ha az állítások eredményeit áttekintjük, látható, hogy – egy-egy kivételtől eltekintve – az egyes állításokhoz hasonlóan álltak hozzá a különböző faktorok tagjai. A térségben az aszály evakoribb

megjelenése miatti elköltözés csupán a 2. faktorban prioritás, a többi csoportnál ez hátrébb sorolódik, vagyis a többi csoport tagjai kevésbé gondolkodnak ezen a lehetőségen. Ez azért is érdekes, mert a helyi lehetőségekkel való elégedettség, a tisztességes megélhetés lehetőségét inkább a negatív tartományba helyezték, tehát ezzel az állítással nem igazán értettek egyet, amely némi elégedetlenséget takar, ennek ellenére itt kívánnak maradni. Minden klaszternél pozitívan jelent meg a területen élés fontossága, amely állításban az a remény is benne volt, hogy az unokáik is itt maradnak. Igen erős helyi kötődést jelez szinte az összes klaszternél az, hogy a folyót és környékét szívesen használják kikapcsolódásra. Hasonlót, illetve az előző eredménnyel egybehangzót mutat a szabadság alatti elvagyódás állításának eredménye, amely azt mutatja, hogy ez is a kevésbé fontos szempontok közé került. Érdekes, hogy az az állítás, miszerint „örülhet, aki ezen a vidéken él”, a pozitív és a negatív tartományba egyaránt bekerült az egyes faktoroknál.

A helyi együttműködést, integrációt jelképező állításokból is összesen hat került a mintába. Az egyes állítások rangsorban elfoglalt helye ebben a kérdéskörben a legtöbb állításnál igen vegyes képet mutat, sokkal kisebb az egyetértés a faktorok között, mint a helyi kötődés állításainál. A helyi termékek preferálása a 2. faktor kivételével a pozitív oldalon kapott helyet, de általában a közepesen fontosak közé tették ezt az állítást.

Nem igazán értettek egyet a válaszadók azzal, hogy a térségben a gazdák a munkában és a bajban is segítik egymást.

Amíg tehát a helyi kötődés általában fontos kérdésként jelenik meg az itt élők számára, addig az emberek közötti kapcsolatokkal már sokkal kevésbé elégedettek (ez azt is jelentheti, hogy a tájhoz, a természethez kötődnek, a társadalmi kapcsolatok azonban sokkal gyengébbek). A legegységesebb képet az az állítás mutatja a faktorok között, amely a megélhetés és a termelés helyi adottságokhoz történő alakításának fontosságát hangsúlyozza, amely minden csoportnál a pozitív oldalra került. A helyiek bevonását a helyi döntésekbe – egy kivétellel – nagyon fontosnak tartják, ráadásul a kialakuló átlagértékek is eléggé közel esnek egymáshoz, vagyis ebben a kérdésben nagy az egyetértés az itt élők között. A következő állítás szerint a falu határa legyen a falubelieké, amellyel közepesen értettek egyet a válaszadók. Nagy a megosztottság az etnikai problémák és a térség elnéptelenedésének kérdésében. Három klaszternél a közepesen fontos, pozitív tartományba eső eredményt láthatunk, míg másik háromnál az erősebb egyet nem értés érvényesül, ők tehát nem tekintik problémának az etnikai gondokat, és attól sem tartanak, hogy emiatt a térség lakói máshová költöznének.

4.3. Gazdálkodási kérdések

Négy állítást fogalmaztunk meg a gazdálkodással kapcsolatban. Egy állítás kivételével a faktorok közötti különbségek viszonylag nagyok. A legnagyobb egyetértés abban áll, hogy a helyiek nem tartják túlságosan fontosnak, hogy a legmodernebb technológiát alkalmazzák munkájuk során. Ugyanakkor ennek némiképp ellentmond az az eredmény, amely az utolsó állításnál látható: némely faktorban (3., 4.) azt gondolják, a hitel nélkül vásárolt kisebb vagy régi gépekkel olcsóbban és ugyanolyan eredményesen lehet termelni, míg másik részük (2., 6., 1., 5.) ezzel ellentétesen helyezte el az állítást a rangsorban, szerintük ez egyáltalán nem vagy inkább nem igaz. A turizmus fejlesztésének hatásait illetően is

vegyes a kép: a 4. faktor tagjai nagyon nem értenek ezzel egyet, míg a 6. tagjainál már a pozitív tartományban van az eredmény. A hajózás lehetőségei bővítésének térségfejlesztő hatásával kapcsolatban a legeggyöntetűbb a közömbösség, sem nem értettek egyet vele, sem nem tartották olyannak, amivel egyáltalán nem tudnak azonosulni. Kivételt az 1. faktor jelent, tagjai pozitívan értékelték ezt a lehetőséget.

4.4. A résztvevők viszonyulása az őket körülvevő természeti környezethez

A természeti környezethez való viszonyulás körében hét állítást fogalmaztunk meg. Nagyon pozitív az az eredmény, hogy a megkérdezettek egyöntetűen a fontosabb állítások közé tették azt, hogy a környék óriási természeti értéket képvisel. Természetesen a faktorok között van némi súlyozásbeli különbség. A legtöbb faktornál kiemelkedően jelent meg a környék természetes állapota megőrzésének igénye. A „természet értünk van, minél nagyobb mértékben ki kell használnunk” állítás a fenntarthatóság szempontjából kedvezőtlen, és csak két faktornál jelent meg az egyetértés oldalon. Két faktornál kapott erősebb támogatást a természetes vizek, morotvák fontossága a gazdag élővilág miatt, a többen vagy gyenge az egyetértés az állítással, vagy gyenge a nem egyetértés, tehát a közömbös tartományban szerepel leginkább. A mesterséges erdő szépségét mindössze egy faktornál találjuk a pozitív oldalon, a többen a közömböshöz közeli, de negatív érték látszik, az 5. faktor kivételével, amely nagyobb mértékben utasította el ezt az állítást. Az erdők, mint a táj legfontosabb részeinek megővését és bővítését egy faktor (2.) kivételével mindegyik tagjai inkább a fontos kérdések közé tette. A fenntarthatóság szempontjából kedvező eredmény, hogy a válaszadók a saját területük alatt lévő vizek saját kutakon keresztüli kiaknázását nem tekintik magától értetődőnek.

4.5. Cselekvés, felelősség, feladatok „kiosztása”

Az egyéni cselekvési hajlandóságot, a felelősség vállalását elsősorban vízzel kapcsolatos

állításokban foglalmaztuk meg, melynek oka, hogy a WaterRisk projekt a szélsőséges vízjárás hatásait kívánta vizsgálni

A csapadék és a tavaszi vizek területen tartása érdekében szinte minden faktor tenne valamit, kivételt a 2. csoport tagjai képeznek. Ennek éppen ellentmond, hogy a hely jobb vízgazdálkodása érdekében csak ez a faktor hozna áldozatok is. Erősebb negatív hozzáállás jellemzi azt az állítást, hogy a vízkárok ellen kizárólag állami segítséggel tudnak védekezni, illetve azt is, hogy ez a helyi közösség feladata lenne, ezzel bizonyos mértékig elismerik, hogy a közös cselekvés lehet célravezető. Ugyanezt erősíti annak jelentős hátra sorolása is, hogy mindenkinek saját magának kell megoldania az árvízvédelmi problémákat. A vízügyi problémák megoldása érdekében történő adó kivétését egyik faktor sem fogadja el. Nincs egyetértés abban, hogy kizárólag a szakemberek feladata lenne a folyó és vízrendszerének működésére vonatkozó kérdések kezelése.

4.6. Veszélyek, fenyegetések

Bizonyos mértékig a felelősségtudat megjelenik a veszélyek, fenyegetések címszóval illetett állításokban is. Mindössze egy faktor tagjai értettek egyet azzal, hogy hosszú távon nem veszélyeztetni semmi a környék vízellátását. A térség lakói inkább úgy érzik, hogy nem csak külső feltételektől függenek a térség problémái, a közömbös vagy a gyengén nem ért egyet tartományba került ez az állítás. Két faktor szerint elengedhetetlen a műtrágyák, vegyszerek alkalmazása. Az egyéni felelősség jelenlétét jelzi, hogy többségében nem gondolják úgy, hogy a házukat oda építik, ahová akarják, akár még az ártérre is, továbbá az is, hogy az ingatlanok biztosítását is két faktor a fontosabbak közé helyezte. A bankhitelek megítélésénél már nagyobb a különbség: két faktornál erősebb az egyetértés, kettőnél éppen ellentétes válaszok születtek. Egyöntetűen nem értenek egyet abban, hogy a termésre felesleges biztosítást kötni, valamint a faktorok többségében úgy érzik, az emberek nincsenek tisztában az árterek és folyók működésével, a kockázatok kezelésének lehetőségével.

4.7. Az időtáv kezelése

A szemléletmód időtávjának kiderítéséhez összesen két állítás került a Q-mintába. A két állítás közül az első a hosszú távú, míg a második a rövid távú gondolkodást tükrözi. Az eredményekből kiolvashatjuk, hogy a térségben élőknek mindkettő jelen van, viszont a hosszú táv erősebb a rövidnél. Az egyetértés intenzitása ugyan eltérő, de minden faktorban az egyetértés oldalán kapott helyet az az állítás, miszerint akkor is megéri erdőt ültetni, ha a hasznait csak az unokáink élvezhetik. Mindemellett szeretnék élvezni munkájuk rövid távú gyümölcseit is, de ez az állítás minden csoportnál hátrébb került az előzőnél, ami a fenntarthatóság szempontjából pozitív.

4.8. Megoldási lehetőségek a vízzel kapcsolatos problémákra

A megoldási lehetőségeket is elsősorban az árvíz, belvíz problémájával összefüggésben foglalmaztuk meg. Szinte teljes az egyetértés a faktorok között abban (és a különbség elenyésző, egy kivétellel), hogy a csatornahálózat fejlesztése nem csak a belvíz kárait csökkenti, de az öntözési lehetőségeket is javítaná. Minden faktornál az elutasítottak közé került az az állítás, hogy ha ki tud menni a víz az ártérre, akkor több halat lehet fogni. A víz töltés mögötti, mélyfekvésű területeinek víz tározására alkalmazása megosztotta a csoportokat, három inkább egyetért ezzel, míg a másik három inkább elutasította azt. Három faktor erőteljesen támogatta azt, hogy a települések védelmét a gátak magasításával, vésztározók építésével kellene megoldani. Mindössze egy faktor értett markánsabban egyet azzal, hogy tavasszal a területeket mihamarabb ki kell szárítani a termelés érdekében.

5. A FAKTOROK ÖSSZKÉPE A FENNTARTHATÓSÁG SZEMPONTJÁBÓL

Az egyes témakörök faktoronkénti vizsgálatát két részre bontottuk, külön értékeltük a pozitív és a negatív jelentéstartalommal bíró állításokat. A 2. táblázatban + és – jellel jelöltük, hogy az adott faktor hogyan viszonyul az egyes témakörökhöz.

A + jel a fenntarthatóság szempontjából megfelelő hozzáállást, a – jel a nem fenntartható viszonyulást jelenti. A jelek számával pedig az attitűd erősségét fejeztük ki, vagyis +++ azt jelenti, hogy a faktor fenntartható módon gondolkodik az adott témakörben.

Az 1. faktor gondolkodik a leginkább fenntartható módon a megadott témakörökben, azon belül is a veszélyekkel

kapcsolatban rendelkezik erős fenntarthatósági hozzáállással. A cselekvés az, amelyet legkevésbé tart fontosnak, ami arra utal, hogy még ez a csoport sem látja át az egyéni felelősség és cselekvés fontosságát. Fontos megemlíteni, hogy ebbe a faktorba koncentrált a válaszadók közel egyharmada. A fenntarthatósághoz való igen erős hozzáállásuk alapján **jövőorientáltaknak** nevezzük őket.

Témakör/Faktor	1. faktor	2. faktor	3. faktor	4. faktor	5. faktor	6. faktor
helyi kötődés (+)	++	+++	+	+	++	+
helyi kötődés (-)	+	+	+++	+	+++	+++
helyi együttműködés (+)	++	+	--	++	++	++
helyi együttműködés (-)	++	--	+++	-	--	+++
gazdálkodási kérdések (+)	+	--	++	--	-	-
gazdálkodási kérdések (-)	++	++	-	+++	+++	-
természeti környezet (+)	++	++	++	+	+	+
természeti környezet (-)	++	-	+	--	-	--
cselekvés (+)	--	--	+	-	-	--
cselekvés (-)	+	+++	+	+++	++	-
veszélyek (+)	+	+	+++	-	+	--
veszélyek (-)	+++	+	++	++	+	++
időtáv (+)	+++	+++	+++	++	+++	++
időtáv (-)	--	-	-	-	--	-
megoldás (+)	++	-	-	++	+	-
megoldás (-)	+	-	---	-	++	---

2. táblázat: A faktorok értékelése az egyes témakörökben fenntarthatósági szempontból

Forrás: saját szerkesztés

Az 5. faktorba tartozók tekinthetők a második legerősebb csoportnak a fenntartható gondolkodás terén, bár náluk már több helyen is előfordul, hogy nem a fenntarthatósági szempontok alapján sorolják be az állításokat a saját preferencia sorrendjükben. A helyi kötődés számukra az egyik legfontosabb tényező, ugyanakkor a vízzel kapcsolatos problémák megoldását is jól látják, illetve a veszélyeket illetően is fenntartható a hozzáállásuk. A többi témakörben a pozitív és

negatív jelentéstartammal bíró állításokat vizsgálva fenntarthatósági szempontból hol jól látják a helyzetet, hol rosszul, nincs egységes, kiforrott véleményük, összességében az **értékkörzők** elnevezést alkalmazhatjuk rájuk

A 3. faktor nagyon hasonlóan gondolkodik, mint az 5. faktor. Számukra is a helyi kötődés igen fontos, illetve szintén jól látják a veszélyeket, ugyanakkor ők a természeti környezetet illetően is egyértelműen fenntartható módon gondolkodnak. Leginkább a vízzel kapcsolatos

problémák megoldásában tér el a véleményük az 5. faktortól. Ez a faktor az egyetlen, amelyik a cselekvés témakörben megfogalmazott állítások alapján fenntartható attitűddel rendelkezik. A **cselekvők** elnevezés illik a faktorra.

A 2. és a 4. faktor az előző háromtól eltérően, de egymáshoz nagyon hasonlóan gondolkodik. Érdekes, hogy ők sorolták leginkább hátra a cselekvéshez kapcsolódó, negatív tartalmú állításokat, vagyis elismerik, hogy közös erőfeszítésre és összefogásra szükség van, viszont az egyéni felelősségvállalás kevésbé fontos a számukra (is). Mivel a 2. faktornál a helyi kötődéshez kapcsolódó állítások kerültek

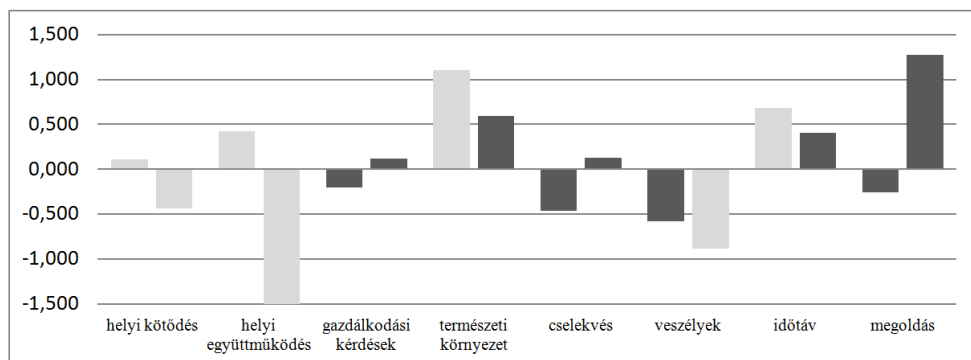
leginkább a pozitív tartományba, ezért őket **helyi kötődésűeknek** nevezzük. A 4. faktor tagjai eléggé határozottan – de nem feltétlenül fenntarthatóan – foglaltak állást több kérdésben is, ezért őket **elképzeléseikhez ragaszkodóknak** hívjuk.

A 6. faktor gondolkodik a legkevésbé fenntartható módon, bár a helyi kötődés és együttműködés szempontjából ez a csoport is a fenntarthatósági elveket követi, de minden egyéb tématerületen vagy fordítva látja a helyzetet, vagy nem egységes a véleménye a pozitív és negatív állítások alapján, ezért őket **ambivalenseknek** nevezzük. (lásd 3. táblázat)

Faktor száma	Faktor megnevezése
1. faktor	Jövőorientáltak
2. faktor	Helyi kötődésűek
3. faktor	Cselekvők
4. faktor	Elképzeléseikhez ragaszkodók
5. faktor	Értékőrzők
6. faktor	Ambivalensek

3. táblázat: A nagykörűi térség lakóinak csoportjai

Forrás: Saját szerkesztés



1. ábra: A kitöltők összesített válasza a pozitív és negatív jelentésű állítások témakörök szerinti értékei alapján

Forrás: saját szerkesztés

KÖVETKEZTETÉSEK, ÖSSZEGZÉS

A nagykörűi lakosság fenntarthatósághoz való hozzáállásának összképét az összes kitöltő által kialakított sorrend alapján mutatjuk be. Az összes válaszadó preferencia sorrendje alapján a program készít egy összesített sorrendet,

melyből az egyes témakörökre vonatkozóan a pozitív és negatív tartalmú állításokhoz tartozó értékeket átlagolva megvizsgáltuk, hogy milyen a kitöltők viszonyulása a területekhez a fenntarthatóság szempontjából. Az 1. ábra szemlélteti ennek eredményét, melyen világos szürkével jelöltük, amennyiben a lakosok

hozzáállása a fenntarthatósági szempontoknak megfelelő volt és sötét szürkével, ha azzal pont ellenkezett.

Összességében tehát az állapíthatjuk meg, hogy a nagykörűi lakosság a helyi kötődés és együttműködés tekintetében egységesen pozitív hozzáállást mutat, az ehhez kapcsolódó állításokat fenntarthatósági szempontból megfelelő helyre helyezték. Szintén egységes, viszont nem fenntartható elveket mutat a vízzel kapcsolatos problémák megoldásával kapcsolatos viszonyulásuk, a gazdálkodási kérdésekhez való hozzáállásuk és az egyéni cselekvési hajlandóságuk. Jellemzően nem érzik az egyéni felelősséget, inkább hárítják másra azt, és jobban hisznek az együttműködésben. A természeti környezet értékét látják, de ugyanakkor saját céljaira is felhasználják.

Felismerik, hogy a víz okozta károk igen súlyos következményekkel járhatnak, ugyanakkor annak megelőzéséért mégsem tesznek igazán. Tudják, hogy hosszú távon kell gondolkodni, viszont rövid távon is fontosnak tartják a megtérülést.

A nagykörűi lakosság fenntarthatósághoz kapcsolódó viszonyáról a Q-módszer egy igen átlátható képet mutat. Fel tudtuk mérni, mely témakörökben gondolkodnak fenntartható módon az emberek, és melyek azok, amelyekben nem értenek egyet a fenntarthatósági elvekkel. Jelen tanulmány lehetőséget biztosított a téma feltárására, a későbbiekben azonban szükség lenne további kutatásra is arra vonatkozóan, milyen módon lehetne javítani a lakosság fenntartható gondolkodásán.

IRODALOMJEGYZÉK

- [1.] Bándi Gyula (2013): Hozzászólás a túlélés szellemi kör üzenetéhez egy jogász szemével. Magyar Tudomány, 2013/9. 1119-1125 p. http://epa.oszk.hu/00600/00691/00120/pdf/EPA00691_mtud_2013_09_1119-1125.pdf, letöltés dátuma: 2014. október 10.
- [2.] Brown, S.R. (1993): A primer on Q Methodology. In: Operant Subjectivity, 16. 91-138. p.
- [3.] Brown, S.R. (1996): Q Methodology and Qualitative Research. In: Qualitative Health Research, 6. 4. 561-567. p.
- [4.] Gyulai Iván (2012): A fenntartató fejlődés. Ökológiai Intézet a Fenntartható Fejlődésért Alapítvány, Miskolc. 109 p. http://www.mtvsz.hu/dynamic/fenntart/a_fenntarthato_fejlodes.pdf, letöltés dátuma: 2014. október 10.
- [5.] Harangozó Gábor (2008): A környezeti teljesítményértékelés módszerei. Vezetéstudomány, 2008/2. szám, 38-50. p.
- [6.] Harangozó Gábor, Zilahy Gyula (2012): A civil szervezetek szerepe a vállalatok tevékenységének fenntarthatóbbá válásában. Civil Szemle. 9. évf. 1. szám, 45-62. p. ISSN 1786-3341
- [7.] Hofmeister-Tóth, Á. (2002): Application opportunities of Q methodology in marketing research. (In Hung.) Study workshop, Budapest: Corvinus University of Budapest, Department of Marketing Research and Consumer Behavior, 8-12 p.
- [8.] Kerekes Sándor (2011): Fenntarthatóság és társadalmi felelősség – A globalizálódó világ megoldatlan problémái. Magyar Bioetikai Szemle. 1, 4-13. p.
- [9.] Kocsis Tamás (2002): Gyökereink: Örömről és gazdagságról egy világméretű fogyasztói társadalomban. Budapest: Kairosz, 209 p.
- [10.] Kocsis Tamás (2010): Létkérdések - Önkényuralom és népesedés a bioszférában. Kovász 14 (1–4) 3-52. p.

- [11.] Kocsis Tamás (2014): Is the Netherlands sustainable as a global-scale inner-city? *Intenscoping spatial sustainability. Ecological Economics* 101, 103-114. p.
- [12.] Koncsos László (szerk). (2011): *Jövőképtől a vízkészlet-kockázatig*. BME Vízi Közmű és Környzetmérnöki Tanszék, Budapest, ISBN: 978-963-313-060-5.
- [13.] Kovács, E., Kelemen, E., Pataki, Gy. (2011a) *Ökoszisztéma szolgáltatások a tudományterületek és a szakpolitikák metszéspontjaiban*, Természetvédelmi Közlemények 17: 1-11. p.
- [14.] Kovács, E., Pataki, Gy., Kelemen, E., Kalóczkai, Á. (2011b): Az ökoszisztéma-szolgáltatások fogalma a társadalomkutató szemszögéből. *Magyar Tudomány* 172 (7): 780-787. p.
- [15.] Stephenson, W. (1953): *The study of behavior: Q-technique and its methodology*. Chicago: University of Chicago Press, 479-480. p.
- [16.] Szlávik János, Turchany Guy (szerk.) (2002): *Útmutató a Fenntartható Fejlődés Helyi Programjai (Local Agenda 21) elkészítéséhez*. Készült a Belügyminisztérium megbízásából. 129 p.
- [17.] http://www.prof-turchany.eu/documents/Helyi_Agenda_21_utmutato.pdf, letöltés dátuma: 2014. október 10.

Szűcs Róbert Sándor - Pólya Éva

Fogyasztói etnocentrizmus a védjegyek tükrében

Róbert Sándor, Szűcs – Éva Pólya: Consumer ethnocentrism in aspect of trade marks

Summary

In the last few years a new tendency seems to stand out: Hungarian products are in vogue, more than ever. This tendency overwhelming the whole society so much, that it could not be unnoted. All type of products printed with kitschy Hungarian motives, even at the post office you are surrounded with "Hungarian products" when queuing. What is the reason for the popularity of Hungarian products? Why we are sticked to our nationality so much nowadays? It is just a drug for us or there much more behind the scenes? One thing is sure: the market reacting very intensively and fast to this "national" need. In our paper we try to find answers to all these questions. We examine the role of trademarks and try to segment the market by the ethnocentrism of consumers.

Keywords: ethnocentrism, trade mark, marketing, brand loyalty, price

ÖSSZEFOGLALÓ

Az utóbbi néhány évben egy érdekes jelenségnek lehetünk szemtanúi: a magyar vagy magyarnak hitt termékek egyre nagyobb népszerűségnek örvendek a fogyasztók körében. Mindez kezd már olyan méretek öltetni, amelyet nem lehet figyelmen kívül hagyni. A pólóktól a füzeteken át a mobiltelefon tartókig mindent erőteljesen giccsbe hajló matyó motívumok díszítenek, sőt még a postán sorban állás közben is csupa „magyar termék” keresi gazdáját. A hazai fogyasztók etnocentrizmusának szintje hirtelen és meredek emelkedésnek indult. Mi az oka, hogy ilyen, soha nem látott népszerűséggel bírnak a magyar termékek? Miért ragaszkodunk ennyire a magyarságunkhoz, és miért pont most? Ez lenne a mi drogunk, valami, amivel még kábíthatjuk magunkat kilátástalan gazdasági helyzetünkben? Vagy ennél azért jóval több húzódik a jelenség hátterében? Egy dolog biztos, a piac intenzíven és gyorsan reagál a „nemzeti” szükségletre. Írásunkban a fenti kérdésekre próbálunk válaszokat találni, vizsgálva a védjegyek szerepét szegmentálva a fogyasztókat az etnocentrizmus szempontjából. Kulcsszavak: etnocentrizmus, védjegy, marketing, márkahűség, ár

1.) SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS

A márkák és a védjegyek olyan üzenetet sugároznak, amelyek kifejezik és reagálnak az értékeinkre, az énképünkre, vágyainkra (Atkin, 2004). A márkák, védjegyek segítségével különlegesnek érezhetjük magunkat és egyúttal a hovatartozásunkat is kifejezzük velük (George, 2005). Sőt mi több, a márkák segítségével az emberek kifejezhetik elveiket, erkölcsi világképüket, nézőpontjukat, hitüket vagy akár egy adott közösséghez való tartozásukat (Quart, 2003). Jelen munkánkban igyekszünk magára a jelenségre, és részben a mögöttes okokra is rávilágítani, próbáljuk megérteni a fogyasztói magatartás ilyen irányú változását.

Néhány éve még a külföldi termékek bűvöletében éltünk, mely trend nem mellékesen a hazai élelmiszeripart is érzékenyen érintette. Ez a jelenség azonban úgy tűnik, kezd lecsengeni, hiszen a döntések nem a minőségben gyökereztek, hanem sokkal inkább a vágyott érzés elérésén alapultak. A lényeg főképp az volt, hogy a termék „egzotikus – ne magyar” legyen. A trend azonban megalkotta a maga ellentrendjét napjainkra. A fogyasztók magyar termékek iránti vágyát, nyitottságát a piac kiválóan felismerte és tovább is generálja az igényt.

Az utóbbi években a magyar termékek soha nem látott népszerűségnek örvendenek a fogyasztók körében. A marketingszakma a jelenséget „fogyasztói etnocentrizmus” néven emlegeti. A jelenség tüzetes magyarázata (hazai fogyasztók etnocentrizmusának teljes és globális áttekintése, az etnocentrizmus attitűdökkel, sztereotípiákkal alkotott kapcsolati hálójá, stb.) szinte lehetetlen, számos szerző munkáját nem szeretnénk „újratermelni”. Megjegyezzük, hogy a téma részletes kifejtése nem csupán egy cikk, hanem egy doktori disszertáció terjedelme lehetne, mint ahogyan erre számos példa is van. Írásunk célja nem a szekunder irodalom részletes és mindenre kiterjedő áttekintése és ismételése (erre bőven található forrás), hanem a sokkal inkább a legfrissebb primer kutatási eredményeink bemutatása. Ennek oka, hogy egy igen gyorsan változó jelenségről beszélhetünk. Írásunkban csupán a legfontosabb irodalmakra térünk ki, elsősorban a már említett terjedelmi korlátok miatt.

A már korábban említett ellentrend – mely a magyar termékek egyre növekvő népszerűségét foglalja magában – jelensége természetesen a piac is intenzíven reagál: a magyar és hazai kifejezések varázsszökegként működnek, a fogyasztók számára pedig egyúttal garanciaként is szolgálnak. Tény, hogy a stratégia sikerének legfőbb kulcsa – meglátásunk szerint – az etnocentrizmusban és tudatosságban keresendő (sok egyéb befolyásoló tényező hatása mellett). Hamori (2013) tanulmányából idézve: „A származási hellyel kapcsolatos kutatások – bár nem elválaszthatóak – de nem azonosak a fogyasztói etnocentrizmus vizsgálatával, mivel a származási hellyel kapcsolatos kutatásoknál a fogyasztói döntési folyamat központjában a származási hely áll, mint terméktulajdonság. Ezzel szemben az etnocentrizmusra vonatkozó kutatások esetében a társadalmi elfogadhatóság áll a középpontban. Ebben az esetben a származási hely egy külső minőségjelzőként működik a fogyasztó számára a fogyasztói döntési folyamat során, amely értékelése az

etnocentrizmus által befolyásolt (Huddleston et al., 2001).” Malota (2003) az etnocentrizmus fogalmát a következőképpen összegzi: az emberek univerzális hajlama saját csoportjukat a „világ központjának” tekinteni, más társadalmi csoportokat saját csoportjuk szemszögéből megítélni, és negatívan értékelni azokat a személyeket, akik kulturálisan különböznek, míg vakon elfogadni a kulturális szempontból hasonlókat (Sumner 1906, Worchel&Cooper 1979). Marketing szempontok alapján értelmezve a definíciót ez tulajdonképpen nem jelent mást, mint a magyar termékek preferálását a fogyasztók oldaláról. Szakály (2009) kutatásában kiemeli a magyar fogyasztók etnocentrizmusának alacsony szintjét a környező országokhoz viszonyítva, illetve azt a fontos tény, hogy a magyar fogyasztók etncontriukus fogyasztói magatartásával kapcsolatosan nem az a fő probléma, hogy a magyar fogyasztó nem kedveli a magyar termékeket (nagyon is pozitív attitűdöt mutat fel), hanem sokkal inkább az, hogy a magyar fogyasztó a „kasszáig márkahű” a magyar termékekhez. Jelentős különbség mutatkozik az attitűd tudati- és magatartás komponensei között. A 95%-os elméleti kedveltség és a 35%-os rendszeres vásárlói bázis között hatalmas szakadék található. Fenti tanulmányból jól látható, hogy a termék ára nem elhanyagolható kérdés az etnocentrizmus vizsgálatakor.

Mivel a fogyasztók tájékozottsága meglehetősen korlátozott, így mindenképpen szükséges a megfelelő mennyiségű és minőségű információ hangsúlyozása, már-már a fogyasztók fejébe történő „sulykolása”. Gyakorlatban megnyilvánuló dologról van szó: Fellapozva egy élelmiszerlánc akciós katalógusát, melyben kiemelik a termékek magyar/hazai mivoltát, mindig találunk egy hozzá tartozó magyarázatot is – az már azonban újra vita témája lehet, hogy ez a tájékoztatás betölti-e a szerepét (kutatásaink szerint meglehetősen alacsony hatékonysággal). Ebből következően van egy alapvető probléma; korántsem egyértelmű a fogyasztó számára,

hogyan mi számít magyar/hazai terméknek, mint ahogy az sem, hogy egy termék megfelel-e a vele szemben támasztott szigorú kritériumoknak. A fogyasztók választását mindenképpen szükséges valamilyen módon megkönnyítenünk, melynek lényeges pontja a termék eredetére, származására és/vagy minőségére utaló védjegy elhelyezése. A védjegy alapvetően a származásra utal, egyfajta garanciaként szolgál arra, hogy a termék vagy szolgáltatás egy adott forrásból származik és egy bizonyos minőségi szintet elér (Aboluián, Charnley 2007).

Hazánkban számos olyan származást és minőséget tanúsító jelölés van, amely alapoz a fogyasztók etnocentrizmusára, mint ahogyan ezt majd a kutatási eredmények ismertetése során részletesen kifejtjük. Mára, a korábban rendezetlen kérdés rendezetté vált, a termék származásának jelölésére vonatkozóan nagyon szigorú szabályok vonatkoznak. A vidékfejlesztési miniszter 74/2012. (VII. 25.) VM rendelete - az egyes önkéntes megkülönböztető megjelölések élelmiszereken történő használatáról - alapján lényegében csak azon termékek tekinthetők „magyar terméknek”, amelyek 100%-ban magyar alapanyagból (növényi eredetű termék esetében a felhasznált növényeket hazánkban termesztik, takarítják be; állati eredetű termék esetében az állat hazánkban született, itt keltették, nevelték, stb.) Magyarországon készült. Kevésbé szigorú feltételek szükségesek a „hazai termék” kategóriának való megfeleléshez: ebben az esetben a termék összetevőknek legalább 50%-ban kell megfelelniük a magyar termékkel szemben támasztott követelményeknek, illetve a feldolgozás minden lépésének Magyarországon kell megtörténnie. Létezik egy további kategória is, amely részben utal arra, hogy a terméknek van magyarországi kötődése, ebben az esetben „hazai feldolgozású termékről” beszélünk. Ilyenkor a termék Magyarországon kerül feldolgozásra, minden olyan eljárást magában foglalva, ami a termék összetételét vagy érzékszervi tulajdonságait megváltoztatja, de összetevőit tekintve az import lesz a domináns. Mára a

termelők/előállítók a fenti szabályt ismerik, hiszen kénytelenek voltak megismerni azokat. Azonban, marketingben jártas szakemberek számára nem az a fő kérdés, hogy a mi, saját termelő/vizsgálatadó vállalatunk ismeri-e a törvényi előírást, hanem az, hogy a fogyasztó vajon tudja-e a kategóriák jelentéstartalmát. A helyzet rendkívül egyszerű lenne abban az esetben, ha csupán ezzel a három, etnocentrikus kötődésű jelöléssel találkozna fogyasztó az élelmiszerpiacon, de ez koránt sincs így. Védjegyek tömege található a termékeken, melyeket a fogyasztó – feltételezésünk szerint nem ismer. Valljuk be, nem is akarja ezeket megismerni, hiszen a való élettől meglehetősen távol van az elméleti közgazdaságtan tökéletesen informált és racionális emberképe.

Az etnocentrizmus esetében a már említett és későbbiekben részletezett védjegyek a származás tanúsítására (magyar összetevő mennyiségére), illetve a minőségre/ellenőrzés tényére adnak garanciát a fogyasztó számára; már amennyiben a fogyasztó tisztában van a jelölés tényleges jelentéstartalmával. A legfőbb probléma és egyben kutatásunk motiváló célja az volt, hogy a fogyasztók ismereti szintjét (preferenciáit) felmérjük a fentebb említett témakört illetően. Tisztán látható az, hogy a fogyasztó számára nem elegendő egy védjegy elhelyezése. A fogyasztó a különböző védjegyeket, tanúsítványokat eltérő módon értékeli, preferálja, ráadásul ez az értékítélet még termékenként sem azonos. *Leegyszerűsítve nem elég az, hogy ráírom a termékre, hogy magyar/hazai és teszek mellé egy piros-fehér-zöld lobogót.*

A fogyasztók számára gyakorta még az sem egyértelmű, hogy az adott termék mely kategóriába is tartozik pontosan (Szűcs, Pólya 2013), vagyis az attitűd kognitív komponense meglehetősen gyenge. Így azon vállalatok, amelyek a védjegyet (származást, minőséget) sikeresen tudatosítják potenciális vásárlóikban, jelentős versenyelőnyre tehetnek szert versenytársaikhoz képest. Ebben mindenképpen segítséget nyújtanak számukra a

különböző eredetű tanúsító védjegyek, melyek fogyasztókra gyakorolt hatását részletesen vizsgáltunk kutatásunkban. Kutatásunk célja annak feltárása, hogy a fogyasztó hogyan viszonyul a különböző etnocentrizmusra építő jelölésekhez/védjegyekhez a magyar termékek import termékek árához mért viszonyának tükrében. A kutatási hipotézis megfogalmazása – ismerve más szerzők kutatási témaköreit – a meglévő kutatási eredmények kiegészítését célozta meg. Feltételezésünkéből következően egy lényegi és fontos hipotézist fogalmaztunk meg: *A hazai fogyasztók etnocentrizmusa koránt sem egysíkú, hanem többdimenziós, igen komplex jelenség, melyben a termékkör/védjegyek/származás/ár kiemelt szerepet töltenek be; az egyes termékek/védjegyek megítélése, így az etnocentrizmus szintje rendkívül nehezen mérhető általánosságban, sokkal inkább heterogén és termékspecifikus.*

2.) ANYAG ÉS MÓDSZERTAN

Primer kutatásunk során a hazai fogyasztók véleményére voltunk kíváncsiak a magyar termékekkel kapcsolatosan megnyilvánuló fogyasztói attitűdökről. Kutatásunk főbb kérdései a hazai fogyasztók etnocentrikus fogyasztói magatartásának mértékét, a termékek minőségének, árának szubjektív minőségi megítélését, a magyarságra utaló védjegyek magatartást befolyásoló hatását, annak megítélését vizsgálták.

A kutatásban részt vevő fogyasztók száma 1075 fő volt. A megkérdezés módszere írásbeli megkérdezés (papír alapú kérdőív) volt. Kutatásunkat egyetlen védjegytulajdonos sem támogatta érdemben. Kutatásunkat a Szolnoki Főiskola hallgatói segítették a kérdőívek terjesztése során. A hallgatókat kértük, hogy a kérdőíveket a lehető legtágabb ismerési körben terjesszék a széleskörű elérés érdekében. Kutatásunkat így a minőségre és nem a mennyiségre törekvés jellemezte, korlátozott lehetőségink (főleg anyagi területen) mentén. Kutatásunk ebben az értelemben tökéletesen független, megjegyezzük, hogy az

eredményekre – támogatás hiányában kissé méltánytalanul – igény lett volna a védjegytulajdonosok érdemi segítsége nélkül is, esetenként eredményeink hivatkozás nélküli átvételének formájában is megnyilvánulva. A kérdőív kitöltésében bárki részt vehetett, aki tényleges vásárlói tapasztalattal rendelkezett, aktív résztvevője a fogyasztói piacnak. A kutatás során előzetes szelekciót nem alkalmaztunk, a mintába kerülésnél a véletlenszerűség dominált. Mintánk a lehetőségekből következően nem tökéletesen reprezentatív, de a minőségi törekvés jellemzi, koránt sem elnagyolt. Az eredmények a minta kiterjedtsége okán is jól használhatók. A hallgatók csupán a kérdőívek terjesztését segítették, a kitöltőknek a kitöltéshez segítséget nem nyújtottak. A kutatás 2013. március 1-én kezdődött, lezárására 2013. április 8-án került sor. A lekérdezés szinte az egész országra kiterjedt. Területileg a válaszok az ország 18 megyéjéből, valamint Budapestről érkeztek, a megyék között dominánsan jelent meg Jász-Nagykun-Szolnok, Pest, Bács-Kiskun, Hajdú-Bihar, Csongrád, Békés megye, valamint Budapest.

A megkérdezettek 54,3%-a nő, míg 45,7%-a férfi volt. A minta életkor szerinti megoszlása rendkívül széles korosztályt (20. életévtől a 80. életév felettiekig) felölelve tükrözi a vásárlóközönség heterogenitását. A minta átlagéletkora ($\bar{X} \pm \delta$) $37,54 \pm 16,74$ év. Életkor tekintetében a leggyakrabban előforduló életkort tartalmazó osztályköz (módusz) a 20-29 életév volt, míg a medián értéke 38,45 életév. Jövedelem tekintetében kitöltőink 74,4%-a átlagos jövedelműnek vélte családjá anyagi helyzetét.

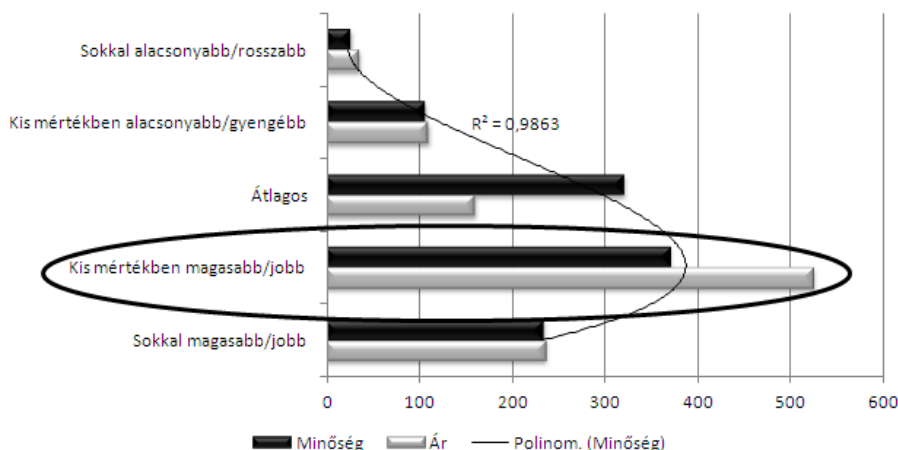
Az adatok feldolgozása során statisztikai módszereket alkalmaztunk (átlag, módusz, medián, szórás, Cramer-féle asszociációs vizsgálat, Kendall-féle egyetértési együttható, keresztábra vizsgálatok, faktor-, K-means klaszterelemzés, diszkriminancia-analízis, stb.) SPSS 14.0 és Microsoft Excel 2010 programok segítségével.

3.) KUTATÁSI EREDMÉNYEK – AZ ETNOCENTRIKUS FOGYASZTÓI MAGATARTÁS

A fogyasztói etnocentrizmus mértékének meghatározásánál jó kiindulópont annak meghatározása, hogy a fogyasztók milyen arányban tartják saját fogyasztói magatartásukat tudatosnak. Feltételezhetjük, hogy nagy valószínűséggel a szubjektív tudatosság érzete összefügg a fogyasztó etnocentrizmusával. Mintánkban a megkérdezettek 52,1%-a többnyire tudatos vásárlónak tartja saját fogyasztói magatartását. A „teljes tudatosság” jelzővel a fogyasztók 19,4%-a jellemezte saját fogyasztói magatartását. A „tudatosság teljes mellőzése” saját bevallás alapján a fogyasztók 4,9%-ára jellemző. „Alacsony mértékű tudatossággal” (bizonyos termékek figyelése) a fogyasztók 23,7%-a írta le fogyasztói magatartását. A jelenség tulajdonképpen szubjektív tudatossággént értelmezhető. A tudatosság szintjének tekintetében a különböző nemű emberek között jelentős különbség nem figyelhető meg. Ezt igazolja, hogy a megkérdezett neme és a tudatosság között mért Cramer-féle asszociációs együttható értéke 0,091. A legmagasabb mértékű

tudatossággal a 30-39 éves valamint a 40-49 éves korosztály rendelkezik, míg az életkor emelkedésével a tudatosság kis mértékben csökken. Az életkor alapján mért perifériákon (20-29 év és 70 évesnél idősebb) a tudatosság a legalacsonyabb mértékű. A tudatosság alapján a középkorú fogyasztók - nemtől függetlenül - számítanak a leginkább tudatos fogyasztónak; vagyis valószínűleg, potenciálisan ők a leginkább fogékonyak a termék magyar származását hangsúlyozó vállalati marketingaktivitásra.

A magyar fogyasztókat jellemző alacsony vásárlóerőből következően további befolyásoló tényezők lehetnek a magyar termékek minőségének és árának szubjektív megítélése az etnocentrikus fogyasztói magatartás szintjének vizsgálatakor. A minőség és ár kérdése külön-külön is vizsgálható lenne, azonban igazodva a fogyasztók szokásaihoz, ár-érték arányban vizsgáltunk. Lenti 1. ábra alapján megállapíthatjuk, hogy a magyar termékek árát a fogyasztók kis mértékben magasabbnak, míg minőségét átlagosnál kis mértékben jobbnak találják az import termékekhez viszonyítva. A leírt kategóriát vörös körvonallal jelöltük ábránkon.



1. ábra A magyar termékek árának/minőségének megítélése az import termékekhez viszonyítva

Forrás: Saját kutatás, 2013.

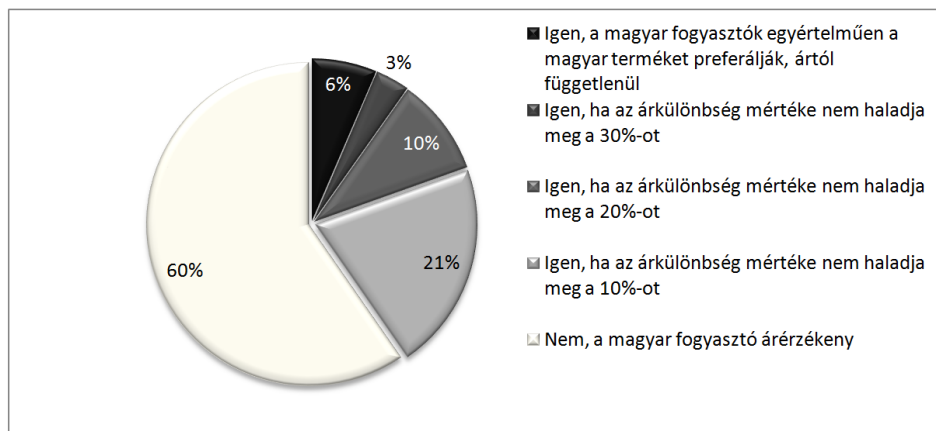
Jól látható a fenti 1. ábrán, hogy a fogyasztók az alacsony ár és alacsony minőség kombinációt nem használják a magyar termékek leírására. Megjegyezzük, hogy az eredmény összecseng Szakály (2009) eredményeivel. Az ár és minőség kategóriákra illesztett polinomiális regressziós függvény jól illusztrálja az attitűd irányát. A fogyasztók neme és a magyar termékek minőségéről/áráról alkotott attitűdök tekintetében kijelenthetjük, hogy a megkérdezett neme – az előzőekhez hasonlóan – nem bír meghatározó jelentőséggel, kevésbé meghatározó ismérv a véleményképzésnél. Az ismérvek között mért Cramer-féle mutató igazolja ezen állítást ($C=0,050$ és $C=0,030$). A fogyasztók kora szintén nem bír komoly mértékű meghatározó jelentőséggel a minőség megítélésének tekintetében ($C=0,114$). A 20-29 éves és 70 évnél idősebb fogyasztók mutatnak fel relatíve, kisebb mértékű negatív attitűdöt a magyar termékek minősége kapcsán. A különbség azonban nem meghatározó erejű más korosztályhoz képest. A leginkább pozitív attitűdöt az 50-59 és 60-69 éves korosztály mutatja fel a magyar termékek minőségét illetően. Leginkább semleges attitűdöt (átlagos minőség) a 40-49 éves korosztály mutat fel.

A fogyasztók kora szintén nem bír markánsan meghatározó erővel a magyar termékek szubjektív ár megítélésére ($C=0,088$). Az árral kapcsolatos megítélés meglehetősen egységes: a magyar termékek árfekvése magas az import termékekhez képest. Alig mérhető mértékben a 40-49 éves és 50-59 éves korosztály árelfogadása kedvezőbb az átlaghoz képest a magyar termékek kapcsán. A különbség azonban más korosztályokhoz képest maximálisan néhány (sok esetben tized) százalékpont.

Kutatási eredményeink alapján kijelenthetjük, hogy jelentős és markáns különbségek nem voltak a különböző korosztályban mérhető tudatosság és etnocentrikus magatartás szintje között pusztán az alapváltozók alapján, egy ismérv vonatkozásában. Az az általános tézis, miszerint az idősebb korosztály markánsan

pozitívabb attitűdöt mutat fel a magyar termékek kapcsán, nem igazolható az alapváltozók alapján, különösen akkor nem, ha az ár/érték arány alapján vizsgálódunk. Nagyon alacsony mértékű eltolódás alátámasztható, de ez koránt sem jelentős. A vállalati szegmentáció és célcsoportképzés során természetesen ez a kis mértékű különbség nem elhanyagolható, ugyanakkor mértéke nem számottevő. *Pusztán a magyar termékek árának vagy a minőségének hangsúlyozása nem lesz mindent elsöprő ismérv a fogyasztók meggyőzésére, életkortól, nemtől függetlenül. Kiindulási pontnak megfelelő lehet, amolyan szükséges, de nem elégséges feltétel.* Kutatási jelentésünk további részében a fentiekből következően nem is alkalmazzuk kiemelten a nem és életkor szerinti elkülönítést az alapváltozók alapján, ugyanis hasonló jellegű és csekély mértékű eltolódások figyelhetők meg a további vizsgálatok során is. A későbbiekben bemutatott K-means klaszter erősíti az életkor szerepét ugyan (a megkérdezett neme szerinti elhatárolást továbbra sem), de ez csak a leíró változókkal együttesen értelmezve teljesebb ki, mutat jelentősebb befolyásoló tényezőt az életkor. *Kijelenthetjük továbbá azt is, hogy a magyar termékek minőségének és árának megítélése nem függ a fogyasztó jövedelmétől, vagyis a fogyasztói etnocentrizmus szintje nem pénzkérdés.*

Fenti adatok alapján azt is kijelenthetjük, hogy *önmagában magyar termékekkel, azok minőségével szembeni fogyasztói attitűdök rendkívül kedvezők*, melyek igazolni engedik napjaink terjedő vállalati stratégiát – „Adjunk el magyar termékeket!”. *A fogyasztó azonban mást is gondol a magyar termékekről, mégpedig azt, hogy drágák.* Jól mutatja a fogyasztók árérzékenységét kutatásunk egy további kérdése, miszerint milyen mértékben (hány százalékkal) hajlandó többet fizetni a fogyasztó a magyar termékekért (azonos minőség mellett) az import termék árához képest, ha nincs a termék csomagolásán magyarságot tanúsító védjegy. A válaszokat az alábbi, 2. ábra szemlélteti.



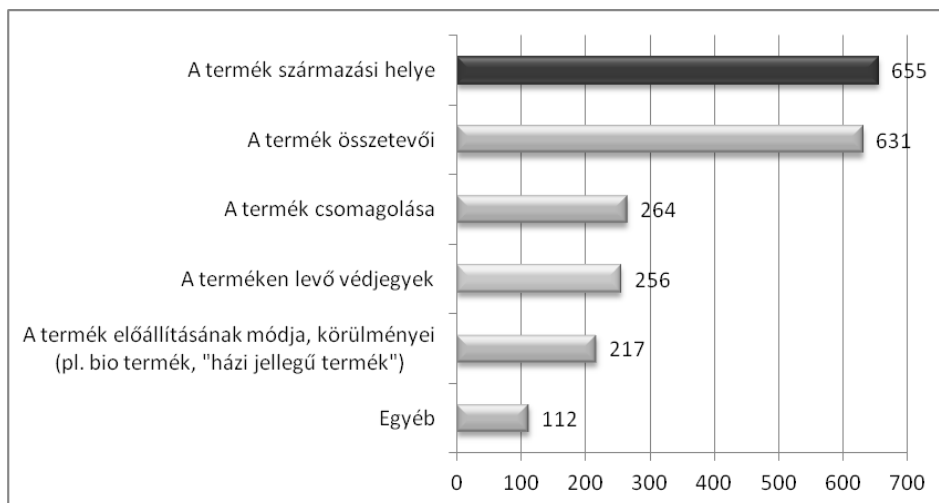
2. ábra Hajlandó többet fizetni a magyar termékért az import termékekhez képest?

Forrás: Saját kutatás, 2013.

A fogyasztók 60%-a nem hajlandó a termékért magasabb árat fizetni az import termékekhez képest, ha nincs a terméken származást tanúsító védjegy. A 10%-os árkülönbséget a fogyasztók 21%-a még elfogadná, ha magyar terméket vehet. A magyar származás ártól függetlenül csupán a fogyasztók 6%-ának vonzó. Jól látható volt a korábbiakban, hogy a magyar fogyasztó pozitív attitűdöt mutat fel a magyar termékek minőségével kapcsolatban, azonban ez a versenyelőny (USP – Unique

Selling Point) csak abban az esetben érvényesíthető, ha alkalmazzuk a termék árképzése során a semleges árképzés elvét.

A tudatosság a fogyasztók olvasatában nehezen mérhető kategória. Kutatásunkban megkérdeztük a fogyasztókat, hogy mely kategóriák azok, amelyeket tudatosan figyelnek vásárlásaik során. A jellemző válaszokat az alábbi, 3. ábra szemlélteti.



3. ábra A termék vásárlásakor tudatosan figyelt tényezők fontossági sorrendje a fogyasztók szerint

Forrás: Saját kutatás, 2013.

Jól látható, hogy a fogyasztók számára a termék származási helye és összetétele bír meghatározó jelentőséggel. Nagyvonalúan, részletekbe nem menően megfigyelve a 2. ábrát, azt mondhatnánk, hogy a magyar fogyasztók etnocentizmusa magas mértékű. Ez elméletben igaz is lehetne. A termék származási helyének megítélése fontos kérdés, a magyar származással kapcsolatosan a fogyasztó pozitív attitűdöt mutat fel, de a fentebb részletezett ár és minőség dimenziókat is figyelembe véve már koránt sem ilyen pozitív a kép. A terméken elhelyezett védjegyek, magyar származást

és/vagy ezzel összefüggő minőséget tanúsító védjegyek jelentősége nem elhanyagolható (de mértéke – mint látni fogjuk – termékspecifikus).

Az objektív mérés érdekében 5 fokozatú Likert-skála segítségével vizsgáltuk a fogyasztók egyetértési hajlandóságának mértékét különböző állításokkal szemben. A részletes véleményeket az alábbi 1. táblázat tartalmazza. Mivel a skála abszolút értelemben is értelmezhető, így az állításokkal szemben átlagos értéket is feltüntettük.

1. táblázat A magyar termékekkel kapcsolatos állítások fogyasztói megítélése 5 fokozatú skálán

Forrás: Saját kutatás, 2013.

	Egyáltalán nem jellemző (%)	Általában nem jellemző (%)	Közepes mértékben jellemző (%)	Többnyire jellemző (%)	Teljes mértékben jellemző (%)	Állítással szembeni átlagos egyetértési érték
Kizárólag magyar terméket vásárolok, ha tehetem.	11	18	37	27	8	3,04
Úgy gondolom, hogy a magyar termékek világszínvonalúak.	6	18	35	31	10	3,21
Akkor is a magyar terméket választom, ha az drágább, mint a külföldi.	18	28	33	15	6	2,62
Számomra egyáltalán nem fontos egy termék származási helye.	29	27	23	17	4	2,39
Mindig megnézem a termék címkéjén annak származási helyét.	9	17	24	33	18	3,35
Számomra garancia a jó minőségre, ha a termék végjeggyel védett (pl.: Kiváló Magyar Élelmiszer, Magyar Termék, Hazai Termék, Magyar Mész, stb.)	6	11	27	39	18	3,53
Mindig figyelem, hogy egy terméken található-e valamilyen védjegy (pl.: Kiváló Magyar Élelmiszer, Magyar Termék, Hazai Termék, Magyar Mész, stb.)	10	23	32	26	9	3,00
Előnyben részesítem azokat a terméket, amelyeken található védjegy (pl.: Kiváló Magyar Élelmiszer, Magyar Termék, Hazai Termék, Magyar Mész, stb.)	9	17	31	31	12	3,19

A fenti 1. táblázat tovább igazolja a korábban leírt árelfogadással kapcsolatos állításokat. Jól megfigyelhető, hogy a fogyasztók döntő többsége egyetértett azzal az állítással, hogy számára garancia a jó minőségre az, ha a termék valamely magyarsággal azonosítható végjeggyel védett (pl.: Kiváló Magyar Élelmiszer, Magyar Termék, Hazai Termék, Magyar Mész, stb.). A fogyasztók abban is meglehetősen egyöntetű véleményt formáltak, hogy előnyben

részesítik azokat a termékeket, melyeken található a magyar származásra utaló jelölés.

Mivel a megkérdezett fogyasztók neme, életkora, lakóhelye, és jövedelme (alapváltozók), mint ismérvek nem szolgáltak egyértelmű magyarázatot a fogyasztók etnocentrizmusának szintjére és mértékére, így leíró változók bevonásával K-means típusú klaszterelemzést végeztünk. A vizsgálati

outputok közül leginkább a 4 szegmensbe (klaszterbe) sorolás nyújtotta a legjobb eredményt. A vizsgálatba bevont változókat, a klasztertagságot és F-ráta értékét az alábbi 2. táblázat tartalmazza.

2. táblázat: Az etnocentrikus magatartással kapcsolatos állítások átlagos értékei klaszterenként

Forrás: Saját kutatás, 2013.

Szegmens	Szegmens 1	Szegmens 2	Szegmens 3	Szegmens 4	F-ráta
<i>Állítás</i>					
Mennyire tartja magát tudatos vásárlónak? *	2,70	3,15	2,66	2,86	21,726
Kizárólag magyar terméket vásárolok, ha tehetem. *	3,12	4,01	1,92	2,97	270,116
Úgy gondolom, hogy a magyar termékek világszínvonalúak. *	3,13	3,96	2,47	3,15	112,109
Akkor is a magyar terméket választom, ha az drágább, mint a külföldi. *	2,56	3,73	1,48	2,55	316,856
Számomra egyáltalán nem fontos egy termék származási helye. *	2,99	1,65	2,97	2,21	93,204
Mindig megnézem a termék címkéjén annak származási helyét. *	3,50	4,42	2,11	3,25	269,055
Számomra garancia a jó minőségre, ha a termék védjeggyel védett (pl.: Kiváló Magyar Élelmiszer, Magyar Termék, Hazai Termék, Magyar Méz, stb.) *	3,59	4,54	2,33	3,50	335,504
Mindig figyelem, hogy egy terméket találhat-e valamilyen védjegy (pl.: Kiváló Magyar Élelmiszer, Magyar Termék, Hazai Termék, Magyar Méz, stb.) *	3,15	4,07	1,68	2,95	399,162
Előnyben részesítem azokat a terméket, amelyeken található védjegy (pl.: Kiváló Magyar Élelmiszer, Magyar Termék, Hazai Termék, Magyar Méz, stb.) *	3,31	4,26	1,85	3,18	395,148
A nők aránya a szegmensben (%)	61,1	60,2	48,5	49,7	4,637
A szegmens jellemző életkora	50-59 év	40-49 év	30-39 év	20-29 év	325,554
Szegmens részaránya a sokaságon belül (%)	20,4	25,2	21,5	32,9	-

*

5 fokozatú Likert-skála, ahol 1 – egyáltalán nem jellemző, 5 – teljes mértékben jellemző

Az elemzés pontosságát és helyességét kiválóan bizonyítja, hogy minden változó esetében megbízható értékeket kaptunk (Sig.=0,000). Az F-ráta értékei bizonyítják a változók helyességét és a szegmentációs ismérvek súlyát. A klaszterelemzés során 4 kialakított csoport (szegmentum) jelentett pontos megoldást, amelyek véleménye jól elkülöníthető. A kialakított csoportokat az alábbiak szerint jellemezhetők röviden:

- 1. szegmens – Közömbös idősebb – Az etnocentrizmus szempontjából közömbös attitűdöt felmutató korosodó fogyasztó. Nem szereti, de nem is ellenzi a magyar termékek fogyasztását. A feltüntetett védjegyek nem érintik meg különösebben. Nem hatja meg különösebben napjaink „magyarságot”

hangsúlyozó vállalati kommunikációja sem. A szegmensben az 50 évnél idősebbek kumulatív aránya 79,8%.

- 2. szegmens – Hithű magyar fogyasztó – Igazi etnocentrikus fogyasztó, a magyar termékek igazi rajongója. Számára elegendő kommunikációs érv, ha a termék magyar származású; csupán ez a tény mindent elmond a termékről. A terméken szereplő tanúsító védjegyek ezen szegmentumban bírnak a legnagyobb befolyásoló erővel.
- 3. szegmens – Érdektelen – Ő az igazi liberális fogyasztó, az etnocentrikus fogyasztói magatartás igazi elutasítója. Egy dolgot bizonyosan nem állíthatunk róla, mégpedig azt, hogy hú lenne a magyar termékekhez. Nem érdekli a

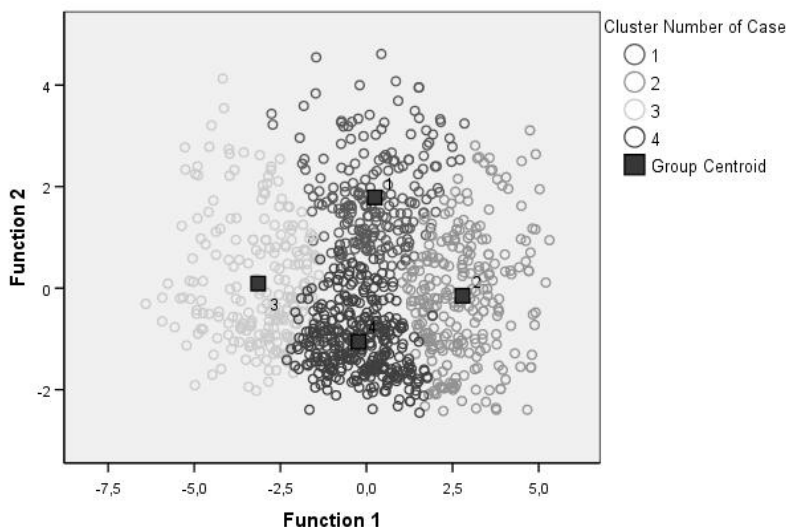
származási hely, a feltüntetett „magyarságot” tanúsító védjegyek nem hatják meg a legkisebb mértékben sem.

- 4. szegmens – Közömbös fiatal – Az etnocentrizmus szempontjából közömbös attitűdöt felmutató, de fiatal fogyasztó. Az első szegmens jellemzői maximálisan igazak rá, jelentősen nem különböznek a rá jellemző átlagok az 1. szegmenshez képest. Egyedüli eltérés az életkor – 65,8%-ban 20-29 évesek alkotják a szegmens fogyasztóit.

Meg kell jegyeznünk, hogy az etnocentrizmus szintjére önmagában az életkornak, mint alapváltozónak, nem volt jelentős mértékű befolyásoló hatása (Cramer mutató). Ennek magyarázata, hogy az 1. és 4. szegmens tagjai hasonló értékeket mutatnak fel (semleges attitűd), ugyanakkor életkoruk jelentősen eltérő. A leíró változók bevonásával, több ismérvet vizsgálva az életkor befolyásoló hatása jelentősebbé vált. Igazolható, hogy az életkor befolyásoló hatással bírhat a magyar termék minőségének, árának, védjeggyel való ellátásának, stb. megítélésére, de ezen ok sokkal inkább a személyiségjegyekben keresendő, semmint az életkorban, mint pusztán

alapváltozóban. A magyar termékek bármilyen, jellemzően a fogyasztó életkorára alapozott promóciója meglehetősen kockázatos kommunikációs stratégia lenne. A megkérdezett neme (nő-férfi) és kora (fiatal-középkorú-idős) nem mutatja jellemzően a magyar termékekkel szembeni pozitív vagy negatív attitűdöt. Nem javasolt az alapváltozókra épített szegmentáció és kommunikációs stratégia, sokkal összetettebb vizsgálatok szükségesek a magyar termékek sikeres kommunikációjához; meg kell ismerni a vevőt hozzá.

Kutatásunk során diszkriminancia elemzést is folytattunk. A diszkriminancia analízis során az SPSS 2 funkciót (függvényt) állít fel. Az első függvényt jellemzően a leíró változókból, míg a második függvényt az alapváltozókból képezte az SPSS. Ez kiválóan alkalmazkodik a korábban leírtakhoz. Segítségével a kialakított klaszterek a korábban létrehozott faktorok dimenziójában grafikusán is ábrázolhatóvá válnak, látva és bemutatva annak helyességét. A klaszterek ábrázolását, egymáshoz viszonyított térbeli elhelyezkedését a fenti funkciók alapján az alábbi 4. ábra szemlélteti.



4. ábra A klaszter centroidok ábrázolása a diszkriminanciafüggvények tükrében

Forrás: Saját kutatás, 2013.

Munkánk pontosságát jól mutatja a kiváló besorolási arány, amely 95,6%-os.

4.) KUTATÁSI EREDMÉNYEK – A VÉDJEGEK ÉS TERMÉKEK MEGÍTÉLÉSE

Napjainkban a fogyasztókat érő ingerek száma drasztikusan emelkedik. A termék csomagolása a teljesség igénye nélkül, amellet, hogy áruvédelmi és marketing funkciót lát el, el kell látnia az információ biztosításának feladatát is. A termék csomagolása ma hemzseg az adatoktól, melyek a fogyasztóknak nem információk, csupán adatok. A termék csomagolásán komoly mennyiségű adatot tárunk a fogyasztó elé, amit ő már nem akar, vagy nem tud feldolgozni, miközben a számára fontos adatokat sem tekinti meg csalódottságában. A vállalat számára ennél

nagyobb probléma, hogy azokat a tanúsító védjegyeket sem tekinti meg, amelyekért a vállalat komoly összegeket fizetett az értékesített mennyiség növekedése reményében.

Kijelenthető, hogy a fogyasztó nem minden származásra, minőségre utaló jelölést kezel megkülönböztető erővel. Ezek alkalmazása vállalati oldalról majdhogynem ablakon kidobott pénzként fogható fel, hiszen fogyasztói magatartást befolyásoló erővel nem bír, többletértékesítést nem generál. Az élelmiszerpiacon számos, sőt inkább már-már számtalan származásra, minőségre utaló jelöléssel találkozhat a fogyasztó. Kutatásunkban kértük a fogyasztókat, hogy a leggyakoribb jelölések magatartást befolyásoló mértékéről foglaljon állást. A részletes adatokat az alábbi 3. táblázat tartalmazza.

3. táblázat: A különböző védjegyek fogyasztói ismertségének összefoglaló táblázata

Forrás: Saját kutatás, 2013.

	Nem tudom egyértelműen megítélni, hogy találkoztam-e ezzel a védjeggyel	Találkoztam már ezzel a védjeggyel	Tudatosan keresem ezzel a védjeggyel ellátott termékeket	Két hasonló termék esetében az ezzel a védjeggyel ellátott terméket választanám
(Kiváló Magyar Élelmiszer)	8	57	12	23
(Magyar Termék)	7	56	16	21
(Hazai Termék)	13	55	14	18
(Hazai Feldolgozású Termék)	37	44	8	10
(Minőségi Magyar Sertéshús)	37	41	11	11
(Pannon Búza Minőség)	54	33	6	7
(Magyar Baromfi)	15	51	17	16
(Hungarikum Baromfitermékek)	62	26	5	7
(Magyar Méz-Zárszalag)	42	38	9	11
(Magyar Termelői Mézesüveg)	42	36	10	12
(Prémium Hungaricum)	61	28	5	6

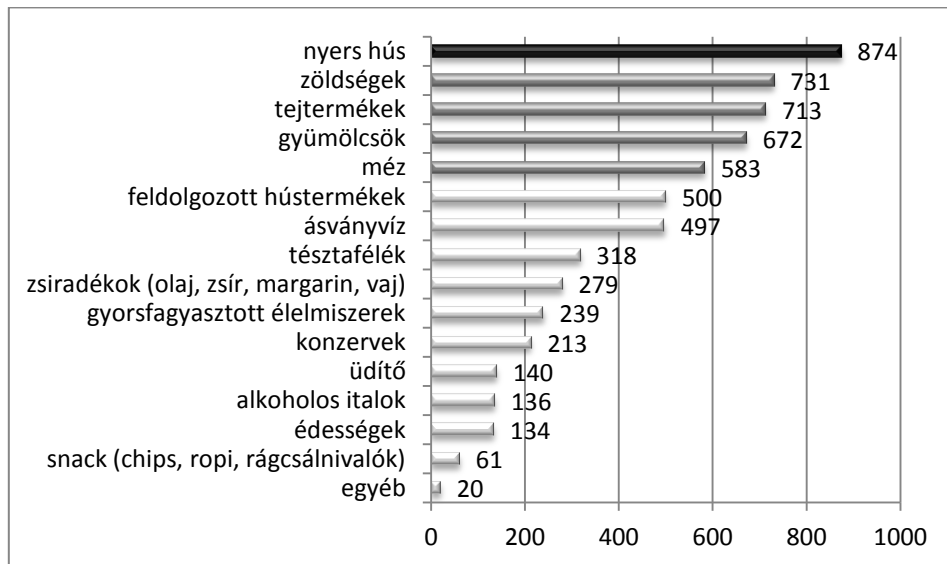
A kutatás témaköréhez igazodó védjegyek közül a legmagasabb a Kiváló Magyar Élelmiszer, a Magyar Termék, a Hazai termék megjelölés ismertsége (55-57%). Ezen jelölések esetében a

fogyasztóknak mintegy ötöde két hasonló termék esetében az ezzel a védjeggyel ellátott terméket választaná. Kiemelt ismertséggel bír a Magyar Baromfi megjelölés is (51%).

A Hazai Feldolgozású Termék, a Minőségi Magyar Sertéshús, a Magyar Méz-Zárszalag, a Magyar Termelői Mézesüveg ismertsége jelentős (36-44% közötti). Ezen tanúsítványok esetében a befolyásoló erő alacsonyabb mértékű. A Pannon Búza Minőség, a Hungaricum Baromfitermékek, a Prémium Hungaricum megjelölések a fogyasztók számára nem bírnak megkülönböztető erővel. Nehéz megmagyarázni a magyar méz tanúsításával kapcsolatos alacsony beazonosítási képességet; a fogyasztók 42%-a nem tudja egyértelműen megítélni, hogy találkozott-e már ezekkel a tanúsító jelölésekkel. Pozícionálási hibának értelmezhető megításunk szerint az, hogy az olyannyira jó minőségűnek vélt magyar mézzel kapcsolatos jelölések meglehetősen hasonlóak egymáshoz, nincs igazi megkülönböztető ereje

sem a tanúsítvánnyal nem rendelkező magyar, sem az import termékek csomagolásához képest. Az gondoljuk, hogy a fogyasztói pozitív szándék adott lenne, hiszen a fogyasztók 69%-a hajlandó lenne kis mértékben többet fizetni a Magyar Méz-Zárszalaggal ellátott és Magyar Termelői Mézesüvegbe töltött mézekért, ha biztosan tudja, hogy a termék minőségét folyamatosan ellenőrzik. Ez tovább igazolja valamiféle kommunikációs hiba fennállását.

A magyar származás/minőség tanúsítása nem minden egyes termék esetében bír kiemelkedő fontossággal. Vannak olyan termékek, melyeknél a fogyasztók nagyobb,- míg más termékekénél kisebb jelentőséget tulajdonítanak a fentebb említett jelöléseknek. A részletes adatokat az alábbi 5. ábra tartalmazza.



5. ábra A tanúsítás szempontjából fontosnak tartott termékek sorrendje az említések számának tükrében

Forrás: Saját kutatás, 2013.

A nyers hús, feldolgozott húsrú, tejtermékek, zöldség- és gyümölcsfélék, méz és ásványvíz esetében a magyar fogyasztók még akkor is előnyben részesítik a hazai termékeket, ha azok drágábbak a külföldiekénél. A magyar védjegy megjelölés a legkevésbé vonzó a

fogyasztók szerint a snackek (chips, ropi, rágcsálnivalók), konzervek, gyorsfagyasztott élelmiszerek, alkoholos italok, édességek, üdítők esetében.

Kutatásunk kezdetén – ahogyan említettük – egy lényegi, de annál figyelemfelkeltőbb hipotézissel élünk:

A hazai fogyasztók etnocentrizmusa koránt sem egysíkú, hanem többdimenziós, igen komplex jelenség, melyben a termékkör/védjegyek/származás/ár kiemelt szerepet töltenek be; az egyes termékek/védjegyek megítélése, így az etnocentrizmus szintje rendkívül igen nehezen mérhető általánosságban, sokkal inkább heterogén és termékspecifikus.

Fenti kutatási eredményeink alapján rávilágítottunk arra, hogy a különböző védjegyek megítélése rendkívül heterogén, az árnak igen komoly befolyásoló ereje van az etnocentrizmus tényleges megnyilvánulásában. Fenti eredmények alapján kijelenthetjük, hogy nem jelent minden esetben kifejezett előnyt valamely védjegy feltüntetése a terméken, bizonyos védjegyek, jelölések a fogyasztók számára szinte teljesen ismeretlenül csengnek. Ezen védjegyek alkalmazásának költségvonzata sohasem fog megtérülni az átvevő számára, mely ráadásul még termékkörönként sem egyértelmű. Vannak olyan termékek (lásd 5. ábra), melyeknél még a kedvezőbb jelölések is hidegen hagyják a fogyasztókat. Kutatási eredményeink alapján igazolni látjuk a hazai fogyasztók etnocentrizmusának komplexitását.

5.) ÖSSZEFOGLALÁS

Az utóbbi években a magyar termékek soha nem látott népszerűségnek örvendenek a fogyasztók körében. A fogyasztói etnocentrizmus, a „magyarságunk” az ami megmaradt nekünk a gazdasági válság ellenére is. Természetesen erre a jelenségre a piac is

intenzíven reagál: a magyar és hazai kifejezések varázsszóként működnek, a fogyasztók számára pedig egyúttal garanciaként szolgálnak. Egyértelműen megállapítható, hogy a fogyasztói etnocentrizmus nem pénzkérdés, és az egyéb alapváltozók, mint a kor vagy a nem sem jelent egyértelmű befolyásoló tényezőt. A fogyasztók általában nem hajlandók többet fizetni a magyar termékért, bár ennek némileg ellentmond az a tény, miszerint a vásárlás során elsődlegesen a termék származási helyét veszik figyelembe a vásárlók az összetevők mellett. Az viszont egyértelműen megállapítható, hogy az ár-minőség arány az, amit leginkább figyelnek a megkérdezettek a vásárlásaik során. A fogyasztói etnocentrizmus alapján 4 szegmenst különítettünk el, ezek közül kettő semleges vagy inkább elutasító a fogyasztói etnocentrizmus tekintetében, kettő érzékenyen reagál a termékek magyar voltára. Ezek közül különösen az egyik szegmens tekinthető tudatosnak, amely tagjai leginkább befolyásolhatóak a termék csomagolásán megjelenített védjegyekkel. Számukra a védjegy garanciát jelent a jó minőségre.

Összességében a kutatásunkból kiderült, hogy a védjegyek mindenképpen megkülönböztető erővel bírnak, de nem annyira fontosak a fogyasztók többségének. Megkülönböztető és befolyásoló erejük alapvetően függ a termékkategóriától: fontos a fogyasztók számára nyers és feldolgozott hústermékek, zöldségek, gyümölcsök, tejtermékek és méz esetében, míg kevésbé számít a zsiradékok, konzervek, üdítők, alkoholos italok, édességek és rágcálnivalók tekintetében.

FELHASZNÁLT SZAKIRODALOM

- [1.] A vidékfejlesztési miniszter 74/2012. (VII. 25.) VM rendelete egyes önkéntes megkülönböztető megjelölések élelmiszereken történő használatáról
- [2.] Aboluian L, Chanley P. (2007): Legal update. The Trade Marks (Relative Grounds) Order 2007 and its impact on trade mark owners and applicants. Journal of Brand Management 2007/15. pp. 146-149
- [3.] Atkin, D. (2004): The Culting of Brands: When Consumers Become True Believers, Portfolio New York pp. 8-16

- [4.] George, A. (2006): Brand rules: When branding lore meets trade mark law. *Brand Management* 13/3 2006 February. pp. 215-232
- [5.] Hámori Judit (2013): Az etnocentrizmus érvényesülése a fogyasztói döntéseknél az élelmiszerek piacán, PhD értekezés, Gödöllő, p. 169.
- [6.] Huddleston, P., Good, L.K., Stoel, L. (2001), Consumer Ethnocentrism, Product Necessity and Polish Consumer's Perception of Quality, *International Journal of Retail and Distribution Management*, Vol. 29/5, p. 236-246
- [7.] Malota Erzsébet (2003): Fogyasztói Etnocentrizmus A sztereotípiák, az etnocentrizmus és az országeredet imázs hatása a hazai és a külföldi termékek megítélésére, PhD. értekezés, Budapesti Közgazdaságtudományi és Államigazgatási Egyetem, p. 297
- [8.] Quart, A. (2003): *Branded: The Buying and Selling of Teenagers*. Arrow London
- [9.] Sumner, W.G. (1906), *Folkways, A Study of the Sociological Importance of Usages, Manners, Customs, Moves and Moral*, Dover publications, NC
- [10.] Szakály Zoltán (2009): Az etnocentrikus fogyasztói magatartás Magyarországon, Etnocentrizmus Országos Konferencia, FVM Színházterem, Budapest, 2009. november 6.,
- [11.] Szűcs Róbert Sándor, Pólya Éva (2013c): Divat lett a magyar termék? – Egy kis plusz mindenre képes lehet; *Élelmiszeronline* ISSN 1217-7393, 2013. május 19.,
a. http://www.elelmiszer.hu/friss_hirek/cikk/divat lett_a_magyar_termek,
- [12.] Worchel, S., Cooper, J. (1979), *Understanding Social Psychology*. Homewood, IL: The Dorsey Press

Szakács Attila, Szakács Zsolt

Klímváltozás – startup a megoldás?

Attila Szakács – Zsolt Szakács: Is startup may be the solution for climate change?

Abstract

Today, unemployment is caused by environmental and economic changes are burning quite a problem around the world. With startups over the past 10 years, the economy is showing more and more increasing trend, so why not make it against the climate change fight, even while the young entrepreneurs also support the economy. There are many things to do, which is still untapped, including the use of geothermal and renewable energy resources, which not only reduced dependence on foreign countries, but also new jobs could be created using environmentally friendly methods. The innovative emerging entrepreneurs' maybe will soon find a solution for climate change, because this phenomenon is certainly all the inhabitants of the earth directly or indirectly exercise influence.

Keywords: environmental protection, youth workers, economic growth

ÖSSZEFOGLALÓ

Manapság a környezetvédelem és a gazdasági váltásból eredő munkanélküliség eléggé égető problémát jelent a világ minden pontján. A startupok révén az elmúlt 10 évben a gazdaság egyre jobban növekvő tendenciát mutat, így miért ne lehetne a klímaváltozás ellen úgy harcolni, hogy közben még a gazdaságot is támogatják a fiatal vállalkozók? Számos olyan tennivaló akad, amely még mindig kiaknázatlan, többek között a geotermikus és megújuló energiaforrások használata, mellyel nem csupán a külföldi országtól való függőség csökkenne, de egyúttal új munkahelyet is lehetne teremteni környezetbarát módszerek használatával. A feltörekvő innovatív vállalkozók talán a klímaváltozásra is hamarosan találhatnak megoldást, mert bizony ez a jelenség a föld minden lakójára közvetve vagy közvetlenül hatást gyakorol.

Kulcsszavak: környezetvédelem, fiatal munkavállaló, gazdasági növekedés

1. A KLÍMAVÁLTOZÁS HATÁSAI

Napjaink egyik fontos környezeti, gazdasági és társadalmi problémája az éghajlatváltozás.

Magyarországon úgy beszélnek ennek hatásairól és az arra való felkészülésről, hogy nem foglalkoznak azzal, hogy pontosan milyen irányú és mértékű lehet ez a változás. Földünk éghajlati változása teljesen természetes folyamat, a felmelegedés mindig lehűlés követi és ez több tízezer, sőt, több százezer évre visszamenőleg megfigyelhető.

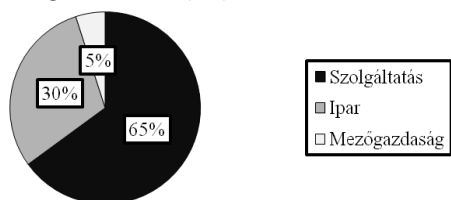
A globális klímaváltozás immáron realitás. Hatását az emberek szó szerint saját testükön érzik:

- olvadó gleccserek
- árvíz, belvíz
- kieső termés
- terjedő betegségek
- hőség és aszály

A rendkívüli események miatti gazdasági károk zömét is a klímaváltozás okozza. Az éghajlatváltozás kedvezőtlen hatásai a gazdaság egészét átjárják. A globális felmelegedés hátrányosan érinti az energiafelhasználást, a vízgazdálkodást, a mezőgazdaságot, az egészségügyet, az infrastruktúrát, az idegenforgalmat, a partvédelmet, de még a társadalmi magatartásformákat is. A környezetszennyezéssel az a legnagyobb probléma, hogy nem azonnal érezteti hatását,

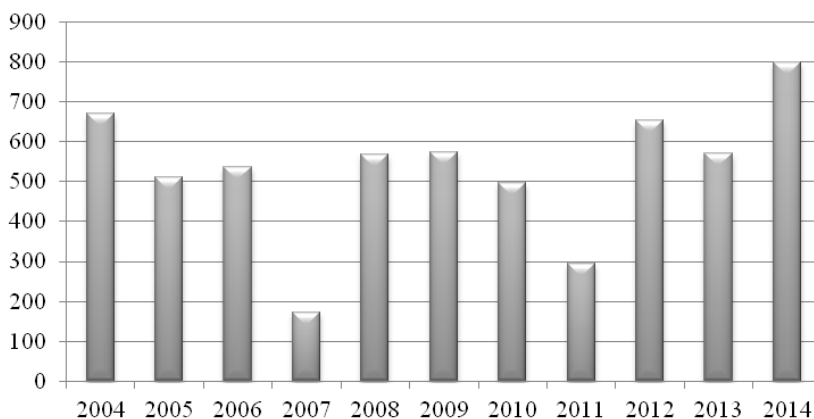
csak évek, sőt évtizedek múlta, tehát az elkövetkezendő generációra igen nagy terheket hárít az, aki most felelőtlenül pazarolja az energiákat (víz, áram, gáz) és illegális helyen szemetel, ugyanis az emberiség felelős 95%-ban a klímaváltozásért.

Az időjárás rengeteg tényezőre hatást gyakorol, míg Magyarországon tavaly az aszály, addig idén 2014-ben a sok csapadék okozott problémákat. Hazánkban a gazdasági szektorok mértéke (0. Kép) a következők szerint alakul a fejlődő országokra jellemzően, hogy a legnagyobb arányt a szolgáltatások adják (65%), ezt követően az ipar (30%) és a mezőgazdaság csak igen kis részét (5%).



1. kép: A gazdasági szektorok megoszlása hazánkban
(saját szerkesztés)

A mezőgazdaság a gazdaságnak ugyancsak 5%-át adja, de az itt megtermelt gyümölcsöt, zöldséget több mint 9 millió fő fogyasztja itthon, és akkor még nem is beszéltünk a külföldre exportált mennyiségről. Gondoljunk itt főként a mezőgazdasági termékekre, mert amíg kevés csapadék esetén a növényeket locsolni kell, hogy ki ne száradjanak, ami plusz költséget jelent a termelőknek, így nem csoda, hogy a zöldségek, gyümölcsök ára akár 30-50%-kal is emelkedett a 2012-es árakhoz viszonyítva. Miközben idehaza a sok víz miatt volt probléma (árvíz miatt több utat is le kellett zárni, elzárt települések), addig az amerikai földrészen Brazíliában szárazság tombolt, így többek között a kávé, kakaóbab (csokoládé alapanyaga), citrom ára nem hogy duplájára, de akár triplájára is emelkedhet a betárgítások után, mivel annyira kevés termelt belőlük, és sajnos a mandula is hasonló tendenciát mutat. Az a furcsa kissé paradoxon helyzet állt elő, hogy az idei túl sok eső miatt pedig a növények vízben álltak, így igen könnyen elkezdének romlani-, ami további mennyiségi és minőségi romlást indukál - de például az alma rekordmennyiségben (2. kép) termett.



2. kép: Az almatermés mennyisége az utóbbi 10 évben

(saját szerkesztés)

Szerencsére idehaza az alma az egyik legnépszerűbb gyümölcs és igen sok féle képen feldolgozható (lekvár, ivólé, chips, pálinka, sűrítmény) de sajnos az orosz embargó miatt a termelők igen nehéz helyzetbe kerültek az

érékesítésükkel. Talán megoldást jelenthet többek között, ha biomasszaként, vagy biodízelként tudnánk hasznosítani, akárcsak a kukoricát.

A világ egyre növekvő energiaigényére valamint a környezetvédelem egyik lehetséges megoldás lehet a megújuló energiaforrások és nyersanyagok hasznosítása. A szántóföldi növénytermesztésben nagy mennyiségben keletkező növényi maradványok megújuló nyersanyagként és energiaforrásként hasznosíthatók, de betakarításuk és tárolásuk még igen sok esetben megoldatlan.

2. A STARTUP ÉS A KÖRNYEZETVÉDELEM

Magyarországon az évenként megtermelt biomassza tömege mintegy 60 millió tonna, ebből a mező- és erdőgazdasági melléktermék kb. 25–28 millió tonnát tesz ki. Amelyekre sem a talajerő-visszapótlásnál, sem az állattartásban sincs igazán igény, tehát ipari célokra hasznosíthatók. Ennek a mennyiségnek jelenleg alig 10%-át használjuk fel. Erre a problémára a manapság olyan sokat használt startup (innovatív vállalkozások, gyors növekedési ütemmel) cégek tudnának megoldást találni, hiszen látható hogy van igény az emberekben erre, de nincs olyan cég, aki ilyen terméket, szolgáltatást kínál, tehát itt van egy piaci rés. A mai környezettudatos gondolkodás egyre inkább előtérbe helyezi a megújuló energiaforrások felhasználásának fontosságát. Ezek az erőforrások az ország szinte valamennyi pontján, korlátlanul a rendelkezésünkre állnak. Különösképpen a napenergia kiaknázása lenne fontos feladat napjainkban. Ennek az erőforrásnak ugyanis a felhasználásával, nemcsak elektromos energiát, hanem meleg vizet is elő lehet állítani. Természetes, vagy megújuló energiaforrás a nap-, víz-, szél- és geotermikus energia. Továbbá nyerhető a már korábban említett növényekből, fákban előállított biomasszából.

Ezeket az energiaforrásokat ott célszerű használni ahol nagy mennyiségben és állandóan jelen vannak, napkollektort oda kell telepíteni, ahol magas a napsütéses órák száma (Szeged, Pécs), míg szélturbinát ott ahol sokat fúj a szél pl. Sopron és környéke. Az energianövények 10-15 éven keresztül minimális ráfordítással akár évente 2 alkalommal is betakarítható. Nagy előnyük, hogy ezek nem károsítják a

környezetet, nem bocsátanak ki üvegházhatású gázokat, így az ózonpajzsot sem károsítják. Sajnos az ipari civilizáció egyre nagyobb térnyerése döbbsentette rá az emberekre, hogy a fa, szén stb. nem áll korlátlanul a termelésrendelkezésre, és emiatt nem állhat le a termelés, mert az bevételecsökkentés eredményez. 40 évvel jöttek rá arra, hogy a hagyományos energiahordozók kimerülően vannak, így kezdték el fokozatosan használni a nap-, szél-, víz-, geotermikus energiaforrásokat.

A megújuló energiaforrások előnyei:

- ✓ Korlátlanul állnak rendelkezésünkre.
- ✓ Csak egyszeri nagy beruházást igényel (rendszer kiépítése).
- ✓ Az energiaforrás gyakorlatilag ingyenes (gyorsan megtérül a beruházás).

A startup vállalkozásánál nagy hangsúlyt kap a kutatás, és az ebből eredő innováció mely több területen is jelen van. Az új technológiák révén a munkavégzés hatékonyabbá, energiatakarékosabbá és tudatosabbá válik. Egy friss diplomás szakember startup vállalkozása révén még nagyobb sikereket tud elérni nem csupán hazájában, de külföldön is ez által nem csak a magyar gazdaságot támogatja, de az ország jó hírét is öregbíti. Szerencsére a startup vállalatok manapság már nem csupán az informatika területén tevékenykednek, de a klímaváltozás elleni harc élharcosai is, de kissé más szemmel tekintenek a problémára. Többségük szerint a megújuló energiahordozók akkor válnak igazán sikeressé és gazdaságossá, ha több hasznot „pénzt” termelnek, mint a nem megújuló energiaforrások.

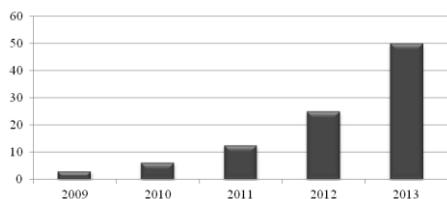
Ez a gyakorlatban úgy kivitelezhető, hogy Londonban a lakások, garázsok tetejére napelemeket és kerti szélternyőket telepítettek. Az így megtermelt „zöld elektromosságot” összesítették és azt értékesítették a többi fogyasztónak. Ez a tevékenység így mind két fél számára előnyös, hiszen az eladó plusz bevételhez, míg a vevő alacsonyabb áru és környezetbarát áramhoz jut. Továbbgondolva ezt a folyamatot, a plusz bevétel és a költségmegtakarítás mind az eladót mind a vevőt további beruházásra ösztönzi, és könnyen lehet, hogy a vevőből is eladó válik. Nem új

keletű az ötlet sem, hogy a két erőforrást összekapcsolják az Amerikai Egyesült Államokban ezt a technológiát a felhőkarcolók tetején alkalmazták annak érdekében, hogy egy áramszünet esetén is egy bizonyos ideig legyen áram, majd az elektronikai termékek térnyerésével (főként a légkondicionáló berendezésekre kell itt gondolni) segített az egyenletes áramszint fenntartásában.

Magyar környezetvédelmi startup cégek

Nem kell itt csupán nagyban gondolkodni, remek példa a **Wine&Go** elnevezésű startup cég, amely a web áruházukból rendelt hazai borokat visz ki két keréken, vagyis biciklivel a vásárlóhoz. Ezen közlekedési eszköz nagy előnye, hogy viszonylag olcsó, környezetbarát és olyan helyekre is el tud menni ahová az autó képtelen (szűk utcák), ráadásul a dugókat is kikerüli. Ha az embernek például Budapesten a Városligetben jut eszébe, hogy bort rendeljen, megteheti, mivel a biciklis futár 40 percen belül ott van ráadásul kedden és csütörtökön ingyenes a kiszállítás. Természetesen a vásárlás web áruházból történik, és az oldalon a fogyasztók a tapasztalataikat is megoszthatják egymás között.

A **TerraCycle** nevű magyar alapítású, de Amerikában és Kanadában is tevékenykedő startup cégről sem nagyon hallottunk még, szerencsére a LogMeIn, Prezi, Ustream triumvirátusról viszont egyre több információt kapunk, és e cégek jó példaként szolgálnak, a fiataloknak.



3. kép: Egy magyar startup cég által újrahasznosított hulladék mennyisége (saját szerkesztés).

A cég alapítója Tom Szaky szerint minden holmi előbb utóbb hulladék lesz, és ennek a szemétkébe menő dolognak többségét nem hasznosítják újra. A cég csupán 2012 óta van jelen

Budapesten, de már 2008-ban Brazíliában és 2009 óta Londonban is nyílt irodájuk.

Erre a vállalkozásra 100%-ig illik a startup fogalma, hogy egy innovatív vállalkozás mely gyorsan nagy profitra tesz szert.

A cég árbevétele 2013-ban világviszonylatban 20 millió dollár volt, ebből az USA-ból 10 millió dollár származott, míg Európából csupán 5 millió dollár. Idén 30 milliós árbevétellel számolnak, és a legnagyobb növekedést az öreg kontinenstől, vagyis Európától várják.

Az alapító elmondta, hogy a műanyag palackot a világon mindenhol gyűjtik, de mindössze 20%-a kerül újrahasznosításra, a többi a környezetet szennyezi, és az élővilágot károsítja. Ők analizálták, hogy mekkora értéke van a feldolgozott szemétnek és a begyűjtés költségei mennyit tesznek ki. A két összeg közötti különbség, ha pozitív, akkor megéri a tevékenység, ilyen egyenleget produkált 2 féle műanyag, a papír az alumínium és az üveg. Nem csupán a multi cégek fizettek nekik a szolgáltatásaik után, de Vancouverben a kormányzati szervek és a magánszemélyek is. Rájöttek ugyanis, hogy a tiszta környezet, - ilyen a cigaretta csikkektől való megtisztítása az utcáknak gyűjtőegységek által - mindenki érdeke. Az alapító nem csupán csak beszél ezekről az elvekről, de ő maga is jó példával áll elő, például a táskája is 100%-ig újrahasznosított, mivel egy óriásplakátból készült.

3. SOCIAL STARTUP - A JÖVŐ VÁLLALKOZÁSA?

A jövőn egyik legizgalmasabb és legígéretesebb irányzatát a social startupok jelentik, amelyeket társadalmi vagy környezeti problémákra keresnek megoldást az ötlettel és ambícióval rendelkező fiatalok. A social startup az üzleti logika és a társadalmi szükséglet vegyítése, de fontos kiemelni, hogy nem egy jótékonyssági intézmény, viszont már a kezdetektől célként tűik ki a társadalomnak való segítségnyújtást. A nagy multikra is jellemző az ilyen jellegű „jótékonykodás” de csupán a méretükből adódóan teszik, hogy a reputációjuk és hírnevüket jó színben tüntessék, fel egyúttal

mutassák, a fogyasztóknak, hogy ők mennyire toleránsak, empátikusak a környezettel, de ezt a tevékenységet jó pár működési év után teszik, viszont a social startupnak már kezdetektől ez a cél.

Remek példa a környezetvédelmi startupra egy 19 éves holland fiatalember, *Boyan Slat*, aki a tengerekében, óceánokban (legtöbb a Csendes óceánon található összefüggő keleti és nyugati, hulladéksziget) lévő műanyag palackokat gyűjténi össze környezetbarát technológia segítségével. Jelenleg 7 millió tonna (11 Eiffel torony méretű) ilyen jellegű hulladék található a tengerekben, mely igen súlyos ökológia problémákat okoz, többek között évente 1 millió madárnak és 100 ezer tengeri emlősnek lelassítja mozgását, vagy éppen képtelenné teszi a táplálkozásra, tehát így a tápláléklánc is felborul.

A fiatalember azzal az ötlettel állt elő, hogy egy általa fejlesztett technológia, ami az óceánfenékhöz rögzített rája formájú szűrőhajókkal tisztítaná meg a vizeket, csakis természetes energiákkal működjön. A hulladékot az óceánáramlatok irányítanák a hálókba, a feldolgozáshoz nélkülözhetetlen energiát pedig a hullám- és a napenergia biztosítaná. Az üzlet az lenne ebben, hogy a gép befektetési költség jóval meghaladónan megtérülne a műanyag palackok értékesítése révén. Ez is jól mutatja, hogy a leleményes startup vállalkozó meglátja a kínálgató lehetőséget és él is vele. Az ilyen jellegű cégek lehetnek a világgazdasági jövői, hiszen nem csupán egy országban / kontinensen tevékenykednek, hanem kiterjedt hálózatuk van és több száz vagy ezer embernek nyújtanak megélhetést. Ráadásul ők nem az államtól válnak segítséget, hanem saját erőből valósítják meg ötleteiket, vagy éppen pályáznak különféle startup pályázatokon. A social startup modell a fiataloknak azért hasznos, mert nem kell lemondania sem az álmaikról sem pedig a megélhetésükről, mivel egy ily cégnél, ha elhelyezkedik a fizetésén felül még haszonnal is foglalkoznak, hiszen a környezet értékeit mentik meg. Megdöbbentő tény, hogy az óceán minden egyes négyzetmérföldre 46 ezer

darab műanyag hulladék jut, és ez főként Los Angeles és Hawaii valamint a Japán partok mellett okoz nagy problémákat.

4. KÖRNYEZETVÉDELMI PÁLYÁZATOK STARTUPOKNAK

Az iskola elvégzése után egy fiatalnak bizony igen nehéz elhelyezkednie, Magyarországon a munkanélküliségi ráta 2014. második negyedévében 8% volt, és mivel a frissen végzett hallgató nem rendelkezik szakmai tapasztalattal (kivéve, ha duális képzésen vett részt) még nehezebben jut álláshoz. Egy startup cég viszont jó kiindulási alap lehet, hiszen ha sikere lesz a cégnek, akkor az azt jelenti, hogy egy életen át ott dolgozhat és más embereknek is munkát adhat az adott cég. Sajnos a legtöbb frissen végzethallgató nem rendelkezik elegendő kezdőtőkével ahhoz, hogy egy több száz főt foglalkoztató nagyvállalatot létrehozzon, de már egy 2 személyes vállalkozást is létrehozva lehetősége nyílik rá, hogy benevezzon egy- két környezetvédelemmel kapcsolatos pályázatra.

LIFE 2014-2020

Az Európai Bizottság nyilvánosságra hozta első pályázati felhívást a környezetvédelmi projektek támogatására irányuló LIFE finanszírozási projekt keretében. A LIFE program „Környezetvédelem” elnevezésű alprogramja 2014-ben 238,86 millió eurót (kb. 71.658 millió Ft) nyújt azért, hogy a szakemberek Európa-szerte innovatív, újszerű módszereket dolgozzanak ki és kivitelezék a gyakorlatban is a környezetvédelemmel összefüggő kihívások kezelésére, kiemelve a természet és a biológiai sokféleség fenntartására, az erőforrás-hatékonyságra, továbbá a környezetvédelmi irányításra és informálásra.

CleanLaunchpad – Zöld ötletverseny

A Climate-KIC az Európai Innovációs és Technológiai Intézet jelenlegi pályázatában keresi Európa legjobb, fenntarthatósághoz kapcsolódó üzleti ötletét! Az a zöld vállalkozás (startup is) nevezhet a téma legnagyobb európai ötletversenyére, a CleanLaunchpadre

és megnyerheti az akár 10 000 eurót (3 millió Ft) és akcelerációs, vagyis egy felgyorsult program részvételét.

A CleanLaunchpad ötletverseny idén először 11 európai országban párhuzamosan kerül megrendezésre, a Climate-KIC szponzorálásával. A Climate-KIC az Európai Innovációs és Technológiai Intézet (EIT) klíma innovációs programja, amely regionális start-up inkubációját a magyarországi MyCo Incubation végzi.

MVM Partner – a vállalkozások energiatudatosságáért pályázat

Az MVM Partner – a vállalkozások energiatudatosságáért” című pályázatot a magyarországi mikro-, kis- és középvállalkozások (a startup cégek ebbe a kategóriába tartoznak) számára írták ki. A pályázat célja:

- ✓ az energiatudatos magyarországi mikro-, kis- és középvállalkozások felkutatása és díjazása,
- ✓ a vállalkozások segítése energiatudatossági törekvéseik megvalósításában és

- ✓ példamutatás és szemléletformálás a mikro-, kis- és középvállalati szektor számára.

Mindenképpen érdemes beruházni többek között a geotermikus és bioüzemanyagok hasznosításába, mert az utóbbinak 6 év alatt több mint 12 szeresére emelkedett a használata. Magyarországon rengeteg felszín feletti és alatti ivóvíz van és európai szinten az egyik leggazdagabb termálvíz lelőhely, melyre már hazánk számos helyén rájöttek és ki is használják a víz által nyújtott előnyöket, hiszen ennek nagy GDP termelő képessége van, miközben a legkisebb a beruházási mértéke. Jelenleg mintegy 500 termálvíz elfordulási hely van hazánkban, melyek az Alföldön és a Dunántúlon olaj és földgáz kutatás közben keletkeztek. Ez nem csupán a gyógyturizmust erősíti (fitness, wellness), de geotermikus (megújuló) energiaforrás, amit például fűtésre lehetne használni, mely csökkentené az ország földgáz energia függését is, tehát érdemes ebben is gondolkodni a startup vállalkozásoknak.

	2006	2008	2010	2012
Víz	669	767	677	800
Szél	156	737	1.922	2800
Fa, fahulladék	44.141	51.068	63.756	75.400
Geotermikus	3.600	4.000	4.130	4.400
Biogáz	512	913	1.516	3.200
Napenergia	84	161	228	300
Megújuló kommunális hulladék	1.961	1.931	2.229	n.a.
Bioüzemanyag	450	6.904	5.947	5.800
Összesen	51.572	66.481	80.405	92.700

1. Táblázat: A megújuló energiaforrások hasznosításának mértéke 2006 és 2012 között.

Forrás: http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_ui012b.html

Az 0. táblázaton megfigyelhető, hogy a megújuló energiaforrások közül a legnagyobb energiatermelést a szél, bioüzemanyag, a biogáz és a megújuló kommunális hulladék adta.

5. KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK

Összegzésként elmondható, hogy a klímaváltozás valójában minden embert érint függetlenül attól, hogy éppen melyik kontinensen lakik. Az éghajlatok megváltozása évente több milliárd dollárnyi kárt okoz az aszályok, vagy éppen ellenkezőleg az árvizek miatt. A szélsőséges időjárás miatt a

megtermelt élelmiszerek aránya, egyúttal az ára is évről évre változik, mely éhínséghez vezethet a már most is több mint 7 milliárd földön élő ember számára.

Sajnos manapság az emberek úgy vélekednek, hogy ami messze van tőlük, mint például a sarki jégtakaró olvadása az nincs is rájuk hatással, de ez nem így van. A klímaváltozásnak a gazdasági hatásán túl társadalmi vonatkozásokat is okozhat. A tengerszint már akár 2 méteres emelkedésével is több nagyváros fog eltűnni, ami igen nagy gondot okozhat az egyes országok bevándorlását tekintve. Léteznek már tervek és vészforgatókönyvek is a tengerszint ilyen mértékű emelkedésére, de ezek igen futurisztikus elképzelések, mint például az élet a víz alatt „vízkarcolók” vagy a szélturbinák lakóhellyé alakításra.

Mindenképpen foglalkozni kell a megújuló energiaforrásokba való befektetésbe, mind háztartási, mind pedig ipari szinten. A mostani alacsony 2,1%-os jegybanki alapkamat mellett vélhetőleg inkább a tartós befektetésre lesz igény és ilyen lehet az említett nap-, szél-, vízenergia hasznosítás, biodízel előállítása és öko házak létesítése is. A mezőgazdaság és az erdőgazdaság teljesen védtelen az időjárás viszontagságai ellen, így célszerű lehet öntözőrendszer kiépítése és új szárazságtűrő fajták betelepítése az erdőkben, de akképpen, hogy az ökoszisztéma változatlan maradjon. Lehet, hogy az emberiségnek a közeljövőben a húsról és a tejtermékekről is le kell majd mondania, mivel ezen termékek előállításához nagy mennyiségű ivóvíz tisztaságú folyadékra van szükség, ami a vízhiány miatt másodlagos szempont lesz csak, illetőleg csak a gazdagok tudnak majd megfizetni. A klímaosztályok eltolódásával nálunk is megjelenhetnek olyan rovarok, mint a maláriát terjesztő „trópusi” szúnyog, továbbá a tartós hőség miatti rosszulletekre is számítani kell így a betegségek gyógyításra és megelőzésre mihamarabb fel kell készülniük a szakembereknek, orvosoknak.

A sok negatívum mellett szót kell ejteni arról is, hogy a klímaváltozás milyen pozitív tulajdonságokkal rendelkezik. Ide sorolandó az, hogy a melegebb telek miatt lecsökken a gázfogyasztás mértéke. A lakosság az egyetemes szolgáltatás keretében tavaly 3,1 milliárd köbméter földgázt használt fel, míg 2012-ben a fogyasztás meghaladta a 3,2 milliárd, 2011-ben a 3,4 milliárd, 2010-ben pedig a 3,6 milliárd köbmétert. A teljes az ipari fogyasztókkal együtt számított - hazai felhasználás szintén csökkent 2010 óta. További pozitívum a kitolódott évszakoknak köszönhetően tovább lesz lehetőség kirándulni, de a sí szezon valamennyivel le fog rövidülni. Az Északi sarkkör olvadása miatt a Jeges tengeri hajózás (hasonlóan a Szelei csatornához) biztonságosabbá és gyorsabbá válik, és így az Európa és Ázsia közötti tengeri fuvarozás költséghatékonyabbá válik, amely több milliárd dollár éves hasznot jelent a fuvarozó cégeknek. Sajnálatos tény az, hogy 30-40 éven belül ezen a területen lehet, hogy jégmentesek lesznek a nyarak, de ez a földgáz kitermeléssel foglalkozó orosz cégek számára további előnyt jelent, mivel könnyebben hozzájutnak a földgázhoz, kőolajhoz.

A klímaváltozás mind hazánknak mind pedig globális szinten katasztrófákat indukál és igen sok ember életét, megélhetését veszélyezteti. Mindenképpen a technika további fejlődésére és beruházásokra ösztönöz, úgy, mint gátrendszer megerősítése, öntözőrendszer létrehozása, öko házak létesítése és még tovább folytatható a sor, de e tevékenységek a beruházó országokban növeli a munkahelyek számát és a szakemberképzés minőségét is.

A tanulmányban látható, hogy a globális felmelegedés sajnos már nem egy visszafordítható jelenség, de kissé késleltethető. A kérdés csupán annyi, hogy melyik a kifizetődőbb az, hogy kifizetjük a természeti csapások által okozott károkat, vagy már ma teszünk ellenük?

IRODALOMJEGYZÉK

- [1] Carolyn Fry (2008): A klímaváltozás- A XXI. század legnagyobb kihívása, Totem Plusz Kiadó, Budapest, ISBN: 978-963-590-354-2
- [2] Chris Guillebeau (2012): The \$ 100 Startup, Crown Business Published
- [3] Daniel Goleman (2009): Zöld út a jövőbe -A tudatos vásárlás mindent megváltoztathat, Nyitott Könyvműhely Kiadó Kft., Miskolc, ISBN: 978-963-972-563-8
- [4] Eric Ries (2013): Learn Startup- Hogyan tegyük ötleteinket sikeressé és fenntarthatóvá? HVG Kiadó Zrt., Budapest
- [5] Záboji B. Péter (2014): Startup, felnőtteknek!, Underground Kiadó, Budapest, ISBN 978-963-08-9448-7,
- [6] <http://palyazatok.org/category/kornyezetvedelmi-palyazatok/>
- [7] http://startup.mandiner.hu/cikk/20140825_csikkek_es_hasznalt_pelenkak_uj_elete_tom_szaky_a_terracycle_alapitoja
- [8] http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i/ui012b.html

Sájer István

A zöldség-gyümölcs ágazat külkereskedelmének jövőképe

István Sájer: Foreign trade possibilities of the Fruit – Vegetable sector in the future

Abstract

Hungary can be considered as a small, open economy, therefore the domestic market doesn't provide enough possibility to sell the grown and produced agricultural products, exportation is vital. In the year of 2010 Hungary had trading activity on the field of agricultural products with 151 countries, which has grown to 164 countries by 2013. According to the Strategy of the Fruit-Vegetable Sector the production target is 3,5 million tons for the year of 2020. This target has already been reached in 1990, since then the average production is 2 – 2,5 million tons yearly. We can increase our foreign trade only if the properly classified, carefully packed products can be delivered in the requested quality on the contracted time. Perhaps this is the most sensitive territory where the Hungarian producers are falling back from the international trends. Due to the lack of cash and capital the technological and technical development of the is missing, the trade channels are getting more and more narrow, which will lead to losing of the market. Nowadays the main problem of the Hungarian Vegetable-Fruit sector is the diminishing quantity of marketable goods, despite of the fact, that the sector could remain a net exporter. The presence of the black market is overwhelming in Hungary which makes the sector vulnerable and hard to regulate. Despite of several good examples and successful enterprises it is still true that the majority of the producers are lacking the needed technological, marketing, management and trade knowledge. They insist on using their obsolete methods, and not willing to learn and change. There is a problem in the forecast of the expected yield. The Vegetable-Fruit sector is the most export driven part of the Hungarian agricultural sector as it is selling more than the 50% of all production abroad. In order to be sustain this share it would be fruitable to have a more favorable tax policy and the revision, cancellation of the „Primary producer” system. In each case the main problem is that there is no common base and trust between the trader, producer and management. This is why it might happen that a member of the TÉSZ is willing to sell his product outside the system, because this way he thinks to have safe income. As the organization doesn't have a safe base of products for sale they can not develop the market and if they have no safe market, due to the missing trust there will be no safe base of products for sale, and the circle is closed and the whole problem starts again.

Key words: Strategy of the Vegetable – Fruit Sector - 3,5 million tons of production, 100.000 new workplaces in the sector, keeping up the export position of the sector, fight against black trade, Increase of the importance of the „TÉSZ”, Increase the marketing activities

ÖSSZEFOGLALÓ

Hazánk a kis, nyitott gazdaságok közé sorolható, így a kis belső piac nem elegendő a megtermelt mezőgazdasági termékek értékesítéséhez, létfontosságú az export.

Magyarország 2010-ben összesen 151 országgal, míg 2013-ban 164 országgal kereskedett mezőgazdasági eredetű árukkal. A Zöldség - Gyümölcs Ágazati Stratégiában megfogalmazott 3,5 millió tonnás termelési mennyiség elérése a cél 2020-ra. A megcélzott

mennyiséget 1990-ben értük el, azóta is az évi termelési mennyiségek átlagosan csak a 2,0 – 2,5 millió tonnás mennyiséget érik el. A külkereskedelmünket csak úgy tudjuk bővíteni, ha a megtermelt termékeink megfelelően osztályozzuk, gondosan csomagoljuk, egyöntetű, a vevői elvárásoknak megfelelő minőségben és a szállítási határidők pontos betartásával érkeznek meg. Talán sehol annyira nem mutatható ki leszakadásunk a nemzetközi tendenciáktól, mint éppen ezen a területen. A pénzhány és tőkeszegénység miatt elmaradt az ágazat technikai és technológiai fejlesztése, beszűkültek a kereskedelmi csatornák, ami piacvesztéshez vezetett. Jelenleg a magyar zöldség-gyümölcs ágazat legfőbb problémáját az áruhiány jelenti, annak ellenére, hogy még mindig megőrizte nettó exportőr státuszát. Hazánkban, a zöldség-gyümölcs ágazatban óriási a feketekezeskedelem jelenléte, amely által az egész ágazat szabályozhatatlanná és kiszolgáltatottá válik. Számos jó példa és sikeres üzem mellett is igaz, hogy a termelők zömének hiányosak a technológiai-, menedzsment- és marketing- ismeretei. Ragaszkodnak az elavult módszerekhez, változtatni, tanulni nemigen hajlandók. Gond van minden egyes előre jelzett mennyiséggel, legyen az akár kisebb-, vagy nagyobb termésbecslés. A zöldség-gyümölcságazat az összes mezőgazdasági ágazat közül rendre az egyik legnagyobb exportárbevételt produkálja azzal, hogy termelésének 50%-át külföldön értékesíti.

Ennek a fenntartásához kedvezőbb adópolitikára és az őstermelői rendszer felülvizsgálatára, megszüntetésére lenne szükség. Minden esetben az alapprobléma az, hogy nincs érdekazonosság és bizalom a kereskedő, a termelő és a menedzsment között. Ezért – is – van az, hogy a tag sokszor a TÉSZ-en kívül adja el termését, mert így legalább biztos pénzt lát. Márpedig, amíg a szervezetnek nincs biztos árualapja, addig nem tud piacot építeni, amíg pedig nincs biztos piaca, addig bizalom hiányában nem lesz biztos árualapja, és a kör bezárult, illetve kezdődik előlőről.

Kulcsszavak: zöldség – Gyümölcs Ágazati Stratégia- 3,5 millió tonnás termelés, 100 ezer új munkahely az ágazatban, az export piaci pozíciójának a megtartása, a feketekezeskedelem visszaszorítása, a TÉSZ-ek szerepének növelése, a marketingtevékenység fokozása

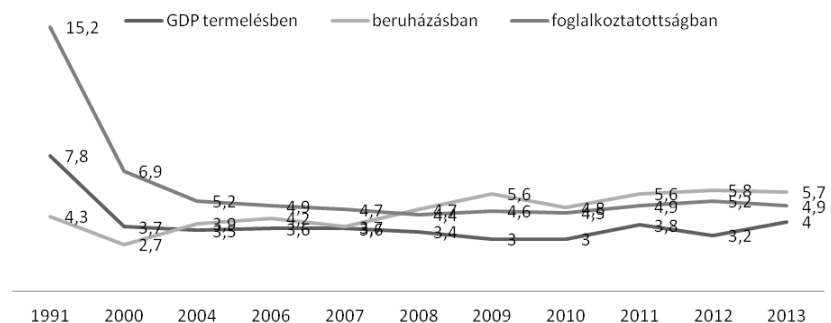
A konferencia jelmondatának megfelelően – „Mond el a múltat, diagnosztizáld a jelent, jósold meg a jövőt”- fogalom össze az ágazat jövőképét, beépítve azon személyes harminc éves tapasztalatomat, melyet eddig az ágazat külkereskedelmében szereztem. Tapasztalataim szerint a zöldség-gyümölcs ágazat külkereskedelmével foglalkozó szakirodalom nem teljes mélységben, nem gyakorlati megközelítésben foglalkozik a témával. Éppen ezért a zöldség-gyümölcs külkereskedelem sajátosságait, annak gyakorlati tapasztalatait kívánom kiemelni. Bízom benne, hogy gyakorlati tapasztalataim megosztásával elő tudom segíteni az ágazat külkereskedelmének a fejlesztését, az ágazat további fejlődését. A vad és termesztett bodzával is érdemes lenne külön foglalkozni, (sajnos a terjedelmi lehetőségek ezt nem teszik lehetővé) mivel a világ termeléséből hazánk 15-18 %-ban részesedik, és ez a részesedés még növelhető a természetes színyanyagok felhasználásának az elterjedésével.

Magyarország adottságai kedvezőek a mezőgazdasági termeléshez, így hazánk nemzetgazdaságában tradicionálisan fontos szerepet tölt be. Magyarország természeti adottságai a mezőgazdasági művelés szempontjából az átlagosnál kedvezőbbek, talajaink termékenyek, éghajlatunkban sok a napsütéses órák száma, ami jó minőségű és megfelelő mennyiségű terméseredmények elérését teszi lehetővé. Ennek révén évezredes múltra visszatekintő agrárkultúra alakult ki. Magyarország az európai országok között kitűnik a szántó és a mezőgazdasági terület magas arányával.

Az átalakulás kezdetén, 1989-ben a mezőgazdaság részesedése a GDP előállításból még 13,7 százalék volt, 1995-ben 7,2 %, 2008-ra 3,4 százalékra mérséklődött, míg 2010-re

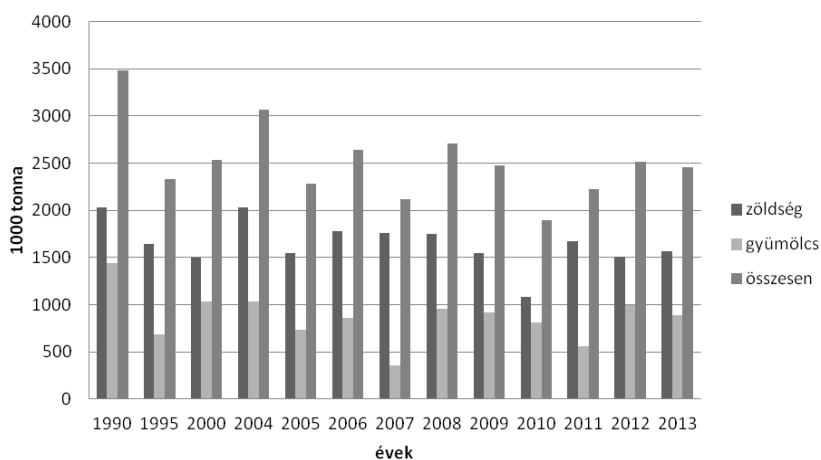
tovább mérséklődött és csak 3,0 százalék volt. A mélypont 2009. évben volt, mikor is a részarány mindössze 2,5 %. 2012-ben a GDP előállításából 3,2 %-ban részesedett. (*Mezőgazdaság 2012*.

KSH 2013.április) 2013-ban viszont a mezőgazdaság részaránya ismét elérte a 4 %-ot a GDP előállításában.



1. diagramm: KSH adatok alapján,

saját szerkesztés



1. grafikon: Zöldség-gyümölcs termelés

FruitVeb adatok alapján saját szerkesztés)

A fenti táblázatból jól kiolvasható, hogy a Zöldség-gyümölcs Ágazati Stratégiában megfogalmazott 3,5 millió tonnás zöldség-gyümölcstermelésünket 1990-ben érték el, azóta sem, sajnos. 2004-ben ugyan még átléptük a 3 millió tonnás (3,069 millió tonna) termésmennyiséget, de a következő években csak a 2,0 – 2,5 millió tonnás termékmennyiséget tudjuk előállítani. Az okok összetettek, melyekre a későbbiekben térek ki. Hazánk a kis, nyitott gazdaságok közé sorolható, így a kis belső piac nem elegendő a

megtermelt mezőgazdasági termékek értékesítéséhez, létfontosságú az export. Magyarország 2010-ben összesen 151 országgal kereskedett mezőgazdasági eredetű árukkal. Az export közel 81%-át 14 ország, közöttük 11 EU-tagország fogadta be. Az import több mint 82%-át 10 EU-tagország szállította, és az összes behozatal közel 90%-a érkezik hazánkba az unióból. (*Mezőgazdaság 2010. KSH*) 2012-ben az országok száma 148. Ezek közül 106 országgal kétirányú kapcsolatban bonyolítottuk le a forgalom döntő hányadát, további 42

országba csak exportáltunk, 15 országból csak importáltunk. 2012-ben a zöldség ágazat exportjának a 86,08 %-a irányult az EU tagországokba, míg a gyümölcs részaránya az ágazat exportjából 90,25 % volt. Az EU-ból érkező import részaránya 2012-ben a zöldség ágazatnál 81,92 %-ot képviselt, a gyümölcsnél ez a részarány 88,72 % volt. (*Mezőgazdaság 2012. KSH*) 2013-ban az országok száma elérte a 164-et, de a forgalom értéke csak 85 ország esetében érte el az 1 millió eurót.

A zöldség-gyümölcs ágazat elsődleges termékbocsátása a mezőgazdasági termékek 12,2 %-át tette ki, melyen belül a zöldség: gyümölcs arány 70:30 %-ot mutatott 2013-ban. Legfontosabb kereskedelmi partnereink köre nem változott 2012-hez képest. Németország, Románia, Szlovákia, Ausztria, Olaszország, Hollandia, Lengyelország, Csehország, Franciaország és Nagy Britannia részesedése a magyar agrár-külkereskedelmi forgalomból 75 százalék volt. Az agrár-külkereskedelem döntő részét 2013-ban is az Európai Unió tagállamaival bonyolítottuk. Az EU az exportértékből 86 százalékkal, az importértékből 93 százalékkal részesedett. (*Az élelmiszergazdaság külkereskedelme 2013*)

A világ agrár-külkereskedelmének alakulása hazánk számára exogén (külső) tényezőnek tekinthető, mivel jelenleg Magyarország részesedése a világ agrár-exportjából 1 százalék alatti. A globalizáció nyitott gazdaságunk számára számos előnye mellett különböző hátrányokkal járhat, melyeket enyhíthet a gazdasági integrációban való részvételünk.

2013-ban a magyar agrár-export 8,093 milliárd eurót tett ki, 18 millió euróval, 0,2 százalékkal haladta meg a 2012-es szintet. A magyar agrár-export értéke 2010-ben 6 milliárd euró alatt maradt. Az agrár-külkereskedelem 2013-ban 3,6 milliárd eurós aktívumot ért el, erre sem volt még példa. A mezőgazdasági- és élelmiszeripari termékek részesedése a teljes nemzetgazdasági exportból 2012-ben 10,1, 2013-ban 9,9 százalék volt, az importból pedig 2012-ben 6,1, 2013-ban 6,0 százalék. Az agrár-export aránya 2012-ben és 2013-ban igen magas volt, részesedése utoljára 1998-ban

haladta meg a 10 százalékot, azóta 6-8 százalék között ingadozott. Ez a nemzetgazdaság 2013. évi külkereskedelmi aktívumának 50 százalékát tette ki. A több éves átlagnak megfelelő évi 800-850 ezer tonna teljes zöldség- és gyümölcs-exportot a következő néhány év alatt 1,2 millió tonnára lehet emelni. A kertészetben 2013. évben a 2012. évihez hasonló eredmény született. A 2000 milliárd forintos mezőgazdasági elsődleges termelési értéken belül a kertészet jelenleg mintegy 16-17%-ot képvisel, ami 330-340 milliárd forintos elsődleges termelési értéket jelent. A kertészeti ágazaton belül a legnagyobb értéket (62%) a zöldség-gyümölcs ágazat képviseli, rajta kívül 11%-a dísznövény, 8% a burgonya, 7% a szőlő, 9% a bor és 3% az egyéb (gyógynövény, városi kertészet, stb.). (*FruitVeb évvértékelő*)

A kertészeti termelés szempontjából fontos szakmai esemény a Vidékfejlesztési Minisztérium által meghirdetett Nemzeti Zöldség - Gyümölcs Stratégia, amely 2020-ig kijelöli azokat az irányvonalakat, melyek várhatóan elérhetővé teszik az 1 millió tonna plusz zöldség-gyümölcs előállítását és az ehhez kapcsolódó 100 ezer új munkahely létrehozását.

PROBLÉMÁK ÉS JAVASLATOK

1., A Magyar Kereskedelmi és Ipar Kamara 1903-ban kiadott évkönyve a magyar zöldség- és gyümölcsfélék exportpiaci helyzetéről a következőket írta:

„A kertészeti termékeink egyedi íze, zamata megkülönböztetett kedveltséget biztosítanak nekik, és ha kivitelünk jövedelmezősége még nem felel meg a várakozásoknak, ezt annak kell tulajdonítani, hogy gyümölcs és konyhakerti növényeink szedése, válogatása és csomagolása még nem felel meg a nyugati fogyasztói piacok kívánalmainak. Pedig kielégítő árakat csak úgy érhetünk el, az idegen versenyt úgy győzhetjük le, ha jól osztályozott, gondosan csomagolt árunk kifogástalan, egyöntetű minőségben és a szállítási határidők pontos betartásával érkeznek meg.” (*Lakner Zoltán – Sass Pál*)

Az elmúlt évtizedekben nem volt olyan gazdaságstratégiai dokumentum, amely a fenti

problémákat ne fogalmazta volna meg. Sajnos a jelenlegi helyzet is ezt mutatja.

A fejlett országok kertészeti termesztésében a termékek versenyképességében, egyre nagyobb szerepet kap a megfelelő csomagolás, áruvá készítés. Talán sehol annyira nem mutatható ki leszakadásunk a nemzetközi tendenciáktól, mint éppen ezen a területen. Amíg a fejlett országokban mikroprocesszoros vezérlésű permetező rendszerekkel, csepegtető öntözéssel, különleges válogató berendezésekkel termesztik és készítik áruvá a gyümölcsöt, addig hazai viszonyaink között az öntözés egyre kevesebb figyelmet kap, a növényvédelem gyakran esetleges és az áruvá készítés, - ha egyáltalán történik ilyen - nem sokban különbözik a fél évszázaddal ezelőtti módszereinktől.

A lemaradásunkat be lehetne hozni rövid időn belül, ha a rendelkezésre álló Európai Unió támogatásokat erre a területre „összpontosítanánk”. A támogatások felhasználása ugyan megtörténik, de a TÉSZ-ek kapják a magasabb (70-75 %-os) támogatási intenzitásokat. Ki is használják, de árualap hiányában nem hasznosulnak ezek a beruházások. A nagykereskedők, exportőrök viszont kisebb (40 – 60 %) intenzitású támogatásokat kapnak, vagy valamilyen kiírási kitétel miatt kimaradnak a lehetőségekből. Megfontolandó lenne, ha a pályázatokat az export növelése érdekében írnák ki a TÉSZ-ekhez hasonló feltételek mellett. A TÉSZ-ek fejlesztése, az összefogás elősegítése az alapvető cél, amely helyes is, de mint ahogy látni fogjuk a példákon, nem hasznosul megfelelően a beruházásokra fordított összeg.

2., A versenyképesség egyik kulcsterülete a zöldség-gyümölcs ágazatban a minőség. Ahogy a németek mondják „Preis spielt keine rolle, nur Qualität”. Az ár nem játszik szerepet, csak a minőség. Természetesen, ha a minőség megfelel az elvárásoknak, akkor igen is a minőséghez kapcsolható árak nagy szerepe van. Az ezen a területen működő vállalkozásoknak csak egy alacsony hányada felel meg az EU élelmiszer-biztonsági, higiéniai, környezetvédelmi és minőségi előírásainak, ami

akadályozza a piac hatékony működését. Gondot okoz az infrastruktúra elmaradott állapota, a logisztikai rendszer fejletlensége, a gazdaságban jelen lévő bizonytalanság és az információhiány. Az információ alapvető erőforrás a modern gazdaságban, az információhoz való hozzájutás az egyik meghatározó tényezője a hatékonyan működő piac kialakulásának. Sajnos Magyarországon a konkurencia nem áll szóban egymással, ellenséget látnak a másikban és nem ellenfelet. A lejáratás minden eszközét felhasználják a másik ellen, függetlenül a valóságtól. Nem látják be azt a mondást, hogy „a konkurenciáról jót vagy semmit, ha jót nem tudok, vagy nem akarok mondani, akkor inkább hallgassak”. A Lajtán túli országokban a konkurencia „beszél” egymással, információkat cserélnek és ezen információk birtokában ülnek le tárgyalni a magyar exportőrökkel, így kedvezőbb pozícióban várják a szerződéses tárgyalásokat. Magyarországon is csak megbízható információk és statisztika birtokában lehet az exportban is versenyesélyünk.

A legtöbb vállalat, sok esetben saját sikertelenségéből okulva, ráébred arra, hogy mennyire fontos megismerni azoknak az országoknak a szokásait, viselkedésformáit, tárgyalási stílusát, üzleti kommunikációs sajátosságait, és nem utolsósorban legalább alapszinten a nyelvét, amelyekkel üzleti tevékenységet kíván folytatni. Azt is számos esetben tapasztalják, hogy komoly üzleteket veszíthetnek el, ha nem fordítanak kellő figyelmet a kulturális különbségekre, és más kultúrák érzékenységét, vagy társadalmi, illetve üzleti gyakorlati normáit megsértik. (Falkné D. Bánó Klára)

3., A rendszerváltás óta a zöldség-gyümölcs ágazat termelése a korábbi **3,5-3,8 millió tonnáról fokozatosan visszaesett a jelenlegi 2,5 millió tonna körüli szintre.** A visszaesés fő oka, hogy a tulajdoni szerkezetben történt változások ellenére nem alakultak ki versenyképes termelési struktúrák. A pénzühiány és tőkeszegénység miatt elmaradt az ágazat technikai és technológiai fejlesztése, beszűkültek a kereskedelmi csatornák, ami

piacvesztéshez vezetett. Jelenleg a magyar zöldség-gyümölcs ágazat legfőbb problémáját az áruhiány jelenti, annak ellenére, hogy még mindig megőrizte nettó exportőr státuszát. A friss termékek iránti fogyasztási szokások új, célirányos fejlesztési programokat igényelnek. A friss termelés mellett nagy visszaesés következett be az ipari nyersanyagtermelés területén is, a feldolgozóipar termékstruktúrája rendkívül beszűkült, csak néhány termékre (csemegekukorica, zöldborsó, meggybefőtt, almasűrítvény) korlátozódik. A csökkenő termékmennyiség mellett a kereskedelmi integrációs tevékenységek (TÉSZ-ek) fejlődése is ellentmondásossá vált, s így a meglévő bel- és külpiaicainkat nem tudjuk kiaknázni. Hazánkban, a zöldség-gyümölcs ágazatban óriási a feketekereskedelem jelenléte, amely által az egész ágazat szabályozhatatlanná és kiszolgáltatottá válik. Alapvető probléma, hogy a termelői adózási, foglalkoztatási és finanszírozási okokból nem érdekelt abban, hogy fejlessze a termelését és átláthatóan gazdálkodjon. (Fruitveb, 2012; Popp et al., 2009b).

A szétaprózott termesztést és árukoncentráció hiányát a nagy mennyiségű, egységes áralapokkal és jól körülhatárolható termelői körzetekkel lehetne megoldani. A termelők között nagy méret és jövedelmezőségi különbségek vannak. A jól körülhatárolható termelői körzetekkel erősíteni tudnánk a hazai árukínálatot és növelhető lenne a termelői szervezettség. Sajnos ez utóbbin a rossz beidegződés, a birtokméretek heterogén volta, a termelők hozzáállása a szervezetekhez, az értékesítés szervezetlensége, mind nehezítik a megvalósítást. A TÉSZ-ek alacsony vonzóképesége is a termelői hozzáállásból fakad. Más a termelői érdek egy kisebb termelőnek, mint a TÉSZ esetlegesen független vezetésének (sajnos sokszor a nagyobb termelők alkotják a vezetést és nem „független” vezetés). Alkupozíciót csak megfelelő egységes áralappal lehet elérni úgy az exportban, mint a hazai piacon. Ha én csak ajánlani tudok napi 15 kamion bodza pulpot (darálmány), azzal nem tudok piacra kerülni. Azt meg kell mutatnom,

hogy le is tudom szállítani. Csak így lehetek komoly szereplője a piacnak. A TÉSZ-ek sokszor azért kerülnek „kellemetlen” helyzetbe, mert a termelők 1-2 forintos különbségért, esetleg „papír” nélkül eladják az árujukat a neppereknek és valamilyen kifogással élnek a TÉSZ irányában. Viszont, ha több a termés, esetleg nehezen értékesíthető is, rögtön a TÉSZ-hez viszik az árujukat, hogy adja el, hisz azért hozták létre. El kell mondani az igazsághoz azt is, hogy Magyarországon hiányoznak a korrekt szerződéses kapcsolatok, amin sem a termelők sem a kereskedők nem akarnak változtatni. Mindkét fél a másikat hibáztatja, ha valamiért nem teljesült a szerződés. Az egymásra mutogatás mindig az áru piaci helyzetétől, kínálati vagy keresleti pozíciójától függ.

A tőkeszegénység miatt a kisebb tőkeerővel rendelkező termelők védtelenebbek a feketekereskedelem kihívásaival szemben is, mert az azonnali készpénzben történő fizetés a tagok egy része számára visszautasíthatatlanul vonzó ajánlatot jelent a TÉSZ-ek nyújtotta fizetési feltételekhez viszonyítva. A TÉSZ-ek esetében a feketegazdaság jelenléte sokkal jelentősebb anyagi és morális kockázatot jelent, mint az ágazat egészében, ugyanis a szervezetek szabálykövető magatartásukkal jelentős versenyhátrányt szenvednek el a szabályokat be nem tartókkal szemben. Ez nem teszi vonzóvá a TÉSZ-eket annak ellenére sem, hogy a tagsági jogviszony más előnyökkel is jár. A vizsgálat megmutatta, hogy a megkérdezettek pozitív diszkriminációt és a szabálysértőkkel szembeni jogi fellépés szigorítását várják a jogalkotóktól annak érdekében, hogy a szabályokat betartók ne kerüljenek versenyhátrányba a csalókkal szemben.

A TÉSZ, mint működési forma, a mai magyar gazdasági viszonyok között jelenleg kevésbé versenyképes. Ennek oka a nevében is benne rejlik: termelő értékesítő szervezet (Rácz József Prémium Kert Kft., Mórakertész volt elnöke). Ezeket a szövetkezeteket általában a termelők irányítják, akiknek teljesen más az érdeke, mint egy értékesítő cégnek, aki a láncoknak értékesíti az árut. A termelő fő célja, hogy az őt

képviselő szövetkezet a lehető legdrágábban adja el az áruját, az értékesítési szervezetnek viszont fedezetet kell képeznie a költségeire, rugalmasan tárgyalni, kedvezményeket adni a volumen után, stb. Ez egy skizofrén helyzetet szül. Ráadásul a feketekereskedelem és az áfa is sújtja a TÉSZ-eket, akik csak a munkaügyi és adózási szabályok, törvények maradéktalan betartásával tevékenykedhetnek. Nyugat – Európában működőképesebb modell a TÉSZ, de ott összefognak a kereskedőkkel, az életképes termelőket támogatják, a kevésbé versenyképes termelőket kiszervezik szociális szövetkezetekbe. Nálunk összekeveredett a piaci és a szociális gondolkodásmód.

Számos jó példa és sikeres üzem mellett is igaz, hogy a termelők zömének hiányosak a technológiai-, menedzsment- és marketing-ismeretei. Ragaszkodnak az elavult módszerekhez, változtatni, tanulni nemigen hajlandók. A versenyképes és hatékony mezőgazdasági termeléshez elengedhetetlen a humántőke megfelelő képzettsége, iskolázottsága, ugyanis a szakképzett, kvalifikált munkaerő számára a gazdálkodáshoz szükséges korszerű vállalkozói, piaci, marketing és technológiai ismeretek elsajátítása egyszerűbb, könnyebb.

A külföldi partnerek a megbízható és pontosan szállító vállalkozásokat részesítik előnybe még magasabb árak mellett is. Ezeket az előnyöket ki lehet használni és ki is használjuk. A gondot az jelenti, hogy még egy olcsóbb ajánlatról kiderül annak a minősége, a késedelmes vagy nem szállítás ténye, addig „áll” a piac és akár jelentős exportbevételektől is eleshetnek a szállítóképes vállalkozások. A megbízhatóságot, a szerződések maradéktalan és pontos teljesítését értékelik a vevők, a kérdés csak az, hogy ezt hogyan „árazzák” be.

4., Gond van minden egyes előre jelzett mennyiséggel, legyen ez akár kisebb-, vagy nagyobb termésbecslés. Mindig kételkedve fogadom a január-februárban megjelenő termésbecsléseket, hisz ezeknek sajnos semmiféle reális alapjuk nincs, hisz „oly sokat éjszakázik” kint még a termék. A várható kevesebb termés előrejelzés esetén a termelői

felvásárlási várakozások az „egekbe” szöknek és utána nagyon nehezen és sokszor túlkésőn szembesítik magukat a realitásokkal. Mire kiderül, hogy mégsem olyan rossz a termés, már megfordul a trend és egymás alá ígérve ajánlják az árut. A várható magas termés reményében, külföldön egy jóval alacsonyabb árat várnak az ajánlatoknál, mint az indokolt lenne. Utólag kiderül persze, hogy az előrejelzés túlzott volt, lásd a 2014-es meggy előrejelzést, a kereslet akkor kezdett élenkülönni, amikor már nem volt megfelelő mennyiségű és minőségű alapanyag. Az egyik dunántúli meggybefőtt előállító konzervgyár akkor kezdett el 1200 tonna meggyet keresni, amikor kiderült, hogy a lengyel meggy sem minőségben, sem mennyiségben (kb. 30 %-kal volt kevesebb az előre jelezettől) nem áll rendelkezésre. Ez a mennyiség, ha időben jelentkezik az igény, rendelkezésre állt és nem kellett volna légyártáshoz, jelentősen olcsóbban eladni. Nem tudni az indokát, hogy a várható előrejelzések milyen „érdekek” befolyása alatt történnek. Az orosz embargó még tovább fokozza a „feszültséget”, bár a multinacionális cégek meg fogják találni a módját, hogy Európán kívüli vállalataik révén beszállítsanak az orosz piacra. Ezt az árkülönbséget, árlépcsőt sajnos a magyar termelők fogják bevállalni.

Hasonló problémákkal kell szemben néznünk az idei évben az alma területén is. Szabolcs-Szatmár megyében, ahol az alma termésmennyisége (elsősorban a lé minőségű) jelentősen több 2014-ben, mint az előző években volt. Ugyanakkor az ország más területein, de a dunántúli területen különösen, jóval kisebb termés betakarítására kerül sor. 2013-ban a dunántúli területről kb. 40 ezer tonna léalma került exportra, elsősorban Ausztriába, mely 2014-ben a 15 százalékát sem érte el az előző évnek. A multinacionális vállalatok (Rauch, Agrana) által kialakított 12 forintos beszállított magyarországi léalma árhoz viszonyítva, az osztrák gyáraik nem voltak hajlandóak a fuvarköltségből fakadó különbséget sem megfizetni, így „inkább” fél műszakkal dolgoztak. Az étkezési alma

mennyisége viszont arányában megmaradt az előző évekének, kb. 18-20 %.

A bodza termését (vad és termesztett bodza) az előző évinél 20-30 százalékkal magasabbra prognosztizálták 2014-ben. Az árakat ennek megfelelően 20-30 százalékkal olcsóbbra kívánták tenni a külföldi vevők. Vad bodzából az előző évek 10 ezer tonnás felvásárlásával szemben, kb. 3 500 tonna került felvásárlásra és a 7 000 tonnás exporttal szemben, kb. 2 000 tonna került külföldön értékesítésre. A nagyobb feldolgozók is jóval kevesebbet, csak a pillanatnyi igényt vásárolták meg. „Majd a termesztett bodzából pótoljuk” felkiáltással. A kedvezőtlen időjárás és a további kezdetben termelői, majd ehhez kapcsolódó ellentétes irányú vevői spekulációk miatt nem volt megfelelő minőségű és mennyiségű áru, mely exportra kerülhetett volna. A vevői „kivárással” játszó spekulációk nem voltak megalapozottak, így október végére „kiürült” a fagyasztott bodza mennyisége Magyarországon. Az elmúlt években a fagyasztott bodza lehívások a következő év márciusban – májusban voltak. Már most elindultak a spekulációk a következő évi mennyiségek és árak tekintetében. A bodzára egyre növekszik az igény, de csak egy megfelelő árszintig. A világ bodzatermésének 18-20 százalékát Magyarország adja. Nincs még egy ilyen termékünk, amely ilyen arányt képviselne. Éppen ezért kellene e termék termesztésére, felvásárlására, értékesítésére és exportjára sokkal nagyobb figyelmet fordítani. Mindössze az utóbbi 3-4 évben „jegyezték” a statisztikákban a bodza felvásárlási és értékesítési mennyiségeit.

5., A zöldség-gyümölcságazat az összes mezőgazdasági ágazat közül rendre az egyik legnagyobb exportárbevételt produkálja azzal, hogy termelésének 50%-át külföldön értékesíti. Az ágazatfejlesztéssel ezt az arányt Magyarország a jövőben is fenn kívánja tartani, sőt geopolitikai helyzeténél fogva az unió egy új zöldség-gyümölcs logisztikai centruma lehet. Ehhez viszont kedvezőbb adópolitikára és az őstermelői rendszer felülvizsgálatára, megszüntetésére lenne szükség. Több kormány indította már el az őstermelői rendszer

felülvizsgálatát, csak vélhetően politikai okok miatt nem nyúltak a rendszerhez. Módosítottak rajta, próbálták szigorítani az adózás elkerülésének lehetőségét, csak sajnos kevés sikerrel. Ameddig az őstermelő nem kell, hogy blokkot, számlát, vagy egyéb bizonylatot, hogy adjon (törvény előírja a nyugtadási kötelezettséget, csak kevés az ellenőrzés, vagy „elnézik” azt az ellenőrök), addig nem követhető az adómentes adóalapja sem, hát még az adózott jövedelme. Az őstermelők hatféle, az egyéni vállalkozók háromféle adózási mód közül választhatnak, ami a termelésben a rövidtávon legkedvezőbb pénzügyi lehetőséget teszi legfontosabb szemponttá. Az őstermelők bevételhez viszonyított jövedelme az elmúlt 10 évben folyamatosan összességében 25%-kal – csökkent, mára csak a bevétel 3%-át mutatják ki jövedelemként, ellentétben az egyéni vállalkozókkal, akiknek bevétel-jövedelem aránya megduplázódott és eléri a 7%-ot, tehát kétszer olyan eredményesen termelnek. A gazdák 42%-a a bevétel után nem mutat ki semmilyen jövedelmet, így adót még jelképesen sem fizet. Az elmúlt évek tapasztalatai azt igazolják, hogy a magyar mezőgazdaságban a feketekereskedelem és az őstermelői forma szorosan összefonódik. Fontos azonban kiemelni, hogy az alapvető probléma nem az őstermelővel, mint adózási formával van, hanem a formához kapcsolódó adókedvezmények valódi jogosultságának nehézkes ellenőrizhetőségével. Az őstermelői forma más Európai Uniói országokban is van, csak ott mindenki fizet valamilyen szintű, általában általános adót.

6., A magyar zöldség- és gyümölcságazat stratégiai célkitűzése, hogy az Európai Unió következő, 2014-2020 közötti költségvetési ciklusának végére elérhető legyen az ágazatban a 3,5 millió tonnás termésmennyiség – közölte a Magyar Zöldség - Gyümölcs Szakmaközi Szervezet és Terméktanács (FruitVeB) elnöke Budapesten, egy szakmai rendezvényen (2014.01.20). A rendezvényen elhangzott termésmennyiség sajnos már az elmúlt néhány évben is felmerült. Feltételezhető, ha ezt a termésmennyiséget el tudná érni az ágazat,

eladhatatlan zöldség-gyümölcs „hegyek” alakulnának ki. A termésmennyiséghez először meg kellene teremteni a „tényleges” felvevő piacot is. Az elnök úr elmondta, hogy a termelés ekkora felfutása mintegy 100 ezer új munkahely létrehozását jelentené a vidéken. A magyarországi zöldségfogyasztás növelésével, belső piacbővüléssel növelhető ennek az ágazatnak a szerepe és így a foglalkoztatás is. Úgy gondolom, itt lenne lehetőség a legolcsóbban és a leggyorsabban a foglalkoztatás növelésére.

Az új munkahelyek létrehozásához kedvezőbb adózási, egyszerűbb (idénymunkánál) regisztrációs kötelezettséget kellene társítani. A jelenlegi szabályozás nem segíti elő a munkahelyteremtést még az idénymunkánál sem. Bármilyen kormányzati jó szándék ellenére sem megoldás a mai rendszer, hiszen előre be kell jelenteni az alkalmazottat, majd egy-két nap után „elfelejt” bemenni dolgozni, így a vállalkozás feleslegesen fizette be utána a járulékokat és kezddeti újra keresni a megfelelő munkaerőt. Ugyanakkor az ágazat fejlesztése érdekében vissza kellene szorítani a feketegazdaság arányát, ugyanis a szakértők szerint vannak olyan területek az ágazatban ahol ez az arány eléri a 40-50 százalékot is. A munkahelyteremtést hátráltatja a közmunka program is, hisz az idénymunka jelentkezésekor a termelők, feldolgozók sem mennyiségben, sem minőségben nem találnak megfelelő munkaerőt. A közmunka adózásához, létesítéséhez hasonlóan meg lehetne szervezni a mezőgazdaság területén is az idénymunkát.

7., Szembe kell néznünk gyengébb exportteljesítményünkkel, amely alapvetően termelési, versenyképességi, minőségi, élelmiszerbiztonsági és marketing problémákra vezethető vissza, ugyanakkor számolnunk kell belső piacunkon a növekvő versennyel. Az olcsó, de silány minőségű áruk behozatalát a hazai beszállítók alkuerejének növelésével, a hazai hatósági minőségvizsgálati rendszer kiépítésével, a beszerzési ár alatti értékesítés megtiltásával (törvény van rá, napjainkban már egy-két esetet nyilvánosságra is hoznak), vagyis piacvédelemmel és a tisztességes verseny-

helyzet megteremtésével lehetne féken tartani. Sajnos az Európai Unión belüli háromszögügylettel kijátszható és ezt ki is használják annak érdekében, hogy a beszerzési ár alatti értékesítésért ne kapjanak büntetést. A termelő eladja az áruházlánc külföldi áruházának, majd az már olcsóbban számlázza a magyar áruháznak, mely így nem követ el beszerzési ár alatti értékesítést. Az adó jogszabályok kizárják ezt a fajta tevékenységet, de ellenőrzésük, bizonyításuk nagyon nehéz.

Véleményem szerint magas az ÁFA tartalom a zöldség-gyümölcs termékeknél. Viszont ez nem jelent versenyhátrányt a magyar termelők között, mivel az import termékek ÁFA tartalma a fogyasztói árban ugyan úgy 27 %, mint a magyar termékek esetében. Sajnos az import termékek esetében nagyobb az ÁFA-val történő „trükközés” lehetősége, mivel az import után ugyan abban az ÁFA bevallási időszakban bevallja és vissza is igényli az ÁFA-t, majd az értékesítésnél „elfelejti” bevallani és megfizetni azt. Ezzel jelentősen károsítja a költségvetést. Amennyiben kisebb lenne az ÁFA úgy kevesebb „hasznot” hozna, így már nem érné meg a büntetés veszélye miatt elcsalni az ÁFA-t.

A feketegazdaság csökkentésére a fordított áfa bevezetése, illetve a jelenlegi 27 százalékos áfa kulcs 5-10 százalékra történő mérséklésével lehetne hatást gyakorolni. Az áfa kulcs mérséklésére a gazdaság jelenlegi helyzetében kevés esélyt látok, a bevételi oldalon hiányt eredményezne.

A zöldség-gyümölcságazat nagy problémái közé tartozik az is, hogy a hazai termékek forgalmának mintegy harmadát, az import kétharmadát lebonyolító nagybani piacokon az egyes ügyletek jó 40 százaléka a feketekereskedelem körébe tartozik. Ez nem csupán a központi költségvetés számára jelent közvetlen bevételkieszt, de ellenőrizhetetlenné teszi az áruk származását és minőségét is.

Az áfacsalások miatt 4 adóforintból 1 biztosan nem folyik be a kincstárba. Két módszer kínálkozik az áfacsalások visszaszorítására. Az első az alapvető élelmiszerek áfa-jának drasztikus csökkentése, ám ha ez rövid időn

belül nem lehetséges, úgy a fordított áfa fizetés módszerének gyors bevezetését javasolják. Körhintacsálás két módozata: exportmódszer: valamely társaság alapvető élelmiszert vásárol itthon, mégpedig azzal az állítólagos szándékkal, hogy az árut külföldön, az EU területén adják el. Az efféle ügyletek után nem kell itthon áfa-t fizetni. Az áru csak papíron lépi át a határt, hamis fuvarleveleket, külföldi számlákat állítanak elő, majd az áru fiktív iratok kíséretében Magyarországon talál gazdára.

Új uniós irányelvet fogadott el az Európai Unió Bizottsága a fordított adózás gyors reagálását bevezetéséről, amely 2013. augusztus 15-én lépett hatályba. Az irányelv szerint a tagállamok maguk dönthetnek arról, bevezetik-e a fordított áfát kilenc hónapra azoknál az élelmiszer-gazdasági termékeknél, amelyek nem jutnak el közvetlenül a fogyasztókhoz. A bevezetés az Európai Bizottság jóváhagyásához kötött, a testületnek pedig egy hónapon belül döntenie kell az ügyben. A gyors reagálást fordított adózást elvileg kilenc hónapnál tovább is alkalmazhatják a tagállamok, de ehhez már valamennyi EU-tagország beleegyezését meg kell szerezniük. Az irányelv 2018. december 31-ig lesz hatályos.

A költségvetés számára pozitív hatást jelent a fordított adózás:

- Az áfacsalásokat visszaszorítja (hiszen a megfizetés és a levonás is ugyanannál az adóalanynál lesz). Így a fordított adózás megfelelő eszköz az áfacsalási módszerek visszaszorítására.

A kkv szektor részére is pozitív hatást jelent a fordított adózás:

- Mivel nem kell az áfa-t finanszírozniuk, azt az államtól visszaigényelniük, majd 45-135 napot várniuk a pénzükre. Azzal, hogy nem kellene a visszaigénylésnél ezt a hosszú időt kivárni, nagy segítséget kapnának a KKV-k a finanszírozási problémáik áthidalásához. Ugyanakkor lássuk be, hogy az állam ez idő alatt ebből a pénzből is finanszírozza magát.

A költségvetésnek a fordított adózás átmeneti likviditási gondot jelent a következő mértékben:

- Likviditási előnyt jelent a vevőnek, emiatt azonban a bevezetés évében a költségvetés számára a befizetések eltolódnak és egyszeri

pénzforgalmi áfabevétel-kiesés jelentkezik. Ennek mértéke a zömében havi és negyedéves bevallási gyakoriságot figyelembe véve 1,5-2 havi, adott ügylettípusból származó áfa bevételnek felelhet meg. Ezért sem lehetne a fordított ÁFA fizetést valamennyi érintett terméknél egy időben bevezetni.

Paradox helyzet, hogy az egyik oldalról jövedelemadózási szemlélettel, átláthatatlan adózási kategóriákba sorolva a feketegazdaságot erősítve, jövedelmük eltitkolására sarkaljuk a termelőinket, ami ellen a törvény szigorával, kommandós csapatokat küldve „próbálunk harcolni”, a másik oldalról pedig tudomásul véve a feketegazdaság vidéki „jövedelemtermelő és népességtartó képességét”, a rendszer kereteit inkább mégsem bolygatjuk. A piacgazdaság bevezetése óta alapvetően egyik kormány, sem mert a kialakult rendszerhez hozzájárulni, így például az idejét múlt őstermelői rendszerhez sem.

Az adócsalások csak egy része adódik az áfa visszaélésekből a zöldség-gyümölcs ágazatban, mely éves szinten a szakmaközi szervezetek becslése szerint eléri a 46 milliárd forintot. Jelentős adócsalások adódnak, jelenleg „legálisan” az őstermelők adózási lehetőségéből is.

Az Európai Unió egyes régi tagországaiban az egyéni gazdálkodókra hasonló szabályozási szisztémát alakítottak ki (csökkentett adminisztrációs kötelezettség, kedvezményes, többnyire átalányadózás). De ott – ellentétben a magyar szabályozással – mindenki fizet adót, bármilyen alacsony is az árbevétele. További fontos különbség, hogy nincsenek jogi és adózási különbségek a termelők között. Olyan tevékenységeket, melyek egyéni vállalkozóként és őstermelőként is végezhetők, nem lehet ugyanazon személynek egyidejűleg mindkét formában végeznie. Magyarországon a jogi „kiskapuk” ezt a lehetőséget megteremtik.

8., A gyakorlati tapasztalataimat, a zöldség-gyümölcs külkereskedelemben dolgozó vállalatvezetőkkel, érdekképviselői vezetőikkel való jó kapcsolatomat kihasználva tettem fel kérdéseket egy-egy beszélgetés alkalmával az adórendszer átalakítására illetve a

feketekereskedelem visszaszorítására vonatkozóan. A kérdések megoldásának szükségességében illetve az adott válaszokkal egyet értettünk. A megoldásokban már az érdekek különbségéből fakadóan voltak nézetkülönbségek.

Az őstermelő gazdák általában adót sem fizetnek. A mezőgazdaságban tevékenykedő jogi személyiségű cégek (állami gazdaságok, termelőszövetkezetek, Rt-k, Kft-k) fizetnek, de a gazdák általában nem. Igaz a gazdák egy része felvetette, hogy igen nagy adót fizetnek. Az ÁFA-t! Csak hogy mindenki tudja, aki csak egy kicsit is járatos az adók ügyében, hogy **az ÁFA-t nem a gazda fizeti! És nem is az iparvállalat, meg nem is a kereskedelem. Az ÁFA-t a fogyasztó fizeti!** A vállalatok ebben csak közvetítő szerepet játszanak. Az általuk beszerzett anyagok és eszközök után fizetett ÁFA-t visszaigénylik, a termék eladásakor az ÁFA-t a fogyasztóval megfizettetik és ezt, az államnak továbbítják, átutalják.

A fordított adózás csak rövidtávon kezeli az áfacsalást, ugyanis a csalók vagy más termékköre térnek át, vagy más államban próbálkoznak. A fordított adózás célja inkább az, hogy alkalmazása idején érdemi változások történjenek, többek közt az ellenőrzés hatékonyságának javításában, illetve egyéb, egyszerű eszközök alkalmazásával, akár a szabályozás alakításával.

A regisztrál nagykereskedelmi vállalkozások (2008-as EU irányelv szerint Magyarországon is regisztrációhoz van kötve a zöldség-gyümölcs nagykereskedelmi tevékenység) a

beruházásait, tevékenységüket, ellenőrizhetőségüket a törvényi előírások mellett végzik. Ezzel szemben a sötét oldal nepperkövetői, ahol gyakorlatilag nincs beruházás, ennek megfelelően nincs amortizáció, nincs telephely, nincs infrastruktúra, nincs legális foglalkoztatás, nincs minőségbiztosítás, gyakorlatilag csak papíron kereskednek, vagy fizetnek, vagy nem, és aztán szezon végén bedöntik a céget, eltűnnek áfástól együtt. Hová tűnik az a 27 százalék áfa, ami gyakorlatilag a duplája egy átlagos évben elvárható adózott eredménynek? Ez elég forrást nyújt ahhoz, hogy a termelőknek többet ígérjenek, tehát elvonják, az árut a legális kereskedelem elől. Így van elég pénz arra, hogy a nagykereskedelem felé olcsóbban ajánlják be az árut, ezáltal megint csak a TÉSZ-eknek, tehát a legális kereskedelemnek állítsanak konkurenciát, és még így is marad elég pénz a zsebükben.

A zöldség-gyümölcs ágazatra fordított éves 100 millió forintos marketing költségvetés nem elfogadható. Nagyobb vállalatok egy-egy termékre magasabb marketing költségekkel számolnak. Így a zöldség-gyümölcs fogyasztás népszerűsítése nem megfelelő, pedig a termelés növeléséhez a fogyasztást kell először növelni. Jól megszervezett marketing stratégiára és elkülönített marketig alapra van szüksége az ágazatnak ahhoz, hogy a jelenlegi 181 kg/fő/év zöldség-gyümölcsfogyasztásunkat, - mely az élelmiszerfogyasztás 30 %-a -, növelni tudjuk.

FELHASZNÁLT IRODALOM:

- [1] Az élelmiszergazdaság külkereskedelme 2013. január-decemberi időszak XVII. évfolyam, 3. szám (2014)
- [2] Falkné D. Bánó Klára (2006): Interkulturális útmutató nemzetközi cégek és projektek vezetői és tagjai számára. EU Working Papers. Budapesti Gazdasági Főiskola Külkereskedelmi Főiskolai Karának szakmai folyóirata. IX. évf. 1. szám.
- [3] FruitVeb értékelők 2012-2013
- [4] KSH Mezőgazdasági adatok
- [5] Lakner Zoltán – Sass Pál (1997): A zöldség és gyümölcs versenyképessége. Mezőgazdasági Szaktudás Kiadó. Bp. ISBN 963 356 207-4
- [6] Magyar zöldség-gyümölcs ágazati stratégia, 2013. augusztus 29. (FruitVeb)

Máté Zoltán

A Szolnok Televízió vételi lehetőségeinek és a műsorok nézettségi szokásainak részletes elemzése

Zoltán Máté: Detailed analysis of the Szolnok Television reception opportunities and the habits of TV shows viewing

Summary

The treatise deals with the the views and preferences after the changes of Szolnok Television reception opportunities. With the using of the survey's results, it publish general result about the technical options of the Szolnok Television's reception and about preferences and views of the visible programs by comparing the hungarian large commercial channels' datas. Based on its own calculation methodology prepare a ranking of the discretion for the test channels and make statements the Szolnok Television connected further development opportunities.

Keywords: Marketing, Marketing Research, Survey, Views, Preference

ÖSSZEFOGLALÓ

A munka a Szolnok Televízió vételi lehetőségeinek változását követően a nézettségének és a tetszésének vizsgálatával foglalkozik. A kérdőíves felmérés eredményeit felhasználva általános eredményeket közöl a Szolnok Televízió vételének technikai lehetőségeiről, valamint a látható műsorok nézettségéről és tetszéséről, a magyarországi nagy kereskedelmi csatornák adataival összevetve. Saját számítási metodika alapján rangsort készít a vizsgált csatornák esetében a tetszésről, és megállapításokat tesz a Szolnok Televízió további fejlődési lehetőségeivel kapcsolatban.

Kulcsszavak: marketing, marketingkutatás, kérdőíves megkérdezés, nézettség, tetszés

2014 márciusában, áprilisában a Szolnok Televízió Zrt. megbízásából nézői, körben kutatás lebonyolítására került sor. A kutatás célja, hogy a digitális átállást követően, hogyan alakultak a vételi lehetőségek a Szolnok Televízió adásával kapcsolatban. A kutatás rész céljai között szerepel a Szolnok Televízió nézőinek nem, kor, és lakhely szerinti összetételének vizsgálata, valamint a nézettségi adatok összehasonlítása más kereskedelmi televíziós csatornák nézettségével.

A kérdőív szerkesztésénél és a kutatási metodika tervezésénél figyelembe vételre került, hogy a korábbiakban, és későbbiekben végzett illetve végzendő kutatások során lehetőség legyen a vizsgált témakörök időbeni változásának alakulását pontosan nyomon követni.

1. KUTATÁSI MÓDSZERTAN

Kutatási eljárás
Kutatási módszer
Megkérdezés ideje
Alapsokaság
Megkérdezés helye

Személyes megkérdezés kérdezőbiztosokkal
Kérdőív (10 kérdéscsoport, összesen 34 változóval)
2014. március – 2014. április
Szolnok megyei jogú város felnőtt lakossága
Lakosság arányosan az alábbi helyeken:
Szandaszőlősi
Pletykafalu
Vasútállomás környéke
Széchenyi lakótelep
Belváros

Minta nagysága	200 fő, amiből következően az eredmények maximális hibahatára $\pm 4,00\%$ (95%-os megbízhatósági szinten.) Egyes kérdéseknél a tényleges hibahatár ettől nagyobb lehet, illetve több olyan kérdés is szerepelt, ahol több válasz adására volt lehetőség.
Mintavételi eljárás	Véletlen mintavétel.
Reprezentáció	A minta nem reprezentatív, de jelentősen korrelációt mutat a kor, nem és a lakóhely, mint változók tekintetében.

2. INFORMÁCIÓELEMZÉS

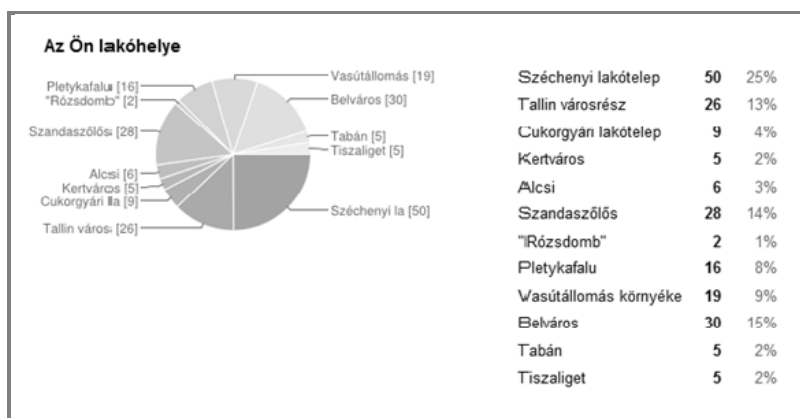
Az egyes kérdésekre adott válaszok összesített darabszáma a 200-as mintaszámtól eltérhet, tekintettel arra, hogy a válaszadók közül azok, akik nem nézik a Szolnok Televízió műsorát, lefelé módosítják a válaszadói darabszámot, más kérdések esetében pedig az egy kérdésre adható több válasz, pedig felfelé módosíthatja azt. Az ábrákhoz kapcsolt elemszámok összege a mindenkor adott válaszok összesített darabszámát jelentik.

2.1. Nemek aránya

A vizsgált mintában a nemek aránya nő 52%, férfi 48%. A KSH 2011 es adatait figyelembe véve, ahol a nemek szerinti arány férfiak esetében 47,48% és a nők esetében 52,52%, jelentős szignifikációt mutat. Ez azt jelenti, hogy a vizsgált minta, a nemek arányára vonatkozóan, a meghatározott hibahatáron belül maradván, reprezentativitást mutat.

2.2. Életkor

Az életkorral kapcsolatos adatok elemzésekor mindenképpen szükséges megvizsgálni a teljes sokaságra, Magyarország teljes lakosságára vonatkozó adatokat. (Forrás:KSH) Megállapítható, hogy a különböző kor szerinti időszakok megoszlása a 21% és 12% között mozog, nem túl nagy eltéréssel, tekintettel arra, hogy a 21%-os érték a 0-20 éves korosztályt öleli fel, tehát 20 évet, míg a többi csak 10 évet. Amennyiben összevetjük a megkérdezettek kor szerinti eloszlását Magyarország teljes lakosságának kor szerinti eloszlásával megállapítható, hogy a 21-30, a 31-40, 41-50, valamint az 51-60 éves korosztály enyhén felülreprezentált, míg a többi enyhén alulreprezentált. Tekintettel arra, hogy a hirdetőik számára az enyhén felülreprezentált korosztályok a kiemelten fontosak, megállapíthatjuk, hogy az alapsokaságtól való eltérés ebben az esetben nem befolyásolja negatívan a kapott eredményeket, sőt bizonyos értelemben a számunkra fontos korosztály véleményét tükrözi jobban.

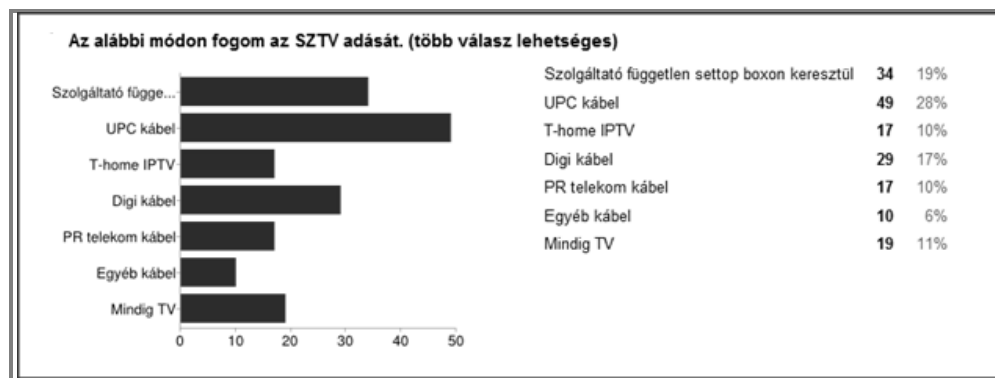


1. ábra: Lakóhely

Forrás: Saját szerkesztés

A minta lakóhely szerinti eloszlása a fenti ábra alapján a következő: a legnagyobb 25%-os aránnyal azok rendelkeznek, akik a Széchenyi városrészen élnek, ami megegyezik az alapsokaság, tehát Szolnok városának teljes lakosságát jelentő arányokkal. A második, 15%-os résszel a belvárosban lakók száma, majd Szandaszőlősi (14%) és Tallin városrész (13%) következik. A lekérdezés eredményességére

utal, hogy annak ellenére, hogy összesen öt helyszínen került sor a megkérdezésekre, elmondható, hogy minden városrészen lakó megkérdezett megtalálható a mintában. A további megoszlás nem nagy szórást mutat, az arányok 9 és 2 százalék között oszlanak el. Elmondható, hogy a minta megfelelő arányban tartalmazza a különböző területeken lakók számát.

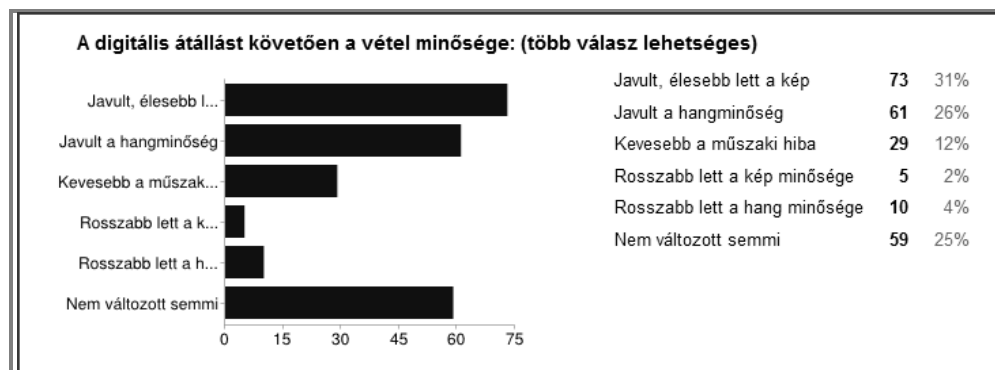


2. ábra: SZTV adás vételének módja

Forrás: Saját szerkesztés

Az összesen 175 válasz tartalma, hogy a leginkább használt elérési mód, a UPC kábelszolgáltatóhoz kapcsolódik (28%), ezt követi a független settop boxon keresztül való televízió nézés (19%), majd pedig a Digi

kábelszolgáltató szolgáltatása. A negyedik a T-home és a PR telekom (10-10 %-al), végül az egyéb kábelszolgáltatók maradtak összesen 6%-os aránnyal.



3. ábra: Vétel minősége digitális átállást követően

Forrás: Saját szerkesztés

A digitális átállást követően, a nézői megítélés alapján, összességében javult a kép és hangminőség. elenyésző azok véleménye, akik a hang és képminőség romlását érzékelik.

A következőkben a különböző televíziós csatornák nézettségére vonatkozó adatok elemzésére kerül sor, először két összesített táblázatban.

A nézési gyakoriságot vizsgálva elmondható, hogy a legnagyobb folyamatos nézői táborral („6 mindig ezt nézem” válaszok) a klasszikus nagy kereskedelmi csatornák a TV2 (24%) és az RTL (19%) rendelkeznek. Ezt az élbolyt azonban szorosan követi egy másik csoport, ahol is az M1 (10%), a Szolnok Televízió (9%) a Hír TV (9%) és Duna TV (8%) jelenik meg. Elmondhatjuk tehát, hogy Szolnok Televízió adásainak van egy jelentős törzsnézői köre, mely stabil és a nagy országos adókkal is versenyképes. Mindez még inkább kidomborodik, ha a válaszok másik végletét („1 soha nem nézem”) vizsgálom, ahol is az M1-el való azonos nézettséggel, a nagy kereskedelmi adók mögött közvetlenül szerepel a Szolnok Televízió. A köztes válaszokat is elemezve megállapíthatjuk, hogy a Szolnokon élő válaszadók számára a Szolnok Televízió nézettsége az M1 csatornával közel azonos, és a vizsgált csatornák közül csak a két nagy kereskedelmi csatorna az RTL és a TV2 előzi meg őket.

Az előbbieken már elemzett adatok egy másik dimenzióban való elemzésekor megállapítható, hogy a köztes értékek esetében, - ott ahol a nézettséget 4-5-re értékelték a megkérdezettek, - hasonlóan jól szerepelt az SZTV, hiszen az M1 és Duna TV-vel hasonló eredményeket tudott felmutatni, megelőzve olyan csatornákat, mint az ATV, ECHO TV, Hír TV.

A televízió csatornák tetszésének összevont adatait vizsgálva hasonló eredményekre jutunk, mint a nézettség vizsgálatakor. Megállapítható, hogy a TV2 és az RTL tetszése kimagasló, a többi vizsgált piaci szereplőtől jelentősen eltér pozitív irányba. Ezt követően szoros verseny

alakul ki, a „6 a legjobban tetsző csatornám” kategóriában a Szolnok TV (11%), az M1 (10%), Hír TV (10%), és a Duna TV (9%) között. A további válaszlehetőségeket is vizsgálva, még erősebb ebben a csoportban az SZTV előnye, így megállapíthatjuk, hogy a válaszok alapján a Szolnok TV tetszése az RTL és a TV2 követően stabil harmadik helyen van.

A tetszési csoportokba rendezett adatok alapján az előző megállapítás itt is megmutatkozik, hiszen a SZTV adatok a magas tetszési indexek esetében (4-5-6) a harmadik helyen vannak, míg az alacsony pontok esetében (1-2-3) viszonylag alacsonyak, tehát viszonylag kevesen mondták, hogy nem tetszik a műsor.

A nagy kereskedelmi csatornák tetszési adatainak vizsgálatát összevontan kezelve megállapíthatjuk, hogy rendkívül sok hasonlóságot mutatnak. Mindkettőnél kijelenthetjük, hogy a tetszés elszakad a többi versenyszereplőtől, a nemtetszés arány viszonylag kicsi, a többi csatornához viszonyítva, ugyanakkor a magas pontszámok jelentős arányt képviselnek a válaszokban. Az adatból az tűnik ki, hogy a TV2 nézői hűségesebbek, és az általuk nézett műsorok tetszése is magasabb, de csak egy kevéssel.

Az összesített nézettségi adatokat vizsgálva, elemezve felvetődött annak igénye, hogy alakítsunk ki rangsor a vizsgált televíziós csatornák tetszésére vonatkozóan. Az adatok áttanulmányozása után az alábbi számítási metodika került alkalmazásra. Minden csatorna tetszési adataira vonatkozóan meghatározásra került az átlag tetszési adat, mégpedig úgy, hogy a különböző értékekre kapott válaszok darabszáma került súlyozásra a skála értékeivel, majd az így kapott adatokat összege elosztásra került az adott kérdésre kapott válaszok számának összegével. Így kialakult egy átlagos tetszést mutató viszonzszám, ami már rangsorolhatóvá tette a vizsgált csatornákat.

Rangsor érték	Csatorna	Átlagos tetszés
1.	TV2	4,1307
2.	RTL	4,1233
3.	SZTV	3,2088
4.	M1	3,1503
5.	Duna TV	2,7600
6.	Hír TV	2,5270
7.	ATV	2,1610
8.	ECHO	2,0202

4. ábra: Rangsor - A csatornák tetszése

A kutatás további szakaszában vizsgálatra kerültek még a Szolnok Televízió műsorainak nézettségére és azok tetszésére vonatkozó információk. Összességében elmondható, hogy a műsorok nézettsége viszonylag jó átlagot produkál, de sajnálatos módon elég jelentős azon nézők arány, akik még egyáltalán nem látták a vizsgált műsorokat. Ha ezen nézők adatainak elhagyásával korrigálnánk adatainkat,

akkor már sokkal magasabb átlagokat érhetnének el. Így azonban olyanok szavazatai is bekerülnek a válaszok közé, akik úgy mondanak véleményt a műsorokról, hogy még soha nem látták őket. További fejlődési lehetőség tehát, hogy a saját műsorok promotálásával el kellene érni, hogy a nézők minél nagyobb számban ismerjék meg az eddig nem nézett műsorokat, növelve ezzel a nézettségüket.

A kutatás általános eredményeként megállapítható, hogy a Szolnok Televízió műsorának, előkelő helye van a nagy kereskedelmi televíziók mögött a kulturális szolgáltatásban. Műsorai jól strukturáltak, ugyanakkor fejlődési lehetőségeket is rejtenek magukban, ami a műsorok több csatornán keresztül való promotálásával érhető el.

IRODALOMJEGYZÉK

- [1] Hoffmann Márta, Kozák Ákos, Veres Zoltán (2000.): Piackutatás- Műszaki Könyvkiadó, Budapest
- [2] Naresh K. Malhotra (1990.): Marketingkutatás- Műszaki Könyvkiadó, Budapest
- [3] Paul A. Scipione (1994.): A piackutatás gyakorlata – Springer Hungarica Kiadó Kft., Budapest

Savella Orsolya

Turizmus és szabadidősport szokások

Orsolya Savella: Tourism and leisure sport habits

Abstract

According to a survey among college students, there is – however on low level – positive connection between sport tourism consumers' general health status (Cramer's 0,089) and satisfaction of their life (Cramer's 0,114).

Aim of this study was to explore additional correlations. The questionnaire (N=360) permitted analysis not just of sport tourism but also general tourism habits. We have explored statistic data of general tourism, and inside of this physical activity habits and by additional statistic methods we could get results of further correlations such as leisure sport activities of tourists and effects of tourism sport activities for leisure activities at home.

Key words: *tourism, sport activities, leisure, lifestyle*

ÖSSZEFOGLALÓ

Főiskolai hallgatók körében végzett vizsgálat eredményei alapján elmondható, hogy a sportturizmusban résztvevők, ugyan csekély mértékben, de elégedettebbek általános egészségi állapotukkal (Cramer's 0,089) és életük eddigi alakulásával (Cramer's 0,114).

Jelen tanulmányunkban, a fent említett eredményeken túl további összefüggések feltárását céloztuk meg. A kutatás (N=360) kérdőíves felmérése és statisztikai módszerekkel történő feldolgozása nem csak a sportturisztikai, hanem általános turisztikai tevékenységeinek elemzését is lehetővé tette. Feltártuk az elmúlt 3 év turisztikai, azon belül sportolási szokásainak statisztikai adatait. Az általános utazási szokásokon túl választ kapunk arra, hogy az utazások során gyakorolt sporttevékenységeikkel összehasonlítva a hallgatók milyen szabadidősport szokásokkal rendelkeznek, illetve hogy egy-egy utazás alkalmával keresett és kipróbált sporttevékenység, visszatérve a megszokott környezetbe, hogyan befolyásolja a hallgatók mindennapjait.

Kulcsszavak: turizmus, szabadidő, sport, életmód

BEVEZETÉS

A rendszeres fizikai aktivitás meghatározó tényezője az egészségmagatartásnak. Mivel a rekreációs céllal végzett sporttevékenység jelentős életminőség javító, preventív és interventív hatású eszköz, fontos feltárni olyan tényezőket is, amelyek befolyásolják a sportolás elkezdését és későbbi folytatását. (Gémes, 2006.) Egyik ilyen tényező a turizmus, mivel kapcsolatban áll a minőségi élet (Michalkó, 2010.) és az egészségmagatartás számos elemével (Blair et al 2001.). Az utazás – már a környezetváltozás révén is - jelentős élettani hatást gyakorol a szervezetre, így a különböző turisztikai termékek (egészség, aktív, sport) fogyasztása erősítheti ezt a hatást (Michalkó, 2010.). A turizmus, lévén, hogy az egyéni szabadidő-hasznosítás egyik lényeges formája (Fritz, 2011.) lehetőséget biztosít különböző sporttevékenységek gyakorlására, a sport fontossága pedig a társadalom és a gazdaság számára is egyre jelentősebben jelentkezik. Ide tartozik a szabadidősport, ami olyan fizikai tevékenységet jelent, amely hozzájárul a minőségi élet megteremtéséhez, és amelyet az egyén (fogyasztó) a rendelkezésére álló szabadidőben végez. A tevékenység célja magában foglalja a játékot, a szórakozást, a

sikerélmény elérését, a kondíció és alak javítását.

Mindezek mellett pedig lehetőséget ad a személyiség fejlesztésére és alapvető feltételként egészségünk hosszú távú megőrzésének is. (Neulinger, 2003) Funkciója révén számos cél megvalósításának eszköze lehet. Hozzájárulhat a társadalom mentális és fizikai egészségi állapotának javításához, közösségi kapcsolatok fejlesztéséhez, a gazdasági-társadalmi aktivitás előmozdításához. A turisztikai utazások során végzett sporttevékenységek a fent említett fejlődési irányokat növelhetik, és ha a turizmussal együtt járó környezetváltozás élménye hatással van az életminőségre (Kovács, 2007), akkor az utazás folyamán gyakorolt sporttevékenység fokozottabb mértékben járulhat hozzá az egészséges szabadidő eltöltési szokások és az egészséges életmód kialakításának esélyéhez. Jelentős növekedés tapasztalható az aktív utazások iránt. Egyre népszerűbbek azok az utak, melyek lehetőséget nyújtanak különböző sport- és szabadidős tevékenységek gyakorlására (Puczkó, 2000). Ez a tény a téma szempontjából azért fontos, mert az utazás során önmagáért, az örömszerzés kedvéért (Turco et al. 2002.) végzett sporttevékenység jelentős mértékben megemeli annak az esélyét, hogy az utazások alkalmával kipróbált illetve gyakorolt sporttevékenységet a turista, hazaérve, a későbbiekben is gyakorolni fogja, hozzájárulva ezzel saját személyes fejlődéséhez, növekvő egészségi állapotához (Gémes, 2006) valamint a minőségi élethez (Torkildsen, 2005). A témában már feldolgozott, főként sportturisztikai szokásokra kiterjedő eredmények (Savella, 2013) további összefüggések feltárásának igényét vetették fel. Az két Cramer féle V érték ($V=0,089$; $V=0,114$), ugyan csekély pozitivitás mellett, de alátámasztotta, hogy az aktív és passzív sportturizmus fogyasztók átlagban elégedettebbek általános egészségi állapotukkal és életük alakulásával. Arra viszont nem terjedt ki az adatok feldolgozása, hogy utazásaik során másodlagos motivációval

(Douglas et al. 2002) sportolók hogyan értékelik a fentebb említett életterületeiket, illetve, hogy utazása során gyakorolt vagy esetleg újonnan kipróbált fizikai aktivitása hogyan befolyásolta szabadidős sporttevékenységeiket. Jelen tanulmányban a hallgatók turisztikai valamint szabadidős szokásainak sporttevékenységre vonatkozó részét kívánjuk feltárni. Céljaink között szerepel a hallgatók turisztikai és szabadidős szokásainak bemutatása, összehasonlítása.

KÉRDÉSEK ÉS HIPOTÉZISEK

A kutatással kapcsolatos kérdéseinket a következőképp fogalmaztuk meg:

- A hallgatók milyen arányban vettek részt turisztikai utazáson az elmúlt 3 évben?
- Utazásaik során gyakoroltak-e valamilyen sporttevékenységet?
- Van-e összefüggés az utazás során gyakorolt és a szabadidőben végzett sporttevékenységek között?

Hipotézisek:

- Az elmúlt 3 évben a hallgatók többsége részt vett turisztikai utazáson.
- Utazásaik során a hallgatók nagyobb része végez valamilyen sporttevékenységet;
- Az utazásaik során gyakorolt vagy kipróbált sporttevékenységet a későbbiekben is gyakorolják.

MÓDSZER

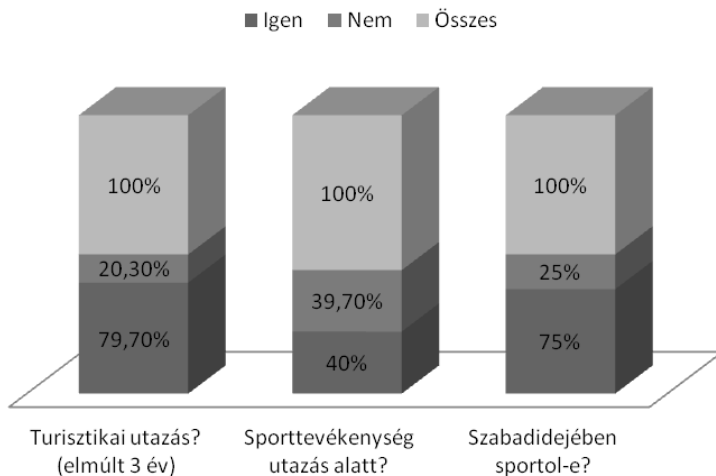
Az adatgyűjtés, általunk készített kérdőívvel tantermi keretek között, még a tavalyi évben (2013) személyesen történt. A vizsgálatban a Szolnoki Főiskola nappali, levelező valamint távoktatás tagozatos, turizmus – vendéglátás, pénzügy – számvitel, nemzetközi gazdálkodás és kereskedelem – marketing szakos hallgatói vettek részt. A kérdőíves felmérés egy része Szolnokon másik része, alkalmazkodva a távoktatás tagozat hallgatóihoz, budapesti képzési helyen történt. Nemenkénti megoszlás szerint a kérdőívet 270 nő és 90 férfi töltötte ki. Korosztály szerint a vizsgálatban résztvevők

94%-a 18-24 éves, 5% 25-34 éves és kevesebb, mint 1% a 35-44 éves korosztályhoz tartozott. A kérdőív kérdéseit három csoportra (aktív szabadidős tevékenységekre, sportturisztikai

szokásokra, életminőségre vonatkozó kérdésekre) bontottuk, mely kérdések alapján tártuk fel a hallgatók turisztikai utazásainak és szabadidős tevékenységeinek jellemzőit. A kérdőív a demográfiai kérdéseken túl, 17 utazási, szabadidősport - szokásokra és szubjektív életminőségre vonatkozó kérdést tartalmazott. Az adatfelvételre szolgáló kérdőív részei a kutatás céljának megfelelő – nyílt és zárt kérdések formájában - kérdéscsoportokat tartalmaztak, melyeket a fentebb említett szakirodalmakra támaszkodva - saját kutatási céljainknak megfelelő változtatásokkal - állítottunk össze. A kapott válaszok eredményeit SPSS 20. programmal dolgoztuk föl.

EREDMÉNYEK

Az alábbi ábra az utazási szokások statisztikai összesítésének százalékos eredményeit mutatja. A zárt kérdések mindegyike alternatív, eldöntendő válaszokat tartalmazott. Az oszlopdiagramok külön-külön a turisztikai utazásban, a turisztikai utazás alatti sporttevékenységben és a szabadidős sporttevékenységben való részvételt szemléltetik. Ezen eredmények szerint az elmúlt 3 évben a vizsgált hallgatók 79,7 %-a vett részt valamilyen turisztikai utazáson. Közülük 40% gyakorolt valamilyen sporttevékenységet az utazása alatt, mely adat azonban nem mutatja a sportolási tevékenység elsődleges vagy másodlagos motivációját. További eredmény az összes vizsgált hallgató szabadidő sportolási szokásait mutatja, miszerint 75% végez valamilyen sporttevékenységet szabadidejében.



1. sz. diagram: Utazási szokások

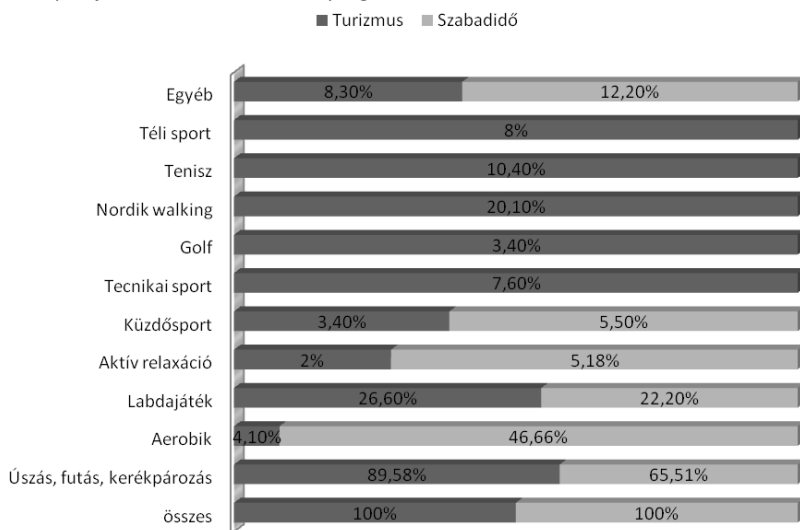
Forrás: saját feldolgozás

Az alábbi ábra (2. sz. diagram) az utazás során és a szabadidőben végzett sporttevékenységek formáit mutatja. A kérdések mindkét esetben vegyesen zárt és nyitott válaszlehetőségeket is tartalmaztak. Az előre meghatározott

válaszokon a vizsgálatban résztvevők lehetőség szerint, egyéb, a válaszok között fel nem tüntetett sporttevékenységeket is megnevezhettek. A gyakorolt sporttevékenységek típusainak és

előfordulásának százalékos megoszlásán túl világosan elkülöníthető a turizmusra leginkább jellemző sport attrakciók megjelenése is. Esetükben a szabadidőben történő meg nem jelenés oka feltételezhetően a megszokott környezet természetes és épített feltételek hiánya lehet, mindezek mellett pedig valószínűsíthető, hogy a szezonálisan űzött sportok csoportját ezek a tevékenységek

alkotják. Az egyéb kategóriához tartozó tevékenységek alatt is hasonló sportokat jelöltek meg a két csoport képviselői. A nyitott válasz lehetőségével élve, ebben a kategóriában a turizmusra és a szabadidőben végezhető tevékenységekre ugyancsak jellemző, evezés, falmászás, asztalitenisz, görkorcsolya és testépítés jelentek meg.



2. sz. diagram: Összehasonlítás

Forrás: saját feldolgozás

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	1,109			,000
	Cramer's V	,640			,000
	Contingency Coefficient	,743			,000
Measure of Agreement	Kappa	,656	,029	19,249	,000
N of Valid Cases		360			

1. sz. táblázat: Symmetric Measures

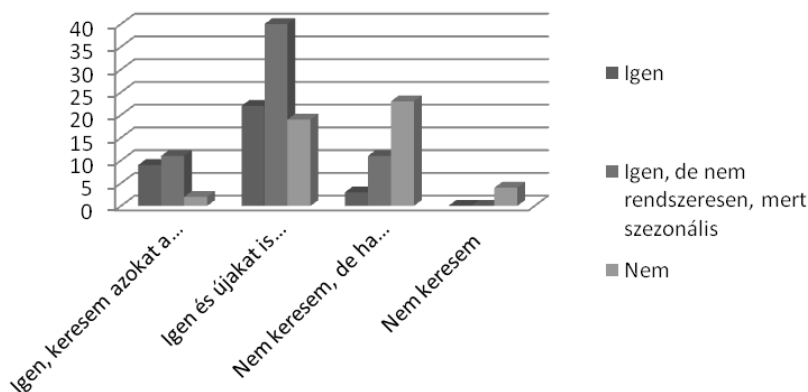
Forrás: saját feldolgozás

A táblázat (1. sz.) az utazás alatti és a szabadidőben végzett sporttevékenységek között feltárható összefüggést mutatja. A kapcsolat feltárása attól függ, hogy milyen típusú ismérvek között feltételezünk kapcsolatot. Jelen esetben a két minőségi ismervünk kapcsolatát asszociációs elemzéssel végeztük. A kapcsolat szorosságát a Cramer's V:

0,640 mutatja. Ugyan nem közvetlen függést jelentő, de közepesnél erősebb kapcsolatot kaptunk. Az eredmény alapján megállapítható, hogy a két ismerv nem független egymástól, hiszen a vizsgált hallgatók 64%-a megszokott környezetében is gyakorolja az utazása során kipróbált sporttevékenységeket. Ezt támasztja alá mind a kontingencia koefficiens: 0,73, mind

a Cochen féle Kappa: 0,656 eredménye is. Utóbbi a megfigyelt egyetértési mértéket mutatja, mely ez esetben - 0,61 – 0,8 között értéke alapján – megalapozottnak tekinthető. Az asszociációs mérték alapján annyit állapíthatunk meg, hogy a közepesnél erősebb kapcsolat van a turisztikai utazás során és

később az otthon gyakorolt sporttevékenységek között. Arra azonban egyelőre még nem tudunk válaszolni, hogy vajon az utazás során ért élmény vagy utazása előtt már megszokott életmódja ösztönözte később is aktív szabadidős sporttevékenység gyakorlására.



3. sz. diagram: Sporttevékenység gyakorlása és folytatása

Forrás: saját feldolgozás

Az összefüggés további, de egyúttal összetettebb feltárásának módja a korrespondencia elemzés. Segítségével változók közötti különbséget illetve kapcsolatokat analizálhatjuk. Ehhez a vizsgálathoz, ugyancsak a kérdőív azon két zárt kérdését használtuk, mely a turisztikai utazások során végezhető sporttevékenységekhez való hozzáállás befolyásoló tényezőit illetve az utazás után történt változásokat kívánta feltárni. A kérdések előre meghatározott válaszokat tartalmaztak. A „Turisztikai utazás során keresi-e a sportolási lehetőségeket?” kérdésre az alábbi válaszok közül választhattak: „Igen keresem azokat a tevékenységeket, melyeket otthon is gyakorolok”; „Igen keresem és újakat is szívesen kipróbálok”; „Nem keresem, de ha van rá lehetőség, részt veszek benne”; valamint „Nem keresem”. Az összehasonlítás másik kérdése a következőképp hangzott: „Előfordult-e már, hogy az utazása során kipróbált sporttevékenységet utazása után/óta is rendszeresen gyakorolja?” melyre a következő válaszlehetőségeket kapták: „Igen”,

„Igen, de nem rendszeresen mert szezonális” és „Nem”.

Vizsgálatunk változóinál külön-külön vizsgáltuk a sor és az oszlop pontok közötti kapcsolatokat. És mivel adatbázisunk eredményeit összehasonlítani akartuk, így azt a normalizálás módszerét alkalmazva végeztük.

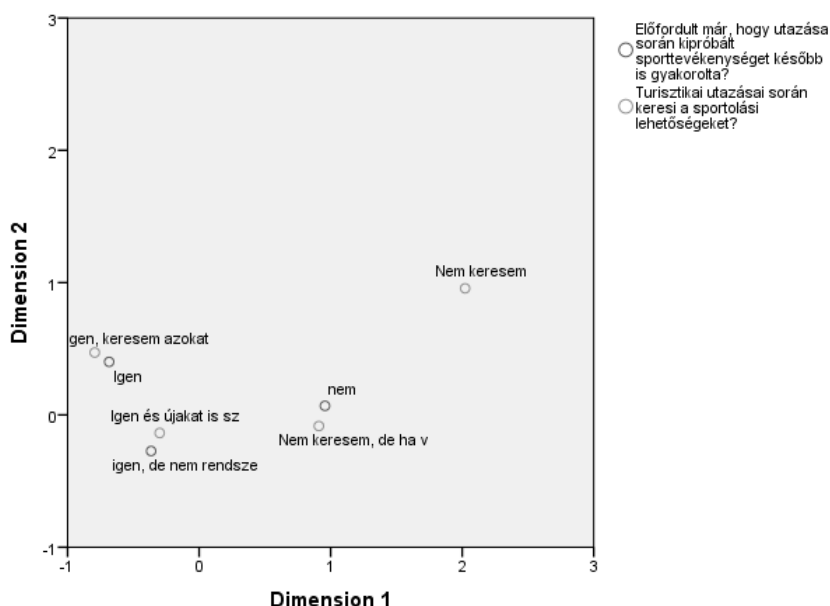
A Summary táblázat (2. sz. táblázat) szerinti teljes inercia: 0,229 értéke a dimenzió fontosságának mutatója. Már az első dimenzió a teljes inercia több mint 97%-át hordozza. Mind a sor, mind az oszlopváltozó ismérvei a térben pontokként helyezkednek el. A kategóriák hasonlóságát a pontok távolsága mutatja. (4. sz. diagram) Az egymáshoz közel lévő pontok között erős kapcsolatot feltételezünk, így a fenti táblázatot jobban demonstráló ábrán (4. Sz. diagram) láthatjuk, hogy a turisztikai utazásaik során sportolási lehetőségeket keresők a későbbiekben is folytatják-e a kipróbált tevékenységeiket. Azok, akik utazásaik során keresik a megszokott és lehetőségük szerint újabb sport-

tevékenységeket is, a kapott eredmények válaszokat jelző pontok alapján állapítottuk meg. alapján a későbbiekben is gyakorolják azokat. Mindezt az alábbi ábrán egymáshoz közel álló

Dimension	Singular Value	Inertia	Chi Square	Sig.	Proportion of Inertia		Confidence Singular Value	
					Accounted for	Cumulative	Standard Deviation	Correlation
1	,473	,224			,978	,978	,069	
2	,072	,005			,022	1,000	,077	,087
Total		,229	32,986	,000 ^a	1,000	1,000		

a. 6 degrees of freedom

2. sz. táblázat: Summary



3. sz. diagram: Row and Column Points Symmetrical Normalization

KÖVETKEZTETÉSEK

Vizsgálatunk fő célja olyan tényezők feltárása volt, amelyek befolyásolhatják egy – egy sporttevékenység elkezdését valamint későbbi folytatását. Céljaink között szerepelt a hallgatók turisztikai és szabadidős szokásainak bemutatása, összehasonlítása. Kérdésként fogalmazódott meg bennünk, hogy vajon az utazások során gyakorolt vagy újonnan kipróbált sporttevékenység befolyásolja-e a

hallgatók későbbi szabadidős tevékenységeit, melyre a fentebb látható (4.sz. diagram) adott választ. A kapott eredmények igazolták a kapcsolat létezését ám az eredmények újabb vizsgálat fontosságát vetették fel. Általános jellemzés szerint a turista olyan személy, aki már más személyekről és helyekről szerzett felületes benyomásokkal és az attrakció kipróbálás szintjével is megelégszik (Puczkó és tsa. 2002), azonban az általánosítás mellett figyelembe kell venni a turizmus, viselkedésre

illetve attitűdre gyakorolt hatását is. A turisztikai attrakciók által kínált élmény magába foglalja az interaktivitást, a tanulás és a szórakozás kombinációját, így ezek a tényezők a kikapcsolódás, az élményszerzés és a pihenés mellett, az ismeretszerzés lehetőségét is magukban hordozzák. (Puczkó és tsa. 2000.). A vizsgált hallgatók eredményei azt mutatják, hogy másodlagos motivációval sporttevékenységet folytatók között találhatók olyanok, akik keresik, szívesen próbálnak ki valamilyen tevékenységet illetve olyanok is, akik nem keresik, de kínálkozó programként élnek a sportolás lehetőségével. Az attrakciók, ezen belül a sportban való aktív részvétel hozzájárulhat a turisták képességeinek és ismereteinek fejlődéséhez, maradandó élményként rögzülve pedig talán a megszokott környezetünkbe visszatérve befolyást gyakorolhatnak a szabadidő aktívabban történő eltöltésére. A bevezetésben megfogalmazott feltételezéseinket bebizonyítottuk, hiszen a kapott eredmények mind alátámasztották az sporttevékenységekben való részvétellel kapcsolatos feltételezéseket és az összefüggés létezését. Azonban hogy a későbbiekben ennél mélyebb és pontosabb kapcsolatot tudjunk feltárni, érdemes a későbbiekben a kérdéseket úgy megfogalmazni, hogy abból arra is következtetni tudjunk, hogy az utazás során szerzett tapasztalatai (élményei) alapján kezd el valaki rendszeresen sportolni vagy nem. Ha a szabadidejükben rendszeresen sportoló főiskolai hallgatók fokozottabb figyelmet szentelnek a helyes táplálkozásra (Savella és tsa, 2010.), valamint ha a sporthoz való pozitív hozzáállás erősíti a negatív magatartási

szokások (dohányzás) elhagyását (Marcus et al. 2000.), akkor a két terület szorosabb kapcsolatának feltárása azért lenne fontos, mert a turizmus az egészségmagatartás legfőbb tényezőivel (Blair et al. 2001) - táplálkozás, fizikai aktivitás, stressz kezelés – összefüggésben állva, kiemelkedő lehetőséget biztosíthatna az életmód egészségesebb irányba történő változtatásához.

ÖSSZEGZÉS

Jelen tanulmányban a kutatási eredmények segítségével szemléltettük az utazás során gyakorolt sportolási és szabadidősport szokások lehetséges összefüggéseit. Feltártunk olyan eredményeket, melyek, mint befolyásoló tényezők szerepelhetnek az egyén szabadidőben végzett sportos tevékenységeit illetően. Tekintettel arra, hogy a sport, mint aktív szabadidős tevékenység, mind a társadalom egészségi állapotának javításában, mind a Nemzeti Turizmusfejlesztési Konceptióban kiemelt jelentőséggel bír, fontosnak tartjuk a téma szempontjából olyan intervencív eszközök vizsgálatát, melyek a fizikai aktivitás fokozásához és az egészségmegőrzés illetve jó közérzet előmozdításához járulnak hozzá. Kutatási eredményeink bebizonyították a témával kapcsolatos előzetes feltételezéseinket, melyek alapot szolgálhatnak egy olyan későbbi kutatáshoz melyben a turizmust, mint fizikai aktivitást fokozó tényezőt vizsgálhatnánk, elősegítve ezzel az inaktivitás csökkentését egy egészségesebb társadalom kialakítása érdekében.

IRODALOM

- [1] Bess H. Marcus – Patricia M. Dubbert – LeighAnn H. Forsyth – Thomas L. McKenzie – Elaine J. Stone – Andrea L. Dunn – Steven N. Blair (2000): Physical activity behavior Change: Issues in adoption and maintenance, *Health Psychology*, Vol. 19. No.1 (32-41)
- [2] Douglas Mechele Turco – Toger Riley – Kamilla Swart (2002): *Sport tourism, Fitness Information Technology*, ISBN 1-885693-43-5, Morgantown 9p. 16p.
- [3] Fritz Péter (2011): *Rekreáció mindenkinek I. (2. javított, bővített kiadás)* Bába kiadó, Szeged, p.218.

- [4] Gémes Katalin (2006): Sport és életminőség In. Kopp Mária – Kovács Mónika Erika (szerk.): A magyar népesség életminősége az ezredfordulón, Semmelweis Egyetem Magatartástudományi Intézetének tudományos iskolája, Semmelweis Kiadó, Budapest 167p, 168p.
- [5] George Torkildsen: Leisure and recreation management, Routledge, London and New York, 21o.
- [6] Jánosa András (2001): Adatelemzés SPSS használatával, Computerbooks, Budapest. p.108.
- [7] Kovács Balázs (2007): *Életminőség, boldogság, stratégiai tervezés*, Polgári Szemle, 3. évf. 2. Szám
- [8] Michalkó Gábor (2010): Boldogító utazás – a turizmus és az életminőség kapcsolatának magyarországi vonatkozásai, MTA Földrajztudományi Kutatóintézet, Budapest, 33p., 51p.
- [9] Nemzeti Turizmusfejlesztési Koncepció 2014-2024. Nemzetgazdasági Minisztérium. <http://www.kormany.hu/download/8/41/11000/NTK.pdf> Letöltés ideje: 2014. március 18.
- [10] Neulinger Ágnes (2003): Ahol nincsenek vesztesek http://www.nemzetisport.hu/sportpolitika/20030417/ahol_nincsenek_vesztesek Letöltés ideje: 2014. március 17.
- [11] Puczkó László – Rátz Tamara (2000): Az attrakciótól az élményig - A látogatómenedzsment módszerei, Geomédia Szakkönyvek, ISBN 963-7910-77-8 Budapest, 51p.
- [12] Puczkó László – Rátz Tamara (2002): A turizmus hatásai, Aula Kiadó Kft., ISBN: 963 9345 89
- [13] Savella Orsolya – Kalmárné Rimóczi Csilla (2010): Health awareness of college students. International Conference on Tourism and Sport Management, Debreceni Egyetem ISBN 978-963-473-378-2
- [14] Savella Orsolya – Gaálné Starhon Katalin: Sportturisztikai szokások hatása a szubjektív életminőségre. A komáromi Selye János Egyetem 2013-as „Új kihívások a tudományban és az oktatásban” Nemzetközi Tudományos Konferenciájának tanulmánykötete. 2013. pp. 276-282. ISBN 978-80-8122-074-6
- [15] Steven N. Blair – Yiling Cheng, J. Scott Holder (2001): Is physical activity or physical fitness more important in defining health benefits. *Medicine & Science in Sport & Exercise*, 2001. Jun. 33(suppl): S 379-99

Mondok Anita

A felsőfokú turizmusoktatás stakeholdereinek ellentmondó elvárásai a fejlesztendő kompetenciák terén

Anita Mondok: Tourism Competencies Development – Contradictory Perceptions of Stakeholders

Abstract

Tourism and hospitality sector has an important role in the national economy as it has high labour intensity, generates foreign currency income and improves the local economy by multiplier effect. Tourism labour market employs a wide range of employees from non-qualified to high-qualified people. Tourism tertiary educators in Hungary continue their operation by national-level legislation, and accreditation and students who complete tourism courses (should) be capable of professional occupation. The post-Bologna system offered more opportunities in tourism and hospitality education; two distinguished courses were available on the educational market to educate hospitality or tourism experts. After 2006, by launching Bologna system, institutions are allowed to commence just one, Tourism and Catering bachelor programme. A questionnaire-based survey was conducted among graduating bachelor students with tourism and catering major, tutors teaching tourism and catering students and actors of tourism market, who going to be the employers of tourism graduates. The main aim of the research was to explore the personal or organizational expectations of stakeholders for professional competence development as a result of tourism and catering bachelor-level education. The bust majority of students stated that their primary aim is to gain professional competencies in tourism and hospitality to be able to fulfil managerial positions or to continue their studies on master-level. Although generic competences as communication skills in foreign languages, social sensitivity, problem solving or creativity have salient influence on job performance, students did not believe that they would be essential. However, these factors were thought to be the most crucial by tutors and tourism service providers despite the fact that generic skill development is not in focus in tourism and catering bachelor-level education in Hungary. Not just the educational institutions but tourism companies providing work placement for students were considered to be an appropriate basis for competencies development that raised the question of monitoring and assessment. The findings can be profitable for all stakeholder group or policy decision makers in bachelor-level curriculum development.

Keywords: *tourism and catering, bachelor-level education, stakeholder, competencies*

ÖSSZEFOGLALÓ

A turizmus és vendéglátás ágazat jelentős szerepet tölt be a nemzetgazdaságban magas munkaerő-intenzitása, külföldi valutabevétel-generáló képessége, s multiplikatív hatása révén, amellyel az egyes desztinációkban a helyi gazdaság teljesítményére is pozitív hatást fejt

ki. A turisztikai munkaerőpiac széles körben alkalmaz munkaerőt a képzetlentől a magas képzettségi szinttel rendelkezőkig. A turisztikai felsőoktatás rendszere hazánkban nemzeti szinten szabályozott, s az akkreditáció okán a turisztikai felsőfokú oktatásban végzettek elismert szakmai végzettséggel kerülnek a munkaerőpiacra. A Bologna-rendszer

bevezetése előtt két főiskolai szintű turisztikai képzés indítására volt az intézményeknek lehetőségük, az Idegenforgalom-szálloda és Vendéglátó és szálloda szakokat 2006-ban váltották az egybevont Turizmus-Vendéglátás alapképzésekre. Jelen cikk egy kérdőíves kutatás eredményeit kívánja bemutatni, amelyet a Turizmus-Vendéglátás alapszak képzési sajátosságainak érintettjeinek - végzős Turizmus-Vendéglátás szakos hallgatók, a szak oktatói illetve turisztikai szakemberek, akik a végzősök leendő munkáltatói - véleményét vizsgálta. A kutatás fő célja az érintettek személyes és szervezeti elvárásait a turizmus-vendéglátás területén folyó alapképzés során fejlesztendő kompetenciákra vonatkozóan. A hallgatók többségének véleménye azt tükrözi, hogy a képzéstől elsősorban olyan kompetenciák fejlesztését várják, amelyek képessé teszik őket menedzseri pozíciók betöltésére vagy mesterszintű képzésben való továbbtanulásra. Habár olyan generikus kompetenciák, mint a kommunikáció idegen nyelven, szociális érzékenység, problémamegoldó képesség vagy kreativitás, jelentős mértékben befolyásolják a turisztikai munkavégzés során nyújtott teljesítményt, a hallgatók nem vélték különösen fontosnak. A fent említett kompetenciákat mind az oktatók, mind a turisztikai szakemberek elengedhetetlennek értékelték, noha eme kompetenciák fejlesztése nincs a bachelor szintű turisztikai oktatás fókuszában Magyarországon. Nem csak a turisztikai képző intézmények, hanem a turisztikai vállalkozások is szakmai gyakorlati lehetőséget nyújtanak a hallgatók számára, a hallgatók mindkét helyszínt fontosnak vélték a kompetenciafejlesztés szempontjából. A kapott eredmények mindhárom érintetti kör számára hasznosak lehetnek, illetve segíthetnek a képzési program felelőseinek illetve az intézményi döntéshozóknak a szak fejlesztésében.

Kulcsszavak: turizmus-vendéglátás, alapképzés, stakeholder, kompetencia

A KUTATÁS HÁTTERE

A kutatás célja annak a nullhipotézisnek vizsgálata, mely szerint „a turizmusoktatás stakeholderjeinek eltérő elvárásai vannak a végzett hallgatók számára a turisztikai szektorban történő sikeres munkavégzés szempontjából szükséges kompetenciák tekintetében, s ezen érdekellentét konfliktust eredményez a munkaerő-piaci alkalmazásra felkészítő Bsc képzések esetében a képzési idő alatt fejlesztendő készségek és képességek területén”.

A kutatás ideje, menete valamint a kutatásba bevontak köre

A felsőfokú turizmusoktatás egyik stakeholder-csoportja a képzésben részt vevő hallgatók, akik saját és/vagy családjuk által a képzésre fordított anyagi javak és idő felhasználásával piacképes, a későbbi elhelyezkedésüket segítő tudáshoz és képzettséghez kívánnak jutni. A jelen hallgatói a jövőben szakmai ismeretük felhasználásával akár oktatóként vagy munkáltatóként is megjelenhetnek a turisztikai felsőoktatás piacán.

A hallgatói elvárások felmérésére a képzési ciklus végén járók alkalmasak, akinek már tapasztalatuk van nem csak a képzési, hanem a gyakorlati félév tekintetében is, hiszen realisabb képet kapnak arról, hogy az intézmény által szervezett formában biztosított tudás- és készségfejlesztés mennyiben felel meg jövőbeni karriercéljaiknak. Ez alapján kutatásomban a záróvizsgát tevő hallgatók képviselik a hallgatói stakeholder-csoportot. A hallgatók elvárásainak primer felmérésre egyszeri írásbeli megkérdezést alkalmaztam strukturált, anonim kérdőív segítségével.

A hallgatók kérdőíves megkérdezése 2014. 01. 25. és 06. 16. között zajlott, amely a 6+1 képzési és gyakorlati félév-struktúrával rendelkező Turizmus-vendéglátás alapszak esetében két záróvizsga időszaknak felel meg. A Szolnoki Főiskola oktatójaként az intézmény záróvizsgát tevő hallgatóival a kérdőívet írásbeli formában, a záróvizsga napjain, 2014. 01. 31-én és 06. 16-án tölttettem ki. A szakon vagy elődszakjain záróvizsgát tevő összesen 86 végzős közül 67 hallgató vállalta a kérdőív kitöltését, amely mindegyike mind a formai, mind a logikai

ellenőrzést követően feldolgozhatónak minősült.

A kérdőíves kutatás időszakában a kérdőív az Unipoll által működtetett online kérdőív-lekérdező alkalmazás segítségével is elérhető volt, amely hallgatói kitöltésének ösztönzésére a Turizmus-vendéglátás alapszak képzésében részt vevő magyar intézmények Turizmus tanszékei vezetői (17 fő) számára írt felkérő levélben kértem a kollegákat. A kérdőív 2014. 02. 15-ig volt elérhető a kutatás eredeti időzítése szerint, ám az alacsony kitöltési arány miatt a kutatás meghosszabbítására volt szükség március 15-ig. A 127 kitöltött kérdőívből 105 volt feldolgozható a formai és logikai ellenőrzést követően, így összesen egy 172 elemből álló minta értékelésére nyílt mód a megkérdés eredményeképpen.

A primer kérdőíves kutatás második stakeholder-csoportját a képző intézmények jelentik, amelyek a turisztikai felsőszintű képzést bonyolítják. E csoport esetében nehéz mérlegelési folyamatot követően döntöttem úgy, hogy az intézményi döntéshozók helyett megkérdésezem elsősorban az oktatásban részt vevő kollégák körére irányítom. Abból indultam ki, hogy a kompetencia-fejlesztés nem az előírt tanterveken, hanem azok szakmai megvalósításán, azaz az oktatáson múlik elsősorban. Emellett azt is számításba vettem, hogy a felsőoktatási intézmények döntéshozói (tanszékvezetők, intézetvezetők, oktatási rektorhelyettesek ill. dékánok, rektorok) maguk is rendelkeznek oktatói múlttal, így a két nézőpontot együttesen képviselik. A szak oktatóinak megkérdézése 2014. 01. 25. és 2014. 03. 15. között zajlott, amely oktatói terhelés szempontjából kedvező időszak: az őszi félév vége és a tavaszi félév kezdete közötti átmeneti periódus, amikor tapasztalatom szerint kevesebb munkaterhelés nehezedik az oktatóra, mint a szemeszter oktatási időszakban. A kérdőív az Unipoll által működtetett online kérdőív-lekérdező alkalmazás segítségével volt elérhető, amely kitöltésének ösztönzésére a Turizmus-vendéglátás alapszak képzésében részt vevő

magyar intézmények Turizmus tanszékei vezetői (17 fő) számára írt felkérő levélben kértem a kollegákat. A Szolnoki Főiskola Turizmus tanszékének dolgozóit személyes levélben kértem a kérdőív kitöltésére. Az 58 kitöltött kérdőívből 53 volt feldolgozható a formai és logikai ellenőrzés lefuttatása után.

Az érintettek szakmai körét a turizmus területén működő profitorientált és nonprofit vállalkozások adják. Kutatásomban e körbe a szálláshely-szolgáltatók, a vendéglátók, az utazásközvetítés vállalatok, a turisztikai attrakciók üzemeltetői valamint az állami irányítású turisztikai szervezetek illetve TDM szervezetek tartoznak. A turisztikai szolgáltatások nyújtása (kínálati oldal) valamint a turizmus fejlesztése (adottságok és turisztikai kínálat fejlesztése illetve promotálása) a turizmus piacának azonos, keresleti oldalán állnak, így a kutatásban azonos súllyal kerül a válaszadók véleménye figyelembe vételre. A turisztikai munkáltatók nézőpontjának megismerésére összeállított kérdőívet személyes, telefonos és e-mailos kapcsolatfelvételt követően juttattam el 185, Magyarországon működő turisztikai egység, vállalkozás és szervezet felső- vagy középfővezetői számára. A kérdőív hossza illetve a kérdéscsoportok komplexitása szükségessé tette a kitöltők számára a kapcsolatfelvételi részletes tájékoztatás nyújtását, valamint a kitöltés közbeni segítségnyújtás biztosítását.

A lekérdezésre 2014. 01. 15. és 2014. 06. 16. között került sor, s a kontaktszemélyek által vállalt kitöltés ellenére mindössze 23 kérdőívet sikerült személyesen kitöltetnem, illetve 30 darabot e-mailban megküldve kaptam kézhez a kontaktszemély elfoglaltságára való hivatkozással. Az e-mailban megküldött kérdőívek közül 2 hiányos volt, így ezek kizárásra kerültek a kutatásból.

A válaszok kódolása és rögzítése illetve a statisztikai módszerekkel történő elemzése Microsoft Excel szoftver segítségével történt.

A minta jellemzői

A 172 kutatásba bevont hallgató 84,3%-a (145 fő) Turizmus-vendéglátás alapszakon folyt

tanulmányait fejezte be a záróvizsga letételével, emellett a bachelor szak elődszakjain, az Idegenforgalmi és szálloda és Vendéglátó és szálloda főiskolai szintű szakokon is 15 illetve 12 fő graduált. A minta képzési formára vonatkozó megoszlása is megfelel a munkahelyi tapasztalatoknak, 120 fő nappali tagozatos (69,8%), 35 fő levelező (20,3%) és 17 fő (9,9%) távoktatás tagozatos válaszolt a kérdőívben feltett kérdésekre. Szakirányt tekintve Egészségturizmus, rekreáció, Szállodamenedzsment és Vendéglátás-menedzsment specializációjú hallgatók vettek részt a legtöbben a kutatásban.

Az 53 oktató válaszadó több aspektust képvisel az intézményen belül. Egy dolgozó egyszerre több pozíciót is betölthet, egy személyben képviselheti a döntéshozói és végrehajtói szerepeket (a kutatási mintában 53 oktató, 57 pozíciót tölt be). A kutatás témájának szempontjából nem zártam ki a gyakorlatszervező által kitöltött kérdőívet, mert a kompetencia-fejlesztéshez kapcsolódó gyakorlati tapasztalata értékes válaszokkal járult hozzá eredményeimhez. Minél több időt tölt az oktató munkakörében, annál szélesebb tapasztalattal, oktatásmódszertani ismeretekkel és készségekkel rendelkezik, így mind a szak, mind a hallgatók megítélése könnyebb feladatot jelent számára, markánsabb véleményrel rendelkezik a vizsgált témáról. A minta esetében azt az eredményt kaptam, hogy a kutatásba bevontak kevesebb időt töltöttek a turisztikai oktatásban, mint más területen történő felsőoktatásban, vagyis a turizmus interdiszciplináris volta miatt a nem e területre szakosodott oktatók is megtalálják helyüket eme tudományterület oktatásában. A minta dominánsan 0-5 év és 6-10 év turisztikai területen oktatási tapasztalattal rendelkező kollégákból áll. Több mint 20 évnyi felsőoktatási tapasztalattal egyik válaszadó sem rendelkezett. A kompetenciafejlesztés szempontjából vizsgálendő az oktatók korábbi munkatapasztalata, amelyet oktatási tevékenysége során a megfelelő oktatási módszertan kiválasztásában és a fontosnak tartott kompetenciák fejlesztésében is

alkalmazni tud. Mind a korábbi, mind az oktatói munkával párhuzamosan folytatott más munkatevékenység esetén úgy vélem, e szinergiák fennállnak. A kutatásba bevontak közel 40%-a korábban vagy jelenleg is turisztikai területen dolgozik, amely a kompetenciafejlesztés számára megfelelő alapot biztosít. A kizárólag felsőoktatás területén munkatapasztalattal rendelkező oktatók (a minta 28,3%-a) felsőoktatás területén eltöltött idő szempontjából igen heterogén csoport, 0-5, 6-10, 11-15 és 16-20 év tapasztalattal is rendelkeznek.

Az 51, turisztikai vállalkozást képviselő válaszadó a turizmus több területét öleli fel, magában foglalva a profitorientált szolgáltató szektor mellett a nonprofit TDM-ek és állami turizmusfejlesztési szervezetek képviselőit is. Egy szolgáltatónak több profilja is lehet, nagyon gyakori a szállodai szálláshely-szolgáltatás mellett vendéglátás és rendezvényszervezési szolgáltatások nyújtása is (a kutatásban részt vevő 51 szervezet összesen 97 profilt képviselt). Az egyéb profilok között egy falusi szállásadás, egy látogatóközpont és négy wellness- és fürdőszolgáltatás szerepelt. A turizmus piacának jelentős részét képviselő szállásadás és vendéglátás a minta esetében is jelentős részt képvisel, összesen 32 kutatásba bevont vállalkozás foglalkozik valamely vagy mindkét tevékenységi körrel. A kutatási téma szempontjából nagy jelentősége van a munkahelyi gyakornokokkal kapcsolatos tapasztalatoknak. A kutatásba bevont vállalkozások közül négy nem fogad rendszeresen gyakornokot különböző okok miatt (nincs kellő kapacitás, korábbi rossz tapasztalatok, csak igazgatói engedéllyel, szükség esetén). Mivel azonban eme munkaadóknak is van vagy volt közvetlen kapcsolata valamely képzési szinten turizmus-vendéglátás szakmai képzésben részt vevő diákkal vagy hallgatóval, válaszaikat nem zártam ki a kutatásból.

A KUTATÁS FŐBB EREDMÉNYEI

A Turizmus-vendéglátás szak tartalmának hallgatói megítélése

A Turizmus-vendéglátás szak számára a 15/2006. (IV. 3.) az alap- és mesterképzési szakok képzési és kimeneti követelményeiről szóló OM rendelet által meghatározott kompetenciák fontosságának hallgatói értékeléséhez az alapszak esetében a rendelet által részletezett ismereti és kompetencia-kör összevonásra került az átláthatóbb és könnyebben értelmezhető kérdőív összeállításához. Az ismeretek között meghatározott 10 jellemző valamint az ismereteken alapuló kompetenciák (6 db) összevonásával 8 kompetencia került a kérdőívben meghatározásra, emellett a rendeletben definiált személyes készségek változatlanul kerültek átvételre (4 db).

A hallgatók a személyes kompetenciák fejlesztését tartják a legfontosabbnak, amelyeket a munkaerő-piacon más foglalkoztatási területen vagy a mindennapi életben is hasznosítani tudnak. Kiemelendő az idegen nyelvi kompetenciák magas fontosságú megítélése, ennek ellenére sokan a nyelvvizsga hiánya miatt nem jutnak a végzést követően diplomához. A kapott eredmények szerint a hallgatók tisztában vannak a nyelvismeret fontosságával és szükségszerűségével, mégsem sikerül az a szak nyelvi kritériumainak megfelelniük (amely már a felvételi idején is ismert). Habár az együttműködési készséget ítélték átlagosan a legtöbben nagyon fontosnak, a tanult vagy tapasztalati úton megismertek gyakorlati alkalmazásának készsége kompetencia jellemezhető a legalacsonyabb szórással, azaz a válaszadók egységesen fontosnak ítélték meg. A legnagyobb szórást a 11. helyre rangsorolt „képesek a turizmusban specifikus tárgyalási, prezentációs, információszerzési és meggyőzési technikák alkalmazására)” kompetencia mutatta, inkább lényegtelen és nagyon fontos megítélés között megoszló válaszokkal. Egyéb válaszlehetőség megjelölésével ketten éltek, a problémamegoldó képességet tartva fontosnak.

A hallgatók képzés tartalmára vonatkozó általános megítélését akképpen mértem fel, hogy szükségesnek tartanak-e valamely

területen, tartalmi elemben vagy oktatási körülményben változtatást. A kérdés erősen megosztotta a válaszadókat, magas szórással és az értékelési skála minden értékével jellemezve fejezték ki véleményüket. A hallgatói megítélés alapján a legnagyobb szükség a változtatásra a nyelvi képzés hatékonyságán illetve a gyakorlati képzés arányán van, bár ez utóbbi mutatja a legnagyobb szórásértéket. Inkább nem szükségszerű a válaszadók szerint a tananyag elméleti összetételének valamint az oktatók szakmai felkészültségének változtatása. A nyelvi oktatás hatékonyságának javítása – mint leginkább szükségszerű beavatkozás – összhangban áll az első kérdéscsoportban kapott eredményekkel: a hallgatók a nyelvoktatás hatékonyságának javításával (ez történhet például óraszám-növeléssel, nyelvi szint szerinti csoportbontással, nyelvi labor kiépítésével, oktatási módszertan változtatásával) úgy vélik, hogy a szak általános megítélése javítható lenne.

A tanultak gyakorlati alkalmazása kompetencia eléréséhez a válaszadók a jelenlegi oktatási rendszerben változtatásokat tartanak szükségesnek a gyakorlati képzés arányának növelésével. Mialtal a külföldi gyakorlatok és részképzések segítenek a nyelvi kompetenciák megszerzésében, alacsonyabb szórással, változtatást tartva szükségesnek jellemezték e területet a kutatásba bevont hallgatók. A legkevésbé szükséges az oktatók szakmai felkészültségének javítása, vagyis nem az oktatott tananyag, hanem a módszertan változtatásának igénye jelenik meg a kapott válaszokban.

A kompetenciák OM rendeleten alapuló megjelenítése mellett szükségesnek vélem azok részletes kibontását és a stakeholder-csoport véleményének megismerését azok hiányáról és a képző- vagy gyakorlóhelyi fejleszthetőség lehetőségéről. A kompetenciafejlesztés más módon zajlik tantermi és munkakörülmények között, amely megoldások más és más kompetenciák fejlesztésénél lehetnek hatékonyak. A vizsgálatba bevont hallgatók az alapképzés során átlagosnál magasabb fokúnak

ítélik meg a vezetői pozíció betöltéséhez és az értelmiségi léthez leginkább szükséges kompetenciák hiányát.

Az idegen nyelv ismerete – amelyet a fentiek alapján a hallgatók fontosnak vélnek – itt is fejlesztendő kompetenciaként került azonosításra, amely javítása – a válaszok alapján – főképp a képző intézményben lehetséges. A válaszadók véleménye azt tükrözi, hogy a kompetenciafejlesztést a vendégorientáció, az alkalmazkodó képesség, az önálló munkavégzés képessége valamint a szervezési készség esetén tartják a megkérdezettek elsősorban lehetségesnek a gyakorlóhelyen. Közel azonos mértékben jelenik meg a mintában a kompetencia-fejlesztés lehetősége az intézményben és a képző helyen a kommunikációs készség szóban, a logikus gondolkodás képessége valamint a logikus gondolkodás képessége tekintetében. Nagy arányban vélik úgy a kutatásba bevontak, hogy a képző intézmény lehet elsősorban helyszíne a tudományos módszerek ismerete, a gazdasági alapösszefüggések ismerete és a részletesebb turizmus-vendéglátás szakmai ismeretek kompetenciáknak. A szakmai gyakorlóhely a nevesített 21 kompetenciából 15 esetében jelenik meg 50%-nál nagyobb arányban a válaszokban, mint kompetencia-fejlesztésre alkalmas helyszín. Ez azt jelenti, hogy a képző intézményen kívül, az intézmény elsődleges szakmai kontrollján kívül eső szervezetet tartanak a válaszadók alkalmasnak arra, hogy a szakma folytatásához szükséges kompetenciák fejlesztésében részt vegyen. Ez az eredmény jól alátámasztja a duális képzés lehetőségét a turizmus-vendéglátás szakmacsoport területén.

A gyakorlóhely fontos szerepet tölt be a hallgatói kompetenciák fejlesztésében. Ennek okán szükségesnek ítélt meg a gyakorlat során tapasztaltakról is megkérdezni a hallgatókat, hiszen a szakmai gyakorlóhely színvonala és a gyakornokkal szembeni attitűdje befolyásolja a kompetenciafejlesztés hatékonyságát. A gyakorlóhelyre vonatkozó pozitív megállapításokkal a válaszadók inkább egyetértettek, mint a negatívokkal, amelyből a gyakorlattal kapcsolatos inkább pozitív

tapasztalat állapítható meg. Habár a válaszadók megítélése szerint a gyakorlat közepesen járult hozzá ahhoz, hogy megfelelő munkát találjak a végzés után, ám e kijelentés megítélését is magas szórás jellemezte. A legkevésbé értékelték egyet a megkérdezettek azzal az állítással, hogy a gyakorlóhelyen semmilyen konkrét munkafeladatot se kaptak, így csak eltelt a gyakorlati idő, tehát a gyakorlat során jellemzően turisztikai szakmai jellegű vagy egyéb nemű munkát végeztek a kutatás alanyai. Ez egyértelműen segít a szakmai és személyes kompetenciák fejlesztésében valamint a tanult ismeretek gyakorlati átültetésében. Emellett azonban azt is ki kell emelni, hogy a válaszadók megítélése szerint a gyakorlóhelyen inkább nem kaptak szakmai segítséget, s a munkavégzés során a gyakorlóhely kihasználta a gyakorlatot töltő hallgató helyzetét. Noha a „learning by doing” módszer (*„Tapasztalás közbeni tanulás”*). Gibbs (1998) megközelítése a gyakorlati tanulás és tanítás terén világossá tette, hogy egy probléma felismerése és elemzése még nem jelent élményt, a reflektív folyamat kulcsa a cselekvés. A cselekvést is le kell írni és meg kell érteni, mi történt annak folyamán, így javítva a későbbi hasonló cselekvési tevékenységet) hatásos az elméleti ismeretek gyakorlatba átültetésében, szakmai iránymutatás és segítségnyújtás elengedhetetlen a helyes rögzülés illetve a pozitív megerősítés okán.

A hallgatók végzést követően diplomájuk vagy záróvizsga-igazolásuk birtokában a munkaerő-piac kínálati oldalán jelennek meg. Ebből fakadóan a szakon szerezhető végzettség megítélését is szükségesnek tartottam felmérni különböző szempontok szerint.

A válaszadók a Turizmus-vendéglátás alapszakon szerzett végzettséggel betölthető szakmák körét inkább megfelelőnek ítélik, csakúgy, mint a szak társadalmi megítélését vagy a végzettség külföldön való elfogadottságát munkavállalás esetén. Ennél gyengébb megítélésű a diploma magyar munkaerő-piaci elfogadottsága vagy annak lehetősége, hogy a végzettség alapján vezető pozíciót tölthet be a munkát kereső volt

hallgató. Kifejezetten jól hasznosíthatónak vélik a válaszadók a képzés során választott szakirányt, e tényező megítélése a legkedvezőbb a kérdéscsoportban. Magas szórás mellett vélik úgy a válaszadók, hogy a végzettség birtokában elérhető átlagos munkabér jellemzően kissé rossz, amely az egyedüli tényező a vizsgáltak közül, amely skálaközép (3,5) alatti értékkel jellemzett. A gyakorlat során a hallgatóknak lehetőségük volt szakjuk munkaerő-piaci lehetőségeit megtapasztalni, a válaszok azt tükrözik, hogy a végzős hallgatóknak közel reális képük van a munkaerő-piaci körülményekről.

A záróvizsgát tett hallgatók végzést követő szándékának vizsgálata jelentette a hallgatói kérdőív utolsó szakmai kérdéscsoportját. Megvizsgáltam, hogy a képzési és gyakorlati időszakot követően a hallgatók mennyire elégedettek szak- és szakirány-választásukkal valamint milyen elhelyezkedésre és továbbképzésre vonatkozó szándékuk van. Az eredmények alapján megállapítható, hogy a válaszadók jellemzően inkább elégedettek szak- és szakirány-választásukkal és ennek megfelelő területen is képzelik el jövőjüket a munkaerő-piacon. A Turizmus-menedzsment mesterképzési szakon való továbbtanulási szándék alacsony, mindössze a válaszadók 5,2%-ának van nagyon erős, és 2,9%-ának közepesen erős és 6,4%-ának kissé erős szándéka a mesterszintű turizmusképzésben részt venni, ehhez hasonló az egyéb mesterszakon való továbbtanulási szándék (összesen 16,9%). A szakirányú továbbképzésben való részvételi szándék magasabb, mint a mesterszintű képzés esetében, ám itt is szűk körű a gyenge, közepesen erős vagy nagyon erős továbbképzési szándékkal rendelkezők aránya turisztikai vagy nem turisztikai területen (összesen 20,3 és 20,9%). Az OKJ-képzettség megszerzésére irányuló motiváció a mintában hasonló, mint a szakirányú továbbképzések esetében, turisztikai és nem turisztikai területhez kapcsolódó OKJ-végzettség megszerzése a válaszadók 23,3% és 25%-ánál

valamilyen fokon valószínű, ám itt a legnagyobb a biztosan nem valószínű válaszok aránya (60% és 52,3%) is. Ebben szerepe van annak a ténynek, hogy több esetben a hallgatók a korábbi felsőfokú szakképzés rendszeréből folytatták tanulmányaikat. Turizmus-vendéglátás alapszakon, így meglévő felsőfokú OKJ-s végzettségük mellé nem kívánnak újabbat szerezni. Kiemelendő azonban, hogy a nem turisztikai OKJ-s végzettség megszerzésére irányuló nagyon erős, közepesen vagy kissé erős szándék együttesen közel duplája a turisztikai mesterképzés iránti motivációt érzők arányának.

A Turizmus-vendéglátás szak tartalmának oktatói megítélése

Az alapképzési szak kompetenciái megítélésének felmérésére a hallgatói kérdőív azonos táblázatát használtam. Az egyes kompetenciák megítélése jelen esetben is hatfokozatú Likert-skálán történt. A legfontosabbnak ítélt kompetencia a legalacsonyabb szórással jellemezhető, így a megkérdezettek véleménye közel azonos a készség fontosságáról.

Az oktatók által adott fontossági értékek átlagértéke alapján felállított rangsor első két helyén szociális kompetenciák állnak (rendelkeznek az adott szervezettípusnak megfelelő emberi és szociális készségekkel ill. rendelkeznek együttműködési képességgel), amelyek elsősorban a végzett személyiségétől, habitusától függenek, s a szakmai felsőoktatás hangsúlya nem eme kompetenciák fejlesztésére helyeződik jellemzően. A harmadik helyen eszközjellegű kompetenciaként az idegen nyelv ismerete jelenik meg, amelyet egy rendszerező (képesek a tapasztalati úton vagy szervezett továbbképzés keretében szerzett ismeretek hasznosítására) valamint interperszonális kompetencia (alkalmasak a szolgáltatásokkal és az intenzív ügyfélkapcsolattal összefüggő problémák hatékony kezelésére, különös figyelemmel az interkulturális konfliktusok lehetőségeire) követ. Az oktatók a legkevésbé fontosnak a 4,57-es átlagértékkel jellemzett „alkalmasak a turizmussal kapcsolatos

közösségi és non profit tevékenységek folytatására azáltal, hogy ismerik az államigazgatási, önkormányzati, terület-fejlesztési, kulturális kapcsolódásukat, a turizmus hazai és nemzetközi intézményrendszerét” kompetenciát tartják.

A válaszadók maguk is megnevezhettek általuk fontosnak ítélt, de az OM-rendeletben nem kifejezett kompetenciát. Ez esetben két válaszadó a végzettség turisztikai területen történő munkavégzéshez szükséges személyiségét jelölte meg, illetve egy-egy említéssel megjelent a kitartó személyiség valamint a jogszabály-ismeret. Míg az előbbieket interperszonális képesség, az utóbbi eszköz jellegű kompetencia, amelyek fejlesztése más-más módszertant igényel.

Az előírt kompetenciák megítélése mellett kérdőívemben fel kívántam mérni azon területeket, amelyek változtatásokat kívánnak a turisztikai képzés hatékonyságának javítása érdekében. Összhangban a korábbi eredményekkel, a kutatásba bevont oktatók a legszükségesebb változtatásokat alapképzés szintjén a nyelvi képzés hatékonyságának növelésében azonosították. A képzési szint sajátosságának megfelelően – de a nyelvi kompetenciák fejlesztéséhez kapcsolódóan – az alapképzés esetén második helyen jelent meg a külföldi gyakorlatok, részképzések arányának növelése iránti igény. Emellett a gyakorlati képzés arányának növelése 4,3 feletti átlagértékkel szerepel az 1-6 értékű Likert skálán (nagyon nem szükségszerű – nagyon szükségszerű a változtatás) történt felmérés eredményeképpen. A legkevesbé az oktatók saját szakmai felkészültségüket tartják megváltoztatandónak.

Az oktatói megkérdezetti kör esetében is nagy jelentősége van a tény felmérésének, hogy mely ismeretek, készségek és képességek hiányát tapasztalják leginkább a végzős hallgatók esetében. A generikus rendszerező kompetenciák széles köre jelenik meg a legmagasabb átlagértékkel rendelkező kompetenciák top 10 listájában a néhány eszközjellegű és interperszonális kompetencia

mellett. Az oktatók megítélése szerint a végzősök esetében nem a szakspecifikus, hanem az élethez szükséges kompetenciák hiányoznak leginkább, amely eredmény szerint a felsőszintű turisztikai oktatás nem helyez kellő hangsúlyt a generikus készségek, képességek fejlesztésére, hanem a szakmai kompetenciák fejlesztésére fókuszál. Mindez sokkal mélyebb szakmai és módszertani vitát generál: feladata-e a felsőoktatásnak az élethez szükséges kompetenciák fejlesztése annak ellenére, hogy mindezek a tankötelezettség befejeztével – elvileg – már a diákok rendelkezésére állnak. Az egységes felvételi kompetenciamérés és szakmához szükséges kompetenciaelvárás nélkül a felsőoktatás csak a szakmai kompetenciák fejlesztésére képes, a hallgatók személyes generikus kompetenciafejlesztése a felsőoktatásban jellemző oktatási csoportméret és módszertan mellett nem megoldható.

Fontos továbbá megfigyelni a kompetenciafejlesztés lehetséges helyszínéként kapott eredményeket is: az oktatók szerint nagyobb hangsúly helyeződik a generikus kompetenciák gyakorlóhelyi fejlesztésére, mint a képzőhelyire, ekképpen kifejezve a fentebb taglalt szakmaspecifikus kompetenciafejlesztési fókuszot a felsőszintű képzésben. Az idegen nyelv ismerete esetében a képzőhelyi nyelvi oktatás keretében képes az eszközjellegű kompetencia fejlesztésére, ám a gyakorlóhely is segítheti e folyamatot azáltal, hogy a gyakornokot idegen nyelvi szituációba kényszeríti.

A kérdőív szakmai kérdéskörének összefoglalásaként az oktatókat annak rangsorolására kértem, hogy a felsőoktatásban végzettség képzettségi szintjét, minőségét mely tényezők befolyásolják leginkább. Az oktatók megítélése szerint a végzettség munkaerő-piaci minősége legelsősorban a hallgatók egyéni szakmai motivációjától, készségétől és képességétől függ, ennek egyöntetűségét mutatja az is, hogy a legkisebb szórással valamint a legkisebb értékteremtőben jelentek meg a válaszként adott rangsorértékek. Második legfontosabb tényezőként a felsőoktatási intézmény oktatóinak szakmai

felkészültségét (és az általuk alkalmazott oktatási módszertant) jelölték a megkérdezettek, harmadik helyen pedig a gyakorlóhely szakmai színvonala jelenik meg. Ezen eredmények összhangban állnak a kérdőív korábbi kérdéseire adott válaszokkal, s az oktatók egységes megítélését tükrözik arra vonatkozólag, hogy a képzés eredményeképpen munkaerőpiacra bocsátott végzősök minőségét a hallgató személyes készségei, képességei, az alkalmazott oktatási módszertan valamint a gyakorlat során szerzett tapasztalatok befolyásolják legerősebben. A negyedik helyre a felsőoktatási intézmény szakspecifikus oktatási infrastruktúrája illetve ötödik helyre, nagy szórással, az adott szakra érvényes szakleírásban foglaltak kerültek. Ezek szerint a szakleírás egy olyan keret és nem korlátozó tényező, amelyet a hallgatók, az oktatók és a gyakorlóhelyek töltenek meg tartalommal a kompetenciafejlesztés szempontjából.

A Turizmus-vendéglátás alapszak tartalmának munkáltatói megítélése

Az alapképzési szak kompetenciái megítélésének felmérésére a hallgatói kérdőív azonos táblázatát használtam. A legfontosabbnak ítélt kompetenciák közepes szórással jellemezhetők, tehát a megkérdezettek véleménye nem egyöntetű.

A munkaadók szempontjából nagy jelentősége van a végzettek kommunikációs képességeinek magyar és idegen nyelven. A turisztikai termékek értékesítése és a szolgáltatások nyújtása kapcsolatintenzív tevékenység, amely elengedhetetlen része a kommunikáció. A fontosság megítélése szempontjából második legmagasabb átlagértékkel az együttműködési képesség interperszonális kompetenciát értékelték, ezt a szerzett ismeretek gyakorlatban történő alkalmazásának képessége követ. A negyedik és ötödik legfontosabbnak ítélt kompetencia szintén interperszonális jellegű, az emberi és szociális készségek és a tárgyalási, meggyőzési technikák alkalmazásának képessége a vendégekkel kialakított kontaktusokban alkalmazandó.

Munkaadói szempontból tehát nem a megszerzett ismeretek mélysége, hanem azok gyakorlatban történő alkalmazásának képessége és a vendégekkel történő frontvonalbeli kapcsolattartás képessége az elvárt az alapszakon diplomát szerző végzettektől.

A turizmus-vendéglátás felsőszintű oktatása megítélésére vonatkozó kérdésblokk általános visszajelzést ad a munkaadók szakmai oktatásra vonatkozó véleményéről. A korábbi eredményekkel összhangban a nyelvi képzés hatékonyságának javítása iránti igény jelenik meg a lehangsúlyosabban, a hatfokozatú értékelő skálán a válaszok átlagértéke 5,09. Magas szórás mellett a gyakorlati képzés aránya, illetve a képzési szintek összehangolása területek jellemezhetők négy közeli vagy áfeletti átlaggal. Legkevesbé az oktatók szakma felkészültségét tartják a válaszadó munkaadók változtatandó tényezőnek.

A változtatások szükségessége átfogó megítélése mellett a kompetenciák részletezve is értékelésre kerültek abból a szempontból, hogy a munkaadók stakeholder-csoport képviselői milyen mértékű változtatást tartanak szükségesnek az adott kompetencia fejlesztésében. A munkaadók szempontjából legnagyobb mértékben fejlesztendőnek ítélt kompetencia a szakmán túlmutató, átfogó gondolkodás képessége, amely egy eszköz jellegű kompetencia, korábban megszerzett ismeretek szintetizáló, rendszerező használatára irányul. Ez a kompetencia összefüggésben áll a problémamegoldó képességgel (2.), a logikus gondolkodás képességével (7.) valamint a problémafelismerő képességgel (9. leginkább fejlesztendő kompetencia). Ezen készségek, képességek együttesen – a válaszadók szerint – a gyakorlóhelyeken fejleszthetők sikerrel. A turizmus ágazatban elengedhetetlenül szükséges vendégorientáció is szükséges javítani, amely szintén a gyakorlóhelyen lehetséges. A logikus gondolkodás képességét illetve a szóbeli kommunikációt azonos arányban jelölték a válaszadók a fejleszthetőség

helyszínének megítélésékor, tehát az oktatási intézmények jól megválasztott módszertannal (például esettanulmányok, projektmunka, prezentáció, beszámoló) hatékonyan tudnak fejlesztő környezetet biztosítani, míg a gyakorlóhelyek konkrét vendégszituációkban biztosítanak lehetőséget a kompetenciák fejlesztésére. Az idegen nyelv ismerete esetén a feladat a képző helyre hárul, a nyelvtani és lexikai alapok biztosítása a képző hely feladata – vélik a munkaadók. A tudományos módszerek ismerete kompetencia fejlesztése – a munkaadói kör válaszadói szerint – kizárólag a képző intézmény feladata, amely tevékenység további javítását nem tartják szükségyszerűnek. A gazdasági alapösszefüggések ismeretének biztosítása is elvárt a képzőhelytől, e kompetenciafejlesztés javítását azonban inkább fontosnak ítélték a kutatásba bevont munkaadók.

A kompetenciafejlesztés személyi és technikai kereteit a hallgatók, a képzőhelyek, a gyakorlóhelyek valamint a szabályozók együttesen adják meg. A munkaadók stakeholder-csoport megítélése az egyes tényezők befolyásoló szerepéről megmutatja, hogy a munka világának szereplői elsősorban mely elemekben látják a kompetencia-fejlesztés kulcsát vagy mely elemek hatását tartják kevésbé befolyásolónak. A válaszadók véleménye szerint a hallgatók egyéni szakmai motivációja, készsége és képessége a legfontosabb befolyásoló tényező, amelyet a felsőoktatási intézmény oktatóinak szakmai felkészültsége követ. Mindössze hatszázadnyi eltéréssel a harmadik legfontosabb tényezőnek a gyakorlóhely szakmai színvonalát tartják a megkérdezettek, amelyet felsőoktatási intézmény szakspecifikus infrastruktúrája követ. Legkevésbé tartják fontosnak a szakleírásban foglaltakat a munkaadók.

Az egyes stakeholderek elvárásainak ütköztetése

Alapszak KKK-i fontosságának megítélése a hallgatók, oktatók és munkaadók érdek-csoportok szerint

A Turizmus-vendéglátás alapszak KKK-i noha adott keretet szabnak az alapképzési program számára, az elvárt kompetenciák fejlesztésében eltérő hangsúlyt alkalmazhat az oktatási intézmény a stakeholderek elvárásai vagy saját oktatáspolitikai céljai alapján.

A három stakeholder számára összeállított különböző kérdőívek mindegyike tartalmazta az alapképzés során elérendő kompetenciák fontosságának megítélésére vonatkozó, kérdéscsoportot. A kapott eredmények azonban a fontosság mértékének átlagában jelentősen eltértek az egyes stakeholder-körök esetében, ezért az egyes kompetenciák átlagai alapján rangsort állítottam fel a hallgatók, az oktatók és a munkaadók válaszaiban. A könnyebb összevethetőség érdekében a rangsorértékeket három egyenlő csoportba osztottam, 1-4. helyre (nagyon fontosnak vélt), 5-8.helyre (közepesen fontosnak vélt) és 9-12. helyre rangsorolt (kevésbé fontosnak vélt) kompetenciák, amelyeket rendre XXX, XX, X jelekkel jelöltem az 1. táblázatban. A vélemények ezáltal könnyen összevethetővé váltak, eliminálva az egyes véleményalkotó-körök válaszaik átlagértékeiben fennálló jelentős különbségeket.

A legfontosabbnak vélt kompetenciák az oktatók és a munkaadók esetében egybeesnek, amely arra enged következtetni, hogy az oktatási intézmények oktatásért felelős munkatársai tisztában vannak a munkaerő-piac elvárásaival, a végzést követő leginkább megkövetelt, munkahelyen használandó kompetenciákkal. A hallgatók csak egy kompetencia, a turisztikai szolgáltatások folyamatainak ismerete esetén vélték egyaránt a másik két stakeholder-csoporttal nagyon fontosnak az adott tényezőt. A hallgatók esetében a személyes karrier áll a legfontosabbnak vélt kompetenciák fókuszában: nagyon fontosnak vélik az önálló karrierépítés képességét illetve a vezetői képességeket. Ezek alapján a diploma megszerzését követően vezető pozíciót betöltve, pályájukon sikereket elérve képzelik el jövőjüket a képzés során szerzett kompetenciák használatával.

1. táblázat: A hallgatók, az oktatók és a munkaadók alapképzés során elérendő kompetenciák fontosságának megítélésére adott válaszainak összevetése

Kompetenciák\Stakeholder-csoportok	Hallgatók	Oktatók	Munkaadók
1. turisztikai szolgáltatások folyamatainak ismerete	XX	XX	XX
2. turizmus közösségi és nonprofit tevékenységeinek ismerete	X	X	X
3. különböző turisztikai munkaterületek sajátosságainak ismerete	XXX	XX	XX
4. vezetői feladatok ellátásának képessége	XX	X	X
5. többnyelvű kommunikáció képessége	XXX	XXX	XXX
6. tárgyalási és meggyőzőési technikák ismerete	X	XX	XX
7. vendégkonfliktusok kezelésének képessége	X	XX	XX
8. turizmus szereplői érderendszerének ismerete	X	X	X
9. szociális készség	XX	XXX	XXX
10. együttműködési képesség	XXX	XXX	XXX
11. önálló karrierépítés képessége	XX	X	XX
12. ismeretek hasznosításának képessége	XXX	XXX	XXX

Forrás: primer kutatás eredményei alapján saját szerkesztés

A közepesen fontos és kevésbé fontos kompetenciák esetében 2-2 esetben egyezett meg mindhárom véleményalkotó kör megítélése az adott kompetenciáról. Mindösszesen 11 esetben állnak azonos véleményen a munkaadók és a turisztikai képző intézmények oktatói, amely az oktatók személyes, vagy az intézmény szervezett munkaerő-piaci való aktív kapcsolattartásán alapulhat. A kapott eredmények alapján a munkaadói elvárásokat az oktatók jól ismerik, a kompetenciafejlesztés szempontjából hangsúlyos területeket a munkaadói mintával közel azonos módon azonosították. A hallgatók kompetencia-megítélése 42%-ban eltért az oktatók vagy a munkaadók véleményétől, eme stakeholder-csoport tagjai a turisztikai alapképzés során személyes karrierjük építéséhez szükséges kompetenciákat kívánják megszerezni.

Az egyes kompetenciák fejlesztése szükségességének megítélése

Az alapképzés során elérendő kompetenciák fontosságának megítélésére vonatkozó kérdés mellett a három véleményalkotó csoport számára készült kérdőívek egységesen tartalmaztak egy Likert-skálás táblázatot huszonegy kompetencia felsorolásával. A kérdéscsoport célja az volt, hogy a válaszadók

ítéljék meg, mennyire tartják fontosnak az adott kompetencia fejlesztését, illetve az a képzőhelyen vagy a gyakorlóhelyen (vagy mindkettőben) fejleszthető-e hatékonyan. Az egyes stakeholderek válaszainak eltérő átlageredményei okán ebben az esetben is a rangsorértékek használatának módszerét kellett alkalmazni. A könnyebb összevethetőség érdekében a rangsorértékeket három egyenlő csoportba osztottam, 1-7. helyre (nagyon fontosnak vélt), 8-14. helyre (közepesen fontosnak vélt) és 15-21. helyre rangsorolt (kevésbé fontosnak vélt) fejlesztendő kompetenciák, amelyeket rendre XXX, XX, X jelöléssel jelöltem a 2. táblázatban.

A leginkább fejlesztendő kompetenciák közül három, közepesen fejlesztendő kompetenciák közül kettő, míg a legkevésbé fejlesztendő kompetenciák közül négy esetben esnek egybe a vélemények a megkérdozetti körben.

A három stakeholder tehát abban ért főképp egyet, hogy mely kompetenciák fejlesztése nem fontos, a fejlesztés szempontjából legfontosabb és közepesen fontos kompetenciák tekintetében véleményellentét jelentkezik. A huszonegy kompetenciából csak kilenc esetében (43%) vélekednek azonosan a hallgatók, az oktatók és a munkaadók, míg további hét esetben a hallgatók és az oktatók véleménye egyezik meg. A hallgatók és oktatók

véleménye így 76%-ban fedi egymást, míg ez a oktatók és hallgatók véleményegyezősége a hallgató-munkaadó viszonyban 52%, illetve az fejlesztés szempontjából közepesen fontos oktatók-munkaadók reláció esetében 48%. Az kompetenciák esetében domináns.

2. táblázat: A hallgatók, az oktatók és a munkaadók megítélése szerint a jelenlegi alapképzés során hiányosan fejlesztett kompetenciák megítélésére adott válaszainak összevetése

	Hallgatók	Oktatók	Munkaadók
1. részletesebb turizmus-vendéglátás szakmai ismeretek	X	X	X
2. gazdasági alapösszefüggések ismerete	XX	XX	XX
3. tudományos módszerek ismerete (pl. kutatás)	X	X	X
4. felhasználói szintű számítógépes ismeretek	X	X	X
5. idegen nyelv ismerete	XXX	XXX	XX
6. kommunikációs készség írásban	XX	XX	X
7. kommunikációs készség szóban	XXX	XX	XXX
8. tárgyalási készség	XXX	XXX	XXX
9. szervezőkészség	XXX	X	XX
10. alkalmazkodó készség	XX	XX	X
11. együttműködési készség (csapatban való munka)	X	XX	X
12. önálló munkavégzés képessége	X	X	XXX
13. párhuzamos tevékenységek végzésének képessége	X	X	XXX
14. problémafelismerő képesség	XX	XX	XX
15. problémamegoldó képesség	XX	XXX	XXX
16. kreatív gondolkodás képessége	XX	XXX	XX
17. logikus gondolkodás képessége	XXX	XXX	XX
18. vendégorientáció	XX	XX	XXX
19. monoton munkavégzés képessége	X	X	X
20. szakmán túlmutató, átfogó gondolkodás képessége	XXX	XXX	XXX
21. vezetői készség	XXX	XXX	XXX

Forrás: primer kutatás eredményei alapján saját szerkesztés

A legnagyobb véleménykülönbség két kompetencia esetében jelenik meg: az önálló munkavégzés képessége és a párhuzamos tevékenységek végzésének képessége a hallgatók illetve az oktatók szerint jelenlegi kompetenciaszintem megfelelő, nem szükséges jelentősen fejleszteni. Ezzel ellentétben a kutatásba bevont munkaadók eme két kompetencia meglétét nagyon hiányolták és fejlesztését különösen fontosnak tartják. Az önálló munkavégzés képességének hiányát a munkaadók a nyitott kérdések során is kifejtették.

A jelenlegi Turizmus-vendéglátás alapképzés során megszerzett ismeretek, készségek, képességek körének megítélése illetve a fejlesztendő kompetenciák azonosítása a három stakeholder-csoport körében erős

eltérést mutat, a végzetek körében jelenleg tapasztalható kompetenciák szintjének munkaadói megítélése illetve azok javítására vonatkozó igénye jelentősen eltér a hallgatók illetve az oktatók véleményétől. A hiányos készségek, képességek körének azonosítása a hallgatók és oktatók stakeholderek esetében több mint háromnegyedes egyezőséget mutat, tehát az oktatók a tanórákon jelentkező tapasztalatokat jelenítették meg a kérdőív adott kérdésére adott válaszaikban, nem pedig a munkaerő-piaci tapasztalatokra reflektáltak.

A hiányos kompetenciák fejlesztése lehetséges helyszíneinek megítélése

A fentebb taglalt, jelenleg hiányosan fejlesztettnek ítélt kompetenciák fejlesztése történhet a képzőhelyen, a gyakorlóhelyen

illetve mindkettőn. A hallgatók, az oktatók (azaz a képzőhelyek képviselői) illetve a munkaadók (azaz a gyakorlóhelyek képviselői) kérdőívükben véleményt nyilváníthattak az adott kompetencia fejlesztése szempontjából hatékony helyszínről, akár mindkettőt megjelölve. A kapott eredményeket az adott megkérdezetti kör mintanagyságának vizsgálatában, kompetenciaként megoszlási viszonszámok formájában értékeltem (azaz mekkora arányban a képzőhelyi vagy a gyakorlóhelyi fejlesztés mellett foglaltak állást a válaszadók). Az alacsony érték az adott helyszínen történő kompetenciafejlesztés alkalmatlanságát, ezzel együtt a másik helyszínen való lehetőségét mutatja, míg az egymáshoz közel eső értékek mindkét helyszín alkalmasságát fejezik ki. A kapott eredményeket azonban összevethető formátumba kell hozni, amely probléma megoldására az előbbieken használt módszert alkalmaztam. A 0-16,6% illetve ezzel párhuzamosan 83,4-100% közé eső értékeket „X”, a 16,8-33,3% illetve 66,8-83,3% közé eső értékeket „XX”, míg a 33,4-50% és 50,1-66,7% közé eső értékeket „XXX” jelöléssel jelöltem a 3.

táblázatban. Az „X” tehát a mind a képzőhelyen, mind a gyakorlóhelyen fejleszthető kompetenciákat jelöli, míg a „XX” és „XXX” esetekben az aláhúzás mutatja, hogy kissé vagy erősen a képzőhelyet vagy a gyakorlóhelyet tartják megfelelőnek az adott kompetencia fejlesztéséhez az egyes stakeholderek.

A három véleményalkotó-csoport egységes véleményt 8 kompetencia esetében fogalmazott meg, egymástól teljesen eltérő véleményt pedig egy esetben, a gazdasági alapösszefüggések ismerete fejlesztésének helyszínének azonosításánál találunk. Azonos véleményt a hallgatók és oktatók kettő kompetencia esetében, az oktatók és munkaadók három kompetenciánál, míg a hallgatók és munkaadók hét kompetencia esetében fogalmaztak meg. A hallgatók és munkaadók összesen tehát 15 kompetencia esetében adtak azonos visszajelzést az adott kompetencia hatékony fejlesztésének helyszínéről, amely 71%-os egyezőséget jelent. Az egyezőségi szint a 21 kompetencia tekintetében a hallgatók és oktatók között 48%, az oktatók és munkaadók között pedig 52%.

3. táblázat: A hallgatók, az oktatók és a munkaadók megítélése szerint a jelenlegi alapképzés során hiányos kompetenciák fejlesztésének lehetséges helyszínére adott válaszok összevetése

Kompetenciák \ Stakeholderek megítélése	Képző intézményben fejleszthető			Gyakorlóhelyen fejleszthető		
	—	o	o	—	o	o
1. részletesebb turizmus-vendéglátás szakmai ismeretek	XX	XX	XX	XX	XX	XX
2. gazdasági alapösszefüggések ismerete	XX	XXX	X	XX	XXX	X
3. tudományos módszerek ismerete (pl. kutatás)	X	X	X	X	X	X
4. felhasználói szintű számítógépes ismeretek	XX	XXX	XXX	XX	XXX	XXX
5. idegen nyelv ismerete	XX	XXX	XX	XX	XXX	XX
6. kommunikációs készség írásban	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
7. kommunikációs készség szóban	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
8. tárgyalási készség	XXX	XXX	XX	XXX	XXX	XX
9. szervezőkészség	XX	XXX	XX	XX	XXX	XX
10. alkalmazkodó készség	XX	XXX	XX	XX	XXX	XX
11. együttműködési készség (csapatban való munka)	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
12. önálló munkavégzés képessége	XX	XXX	XX	XX	XXX	XX
13. párhuzamos tevékenységek végzésének képessége	XXX	XX	XX	XXX	XX	XX
14. problémafelismerő képesség	XXX	XX	XX	XXX	XX	XX
15. problémamegoldó képesség	XX	XXX	XXX	XX	XXX	XXX
16. kreatív gondolkodás képessége	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
17. logikus gondolkodás képessége	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX

18. vendégorientáció	X	XX	X	<u>X</u>	<u>XX</u>	<u>X</u>
19. monoton munkavégzés képessége	XXX	XX	XXX	XXX	<u>XX</u>	XXX
20. szakmán túlmutató, átfogó gondolkodás képessége	XXX	XX	XXX	XXX	<u>XX</u>	XXX
21. vezetői készség	XX	XXX	XX	<u>XX</u>	XXX	<u>XX</u>

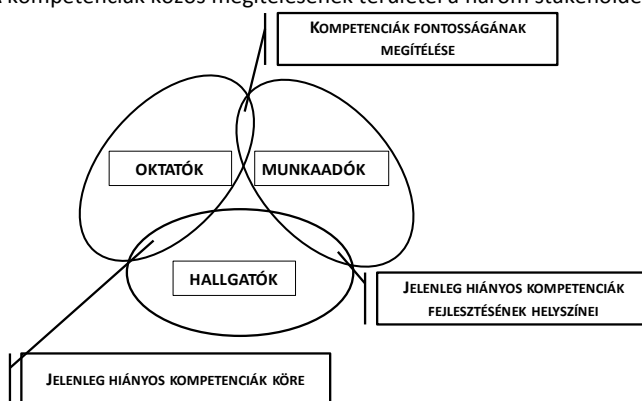
Forrás: primer kutatás eredményei alapján saját szerkesztés

A hallgatók és munkaadók véleménye hasonlóságának oka lehet a hallgatók gyakorlólhelyen szerzett tapasztalata (a kutatásba bevont hallgatók a végzettek köréből került ki, vagyis túl voltak a kötelező szakmai gyakorlaton). A 600 órás szakmai gyakorlat során megtapasztalják, hogy az egyes munkakörökben ellátandó feladatok során milyen ismeretek, készségek és képességek használatára van szükség, tehát egyúttal a kompetenciák alkalmazása illetve – annak hiánya esetében – fejlesztése is megtörténik. Az oktatóknak jellemzően nincs közvetlen visszajelzésük a gyakorlólhelyi tapasztalatokról sem a munkaadók, sem a hallgatók részéről, hiszen a 600 órán szakmai gyakorlat a képzési

idő végén, a tantermi órák lezajlása után történik nappali tagozaton.

A jelenlegi alapképzés során hiányos kompetenciák fejlesztésének lehetséges helyszínére vonatkozó megítélés a hallgatók és munkaadók stakeholdek csoportok között mutat magas egyezőséget, amely a 600 órás szakmai gyakorlat során fennálló direkt kapcsolatból fakadhat. Mivel az oktatók jellemzően nem állnak közvetlen kapcsolatban a gyakorlólhelyekkel, gyakorlatvezetőkkel valamint - a tantervi időzítés okán - a gyakorlatot befejező hallgatókkal sem, tapasztalat hiányában nem ismerik a munkaadók elvárásait arról, hogy hol lenne szükséges a hiányzó kompetenciákat fejleszteni.

1. ábra: A kompetenciák közös megítélésének területei a három stakeholder esetében



Forrás: primer kutatás eredményei alapján saját szerkesztés

KONKLÚZIÓ

A KKK-k hallgatók, oktatók és munkaadók stakeholder-csoportok általi megítélése illetve a fejlesztendő kompetenciák körének és a fejlesztés helyszíneinek azonosítása alapján megállapítható, hogy a kompetenciák megítélésére fennáll az alábbi összefüggés:

$\{\text{hallgatók véleménye}\} \cap \{\text{oktatók véleménye}\} \cap \{\text{munkaadók véleménye}\} = \emptyset$. A három stakeholder az egyes szempontok szerint alkot vélemény-párokat, ám közös véleményt nem formáltak sem a kompetenciák fontosságáról, sem a jelenleg hiányos kompetenciákról, sem pedig a kompetenciák fejlesztésének hatékony helyszíneiről (1. ábra)

A Turizmus-vendéglátás alapképzés 180+30 kredites kerete, amelyből 80 kredit a közös képzési szakaszhoz tartozik, nem nyújt kellő hallgatói munkaóra-mennyiséget a fentebb felsorolt huszonegy szakmai és személyes kompetencia fejlesztéséhez. A két elődszak tananyagának egy szakba sűrítése éppen a kompetenciafejlesztő és ismeretmélyítő és – szintetizáló foglalkozások kiszorítását eredményezte a tantervből, a szakmai ismeretek oktatása időkeretének csökkenésével. Éppen ebből fakadóan az oktatási intézménynek – s a tantárgyfelelősök irányításán keresztül az oktatóknak fontossági sorrendet kell felállítaniuk a fejlesztendő kompetenciák között, illetve megosztani a kompetenciafejlesztés feladatát a szakmai és nyelvi alapozó képzést folytató kollégáikkal.

A stakeholderek közötti érdekonfliktus nyomán, vagyis hogy az intézmény, a hallgatók illetve a munkaadók más-más kompetenciát tartanak elsősorban fontosnak és a kompetencia-fejlesztést is egymás feladatának vélik, az oktatás keretét biztosító intézmény – mint a kompetenciafejlesztés szakmai meghatározója - befolyással van a másik két stakeholderre is. Egyik oldalról a hallgató elégedetlen lesz, mert nem azt kapja, amit személyesen a turisztikai szakmai képzéstől várt, másrésztől a munkaadók nem olyan felkészültségű gyakornokot és munkavállalót kapnak, amelyre a napi gördülékeny munkamenet fenntartásához szükségük lenne. Nincs meg tehát az összhang a munkaadók elvárásai és a képzési programok által fejlesztett kulcsfontosságú szakmai kompetenciák között. Hasonló eredményre jutott az Educatio Kht. Felsőoktatási Műhely – GVI 2008-ban munkaadók és képző intézmények körében zajlott közös adatfelvétele is, amely eredményei szerint „a képzők túlnyomó többsége nem tartja feladatának a kompetenciák komplex, azaz a szakmai-, a személyi-, és a szociális készségek és

képességek fejlesztését. ... E téren jelentős nézet-, és érdekellentét van a képzők és foglalkoztatók között. Ez utóbbiak ugyanis – természetesen – nem kívánják a pályakezdők által képviselt tulajdonságokhoz igazítani a munkaszervezetet, hanem éppen fordítva: a pályakezdőktől, és ezen keresztül a képző intézményekről várják el az igazodást.” (3K Consens Iroda 2008:181).

Az oktatók illetve a munkaadók szerint is a felsőoktatásban végzettség szintjét és minőségét elsősorban a hallgató egyéni szakmai motivációja, készsége és képessége befolyásolja. Ehhez azonban a hallgató megfelelő szakmaorientációjára, tudatos pályára történő felkészülésére van szükség. A 2008-ban zajlott Fehér Könyv a magyar gyakorlat-orientált felsőoktatás helyzetéről c. kutatás azt állapította meg, hogy „a diákok sok esetben nincsenek tisztában az általuk választott képzés elvégzése után felmerülő munkaerő-piaci lehetőségekkel, illetve nem is rendelkeznek a jövőjüket illetően önálló szakmai törekvésekkel. ... Megfigyeléseink szerint a felsőoktatási intézményeknek döntő befolyásuk van a hallgatók identitásaira, törekvéseire.” (3K Consens Iroda:152). Akerlof és Kranton (2002:1181) hallgatói identitáshoz kapcsolódó gazdaságtani elméleti megközelítése szerint a képző intézmény fontos szerepet vállal diákjai identitásának kialakításában, vagyis a fejlesztő környezet biztosítása a képző intézmény feladata. A képző intézmény emellett a felsőoktatás jogi feltételeinek is meg kell, hogy feleljen, s a változtatások csak nagyon lassan haladnak át egy főiskolai vagy egyetemi szervezeten. Vagyis amíg az egyéni motiváció vagy a munkaerő-piaci körülmények gyorsan változhatnak, addig a fejlesztő környezet reagálása akár éveket is igénybe vehet. A három stakeholder elégedettségének együttes meghatározója tehát maga a képző intézmény, amelyben nagy szerepe van a rendszer tehetetlenségének is.

IRODALOMJEGYZÉK

- [1] 15/2006. (IV. 3.) OM rendelet az alap- és mesterképzési szakok képzési és kimeneti követelményeiről
- [2] 3K Consens Iroda (2008): Úton a gyakorlatorientált felsőoktatás felé? „Fehér Könyv a magyar gyakorlat-orientált felsőoktatás helyzetéről (a felsőfokú szakképesítések nélkül)” című kutatáshoz, Budapest, letöltés helye: http://www.3kconsens.hu/files/Tanulmany_SZFK_13_2008.pdf?PHPSESSID=8825672fb1cd1979f684c7d81c4f4efc, letöltés ideje: 2014. június 28., p. 152., 181.
- [4] Akerlof, G. A. – Kranton, R. E. (2002): Identity and Schooling: Some Lessons for the Economics of Education in Journal of Economic Literature, 40. évf. 2002. decemberi szám, p. 1181.
- [5] Gibbs, Graham (1988): Learning by Doing: a guide to teaching and learning methods. Oxford, Oxford Polytechnic Further Education Unit, Nagy-Britannia, p. 87.

Czifra György, Ladislav Morovič

Mérnöki rekonstrukció és gyorsprototípusgyártás a karbantartásban

György Czifra - Ladislav Morovič Reverse engineering and rapid prototyping in the maintenance process

Abstract

The reverse engineering and rapid prototyping, walking hand-in-hand exactly fulfill the task for which are suitable – to help quickly construct and reconstruct the damaged components. Our goal is to find areas where the technologies are not yet widely available, or find the technologies that can be used for industrial purposes and for the everyday practice.

Keywords: CAD, CAM, reverse engineering, rapid prototyping, maintenance

ÖSSZEFOGLALÓ

A visszafejtő mérnöki tevékenység és a gyorsprototípusgyártás kéz a kézben járva pontosan betöltik azt a feladatot, amire alkalmasak – rekonstruálni és gyorsan legyártani a sérült komponenseket. Kutatásaink célja megtalálni olyan területeket, ahol a feltüntetett technológiák még nincsenek elterjedve, illetve megtalálni azokat a technológiákat, melyek ipari célokra alkalmas módon használhatók a mindennapi gyakorlatban.

Kulcsszavak: CAD, CAM, reverse engineering, rapid prototyping, maintenance

1. BEVEZETÉS

Sokan feltehetik a jogos kérdést, hogy kerül a csizma az asztalra, tehát, hogy hogyan függ össze egy alapvetően prototípusgyártásra és tesztermékek gyártására kitalált és alkalmas technológia a javítással, a karbantartással? A válasz egyszerű és logikus: egy tönkrement alkatrészt, amelynek nincs meg a gyártási dokumentációja, amelyről nincs mérethelyes információnk a helyes működés időszakából pótolható, ha visszafejtő, rekonstrukciós mérnöki tevékenységgel le tudjuk képezni a sérült valós alkatrészt, elkészítjük a megfelelő számítógépes modellt, újraalkotjuk immáron a

korrekt, beépítésre alkalmas komponent, legyártjuk és beszereljük.

Cikkünk elemzi a fenti módszer lehetőségeit, rávilágít az esetleges problémákra és keresi megoldásukat. Munkánk során sok területet megvizsgáltunk és elemeztünk, ebben a cikkben csak néhány fontosabb, érdekesebb megoldást emeltünk ki.

2. A MÓDSZER LÉNYEGE

Valójában a bevezetőben említett folyamat mindenki számára ismert, aki foglalkozik a térbeli képalkotással, illetve a tárgyak, ebben az esetben gépalkatrészek számítógépes modelljének kialakításával. A gyakorlat rengeteg eljárást ismer, amelyek többé-kevésbé kielégítik az elméleti kutatások igényeit – tiszta, pormentes laboratóriumi körülmények között, ám gondban lehetünk, ha valós, üzemi környezetben kell alkalmazni ezeket a modellgeneráló eljárásokat. A legnagyobb problémát nyilván a roncsolt alkatrész megfelelő tisztítása okozza, hiszen a szennyeződések erősen befolyásolják a digitalizálás pontosságát. Természetesen figyelembe kell vennünk, hogy milyen eljárással állapítjuk meg a modell kialakításához elengedhetetlen pontfelhő egyes pontjainak koordinátáit.

A kizárólag optikai elven működő rendszerek, mint a GOM: ATOS típus érzékeny a felületen található szennyeződések által okozott mérrethibákra, hiszen működési elvét tekintve a háromszögelési módszert alkalmazza: az egység nagyon pontos csikmintát vetít ki a mérendő tárgyra, amelyet két kamera rögzít. Optikai transzformáció segítségével, a Gauss féle eloszlást is figyelembe véve, valamennyi képpont térbeli koordinátáit ki lehet számítani. A számítás eredménye egy pontfelhő, amelyből felületi háló generálható. Ez egy poligonháló, amely a rendszerből exportálható olyan formátumban, amely lehetővé teszi további CAD rendszerek alkalmazásával előbb felületmodell, továbbá térfogatmodell kialakítását.

A fentiekben csak egy példát mutattunk be, nyilván az összes optikai rendszer, tehát ahol nincs fizikai kapcsolat a mérendő alkatrész és a mérőberendezés között ebben a tekintetben sebezhetőnek bizonyul. A sérült, roncsolt alkatrész tisztítása tehát az első kulcsfontosságú tényező.

Amennyiben valamilyen mérőcsúcscsal ellátott, esetleg lézeres képalkotóval kombinált berendezés áll rendelkezésre, akkor a szennyeződések torzító hatása – emberi korrekció segítségével – kivédhető. Az egyik tipikus példája az ilyen digitalizáló berendezésnek a FARO karos lézerfejes mérőcsúcscsal ellátott készülék, természetesen a megfelelő támogató háttérprogrammal együtt. Sajnos cikkünk terjedelme nem engedi meg, hogy részleteiben ismertessük ezt a rendkívül progresszív technikai megoldást, felhasználása nagyon széles körben megvalósul könnyű kezelhetősége, hordozhatósága következményeként.

A térbeli szerkezetek digitalizálásának egyik fontos felhasználási területe a nagy kiterjedésű, bonyolult üregezesű objektumok – mint például a hajók. A hajók géptermének beépítése nem egyszerű feladat, több előző cikkünk is foglalkozik a témával. Az egyik sarkalatos pont az objektum matematikai modelljének összehasonlítása a valós, felépült acélszerkezet geometriájával.



1. ábra: FARO letapogató csőgyártás közben [2.]

Az összehasonlítás nagy hatékonysággal végezhető, ha sikerül pontos letapogatással megfelelő pontfelhőt leolvasnunk, ebből megfelelő eljárással felületmodellt állítunk elő, majd ezt a modellt összevetjük a CAD rendszerben elkészült térbeli modellel. Az ilyen eljárás segítségével nagyszerűen kiszűrhetők a pontatlanságok és meg lehet változtatni a beépítendő komponensek – ebben az esetben a csőágak – méretét, geometriáját még a beszerelés fázisa előtt, így elkerülhetők a helyszíni átalakítással járó többletköltségek, vagy a selejtelek kialakulása.

A karbantartás és javítás egy hajó külhaja esetében nagyon bonyolult és technológiailag igényes feladat. A külháj geometriája általában sablonok segítségével készül s mivel meg kell felelnie az áramlástan alaptörvényeinek – az úszással szemben a lehető legkisebb ellenállást szabad kifejtienie – ezért egy esetleges sérülés esetén rendkívül fontos a pontos geometria betartása, a javított rész szinte varratmentes illesztése az eredeti ép felülethez. Ezt a munkát hatékonyra és nagyságrendileg pontosabbá lehet tenni a térbeli képalkotó berendezések segítségével. A megfelelő alappontok felvétele után megtörténik a felület digitalizálása, a pontfelhő kialakítása, a poligonháló kifeszítése az alappontokra, a felület újragenerálása, sablonok gyártásához szükséges formák kialakítása, sablonok legyártása, a külháj ráfeszítése a sablonokra, majd a folt felhelyezése a sérült felület helyére.

Az alábbi ábrákon éppen egy ilyen felmérés folyik.



2. ábra: Sarokpontok meghatározása hajótestben [3.]



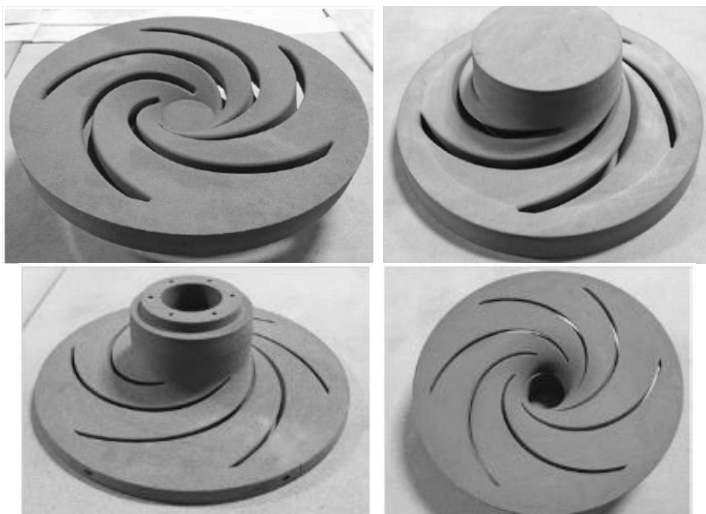
3. ábra: Sarokpontok meghatározása hajó külhélján [3.]

A javításban történő felhasználás rendkívül szép példaként a centrifugális szivattyúk járókereinek rekonstrukcióját, valamint a turbinalapátok pótlását szeretném megemlíteni.

Különös jelentőséggel bírnak az olyan szivattyúk felújítási eljárásai, melyek dokumentációja nem áll rendelkezésre, illetve nagyon gyorsan kell megoldani a javítás problémáját.

Ebben az esetben is a térbeli letapogatási – képalkotási technológia áll rendelkezésünkre. A pótló alkatrész legyártására viszont – és itt lép be a képbe a gyorsprototípusgyártás – megvan a megfelelő technológiánk. A különféle műanyagokkal dolgozó nyomtatókkal most nem szeretnénk foglalkozni, forduljunk az úgynevezett lézerszinterézis felé. Az úgynevezett SLS – szelektív lézer szinterézis működési elve ismert, ám a rendelkezésre álló ma felhasználható alapanyagok lehetővé teszik nemcsak formák, szerszámok, hanem munkadarabok – értsd pótolandó – alkotóelemek gyártását is.

Végezetül egy gyakorlati példát szeretnék bemutatni: egy szivattyú járókereinek öntőformáját 3D nyomtatóval nyomtatták ki – a forma speciális homok és kötőanyag keveréke.



4. ábra: Vaughan Chopper Pumps - Pump casting using 3D printing [1.]

3. ÖSSZEFOGLALÁS

Mint az a fentiekből kitűnik, a visszafejtő mérnöki tevékenység és a gyorsprototípusgyártás kéz a kézben járva pontosan betöltik azt a feladatot, amire alkalmasak – rekonstruálni és gyorsan legyártani a sérült komponenseket. Kutatásaink célja megtalálni olyan területeket, ahol a feltüntetett technológiák még nincsenek

elterjedve, illetve megtalálni azokat a technológiákat, melyek ipari célokra alkalmas módon használhatók a mindennapi gyakorlatban.

A fenti megoldások és módszerek kutatása Szlovák Műszaki Egyetem projekt 1746 - Vybudovanie multimediálnej učebne című kutatási – fejlesztési projektje keretén belül lettek megvalósítva.

IRODALMI HIVATKOZÁSOK

- [1.] <http://www.chopperpumps.com/company.html>, 2014-03-19
- [2.] <http://www.faro.com/home>, 2014-03-19
- [3.] <http://www.gom.com>, 2014-03-19

Madaras Lászlóné

Magyar matematikus hozzájárulása a modern algebra megszületéséhez

Lászlóné Madaras: Hungarian mathematician made contribution to the birth of modern algebra

Summary

The Kürschák's theory of evaluation is considered one of the most beautiful chapters of modern algebra. It was created in 1912 by József (Josef) Kürschák who had been presented the formal definition of valuation and formulated the axioms. By our paper we intend to retrace the scientifically work of Josef Kürschák, who was one of the great characters of Hungarian mathematical school. Two important events make this particularly timely: the anniversary of his 150th birthday and his outstanding scientifically results in international level. Besides he was a scientific teacher recognizing and assisting mathematical talents. One of the best-known mathematical competitions, the Kürschák competition keeps the memory of his name.

Keywords: modern algebra, theory of valuations, Kürschák-mosaic, scientific teacher, Kürschák-competitions.

ÖSSZEFOGLALÓ

A Kürschák-féle értékelésmélet a modern algebra egyik legszebb fejezetének tekinthető. Létrejött 1912-re tehető, amikor Kürschák József bemutatta az értékelés formális definícióját és megfogalmazta az axiómáit. Dolgozatunkkal a magyar matematikai iskola egyik nagy egyéniségének Kürschák Józsefnek a munkásságára kívánunk visszatekinteni. Két fontos esemény teszi ezt különösen időszerűvé: születésének 150. évfordulója és nemzetközi szinten is kiemelkedő tudományos eredményei. Mindezek mellett olyan tudós tanár volt, aki felismerte és segítette a matematikai tehetségeket. Az egyik legnevesebb matematikai verseny, a Kürschák-verseny őrzi a nevét.

Kulcsszavak: modern algebra, értékelésmélet, Kürschák-mozaik, tudóstaná, Kürschák-versenyek.

1. A modern algebra kialakulása. Bevezetés

A modern algebra megszületését Bolyai János világraszóló felfedezése, a nem-euklideszi geometria létrejötte készítette elő. A bolyai-féle hiperbolikus geometriával bebizonyosodott

ugyanis, hogy ha fel lehet építeni a korábban egyetlen geometriának hitt euklideszi geometriától alapvetően eltérő, új axiómákra épülő ellentmondásmentes geometriát, akkor létjogosultsága van új algebrai struktúrák létrehozásának is. Az absztrakt algebra kialakulása – mely főként Angliához köthető – jóval hosszabb időt vett igénybe, mint a geometria „gyors” átalakulása. Az új algebraikat tetszőleges matematikai objektumokra vonatkoztatva az új algebra formális deduktív rendszerré válhatott.

A témában az egyik legjelentősebb magyar algebrai eredménynek Kürschák József 1912-ben előadott algebrai dolgozatának értékelésméletét tekintik. Az értékelt testek elmélete c. híres dolgozatával sikerült megalapoznia a modern algebra egyik ágát, kutatási eredménye az algebrai számelmélet alapvető jelentőségű részévé vált.

2. 150 éve született Kürschák József (1864-1933) a magyar matematikai élet egyik kiemelkedő egyénisége.

Kürschák József 1864-ben született Budán, a Felvidékről felköltözött iparos családban.

Édesapját korán elvesztette, édesanyja nevelte fel testvérével együtt.

A kitűnő előmenetelű középiskolai tanulmányai után ábrázoló geometria tanára, Kreybig Lajos tanácsára 1881-től 1886-ig a Budapesti Tudományegyetem matematika-fizika szakán folytatott tanulmányokat, s 1888-ban megszerezve a tanári oklevelét. A Műegyetemen Hunyady Jenő előadásai és Kőnig Gyula szemináriumai voltak rá a legnagyobb hatással. Mesterének Kőnig Gyulát tekintette, az ő irányításával kezdett matematikai kutatásokba. Tőle tanulta meg azt is, hogy hogyan lehet a legtehetségesebb tanítványait önálló kutatásra ösztönözni. „Magam egész működésemhez tőle nyertem irányítást.” hangsúlyozta a Kőnig Gyuláról tartott emlékbeszédében.

Középiskolai tanárként Rozsnyón, Debrecenben, majd a budapesti V. kerületi főreáliskolában dolgozott. 1891-ben matematikából magántanári képesítést szerzett a budapesti Királyi József Műegyetemen, s egészen haláláig ott tanított. A kezdetekben a Műegyetem korrepetitora, később rendes tanára. Tanított analízist, algebrát, geometriát, differenciálgeometriát.

Speciális szemináriumokat vezetett tanárjelölteknek (ennek volt a hallgatója pl. Kalmár László is), tartott órát építésmérnököknek és vegyészeknek.

1890-ben doktorált a budapesti tudományegyetemen matematika, elméleti és kísérleti fizika tárgyakból, 1891-ben habilitált. 1896-ban (32 évesen) levelező, 1914-ben rendes tagja lett az MTA III. Matematikai Osztályának. 1931-től haláláig a testület igazgatója, valamint a matematikai és természettudományi osztály titkára volt. 1896-tól jegyzőként részt vállalt a Matematikai és Fizikai Társulat munkájában. 1907-ben elnyerte a Holland Tudományos Társaság tiszteletbeli tagja címet.

1906 és 1909 között a műegyetemen dékáni, majd 1916 és 1918 között a rektori tisztséget is betöltötte. Emlékét a Műegyetem rektori tanácstermében festmény, a H épületben pedig

a 406-os tanterem elnevezése és emléktáblája őrzi.

3. Tudományos munkássága

A Bolyaiak világraszóló matematikai eredményeit követően a magyar matematikai élet fellendülése a kiegyezés körüli években következett be, jó néhány matematikusunk tudományos pályája tehető erre az időszakra. Az iránymutatásukon felnövő Kürschák József mintegy 46 éven át folytatva kiemelkedő munkásságot – a 20. század első felének egyik legnagyobb matematikusává vált.

Publikációi a matematika széles körét átfogják. Témájuk szerint: geometria, algebra és számelmélet, analízis, matematikátörténet, Bolyai kutatás, megemlékezések, cikkek a Pallas Nagy Lexikonba, matematika tanárképzés és tudománypolitika, kitűzött feladatok és megoldásaik (Középiskolai Matematikai Lapok, Matematikai és Fizikai Lapok), egyetemi jegyzet és a Matematikai Versenytételek. Jellemző, hogy minden fontosabb cikke megjelent magyarul (pl. Matematikai és Fizikai Lapok), és idegen nyelven (főképpen németül) is egy rangos külföldi folyóiratban (pl. Math. Annales, Crelle Journal).

Tudományos munkásságát jellemzi a matematikai igényesség, az egyszerűsítésre és általánosításra való törekvés, a mély és kristálytisza gondolkodás, az egyéni ötletes meglátások, az elemi és a felsőbb matematika határkérdései iránti vonzódás.

Már egyetemi hallgatóként is végzett tudományos munkát. Első dolgozatát: A körbe beírt és a kör körül írt sokszögekről (1887) még tanári diplomájának megszerzése előtt Kőnig Gyula mutatta be az MTA III. osztályának ülésén. Ebben új és szemléletes bizonyítását adta annak az ismert matematikai tételnek, hogy a körbe, illetve a kör köré írt konvex sokszögek közül a szabályos sokszögek területe a legnagyobb, illetve a legkisebb. Kürschák mutatta meg először, hogy a beírt szabályos sokszögek területe a csúcspontok számának növelésével monoton nő, a körülírtaké pedig monoton csökken. Nem tételezte fel automatikusan a szélsőérték létezését, – amit

korábban hallgatólágoosan elfogadtak, – hanem be is bizonyította azt.

A körmérés története és elmélete című cikksorozata (I-IX., Math. és Phys. Lapok, 1892-1894) önálló kötetként is megállná a helyét. Részt vállalt Bolyai Farkas Tentamen című könyve 2. kiadásának előkészítésében, mely tartalmazza Bolyai Jánosnak a nemeuklidészi geometriáról szóló munkáját, az Appendixet is. A Francia Akadémia felkérésére ő írta meg J. Hadamard –dal együtt a matematikai tudományok enciklopédiájának számelmélettel foglalkozó első kötetét.

3.1 Nemzetközi hírv tudományos eredményei

Nemzetközi visszhangot kiváltó legelismertebb matematikai eredménye a fentebb már említett Kürschák-féle értékelésméletet, melyet a Cambridge-ben 1912-ben megrendezett V. Nemzetközi Matematikai Kongresszuson mutatott be. Ezzel a szülőatyja lett a 20. század első felében kifejlődött modern algebra egyik legszebb és igen hasznos elméletének – az ún. értékelés elméletnek. Minden modern algebrával foglalkozó monográfiában megtalálhatjuk a nevét. Eredményeit A határértékképzés és testelmélet (1912) című cikkében az MTA-an is bemutatta, majd 1913-ban megjelent németül a Crelle Journalban is „Über Limesbildung und allgemeine Körpertheorie” címmel. Ebben olvashatjuk Kürschák alapvető fogalmát az értékelésről, amelyet olyan nemnegatív valós értékű függvénynek tekint, $a \mapsto \|a\|$, amely kielégíti

a következő három axiómát:

$\|a\| = 0$ akkor és csakis akkor, ha $a = 0$

$\|1 + a\| \leq 1 + \|a\|$ min den $a \in K$ esetén

$\|ab\| = \|a\| \cdot \|b\|$ min den $a, b \in K$ esetén.

Kürschák egy test értékelésének fogalmát az abszolút érték fogalmának az általánosításaként vezette be, mely nélkül a testek nem rendezhetők. Az értékelést egy olyan φ leképezésnek tekintette, amely egy adott T testből egy S elrendezett testbe (amely többnyire racionális vagy valós számtest)

irányul és rendelkezik az abszolút érték jól ismert tulajdonságaival.

Definíciója: Egy $\varphi : T \rightarrow S, a \mapsto \varphi(a)$ leképezést a T test értékelésének nevezünk, ha teljesülnek rá a következők:

$$\varphi(a) > 0, \text{ ha } a \neq 0 \text{ és } \varphi(0) = 0,$$

$$\varphi(a + b) \leq \varphi(a) + \varphi(b),$$

$$\varphi(ab) = \varphi(a) \cdot \varphi(b)$$

Ekkor a T -t értékelt testnek nevezzük. Ha $T = \mathbb{Q}$, akkor $\varphi(a) = |a|$ az abszolút érték értékelés.

(Az értékelésmélettel itt nem kívánunk részletesebben foglalkozni. Lásd erről Rédei László: Algebra c. monográfiát. Akadémiai Kiadó, Budapest, 1954)

Kürschákot ezért az eredményéért választották meg az MTA rendes tagjává 1914-ben. 1922-ben V. D. Gokhale: Concerning Compact Kürschak's Fields című, az American Journal of a Mathematics folyóiratban (Vol. 44. No 4) megjelent cikkében az értékelt testet Kürschák-féle testnek nevezte el. Az elméletet A. Ostrowski fejlesztette tovább.

Kürschák egy másik nemzetközi feltűnést kiváltó eredménye a szerkesztésmélet témájához kapcsolódott. A matematikusokat már régóta foglalkoztatta a szerkesztéseknek az egyszerűsítése. Közismert, hogy az euklideszi szerkesztések egy körző és egy vonalzó segítségével Mohr (1672) és Mascheroni (1797) megmutatták, hogy minden egyenes vonalzóval és körzővel elvégezhető euklideszi szerkesztés megoldható csak körzővel is.

David Hilbert a témában azt a kérdést vizsgálta, hogy melyek azok a geometriai feladatok, amelyek megoldásához a vonalzón kívül csak hosszátvivő, vagyis olyan eszköz szükséges, amely tetszés szerinti szakaszoknak egy egyenesről tetszés szerinti másik egyenesre való átrakását teszi lehetővé. Azaz diszkrét szerkesztésekre szorítkozva a körzőt elegendő távolságmérésre és távolság felrakásra használni. Hilbert kimutatta, hogy az összes 1-4. axiómán alapuló ún. elemi geometriai alapszerkesztésekhez a körző elegendő az egyenes vonalzó mellett, ha a körzőt csak

távolság felmérésre, azaz távolság felrakásra használjuk.

Kürschák bebizonyította, hogy az ún. diszkrét szerkesztésekben a hosszátvivő egy alpmértékkel (egységgel) pótolható, vagyis a tetszőlegesen nyitható mérőkörcső helyett elegendő az egyenes vonalzó mellett olyan merev körzőt használni, amely csak egy megszabott alpmérték áthelyezésére alkalmas (egységátrakó körző). Egyszerűsítése tehát abban áll, hogy az egyenes vonalzó mellett csak egy olyan eszköz kell, amely egy megszabott alpmérték az egység felrakására alkalmas.

Az egységátrakás (egyenes vonalzóval és merev egységkörcsővel való geometriai szerkesztés), Das Streckenabtragen (Math. Ann. 1902), vagyis: A szakasz átrakás, Kürschák igen híres geometriai tárgyú dolgozata, mely mindössze másfél oldalas. A cikk a fentiek alapján David Hilbert: A geometria alapjai (Grundlagen der Geometrie, 1899) írt munkáját egészítette ki. Hilbertnek, a geometerek Bibliájának is nevezett, az euklideszi geometria axiomatikus felépítését tárgyaló könyvében a második kiadástól kezdve Kürschák eredménye megtalálható, nevének említésével és a dolgozat ábrájának közlésével együtt. Azóta a világ minden táján, minden geometriai axiomatikával foglalkozó könyvbe bekerült.

3.2 Munkásságának néhány kiemelkedő eredménye

M. Dehn munkásságának köszönhetően a 19. század végén elterjedt a két terület egyenlőségét átdarabolással történő igazolás módszere. Kürschák egyik világszerte ismert dolgozata: A szabályos tizenkétcsügről (Math. és Phys. Lapok, 1898) ehhez a problémához kapcsolódik. A tétel azt mondja ki, hogy az r sugarú körbe írt szabályos tizenkétcsügrő terület egyenlő a köré írt kör sugara fölé emelt négyzet területének háromszorosával, azaz egyenlő $3r^2$ -tel. Ebből a problémakörből alakult ki a Kürschák-féle csempézés vagy más néven, Kürschák-féle parkettázás. Lényege, hogy egységnyi oldalú szabályos háromszögekkel és 150 fokos szögű egységnyi egyenlő szárú háromszögekkel kicsempézhető egy szabályos tizenkétcsügrő, és ugyanezzel a csempékészlettel

egy olyan négyzetnek pontosan a háromnegyede is, amely négyzet beírt köre azonos a tizenkétcsügrő körülírt körével. Kürschák ezen miniatűrjéhez számos animációt készítettek.

A lóúgrások számos problémájával eredetileg Euler kezdett el foglalkozni. Kürschák érdeklődését a téma iránt: „Solution d’une question curieuse, qui ne paroît soumise a aucune analyse” c. cikke keltette fel. Ennek kapcsán jutott arra az eredményre, hogy a végtelen sakktábla befutható lóúgrások végtelen sorozatával úgy, hogy minden mezőre egyszer és csak egyszer lépünk. A Lóúgrás a végtelen sakktáblán (Math. és Phys. Lapok, 1926) c. a cikke az 1926. évi XXX. Eötvös verseny 1. feladatához fűzött megjegyzéséhez kapcsolódott. Bemutatta az 5×5 mezős véges tábla lóúgrással való befutását, illetve azt hogy hogyan lehet az 5×5 mezős tábláról a szomszédos 5×5 mezős táblára átugrani, vagyis hogyan lehet a végtelen 5×5 mezős táblát befutni. Így bebizonyította a fenti tételt, azaz: A végtelen sakktáblán bármely mezőről bármely másikat a lóúgrások alkalmas sorozatával érhetjük el.

Felkeltette az érdeklődését a számelméletben nevezetes Waring-sejtés is, mely szerint minden pozitív egész szám előállítható véges számú n -edik hatvány összegeként. Néhány nappal Hilbert 1909-ben megjelent bizonyítása után sikerült lényegesen egyszerűsíteni a bizonyítást.

Munkásságának fontos eredményei kapcsolódnak a variációs számításhoz is. Közismert, hogy a variációs számítás függvények – geometriailag görbék – közül keresi a bizonyos szempontból optimálisan viselkedőt. Kürscháknak, – aki a témában fellépő parciális differenciálegyenleteknél azt vizsgálta, hogy a bizonyos értelemben különböző variációs feladatok megoldása milyen feltételek mellett lesz azonos, – sikerült általánosítani egy Eulertól származó igen fontos tételt.

4. Matematikai versenyek, szerkesztések

Kürschák alapító tagja volt az 1891-ben létrejött Mathematikai és Physikai Társulatnak. A

Társulat lapjában, a Matematikai és Fizikai Lapokban számos matematikai diszciplínáról írt ismeretterjesztő közléseket. Egyik kezdeményezője volt annak a versenymozgalomnak, amit a Társulat 1894-ben indított útjára először. A matematikai tanulóversenyt később Eötvös-versenynek nevezték el. Az Eötvös versenyek ettől kezdve, a háborús évek kivételével, minden év őszi megrendezésre kerültek, s számos híressé vált matematikus vagy fizikus első eredményét ezeknek a versenyeknek köszönheti. Kürschák oroszlánrészt vállalt a versenybizottság munkájában, bekapcsolódott a feladatok kitűzésébe és a dolgozatok értékelésébe is. Az ő érdeme, hogy a versenyek a magyar matematikai élet egyik legsikeresebb intézményévé váltak.

1929-ben „Matematikai Versenytételek” c. könyvében összegyűjtötte az 1894-1928 közötti első 32 versenyen kitűzött versenyfeladatokat. Ebben nemcsak felhasználta a díjnyertes tanulói megoldásokat, de néhány esetben pontosította, vagy az átlagoshoz közelebb állóval pótolta is azokat. „Nem egy pályadíjnyertes megoldás csak a lényegét nem érintő változtatásokra szorult, hogy tanulságul és mintául szolgálhasson e könyv fiatal olvasóinak. Ilyenkor átdolgozások után is a megoldást a pályázó munkájának tekintettem és nevével közöltem”- olvashatjuk az Előszóban.

A versenyfeladatokhoz 38 jegyzetet készített, melyekben kiemelte az egyes témakörök új tudományos eredményeit, s megjelölte a matematika egyes ágaihoz történő kapcsolódási lehetőségeiket is, ösztönözve ezzel olvasóit a további kutatásokra. „A közölt megoldásokkal, valamint az ezekhez fűzött jegyzetekkel, melyek fokozatosan a matematika magasabb szféráiba vezetik az ifjú olvasót, oly munkát alkotott, amely bármely ország tudományos irodalmának díszéül szolgálhat, s amely arra van hivatva, hogy nagymértékben tökéletesítse középiskolai matematikai oktatásunkat.”- írta róla König Dénes 1933-ban, a Középiskolai Matematikai Lapokban megjelent nekrológban.

A Matematikai Versenytételek számos kiadást ért meg, sokan tartják a világ egyik legjobb

tehetséggondozó könyvének. Hozzájárult ahhoz, hogy a magyarok a nemzetközi versenyeken kiváló eredményeket érjenek el, s hogy Magyarország a 20. században egyféle „matematikai nagyhatalommá” nőjön. 1956-tól újabb, átdolgozott, és a későbbi évek versenyeivel bővített kiadásai jelentek meg. A Hajós – Neukomm – Surányi-féle átdolgozást angol nyelven Amerikában is kiadták „Hungarian Problems Book Based on Eötvös Competitions” címmel, majd ez alapján a világ számos nyelvére, románra, japánra és oroszra is lefordították.

A matematikai versenyek 1949 óta viselik a „Kürschák József matematikai emlékverseny” nevet, s a kitűzött feladatokat röviden Kürschák feladatoknak nevezik. Emléket állítva ezzel annak a kiváló matematikusnak, aki talán a legtöbbet tette a matematikai tanulóversenyek ügyéért.

Kürschák 1902-től munkatársa lett a holland „Revue semestrielle des publications mathematiques”-nek, mellyel először vált lehetővé, hogy a magyar nyelvű matematikai eredményeket nemzetközi szinten megismerjék. Szerkesztője volt a „Mathematische und naturwissenschaftliche Berichte aus Ungarn,” valamint a „Matematikai és Természettudományi Értesítő” c. folyóiratoknak.

5. Összefoglalás

Kürschák József nemcsak kiemelkedően tehetséges kutató volt, hanem a pedagógiát művészi szinten művelő, igazi tudós tanár is. Hat évig tanított középiskolában, de egész életében – még akadémikusként is – sokat tett a középiskolások tehetséggondozásáért. Az alkotó matematikai gondolkodással megáldott diákok felismerése és ösztönzése miatt nagy jelentőséget tulajdonított a középiskolai versenyeknek, melynek a mai napig ható eredménye a világhírű Matematikai versenytételek című könyve.

Pedagógiai célkitűzése nem korlátozódott a tehetséges diákok támogatására. Magas fokon tanította a matematikát, s példáján keresztül a diákok értelme mellett a jellemüket is

igyekezett formálni. Hallgatóságát nemcsak tanította, de egyben nevelte is kristálytisza logikával megáldott magyarázataival, szabatos előadásmódjával.

Alapvető pedagógiai elve, hogy inkább kevesebbet tanítsunk, de azt úgy, hogy gondolkodásra, öntevékenységre serkentsen. Hitvallását jól mutatja a következő kijelentése: "A tudományból magam is igazán csak azt értettem meg, amit önállóan átgondoltam, vagy egy szerény lépéssel előbbre is vittem"

Tanítványai, mesterüket esetenként talán túl is szárnyalva nemcsak Magyarországon, de más európai, sőt néhány esetben még Európán kívüli földrészeken is bizonyítani tudtak. Néhányan közülük világhírnévre tettek szert, így például Neumann János a számítógépek atyja, König Dénes a gráfelmélet megteremtője vagy Teller Ede a hidrogénbomba atyja.

König Dénes jellemzése szerint "Kürschák József, mint ember, és mint tudós egyaránt méltó arra, hogy mintaképül állítsuk a magyar ifjúság elé." (König 1933)

Elhivatottságára, példamutatására a legjobban az 1916/17-ben a Műegyetemen tartott rektori beszéde utal: "Ha bízunk önmagunkban és örömmel végezzük kötelességeinket, ha hivatásunkat nem tehernek, hanem erőnk természetes érvényesítésének tekintjük, akkor nem maradhat el a siker."

Összefoglalóan Kürschák munkásságának jelentőségét – beleértve mesterének, König Gyulának a szerepét is – a legjobban talán Turán Pál fogalmazta meg: „A magyar matematikát európai szintre – eltekintve a Bolyaiak nagy jelentőségű, de a maguk korában teljesen visszhang nélkül maradt tevékenységétől – König Gyula és Kürschák József emelték fel.”

FELHASZNÁLT IRODALOM

- [1.] Alexanderson, G. L., Seydel K. (1978): Kürschak's tile The Mathematical Gazette, Vol. 62, No. 421, 192-196. p.
- [2.] Filep László (1983): Ötven éve halt meg Kürschák József (1864-1933) KöMaL, 97-100. p.
- [3.] Gray, J. (1997): König, Hadamard and Kürschák and abstract algebra Mathematical Intelligencer, Vol. 19, No 2.
- [4.] Gyarmathi László (1973): Kürschák József. A Debreceni Fazekas Gimnázium Éretesítője, 1973, 57-70. p.
- [5.] Hilbert, D. (1922): Grundlagen der Geometrie Berlin
- [6.] Kántor Sándorné (1983. december 4.): Kürschák József emlékezete Hajdú-Bihari Napló
- [7.] Kántor Sándorné (1986): Tudós matematikatanárok Hajdú, Szabolcs és Szolnok megye középiskolaiban, 1850-1948 Debrecen, 94-96. p.
- [8.] König Dénes (1933): Kürschák József (1864-1933) Középiskolai Matematika Lapok 1933. 8. szám
- [9.] J. Kürschák (1913): Über Limesbildung und allgemeine Körpertheorie, J. reine angew. Math. 142, 211-253. p.
- [10.] Kürschák József (1926): Az utolsó száz év a matematika történetéből Magyarországon. In: A Magyar Tudományos Akadémia első évszázada. Bp., 451-459. p.
- [11.] Markó László (Főszerk.) (2002.): Új magyar életrajzi lexikon III. (H-K). Bp., Magyar Könyvklub 1270-1271. p.
- [12.] Obláth Richárd (1954): Kürschák József Középiskolai Matematikai Lapok, 97-104. p.
- [13.] Rados Gusztáv (1934): Kürschák József emlékezete. Az MTA Elhunyt Tagjai fölött tartott Emlékbeszéd. 11. p.
- [14.] P. Roquette (2002): History of valuation theory I, in Valuation theory and its applications I, Fields Inst. Commun., 32, Amer. Math. Soc., Providence, 291-355. p.

- [15.] Schmidt Tamás (1983/84): Kürschák József algebrai munkásságáról. In: Matematikai Lapok 34 (4), 247-248. p.
- [16.] Stachó Lajos (1967): Kürschák József Műszaki Nagyjaink, III. kötet, 241-279. p.
- [17.] Strommer Gyula (1983/87): Kürschák József (1864-1933), Matematikai Lapok 34 (4), 239-245. p.
- [18.] Szénássy Barna (1994): Kürschák József emlékezete. In: Debreceni Szemle II. 605-610. p.
- [19.] Tarsoly István (Főszerk.) (1999): Magyarország a XX. században IV. Tudomány – Műszaki és természettudományok. Szekszárd, Babits Kiadó, 21. p.

László Éva, Jakopánecz Eszter, Törőcsik Mária

A Műszaki menedzser alapszak munkaerőpiaci megítélése és fejlesztési lehetőségei a Szolnoki Főiskolán

Éva László, Eszter Jakopánecz, Mária Törőcsik: Evaluation of the Technical Management Bsc by labor market and its development possibilities at the College of Szolnok

Abstract

The College of Szolnok conducted a qualitative research under the framework of SROP 4.1.1.C – 12/1/KONV-2012-2004 to support the strategic development of Technical Management BA program. Using qualitative research methods we point out that the closer cooperation with companies will be crucial in the future: it is going to allow faster response to market demand, better knowledge transfer of newest skills, and higher acceptance of Technical Management BA program and College of Szolnok. Results show that the current training level in College of Szolnok requires further development to enhance the marketability of graduates, in which the transfer of the related areas is also an important issue. Addition to professional basic knowledge strong requirements are also language and communication skills in high-level.

Keywords: *expectations to Technical Management BA program, specialization development, empirical research with experts*

ÖSSZEFOGLALÓ

A Szolnoki Főiskola képzésfejlesztési célból kutatást végzett a TÁMOP 4.1.1. C – 12/1/KONV-2012-2004 projekt keretében. A Szolnoki Főiskola azt a célt tűzte ki, hogy piaci információkkal segítse a Műszaki menedzser alapszak képzési stratégiájának fejlesztését. A szakértőket, oktatókat és hallgatókat megszólaltató kutatás eredményei aláhúzzák, hogy a Műszaki menedzser alapszak jövőjét illetően kulcsfontosságú a gyakorló vállalatokkal való szorosabb együttműködés: ezáltal lehetővé válik a piaci igényekre való gyorsabb reagálás, a legfrissebb tudás átadása, illetve a szakirány piaci elfogadottságának erősítése is. Az eredmények rávilágítottak, hogy a Szolnoki Főiskola jelenlegi képzési színvonala további fejlesztéseket igényel a kikerülő pályakezdők piacképességének erősítése érdekében, amelyben markáns kérdést jelent a kapcsolódó területek ismereteinek átadása is. A megfelelő szakmai alaptudás mellett határozott elvárás a

nyelvek ismerete és a magas szintű kommunikációs képességek megléte.

Kulcsszavak: műszaki menedzser szak iránti elvárások, szakirányfejlesztés, szakértői empirikus kutatás

BEVEZETÉS

A Szolnoki Főiskola képzésfejlesztési célból kutatást végzett a TÁMOP 4.1.1.C – 12/1/KONV-2012-2004, „Harmadik generációs összehangolt szolgáltatási portfólió és irányítási rendszer kialakítása, valamint stratégiai jellegű optimalizálás megvalósítása közösségi típusú felsőoktatási együttműködés formájában Délkelet Magyarországon” című projekt keretében. A Szolnoki Főiskola azt a célt tűzte ki, hogy piaci információkkal segítse a Műszaki menedzser alapszak képzési stratégiájának fejlesztését. Ennek keretében átfogóan vizsgáltuk a Műszaki menedzser alapszak piaci megítélését, illetve a Szolnoki Főiskola teljesítményét, a következő kérdéskörök tárgyalásával:

- a Műszaki menedzser szak piaci relevanciájának értékelése,
- a frissen végzettekkel szembeni munkaerő-piaci elvárások feltárása,
- a Műszaki menedzser szak fejlesztési lehetőségei, néhány körvonalazódó szakirány fejlesztési koncepció potenciáljának értékelése,
- a Szolnoki Főiskola megítélése általában, illetve a Műszaki menedzser alapszak kapcsán.

E kérdések megválaszolására kvalitatív kutatás zajlott a munkaerő-piaci döntéshozók, a hallgatók, illetve az érintett oktatók személyes megkérdezésével. A kutatás keretében 35 szakértői mélyinterjú készült: 24 vállalati döntéshozót kérdeztünk meg a Szolnoki Főiskola vonzáskörzetében működő vállalatok képviselőjeként, mely vállalatok fő profilja alapján felvevő piacot jelenthetnek a Főiskola hallgatói számára. A hallgatók véleményének megismerésére a Főiskola hallgatóival szerveztünk fókuszcsoporthoz vitát, az oktatói vélemények feltárására pedig 4 szakértői mélyinterjú készült olyan oktatókkal, akik munkájukból adódóan rálátással bírnak a vizsgált kérdéskörökre.

SAKIRODALMI HÁTTÉR

A felsőoktatásban egyre újabb kihívásokkal találkozunk a döntéshozók, szereplők. A megoldásra váró feladatok, a felsőoktatás történelmi fordulópontjai újragondolásra, újszerű alapokon nyugvó tervezésre sarkalják a döntéshozókat. A felsőoktatási intézmények történelmének új fejezete a harmadik generációs egyetemek kialakulása (Barakonyi, 2010). Mai elvárás a felsőoktatási professzionális menedzsment kifejlesztése, a kormányzati és vállalkozási oldallal való együttműködés képességének bizonyítása (Mora, 2008). Hazai kutatások alátámasztják, hogy Magyarországon ugyan érződik szemléletmódbeli változás, felismerve a piaci szereplőkkel való együttműködés fontosságát, de mindez az intézményi struktúrákban még kevésbé jelenik meg (Deés, 2011). A globalizáció folyamatainak túl számos társadalmi

jelenség is változást mutat. A tanulás természetében megfigyelhető trendekre a felsőoktatási intézményeknek is reagálniuk kell (Drótos – Kováts, 2009).

A hazai felsőoktatás minden érintettje – a felsőoktatási intézmények, a hallgatók, az oktatási kormányzat és a munkaerő-piaci szereplők – számára érzékelhető, hogy a felsőoktatásból diplomával kikerülő és munkát kereső fiatalok jó része nem rendelkezik azokkal az elméleti és gyakorlati ismerettel, melyet az őket foglalkoztatni kívánó vállalkozás elvár. Ezért egyrészt a kérdés az, hogy mi a kereslet és a kínálat közötti eltérés oka, másrészt, hogyan lehetne ezeket az eltéréseket megszüntetni. Az elmúlt évtized számos kutatása és tanulmánya foglalkozott a pályakezdők megszerzett és a munkaerőpiac által elvárt kompetenciák közötti eltéréssel, az eltérés tényét mind meg is állapította, de megoldási javaslatot kevés kutatás tudott megfogalmazni.

Deés (2011) kommunikációs modellje az akadémiai és a vállalati szféra együttműködésének támogatására kínál kommunikációs megoldást. A modell létjogosultságát a szerző kutatásainak eredménye indokolja, amely szerint a kommunikáció hiánya jelentős gátja napjainkban az akadémiai és piaci szféra hatékony együttműködésének. Ebben a kommunikációs modellben a felsőoktatási intézmények marketingtevékenységében a *piacon működő vállalatokkal való kapcsolattartás* kérdésében négy relációt különböztet meg: cégek és oktatók között (képzések kialakítása), cégek és kutatók között (K+F kapcsolatok), cégek és hallgatók között (szakmai gyakorlat), alumni szakmai közösség, illetve inkubációs szerepvállalások terén.

A fiatal munkavállalók elméleti és gyakorlati tudásának mai szintjét különösen aggasztónak ítélte az a tanulmány, amely az NSZFI (Nemzeti Munkaügyi Hivatal Szak- és Felnőttképzési Igazgatósága) felkérésére 2010-ben készült a műszaki felsőoktatásban, a mérnökképzésben. A tanulmány megállapítása szerint a magyar oktatási rendszer tagoltsága, a rájuk vonatkozó ágazati törvények és a kapcsolódó végrehajtási

rendeletek közötti átfedések, a közoktatás leromlott színvonala és a műszaki felsőoktatásba való bejutás relatíve kevés és alacsony minőségi korlátja egyaránt előidézője a hazai BSc szintű képzés jelenlegi állapotának. „A mérnökképzés jelenleg nem ad, illetve nem is tudja megadni a szükséges gyakorlatot, az iparvállalati struktúrában való mozgáshoz szükséges alaprutinokat, a korszerű ipari ismereteket. A felsőoktatás és az iparvállalati együttműködés eddigénél fokozottabb együttműködése – egyes ágazatokban a duális képzés segíthet a képzést és a munkapiac igényeihez közelíteni.” (Palkovics, 2011. 1/2.).

Más kutatások az oktatás lehetőségeivel, a pedagógusképzést is megreformálva próbálják az elmélet és a munkaerő-piaci gyakorlat közötti rést szűkíteni. Kutatások igazolják azt, hogy „a munkáltatók által hiányolt kompetenciák egy része nem tanítható, csak nevelhető. Ehhez komplex gondolkozásmódra és szervezetfejlesztésre van szükség, amelynek keretében át kell alakítani a célrendszert, a szervezeti struktúrát, az értékrendet, a teljes technológiai folyamatot” (Benda, 2014). Az elmélet és a gyakorlat mind jobb összehangolását eredményezné, ha az oktatók magas szintű felkészültségén túl a modern számítógépes és műszaki környezet is rendelkezésre állna az egyébként meglehetősen forráshiányos intézményekben is. Ilyen nagyon fontos és megfizethető eszközök lehetnek az ún. Open Source rendszerek (Cziffra, 2013). A szükséges kompetenciák közül leginkább a nyelvi kompetenciák hiányára mutat rá több kutatás, amely a műszaki képzésben a diploma megszerzésének komoly akadálya (László et al. 2013., Szűcs et al. 2013). A képzés színvonala és a diplomás pályakezdők munkanélküliségi rátájának növekedése között is összefüggést látnak kutatók. Szerintük az, hogy a felsőoktatásba való bejutásra alacsony tudásszint mellett is tömegeknek van lehetősége, hozzájárul a végzés utáni elhelyezkedési nehézségekhez (Bakos-Tóth, 2009).

A vállalati szféra igényeinek, elvárásainak megismerése tehát alapvető követelmény a

Műszaki menedzser szakok hatékony fejlesztése érdekében. Figyelmünk középpontjába tehát a vállalati közeg elvárásait helyeztük, bár rögzítenünk kell azt is, hogy a képzésfejlesztésnek ugyancsak kardinális eleme a „bemeneti oldal” elemzése, vagyis a fiatalok célcsoportjának megértése (Törőcsik, 2010), illetve egy megfelelő megalapozottságú beiskolázási stratégia kialakítása (Kuráth, 2007).

KUTATÁSI MÓDSZER

A Szolnoki Főiskola Műszaki menedzser alapszakának stratégiai fejlesztése céljából, illetve a kapcsolódó kérdések feltárására kvalitatív kutatást végeztünk szakértői mélyinterjú (Veres és társai, 2006; Malhotra, 2005) és fókuszcsoportos vita (Vicsek, 2006) módszerek ötvöztetésével. A beszélgetések egyik fókuszja a Műszaki menedzser alapszak megítélése volt. Ennek során vizsgáltuk a szak piacon való fogadtatását, potenciálját, a kapcsolódó igényeket és elvárásokat, illetve a fejlesztési lehetőségeket. Vizsgáltuk továbbá a fiatal munkavállalókkal kapcsolatos tapasztalatokat, elvárásokat, illetve mindezek tükrében a Szolnoki Főiskola teljesítményét, illetve jövőbeli fejlesztési lehetőségeit.

A megkérdezések 2014 februárjában, márciusában zajlottak, összesen 35 fő részvételével.

A MEGKÉRDEZETT CÉLCSOPORTOK

A kutatás tervezése során három célcsoportot különítettünk el annak érdekében, hogy minden érintetti oldal véleményéről képet kaphassunk a vizsgált kérdésekben. Kutatásunk a következő célcsoportokat ölelte fel:

- a *munkáltatói elvárások* megismerése (24 fő): mélyinterjúk módszerrel kérdeztük meg a Főiskola vonzáskörzetében, főleg Jász-Nagykun-Szolnok megyében működő, a vizsgált szakterülethez kapcsolódó vállalkozások ügyvezetőit, illetve HR vezetőit;
- a *Műszaki menedzser szakos levelező tagozatos hallgatók* tapasztalatainak feltárása (7 fő): fókuszcsoportos vita

keretében vizsgáltuk levelező tagozatos Műszaki menedzser, illetve a Mezőgazdasági és élelmiszeripari gépészmérnök szakos hallgatók véleményét, tapasztalatait a Műszaki menedzser szakról;

- *oktatói vélemények megkérdezése (4 fő):* mélyinterjúk során kérdeztük a szak megítéléséről a Szolnoki Főiskola oktatóit, illetve benchmark példaként a Pécsi Tudományegyetem Pollack Mihály Műszaki és Informatikai Kar egy oktatóját.

A kutatás során alkalmazott vállalati minta kiemelkedő erőssége, hogy közülük többszervezet multinacionális hátterű, jelentős külpiazi kapcsolatokkal rendelkezik, aminek következtében a legkorszerűbb elvárásoknak, a mai kor piaci kihívásainak kell megfelelniük mindennapos tevékenységük során.

Ezért e vállalati minta jól tükrözi a *munkaerő-piaci elvárásokat* – mind a szakmai tudás, az elvárt nyelvtudás szintje, illetve az egyéb kompetenciák terén is. A megszólaltatott vállalati képviselők listáját az 1. táblázat részletezi (a megkérdezés helyét, illetve az interjút adó szakértő beosztását is feltüntetve).

A MEGKÉRDEZETTEK BEMUTATÁSA

Vállalat neve	Megkérdezés helye	Vállalati (fő)profil	Megkérdezett beosztása
Accel Hunland Kft.	Tószeg	kerékpárgyártás	ügyvezető
Audi Hungaria Motors Kft.	Szolnok	autóipari beszállító fejlesztés	beszerzési projektvezető
BI-KA Logisztika Kft.	Szolnok	komplex logisztikai szolgáltatások	HR vezető
Biokom Nonprofit Kft.	Pécs	hulladékkezelési közszolgáltatás	műszaki menedzser
Carrier Magyarország Kft.	Jászárokszállás	hűtőbútorok gyártása	HR vezető
Claas Hungária Kft.	Törökszentmiklós	mezőgazdasági gépek gyártása	HR vezető
Contarex Kft.	Kisújszállás	mezőgazdasági gép és gépalkatrész gyártás	HR vezető
Eagle Ottawa Hungary Kft.	Szolnok	autó bőr ülészetek gyártása	HR generalista
Direkt-Line Kft.	Dunaharaszti	műszaki kutatás-fejlesztés, termék és technológia tervezés, rozsdamentes termékek gyártása és forgalmazása	cégvezető
Elektrolux Lehel Kft.	Jászberény	háztartási készülékek gyártása	HR vezető
Energotest Diagnosztikai és Automatizálási Kft.	Dunaharaszti	gépjármű diagnosztika	motor- és járműdiagnosztikai üzletágvezető;
Ferro-Press Fémipari Szolgáltató Kft.	Jászberény	prés- és finomlemez megmunkálás	HR vezető
Ferzol Lemez megmunkáló Kft.	Tápiószőlős	CNC lemez megmunkálás	ügyvezető
IFM Electronic Kft.	Szolnok	ipari automatizálás	területi képviselő
Infineon Technologies Bipoláris Kft.	Cegléd	teljesítmény félvezető eszközök gyártása, összeszerelése, végmérése	HR specialista
Jászmetál 2000 Kft.	Jászberény	fémszerkezet gyártása és kereskedelme	ügyvezető
Jász-Plasztik Kft.	Jászberény	műanyag feldolgozás	bér- és munkaügyi osztályvezető
KITE Zrt.	Nádudvar	széles körű mezőgazdasági technológiák	műszaki és kereskedelmi igazgató
MÁV-START Zrt.	Szolnok	vasúti járműjavítás	főmérnök

Penta-Klíma Kft.	Szolnok	energiatakarékos fűtési rendszerek tervezése és megépítése	ügyvezető
Stadler Szolnok Vasúti Járműgyártó Kft.	Szolnok	alumínium vasúti kocsik gyártása	HR vezető
Szolnok M JV Polgármesteri Hivatal	Szolnok	közigazgatás	fejlesztési igazgató
T-Plasztik Kft.	Jászladány	gumi és műanyag gyártás, habanyag feldolgozás	ügyvezető
Vasfa Szolnoki Kazángyártó Kft.	Szolnok	kazánggyártás, nyomástartó edények tervezése és kivitelezése	ügyvezető

1. táblázat: A kutatás során megkérdezett vállalati szakemberek listája a vállalat neve, a megkérdezés helye, a vállalati profil, illetve a megkérdezett beosztása alapján.

Forrás: saját szerkesztés.

Az oktatásban résztvevő megkérdezett szakértők:

- Műszaki menedzser szak felelőse, főiskolai docens, Szolnoki Főiskola;
- Műszaki és Gépészeti Tanszék mestertanára, Szolnoki Főiskola;
- Kereskedelem és Marketing Tanszék megbízott tanszékvezetője, főiskolai tanár, Szolnoki Főiskola;
- Pécsi Tudományegyetem Pollack Mihály Műszaki és Informatikai Kar: Építés-kivitelezési és Műszaki Menedzsment Tanszék megbízott vezetője, egyetemi docens.

KUTATÁSI EREDMÉNYEK

Az alábbiakban a kutatási eredményeket összegezzük, a következő kérdések mentén: a Műszaki menedzser alapszak megítélése (előnyök/hátrányok); a Műszaki menedzseri képzettséggel rendelkező fiatal munkavállalókkal szembeni elvárások; a Műszaki menedzser alapszak potenciális fejlesztési területei; a Szolnoki Főiskola megítélése; a Szolnoki Főiskola Műszaki menedzser szakának megítélése.

A Műszaki menedzser alapszak megítélése

A vélemények megoszlának abban a kérdésben, milyen előnyei/hátrányai vannak a Műszaki menedzser alapszaknak. A szakértők a következő *pozitívumokat*, előnyöket emelték ki a Műszaki menedzser alapszakkal kapcsolatosan:

- Hidat képez a műszaki feladatok és azok megszervezése között. Képes a felső vezetéssel való kapcsolattartásra.
„Mivel elég sok cégnél megfordulok, és különböző szintű műszaki vezetőkkal kerülök kapcsolatba, én mindenképpen úgy látom, hogy egy ilyen irányú tudás, orientáltság mindenképpen hasznos. Ezeknek a kollégáknak nemcsak műszaki feladatokra kell figyelmet fordítani, hanem az egésznek a szervezésére, a háttér biztosítására, kapcsolatot tartani a felső vezetéssel.” – IFM Kft. területi képviselője
- Láttatja a dolgok költségvonzatát, vagyis gazdasági szempontból is releváns döntéseket képes meghozni egy ilyen szakember.
- A gazdasági szemlélet elengedhetetlen a piacképes műszaki tudáshoz (elhangzottak vélemények, melyek szerint minden szakmának szüksége lenne gazdasági, menedzseri és marketing ismeretekre is).
„Műszaki menedzsment képzésnek az előnye, hogy műszaki tudást is ad. Ma az építőiparnak elég negatív visszhangja az, hogy például projekteknek a felelősei közgazdászok, akiknek sosem volt műszaki tudástartalom a kezükben, így aztán a műszaki lehetőségektől elvonatkoztatottan hoznak meg gazdasági döntéseket.” – egyetemi docens, PTE PMMIK
- Az általa kapott tudás segíti a vállalkozóvá válást.
- A fiatalok számára kapukat nyit: azzal, hogy több szakterületre kapnak

betekintést, arra kapnak lehetőséget, hogy a továbbiakban eldöntsék, milyen irányban szeretnék elmélyíteni a tudásukat.

Ákik nem tartják piacképesnek a Műszaki menedzser szakot, azok az alábbi érveket mondták el, amelyek miatt szerintük nincs igény ilyen tudásra a piacon. Többen voltak a megkérdezettek között, ákik ezek alapján nem is keresik az ilyen végzettségű fiatalokat. A szak hátrányai, *hiányosságai* a következők.

- Sekélyesek a mérnöki ismeretek - a mai képzési színvonalakhoz képest mélyebb mérnöki tudásra lenne szükség (több szakértő jelezte, hogy általános szakemberhiányt tapasztalnak).
- Van, áki szerint nem csak mérnöki területen, de gazdasági vonalon is sekélyes ismereteket ad egy ilyen képzés. A felületes ismeretek nem teszik lehetővé, hogy a gyakorlatban egyik-másik területen szakértővé váljanak az ilyen dolgozók.

„Többé-kevésbé ismerem a szakot, voltak nálam ilyen jelentkezők, de egyet sem tudtam felvenni. A fő problémám az, hogy menedzsernek nem eléggé menedzser, műszakinak, nem eléggé műszaki. Ma, amikor a műszaki területen is egyre inkább a szakosodás a jellemző, és még szakmák válnak szét, ekkor csinálni egy hibrid szakot, amelyik sem egyik, sem másik területen nem ad igazán gyakorlati ismereteket, ezzel szemben én kissé pesszimista vagyok.” – Direkt-Line Kft. cégvezetője

- A kisebb vállalkozások, illetve a laposabb, kevésbé differenciált szervezetek esetében, ahol a menedzseri (és marketing) funkciók nem válnak el, inkább a műszaki szemlélet dominál. Ezek a szakértők nem látják szükségét ilyen tudású szakember foglalkoztatásának.

„Szerintem nem kerestettek, vagyis a multiknál kerestettek, mert ott a hülyeséget kell eladni, de ahol szakma van, oda nem jók. A műszaki menedzser szak egy 'látványpékség, ami most friss, de két óra hossza múlva összeesik'. Kisebb cégeknél nem a diagramok fontosak, hanem a szakma.” – Jászmetál Kft. ügyvezetője

- A munkáltatóknak kevés az ismeretük, tapasztalatuk a műszaki menedzseri alapszakokról. Több szakértő beszámolt erről, ők a szak által képviselt piaci tudást sem tudták megítélni.
- A szakértők, oktatók, és hallgatók körében egyaránt felmerült, miszerint maga az elnevezés sem jó: menedzser nem lehet egy pályakezdő.

Műszaki menedzser szakos végzettséggel rendelkező hallgatókkal szembeni elvárások

Megkérdeztük a szakértőket, milyen területen, illetve hogyan kellene fejleszteni a Műszaki menedzser szakot annak érdekében, hogy a fiatal pályakezdők tudása jobban megfeleljen a piaci igényeknek és követelményeknek.

Többen hangsúlyozták, hogy a szakmai elméleti (és gyakorlati) ismeretek terén mélyebb mérnöki ismeretekre lenne szükség. Megfogalmazták, hogy *gépészmérnöki* szintű szakmai tudással kellene rendelkezniük a műszaki menedzsereknek. Olyan véleménnyel is találkoztunk, ami szerint nem speciális, hanem mérnöki alaptudásra lenne nagyobb szükség, hiszen a speciális ismereteket úgyis a gyakorlatban fogják elsajátítani a fiatalok.

„Erősebb műszaki tudással lesz piacképesebb a műszaki menedzser, hasonló tudást kellene birtokolnia, mint egy gépészmérnöknek.” – Contarex Kft. HR vezetője

A szakértők több, az egyes cégeknél *használatos informatikai és műszaki rendszert* említettek, amelyek ismerete elvárt. A szakértők érvei szerint azért van szükség ezeknek a programoknak a magas szintű ismeretére, mert e nélkül a cégek nem tudják megfelelő módon hasznosítani az alkalmazott *technológiában rejlő lehetőségeket*. Kiemelt rendszerek:

- termelésirányítási, gyártástervező rendszerek: AutoCAD, Solid Edge, Lean, Six Sigma, 8D módszer;
- vállalatirányítási rendszerek: Régens, MFG, SAP;
- irodai munkát segítő programok: Excel, Access, Word, Power Point.

„A számítógépes alapismeretek felhasználói szinten alapkövetelmény, de például ha a mérnöki, műszaki oldalt vesszük, az Excel, az Access magasabb szintű ismerete, akár speciálisabb informatikai programok, mondjuk a CAD ismerete, ami előnyt jelenthet. Nyilván egy mérnök dolgozik ilyen programokkal.” – Eagle Ottawa Kft. HR generalistája

A nyelvtudással kapcsolatban is megfogalmaztak elvárásokat a megkérdezettek, legalább egy nyelv készség szintű ismeretét várják el. Van, aki olyan kompetenciákat vár el egy műszaki menedzsertől, mint egy közgazdásztól, vagyis legalább két nyelv ismeretét. Mások azt hangsúlyozták, hogy az általános nyelvtudás legyen megfelelő szintű, mert a szakmai kifejezéseket úgyis az adott vállalatnál kell elsajátítani.

„(...) mert ő a közvetítő kapocs. Emiatt elvárás feléjük a nyelvtudás. Általában a közgazdászok jobban beszélik a nyelveket, ez a tapasztalat, emiatt a műszaki menedzsertől is elvárt, hogy tudjon nyelvet.” – Class Kft. HR vezetője

Potenciális fejlesztési területek - tudáskapcsolás

A Műszaki menedzser szak fejlesztése szempontjából kardinális kérdés, hogy milyen további irányok, kapcsolódó területek jelenthetnek potenciált a fejlesztésre, vagyis milyen *kombinált tudásra* van szükség és igény a vállalati életben. Nagyon fontos szempont a kérdés kapcsán, hogy *a legfrissebb, legújabb tudásra* van szükség, bármely terület esetében. A szakértők a következő területeket javasolták:

- informatika; automatizálás;
- logisztika, szállítmányozás; telematika;
- mechatronika; elektrotechnika
- minőségügyi mérnök; gépészmérnök;
- gépgyártás technológia,; erőgépezés;
- munkavédelem; katasztrófavédelem;
- környezetgazdaságtan, környezetvédelem;
- kutatás-fejlesztés;
- gazdasági területek: közgazdaságtan, kontrolling, marketing és kereskedelem.

Összegyűjtöttük azokat a javaslatokat, amelyek a Műszaki menedzser szak fejlesztését célozzák. A vélemények átfogóak: vonatkoznak mind a képzési koncepció átgondolására, mind az oktatók teljesítményére, illetve a cégekkel való együttműködésre. A szakértők a *képzési koncepció* terén a következő területeken várnak el fejlesztéseket, előrelépést:

- A cégekkel való szorosabb együttműködésre van szükség: több szakértő hangsúlyozta, hogy a képzések fejlesztése során a cégekkel való együttműködést, illetve a cégek munkaerő-piaci igényeit kell szem előtt tartani (mind a tananyag összeállításában, mind a gyakorlati oktatás megszervezésében).

„Nagyon-nagyon szoros együttműködés a cégekkel, és az ő igényeikhez kellene mérni a fejlesztés irányát. Ez nem fog gyorsan jelentkezni, de akkor lesz igazán érezhető és dinamikus a fejlődés ebben, hogy ha az iskola és a cégek együtt tudnak működni.” – Ferzol Kft. területi képviselője

- Alapképzésként nincs a szaknak relevanciája: egyrészt amiatt, hogy nem lenne szabad megfelelő szakmai tudás hiányában műszaki végzettséget adni, másrészt pedig nem lehet menedzser egy fiatal pályakezdőből. A harmadik karakteres érv szerint pedig menedzseri ismereteket mély és alapos műszaki ismeretekre lenne célszerű ráépíteni, vagyis inkább másoddiplomaként, kiegészítő vagy éppen továbbképzésként lenne relevanciája a műszaki menedzser tudásnak.
- Biztosítani kell a szakmai ismeretek elmélyítésének lehetőségét: a kapott műszaki menedzseri alapképzésre nem lehet karriert építeni, ezért a fiataloknak specializálódniuk kell a jövőben, mélyíteni a szakmai tudásukat.

A Szolnoki Főiskola megítélése

A Szolnoki Főiskola megítélését általában is vizsgáltuk, illetve konkrétan a Műszaki menedzser alapszak kapcsán is.

A szakértők a következő pozitívumokat emelték ki a Szolnoki Főiskola egészének teljesítményének értékelésében:

- A gazdasági és kereskedelmi végzettségűekkel elégedettek a megkérdezett szakértők, többen kiemelték, hogy ezeken a területeken színvonalas képzés folyik a Főiskolán, illetve az onnan kikerülő fiatalok teljesítményével is elégedettek.

„Közgazdasági képzettséget illetően abszolút meg vagyok velük elégedve.” – Contarex Kft. HR vezetője

„Amit hallottam, hogy a vendéglátás, turisztika, illetve a pénzügy, ezek talán erősebbek, de nincs személyes tapasztalatom.” – Accel Hunland Kft. ügyvezetője

- Jó színvonalú nyelvtudást kapnak a gazdasági képzéseken.

„Úgy tudom, hogy ami a Szolnoki Főiskolának az erőssége volt nagyon hosszú éveken keresztül, és remélem, hogy ezt még mind a mai napig tartja, hogy idegen nyelvben erősek voltak ezek a hallgatók. Voltak olyan szakok, gazdasági vagy kereskedelmi, ahová a diploma megszerzéséhez két középfokú szakmai nyelvvizsgára is szükség volt.” – Infineon Kft. HR specialistája

A megkérdezett hallgatók a beszélgetések során azt emelték ki a Szolnoki Főiskola kapcsán, hogy alapvetően hasznos tudást, szemléletet ad. Egy résztvevő a képzési minőségének javára írta, hogy nem folyik klasszikus tömegképzés a Főiskolán.

A Főiskolával kapcsolatos tapasztalatok többsége azonban inkább valamilyen gyengeségre, fejlesztésre váró területre világított rá. Ezek egy része értelemszerűen az intézmény sajátosságaiban, jelenlegi és múltbéli adottságaiban gyökereznek, másik részük azonban inkább általános problémaként, a hasonló intézményekre, illetve általában a felsőoktatásra jellemzőek.

- Azok a vállalati szakemberek, akiknek van rálátása a Szolnoki Főiskola képzési színvonalára, többségük azt nem sorolta a legerősebb intézmények közé. Ugyanakkor találkoznak jó képességű

hallgatókkal is, akikkel viszont nagyon elégedettek.

- Általánosságban is hangsúlyozták a szakértők, hogy fejleszteni kell a műszaki részét a képzésnek. A konkrétumok szintjén azt emelték ki, hogy hiányoznak a szemléltető eszközök – ezt a hallgatók és a cégek képviselői is így gondolják. Emiatt nincs megfelelő gyakorlati tudásuk a végzett hallgatóknak.

„(...) a műszaki képzésnek a fejlesztése mondhatjuk úgy, hogy létfontosságú. A kereskedelmi és vendéglátóipari rész nagyon jó szinten áll az országban, és nagyon jól tudják hasznosítani. A műszaki képzést emelni kell!” – Penta-Klíma Kft. ügyvezetője

- A diplomát szerző fiatalok nyelvtudása nem megfelelő szintű. Ennek az is oka, hogy a Főiskolára felvételiző hallgatók is eleve rossz alapokkal érkeznek, így a végeredmény sem ad okot az elégedettségre.
- Vannak céges szakértők, akik szerint az oktatók sincsenek tisztában a legújabb technológiával, így a képzés sem lehet naprakész. Nem látnak arra törekvést, hogy az oktatók keressék a kapcsolatot a cégekkel annak érdekében, hogy megismerjék a gyakorlatban alkalmazott berendezéseket, gépeket, programokat. Az oktatók tudásának naprakésztségét a hallgatók is megkérdőjelezték.

„A tanároknak is képezniük kellene magukat, mert én nagyon kevés olyan tanárral találkoztam, aki ide jött volna hozzánk, hogy meg akarja tanulni a legújabb technológiákat. Márpedig a John Deere a mezőgazdasági gépesítésnek a világ élvonalában van.” – KITE Zrt. műszaki és kereskedelmi igazgatója

- Az ide érkező felvételizők sem rendelkeznek a szintnek megfelelő tudással, így a munkaerő-piacra kikerülő pályakezdők sem fognak magas színvonalat képviselni. Ezzel kapcsolatban nem csak azzal van a gond, hogy a műszaki menedzser szaknak alacsony a presztízse. Általános problémaként tartják számon az oktatók, hogy már a

szakközépiskolákból kikerülő diákok tudása sem megfelelő szintű.

„(...) iszonyatosan nehéz dolgunk van, mert a középiskolából egyre szegényesebb tudással rendelkező emberek jönnek. És ez gond. Néha abszolút meglepő dolgok vannak. Például egy hektár hány négyzetméter.” – tanszékvezető, Szolnoki Főiskola

- Csökkent a képzés színvonala a Főiskolán egyes szakértők véleménye szerint.

A Szolnoki Főiskola Műszaki menedzser alapszakja kevésbé ismert a megkérdezett vállalati szakemberek körében. A hallgatók között is többen említették, hogy a információik szerint *a cégek nem tudják*, hogy Szolnokon műszaki képzések is vannak. A cégek vezetőinek tudatába tehát még nem került be, hogy a Szolnoki Főiskola átvette a *mezőtúri műszaki képzéseket*. Olyan szakértőt is megszólaltattunk a kutatás során, aki ugyan ismeri a Szolnoki Főiskolát, de elmondása szerint onnan *senki sem kereste fel* olyan céllal, hogy tájékoztassa a különböző képzéseiről, így a Műszaki menedzser képzésről sincs ismerete. A *kapcsolat hiánya* tehát világosan magyarázza az ismeretlenséget.

4.4. Fejlesztési lehetőségek a Szolnoki Főiskola számára

A Szolnoki Főiskola kapcsán általánosságban, illetve kifejezetten a Műszaki menedzser alapszak esetében is határozottan megfogalmazták, hogy szorgalmaznák a gyakorlatorientált képzés erősítését, fejlesztését. Ennek megvalósulási lehetőségeit több formában is javasolták, melyek a következők:

- A cégekkel kötött együttműködések alapján gyakorlati eszközök elhelyezése a Szolnoki Főiskolán.
- Kivinni olyan cégekhez a hallgatót, ahol rendelkeznek a szükséges korszerű eszközökkel.
- Gyakorlati szakemberek bevonása az oktatásba: ők adnák át hitelesen a legfrissebb tudást a hallgatók számára.

- Szakközépiskolákkal való együttműködés annak érdekében, hogy jobb tudású hallgatók kerüljenek a Főiskolára.
- Duális képzés megvalósítása jelentős mértékben támogatná a gyakorlati szakmai tudás elsajátítását, ugyanakkor megfelelő gondossággal és figyelemmel kell megszervezni ennek működési mechanizmusait, hogy valamennyi érintett - hallgatók, az oktatási intézmények, illetve a vállalatok-előnyhöz juthassanak.

ÖSSZEFOGLALÁS

A Szolnoki Főiskola kutatást szervezett a Műszaki menedzser alapszak fejlesztési stratégiájának megalapozása céljából. Az eredmények részletes képet adnak a megkérdezett célcsoportok tapasztalatairól, elvárásairól, illetve az eredmények egy olyan gondolkodási keretet is körvonalaztak, amely segítheti a Főiskola döntéshozóit a hosszú távú tervezésben. A Műszaki menedzser alapszak értékelésében mind általában, mind a Szolnoki Főiskola kapcsán jelentős fejlesztési elvárások fogalmazódtak meg. Ez alapján *három kompetencterület* emelhető ki, amelyek alapvetően meghatározzák a Műszaki menedzser alapszak, illetve annak végzett hallgatóinak a piacképességét:



1. ábra: A Műszaki menedzser alapszak piacképességét meghatározó tényezők

Forrás: saját szerkesztés

Ezek azok a területek az erős versenyterben tevékenykedő vállalatok számára, amelyek kulcsfontosságúak a munka szervezésében,

közvetve versenyképességük megőrzésében. Mindezek alapján a Műszaki menedzser alapszak már akkor is versenyképes lehet, ha megbízható nyelvtudást tud nyújtani, illetve gyorsan kamatoztatható tudást a vállalatirányítási/tervezői/számítógépes programok ismeretével. Ezek azok az alapvető tényezők, amelyek általában piacképessé teszik a mérnöki irányultságú szakembereket. A szak versenyképességének megalapozása érdekében azonban *hosszabb távú feladatként újra kell gondolni, fejleszteni kell a képzés tartalmát és struktúráját egyaránt.* Ennek megvalósulásához elengedhetetlen a vállalati szférával való szorosabb együttműködés, amely az egyes erőforrások, úgy, mint a tudás, a tapasztalat, az eszközök, az emberi erőforrás szabad áramlását teszi lehetővé.

A Szolnoki Főiskola nem tartozik a legmagasabb színvonalú műszaki oktatást végző intézmények közé. Sajátossága is e versenyben, hogy nem tud versenyezni olyan intézményekkel, amely MSc szintű képzést is nyújt – a vállalatok ugyanis igyekeznek a lehető legmagasabb tudású hallgatót megszerezni adott feladatok betöltésére. Ezen kívül azt is tapasztaltuk, hogy sok cég egyáltalán nem ismeri a Szolnoki Főiskolát, annak képzéseit, oktatási színvonalát. A szakértők úgy látják, hogy a Szolnoki Főiskola összességében *vesztett presztízséből*, mára eltűnt az az előnye, amit korábban élvezett, akár a régióban is.

Nem ismert a Szolnoki Főiskola Műszaki menedzser képzése sem a cégek körében. Így a céges szakértők, döntéshozók azt sem tudják megítélni, hogy vajon milyen lehet a *képzés színvonala*. Az is jelentős problémát jelent ma még, hogy vannak cégek, amik általában kevés, vagy teljesen hiányos ismerettel rendelkeznek a

műszaki menedzser képzésekről, így nem tudják *elhelyezni* az ilyen tudású fiatalokat a *szervezetben belül* sem.

Több ponton világosan kiderült tehát, hogy az ismertség kérdésében is jelentős előrelépések szükségesek a Szolnoki Főiskola piaci pozíciójának erősítése érdekében. A Főiskolának abba is investálnia kell, hogy a *hírnevét erősítse*, megteremtse egy pozitív imázst a vállalatok körében, hogy ne csak saját maga tartsa számon az elért eredményeket. Az oktatókkal készített interjúk ugyanis számos pozitív, fejlődő területet tártak fel, ezek azonban a céges szakemberekkel történt beszélgetések során nem látszódnak érvényesülni.

Bemutatott empirikus vizsgálatunkban a kimenetet elemeztük, ugyanakkor nem tekinthetünk el a beiskolázási kérdésektől sem, e problémakör megfelelő kezelése nélkül nem lehet sikeres felsőoktatási marketinget megvalósítani (Törőcsik – Kuráth, 2010).

A feltárt problémák széles spektrumot ölelnek fel és számos további kérdést is felvetnek. A jövő tervezését támogatja az, hogy az érintettek megbeszélnek, megvitatják a különféle elvárásokat, azok teljesíthetőségét, bátran szembenéznek a kritikákkal, nem félnek megismerni a szak megítélését. Ezt a lehetőséget, a szakmai vitákból adódó tudást azonban csak oly módon tudja egy felsőoktatási intézmény előnyre kövácsolni, ha megfelelő erőfeszítéseket tesz a maga helyén, gondot fordít jó hírnévnek kialakítására és megőrzésére, marketingstratégiát fogalmaz meg mind a megfelelő előképzettségű hallgatók megszerzésére, mind a vállalati kapcsolatok fejlesztésével az elhelyezkedési lehetőségek támogatására.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- [1] Bakos-Tóth Eszter Ilona (2009): A diplomás munkaerő helyzetének elemzése. Doktori (phd) értekezés. https://szie.hu/file/tti/archivum/Bakos_Toht_disszertacio.pdf
- [2] Barakonyi Károly (2010). Új egyetemi kihívások. In: Törőcsik Mária – Kuráth Gabriella (szerk.) (2010). Egyetemi marketing. Marketing a felsőoktatásban. Pécsi Tudományegyetem, Pécs, 9-22.

- [3] Benda József (2014): Szervezetfejlesztés tantárgyi keretekben a felsőoktatásban 1.<http://www.ofi.hu/publikacio/szervezetfejleszt-es-tantargyi-keretekben-felsooktatásban>
- [4] Czifra – Szabó – Pólya (2013): Cad-cam rendszerek oktatásának módszerei. In: OGÉT 2013: XXI. Nemzetközi Gépészeti Találkozó. Arad, 2013. április 25-28. - Kolozsvár: Erdélyi Magyar Műszaki Tudományos Társaság, 2013. - ISSN 2068-1267, 93-96.
- [5] Deés Szilvia (2011): Egyetemi tudománymarketing. A harmadik generációs egyetem szemlélete és kommunikációja. Doktori értekezés. Pécsi Tudományegyetem, Pécs
- [6] Drótos György – Kovács Gergely (szerk.) (2009). Felsőoktatás-menedzsment. Aula Kiadó, Budapest
- [7] Kuráth Gabriella (2007): A beiskolázási marketing szerepe a hazai felsőoktatási intézmények vonzerő-fejlesztésében. Doktori disszertáció, Pécsi Tudományegyetem, Pécs
- [8] László – Földi – Szűcs – Máté (2013). A munkaerőpiacon szükséges nyelvi kompetenciák feltérképezése kvalitatív eszközökkel. SZOLNOKI TUDOMÁNYOS KÖZLEMÉNYEK 17: 140-152.
- [9] Malhotra, Naresch K. (2005): Marketingkutató. Akadémiai Kiadó, Budapest
- [10] Mora, J.G. (2008): In Search of Identity – Dilemmas in European Higher Education. 29th EAIR Annual Forum, Innsbruck
- [11] Palkovics (2011): Járműiparunk jövője a tét. Az ipar és a felsőoktatás összefogásáról. A jövő járműve. 2011.1/2 p. 18-20. http://jovojarmuve.hu/hu/fsh_241.html
- [12] Szűcs Róbert Sándor, Máté Zoltán, László Éva, Földi Kata (2013): A pályakezdő diplomásokkal szemben támasztott nyelvi elvárások felmérése kvantitatív kutatással. SZOLNOKI TUDOMÁNYOS KÖZLEMÉNYEK 17: pp. 125-139.
- [13] Törőcsik Mária – Kuráth Gabriella (szerk.) (2010): Egyetemi marketing. Marketing a felsőoktatásban. Pécsi Tudományegyetem, Pécs
- [14] Törőcsik Mária (2010): A fiatalok fogyasztói magatartása – az egyetemek fő célcsoportjának megértése. In: Törőcsik Mária – Kuráth Gabriella (szerk.) (2010). Egyetemi marketing. Marketing a felsőoktatásban. Pécsi Tudományegyetem, Pécs, 123-139.
- [15] Veres Zoltán – Hoffmann Márta – Kozák Ákos (2006): Bevezetés a piackutatásba. Akadémiai Kiadó, Budapest
- [16] Vicsek Lilla (2006): Fókuszcsoport. Osiris Kiadó, Budapest
- [17] Tanulmány: A magyar mérnök- és szakmunkás-képzésről. autotechnika.hu K+F, oktatás 2010.08. <http://autotechnika.hu/cikkek/8866,a-magyar-mernok-es-szakmunkas-kepzesrol.html>

Subecz Zoltán, Nagyné Csák Éva

Szemantikus szerepek címkézése természetes szövegekben

Zoltán Subecz – Éva Nagyné Csák: Semantic role labeling in natural texts

Abstract

The event extraction and semantic role labeling are important areas in information extraction from natural language texts. Semantic role labeling, sometimes also called shallow semantic parsing, is a task in natural language processing consisting of the detection of the semantic arguments associated with the predicate or verb of a sentence and their classification into their specific roles. We created a program for this task in Java language, in which we applied data mining and artificial intelligence algorithms. We introduce in this article the principles and results of this application.

Keywords: Event detection, Information extraction, Data Mining, Text mining, Programming

ÖSSZEFOGLALÓ

A természetes szövegekből történő információkinyerés egyik fontos részterülete az események detektálása és a megtalált eseményeknél a szemantikus szerepek címkézése. A szemantikus szerepek címkézése az események szemantikus kapcsolatainak, vagy szemantikus szerepeinek detektálását és osztályozását jelenti. Ehhez a feladathoz Java nyelven készítettünk programot, amiben adatbányászati és mesterséges intelligencia algoritmusokat használtunk fel. Programunk egy adott eseményhez megkeresi a hozzá tartozó szemantikus szerepeket. A cikkben bemutatjuk a program készítési elveit, lépéseit és eredményeit.

Kulcsszavak: Eseménydetektálás, Információkinyerés, Adatbányászat, Szövegbányászat, Programozás

BEVEZETÉS

A természetes szövegekből történő információkinyerés alatt (Information extraction) a szövegbányászati feladatok egy speciális esetét értjük, ahol a cél az adott feladat szempontjából fontos szövegrészek (információk, tények) kigyűjtése a

dokumentumokból, azaz strukturálatlan szövegekből *strukturált információ* előállítása. Az Információkinyerés egyik fontos feladata a névelemek felismerése mellett az *események detektálása*. A szövegekben lévő események felismerése, analizálása, és hogy hogyan viszonyulnak egymáshoz időben, fontos a szöveg tartalmának megismerésében. Egy esemény-előfordulás olyan kifejezés, ami egy cselekvésre, vagy történésre utal.

Az események detektálása mellett fontos azok szemantikus kapcsolatainak, vagy szemantikus szerepeinek megtalálása is (*szemantikus szerepek címkézése*). Ez a szemantikus kapcsolatok azonosítását jelenti egy szemantikus kereten belül (semantic frame). A keretek eseményeket írnak le azok szereplőinek szintaktikai és szemantikai megkötésein keresztül.

A szemantikus szerepek címkézéséhez Java nyelven készítettünk programot, amiben adatbányászati és mesterséges intelligencia algoritmusokat használtunk fel. Programunk egy adott eseményhez megkeresi a hozzá tartozó szemantikus szerepeket. Alkalmazásunk bemenetére érkezik a mondat, a célszó (target word: az adott esemény), és az adott keret. Az

alkalmazás az adott célszóhoz bejelöli a hozzá tartozó szemantikus kapcsolatokat.

1. SZEMANTIKUS KERETEK ÉS A SZEMANTIKUS SZEREPEK

Sok információ kinyerő rendszer manapság *tárgykör* (*domain*) specifikus *keretekkel* dolgozik. Egy-egy tárgykör eseményeit célszerű egy *kereten* belül vizsgálni, hiszen ugyanazok a *szerepek* tartoznak minden eseményhez, ami egy adott csoporthoz tartozik. Például egy repülőjegy foglalásokat feldolgozó rendszer a következő *szerepeket* használhatja: indulási időpont, érkezési időpont, célállomás, indulási állomás, távolság, ár. Egy repülőjegy foglalásokkal kapcsolatos *keret célszavai* lehetnek például: foglal, lefoglal, előjegyez, vált. A célszavak nem csak igék, hanem főnevek és igenevek is lehetnek a mondatokon belül. Például: foglalás, foglalni, foglaló, foglalva.

Munkánkban a *vállalati vásárlások, tulajdonváltások keretével* foglalkoztunk és csak *igei és főnévi igenévi* célszavakhoz kerestük ki a szereplőket. A következők igei célszavakat vizsgáltuk meg az adott kereten belül: *vesz, vásárol, szerez, bekebelez, gyarapít, ad, átruház, értékesít, forgalmaz*. Valamint e célszavak minden igekötős, módbeli és időbeli változatát is.

A célszavakhoz a mondatokon belül a következő szerepeket kerestük meg: *vevő, eladó, áru, ár, idő*.

Néhány *példa* a szerepekre a vállalati vásárlások tárgykörben. A példákban vastag betűvel vannak kiemelve a célszavak és szögletes zárójelben a szerepek találhatók. Alsóindexben szerepel az adott szerep típusa.

1. [A svéd Electrolux]^{Eladó} **eladja** [motorgyártó részlegét]^{Árú} [az olasz Appliance Components Companies részvénytársaságnak]^{Vevő} - tájékoztatott az Electrolux.
2. [A Deutsche Börse AG]^{Vevő} **megveszi** [a luxemburgi Clearstream elszámolóházat]^{Árú}.

3. [A Royal Dutch Shell csoport]^{Vevő} [400 millió dollárért]^{Ár} **megvenni** készül [a legnagyobb kínai offshore-földgáz- és olajmező 20 százalékát]^{Árú}.
4. [A svéd Ericsson]^{Eladó} bejelentette, hogy [a német Infineonnak]^{Vevő} **adja el** [chipgyártó részlegét]^{Árú} [400 millió euróért]^{Ár}.
5. [A többnyire szárazföldi szállítással foglalkozó magyar tulajdonban lévő Cronus Kft.]^{Vevő} [a közelmúltban]^{Idő} **megvásárolta** [a Magyar Államvasutak Rt.-től]^{Eladó} [a debreceni székhelyű MÁV Hajdú Vasútépítő-mélyépítő Kft.-t]^{Árú} - jelentette be szerdán Debrecenben a Cronus Kft. tulajdonosa.

A példákban látszik, hogy egy szerep általában *több szóból* áll és a mondatok általában nem tartalmazzák mind az öt szerepet.

2.1 Felhasznált Korpusz

Az alkalmazásunk teszteléséhez a Szeged Korpusznak [Csendes, 2005:409-412] a gazdasági rövidhírek csoportjának egy olyan változatát használtuk fel, amelyekben annotálva vannak a vállalati vásárlásokra a szemantikus szerepek. Az annotált korpuszban a tanításhoz be vannak jelölve a szemantikus szerepek az eseményekhez. Ezek közül 670 mondatot használtunk fel. A tanításhoz és kiértékeléshez 10-szeres keresztvalidációt alkalmaztunk: a kiinduló mondatthalmazt 10 egyenlő részre osztottunk fel véletlen kiválasztással, és minden lépésnél a kiválasztott 10%-os rész volt a kiértékelő, a maradék 90% pedig a tanító halmaz.

2.2 Statisztikai adatok

Mondatok száma összesen: 670 db
Mondatok száma a Tanító korpuszon: 603 db
Mondatok száma a Kiértékelő korpuszon: 67 db

Azon mondatok száma, amelyek tartalmazzák az adott szerepet:

Vevő: 518 db Eladó: 379 db Árú: 649 db
Ár: 204 db Idő: 194 db

2.3 Felhasznált programcsomagok

A feladatokat *bináris osztályozásra* vezettük vissza. Az osztályozáshoz a *Weka*

programcsomagnak

(<http://www.cs.waikato.ac.nz/ml/weka/>) (Data Mining Software in Java) a J48-as döntési fa elemzőjét használtuk fel. A Weka adatbányászati feladatokhoz készített gépi tanuló algoritmusok gyűjteménye.

A feladathoz felhasználtuk még a Magyarlanc 2.0 programcsomagot is. [Zsibrita,2013:368–374] A csomag magyar szövegek mondatra és szavakra bontására, a szavak morfológiai elemzésére, majd szófaji egyértelműsítésére, és mondatok függőségi nyelvtan szerinti szintaktikai elemzésére alkalmazható.

2.4 A Magyarlanc elemzésének bemutatása

A Magyarlanc programcsomag a bemenetére érkező mondatoknak elkészíti az előző pontban leírt elemzését. A mondat minden szavához külön sorba elkészíti az elemzést (1. és 4. ábra). Minden szóról megadja a következő információkat: *sorszám, szó, lemma, szófaj*,

morfológiai kódok. A sor végén megadja, hogy az adott szó melyik szóval van *szintaktikai kapcsolatban*, és hogy milyen a *kapcsolat típusa*. A szintaktikai kapcsolatok alapján a mondatok egy *függőségi fát* alkotnak.

Az elemzések után megjelenítettük *vizuális elemzővel* a szintaktikai kapcsolatok alapján a mondat függőségi fáját a program *online elemzőjével* (<http://www.inf.u->

szeged.hu/rgai/magyarlanc-service/) (2. és 5. ábra). Az elemzés és a vizuális ábrázolás egymásnak megfelelően megadja a szavak közötti szintaktikai kapcsolatokat. Az ábrán a nyílak címkéje jelzi a kapcsolatokat.

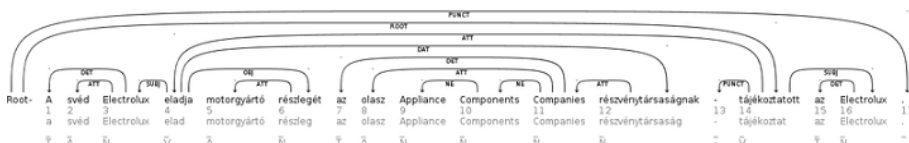
2.4.1 Az 1. fejezet első két mondatának elemzése.

1. [A svéd Electrolux]^{Eladó} **eladja** [motorgyártó
részlegét]^{Árú} [az olasz Appliance Components
Companies részvénytársaságnak]^{Vevő} -
tájékoztattott az Electrolux.

[illegible]

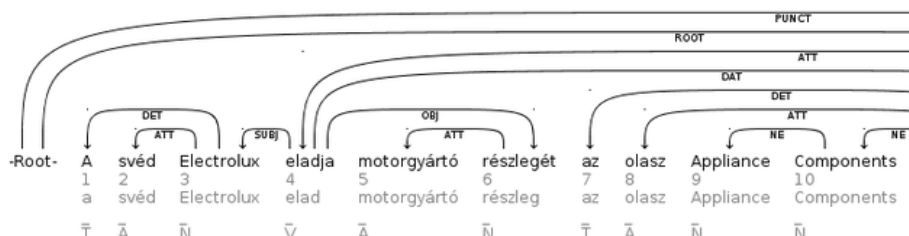
1. ábra: Az első mondat szöveges elemzése

Forrás: saját elemzés



2. ábra: Az első mondat vizuális elemzése

Forrás: saját elemzés



3. ábra: A vizuális elemzés első fele kiemelve

Forrás: saját elemzés

szava(head word). Az osztályozásnál ezek az igaz (true) esetek. A többi csomópont pedig a hamis (false) eset.

A tanító és a kiértékelő halmazon a jelöltekhez jellemzőket vettünk fel. A tanítóhalmazon a jelöltek jellemzői és a jelölt true vagy false tulajdonsága alapján az osztályozó szabályokat készít (osztályozó tanítása), amiket majd a kiértékelő halmaz jelöltjeire alkalmaz (a tanított osztályozó alkalmazása a döntésekben). Az osztályozó a megtanult összefüggéseket a kiértékelő halmaz ismeretlen mondataira alkalmazza.

3.1 A Jellemzőtér kiválasztása

Olyan jellemzőket kerestünk, amelyek segíthetnek az adott szerep megtalálásában. A jellemzőknél felhasználtuk a függőségi elemzőfát is, a jelölt és a célszó viszonyát a függőségi fában, mert ez gyakran egy fontos tulajdonsága az adott szerepnek.

A következő jellemzőket választottuk ki:

- **Felszíni jellemzők:** Bigramok, trigramok: A vizsgált szavak végén lévő 2-es, 3-as betűcsoportok.
Pozíció: a jelölt a célszó előtt vagy után áll a mondatban.

Távolság-mondatban: a jelölt és a célszó szó-távolsága a mondaton belül.

- **Morfológiai jellemző:** Szófaj, Lemma: a jelölt és a célszó szófaja és lemmája.
- **Szintaktikai jellemzők:** Szintaktikai kapcsolat: Ha a jelölt és a célszó közvetlen szintaktikai kapcsolatban áll egymással, akkor a kapcsolat típusát megadtuk. (-1 ha nincs kapcsolat)
- **Jellemzők az elemzőfa alapján:** Itt a jelölt és a célszó viszonyát vizsgáltuk a függőségi elemzőfában. A jelölt és a célszó is egy-egy csomópont az elemzőfában. Jelölt-célszó-távolság-elemzőfában: A jelölt és a célszó csomópontjai közötti csomópontok száma az elemzőfában. Lemma-útvonallal: Egymás után írtuk a jelölt és a célszó csomópontok közötti csomópontok lemmáját, feljegyezve azt is, hogy az elemzőfában felfelé, vagy lefelé

haladtunk az adott kapcsoltnál. Például: Budapesti↑Értéktőzsde↑honlap↑közöl↓megvásárol. Szófaj-útvonallal: Mint az előző, de itt nem a szó lemmáit, hanem a szófajok útvonallát vettük fel. Például: C↑S↑V↑C↑V↑V↓V↓N↓N↓A. (V:ige, N:főnév, stb.) Szintaktikai-kapcsolat-útvonallal: Az előzőkhöz hasonlóan itt azt vettük fel, hogy a jelölt és a célszó között az elemzőfában milyen szintaktikai kapcsolatokon keresztül tudunk eljutni. Például:

↑COORD*SUBJ↓ATT↓INF↓OBJ↓ATT.

(SUBJ: alany, OBJ: tárgy, stb.).

Uralkodó-kategória-szófaja: A jelölt és a célszó közötti útvonalon megkerestük a legmagasabban fekvő csomópontot, és feljegyeztük a hozzá tartozó szó szófaját.

Jelölt-alatti-részfában-van-e-névelem:

Névelemek azok a szavak, vagy szószorozatok, amelyek a világ valamely egyedére egyedi módon hivatkoznak. Például személyek, intézmények, földrajzi helyek nevei. A Magyarlanc program az elemzésében jelöli, ha talált névelemeket a mondatban. Mivel a vállalati tulajdonváltozások témakörében gyakran találkozunk vállalati névelemekkel, ezért felvettük, hogy a jelölt, vagy az alatta levő részfa tartalmaz-e névelemet? Jelölt-alatti-részfában-névelem-távolság: az előzőkhöz hasonlóan megadtuk a részfában azt a mélységet, ahol először találtunk névelemet. (-1: ha nincs alatta névelem)

3.2 Statisztikai arány felhasználása az osztályozásnál

Lehetett volna egyszerűen az előző pontban megadott jellemzőket felhasználni az osztályozásnál, ezeket adni az osztályozó bemenetére. E helyett a következő módszert választottuk - amellyel jelentősen csökkentettük az osztályozó vektortérének méretét és így a futási időt is. A tanító halmazon a jelölteket és azokon belül minden jellemzőt végignézve minden jellemző egyedhez feljegyeztük, hogy az adott egyed hány alkalommal fordult elő és

ebből hányszor volt igaz (*true*) eset. A két szám alapján kiszámítottuk a hozzá tartozó *előfordulási arányt*.

Például a *Jelölt-lemma* jellemzőnél a *jelölt-lemma=Corp.* eset 11-szer fordult elő és ebből 7-szer volt igaz eset, (4-szer pedig hamis). Így hozzá a 0,64-es előfordulási arány tartozott. Az osztályozónak ezeket az arányokat adtuk meg. Az előző példához *Jelölt-lemma-arány=0,64*.

```

LemmaParseTreePathArany <= 0
| JeloltLemmaArany <= 0.07692
| | PosKodParseTreePathArany <= 0.14286
| | | JeloltVegenTrigramArany <= 0.19457
| | | | JeloltLemmaArany <= 0: semmi (16227.0/3.0)
| | | | JeloltLemmaArany > 0
| | | | | SzintaktikaiKapcsolatArany <= 0.02857: semmi (152.0)
| | | | | SzintaktikaiKapcsolatArany > 0.02857
| | | | | JeloltVegenBigramArany <= 0: semmi (2.0)
| | | | | JeloltVegenBigramArany > 0: valami (6.0/1.0)
| | | | JeloltVegenTrigramArany > 0.19457
| | | | | EdgeTypeParseTreePathArany <= 0.07143: semmi (19.0)
| | | | | EdgeTypeParseTreePathArany > 0.07143: valami (7.0/1.0)
| | | PosKodParseTreePathArany > 0.14286
| | | | JeloltVegenBigramArany <= 0.02885: semmi (23.0)
.....

```

Az osztályozás minden esetéhez egy ilyen *döntési fát* készített el.

A *kiértékelő halmazon* hasonlóan jártunk el. Minden jelöltet és azon belül minden jellemzőt végignévezve a tanítóhalmaznál elkészített előfordulási arányokból megkerestük, *hogy az adott jellemző előfordulás milyen aránnyal szerepelt a tanító halmazon* (-1 ha nem fordult elő). A kiértékelőnek ezeket az arányokat adtuk meg. Az osztályozó a tanító halmaz alapján elkészített szabályokat felhasználva *osztályozta a kiértékelő-halmaz jelöltjeit*.

4. EREDMÉNYEK

A méréseket *két fő esetre* bontottuk. Az első esetben a célszavakat egy csoportként kezeltük. Második esetben a célszavakat két csoportra bontottuk. A *vevő* és az *eladó* szerepek viselkedését meghatározza, hogy az adott célszónál az alany általában vevő vagy eladó. Ezért a következő szabályt alkalmaztuk a csoportosításra:

Az osztályozó a tanítás során *szabályokat készített* azokhoz a jellemző-arányokhoz, amelyeket fontosnak talált annak eldöntéséhez, hogy a jelölt a keresett szerep, vagy sem. A szabályokat *döntési fában* adta meg. Szemléltetésül az egyik *döntési fa egy kis részlete*:

A *vevő-centrikus* csoportba azok a szavak kerültek, amelyeknél az alany általában a vevő: vesz, vásárol, szerez, bekebelez, gyarapít. Az *eladó-centrikus* csoportba pedig azok, amelyeknél az alany általában az *eladó*: ad, átruház, értékesít, forgalmaz. Ez a felosztás segítette a vevő és az *eladó* szerepek megtalálását. Minden esethez külön bináris osztályozót készítettünk.

A kiértékelésnél a megszokott mértékeket határoztuk meg:

TP – True Positive, *TN* – True Negative, *FP* – False Positive, *FN* – False Negative

Ezekből az ismert metrikákat számítottuk ki:

Pontosság (Precision): $P = TP / (TP + FP)$; *Fedés* (Recall): $R = TP / (TP + FN)$;

Az F-mértéket a pontosság és a fedés harmonikus közepe adja, így egy mérőszámmal jól jellemezhető a rendszer hatékonysága:

F-mérték: $F = 2 * P * R / (P + R)$

Vevő-centrikus				
Szerepnév	Esetek száma	Pontosság	Fedés	F-mérték
Vevő	345	72,59	55,21	62,61
Eladó	148	79,61	51,07	61,34
Áru	373	76,31	73,13	74,50
Ár	149	92,35	80,51	85,95
Idő	121	81,16	64,37	71,44

1. táblázat: Eredmények a vevő-centrikus célszavakra (%)

Forrás: saját elemzés

Eladó-centrikus				
Szerepnév	Esetek száma	Pontosság	Fedés	F-mérték
Vevő	173	71,11	57,43	63,18
Eladó	231	64,90	47,64	54,29
Áru	276	78,07	75,21	76,25
Ár	55	86,62	79,83	82,33
Idő	73	69,55	35,66	45,08

2. táblázat: Eredmények az eladó-centrikus célszavakra (%)

Forrás: saját elemzés

Szerepnév	Esetek száma	Pontosság	Fedés	F-mérték
Vevő	518	70,97	53,78	61,05
Eladó	379	70,46	42,27	52,35
Áru	649	78,75	77,04	77,75
Ár	204	89,29	80,70	84,52
Idő	194	78,05	57,78	65,86

3. táblázat: Eredmények a célszavak csoportosítása nélkül (%)

Forrás: saját elemzés

4.1 Az eredmények kiértékelése

A mérések eredményei az 1,2,3-as táblázatban láthatóak.

A vizsgált mondatokban sokkal több mondatban volt a célszó vevő-centrikus, mint eladó-centrikus.

Legjobb eredményeket az ár szerep megtalálásánál ért el a modell (mindhárom esetben 80 fölötti F-mérték). Második legjobb eredményt az áru szerepnél értünk el (mindhárom esetben 70 fölötti F-mérték). Leggyengébb eredményt az idő szerepnél ért el a modell az eladó-centrikus célszavaknál (45,08). Ennek magyarázata lehet a vizsgált esetek kis száma ezen a területen (73). Az esetek kis száma miatt valószínű a modell túltanulta magát a tanító adatokon (over-

fitting), és e szabályok alkalmazása nem vezetett jó eredményre a kiértékelő halmazon. Ezt támasztja alá, hogy ahol már jóval több tanító adat volt az idő szerepnél: vevő-centrikus eset (121) és csoportosítás nélkül (194), a modell sokkal jobban teljesített (71,44, 65,86). Az eladó-centrikus esetenél az ár szerep is kevés vizsgált esetet tartalmazott (55), de az eredményen látszik (82,33), hogy a tanító korpusz alapján kialakított szabályokat az osztályozó eredményesen tudta alkalmazni a kiértékelő korpuszon is.

A célszavaknak a két csoportra bontása a vevő és az eladó szerepek megtalálásánál is segített. A másik három szerepnél nem jelentett minden esetben segítséget a két csoportra bontás. Ezeknél egyes esetekben csoportosítás nélkül

jobb eredményeket kaptunk, mint csoportosítással. Ennek oka lehet, hogy a csoportosítás nélküli esetben az esetek száma jóval nagyobb, mint a csoportosított esetekben külön-külön, ami segítette az általánosabb, az ismeretlen mondatokon is jól alkalmazható összefüggések megtalálását.

A kapott eredményeket jónak értékeljük annak ismeretében, hogy a gyakran hosszú mondatokban, sok esetben a szeresett szerepek távolabb távol helyezkedtek el a célszótól a mondatban és az elemzőfában is.

Az eredmények jelentősen javultak volna, ha az előfeldolgozást, szintaktikai elemzést nem programmal készítettjük el (Magyarlanc), hanem emberi annotálással. De ez a módszer sokkal költségesebb és időigényesebb lett

volna, ami miatt ezt csak ritkán lehet alkalmazni.

ÖSSZEGZÉS

Munkánkban szemantikus szerepek címkézésével foglalkoztunk. A szemantikus szerepek címkézése az események szemantikus kapcsolatainak, vagy szemantikus szerepeinek detektálását és osztályozását jelenti. Ehhez a feladathoz Java nyelven készítettünk programot, amiben adatbányászati és mesterséges intelligencia algoritmusokat használtunk fel. Programunk egy adott eseményhez megkereste a hozzá tartozó szemantikus szerepeket. A cikkben bemutattuk a program készítési elveit, lépéseit és eredményeit. A kapott eredményeket jónak értékeljük.

IRODALOMJEGYZÉK

- [1] Csendes Dóra, Alexin Zoltán, Csirik János, Kocsor András (2005): A Szeged Korpusz és Treebank verzióinak története. In: Alexin Zoltán, Csendes Dóra (szerk.): III. Magyar Számítógépes Nyelvészeti Konferencia (MSZNY 2005). Szeged, Szegedi Tudományegyetem, pp. 409-412.
- [2] Ehmann Bea, Lendvai Piroska, Miháltz Márton, Vincze Orsolya, László János (2013): Szemantikus szerepek a narratív kategoriális elemzés (NARRCAT) rendszerében. IX. Magyar Számítógépes Nyelvészeti Konferencia, Szeged, p. 121-123
- [3] Farkas Richárd, Konczer Kinga, Szarvas György (2004): Szemantikus keret illesztés és az IE-rendszer automatikus kiértékelése. In: Alexin Zoltán, Csendes Dóra (szerk.): II. Magyar Számítógépes Nyelvészeti Konferencia (MSZNY). Szeged, Szegedi Tudományegyetem, pp. 49-53.
- [4] D. Gildea, D. Jurafsky (2002): Automatic labeling of semantic roles. Computational linguistics, Vol. 28, No. 3, Pages 245-288
- [5] L. Màrquez X., C. Kenneth, C. Litkowski, S. Stevenson: Semantic Role Labeling (2008): An Introduction to the Special Issue. Computational linguistics, 2008, Vol. 34, No. 2, Pages 145-159
- [6] Zsibrita, J., Vincze, V., Farkas, R. (2013): Magyarlanc 2.0: szintaktikai elemzés és felgyorsított szófaji egyértelműsítés. In: Tanács A. és Vincze V. (szerk.), IX. Magyar Számítógépes Nyelvészeti Konferencia. Szegedi Tudományegyetem, Szeged 368-374

Andrea Szabó

Testing monetary exchange rate models with the Westerlund panel cointegration test

Szabó Andrea: A monetáris árfolyammodellek tesztelése Westerlund panel kointegrációs teszttel

Összefoglaló

A monetáris árfolyammodellek idősoros tesztelése a legtöbb esetben nem támasztotta alá az elméleti modellek feltevéseit. Így az irodalom egyre inkább a panel technikák alkalmazása felé fordult a monetáris árfolyammodellek tesztelése során, mivel a panel kointegrációs teszteknek nagyobb az erejük, mint a sima idősoros kointegrációs teszteké. A következőkben Westerlund 2007 panel kointegrációs teszttel vizsgáljuk meg a monetáris árfolyammodellek érvényességét 15 OECD ország dollár árfolyamán keresztül az 1996Q1 és a 2011Q4 közötti periódusban. Az eredmények mérsékelten igazolják a monetáris árfolyammodellek érvényességét.

Kulcsszavak: monetáris árfolyammodellek, empirikus tesztelés, OECD-országok, panel kointegrációs teszt

ABSTRACT

Time series testing of long-run monetary models of exchange rate determination in most cases fails to support the conjectures of the theory. The empirical literature increasingly uses the panel technique when testing monetary exchange rate models because the power of the panel unit root and panel cointegration tests seems higher than the pure time series tests. In this paper we examine the validity of the monetary exchange rate models over the period 1996Q1-2011Q4 for US dollar exchange rates of 15 OECD countries using Westerlund's 2007 panel cointegration tests. We found moderate empirical support for monetary exchange rate models.

Keywords: monetary exchange rate models, empirical testing, OECD countries, panel cointegration test

1. INTRODUCTION

Monetary exchange rate models are one of the standard analytical tools of international open-macroeconomics. Even so, the empirical validity of the theoretical models is doubtful. The majority of the empirical analyses cannot

confirm that these models explain the long run behaviour of nominal exchange rates well. In the seventies and eighties, and in the first half of the nineties time series tests were principally used, i.e. exchange rate behaviour was investigated on a country-by-country basis. The results usually do not show cointegration between the nominal exchange rate and the monetary macro-fundamentals [Frankel 1984; Meese 1986; Sarantis 1994; Rapach – Wohar 2002; MacDonald – Taylor 1992].

However these results do not indicate that the theoretical models are inapplicable. Among others, Groen 2000 and Rapach – Wohar 2004 attributed the failure of the empirical testing of monetary exchange rate models to the short sample length. In such circumstances the power of the unit root and the cointegration tests are too low to reject the null hypothesis of no cointegration between the variables. Others [Shiller and Perron 1985; Otero and Smith 2000] showed that the power of the unit root and the cointegration tests is influenced by the length of the sample, not the frequency of the data. To increase the power of the tests we can use the panel technique instead of applying only a single time series. In this way we have

more observations which can increase the precision of the unit root and the cointegration tests [Taylor-Taylor 2004]. Since the power of the pure time series cointegration tests is lower than the power of the panel cointegration tests, the literature increasingly uses the panel technique by testing monetary exchange rate models. Groen 2000 is one of the early analyses, which succeeded in supporting the validity of monetary exchange rate models by using the panel technique. Further success was achieved in detecting cointegration between the nominal exchange rate and monetary fundamentals by Mark and Sul 2001, Rapach and Wohar 2004, and Basher and Westerlund 2009.

The results show that the panel analyses are more successful than the country-by-country basis analyses in testing the monetary exchange rate models. In this paper we also apply the panel technique to test the monetary exchange rate models during the period 1996Q1-2011Q4.

2. METHODOLOGY

2.1. The model

There are three versions of the monetary exchange rate models: 1) the flexible price monetary exchange rate model [Frenkel 1976; Bilson 1978], 2) the sticky price monetary exchange rate model [Dornbush 1976] and 3) the real interest rate differential model [Frankel 1979]. These models stress the role of the money supply and the money demand in the determination of the exchange rate. All three models assume that the uncovered interest parity and the purchasing power parity (PPP) are held stable. The central statement of these models is that there is a long run equilibrium relationship between the nominal exchange rate and the monetary macro-fundamentals which appear in the models.

In most cases the literature tests the reduced form of the monetary exchange rate models (nominal exchange rate, nominal money supply, real income). We obtain the reduced form in the sense of Groen 2000 and Basher –

Westerlund 2009: take the money market equilibrium as the point of origin when the real money supply is equal to the real money demand:

$$m - p = \phi y - \lambda i, (1)$$

the same equilibrium exists abroad:

$$m^* - p^* = \phi y^* - \lambda i^*, (2)$$

where m and m^* are the logarithms of the domestic and foreign nominal money supply, p and p^* are the logarithms of the domestic and foreign price levels, y and y^* are the logarithms of the domestic and foreign real income, and i and i^* are the domestic and foreign interest rates. It is assumed that the PPP holds in the markets:

$$e = p - p^*, (3)$$

where e is the logarithm of the spot exchange rate (define the price of foreign currency in terms of domestic currency). Express the domestic and the foreign price level from equation (1) and (2), then substitute these into PPP (3). Thus we get the equilibrium value of the exchange rate:

$$e = (m - m^*) - \phi(y - y^*) + \lambda(i - i^*). (4)$$

It is also assumed that bonds are perfect substitutes, so the uncovered interest parity holds:

$$E_t(e_{t+1}) - e_t = i_t - i_t^*, (5)$$

where E_t is the conditional expectation operator on the information set available at time t , and $E_t(e_{t+1}) - e_t$ the expected rate of depreciation. Substitute this equation (5) into equation (4):

$$e = (m - m^*) - \phi(y - y^*) + \lambda(E_t(e_{t+1}) - e_t). (6)$$

In the long run the exchange rate converges to its long run equilibrium value ($e_t = e_{t+1} = \bar{e}$), thus the expected rate of depreciation will be zero: $E_t(e_{t+1}) - e_t = \bar{e} - \bar{e} = 0$. Then we obtain the reduced form of the monetary exchange rate models:

$$e = (m - m^*) - \phi(y - y^*). (12)$$

2.2. Testing strategy

The monetary exchange rate models assume a long run equilibrium relationship between the nominal exchange rate and the monetary macro-fundamentals and this can be captured by revealing the cointegration between these variables. We test the reduced form of the monetary exchange rate models:

$$e_{it} = \beta_0 + \beta_1(m_{it} - m_t^*) + \beta_2(y_{it} - y_t^*) + u_{it},$$

where e_{it} is the logarithm of the nominal exchange rate of the i -th country at time t , m_{it} is the logarithm of the money supply of the i -th country at time t , y_{it} is the logarithm of the real income of the i -th country at time t and u_{it} is white noise. The asterisk indicate the foreign country that is the US dollar, in all cases, therefore the foreign variables have only t subscript. The literature usually tests this restricted model when assuming the coefficient of the domestic and foreign variables are equal. We also assume that the proportionality hypothesis is realized, i.e. any changes in the money supplies (in our case changes in the difference between the money supplies) appear as one hundred percent in the exchange rate, thus $\beta_1 = +1$. We assume the same with the difference in real incomes, i.e. $\beta_2 = -1$. In this paper we do not estimate the model, but only test the existence of the cointegration among the variables, even though the restrictions in connection with the coefficients of the variables are important. Beyond this specification we test another two specifications. Either of them has a stricter restriction when handling the monetary macro-fundamentals as a single "composite" variable:

$$e_{it} = \beta_0 + \beta_1[(m_{it} - m_t^*) - (y_{it} - y_t^*)] + u_{it},$$

where the literature would expect that $\beta_1 = +1$. This kind of testing method was taken from Rapach and Wohar 2002. The third

specification is an unrestricted model, which relaxes the previous restrictions. So it is not assumed that the domestic and foreign variables influence the nominal exchange rate to the same extent:

$$e_{it} = \beta_0 + \beta_1 m_{it} + \beta_2 m_t^* + \beta_3 y_{it} + \beta_4 y_t^* + u_{it}.$$

2.3. The testing procedure

The long run equilibrium relationship between the examined variables can be captured by the cointegration. The variables are cointegrated if there exists a linear combination of them, which is stationary. [Hendry – Juselius 2000] In this paper the existence of the cointegration between the nominal exchange rate and the monetary macro-fundamentals will be tested with a panel cointegration test. This kind of test has greater power than the time series tests. The majority of the panel cointegration tests use the idea of the Engel – Granger 1987 time series cointegration test in the sense that they are residual-based tests. These tests have a great disadvantage; they assume that the long- and short-run coefficients are equal, which can reduce the power of the tests considerably. [Westerlund 2007] Thus we applied the tests developed by Westerlund 2007 instead of residual-based tests.

The Westerlund tests have the null hypothesis of no cointegration among the examined variables. The adjustment parameter of a conditional panel error-correction model is analyzed to see whether it is zero or not. If the adjustment parameter is zero, there is no cointegration among the examined variables; if it is less than zero, the variables are cointegrated. The test not only allows the heterogeneity of the short-run parameters but can also manage cross section dependence. Westerlund 2007 constructed four tests, which can be divided into two groups on the grounds of their alternative hypotheses. Two tests (P_τ , P_α) investigate whether the panel cointegrated as a whole, the alternative hypothesis of the other two tests (G_α , G_τ) is

that at least one unit in the panel is cointegrated.

However, the cointegration can only be interpreted among non-stationary processes; therefore we must investigate the order of the integration of our variables before testing the cointegration. Since the unit root tests are, in general, very sensitive, we applied more tests to check the robustness of our results: Im, Pesaran, Shin (IPS), Fisher-ADF, Fisher-PP and Hadri tests [Im et al. 2003; Maddala – Wu 1999; Hadri 2000]. The Hadri test is the only one which has the null hypothesis of stationarity; the other three tests are panel unit root tests. The selection of the tests was influenced by their assumptions. There are tests which presume there is an identical autoregressive structure at each cross section unit, but this assumption is far from realness. The selected tests have no such an assumptions, they permit the different autoregressive structure of the pooled time series, with the exception of the Hadri test (but this is the only panel stationarity test which is supported by software packages). Previously, in the case of the panel analysis, it was typical to assume the cross section independence of the residuals but this does not apply in several cases. This is mainly true with large cross section units (i.e. with more than 10 cross section units). [Pesaran 2004] In our case, it is not only the somewhat restricted number of the cross section units, but the application of the US dollar as the anchor currency which can be the origin of the cross section dependence. [O'Connell 1998] Therefore we also analyzed the extent of the possible cross section dependence between the residuals and the variables. We used the Pesaran 2004 CD test based on the average of pair-wise correlation coefficients. We obtained the residuals from the pooled mean-group estimation of the panel, which is a typical cointegrated panel estimation method. [Pesaran et al. 1999] In the presence of cross section dependence the distribution of the Westerlund test statistics is changed hence running the tests again we report bootstrapped p -values. Then we assess

the results of the panel cointegration tests by the bootstrapped p -values.

3. RESULTS

3.1. Data

To collate our data we applied the OECD Statistics database. The dollar exchange rates of the following 15 OECD countries (regions) were analyzed using quarterly data over the period 1996Q1-2011Q4: Australia, Canada, Czech Republic, Denmark, the euro area, Hungary, Japan, Korea, Mexico, Norway, Poland, Sweden, Switzerland, Turkey and the United Kingdom. During the sample period the exchange rate policy of the examined countries is characterized primarily by floating exchange rates. We tested the reduced form of the monetary exchange rate models thus our variables are the nominal exchange rate, the nominal money supply and the industrial production index. The exchange rates are average period values, the nominal money supplies are the end of period data, containing both seasonally adjusted and unadjusted items. In general they are M3, but in some cases we have M2 and M4. All the industrial production indices are seasonally adjusted. The data selection was influenced by the availability of the data. We applied the industrial production index because real GDP can be reached in a shorter time period, and the majority of the studies also use this kind of data to proxy the real income. Eviews and Stata programmes were used to test our model.

3.2. Results of the panel unit root tests

The order of the integration of the variables was examined by three panel unit root tests and one panel stationarity test: IPS, Fisher-ADF, Fisher-PP and Hadri tests. In the interest of the robustness of the results, all model possibilities were tested. In the case of the IPS and the Fisher-ADF tests the number of the lags in the auxiliary regression was determined by the Schwarz information criterion. The other tests use the kernel method to correct the feasible

autocorrelation; thus in the case of the Fisher-PP and Hadri tests, the Bartlett kernel was

applied. The results are heterogeneous (Table 1).

Variables	IPS test	Fisher-ADF test	Fisher-PP test	Hadri test
<i>Variables of the USA 1996Q1-2011Q4</i>				
m_t^*	$I(1)$	$I(1)$	$I(1)$	$I(1)$
y_t^*	$I(0)$	$I(1)$ or $I(0)$	$I(1)$ or $I(0)$	$I(1)$ or $I(2)$
<i>Variables of the OECD countries 1996Q1-2011Q4</i>				
e_{it}	$I(1)$ or $I(0)$	$I(1)$ or $I(0)$	$I(1)$ or $I(0)$	$I(3)$
m_{it}	$I(1)$	$I(0)$	$I(0)$	$I(3)$
y_{it}	$I(1)$ or $I(0)$	$I(1)$ or $I(0)$	$I(1)$	$I(1)$

Table 1

The results of the IPS, the Fisher-ADF, the Fisher-PP and the Hadri panel unit root and panel stationarity tests

The variables of the USA can be examined by time series unit root tests too, because in each equation there is the same time series of the USA. In order to test all the variables with the same methodology, the four selected panel unit root tests were eventually used for the US variables too. The US nominal money supply is unambiguously integrated of order one. The US real income is $I(1)$ or $I(0)$, but the second order integration also emerged from the Hadri test. The nominal exchange rate of the examined OECD countries is also $I(1)$ or $I(0)$ and the Hadri test shows an unrealistic $I(3)$. The results of the nominal money supply of the examined OECD countries are similar, but in this case two tests show that the process is stationary, one that it is a unit root process, while the Hadri again shows $I(3)$. We have better results in the case of the real income of the examined OECD countries; according to the Fisher-PP and Hadri tests it is $I(1)$, and only the IPS and Fisher-ADF tests are uncertain whether the process is $I(1)$ or

$I(0)$. The graphs of the time series can offer a little help in evaluating the results. It seems from the graphs that the majority of the time series have a trend, so in almost all cases we can exclude the possibility that the examined processes are stationary. Some outlier values and sometime possible breakpoints also appeared, which may be the cause of the uncertainty of the Hadri test.

Although we cannot make an unambiguous decision about the integration order of the variables, the examined processes can in all cases be considered unit root processes. So we can analyze whether a long run equilibrium relationship exists between the examined variables, i.e. whether the central statement of the monetary exchange rate models is fulfilled or not.

3.3. Results of the Westerlund panel cointegration tests

We examined three specifications of the reduced form of the monetary exchange rate models: a two-, a three- and a five-variable model (Table 2).

statistics	Two-variable model		Three-variable model		Five-variable model	
	value	p-value	value	p-value	value	p-value
G_t	-2.221	0.028	-2.567	0.013	-3.100	0.004
G_a	-8.964	0.097	-11.241	0.096	-6.961	0.999
P_t	-8.221	0.004	-9.923	0.001	-10.688	0.014
P_a	-7.729	0.001	-10.302	0.001	-8.021	0.744

Table 2

The results of the Westerlund panel cointegration test in respect to the monetary exchange rate models

We can see that the restricted models perform better. In case of the P tests the null hypothesis (that there is no cointegration) can be rejected at a 1% significance level by the two- and three-variable model against the alternative hypothesis that the panel is cointegrated as a whole. In the case of the G tests the null hypothesis can be rejected at the 5% and 10% significance levels by both restricted models against the alternative that there is at least one unit which is cointegrated. We cannot reject the null hypothesis in the case of the five-variable unrestricted model, nor by the G_α neither by the P_α test, but it can be rejected by the G_τ and the P_τ test at the 1% and 5% significance levels. The first results of the tests are relatively positive. Still, we found

evidence for the hypothesis that the panel is cointegrated as a whole. The results of the two- and three-variable model unambiguously confirm that a long run equilibrium relationship exists between the nominal exchange rate and the monetary macro-fundamentals, and the unrestricted model also offers moderate support for the empirical validity of the monetary exchange rate models.

Nevertheless, we must examine whether our results are robust or not. Since we applied the US dollar as an anchor currency, there is a great chance that there exists cross section dependence between the residuals of the panel units. We analyzed the cross section dependence with the Pesaran 2004 CD test between both the residuals and the variables for all the three specifications (Table 3).

Two-variable model			Three-variable model			Five-variable model		
	CD stat.	p-value		CD stat.	p-value		CD stat.	p-value
residuals	5.18	0.000	residuals	0.83	0.409	residuals	31.22	0.000
e_{it}	38.56	0.000	e_{it}	38.56	0.000	e_{it}	38.56	0.000
m_{it}	78.99	0.000	$m_{d,it}$	22.49	0.000	f_{it}	5.12	0.000
m_t^*	81.98	0.000	$y_{d,it}$	6.17	0.000			
y_{it}	37.34	0.000						
y_t^*	81.98	0.000						

Table 3

The results of the CD test in respect of the variables and the residuals of the estimated monetary exchange rate models

Notes: 1) $f_{it} = [(m_{it} - m_t^*) - (y_{it} - y_t^*)]$

2) $m_{d,it} = (m_{it} - m_t^*)$

3) $y_{d,it} = (y_{it} - y_t^*)$

We obtain the residuals from the pooled mean-group estimation (PMG) of the panel. The null hypothesis of the CD test is that there is the cross section independence. The results are unambiguous: it can be rejected in almost all cases at the 1% significance level that the residuals and the variables are independent from each other. Only with the three-variable

specification case can we not reject the hypothesis that the residuals from the PMG estimation are independent.

Since the results of the CD test show a strong cross section dependence between the units of the examined panel, the Westerlund test is run again and new p -values will be determined by the bootstrap method (Table 4).

statistics	Two-variable model		Three-variable model		Five-variable model	
	value	robust p-value	value	robust p-value	value	robust p-value
G_α	-2.221	0.109	-2.567	0.068	-3.100	0.044
G_α	-8.964	0.095	-11.241	0.090	-6.961	0.859
P_τ	-8.221	0.081	-9.923	0.034	-10.688	0.099
P_α	-7.729	0.051	-10.302	0.031	-8.021	0.501

Table 4

The results of the Westerlund panel cointegration test in respect of the monetary exchange rate models with robust p -values

The results deteriorated but this does not influence the inferences considerably. Still, the two restricted models perform better, especially the three-variable specification, which is often tested by the literature. In the case of the G tests at 10%, and in the case of the P tests at the 5% significance level the null hypothesis – that it is no cointegration – can be rejected. With the two-variable specification, the null hypothesis only cannot be rejected in the case of the G_τ test; in the other cases it can be rejected at the 10% significance level. The five-variable unrestricted model performs in the same way as previously. With the G_τ and the P_τ test at the 5% and 10% significance levels the hypothesis that there is no cointegration between the examined variables can be rejected, as long as it remains impossible to reject the null hypothesis with the G_α and the P_α tests. Taking into account the cross section dependence did not fundamentally change our former assertion: i.e. that a long run equilibrium relationship exists between the nominal exchange rate and the monetary macro-fundamentals.

This is unambiguously supported by the results of the three-variable specification, and the other two specifications also serve as moderate evidence for this relationship.

5. REFERENCES

- [1.] Basher, S. A. – Westerlund, J. (2009): Panel cointegration and the monetary exchange rate model. *Economic Modelling*, Vol. 26, No. 2, 506-513. p.
- [2.] Bilson, J. (1978): The monetary approach to the exchange rate - some empirical evidence. *IMF Staff Papers* 25, Vol. 1, 48-75. p.
- [3.] Dornbush, R. (1976): Expectations and Exchange Rate Dynamics. *Journal of Political Economy*, Vol. 84, No. 6, 1161-1176. p.
- [4.] Engle, R. F. – Granger, C. W. J. (1987): Co-Integration and Error Correction: Representation, Estimation, and Testing. *Econometrica*, Vol. 55, No. 2, 251-276. p.
- [5.] Frankel, J. A. (1979): On the mark: a theory of floating exchange rates based on real interest rate differentials. *The American Economic Review*, Vol. 69, No. 4, 610-622. p.

4. CONCLUSION

The most frequently applied panel cointegration tests are residual-based tests using the logic of the Engel – Granger 1987 time series cointegration test. But these tests force rigorous restrictions on the long-run and short-run parameters assuming that they are equal, and this assumption is fulfilled by all cross sections, which may reduce the power of the tests. Hence we chose a test based on a different idea, the Westerlund 2007 test, which examines whether the error-correction term in a conditional panel error-correction model is equal to zero

. This test can also handle the cross section dependence which was analyzed with the Pesaran 2004 CD test between the residuals and the variables. The monetary exchange rate models were tested in three specifications: by a two-, a three- and a five-variable model.

According to the results of the CD test there is cross section dependence in our examined panel between the residuals and the variables, too. Thus robust p -values were determined with the bootstrap method. However, the results did not fundamentally change when the new p -values were taken into consideration. We succeeded in revealing the cointegration between the examined variables, and the frequently tested three-variable model showed the best results.

- [6.] Frankel, J. A. (1984): Tests of monetary and portfolio balance models of exchange rate determination. In: John F. O. Bilson – Richard C. Marston, eds. (1984): *Exchange Rate Theory and Practice*. University of Chicago Press, 239-260. p. http://www.nber.org/chapters/c6837.pdf?new_window=1 Letöltve: 2011. 12. 16.
- [7.] Frenkel, J. A. (1976): A monetary approach to the exchange rate: Doctrinal aspects and empirical evidence. *Scandinavian Journal of Economics*, Vol. 78, 169-191. p.
- [8.] Groen, J. J. (2000): The monetary exchange rate model as a long run phenomenon. *Journal of International Economics*, Vol. 52, No. 2, 299-319. p.
- [9.] Hadri, K. (2000): Testing for stationarity in heterogeneous panel data. *The Econometrics Journal*, Vol. 3, No. 2, 148-161. p.
- [10.] Hendry, D. F. – Juselius, K. (2000): Explaining cointegration analysis: Part I. *The Energy Journal*, Vol. 21, No. 1, 1-42. p.
- [11.] Im, K. S. – Pesaran, M. H. – Shin, Y. (2003): Testing for unit roots in heterogeneous panels. *Journal of Econometrics*, Vol. 115, No. 1, 53-74. p.
- [12.] Macdonald, R. – Taylor, M. P. (1992): Exchange rate economics: a survey. *Staff Papers-International Monetary Fund*, Vol. 39, No. 1, 1-57. p.
- [13.] Maddala, G. S. – Wu, S. (1999): A comparative study of unit root tests with panel data and a new simple test. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, Vol. 61, 631-652. p.
- [14.] Mark, N. C. – Sul, D. (2001): Nominal exchange rates and monetary fundamentals. Evidence from a small post-Bretton woods panel. *Journal of International Economics*, Vol. 53, 29-52. p.
- [15.] Meese, R. A. (1986): Testing for bubbles in exchange markets: a case of sparkling rates. *Journal of Political Economy*, Vol. 94, No. 2, 345-373. p.
- [16.] O'Connell, P. G. J. (1998): The overvaluation of purchasing power parity. *Journal of International Economics*, Vol. 44, 1-19. p.
- [17.] Otero, J. – Smith, J. (2000): Testing for cointegration: power versus frequency of observation-further Monte Carlo results. *Economics Letters*, Vol. 67, No. 1, 5-9. p.
- [18.] Pesaran, M. H. – Shin, Y. – Smith, R. P. (1999): Pooled Mean Group Estimation of Dynamic Heterogeneous Panels. *Journal of the American Statistical Association*, Vol. 94, Issue 446, 621-634. p.
- [19.] Pesaran, M. H. (2004): General Diagnostic Tests for Cross Section Dependence in Panels. CESifo Working Paper No. 1229, http://www.econstor.eu/bitstream/10419/18868/1/cesifo1_wp1229.pdf Downloaded: 2013. 03. 18.
- [20.] Rapach, D. E. – Wohar, M. E. (2002): Testing the monetary model of exchange rate determination: new evidence from a century of data. *Journal of International Economics*, Vol. 58, No. 2, 359-385. p.
- [21.] Rapach, D. E. – Wohar, M. E. (2004): Testing the monetary model of exchange rate determination: a closer look at panels. *Journal of International Money and Finance*, Vol. 23, Issue 6, 867-895. p.
- [22.] Sarantis, N. (1994): The monetary exchange rate model in the long run: an empirical investigation. *Weltwirtschaftliches Archiv*, Bd. 130, H. 4, 698-711. p.
- [23.] Shiller, R. J. – Perron, P. (1985): Testing the random walk hypothesis: power versus frequency of observation. *Economics Letters*, Vol. 18, No. 4, 381-386. p.
- [24.] Taylor, A. M. – Taylor, M. P. (2004): The purchasing power parity debate. *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 18, No. 4, 135-158. p.
- [25.] Westerlund, J. (2007): Testing for error correction in panel data. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, Vol. 69, No. 6, 709-748. p.

Éva Pólya – Kata Földi

Role of Children in the Case of Parental Food Store Choice

Pólya Éva-Földi Kata A gyerekek befolyásoló szerepe szülei élelmiszer üzletválasztásában

Összefoglaló

A családnak jelentős szerepe van a vásárlási döntési folyamatban, mint a társadalom elsődleges döntéshozatali egysége. Kiemelkedő szerepe van a fogyasztói szocializációban és a gyerekek fogyasztóvá válási folyamatában. A család keretet ad, amelyen belül a gyermekek megtanulják hogyan viselkedjenek fogyasztóként, elsajátítják a vásárláshoz és fogyasztáshoz szükséges kompetenciákat. A gyerekek családon belüli szerepének változása rendkívül aktuális az elmúlt időszakban, és hatással van a családon belüli vásárlási döntési folyamatra, talán még az élelmiszer üzletválasztásra is.

Kulcsszavak: családi vásárlási döntési folyamat, gyerekek szerepe, élelmiszer üzletválasztás, kvalitatív kutatás

ABSTRACT

Family as a primary decision making unit of society have a significant role in purchase decision making processes of individuals. It has a significant role in consumer socialization and in the process how children become consumers. It is a frame, within what children learn to behave as consumers, acquire all competencies concerning to purchase and consumption, and hence become competent to other consumers. Change of children's role within the family is in the air in the last period, and this has an effect on purchase decision making processes within the family maybe on food store choice too.

Keywords: family purchase decision making process, children role, food store choice, qualitative research

INTRODUCTION

Family as a primary decision making unit of society have a significant role in purchase decision making processes of individuals. It has a significant role in consumer socialization and in the process how children become consumers. (Lehota 2001) It is a frame, within

what children learn to behave as consumers, acquire all competencies concerning to purchase and consumption, and hence become competent to other consumers. Change of children's role within the family is in the air in the last period, and this has an effect on purchase decision making processes within the family. Children became more and more equal within the family, and in most of the cases has wider knowledge as their parents do, so their role especially in the case of competency decision has significantly grown. They become consumers-purchasers much earlier as they did a few decades earlier. (Törőcsik 2007) Nevertheless we should not forget that always parents play a primary role in the process how children become and develop to consumers, they facilitate their children to appear in the market as a potential buyer and decision maker by financially funding them. Lowest border of consumption generation is dilated: even kindergarten generation appears as an independent purchaser and self-conscious consumer. Hence the size of children market is growing rapidly; consumer behavior of adults is a direct antecedent of children's consumer behavior. (McNeal 2007) Relations within the

family are changing in point of purchase decision processes: families live in a freer, more liberal spirit, hence role of different family members changed in this process. Children gained a greater voice in purchase processes, but also role of men and women has changed in this process. It is more and more characteristic that spouses make decisions commonly, both party take part in purchase what used to be typically the competence of wives or husbands. Over time close emotional boundaries are evolved among family members and this influences the decision making process and its output. Hence purchase decisions have serious emotional implication, and emotional strategies used by different family members have an effect on other emotional aspects of family life.

Nevertheless purchase decision making processes goes beyond problem solving and can fulfill several other aims. They can be occasion for talking among each other within the family, given questions can be discussed and also family members can do daydreaming. As a result of problem solving a kind of inhesion can develop among family members and this process can fulfill an important role in children's socialization. (Törőcsik 2007)

Why the role of children has changed nowadays? Today children are influenced very much by computer world, they are internet experts and learn much faster; they cooperate with their mates, they constantly network with each other, they play different games, do more things, and they are smarter consumers (Coffey et al., 2006). Children become consumers even before they learn to write, read and count. (Roedder John and Peracchio, 1993). Hence the size of children market is rapidly growing, and the consumer behavior of adults is a direct antecedent children's consumer behavior. (Berey and Pollay, 1968) However we should not forget the fact that parents always play a primary role in their children's development by financing their purchases and foster them to appear on the market as a consumer and decision maker. (McNeal, 2007). Even at kindergarten age they have purchase power and

appear as a consumer. . (Lipi, 2000) Children between the age of 8-12 definitely knows what they need; though for them purchase is more like a hobby, it is the method how they acquire conquest of world, decision making, status and power demonstration. (Müller, 2001). By Yee and Flanagan (1985) active acquirement to decision making happens between the age of 9-13, though decision autonomy (autonomous decision without parents influence) made usually between the age 12-17. (Dornbusch and Carlsmith, 1985) Influence of children on purchases and consumption can betide in two ways: either in a direct form when they actively latch on to process, or in an indirect form (McNeal, 1992), when family makes different decisions just because of their existence. We should not forget the fact that children also mean a future market as time elapses. (Törőcsik, 2003) Hence it is really important for marketers to deal saliently with this age group. We should not forget that they mean themselves a remarkable market, as they do shopping independently. Henceforward they can affect their the decisions of their parents and as they are becoming consumers it is expedient to acquaint the brand and support brand loyalty. (Foxall et al., 2006)

Depending on the product type children can have an influence on family decision making in different ways. (Golombok and Rust, 1993) Influence is at higher level in the case of children related products like toys for example. In general influence level is lower in the case of products they do not use personally. (Beatty and Talpade, 1994) Nevertheless it is not just the product type but also the age of children and the number of siblings what can occur as an influencing factor during purchase decision making. (Peter et al., 1999)

As we could see its role is changing though still family is the primary decision making unit in the society. Several authors deal with the dynamics of family decisions (Arora and Allenby 1999, Su 2003, Ward 2005), but as to the decision making it is examined from several point of views: economical (Becker 1974) and social

conflict views (Sprey, 1979) and by gender roles (Pollay 1968, Scanzoni, 1977, Qualls 1988). Most of the authors (Davis, 1970, 1971, 1976; Davis-Rigaux 1974, Filiatrault and Brent 1980, Spiro 1983, Cosenza 1985, Corfman 1991, Ward 2005) tend to examine family decision making from a gender point of view, hence they try to explain the relative influence of family members in the decision making process. Level of influence depend on several factors: how a spouse contribute to the household (Blood and Wolfe, 1960) or what type of culture (traditional/modern) the parties come from (Qualls, 1987). In spite of these Johnson et al. (1994) examine children's influence on decision making, however other authors concentrate exactly on the process (Hoffman 1977, Howard and Sheth 1969, Blackwell et al. 2006, Sheth 1974). Older studies introduced family purchase decision making as a rational decision by all family members it was not taken into consideration how personal emotions influence the different actors. Nevertheless this type of assumption ignore that people are not totally rational decision makers, but in many cases influenced by their emotions. (Gelles and Straus, 1979) Among family members close emotional bonds emerge over time, that influence the decision making process and its output. Emotions (like love, sympathy, anger, guilt) can connect to different steps of purchase decision making.

1. STORE CHOICE

In the stages of the purchasing decision process – mainly in „decision making” and „purchasing” – store choice has become an element due to its importance (Hofmeister-Tóth, 2003 2008; Veres-Szilágyi, 2006; Hawkins et al. 1986; Lantos, 2010).

„Decision making” and „purchasing” includes store-, product- and brand choice. Store choice takes place earlier than the choice of product and brand (Monroe-Guiltinan, 1975, Hofmeister-Tóth-Törőcsik, 1996, Törőcsik 1998, Bauer-Berács 2002, Lehota et al. 2005, Veres-Szilágyi 2006, Blackwell-Miniard-Engel 2006,

Bauer et al. 2007, Lantos 2010). According to many researchers, this process can be related to many factors: Hofmeister-Tóth – Törőcsik (1996) believe it to be the product category, Veres-Szilágyi (2006) to a well known brand, again Hofmeister-Tóth – Törőcsik (1996) to consumer behaviour, then Törőcsik (1998) refers it as from a situative point of view, and also Lehota et al. (2005) and Lantos (2010) suggest the possibility of inversion between store and brand choice. This latter also depends on product category and the situation. Nowadays the typical consumer behaviour is that due to time shortage, when that certain daily consumer product or brand cannot be bought in the chosen retail store, the customer will buy another brand or a substitution product depending on the selection in the store, instead visiting another shop. The customer makes the decision „on the spot” (Törőcsik, 2009).

1.1. Factors of store choice

Store choice – according to Lantos (2010) – is like brand choice. Customers evaluate the alternate stores according to their norms of factors. The main difference between store choice and brand choice is the type of assessment factors. According to these, the customer evaluates the type of store and the competitors and then chooses the store. Before the choice of the retail chain, the customer decides which type of stores he/ she can choose from. The characteristics of the store will have to be in accordance with the characteristics and expectations of the customer and the factors of purchase. (Blackwell-Miniard-Engel, 2006).

Most essays agree on that the most important influencing factor is the location of the store (Arnold - Oum-Tigert, 1983. Freymann, 2002) and the price (Bell – Ho – Tang, 2001. Freymann, 2002. Arnold – Oum – Tigert, 1983). According to Briesch, Chintagunata és Fox (2009) while there is a general preference towards low price, the preference towards selection changes from household to household. While Luchs (2008) examined price

image and the role of selection in store choice, Bhatnagar and Ratchfor (2004) examined store choice among all types of stores, and according to their findings, the optimal store for the customer depends on – among others – the costs of stock. The construction of the basket affects the decision as to which retail chain to choose. According to Inman, Shankar and Ferraro (2004), certain product categories will actually be bought in the stores associated with them.

Not all retail unit have the same stock of brands, so brand preference can also have an influence on store choice. According to Luchs (2008), brand (own or manufacturer's) is a dichotomic factor.

1.2. Bulk purchase

Bulk purchase has been interpreted by many Hungarian authors (Bauer-Agárdi, 2000; László-Orosdy, 2000; Kenesei, 2002; Lakner et al. 2004). According to Nagy (1997) it is a weekend shopping with a car, Beliczay just says (1998) „car goods”, and while according to Törőcsik (2006) it is „bulk-routin”, and Kovács's concept is (2007) „shopping by car”, Nagy-Nagy (2008) state it to be „combined shopping routes”. Under these denominations further sub-groups have been identified from the point of view of purchasing frequency, using the expressions „weekly”, „weekend”, „bi-weekly” and „monthly” shopping. Weekly (Lukovich, 1997; Bauer-Agárdi, 2000; Kenesei, 2002; Tar, 2002; Lehota et al. 2005; Törőcsik, 2006; Kovács, 2007), weekend shopping (László-Orosdy, 2000; Lehota et al. 2005; Agárdi, 2008), by-weekly (Törőcsik, 2006) and monthly (Lukovich, 1997; László-Orosdy, 2000; Kenesei, 2002; Tar, 2002; Lehota et al. 2005; Törőcsik, 2006; Kovács, 2007). Gauder determines the sub-categories of purchasing as (1997) fast (weekly) and extensive (monthly). Big-shopping is interpreted as the long term stock piling for the household according to Kenesei (2002.)

2. METHODS AND RESULTS

2.1. Qualitative research (structured interviews)

The main purposes were to understand better the reasons behind the changes in food purchasing behaviour and that in store choice. Also to disclose customers' opinion concerning similarities and differences between store choice in the case of daily and bulk purchase, as well as to get to know the relationship between store choice and Hungarian ownership of the store. Another objective was to examine the participation of family members in daily and big shopping, as well as children's – as the main influencing factors among family members – impacts when it comes to store, product and brand choice.

The subjects for the structured interviews were chosen from families with children still living with them, as we aimed to disclose the opinions from the point of view of parents – as the main food purchasers – and that of children as the potential influencing factors.

These interviews were made with the assistance of the members of the István Bethlen Special College research team (Anita Bajdó, Brigitta Balogh, Judit Halász, László Alex Ecsédi) from 16 March to 30 March 2012. After making an appointment personally, by email or phone, 40 structured interviews were made in the homes of the people questioned. These interviews were recorded with a dictaphone with the interviewees' approval. The processing of the interviews was done with the „word-cloud” method, to which the program on the website <http://wordle.net> gave assistance. This method helped to analyze the contents of the answers, despite the fact that it was used for all the structured questions.

The interview with the main buyer of food involved 30 questions in 3 topics, while with the children it only contained 21 questions in 3 topics. The distribution of the interviews according to topics and questions can be seen in Table 1. The quantity of questions in each topic was not evenly distributed, depending on the complexity of the topic.

Topics	Parents (number of questions)	Children (number of questions)
Warming up	1	1
Customers, purchasing behaviour	10	9
Store choice, Children's influencing role	19	11
Altogether	30	21

Table1 Distribution of Structured Interviews according to Topics and Questions

Source: own research

The changes in customer behaviour, habits and store choice and the children's influencing role cannot totally be described with quantitative methods, hence food purchasers' and children's opinions were disclosed with the help of structured interviews according to the topics below. Because of the extensiveness of the research, we will just focus on 2 questions in the topic of children's influencing effects on store choice.

2.1.1. Children's influence and its extent on store choice relating to daily and bulk purchase

According to most of the interviewees, their children do not affect their store choice concerning daily food shopping. Some of them say, that this is because of the children's small age or the force of habit in store choice. According to their replies, the extent of influence is the following: „not really”, „not definitely”, „partly”, „quite so” and „very”. In the case of bulk purchases, though, children's influence was more significant, depending on the children's age. Influencing power also plays a role. *„Their children try to influence her regarding store choice – with more or less success”. (H.K.)* The extent of the influence is quite significant in several families among the interviewees, but according to them, the quality of product selection is also an important factor in the decision making.

2.1.2. Children's influence and its extent in store choice in the case of weekend and weekday purchases

Most of the children, asked in the interview, cannot influence their parents' store choice in either cases.

Even with those who have a deeper impact on their parents, it is not consequent which they

can influence more: the location of the weekend or the weekday purchases, as some play a greater role in one than others. In the case of weekday shopping, some parents do their shopping on the way home from school. *„He cannot influence them on weekdays, since they rarely do shopping together. But in the case of weekend shopping, he tells them where he would like to go, and in most cases this is where they will go in the end.” (G.G.)*

2.2. Qualitative research

The main purposes were a deeper understanding of the reasons behind the changes in food purchasing behaviour and that in store choice. Also, to disclose customers' opinion concerning similarities and differences between store choice in the case of daily and big shopping as well as to get to know the relationship between store choice and Hungarian ownership of the store. Another objective was to examine the participation of family members in daily and big shopping, as well as children's – as a main influencing factor among family members – effects when it comes to store, product and brand choice.

The focus group interviews were made with the assistance of the members of the István Bethlen Special College research team (Bianka Barta, Anna Sebestyén, Henrietta Tóth, Szilvia Oláh, Rita Agócs) in March and April 2013. Each member moderated two focus group interviews: the first one with the parents and the second one with the children. So altogether 5-5 interviews were carried out with the parents and their children.

The subjects for the focus group were chosen from families with children still living with

them, as we aimed to disclose the opinions from the point of view of parents – as the main food purchasers – and children as the potential influencing factors.

After making an appointment personally, by email or phone, 10 focus group interviews were made in the moderators' homes. These interviews were recorded with a dictaphone

with the interviewees' approval. The processing of the focus group interview reports was done with the „word-cloud” method, to which the program on the website <http://wordle.net> gave assistance. This method helped analyze the contents of the answers, despite the fact that it was used for all the questions. In this essay only a part of it will be analyzed and demonstrated.

Topics	Parents	Children
Warming up	1	1
Word associating	5	5
Food purchasing behaviour	11	14
Store choice, Children's influencing role	40	22
Altogether	57	42

Table 2 Distribution of Focus Group Interviews according to Topics and Questions

Source: own construction

2.2.1. Children's influence on food store choice in the case of daily purchases according to parents

According to the majority of parents their children do not influence the location of daily purchases. Only few parents are influenced a little or sometimes, and in one parent's case, the store choice is influenced in 30 per cent. Other parents take their children to the shop, which their children have chosen, which is usually the effect of some promotion. One person interpreted it in the following: „If there is a product he would like very much and is on sale, he can eventually make her go to that particular shop.” (B.M.)



Figure 1 Children's influence on food store choice in the case of daily shopping according to parents

Source: own research

There are parents who do not take their children with them for the daily purchases. Parents' opinions relating to children's

influence on food store choice in daily shopping are illustrated in Figure 1.

2.2.2. Children's influence on food store choice in the case of bulk purchases according to parents

According to the majority of parents their children do not influence the location of bulk purchases. Some parents admit that they are influenced to a smaller extent, and in this case they spend more time and money too. There was a parent, who can be convinced by her children: „Yes, he does list the reasons why they should go that shop.” (M.K.)

Children's influence on food store choice in the case of big shopping according to parents is demonstrated in Figure 2.

2.2.3. Parents' influence on food store choice in the case of weekday and weekend purchases according to their children

According to most children, they do not influence their parents' store choice in either cases. Some kids usually do, some only sometimes and others only to a small extent play a part. Only one child of the interviewees mentioned the extent of her influence according to purchasing frequency: she thought she had an influence in both weekend and

- [7] Lehota J., Horváth Á., Gyenge B. (2005), „Qualitative Research of Factors of Consumer Food Store Choice in Retailing” Marketing & Management 2005. XXXIX. volume 3. number p. 4-16.
- [8] Luchs, R. J. (2008), Three Essays Addressing Issues in Retail Channels. University of Pittsburgh Katz Graduate School of Business Doctor of Philosophy (<http://books.google.hu/books?id=filNqaRXTe4C&pg=PA12&dq=store+choice+Luchs&hl=hu&sa=X&ei=vz4AT5TVH6bc4Q5J58mmBA&ved=0CC4Q6AEwAA#v=onepage&q&f=false> 2011. 07. 04)
- [9] McNeal, J. (2007): On Becoming a Consumer. Development of Consumer Behavior Patterns in Childhood. Burlington: Elsevier Inc. 121-154 p., 357-389 p.
- [10] Törőcsik, M. (2009), „Changing of National Consumer Behaviour” Consumer Protection Review, 2009. p. 17-22.

Oláh Béla, Nyúzó Róbert

Изменение климата – биотопливо

Béla Oláh - Róbert Nyúzó: Klímaváltozás - biohajtóanyagok

Absztrakt

A magyar gazdaság energiaiimport függősége mára elérte az EU 2020-ra jelzett átlagát. Magyarország teljes biomassza potenciálja 350-360 millió tonna, melyből 105-110 millió tonna évente megújul. Az évenként képződő biomassza energiatartalma meghaladja az 1185 PJ-t, mely 5%-kal több mint az éves energiafogyasztás. A mezőgazdasági eredetű megújuló energiákkal rövidtávon fedezni lehetne Magyarország energiaszükségletének 10%-át.

Kulcsszavak: Biohajtóanyag, növényolajok, motorféktermi vizsgálat, motorteljesítmény, kipufogógáz.

Аннотация

Зависимость венгерской экономики от импорта энергоресурсов достигла среднего показателя, который указал ЕС на 2020. Общий потенциал биомассы Венгрия 350-360 млн тонн, из которых 105-110 млн тонн каждый год обновляется. Содержание энергии биомассы генерируется каждый год сверх 1185 PJ, что на 5% больше, чем потребленные энергии в одном году. Возобновляемые источники энергии из сельскохозяйственных источников могут быть удовлетворены в краткосрочной перспективе 10% энергетических потребностей Венгрии.

Ключевые слова: Биотопливо, растительные масла, двигательная мощность, характеристик двигателя, выхлопных газов.

1. Введение

В наше время, содержание двуокиси углерода в атмосфере достигла критического уровня 400 частей на миллион, т.е., на 0,4%, что является дополнительно 2 частей на миллион в год увеличивается. Для предотвращения изменения климата, концентрации CO₂ 350 частей на миллион, должны быть сохранены. Так называемые обязательства 2020 3x20 ЕС в области

защиты климата предназначен для 20% на уровне ЕС, чтобы снизить уровень вредных выбросов в 1990 году по сравнению с 2020 на 20% увеличить долю возобновляемых источников энергии к сокращению на 20% потребление энергии [Pongrácz 2008].

Требуется для Венгрии в ЕС в 2020 проданного топлива должен быть 8% биотоплива. В Венгрии, текущие уровни производства из 635000 тонн биоэтанола и 110 000 тонн биодизельного топлива могут быть получены в адекватных производственных мощностей. В целом, венгерское сельское хозяйство можем быть пригодно для среднесрочных энергетических потребностей страны, который составляет приблизительно 1100 PJ. 10% от биомассы покрытия [Hajdú, Magó 2006]. В нашей стране, как будут созданы благоприятные условия для производства биотоплива [Farkas 2009].

2. Материалы и методы

Мы проводились сравнительные исследования продуктов моторного тормоза и измерения дыма [Farkas, Oláh 2008]. Нефтяного топлива различных растений и Рапсовый милистр 10% смесь газойля и дизельного топлива – топливо – в

стандартной комплектации. В проведении измерения, тип C PERKINS 1104 двигатель (рисунок 1) был доступен.



Рисунок 1. PERKINS двигатель

В ходе испытаний, были использованы следующие виды топлива:

- Коммерческая газа;
- Пять видов смесей подсолнечного масла (10%) и газойля (90%);

- Смесь из четырех типов рапсового масла (10%) и газойля (90%);
- Смесей Рапсовый милистр (10%) и газойль (90%);
- Рапсовый милистр (RME).

В ходе расследования продуктов моторного тормоза рычажок [Farkas 2007] фиксатора монтажной позиции фиксированной при полном заряде записать в общей сложности 10 очков работы состоялась в 1100 1/мин – 1 на 2400 об/мин оборотов двигателя. Измерения выбросов ЕС-49 и стандартов (так называемый 13-шаг тест) проводили.

3. Результаты и обсуждение

Средняя производительность для всего разнообразия моторное масло растительного остались сравнению с теми, дизельного топлива в пределах $\pm 1\%$, оставив только производительность смеси, содержащей 10% RME более 4% от дизельного топлива (рисунок 2).

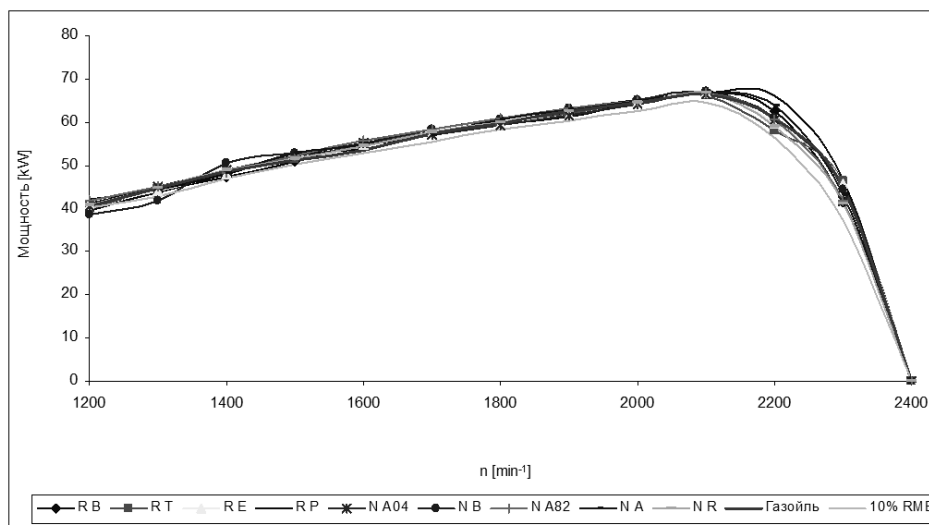


Рисунок 2. Изменения в производительности в зависимости от числа оборотов двигателя

О вращающих моментах тоже можно сказать и о 10% RME газонефтяной смеси также более чем на 4% ниже измеренного значения дизеля (рисунок 3).

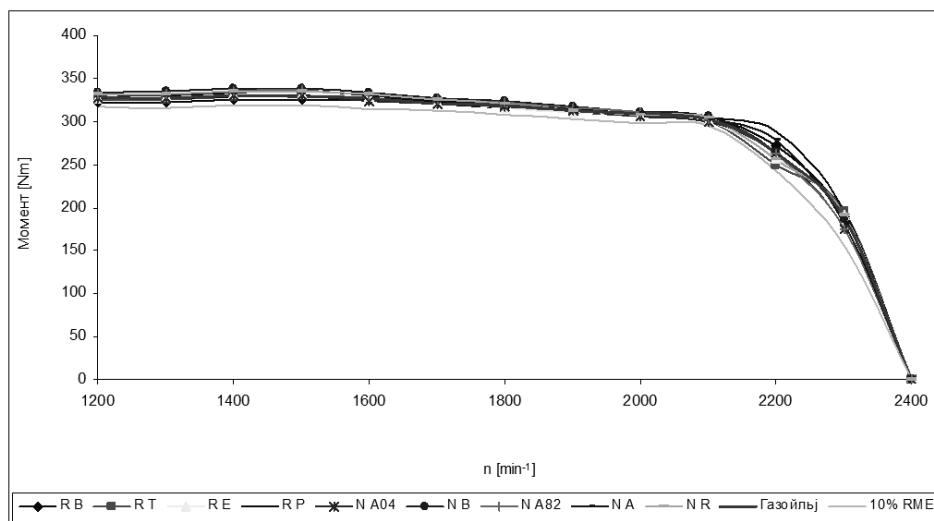


Рисунок 3. Об изменении крутящего момента в зависимости от числом оборотом

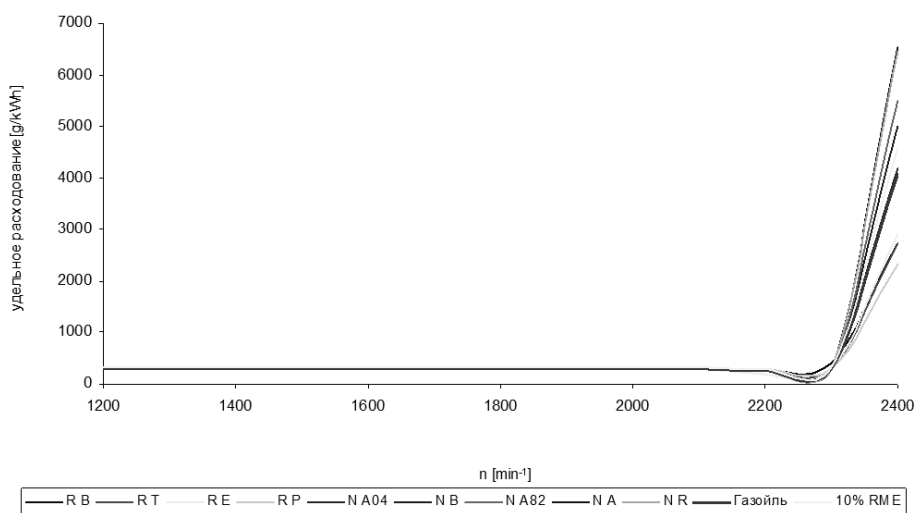


Рисунок 4. Развитие удельного расхода топлива в зависимости от числом оборотом

Удельный расход четырёх рапсовых масел газовой смеси показал 14,76% и 22,37% более низкое значение по сравнению с образцом газойля, однако, все пять образцов подсолнечного дизель расход

премикс топлива были выше, чем газойля 1,59 до 32,42%, соответственно (рисунок 4). После экспертиза компонентов выхлопных газов загрязнителя обнаружили, что пяти из подсолнечных дизельных модель смешеней,

четыре проиграл 6,93% – 24,94% от стоимости CO газойля (рисунок 5).

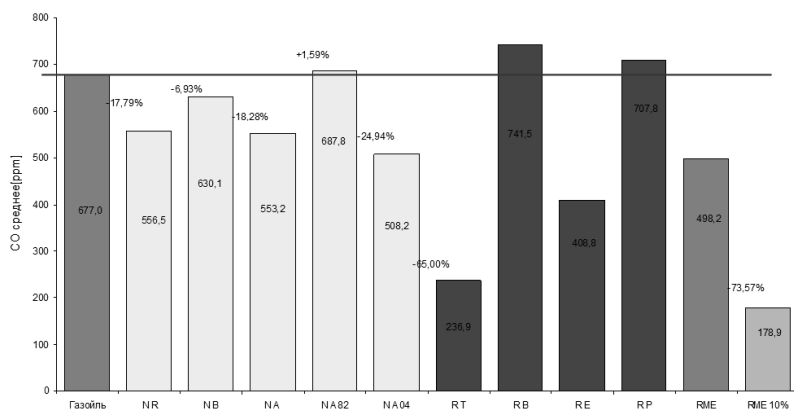


Рисунок 5. Изменение ценностей CO для каждого типа двигательного топлива

Из четырех, у двух смесей рапсовых дизельных масел показал существенное сокращение 65% и 39,61%, в то время как у двух других наблюдается 9,52% и 4,56% больше. Чистый RME 26,42%, смесь, содержащую 10% от RME было 73,57% меньше выбросов CO. Примечательно, что все смеси растительного масла выбросы CH

дизельные ниже значения образца газойля (рисунок 6). Подсолнечное масло 18,6% – 34,88% проб, в то время как рапсовое масло 26,16% – 66,28% образцов остались в стоимости образца газойля. Чистый RME представлена 5,23% и 10% смесь RME 55,81% меньше по отношению к золотому стандарту.

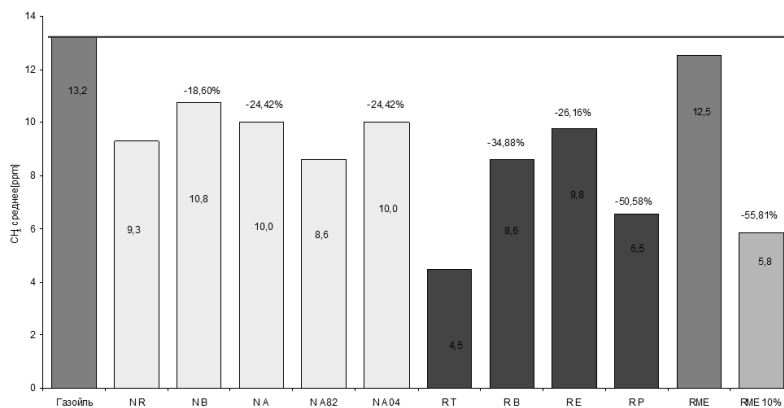


Рисунок 6. Развитие значений CH для каждого типа двигательного топлива

Из десяти типов смесей 10% растительного масла и дизельного топлива только у двух мы заметили концентрацию, NOx выше дизельного (рисунок 7). Образцы подсолнечного масла были немного более

благоприятными, чем смеси на нефть рапсового, девять испытанных образцов 6,94% – 13,61% для образца газойля была ниже стоимости NOx. Следует отметить, что 10% газа-масляная смесь RME 10,72%, в то

время как чистый RME 6,54% выше, чем уровни NOx дизель.

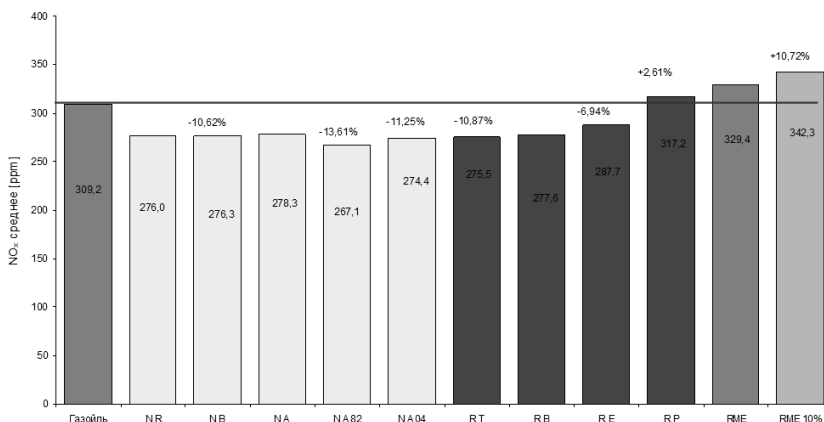


Рисунок 7. Изменение NOx разного типа двигательного топлива

4. Выводы

Значения растительного масла сочетается производительность и крутящий момент двигателя, как правило, представлены меньшей ценностью, чем у дизельного топлива, что объясняется более низкой теплотворной растительных масел. Тем не менее, иногда выше, чем дизельное топливо измеренных значений, которые могут быть связаны с более высокой вязкостью. Чем выше вязкость и может увеличить к максимальной дозы. Тот факт, что образцы с предварительным смешением рапсовое масло показывают лучшие результаты, чем в целом образцы подсолнечного масла можно объяснить разницу между цетанового числа.

Компоненты CO в обеих смеси растительного масла в основном оставалась ниже значений выборок газойля, но мы получили лучшие значения для образцов рапсового масла. Это говорит о том, что в случае смеси растительного масла, используемого в операции преимуществ достигается

двигатель (измерительное оборудование) и эксплуатационных условий (температуры и давления). Беднее соотношение смеси чем стехиометрическое двинулись в сторону полного сгорания.

В СН композиции мы получили более значительные значения низкие значения, чем в газойля, в изготовлении из рапсового масла с предварительным смешением образцов показали лучшие результаты в этом случае. Там не было охлаждающий эффект на стенки цилиндра.

Значения концентрации NOx в целом показали более выгодные значения, чем дизельное топливо, но лучшие, сортов подсолнечного масла чем результаты рапсового масла. Это может быть объяснено, тем что в этом случае скорость реакции образования NOx снижается. Более может быть связано с тем, что применение смесей растительного масла в начале тепловыделения сгорания, только медленными темпами существимся.

5. Исползованая литература

- [1] Farkas Ferenc (alprogramvezető) [2007]: Növényi alapú biohajtóanyagok előállítási feltételeinek kidolgozása és környezetvédelmi célú felhasználásának megszervezése (különös tekintettel a növényolajokra). NKFP-4-63/2004.
- [2] Farkas Ferenc, Oláh Béla [2008]: Klímaváltozás – biohajtóanyagok. VI. Alföldi Tudományos Tájgazdálkodási Napok, Szolnoki Főiskola Műszaki és Mezőgazdasági Fakultás, Mezőtúr, 227-233. p.
- [3] Ferenc Farkas [2009]: Plant oil derivatives as fuel. 13th Conference on Environment and Mineral Processing & Exhibition, Ostrava, Czech Republic, 5-10 p.
- [4] Hajdú József, Magó László [2006]: Az energiatermelő mezőgazdaság. Mezőgazdasági Technika. 47. évf. 8. szám, 2-4. p.
- [5] Pongrácz László [2008]: Az EU klíma-energiacsomagjának magyarországi következményei. Mezőhír, 12. évf. 8. szám, 113-116. p.

Molchanov, Igor – Molchanova, Natalya Petrovna

Трансформационные процессы в развитии сферы образования России

Molchanov, Igor – Molchanova, Natalya Petrovna: Az oktatásfejlesztés átalakítási folyamatai Oroszországban

Összefoglaló

A tanulmány áttekinti az Orosz Föderáció oktatásfejlesztési kérdéseit a gazdaság és a szociálpolitika átalakításának, modernizációjának időszakában. Bemutatásra kerülnek az emberi erőforrás potenciál, a pénzügyi biztonság és a közigazgatás fejlesztésének irányvonalai a tanulás tartományán belül.

Kulcsszavak: oktatásügy, oktatási intézmények, az oktatás jogi keretei, humán tőke

Molchanov, Igor – Molchanova, Natalya Petrovna: Transformation processes in the development of education in Russia

Abstract

This paper discusses the improvement of education in the Russian Federation in the period of transformation and modernization of the economy and social sphere and the direction of development of the resource potential, financial security and social and public administration in the learning domain.

Keywords: Education, educational institutions, legal framework of education, human capital.

Аннотация

В статье рассматриваются вопросы совершенствования образования в Российской Федерации в период трансформации и модернизации экономики и социальной сферы. Показаны направления развития ресурсного потенциала, финансовой обеспеченности и общественно-государственного управления в изучаемой предметной области.

Ключевые слова: сфера образования, образовательные учреждения, нормативно-правовая база образования, человеческий капитал.

Образовательная сфера России отличается высокой степенью развития и сложной структурой, включает образовательные учреждения различных организационно-правовых форм, типов и видов. Это

позволяет обучающимся получать востребованные на рынке труда массовые профессии и специальности, а также разнообразные научные квалификации. В стране всеми формами обучения и воспитания охвачено несколько десятков миллионов человек. В структуре занятости населения сектор образования занимает четвертое место после обрабатывающих производств, оптовой и розничной торговли, сельского и лесного хозяйства. Так, по данным за 2013 год, среднесписочная численность работающих (без внешних совместителей и работников несписочного состава) по виду деятельности «Образование» составила более 5601 тыс. человек [1].

Анализ деятельности учреждений сферы образования позволил выявить ряд нерешенных проблем, которые имели место

до принятия в 2013 году нового Федерального Закона «Об образовании в Российской Федерации». В их числе основными являлись: недостаточное финансирование учреждений образования всех типов; несоответствие материально-технической базы требованиям федеральных государственных образовательных стандартов; запаздывание в обновлении содержания и технологий образования от изменений современного общества и экономики; неудовлетворительный уровень доступности дополнительного образования для детей из малообеспеченных семей, сирот и детей с ограниченными возможностями; дефицит преподавательских и управленческих кадров необходимой квалификации; отставание уровня оплаты труда работников образования от среднего показателя по стране; диспропорции системы образования, выражающиеся в рассогласованности тенденций развития общего, среднего и высшего профессионального образования. Вступивший в силу с 1 сентября 2013 года Закон РФ «Об образовании в Российской Федерации» [3] имеет стратегический и системный характер, ориентированный на длительную перспективу. Он представляет собой единый интегрированный базовый законодательный акт, комплексно регулирующий отношения в сфере образования с учетом современных потребностей образовательной практики, общих тенденций социально-экономического развития страны и мировых тенденций развития образования. Закон закрепляет основы правового регулирования системы образования в Российской Федерации, исходя из приоритета прав и свобод человека, обеспечения государственных гарантий прав граждан в сфере образования, и решает не только проблемы образования как одной из отраслей экономики, но и служит основой развития человеческого потенциала в Российской Федерации и инновационной динамики национального хозяйства.

В упомянутом Законе приведены в непрерывную и единую систему уровни образования, что делает возможным реализовывать принцип непрерывного образования в условиях преемственности его уровней. В современной России сложилась новая информационная культура и информационное пространство, изменилась социальная структура общества, ценностные требования и установки, выдвигаемые обществом и государством, произошли обновление приоритетов и реструктуризация рынка труда, изменились общий социокультурный контекст в стране, правовая, экономическая и технологическая культура. В связи с этим в Законе нашли отражение трансформационные модели экономической деятельности в сфере образования. В нем логично сочетаются два требования: государственного и рыночного регулирования, что соответствует реальному развитию общественных и государственных отношений в современной России. Новацией стала возможность финансового обеспечения за счет бюджетных средств образовательной деятельности негосударственных образовательных организаций, реализующих основные общеобразовательные и профессиональные образовательные программы.

В соответствии с российским законодательством установлен обновленный порядок финансирования образовательных учреждений. Финансовое обеспечение отрасли «Образование» осуществляется за счет средств федерального, областного и местных бюджетов, а также внебюджетных источников. Бюджетным и автономным образовательным учреждениям предоставляются субсидии на финансовое обеспечение государственных (муниципальных) заданий на оказание государственных (муниципальных) услуг (выполнение работ) и субсидии на иные цели. Действующий порядок формирования фонда оплаты труда работников позволяет образовательным учреждениям самостоятельно распределять данные

средства и дифференцировать размер заработной платы педагогов в зависимости от качества и результатов их работы.

Принятие нового образовательного законодательства позволило сформировать эффективный механизм правового регулирования образовательных и иных отношений в сфере образования, направленных на реализацию права на образование, государственных гарантий на получение качественного образования, что значительно укрепляет защиту интересов личности в области образования. Закон позволяет также создать правовые условия, обеспечивающие превращение образования в движущую силу и ресурс социально-экономического развития, в важный механизм формирования инновационного потенциала общества и экономики, повышения конкурентоспособности страны, при одновременном сохранении юридических гарантий свободы и равного доступа к образованию, наиболее полном удовлетворении образовательных потребностей личности.

Целью развития системы профессионального образования России является кадровое обеспечение инновационной направленности, удовлетворение потребностей личности в качественных образовательных услугах, решение задач социально-экономического развития за счет формирования общественно-государственного формата управления системой профессионального образования. Российская Федерация включает 85 регионов (субъектов РФ). Необходимость совершенствования кадрового обеспечения региональной экономики обуславливает трансформацию образовательной политики, выстраивание комплекса тактических мер согласно потребностям региональных рынков труда. Это обуславливает управленческое воздействие на два аспекта баланса кадрового спроса и предложения: количественное соответствие объемов подготовки в региональных системах профессионального образования

перспективам развития экономики (в профессионально-отраслевом разрезе); качественное соответствие образовательных результатов обучающихся актуальным и прогнозируемым требованиям создаваемых и поддерживаемых рабочих мест предприятий (организаций) (профессионально-квалификационный разрез). Практическое исполнение задач, поставленных перед региональными системами профессионального образования, предполагает их развитие в следующих приоритетных направлениях.

Первое – формирование эффективной территориально-отраслевой организации ресурсов, ориентированной на запросы региональных рынков труда в целях адаптации сети учреждений профессионального образования к инновационному вектору экономики. В этих целях необходимо достижение динамического баланса между кадровыми потребностями хозяйствующих субъектов и объемами подготовки специалистов востребованных профессий и квалификаций, повышение эффективности использования материально-технических, методических и кадровых ресурсов. Такой подход предполагает изменение структуры подчинения и совершенствование организационно-правовых форм учреждений профессионального образования; их интеграцию как по горизонтали, так и по вертикали; оптимизацию объемов и профилей подготовки кадров с учетом требований региональных рынков труда; внедрение и развитие механизмов сетевого взаимодействия учреждений профессионального образования различного уровня и подчиненности; расширение номенклатуры, разработку и реализацию модульных образовательных программ. Второе – повышение привлекательности образовательных программ, в целях поэтапного преодоления дисбаланса в подготовке кадров, обеспечения сбалансированности между

профессиональными интересами обучающихся и возможностями региональных рынков труда. Для этого следует содействовать популяризации востребованных рабочих профессий и технических специальностей, пропагандировать их с использованием средств массовой информации; проводить модернизацию форм и методов профессиональной ориентационной работы; повышать престиж рабочих профессий, включая использование возможностей социальной рекламы; предоставлять меры дополнительной социальной поддержки молодым специалистам из числа выпускников учреждений начального и среднего профессионального образования, избравшим работу по профильной специальности.

Третье – модернизация государственно-общественной системы управления содержанием и результатами профессионального образования в целях обеспечения гибкости и мобильности данной системы, оперативности ее реагирования на изменения требований региональных рынков труда. Реализация данного положения возможна посредством создания механизмов общественно-профессиональной оценки качества образовательных программ; формирования региональной независимой системы оценки и сертификации квалификаций; поддержания системы мониторинга качества подготовки выпускников по программам профессионального образования, ориентированным на инновационные запросы работодателей, органов исполнительной власти и обучающихся (выпускников, абитуриентов).

Четвертое – разработка новых финансово-экономических механизмов и применение их в региональных системах профессионального образования в целях повышения эффективности использования бюджетных средств и доступности обучающихся программ. Проведение подобных мер возможно посредством

реструктуризации сети учреждений профессионального образования; внедрения механизмов финансирования модульных образовательных программ; совершенствования нормативно-правовой базы, обеспечивающей финансирование учреждений профессионального образования по нормативам.

Пятое – развитие кадровых ресурсов в целях организации подготовки, переподготовки и повышения квалификации педагогических кадров, способных реализовать инновационную направленность региональных систем профессионального образования. Для этого представляется своевременным обеспечить функционирование базовых центров переподготовки педагогических кадров; повысить эффективность действующих центров повышения квалификации; создать благоприятные условия для разработки, апробации и внедрения инновационной модели персонифицированной системы повышения квалификации педагогических кадров; содействовать формированию и управлению реализацией заказа на повышение квалификации и переподготовку обучающихся; организовывать повышение квалификации на основе инновационных образовательных программ и модульных технологий обучения.

В экономике постиндустриального общества сфера образования рассматривается в качестве одной из основных отраслей сферы услуг, призванных обеспечивать высокое качество жизни населения [2]. Доступность профессионального образования, обеспечение его высокого уровня являются ключевыми факторами, определяющими уровень жизни, социальную и трудовую мобильность населения, привлекательность территории при выборе места проживания, и в целом - качество человеческого капитала. Реализация приоритетных направлений развития региональных систем профессионального образования позволит повысить эффективность процесса обучения и обеспечить экономику и социальную сферу

России как федеративного государства квалифицированными кадрами востребованных профессий и квалификаций. Сегодня, в условиях цивилизационного развития различных сфер общества, первостепенной задачей государства, решение которой требует правовых оснований, становится всесторонняя поддержка главной фигуры инновационного развития - человека с его потребностями, ценностями и интересами. Именно в этом состоят гуманистические основы государственного регулирования. Принципиально важным является то, насколько возможно наиболее полно предоставить гражданам перспективы для

развития, самосовершенствования, социальной успешности. В этом и должно состоять целеполагание образовательного законодательства; возникла необходимость закрепить нормы и правила, по которым можно двигаться по образовательной лестнице от уровня к уровню, предоставить каждому гражданину в любом возрасте возможности для профессионального роста. Но это означает, что законодательные нормы должны учитывать всё многообразие получения качественного образования, которое становится возможным в настоящее время и будет сохраняться в обозримом будущем в Российской Федерации.

Список литературы:

- [1] Россия в цифрах (2014): Краткий статистический сборник /Росстат - М., 2014. – 558 с.
- [2] Молчанов И.Н. Потенциал высшего профессионального образования: теоретико-методологические основы исследования (2008): монография. – М.: Экономический факультет МГУ; ТЕИС, 245 с.
- [3] Федеральный Закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ (ред. от 21.07.2014)"Об образовании в Российской Федерации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 21.10.2014).
- [4] Молчанов И.Н. Высшее профессиональное образование (2011): государственная политика и модернизация //Научные исследования экономического факультета. Электронный журнал экономического факультета МГУ имени М.В.Ломоносова, № 1. - С.109-118.
- [5] Молчанов И.Н. Формирование и оценка потенциала сферы образования в современной России //Гуманитарные и социальные науки, 2014, № 2. – С.406-410.

Voskolovich, Nina Aleksandra

Availability of services as a basis of the formation of the modern quality of population's life

Voskolovich, Nina Aleksandra: A szolgáltatások elérhetősége mint a modern népesség életminőségének alapja

Összefoglaló

A cikk tárgya a népesség életminőségének javítása a szociális szolgáltatások elérhetőségének növelésével. A szerző bemutatja az interdiszciplináris megközelítés lehetőségét a szolgáltatások fogyasztásának elemzésében az oktatás, az egészségügy, a kultúra, a sport, stb. területén. A kutatás eredményeit fel lehet arra használni, hogy megvilágítsuk az állami szociális politikát.

Kulcsszavak: a szolgáltatások elérhetősége, interdiszciplináris megközelítés, a népesség életminősége

SUMMARY

The article discusses the possibility of improving the quality of the population's life on the basis of increasing the availability of social services. The author shows the possibility of using an interdisciplinary approach in the analysis of consumption of services in the spheres of education, health, culture, sport and other. The results of the research can be used to introduce clarity into the state social policy. Key words: the availability of services, interdisciplinary approach, the quality of the population's life

The availability of services, as a socio-economic category, has passed a long way of evolution. At first it was understood as the primary access of consumer's to overcoming of the financial and territorial barriers. Then the availability interpreted as the possibility of obtaining a full set of high-quality goods and services. Its modern definition is concretized and understood as the availability of high-quality consumer benefits, providing a high level and quality of the population's life.

The quality of life can be regarded as the degree of satisfaction of material and cultural needs of people in relation to specific historical,

natural, territorial, national and other conditions. Broad interpretation of accessibility implies using of an interdisciplinary approach to the analysis, which based on the so-called behavioral model, which requires taking into account a complex set of many factors.

The main factors of availability of chargeable consumer services for the population can be divided into six groups - age and sex, physiological, information, infrastructural, transport and cost (Table 1).

Taking into account the main groups of factors, it seems appropriate to highlight 3 criteria of availability of paid consumer services:

- social (behavioral), which defines the value of needs of the population in the services;
- physical, which characterizes the availability of material objects services for consumers (availability of sports infrastructure, the impact of transport factors and so on);
- economic, which brings to the conformity the cost of service and capital expenditure of the state, municipal authorities and other owners with the effective demand of consumers.

Age and sex	Physiological	Infrastructural	Information	Transport	Cost
Activities					
In total number of consumers: 1) the percentage of women; 2) part of children and youth; 3) part of older person; 4) part of families with a lot of children	1. The percentage of persons with disabilities	1. Provision with the facilities of services sphere. 2. The percentage of high-tech objects of services sphere	1. Reference and advertising in the media. 2. Broadcasting time. 3. Advertising and video on the Internet	1. The percentage of the objects of services sphere within walking distance. 2. Time consumption on transport services	1. The share of spending on chargeable consumer services. 2. Dynamics of prices for chargeable services

Table 1

The factors of availability of chargeable consumer services for the population

The problem of availability of services is treated differently in different industries and activities in the sphere of services. Thus, research of accessibility to health care has two main methodological approaches (*Seen: Панова Л. Доступность первичной медицинской помощи в оценках петербуржцев // Русский народный сервер против наркотиков. 1998—2010. URL: <http://www.narcom.ru> (дата обращения: 12.11.2010).*):

- behavioral, which investigates the impact of demographic, social characteristics of the population, value assessments of the health and healthcare needs, and the availability of medical facilities at the place of residence;
- organizational, which investigates the effect of macroeconomic factors, including the state of the economy in general and its specific industries in particular, value orientations of consumers that determine the choice of development priorities (in this example, according to the health system, system services and organizations at the regional level and at the health facility level).

The availability of social services in the spheres of education and culture is investigated on the base of the researching of management aspects

of reorganization of queueing networks, independently of citizens income and place of residence (*Концепция и механизмы обеспечения доступности социальных услуг (сферы - образование, культура) // НИУ ВШЭ: сайт. 2008. URL: <http://www.hse.ru/org/projects/> 16973117 (дата обращения: 17.02.2010)* It was evaluated the impact on the sustainability of the functioning of network such parameters as the value (benefits) purchased services for the consumer, the price (cost for the state and consumer) of the provision of services, the costs of consumption of service (direct - in the form of payment for access, the indirect costs - the time for receiving services), the costs of the institution for production services. At the same time, it was analyzed the differentiation of social groups depending on the accessibility of services and the consequences of the arising discrimination.

The availability of services in the educational sphere is defined in Art. 3 of the Federal law "On education in the Russian Federation" (29.12.2012 No. 273-ФЗ), which declared the need to "ensure the right of everyone to education, inadmissibility of discrimination in education". The quality of education is correlated with the unified requirements of

Federal state educational standards and is associated with the modernization of the education system.

The availability of education services is considered one of the most important instruments of state social policy. However, according to the information of the Ministry of Education and Science of the Russian Federation on 1.01.2013, the percentage of citizens satisfied with the conditions of provision of educational services amounted to 30.5%, the percentage of citizens satisfied with the quality of education - 28,0% [6]. The percentage of children of preschool age, are covered by various forms of preschool education was equal to 68.3%.

The risk of disparities in access to education increases due to the trend of reducing the number of budget-financed educational institutions and the expansion of the market of paid educational services. Undoubtedly, the choice of forms, programs, teaching methods of chargeable educational services increase, but we should agree with the opinion that "the transfer of the center of gravity from budget funding to the active involvement of extra-budgetary funds, primarily funds households, significantly reduces the availability of educational services" [8, p. 151].

The growth of paid educational services in Russia determined a rather low level of the relevant public expenditure in comparison with developed countries and in relation to the indicators recommended by UNESCO.

A multidisciplinary approach in research of the availability of chargeable social services to the population leads to the conclusion that socio-demographic, behavioral, cultural, valuable, economic characteristics of consumers, their regional differentiation is not sufficiently considered in the formation of socio-economic policy.

In the sphere of physical culture and sports, the problem of accessibility is relative to the creation of conditions for barrier-free access to

sports facilities and facilities for disabled and other people with limited mobility, providing the ability of physical access through the use of modern technical means and technologies. Implementation of this direction in relation to a particular group of consumers in the Russian's sports sphere is achieved through the participation in the state program "Accessible environment", planned for 2011-2015 years.

Accessible environment is a set of conditions and requirements to the environment created by humanity (architectural design, engineering and transport infrastructure) and the information environment that allows people to move freely and receive the vital information (*Постановление Правительства Российской Федерации от 17.03.2011 № 175 «О государственной программе "Доступная среда" на 2011—2015 годы»* // Интернет-портал Правительства Российской Федерации. URL: <http://правительство.рф/gov/results/14607/> (дата обращения: 15.04.2010).).

The goals of the program "Accessible environment" are in the formation of conditions for unhindered access to basic facilities and services in the priority spheres of life of disabled by 2016, as well as in addressing the social isolation of the disabled, and people who are not disabled. (*Постановление Правительства Российской Федерации от 17.03.2011 № 175 «О государственной программе "Доступная среда" на 2011—2015 годы»* // Интернет-портал Правительства Российской Федерации. URL: <http://правительство.рф/gov/results/14607/> (дата обращения: 15.04.2010).).

Resourcing of the program "Accessible environment" is based on a multichannel basis, including the use of subsidies allocated from the Federal budget.

Health promotion and the increase in life expectancy is associated with the physical culture and sports for more than 80% of Russians. Sport is perceived as the need to

maintain a physical form for 62.9% of citizens and 50.0% of the villagers [4]. To maintain the health they consider necessary doing sports 30.5% of urban and 32.9% of villagers. Sport as an opportunity for psychological discharge, perceive 23.8% of citizens and 17.5% of the villagers, as the pleasure of physical activity is 16.5% and 12.5%, such as cause for communicating with friends is 19.2% and 18.9%, as a pleasant leisure - 16.7% and 13.6% respectively.

40,3% physical training
24,3% swimming
13,5% football
13,5% cycling
10,8% jogging
urban

Preferences of different kind of sports differ among residents of different types of settlements, as well as by sex and age groups of people. Greatest preference is given to physical activities in the form of training on simulators, on sports equipment, aerobics, shaping, fitness, health groups and so on (scheme 1). Football, volleyball, basketball and other team sports are preferred for both urban and villagers.

26,8% volleyball, basketball
22,5% football
20,6% skiing
16,5% athletics
13,8% cycling
villagers

Scheme 1. Sports preferences of residents in different types of settlements (prepared by the author according to the information [4])

At the same time, both women and men prefer physical training, swimming, skiing, which are assigned the highest rating value in the assessment of the respondents (scheme 2).

39% physical training
24,8% swimming
18,9% skiing
13,4% cycling
10,7% athletics
women

33,6% physical training
29,1% football
18,8% swimming
17,3% volleyball, basketball
17,1% skiing
men

Scheme 2. Sports preferences of men and women (prepared by the author according to the information [4])

Physical education and sport are inseparably linked to the social status of people, to their level of general culture. So, a sample survey of Rosstat show that with increase in income level, the reasons for the refusal from the sport is a lack of time (42,2%), lazyness (28,9%), lack of interest or desire (28,7%), poor health (14,6%), inability to engage with peers (12,8%), lack of money (8,5%), lack of health groups, sections (5,0%), lack of sports facilities (4,9%), bad habits (3,5%) [4].

The availability of sports services depends on infrastructure, which is still low now. So, according to Strategy of development of physical culture and sport for the period up to 2020 which provides the provision of the population by 2015 with gyms only by 65.0%, with swimming pools - 10,0%, with planar

sports facilities - 30,0% [7]. According to this, the share of Russian citizens, regularly engaged in physical culture and sports in 2015 may be 30,0%, of children and young people regularly involved in sports - 55,0%, persons with disabilities, regularly engaged in physical culture and sports - 16.0%. Meanwhile, the share of citizens of the U.S., who actively involved in sports has reached 40% in 2005. This seems to mean that in the near future, despite the hosting of major international sports events such as the Kazan Universiade - 2013, the 2014 Winter Olympics, the world Cup in 2018 and others, in the development of mass sports Russia there will be a lag with developed countries.

It is considered necessary to clarify the effectiveness indices of the state, Federal and

regional programs on the basis of multiple socio-economic forecasts, which designed to minimise the risk of "catching up" development in creating the conditions for the formation of the modern quality of life of the Russian

population. The basis of such forecasts should be taken, along with the data of official statistics, sample surveys and observations of the actual living conditions of the population, as well as data cross-cultural comparisons.

REFERENCES

- [1] Voskolovich N.A. (2013): Specific of regional differences in the availability of paid services to the population. In the book: Innovative development of the Russian economy. Regional diversity. T.I, p. 558-564.
- [2] Chargeable services for the population of Russia. 2013. www.gks.ru/wps/wcm/connect
- [3] A comprehensive observation of the living conditions of the population. www.gks.ru/free_doc/new_site
- [4] Selective observation of behavioral factors, that influence on health status of population www.gks.ru/free_doc/new_site
- [5] Russia and countries of the world. 2012. www.gks.ru/wps/wcm/connect
- [6] Information about the settings for the implementation of priority national project "Education" on 1.01.2013, the Ministry of education and science of the Russian Federation. Минобрнауки РФ./документы/3049/файл/1808/12.02.22 – образование. pdf/
- [7] The strategy of the development of physical culture and sport for the period up to 2020, Ministry of sport, tourism and youth policy of the Russian Federation of 14 October 2009, No. 905. The order of the Russian Federation Government No. 1101-R dated August 7, 2009
- [8] Ksendzova G.F. (2013): The conception of availability of educational services as the main task of modernizing of the system of education in Russia/ Historic and socio-educational thought, № 1 (17), p. 148-152.

Peter Szabó, György Czifra

Resources for increasing management performance and efficiency

Szabó Péter – Czifra György: A menedzsment teljesítménynövelésének forrásai

Összefoglaló

A publikáció célja rámutatni azokra a forásokra, amelyekkel növelni lehet a menedzsment teljesítményét és hatékonyságát iparvállalati berkekben. Tárgyaljuk azokat a lehetőségeket és módokat, amelyek alkalmazásával könnyedén elérhető a teljesítménynövekedés, valamint összesítjük azokat a tényezőket, melyek befolyásolják a szervezeti és irányítási hatékonyságot.

Kulcsszavak: menedzsment, teljesítmény, hatékonyság, motiváció, vállalati légkör, ergonómia

ABSTRACT

The aim of the paper is refer to resources how to increase management performance and efficiency in field of industrial companies. We try to refer to opportunities which could be useful and applicable and should lead to performance improvement. The paper also discusses about factors effecting organizational and management efficiency.

Keywords: Management, performance, efficiency, motivation, social climate, ergonomics

1. INTRODUCTION

We live in a time that is very dynamic. The current dynamics of business environment causes that the management must focus on performance and efficiency of corporations at all levels – it is based primarily on corporate strategy. Success and business performance increases proportionally with the willingness and ability to lead companies, to know business wealth generating activities such that they should operate effectively and such to take quality decisions which will have benefits for customers and also help in fulfilment of corporate goals[1]. Increasing business performance can be achieved by consistent orientation to: motivation for improved

performance, ergonomics and working environment, social climate and managing organizational performance.

2. ORGANIZATIONAL PERFORMANCE AND EFFICIENCY

Every corporation has determined goals. To fulfil this target setting they need to find adequate personnel on the labour market. This is the reason, why it is necessary for all corporations to ensure employees who will supply desired power and contribute to the achievement of business goals.

Job performance refers to the degree of the tasks generating the job, means not only the quantity and quality of work, work behaviour and other characteristics considered important in the context of performed work [2].

According to Wagnerová job performance indicates the result of work activities performed at certain times and under certain conditions [3]. Other work performance concept says that it is a prerequisite performance; in other words, performance is "the ability to submit power" [4]. Many authors concerned with the issue of job performance (efficiency) the two concepts are often confused, take them as synonyms and in most cases speak of the "work performance" [5].

Performance management (PM) includes activities that ensure that goals are consistently being met in an effective and efficient manner. Work performance management combines improvement of individual job performance, team performance and organizational performance, development of employees work skills and their adaptation to the value of employer [2].

3. FACTORS AFFECTING PERFORMANCE AND EFFICIENCY

The term efficiency means the maximum achievable job performance, or ideal desired power. In the performance of tasks human normally applies only a part of their potential output, so there is a remaining power reserve which allows full regeneration of work force [6]. In addition, human performance is affected by other factors:

- Motivation for improved performance
- Ergonomics and working environment
- **Social climate**
- Performance management and its evaluation



Figure 1. Selected areas influencing management efficiency

4. MOTIVATION FOR IMPROVED PERFORMANCE

The ability of humans to create useful outputs and be efficient in terms of the company depends on the quality of the corporate work

organization, from the knowledge, skills for the job and the quality of working environment. When these factors met determining importance for human performance is the degree of motivation. The organization can be powerful in a long term only if employees are able and motivated [7].

Motivation can inspire, encourage, and stimulate individuals and teams to achieve great accomplishments. Motivation can also create an environment that fosters teamwork and collective initiatives to reach common goals or objectives [8]. It is the combination of a person's desire and energy directed at achieving a goal. Motivation can be intrinsic, such as satisfaction and feelings of achievement; or extrinsic, such as rewards, punishment, and goal obtainment. The biggest motivational mistake is to think, that „all people are motivated by the same thing“ [9].

Throughout the study and application of motivation, managers must know what motivates each team member. The encouraging impact of a human needs analysis provides the manager with the ability to understand what teams and individuals desire most from their work and allow an ability to uncover the variety of basic human needs and motivators to improve collective performance [8].

5. ERGONOMICS AND WORKING ENVIRONMENT

Ergonomics deals with the comprehensive concept and designing work environment and health with the aim of reducing the human effort to increase efficiency and effectiveness. The benefits are proven in the form of pleasant feeling from work, increasing work performance, and reducing errors. The results of the application of ergonomics knowledge are reflected in higher quality of work environment, higher productivity, increased efficiency, satisfaction, and welfare at work and after work. In view of working conditions provision the corresponding ergonomic

directives are especially considered in the following:

- lighting,
- colour treatment,
- noise level,
- microclimatic conditions.

Lighting of the working environment directly determines:

- process, the quality and quantity of the performed work,
- psychological readiness of employee to give the best performance.

To avoid the negative effects of lighting, there should be worked-out an optimal light regime for each workplace.

Colours affect the perception of space, length, height and distance, distinguishing objects, feeling hot and cold (warm colours – active and dynamic; cool – relaxation), as well as emotional attunement of a man at the moment.

Noise in the work environment does cause harmful interference, make people nervous, makes the communication difficult, and causes also loss of concentration, and increased error rate.

Microclimatic conditions defined by the subjective feeling of being well or unwell, can be considered in extreme cases as harmful pollutants with adverse effects to human health. These are mainly:

- air temperature (unsuitable temperature conditions in the workplace adversely affect thermoregulatory processes of the employee, which also affects psychological processes),
- humidity and air flow – the draft may be sensed by the staff as a negative experience,
- smell or odour in the workplace (may initiate sympathy or antipathy).

6. SOCIAL CLIMATE

“Pleasant working environment, young and dynamic collective and an opportunity for personal growth...” These are formulas such the employers are generally characterize a group of people who works for them. Sometimes it's really true, at another times behind these words are hiding another

meanings. It must be noted that the conditions for fair employment relationships or working collective are created by all teammates, colleagues.

Correct working and interpersonal relationships creates a productive climate, which has a very positive impact on individual, team and company-wide performance. Relations (employer, employee, unions, associations, customers, public, teams) have a formal and informal aspect. The side effects of relations are conflicts, which are a common cause of human resources work and style of leading people in the company. Effective tool of conflict prevention and creation of healthy working relationships is working system of communication [10].

In a world of globalization and rapidly changing technologies that control the world and all organization are working without national and cultural borders, trying to achieve and maintain market leadership. Managers must motivate people with very different cultural background, experiences and leadership style and cooperate effectively through time zones. If the multicultural teams are correctly developed, they can significantly contribute to growth and success of the organization. We may note therefore, that global teams with culturally different members – managers could be the most permanent source of competitive advantage for any company. Many studies show that this diversity of human capital really leads to increased creativity and work efficiency [11].

7. PERFORMANCE MANAGEMENT AND ITS EVALUATION

Performance management is a process of evaluating progress toward achieving predetermined goals. In the field of human resources is used to maximize the performance of human resources and therethrough helping businesses to achieve strategic goals.

From the perspective of ensuring the stability of company, that is to say ability to respond to changing conditions and ability to actively influence their environment, are an essential

factor possessing an undeniable impact on the performance of people – staff of the company. The concept of work performance management is featured an effective performance management staff in order to achieve the total business performance. This is a connection of the overall performance with the performance of individuals and teams, with emphasis on employee performance so that most contributes to the aims of the organization. The principle of work performance management in relation to overall corporate performance is knowledge of links between the indicators of job performance and business strategy. This should be evident not just for the top management but also for the employees, who are able to identify their contribution to the fulfilment of business performance [1]. Importance of evaluation of job performance consists in the fact that the company

management has got detailed information about its employees, which allows better planning of their mobility, should guide their professional development and performance as well as proper use of their working and creative potential [12].

8. CONCLUSION

We live in a time, when the global economic crisis still persist and influence the course of most large companies. That's why almost every day talking about the performance and efficiency of companies respectively. efficiency of its managers, who stands behind the success of companies. Successful enterprises reach for all the possibilities of improving the performance of their managers. A suitable combination of the above sources contributes as much as possible to increase the creative potential and performance of all managers.

9. REFERENCES

- [1] krauszova, A. – Janeková, J. Výkonnosť ako faktor konkurencieschopnosti a úspešnosti podniku. [Online]. Available: <http://www3.ekf.tuke.sk/konfera2008/zbornik/files/prispevky/krauszova.pdf>
- [2] Koubek, J. (2004): Řízení pracovního výkonu. Praha: Management Press, ISBN 80-7261-116-X
- [3] Wagnerová, I. (2008): Hodnocení a řízení výkonnosti. Praha: Grada Publishing. ISBN 97-8802-472-361-7
- [4] Tureckiová, M. (2004): Řízení a rozvoj lidí ve firmách. Praha: Grada Publishing, ISBN 80-247-0405-6
- [5] Mareš, A. Analýza pracovní výkonnosti v podniku. Graduate thesis. [Online]. Available: http://is.muni.cz/th/171978/esf_m/DP.pdf
- [6] Babelová, Z. Vplyv výkonnosti zamestnancov na výkonnosť podniku. [Online]. Available: http://www.fce.vutbr.cz/veda/dk2004texty/pdf/05_Ekonomika%20a%20rizeni%20stavebnictvi/5_02_Ekonomika%20stavebnih%20podniku/Babelova_Zdenka.pdf
- [7] Boroš, P. Výkonnosť firmy už nestačí hodnotiť len podľa finančných ukazovateľov. [Online]. Available: <http://podnikanie.etrend.sk/podnikanie-riadenie/vykonnost-firmy-uz-nestaci-hodnotit-len-podla-financnych-ukazovatelov.html>
- [8] Peterson, T. M. Motivation: How to Increase Project Team Performance. [Online]. Available: <http://userhome.brooklyn.cuny.edu/irudowsky/PM/articles/Motivation-IncreaseProjectTeamPerformance.pdf>
- [9] Freeman, W. H. Motivation and Performance. [Online]. Available: <http://www.nwlink.com/~donclark/performance/motivation.html>
- [10] Poledníková. Personalne činnosti V. - pracovné vzťahy, starostlivosť o zamestnancov. [Online]. Available: <http://www.topasistentka.sk/vztahy-na-pracovisku/personalne-cinnosti-v-pracovne-vztahy-starostlivost-o-zamestnancov>

Katalin Herbály - David West

Ideas for Connecting Rural Communities

Herbály Katalin - David West: Javaslatok a vidéki közösségekkel való együttműködésre

Összefoglaló

A fejlett országok vidéki térségeiben élő emberek többnyire magányosak. Ez a jelenség független attól, hogy munkanélküliek, alulképzettek vagy van munkájuk és családjuk is. Mindez adódhat abból is, hogy a vidék kevesebb szórakozási-és kulturális lehetőséget kínál az ott élőknek. Ha viszont ezek az emberek lehetőséget kapnak a helyi közösségek munkájában való részvételre, akkor majd várhatóan hasznos tagjai lesznek mind a társadalomnak, mind pedig az egyháznak. A szerzők két országot képviselnek (az Amerikai Egyesült Államokat és Magyarországot). Nyilvánvaló, hogy az amerikai vidéki közösségek hatékonyabban működnek, mint a magyarok. Ha segítünk az embereknek megtalálni a nekik megfelelő közösségi feladatot, akkor ezáltal a későbbiekben fontosnak érzik majd magukat. A tanulmány néhány hasznos tanáccsal szolgál, illetve már megvalósult jó gyakorlatot tesz közzé, amelyek alkalmazását követően a jövőben eredményesebben dolgozhatnak a vidéki közösségek. A javaslatok a következők: minden közösségnek legyen saját logója vagy szlogenje (esetleg mindkettő), rendszeresen végezzenek kérdőíves felmérést a helyi lakosok körében, legyen egy helyi útikalauz, támogassák a helyi hagyományőrzést, mindenkinek legyen lehetősége a közösségi részvételre és a továbbtanulásra, valamint mutassák be a más térségekben alkalmazott „jó gyakorlatokat” is.

Kulcsszavak: közösségfejlesztés, együttműködés, vidékfejlesztés

ABSTRACT

People may feel alone, especially in the rural parts of modern countries. They may be unemployed or undereducated, or they can have a job and a family. One can find fewer entertainment or other cultural possibilities in a rural area. Connecting those who are disconnected can help them be better members of a community and of a church. The presenters represent two countries (USA and Hungary). It is evident that local USA communities have better internal connections than communities in Hungary. Helping people connect will help them feel important! Here is some useful advice and observations in order to improve the results of the rural communities: choose a logo or slogan (or both) for the community, survey local people, publish a local guidebook, promote local traditions, provide opportunities to participate and learn, provide „best practises”.

Keywords: community development, cooperation, rural development

INTRODUCTION

People may feel alone, especially in the rural parts of modern countries. They may be unemployed or uneducated, or they can have a job and a family. Few entertainment or other cultural possibilities are found in rural areas.

Connecting those who are disconnected can help them be better members of their communities and churches. The authors represent two continents (North America and Europe) and two countries (United States of America and Hungary). Though Hungary is one of the member states of the European Union it is evident that local US communities have better internal connections than communities in Hungary. Helping people connect will help them feel important!

The study will focus on the best practices which

could be used in the future in the Hungarian rural regions with the participation of the institutions of higher education.

BACKGROUND

Analyzing the different fields of community development within the EU and in the US can help us choose the best way of connecting people.

Community development is a process where community members come together to take collective action and generate solutions to common problems. Community wellbeing (e.g. economic, social, environmental and cultural) often evolves from this type of collective action being taken at a grassroots level. In most cases community development ranges from small initiatives within a small group to large initiatives that involve the broader community.

(1)

The following quote from the Community Development and Rural Issues section of "The Budapest Declaration - Building European civil society through community development", emphasizes the importance of this field especially in rural areas:

"11. Rural community development should be a specific and explicit priority within national and EU community development, social and economic programmes.

12. National governments and the EU will need further to activate and sustain voluntary and community action in rural areas. This should be based on a well-developed rural infrastructure; access to services for all based on need; and effective and appropriate training and support for rural community development.

13. At the EU level, it is necessary to establish a framework for rural community worker competence standards.

14. Recognising the specific challenges facing rural communities, EU and national policies should provide incentives to rural communities to mobilise their members and their resources to address local problems, strengthening their capacities to do so. As part of this process, the EU should encourage working partnerships

between communities and local authorities, and between communities themselves, and ensure that appropriate government and EU mechanisms are created to respond to local initiatives."(2)

The Scottish Community Development Centre (SCDC) launched as a Company Ltd by Guarantee and registered Charity in Scotland on the 1st July 2009. They work on the principles of the Asset Based Community Development (ABCD) model of development. Here is an example from Berkshire County, where the principles of ABCD include:

- The simple truth that everyone has gifts (or strengths).
- The belief that neighborhoods and communities are built by focusing on the strengths and capacities of the citizens and associations that call the community "home."
- A placebased approach focusing on the assets of an identified geographic area.
- The belief that the assets of a community's institutions can be identified and mobilized to build community not just deliver services.
- A range of approaches and tools, such as asset mapping, that can put these beliefs into practice.

The community meets on a quarterly basis to discuss the tools necessary to effectively implement the principles of ABCD in their work and life, so

- organizations learn to identify their assets and develop strategies to achieve greater impact by effectively engaging clients as co-producers of their community well-being and
- neighborhood residents learn how to engage their neighbors and effectively use their gifts and passions to get what their community needs. (3)

The following definition can be read on the website of the Scottish Community Development Centre: Community development is a way of strengthening civil society by

prioritising the actions of communities, and their perspectives in the development of social, economic and environmental policy. It seeks the empowerment of local communities, taken to mean both geographical communities, communities of interest or identity and communities organising around specific themes or policy initiatives. It strengthens the capacity of people as active citizens through their community groups, organisations and networks; and the capacity of institutions and agencies (public, private and non-governmental) to work in dialogue with citizens to shape and determine change in their communities.

Good community development is action that helps people to recognise and develop their ability and potential and organise themselves to respond to problems and needs which they share. It supports the establishment of strong communities that control and use assets to promote social justice and help improve the quality of community life. It also enables community and public agencies to work together to improve the quality of government. (4)

The Centre promotes best practice in community development using this model:

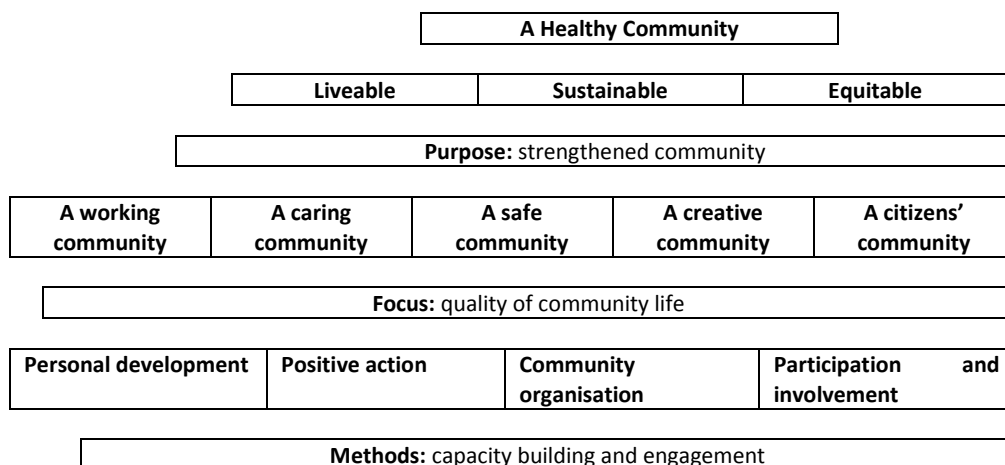


Figure 1: The SCDC model

Resource: <http://www.scdc.org.uk>

The detailed version of the community development process can be used by other organizations, as well.

Purpose: People want to live in healthy communities, in which they:

- feel able to be who they are
- have positive prospects for their future
- experience respect and equal and fair treatment.

Focus: To achieve this people want to be in a community that:

- creates wealth and gives everyone access to its benefits
- cares for all its members, when they need it, throughout their life span
- provides an environment that is safe and attractive
- enables people to express and celebrate their creativity and diverse cultures
- enables everyone to participate in decisions that affect their lives

Methods: To support them to contribute to the creation of such a community, community development promotes:

- opportunity for people to learn and develop their own skills
- reaches out to and involves those who may be excluded or disadvantaged
- helps communities to create organisations that can tackle their needs and represent their interests
- works to promote engagement and dialogue between communities and agencies that affect their lives. (4)

The rural landscape and a reliance on natural resources present challenges in the United States of America, too. They see five primary opportunities for rural economies by the author:

- There are opportunities to create and deliver energy, through wind farms, biomass plants, and other alternative fuels.
- There are opportunities to provide “ecosystem services” such as carbon sequestration and watershed protection, in part through collaboration with environmental groups that increasingly see the value of working landscapes as a way to conserve and enhance the natural environment and habitat in rural America.
- There are growing efforts to link ecotourism with cultural heritage in a higher wage tourism strategy.
- The growing interest in local fresh food offers opportunities for a return to regional food systems that can bolster local regional economies, particularly when larger stores are buying local products.
- E-commerce and telework offer multiple business and development opportunities, from enabling laptop professionals to work from a rural home to provide

services, creating new e-commerce businesses that can link to global markets, and even data centers. (5)

National Association of Community Development Extension Professionals (NACDEP) is an organization in the US, dedicated to improving the visibility, coordination, professional status and resource base of community and economic development Extension programs and professionals.

They encourage us to share their website with our colleagues, become involved in one of their many activities, and give them our thoughts about how NACDEP can be useful to us and our colleagues. NACDEP makes no effort to proscribe what state or regional community resource and economic development programming and research look like, but rather is designed to assist those of us who deliver programming and do research under this broad umbrella to acquire and maintain the financial, political, technical and organizational resources we need to meet our objectives. (6)

DISTANCE RESEARCH/COMMUNICATION

The Alabama Cooperative Extension System (ACES) operates as the primary outreach organization for the land-grant functions of Alabama A&M and Auburn Universities. The structure of their website refers to their main activities which are: About ACES, Resource Areas, Offices, Publications & Services, News, Weather, Calendar, Directory, Español and Jobs.

The structure of the website is simple and can be navigated easily without any special IT knowledge. The website is even available in Español. The Resource Areas in the table below lists activities and provides useful information that ACES uses to fulfil their mission of helping people and helping communities improve their quality of life and economic well-being.

<i>Denomination of the resource areas</i>	<i>Activities</i>
4-H&Youth	Alabama 4-H Alabama 4-H Center Alabama 4-H Foundation <i>Contribute to 4-H</i> PROSPER Partnerships Youth-Related Information
Agriculture	Aquaculture & Seafood Production Business Management Crop Production – Food, Fiber, Ornamentals & Turf Farm Safety Livestock & Poultry Precision Agriculture Insects, Diseases, Weeds, & Pests Climate & Weather Information
Economic Development	Business & Careers Community Engagement, Tourism & Assistance Resources & Publications Education & Training
Family & Health	Families & Children Finances Food Safety Health & Nutrition
Home & Garden	Home Environments Home Pests Home Sustainability Lawn & Garden
Natural Resources	Forestry Invasive Species Outdoor Recreation Water Resources Fish & Wildlife Conservation Wildlife Damage Control
Urban	Urban Affairs & New Non-traditional Programs Metro News Programación en Español
Disasters	Agricultural Disasters Current Situation Families & Communities Hazards & Threats Human Health

<i>Denomination of the resource areas</i>	<i>Activities</i>
	Weather & Climate Information

Table 1: The resource areas of ACES in Calhoun County

(Click on selected activities for more information) - Resource: <http://www.aces.edu/counties/Calhoun/>

RECOMMENDATIONS

The following are recommendations for connecting and improving rural communities: :

- **Choose a logo or slogan (or both) for the community**

A possible logo can be the shape of the country or state or county with the official colors. You can design your own logo. Use the logo on local products. Choose a short, memorable phrase for your slogan.

- **Survey local people**

What do I see? What do I do? What do I remember? What do I imagine? You can compare the results on a local, state and /or county level.

- **Publish a local guidebook**

The guidebook should contain the most important information on the community.

- **Promote local traditions**

Each community must have its own traditions. If they are not known, collect them. Involve the local youth in this project so they will know these traditions.

- **Provide opportunities to participate and learn**

4-H, Master Gardener and Fall Fest are excellent examples of programs that can be replicated in other communities.

- **Provide "best practices"**

ACES can be an example for other countries to build a network and provide research based education.

To implement the above mentioned activities, a coordinator (e.g. a professional agency/group, a study farm of a college or of a university, a development center) would be needed in the given rural areas.

SUMMARY

The facts characterizing the Hungarian rural regions support the attempt to strengthen the cooperation of the higher education system (universities, colleges or their extension centers) and the different enterprises, organizations and institutions working in this field. In case of the institutions of higher education it would be important to establish or reorganize the "Study Farms" so that the future structure and activities would be similar to the main activities of ACES listed in the distance Research/Communication section above.

We can involve secondary school students (4-H&Youth) into our work. We can organize trainings (Agriculture and Economic Development, Home &Garden) on the subjects that we teach, e.g. Crop Production, Livestock Breeding, Farm Safety, Rural Tourism, Business Management and Environmental Management. We can carry out common research and the dissemination of the results together with rural communities and foundations (Natural Resources, Disasters). Students can also be involved into each of the above mentioned programs.

When planning the website of the center a simple structure like the one featured above should be followed because most of the potential users (e.g. farmers, skilled workers) will have only basic IT knowledge.

REFERENCES

- [1] <http://www.peernetbc.com/what-is-community-development>
a. (downloaded: 29. 10. 2014.)
- [2] The Budapest Declaration - Building European civil society through community development, April, 2004
- [3] <http://www.berkshireunitedway.org/asset-based-community-development>
(downloaded: 29. 10. 2014.)
- [4] (<http://www.scdc.org.uk/who/what-is-community-development/>) (downloaded: 29. 10. 2014.)
- [5] Cynthia M Duncan: Community Development in Rural America: Collaborative, a. Regional, and Comprehensive, in: Investing in What Works for America's Communities, <http://www.whatworksforamerica.org/>
- [6] <http://www.nacdep.net/> (downloaded: 29. 10. 2014.)
- [7] <http://www.aces.edu/counties/Calhoun/> (downloaded: 29. 10. 2014.)

Földi Kata

Magyar származás hatásának kvalitatív és kvantitatív kutatása a kereskedelmi márkás élelmiszerek márkaválasztására Kelet-Magyarországon

Kata Földi: The qualitative and quantitative research of hungarian origin effect on private label food brand choice in east Hungary

Summary

Nowadays there is more and more focus on researches of food shopping behaviour, as its key role in social practices - and in the shaping of life quality after all - is inevitable due to social effects of basic re-structuring and their undisclosed nature in the post socialist countries. These social effects are still going on because of the crisis and changes in trade politics. Earlier researches more or less focus on abstract ranges, separating daily social behaviour from their solid contexts. This is why I chose East Hungary with its smaller discretionary income and purchasing power as the spatial focus of my research and the method of focus group discussion and questionnaire with food shoppers in the frame of a qualitative research and quantitative research. On the other hand, one of the reasons of the timeliness of choosing this topic is that several researchers (Totth, 2012, Pólya-Szucs, 2013; Szakály, 2014) and market research institutes came to the conclusion that Hungarian customers prefer products of Hungarian origin to goods from abroad if they are cheaper than their foreign equivalent. That is why for Hungarian customers cheap own brands can be a priority even over less costly imported goods.

Keywords: hungarian origin, private label, food, East-Hungary

ÖSSZEFOGLALÓ

Napjainkban egyre inkább aktuálissá válik az FMCG piac konkrét árucsoport vásárlási szokás kutatások középpontba állítása, mivel a napi társadalmi gyakorlatokban – végső soron az életminőség alakításában – betöltött kulcsszerepe vitathatatlan, valamint az egykori posztszocialista országokban lezajlott – a válság és a kereskedelempolitikai váltások miatt ma is tartó – alapvető strukturális átrendeződés társadalmi hatásai és azok feltáratlansága okán. A korábbi vizsgálatok többnyire absztrakt terekre fókuszáltak, elválasztva a napi társadalmi gyakorlatokat a térbeli kontextusoktól, amelyekben zajlanak. Ezért választottam kutatásom térbeli fókuszának az alacsonyabb diszkrecionális jövedelmű és vásárlóerejű Kelet-Magyarországot. A témaválasztás aktualitását másrészt az

indokolja, hogy számos kutató (Totth, 2012, Pólya-Szűcs, 2013; Szakály, 2014) és piackutató intézet kutatási eredménye bizonyította, hogy a magyar vásárlók preferálják a magyar származású termékeket, ha azok ára nem haladja meg a külföldi termékekét. Ezért a termelői márkás termékeknél alacsonyabb árszínvonalú kereskedelmi márkás termékeket a vásárlók márkaválasztása során ár szempontjából előnyben részesíthetik az alacsonyabb árú import termékekkel szemben.

Kulcsszavak: magyar származás, kereskedelmi márká, élelmiszer, Kelet-Magyarország

1. SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS

1.1. Etnocentrizmus

Kipnis és szerzőtársai (2012) szerint a fogyasztási cikkek származási országa

jelentősen befolyásolja a fogyasztók márká attitűdjét és magatartását (Balabanis-Diamantopoulos 2008; Erickson és szerzőtársai 1984; Nebenzahl-Jaffe 1996; Papadopoulos-Heslop 2002; Thakor-Kohli 1996; Verlegh-Steenkamp, 1999).

Solomon (2006. 328. o.) szerint az etnocentrizmus tendencia, amely alapján előnyben részesítik a termékeket vagy saját kultúrájukat más országokéval szemben. Az etnocentrikus fogyasztók valószínűleg rosszul érzik magukat, ha más ország termékét vásárolják, különösen a hazai gazdaságra gyakorolt negatív hatása miatt. Lehota (2001b) szerint a kulturális zártság formája az etnocentrizmus, amely a fogyasztó azon hiedelme, hogy az importtermék vásárlása nem helyénvaló, mivel kárt okoz a hazai gazdaságnak. Az etnocentrizmus következményeként tehát a fogyasztók előnyben részesítik a saját országuk termékeit a más nemzetek termékeivel szemben.

A magyar származás szempontjából teremtetett egyértelmű helyzetet az Egyes önkéntes megkülönböztető megjelölések élelmiszereken történő használatáról szóló 74/2012. (VII. 25.) VM rendelet. A megnevezések használata *nem kötelező*, az élelmiszer-vállalkozó egyéni döntése, hogy alkalmazza-e. Viszont amennyiben alkalmazza, akkor a terméknek meg kell felelnie a rendeletben meghatározott, alábbi követelményeknek:

A magyar termék olyan:

- növényi élelmiszer, ahol a termesztés és az ezt követő valamennyi lépés, illetve állati élelmiszer, ahol a *születés, keltetés és valamennyi ezt követő lépés Magyarországon történik.*
- feldolgozatlan termék, ahol a felhasznált alaptermék magyar termék, illetve feldolgozott élelmiszer, ahol *valamennyi, a termék előállításához felhasznált alapanyag magyar származású.*

A hazai termék olyan feldolgozott élelmiszer, ahol a felhasznált feldolgozatlan összetevő *több mint 50%-a magyar termék* és az előállítás *valamennyi lépése Magyarországon történt.*

A *hazai feldolgozású termék* megjelölés használható, ha a feldolgozott élelmiszer előállításához felhasznált összetevők *kevesebb, mint 50%-a hazai eredetű*, de az előállítás *minden lépése Magyarországon történt.*

Hazai termék és hazai feldolgozású termék jelölés kizárólag a feldolgozott élelmiszerek esetében értelmezhető. Alaptermékek és feldolgozatlan élelmiszerek csomagolásán ezek a megjelölések nem használhatók.

Fazekas Sándor Vidékfejlesztési miniszter a Magyar Termék Nonprofit Kft. szakmai rendezvényén (2014) kijelentette, hogy a termékrendelet 2012-es megalkotásánál kiemelt cél volt, hogy minél több magyar termék jelenjen meg a piacon, az élelmiszerek nyomon követhetők, jó minőségűek és megbízhatók legyenek.

1.2. Kereskedelmi márka

A kereskedelmi márka (private label brand) fogalma röviden kiskereskedő és nagykereskedő saját márkája. (Kotler-Keller 2012, 848. o.) Ezt a megfogalmazást egészítette ki Agárdi (2010 172. o.) azzal, hogy forgalmazása egy kis- vagy nagykereskedőhöz kötődik. Baltas (1997) kiterjesztette a kereskedelmi márka fogalmát, olyan márkaként értelmezve, amely a kereskedő tulajdona, ellenőrzi és kizárólagosan értékesíti.

Napjainkban a kereskedelmi márka már minőséggel is versenyez a termelői márkával, így megvásárlásával okos vásárlói magatartást követnek. (Kumar-Steenkamp 2007) Lincoln-Thomassen (2009. 23-25. o.) szerzőpáros 4 tévhitet cáfolt meg a kereskedelmi márkával kapcsolatban. A harmadik tévhit szerint kereskedelmi márkás termékeket alacsony diszkrecionális jövedelműek vásárolnak. Kezdetben valóban az alacsony diszkrecionális jövedelmű és nagy háztartás létszámú családok vásárolták a kereskedelmi márkás termékeket. Viszont napjainkban a kereskedelmi márkás termékeket vásárló alacsony diszkrecionális jövedelmű háztartások arányát alig lemaradva követi a magas diszkrecionális jövedelmű háztartások aránya.

Balló (2013) kereskedelmi márkák magyarországi FMCG piacon való elterjedését befolyásoló tényezők összegző modelljében a termék kategória jellemzői között az ár-/minőségorientált kereskedelmi márkát, gyártói márkák magatartását és szezonalitást tüntette fel. Viszont nem vizsgálta a magyar származás termék jellemzőit, amely a fogyasztók vásárlói döntését befolyásoló pszichológiai tényezők közül a percepcióban fejti ki hatását.

2. SZEKUNDER KUTATÁS

Magyar származású kereskedelmi márkás élelmiszerre vonatkozó kutatást nem találtam szekunder kutatásom során. Ezért a magyar származásra és a kereskedelmi márkára vonatkozó kutatások eredményeit külön-külön taglalom.

2.1. Magyar származás

2009. nyarán a Kaposvári Egyetem Marketing és Kereskedelem Tanszéke 1000 fős országos reprezentatív felmérésének kutatási eredménye szerint kedvező kép él a magyar élelmiszerek iránt azonban az üzletek pultjaihoz érve eltűnik, abban az esetben, ha magasabb árral találkozik a magyar termékeken, korábbi morális megfontolásait félre teszi, és mindössze tízből 2-3 vásárló emeli le a hazait a polcra. Emiatt „Janus-arcú” fogyasztóról beszélhetünk. (Szakály-Polereczki, 2010.) Mivel a magyar termék preferencia magasabb ár esetén harmadára csökken, ezért Szakály (2009) szerint 10-ből 3 fogyasztó tekinthető elkötelezettnek a magyar élelmiszerek vásárlása szempontjából. Hámosi-Horváth (2009) kutatási eredménye szerint etnocentrikus érzelmek a termékválasztásra inkább befolyással vannak, mint az üzletválasztásra, így a széles magyar termékválaszték a hazai, és a külföldi üzletek számára is fontos versenytényező lehet. Az Ipsos 2009-es felmérése szerint egy élelmiszer-termék megvásárlásakor az ár a legfontosabb szempont a fogyasztók számára, ezt követi a minőség, az akciók és a kedvelt íz, míg a termék származása az ötödik helyen állt. (MTI, 2009.) A Nielsen piacutató vállalat 2011. évi kutatása szerint tízből hat fogyasztó tartja fontosnak,

hogy amikor élelmiszert vásárol, akkor magyar terméket válasszon. Törőcsik (2011) szerint 11 termékkel kapcsolatos kifejezés illetve kifejezéspár közül a 4. legszimpatikusabb a hazai/magyar kifejezéspár lett 4,9-es átlaggal és a harmadik legkisebb szórással (1,17), amely a válaszadók egyöntetű véleményére utal. Kutatási eredményei szerint komoly mozgósító erőt mutat az, ha egy termék származási helye Magyarország. A középgeneráció az idős generációval azonos mértékben reagáltak pozitívan a „hazai/magyar” jelzőkre. A 2011-ben Szolnokon készített strukturált vásárlói interjú alanyok közel fele szerint az élelmiszer üzletek tulajdonosi hovatarozása mellett/helyett a termékek magyar származása fontos a vásárlóknak. A válaszadók többsége előnyben részesíti a magyar származású termékeket, még azok is, akiknél az üzlet magyar tulajdona nem jelent előnyt. (Földi 2012. 133-143. o.) Totth (2012) szerint minden eddigi kutatás azt mutatja, hogy a magyarok etnocentrikusak, azaz előnyben részesítik a hazai termékeket az import árukkal szemben. Ez igaz is, egészen a pultig, amikor választani kell a kicsit magasabb árú hazai, vagy az adott esetben alacsonyabb árú import termékek között. Ez még mindig a „Janus-arcú” fogyasztói magatartást mutatja. Pólya-Szűcs (2013) szerint néhány évvel ezelőtt nem is maga termék, a termék minősége volt a siker titka, hanem a származása adta el a terméket. Az utóbbi években a magyar termékek soha nem látott népszerűségnek örvendenek a fogyasztók körében. A fogyasztói etnocentrizmus, a „magyarságunk” az, ami megmaradt nekünk a gazdasági válság ellenére is. Természetesen erre a jelenségre a piac is intenzíven reagál: a magyar és hazai kifejezések varázsszóként működnek, a fogyasztók számára pedig egyúttal garanciaként is szolgálnak. (Pólya-Szűcs, 2013) A magyarok 79 százaléka véli úgy, hogy ha magyar terméket vásárol, akkor munkahelyeket lehet megőrizni. Viszont majdnem ugyanennyien vannak azok is, akik túl magas árúnak tartják a hazai élelmiszereket. Ráadásul a magyar védjegyekben is csak minden negyedik vásárló bízik. Hazai fogyasztóknál

viszont még mindig a nemzeti érzelem dönti el, hogy leveszi-e a polcokról a magyar árut, ezért tovább kell növelni a vásárlók érzelmi kötődését a magyar élelmiszerek és a védjegyek iránt. (Szakály, 2014.) Fazekas Sándor Vidékfejlesztési miniszter a Magyar Termék Nonprofit Kft. szakmai rendezvényén (2014) elmondta, hogy a vásárlók 75 százaléka kifejezetten magyar terméket keres az üzletekben, míg 5-6 évvel ezelőtt ez az arány mindössze 50 százalék körül alakult. Ismertetése szerint a vásárlók 80 százalékát érdekli a termék származása és az élelmiszerbiztonság, és a magyar lakosság 50 százaléka akkor is a magyar terméket vásárolja meg, ha az magasabb árú, mint a külföldi. A megkezdett munka eredményességét az is igazolja, hogy a kereskedelmi láncok becslése szerint a megvásárolt élelmiszerek 75-80 százaléka belföldről származik. (Fazekas, 2014.) Kecskeméti Attila, a Magyar Termék Nonprofit Kft. ügyvezető igazgatója új partnereik közül kiemelte a Metro Kereskedelmi Kft.-t, és az Auchan Magyarország Kft.-t. Ezek a kereskedelmi vállalatok a kereskedelmi márkás élelmiszereik csomagolásán feltüntetendő megkülönböztető megjelölésekre pályáztak.

2.2. Kereskedelmi márká

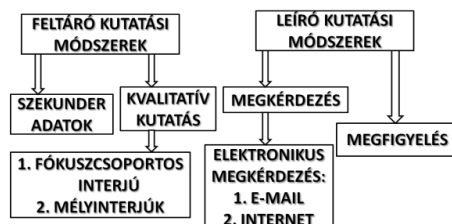
A 2011-ben Szolnokon készített strukturált vásárlói interjúk szerint az interjú alanyok többsége szereti az üzletek saját márkás termékeit. Vannak, akiknek a kereskedelmi márkás termékek szeretete üzletlánc, termékcsoporthoz vagy kereskedelmi márká generáció (minőség és ár) függő. Az üzletek saját márkás termékeit közepes vagy alacsony árúnak, és közepes vagy megfelelő minőségűnek ítélték. (Földi, 2012. 145.)

Nielsen piackutató intézet kutatási eredményei szerint az élelmiszerek teljes hazai kiskereskedelmi forgalmából a kereskedelmi márkás termékek részaránya értékben 25 százalékra nőtt 2012-ben. (Nielsen, 2013.) Ez a részarány 26% volt a GfK szerint 2013-ban, amikor átlagosan 129 alkalommal (2-3 naponta) vásároltak Magyarországon kereskedelmi márkás termékeket gyakrabban, mint a „B” márkás gyártói terméket. (Tisza, 2014.) A PLMA

2014. évi nemzetközi kereskedelmi márká évkönyv jelentése szerint a kereskedelmi márká piaci részesedése nőtt Magyarországon. Planet Retail a Kereskedelmi márkák forradalma tanulmányában 2015-re a kereskedelmi márkás termék értékbeli arányát globális szinten 24%-ra becsüli. (Gregory, 2011.)

3. PRIMER KUTATÁS

Kutatási célom a magyar származás szerepének vizsgálata az élelmiszerek kereskedelmi márkaválasztására Kelet-Magyarországon. Először a feltáró kutatási módszer közül szekunder adatokat vizsgáltam, majd a leíró kutatási módszerek közül megfigyelés következett. Utána a feltáró kutatási módszerek közül kvalitatív kutatás keretében fókuszcsoporthoz interjúk készültek a kutatási cél feltárására. Végül a leíró kutatási módszerek közül internetes megkérdezést folytattam. Kutatási módszereimet az 1. ábra szemlélteti. Jelen mű a szekunder adatok rövid összefoglalását tartalmazza. Jelen fejezet a kereskedelmi márkás élelmiszerek csomagolásán feltüntetett magyar származás jelölések megfigyelés eredményét és a fókuszcsoporthoz interjúk néhány kiemelt kérdés kutatási eredményét tartalmazza.



1. ábra Kutatási módszereim

Forrás: Malhotra-Simon 2008 alapján

3.1. Megfigyelés

Primer kutatás keretében először a leíró kutatási módszerek közül megfigyelést alkalmaztam az FMCG piac minden multinacionális és magyar üzletláncában 30 kereskedelmi márkás termék csomagolásán került megfigyelésre a magyar származás jelölése 2014. május 1-15 között. A 30 kereskedelmi márkás termék tejtermék és

tartós élelmiszerek kiválasztására a Gfk piackutató intézet kereskedelmi márkás termékek forgalmi rangsora (50-es lista) és az egyik magyar üzletlánc vevőközpontjának kereskedelmi márkás forgalmi rangsora alapján került kiválasztásra. Megfigyelés helyszínei: Tesco-Global Áruházak Zrt., Coop Hungary Zrt., Spar Magyarország Kereskedelmi Kft.,

Penny Market, CBA Kereskedelmi Kft., Lidl Magyarország, Auchan Magyarország Kft., Aldi Magyarország Élelmiszer Bt., és Reál Hungária Élelmiszer Kft. üzletei. A megfigyelés eredményét a 2. táblázat tartalmazza.

Megnevezés	Aldi	Auchan	CBA	Coop	Spar	Lidl	Real	Tesco	Penny Market
PL	27	23	19	25	26	15	16	26	23
Termelő magyar	16	13	12	15	16	3	16	17	11
Magyar	3	10	0	1	3	3	0	6	7
Hazai	0	0	0	7	0	0	0	2	1
Hazai feldolgozású	0	2	0	3	0	0	0	2	0

1. táblázat Kereskedelmi márkás élelmiszerek csomagolás megfigyelés 30 terméken

Forrás: saját szerkesztés

Megjegyzés: PI – private label = kereskedelmi márka

A kereskedelmi márkás élelmiszerek csomagolás megfigyelés eredménye szerint FMCG piac üzletláncainak (multinacionális és magyar) kereskedelmi márkás termékvalasztékból hiányzó termékek: cukor, túrókrém, szendvicsskrém és sűrített tej. Ezen termékekkel javaslom a kereskedelmi márkás termékvalasztékot szélesíteni és mélyíteni. A megfigyelt kereskedelmi márkás élelmiszerek töredékén szerepel az önkéntes megkülönböztető megjelölés. Javaslom a kereskedelmi márkás élelmiszereken annak a megjelölésnek (magyar termék, hazai termék, hazai feldolgozású termék) feltüntetését, amelyek megfelelnek a VM rendelet (74/2012. - VII. 25) előírásának, mivel a szekunder kutatás eredménye szerint a magyarok előnyben részesítik a kereskedelmi márkás magyar származású élelmiszereket, az import terméknél és termelői márkáknál.

3.2. Kvalitatív kutatás

Kvalitatív kutatás Babbie (2004) szerint feltárhat magyarázó értékű (változók közötti oksági) összefüggéseket és mintázatokat. Kvalitatív kutatási módszerek közül azért választottam a fókuszcsoporthoz interjút, mert

alkalmas egy meghatározott problémakör, jelen esetben a kereskedelmi márkás élelmiszer vásárlási szokások és magyar származás szerepe témakörök mélyebb feltárására. A potenciális vásárlók által megélt jelentések empátiás feltárása és perspektívák feltételezése megkönnyíti a vásárlói viselkedés befolyásolását (Steinar 2005, 80. o.) Napjainkban Steinar (2005) szerint elterjedt az interjú a vásárlói viselkedésmódok előrejelzésére és irányításra. A fókuszcsoporthoz interjúmban a félig strukturált megközelítést alkalmaztam, a kutatott terület főbb témáira kérdéseket készítettem elő, amelyeket az interjú alanyoknak feltettem, egy-egy kutatási témát több, egymásba fonódó kérdéssel követtem és mélyítettem (Lehota 2001a). Az interjúanalízisnek Steinar (2005) öt fő megközelítését taglalja, ezek közül a megközelítések közül alkalmaztam a jelentés kondenzációt, amivel az interjúalanyok fő mondanivalóját rövid formákká alakítottam. A kategorizáció strukturálja a kiterjedt és komplex interjúkat, áttekintést nyújt. Ezzel a módszerrel a hosszú szövegeket ábrává strukturáltam a szöveghő készítő szoftverrel.

3.2.1. Kutatás körülményei és módszertana

A fókuszcsoporthoz tartozó interjúk kutatási céljai a következők voltak: az élelmiszer-kereskedelem keresleti oldalát jelentő vásárlók véleményének mélyebb megismerése élelmiszervásárlási szokások és magyar származás szerepének témakörében valamint a kereskedelmi márkás élelmiszervásárlásról alkotott vélemények feltárása Kelet-Magyarországon.

A fókuszcsoporthoz tartozó interjúk elkészítésére 2014. májusában került sor. Előzetes telefonos időpont egyeztetés alapján 17 fókuszcsoporthoz tartozó interjú készült 128 élelmiszervásárlóval. A fókuszcsoporthoz tartozó interjú alanyok beleegyezésével hangfelvétel készült, amely a fókuszcsoporthoz tartozó interjú jegyzőkönyvek alapját jelentette. A fókuszcsoporthoz tartozó interjú alanyok lakóhelye 8 kelet-magyarországi megye (Jász-Nagykun-Szolnok, Békés, Bács-Kiskun, Borsod-Abaúj-Zemplén, Heves, Csongrád, Szabolcs-Szatmár-Bereg, Pest) több mint 30 települése volt. Az interjú alanyok életkora 18-87 év közötti, foglalkozásukat tekintve tanulóktól, fizikai és szellemi foglalkoztatottakig valamint nyugdíjasokig vettek részt a fókuszcsoporthoz tartozó interjúkon. Az interjúalanyok körében mindkét nem képviseltette magát, habár a nők többségben voltak, mivel a szakirodalmi és szekunder kutatások szerint nők a fő élelmiszervásárlók Magyarországon. A fókuszcsoporthoz tartozó alanyai szociodemográfiai ismérvek alapján számos társadalmi rétegből kerültek ki. A fókuszcsoporthoz tartozó interjúk feldolgozásához szófelhő módszert alkalmaztam, amelyhez a <http://wordle.net> weboldalt szófelhő készítő programja nyújtott segítséget. A szófelhő módszer segítette a válaszok tartomalelemzését. A fókuszcsoporthoz tartozó interjú 4 témakörben 37 kérdést tartalmazott.

3.2.2. Kutatási eredmények

A *származási ország élelmiszerek csomagoláson való feltüntetése* az interjú alanyok többségének nagyon fontos vagy fontos, sőt volt olyan interjú alany, aki nem veszi meg a terméket, ha nem tudja, hogy honnan származik.

Számos interjú alanyának nem fontos, nem igazán fontos, vagy meg sem nézi a származási országát a megvásárolni kívánt terméknek. Ezt a véleményt az alábbi válasz szemlélteti leginkább.

Az interjú alanyok azon csoportjának, akiknek *fontos a származási ország* csomagoláson való feltüntetése ezt a véleményt azzal *indokolták*, hogy minőséget (zöldségnél és gyümölcsnél jó ízt), megbízhatóságot, biztonságot jelent. Ezt a meggyőződést foglalja össze az alábbi interjúalany nézete.

Azok számára, akiknek *nem fontos* a termékeken a *származási ország* feltüntetése azzal *indokolták* véleményüket, hogy a termék minősége, de elsősorban az ára (olcsó) befolyásolja a termékválasztást, és nem a származási ország. Ezt a véleményt az alábbi interjú alany foglalta össze.

Az interjú alanyok többségének fontos illetve nagyon fontos az élelmiszerek magyar származása. Ezt a nézetet ragadja meg az alábbi interjú alany megfogalmazása.

Viszont márkás véleményként körvonalazódott, hogy ha a magyar élelmiszer árat magasnak ítélik, akkor inkább az alacsonyabb árú külföldi terméket vásárolják meg.

Néhány interjú alany százalékos mértékben fejezte ki a magyar származás fontosságát élelmiszer vásárláskor 20%-tól 80%-ig szóródott a fontosság értéke.

A legtöbb interjú alany *semennyivel sem hajlandó többet fizetni* a magyar származású élelmiszerért. Az ár viszonylatában helyettesítő termékként megjelennek az alacsonyabb árú külföldi termékek, ezt határozta meg lényegre törően az alábbi interjú alany válasza.

Számos interjú alany jövedelmétől, a termék értékétől, áráról, minőségétől és árucsoporttól (pl.: zöldség, gyümölcs) tette függővé, hogy mennyivel hajlandó többet fizetni a magyar származású élelmiszerért. A magasabb árat fizetni hajlandó interjú alanyok megoszlának a kevesebb, mint 10%-ot és a 10-20%-kal magasabb árat kész megfizetni vásárlókra. A magasabb ár megfizetési hajlandóság viszont jövedelem vásárlóerejének függvénye, amely

3.3. Kvantitatív kutatás

3.3.1. Kvantitatív kutatás körülményei és módszertana

3.3.1.1. A minta nagysága és jellege

A megkérdezés standardizált kérdőív alkalmazásával, online megkérdezéssel történt google drive weboldalon. A kitöltött kérdőívek száma 1399 db, a feldolgozható kérdőívek száma 1302 db volt. 97 kérdőív ugyanazokat a válaszokat tartalmazta minden kérdésre. A válaszadók közül 1117 fő intézi háztartása élelmiszer vásárlását leggyakrabban, azaz fő élelmiszer beszerzőnek minősül.

Csak ezen 1117 fő által kitöltött kérdőívek feldolgozott eredményét tartalmazza a kutatási eredmények. Szekunder kutatás és a korábbi primer kutatás eredményeim szerint is az élelmiszervásárlók több mint kétharmada nő. Ezen szociodemográfiai ismerv szerint a minta reprezentatív.

3.3.1.2. Minta összetétele

A mintában túlsúlyban vannak a nők, mivel az élelmiszervásárlást döntően nők végzik. Életkor szerinti összetétel szerint legnagyobb arányban 21-30 éves és a 31-40 éves életkorúak fejtették ki véleményüket. E két életkorcsoport véleménye meghatározó. Családi állapot szerint legjelentősebb a házastárs/élettársi kapcsolat 1 (16,8%) vagy 2 gyerekekkel (16,6%) összesítve (33,4%) legnagyobb részarányban töltötték ki a kérdőívet. A egyedülállóak gyerek nélkül részaránya felülreprezentált. A háztartások tagjainak száma szerinti összetétel szerint legnagyobb arányban a fős háztartásban élők fejtették ki véleményüket. Az 1 és 4 fős háztartás létszámú válaszadók aránya megközelítőleg azonos volt. A válaszadók közül domináns volt a 18 év alatti gyermekkel nem rendelkező háztartások aránya (63,6%). A megkérdezettek több mint egy ötödének 1, addig alig több mint tizedének 2 18 év alatti gyermek tagja háztartásának. A kérdőívet kitöltők háztartásának közel 50%-ában nincs eltartott, alig több mint negyedében egy, addig közel ötödében két eltartott van. A

megkérdezettek között felülreprezentáltak a diplomával rendelkezők. Lakóhely szerint legjelentősebb részarányban Jász-Nagykun-Szolnok és Pest megyében élők töltötték ki a kérdőívet. E két csoport véleménye meghatározó. A kelet-magyarországi megyék szinte mindegyikéből volt kérdőív kitöltő. A kérdőív kitöltők lakóhelyének település típusánál a város és a megyeszékhely felülreprezentált. Míg a városban lakók arány meghaladja a 40%-ot, addig a megyeszékhelyen lakók aránya megközelíti a 30%-ot. A kérdőívet kitöltők háztartásának jövedelmi helyzete eltérő. Ezen adatok vélhetően csak jelzésértékűek, mivel az emberek valós jövedelmi viszonyait nem szívesen tárják fel. A válaszadók alig több mint 85%-a adta meg havi nettó fajlagos jövedelmét, az átlag 119.819 Ft. A válaszadók háztartásának havi nettó egy főre jutó jövedelménél a 100.000-124.999 Ft és a 50.000-74.999 Ft közöttiek aránya megközelíti egymást.

3.3.1.3. Megkérdezés, feldolgozás

A kérdőívek feldolgozása IBM SPSS Statistics 20 programmal történt, amely megkönnyítette a matematikai – statisztikai számítások és elemzési eljárások alkalmazását.

3.3.1.4. A kérdőív tartalma

A kérdőív 30 kérdést tartalmazott, amelyek részben nyílt, részben zárt kérdések voltak. A zárt kérdéseknél törekedtem arra, hogy a megadott válaszlehetőségek minél árnyaltabban jellemezzék a válaszadók véleményét az adott témában. Ennek megfelelően zárt kérdésekre adható válaszok legtöbb esetben egyéb kategóriát is tartalmaztak, így lehetőség nyílt az önálló vélemény kifejtésére. A zárt kérdések jelentős része skálakérdés volt, amely statisztikai számítások elvégzésére nagyobb lehetőséget teremt, így a feldolgozás során módomban állt átlagot számítani és a szóródás lehetséges mutatóit is meghatározni. Egyes kérdéseknél a válaszokat hétfokozatú Likert-skála szerint határoztam meg, amely az egyetértés erősségét mérte.

Témakör	Kérdések száma
Élelmiszervásárlási szokások	7
Kereskedelmi márkás élelmiszervásárlási szokások	11
Kereskedelmi márkás élelmiszerekkel kapcsolatos attitűdállítások (24)	1
Magyar származású kereskedelmi márkás élelmiszerekkel kapcsolatos attitűdállítások (5)	1
A válaszadók szociodemográfiai ismérvei	10

2. táblázat A témakörök és a kérdések száma

Forrás: saját szerkesztés

A kérdéskörök eltérő számú kérdést és válaszlehetőséget tartalmaztak, amely a téma összetettségétől függött.

A válaszok feldolgozásánál a témának megfelelően alkalmaztam a statisztikai elemző módszereket, a már említett átlag és szóródás mutatóin túl a kereszttáblák ismérveit a kapcsolat szorossága alapján is vizsgáltam. Terjedelmi korlátok miatt az egyváltozós statisztikai módszertani elemzésből csak a soha nem tervezett kereskedelmi márkás termékcsoportokra és indoklására térek ki. A többváltozós statisztikai elemzésből pedig a faktorelemzés alapján elkészített klaszterelemzés eredményét a 6 faktor alapján K-közép eljárással elkülönített 5 klasztert jellemzem.

3.3.2. Kutatási eredmények

A kérdőívet kitöltők 50,4%-a nem válaszolt arra a nyílt kérdésre, amely arra kérdezett rá, hogy mely terméksoportból nem vásárolna soha kereskedelmi márkás élelmiszert. A megkérdezettek 10,5%-a szerint nincs olyan árucsoport, amelyből soha nem vásárolna kereskedelmi márkás élelmiszert.

A konkrét árucsoportot megnevezők (437 fő) több mint negyede (27,7%-a) húst, húskészítményt, hentesárut, felvágott, addig 14%-uk kozmetikum, higiénias és tisztálkodó szer, míg 8%-uk műszaki-elektronikus és 6,9 %-uk tejmértek termékcsoportból nem vásárolna soha kereskedelmi márkásat.

A nyílt kérdésre adott válaszok szófelhőjét a 3. ábra szemlélteti.



3. ábra Soha nem tervezett vásárlású
kereskedelmi márkás élelmiszerek szófelhője
(N= 437 fő)

Forrás: wordle.net

A kérdőívet kitöltők kevesebb, mint 40%-a indokolta meg, hogy miért nem tervez az általa megnevezett termékcsoporthoz kereskedelmi márkás élelmiszer vásárlást. A válaszadók több mint negyede minőséggel indokolta, azt frissességgént, ízéért illetve finomságként értelmezve. Válaszadók közel negyede megbízhatatlansággal magyarázta döntését. Megbízhatatlannak elsősorban a minőséget, a biztonságot, a hatékonyságot és az összetételt ítélték. Szintén a válaszadók közel negyede korábbi rossz tapasztalatok miatt nem vásárol az általa megnevezett kereskedelmi márkás élelmiszert. A kedvezőtlen tapasztalatot minőséggel, ízzel és finomsággal magyarázták. A válaszadók közel tizede szaküzleti, piaci és közvetlen termelői beszerzéssel igazolta a felsorolt kereskedelmi márkás élelmiszerek beszerzésének elutasítását. A válaszadók alig több mint 5%-a magyarázta a kereskedelmi márkás élelmiszer bizonyos termékcsoporthoz való elutasítását a termelői márkás termékek iránti márkahűséggel.

A nyílt kérdésre adott válaszok szófelhőjét a 4. ábra illusztrálja.



„A bevált márkák (LG, Sony, stb.) megbízhatóbbak, és biztos a garancia, illetve vannak kihelyezett márkaszervizeik. Egy Tesco LCD Tv esetében ez nem ennyire egyértelmű.”

„A feltűnően alacsony ár, kétes anyag összetétel, valamint származást sugall számomra.”
„ha jó a minősége és az ára, akkor jöhet”

4. ábra Soha nem tervezett vásárlású kereskedelmi márkás élelmiszerek indoklásának szófelhője (N = 446 fő)

Forrás: wordle.net

FAKTORELEMZÉS

Faktor nevek	Változók	Faktorok						Magyarázott variancia
		F1	F2	F3	F4	F5	F6	
Származás	Magyar termelő	0,838						
	Magyar termék jelölésű	0,889						
	Hazai termék jelölésű	0,906						
	Hazai feldolgozású termék jelölésű	0,838						
Termelői márká	Termelői márkáknál gyengébb minőség		0,805					
	Termelői márká jobb ár érték aránya		0,786					
	Termelői márkapreferencia		0,733					
	Termelői márká minőségével megegyezik		- 0,553					
Imázs és üzletválasztás	Üzletlánc imázsát befolyásolja kereskedelmi márká imázsa			0,765				
	Üzletválasztást befolyásolja kereskedelmi márká jó minősége			0,687				
	Üzlet imázsát befolyásolja kereskedelmi márká minőség imázsát			0,603				
	Kereskedelmi márká csomagolása imázsa			0,560				
Okos vásárló	Kereskedelmi márkás élelmiszereket az okos vásárlók vásárolják.				0,890			
	Aki sok kereskedelmi márkás élelmiszert vásárol okos vásárló				0,887			

Ár és csomagolás	Kereskedelmi márka alacsony árú					0,784		
	kereskedelmi márka egyszerűbb csomagolása					0,746		
Termék-választás	kereskedelmi márkás csomagolás információi						0,721	
	Termékválasztást befolyásolja						0,586	

3. táblázat A csoportképzéshez használt (rotált) faktorstruktúra (principal component method),
KMO = , magyarázott variancia %, kommunalítások, rotáció: varimax)

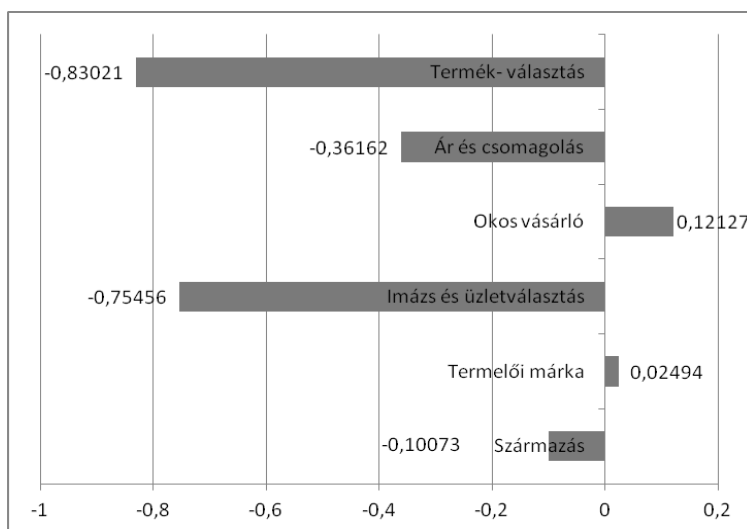
Forrás: saját szerkesztés SPSS output alapján

KLASZTERELEMZÉS

A termékválasztás függetlenek (24,1%) körében enyhe túlsúlyban vannak a férfiak, egyedülállóak gyerek nélkül és 1 gyerekkel valamint házastársi/élettársi kapcsolatban élők 1 gyerekkel. A háztartás létszáma tekintetében a 3 és 5 fősek jellemzik, 1 vagy 3 18 éves kor alatti taggal, 0, 1 vagy 4 fő eltartottal. Ez a vásárlói csoport alacsony iskolai végzettséggel jellemezhető, elsősorban általános iskolai vagy ennél alacsonyabb végzettséggel vagy szakmunkás bizonyítvánnyal rendelkeznek

Békés vagy Csongrád megyei falusi vagy községi lakóhellyel rendelkeznek.

Kereskedelmi márkaválasztását legkevésbé a csomagoláson lévő információk, üzletlánc illetve üzletlánc valamint kereskedelmi márka imázsa befolyásolják. Kereskedelmi márkás élelmiszer ára, csomagolása és származása átlag alatti szinten befolyásolja ezen vásárlói csoport vásárlását. Kis mértékben átlag feletti szinten befolyásolja a termelői márka (minősége, ár-érték aránya, preferenciája) és némileg átlag feletti szinten befolyásolja az okos vásárlói attitűd kereskedelmi márkás élelmiszerválasztásukat.

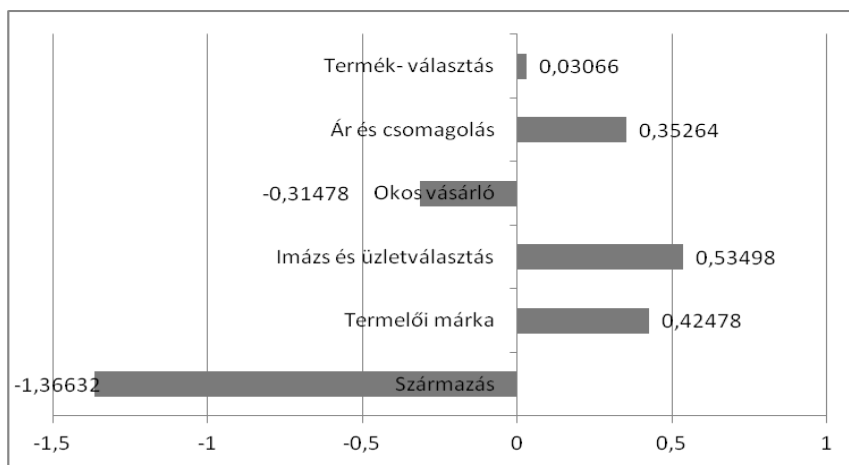


4. ábra Termékválasztás függetlenek

Forrás: saját szerkesztés SPSS output alapján

A származásfüggetlen (16%) kereskedelmi márkás élelmiszer vásárlói csoportban felülreprezentáltak a nők, házastársi/élettársi kapcsolatban gyerek nélkül vagy 2 gyerekekkel. A családi állapotból adódóan a háztartás létszáma 1, 2, 4 vagy 6 fős. Enyhe túlsúlyban vannak 18 év alatti gyermek és eltartott nélküli háztartások. A vásárlói csoport iskolai végzettségére az eklektikusság jellemző, ugyanis a több diplomás végzettségtől kezdve szinte minden végzettségi szint enyhén felülreprezentált. Lakóhelyre Bács-Kiskun, Békés, Szabolcs-Szatmár-Bereg és Pest megye jellemző, amely megyékben vagy községben

vagy nagyvárosban laknak. Jelentősen átlag alatt befolyásolja őket a termék származása (magyar, magyar, hazai vagy hazai feldolgozású termék jelölés). Némileg átlag alatti az okos vásárlói attitűd befolyásoló szerepe. Kis mértékben átlag felett befolyásolja őket a termékválasztási tényezők, némileg befolyásolják a kereskedelmi márkás élelmiszerek ára és csomagolása valamint termelői márká. A leginkább átlag feletti az imázs-(üzlet, üzletlánc, csomagolás) és üzletválasztást befolyásoló szerepe a kereskedelmi márkás termék minőségének.

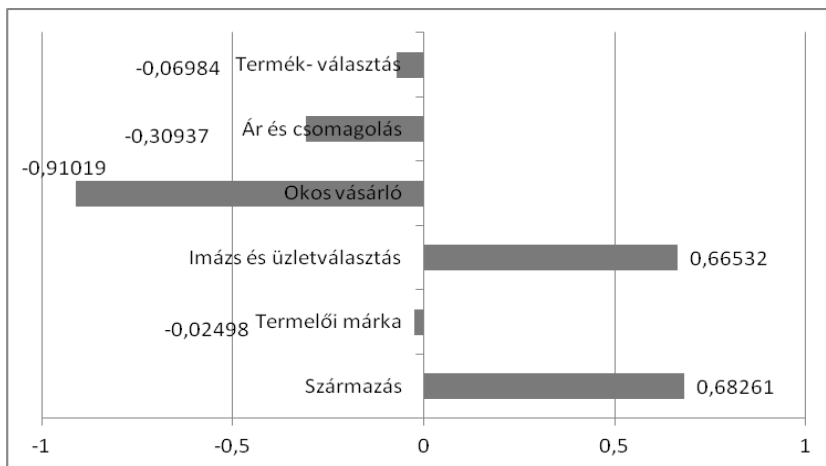


5. ábra Származásfüggetlenek

Forrás: saját szerkesztés SPSS output alapján

Az Anti smart shoppers (20,2%) körében enyhe túlsúlyban vannak a férfiak, az egyedülállók 1 gyerekekkel, vagy ház/élettársi kapcsolat gyerek nélkül, 1 vagy 2 gyerekekkel. Ezen családi állapotokból adódóan az 1, 2 vagy 4 személyes háztartás jellemző 1 vagy 2 fő 18 év alatti gyermekkel és ezzel megegyező eltartotti számmal. Iskolai végzettség szempontjából érettségi és főiskolai, egyetemi diploma a sajátossága. Bács-Kiskun, Csongrád, Békés, Heves és Pest megyei lakóhelyűek némi túlsúlyban vannak, városi és községi

településtípusú lakóhelyen élnek. A legnagyobb eltérés és ellentétes kereskedelmi márkás élelmiszervásárlói magatartás az átlagtól az okos vásárlói attitűd szempontjából vonatkozik. Némileg átlag alatti a kereskedelmi márkás élelmiszerválasztásnál az ár és csomagolás szerepe. Kissé átlag alattiak a termékválasztási tényezők és a termelői márká befolyásoló hatása. Jóval átlag feletti az imázs (üzletlánc, üzlet, csomagolás) és az üzletválasztást befolyásoló kereskedelmi márkás élelmiszer minősége tényezők.



6. ábra Anti smart shoppers

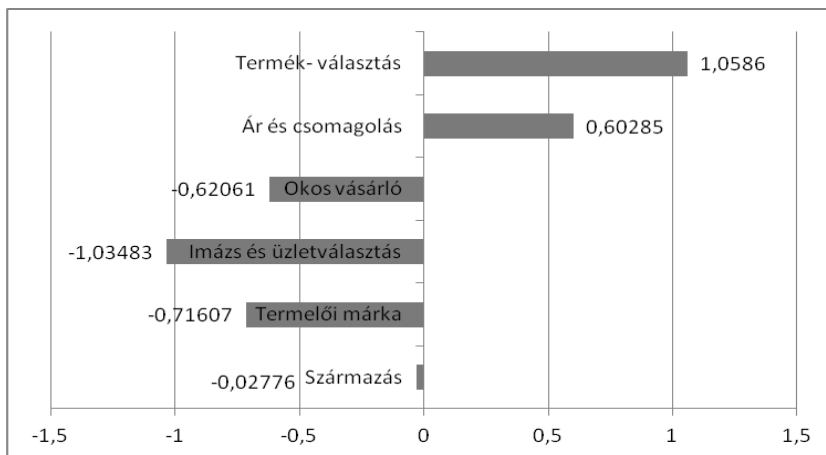
Forrás: saját szerkesztés SPSS output alapján

A termékorientáltak (11,4%) körében túlsúlyban vannak a nők, egyedülállók gyerek nélkül, 1 vagy 2 vagy 3 vagy több gyermekkel, 1, 4, 5 vagy 6 személyes háztartásban 2 vagy 3 fő 18 éven aluli. A háztartásban az eltartottak számát tekintve túlsúlyban van 3 vagy 4 fő.

Lakóhelyet tekintve Jász-Nagykun-Szolnok és Heves megyei nagyváros vagy megyeszékhely jellemző a csoportra. Imázs (üzletlánc, üzlet, csomagolás) üzletválasztás tényezője jelentős mértékben átlag alatti. Termelői márka és okos vásárlói attitűd nagy mértékben átlag alatti.

Magas iskolai végzettség felülreprezentált, ugyanis minimum technikus/szakmenedzser, menedzser (felsőfokú szakképzés), de főiskolai, egyetemi diplomával vagy több diplomával rendelkezők alkotják ezt a vásárlói csoportot.

Nagy mértékben átlag feletti az ár és csomagolás és jelentős mértékben átlag feletti a termékválasztási tényezők befolyásoló hatása a kereskedelmi márkás élelmiszerválasztásra.

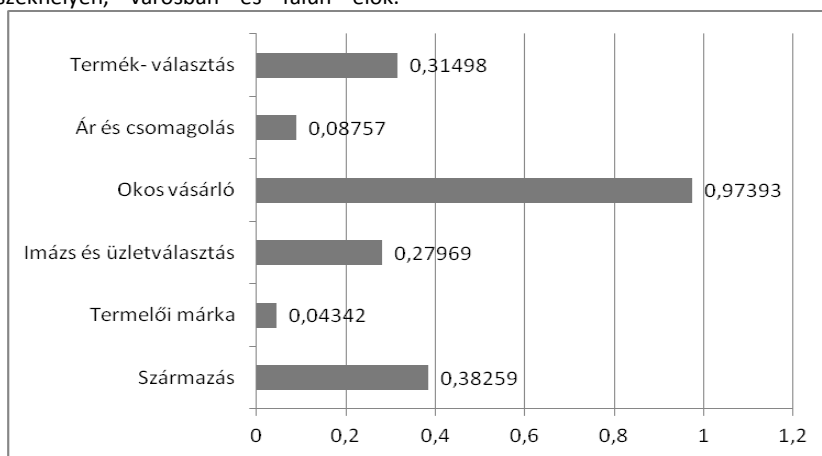


7. ábra Termékorientáltak

Forrás: saját szerkesztés SPSS output alapján

Az etnocentrikus smart shoppers (28,3%) körében enyhe túlsúlyban vannak a férfiak, jelentős túlsúlyban vannak az egyedülállók 2, 3 vagy több gyermekkel. Enyhe túlsúlyban vannak a 3 és 5 fős háztartások, 0 vagy 1 fő 18 év alatti gyermekkel, és 1 vagy 3 fő eltartottal. Iskolai végzettség szempontjából enyhe túlsúlyban vannak technikus/szakmenedzser, menedzser (felsőfokú szakképzés) iskolázottságúak. Enyhe túlsúlyban vannak a Jász-Nagykun-Szolnok megyeiek, jelentős túlsúlyban vannak a Bács-Kiskun, Hajdú-Bihar és Nógrád megyeiek. Lakóhelyük típusánál enyhe túlsúlyban vannak a megyeszékhelyen, városban és falun élők.

Az okos vásárlói attitűd jelentősen átlag feletti, míg a származás és a termékválasztást befolyásoló tényezők nagy mértékben átlag feletti. Némileg átlag felett befolyásolja az imázs (üzletlánc, üzlet, csomagolás) és üzletválasztást befolyásoló kereskedelmi márkás élelmiszer minősége. A kereskedelmi márkás élelmiszer ára, csomagolása és a termelői márka kis mértékben átlag felett befolyásolja a kereskedelmi márkás termékválasztást.



8. ábra Etnocentrikus smart shoppers

Forrás: saját szerkesztés SPSS output alapján

KÖVETKEZTETÉSEK, ÖSSZEGZÉS

A magyar származású kereskedelmi márkás élelmiszerek a márkaválasztás két kényezőjét is ötvözik, a megfelelő ár-érték arányt és a magyar származást. Így az alacsony diszkrecionális jövedelmű vásárlók többletkiadás nélkül vásárolhatnak magyar származású élelmiszereket. Szekunder és primer kutatás eredményei alapján javaslom az FMCG piac multinacionális és magyar kiskereskedelmi üzletláncainak is, hogy az egyes önkéntes megkülönböztető megjelölések

élelmiszereken történő használatáról szóló 74/2012. (VII. 25.) VM rendelet szerinti 3 termék jelölés (magyar termék, hazai termék, hazai feldolgozású termék) közül azt tüntetessék fel a gyártókkal a csomagoláson, amelyik VM rendelet szerinti előírásnak a termék megfelel. A kereskedelmi márkás élelmiszerek megvásárlásával a vásárlók (kedvező ár-érték arány és magyar származás) előnyöket realizálják, és az FMCG piac kiskereskedelmi üzletláncai növekvő forgalomra és nyereségre számíthatnak.

FELHASZNÁLT SZAKIRODALOM

- [1] Balló Zs. (2013): A hazai kereskedelmi márkák vásárlói magatartását befolyásoló tényezőinek vizsgálata a napi fogyasztási cikkek piacán. Ph.D Disszertáció Gödöllő: Szent István Egyetem Gazdálkodás és Szervezéstudományok Doktori Iskola
- [2] Egyes önkéntes megkülönböztető megjelölések élelmiszereken történő használatáról szóló 74/2012. (VII. 25.) VM rendelet
- [3] Fazekas S. (2014): Közös érdek a védjegyhasználat bővítése letöltési dátum: 2014. 05. 20
- [4] http://www.elelmiszer.hu/friss_hirek/cikk/fazekas_kozos_erdek_a_vedjegyhasznalat_bovitesi?utm_source=newsletter&utm_medium=elelmiszer_online_napi_hirlevel&utm_campaign=12003
- [5] Földi K. (2012): A fogyasztói üzletválasztási döntések az élelmiszerorientált kiskereskedelemben Ph.D Disszertáció Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar Regionális Politika és Gazdaságtan Doktori Iskola
- [6] Kipnis E. – Kubacki, K. - Broderick, A. J. – Siemieniako, D. – Pisarenko, N. L. (2012): They don't want us to become them': Brand Local Integration and consumer ethnocentrism *Journal of Marketing Management*, 28, 7–8, 836–864. o.
- [7] Nielsen (2013): Lassult a kereskedelmi márkák piaci részesedésének növekedése az első félévben
Kereskedelmi márkás élelmiszerekkel fél év alatt mintegy 168 milliárd forint forgalmat ért el idén a boltok. Diszkontban nőtt és továbbra is kiemelkedik a kereskedelmi márkák piaci részesedése. Hírvilág, letöltés dátuma: 2014. 03. 28. <http://hu.nielsen.com/site/20130828.shtml>
- [8] PLMA (2014): Private label market share over 30% in 15 countries, PLMA's 2014 International Private Label Yearbook reports Amsterdam, 10 June 2014. 06. 10. letöltési dátum: 2014. 07. 14. <http://www.plmainternational.com/news-update>
- [9] Pólya Éva – Szűcs Róbert Sándor (2013): Divat lett a magyar termék Egy „kis plusz” mindenre képes lehet 2013. május 19. Élelmiszer szakfolyóirat weboldala letöltési dátum: 2013. 12. 09. http://www.elelmiszer.hu/friss_hirek/cikk/divat lett_a_magyar_termek
- [10] Szakály Z. – Polereczki Zs. (2010): „Janus-arcú” fogyasztók. 2010. március 25. letöltés dátuma: 2014. 03. 26. http://www.elelmiszer.hu/fmcg_szakmai_hirek/cikk/_janus_arcu_fogyasztok_2
- [11] Szakály, Z. (2014): Szeretik mégsem kelendő. 2014. letöltés dátuma: 2014. 07. 14. <http://www.amagyartermek.hu/hirek/144/>
- [12] Tisza A. (2014): GfK 2014: Ismét enyhén nőtt a kereskedelmi márkák részesedése a napi fogyasztási cikkek piacán Sajtószolgálat, letöltés dátuma: 2014. 05. 31. http://www.gfk.com/hu/documents/20140508_gfk%20a%20kereskedelmi%20m%C3%A1rk%C3%A1kr%C3%B3l.pdf
- [13] Toth, Gedeon (2012): Jó a magyar, ha nem kerül sokba – Élelmiszer klub konferencia 2012. 2012. április 3. letöltés dátuma: 2013. április 10. http://www.kreativ.hu/marketing/cikk/jo_a_magyar_ha_nem_kerul_sokba

Dudás Péter - Balog Margit

Matematikai-statisztikai paradoxonok alkalmazása a turizmusban

Péter Dudás – Margit Balog: Application of mathematical and statistical paradoxes in tourism

Abstract

The paradox is a well-founded statement / method, derived from a specific area of science and the application possibilities worth to try a different area of the farm in their respective fields. The world of chances and its mathematics is abound of paradoxes. Mathematics and statistics are separate disciplines and related sciences of many areas at the same time. Application of advanced education and research is essential. The study presents analyzing evaluation options in the field of tourism based on two paradoxes (regression and maximum-likelihood) factor analysis and multidimensional scaling analysis.

Keywords: mathematical modeling, multivariate data analysis, tourism

ÖSSZEFOGLALÓ

A paradoxon olyan megalapozott állítás/módszer, amely adott tudományterületről származik és érdemes az alkalmazási lehetőségeit kipróbálni más terület művelőinek a saját szakterületükön. A véletlenek világa és ennek matematikája bővelkedik paradoxonokban. A matematika és a statisztika önálló tudományok, ugyanakkor sok terület segédtudományai. Alkalmazásuk az igényes oktatásban, kutatásban elengedhetetlen. A tanulmány a turizmus területén két paradoxon (regressziós és maximum-likelihood) alapján faktoranalízissel és többdimenziós skálázással mutat be elemzési, értékelési lehetőségeket. Kulcsszavak: matematikai modell, többváltozós adatelemzés, turizmus

Bevezetés

A paradoxon olyan meglepő állítás, amelyet egy adott terület művelői elképesztőnek tartanak a saját „szakterületükön”, ugyanakkor jól megalapozott állítás/módszer, amely más tudományterületről származik és érdemes az alkalmazási lehetőségeit kipróbálni. A

véletlenek világa és ennek matematikája bővelkedik paradoxonokban.

A matematika sajátos helyet foglal el a tudományok rendszerében. Önálló kategória, ugyanakkor sok tudomány segédtudománya. A közgazdaságtudományok területén az újkori matematika eredményei a leginkább használhatók. Ekkor a matematika vezető ága az analízis, „jelszava” a végtelen kicsi. Teret kapott a differenciál-, és integrálszámítás, ami fontos eleme a közgazdaságtudomány megújulásának is (linearizálás, görbék érintői, szélsőérték számítás, határelemzések). *Newton, Leibniz, Pascal* mellett a kor neves alakja *Gauss*, akitől a megújulás kiindulását számítják, mivel sok addig megoldhatatlan problémát oldott meg (Filep 2001).

A gazdaságtudományok területén igényesebb munkát végzők mindenképpen találkoznak az analízis, lineáris algebra, valószínűségszámítás alkalmazásával. *Bernoulli, Bayes, Csebisev, Fisher, Gauss, Kendall, Kolmogorov, Pearson, Spearman* neveihez köthető tételek, mutatók, eloszlások napjainkban már számítógépes könnyen kezelhető programokba beépített elemzési eszközök. Megfelelő használatukhoz kellő mélységű ismeret szükséges.

A társadalomtudományi kutatások egyik legnehezebb kérdése a megfigyelés és az elmélet közötti kapcsolat megteremtése. Megfigyelni és mérni csak ritkán lehet közvetlenül. A matematikai-statisztikai módszereket használjuk arra, hogy az adatok struktúráját felderítsük.

Alkalmazott módszerek

Az egyszerűbb módszerek közül a megoszlási és intenzitási viszonyszámokat, átlagokat, grafikus ábrákat használtuk.

A többváltozós adatelemzési módszerek közül a faktorokat *maximum-likelihood* módszerrel képeztük, hogy a különböző változókat összefogó közös varianciával modellt lehessen készíteni. Így a faktorokkal bemutatható, hogy a háttérváltozók, hogyan alakítják a turizmusteljesítményt mérő vendégéjszakák nagyságát az egyes településeken.

A megfigyelt elemek közti hasonlóságok/különbözőségek interpretálásához a *többdimenziós skálázást* választottuk. Az élményvárások vizuális átláthatóságához használtuk.

Az elemzés információs bázisa:

- A KSH 2011. évi területi statisztikáinak turizmusra vonatkozó adatai. A vizsgálat területi dimenziója Jász-Nagykun-Szolnok

megye 7 statisztikai kistérsége, ezen belül a mérhető vendégfogadó képességgel, és turisztikai teljesítménnyel rendelkező 37 település.

- A Tiszához 2012 nyarán látogatók, hat helyszínen (Cserkeszőlő, Csongrád, Szeged, Szolnok, Tiszafüred, Tiszakécske). (Magyar Turizmus ZRT Észak-Alföldi Regionális Marketing Igazgatóság kutatásába bekapcsolódva.) Nem reprezentatív, önkényes 355 elemű minta.

Az adatok feldolgozásához, az elemzésekhez az SPSS program 19.0 verzióját használtuk.

A paradoxonok

A *korreláció* a sztochasztikus kapcsolatok egyik fajtája, a kapcsolat erősségét, intenzitását számszerűsíti, de a kauzális összefüggés természetét szakmai-logikai vizsgálat hivatott tisztázni, amelyet semmiféle matematikai-statisztikai formula nem pótolhat.

A *regresszió* kifejezés a lexikon meghatározása szerint hátrálást, visszaesést, visszafejlődést jelent. (Idegen szavak és kifejezések szótára, 1983:720.p.) Matematikai értelemben az angol *Sir Francis Galton* használta, aki a gyerekek és szülei testmagassága közötti kapcsolatot tanulmányozta.

A változók helyzete nem szimmetrikus. Az irodalomban többféle elnevezés is használatos. Ezekből néhány:

	y	$x_1, x_2, \dots, x_n$
a)	előrejelzett változó	előrejelző változó(k)
b)	regresszált változó	regresszorok
c)	magyarázott változó	magyarázó változó(k)
d)	független változó	független változó(k)
e)	eredmény változó	ok változó(k)
f)	endogén változó	exogén változó(k)
g)	célváltozó	kontroll változó(k)

(Maddala, 2004.95.p.)

Valamennyi kifejezőpár a regressziós elemzés bizonyos szempontjának felel meg. Az a) kifejezőpár az előrejelzések esetén

használatos. A b,c,d) kifejezések egyenértékűek, különböző szerzők másképpen használják a regressziós modellek tárgyalásakor. Az e) oksági

elemzéskor alkalmazható. Az *f)* az ökonometria jellegzetes kifejezése. A *g)* elnevezést irányításelméleti (ellenőrzési) problémák elemzéshez használják.

A regressziós függvények a kapcsolatban rejlő tendenciát, törvényszerűséget függvénnyel írják le. Nem a legpontosabb görbe illesztése a cél, hanem a tendencia megállapítása. Azt a függvényt célszerű választani, amelyiknél a tényleges pontoknak a regressziós függvény értékeitől mért átlagos távolsága a legkisebb. Ehhez a legkisebb négyzetek módszere alkalmazható. Ez a követelmény egy többváltozós szélsőérték feladathoz vezet, amelyből a normálegyenletek származnak. A legkisebb négyzetek elve mellett szól a Gauss-Markov tétel is: „*a legkisebb négyzetek módszerével kapott regressziós együtthatók a sokasági paraméterek legjobb lineáris torzítatlan becslései, ami annyit jelent, hogy szórásuk kisebb, mint az egyéb módszerekkel nyerhető más becslő függvények szórása*” (Matematikai kislexikon, 1979. 133.p.).

Matematikailag bizonyítható, hogy az egység megválasztása befolyásolja az eredményt. Az aggregálás erősíti a kapcsolatot, az egységek egyre nagyobb csoportokba történő összevonásával a korreláció egyre szorosabbá válik. Ez a jelenség a nagy számok törvényével magyarázható: a kis egységeknél megfigyelhető tendenciát még erősen befolyásolják a véletlen jellegű körülmények, a nagyobb csoportoknál viszont a véletlen hatása gyengül és a tendencia élesebbé válik.

Gyakran előfordul, hogy néhány szélsőséges megfigyelés vagy kiugró érték jelentősen befolyásolja a regressziós együtthatók becslését. A kiugró érték (outlier) olyan megfigyelés, amely távol esik a többi megfigyeléstől, általában valamilyen szokatlan tényező okozza. Ezt akkor lehet kimutatni, ha megvizsgáljuk a becsült regressziós egyenlet maradék tagjait. Abban az esetben, amikor a legkisebb négyzetek módszerét alkalmazzuk, egyetlen kiugró megfigyelés is jelentősen módosíthatja a regressziós egyenletet.

A többváltozós lineáris regresszió

A többváltozós modell specifikálása esetén figyelembe kell venni, hogy egy adott jelenségnél az eredményváltozó lehet egy másik viszonylatban tényezőváltozó. Ezért a gazdasági problémák matematikai modelljét nem lehet egyetlen regressziós egyenlettel leírni.

Egy adott probléma esetén át kell tekinteni a szóba jöhető változókat. Beléphetnek minőségi ismérvek is, mert a többváltozós modellben alternatív ismérvek formájában ezek is szerepelhetnek. A gyakorlatban itt is első közelítésben lineáris modellt szokás alkalmazni.

Többszörös nemlineáris regresszió

A lineáris egyenlet gyakran elég jól leírja a változók közti összefüggést, ugyanakkor előfordulnak olyan problématípusok, ahol a lineáris összefüggések kevésbé használhatók. Ilyen lehet, amikor a magyarázó tényezőknél van egy optimális értéke; ezen érték alatt vagy felett csökken a termelés/forgalom/fogyasztás. Itt nem használható a lineáris regresszió, tehát nemlineáris regressziót kell meghatározni, miközben kizárjuk más tényezők hatását, amelyek hatnak a független változóra (Ezekiel-Fox 1970).

Tehát ha y a függő változó és $x_1, x_2, x_3, \dots$ a független változók, y értékének változásait a független változóktól a következő regressziós egyenlettel lehet becsülni:

$$y = a + f_1(x_1) + f_2(x_2) + f_3(x_3) + \dots$$

Az $f_1(x_1), f_2(x_2)$ általános jelölés azt jelenti, hogy y függvénye x_1 -nek, plusz x_2 -nek, stb. A különböző parciális regressziós görbéket matematikai formában lehet megadni minden független változóra egy-egy függvénnyel.

Faktorelemzés

A faktorelemzés több módszer összefoglaló neve, amelyek adatredukcióra és adatstruktúra feltárására szolgálnak. Az elemzésbe bevont változók számának csökkentésére, illetve a változók között feltárható struktúrák azonosítására használhatók (Kovács 2003).

A módszerek a variancia felbontásából indulnak ki, abból a feltételezésből, hogy a teljes varianciának három összetevője van: közös variancia (több változó mögött húzódik), egyedi variancia (egy változó mögött csak egy faktor van), hibavariancia (mérési hiba, vagy véletlen hatás eredménye lehet). Az alapvető különbség a módszereknél döntően a felbontásban van.

Hajdu (2004) megfogalmazásában az exploratív faktoranalízis célja a faktorsúlyok minél egyszerűbb struktúrájának feltárása a megfigyelt indikátorokból kiindulva. A legegyszerűbb a struktúra, ha egy indikátort csak egyetlen faktor magyaráz nem zero súllyal. Az ilyen indikátor komplexitása egységnyi.

Maximum likelihood paradoxon

Az ismeretlen paraméterek becslésének egyik hatékony módszere. A módszer alkalmazásában a XX. század elején Fisher ért el áttörést. A *maximum-likelihood módszer* (a legnagyobb valószínűség elve) lényege: az ún. likelihood függvény a mintaelemek együttes sűrűségfüggvénye, és az ismeretlen paraméter becslésére azt a statisztikát használjuk, melyre ez a függvény maximális értéket vesz fel.

Többdimenziós skálázás

A többdimenziós skálázás az adatok közötti különbségeket vizualizálja, és az adatok rejtett struktúráját vizsgálja. A faktoranalízis alternatívája. A skálázó modellekben az objektumok az állapottér pontjaiként jelennek meg olyan módon, hogy a hasonló objektumok közel kerülnek egymáshoz (Füstös et.al. 2004). A skálázás feladata, hogy a minimális

dimenziószámú térben olyan pontthalmazt találjon, hogy a térbeli távolságok monoton függvényei legyenek az adatok közötti különbségeknek. A követelmény, hogy az elemek közötti távolság a redukált térben (bizonyos hiba határon belül) ugyanolyan legyen, mint az eredeti távolság. Az eljárás a származtatott koordináták közötti távolságokat összeveti az eredetileg ismert különbségekkel, és törekszik az eltérés minimalizálására. (Kovács 2003).

Az eljárás eredménye egy pontthalmaz „képe”, amit térképnek is szoktak nevezni. Az illeszkedés jószágát különböző stressz-mutatók alapján lehet megítélni. A *Stress* szemléletes jelentése: a modell által meghatározott térben az összes észlelt különbözőséghez képest mekkora az ezen elméleti távolságok és a modell által létrehozott pontkonfigurációban ténylegesen létrejött távolságok eltérése. Tehát, ha tökéletes a megfelelés az eredetileg érzékelt és az ábrázolt különbségek között, akkor a hiba zérus és így a *Stress* értéke is az.

Az MDS alapegyenlete: $d_{ij}=f(\delta_{ij})$.

Magyarázat: Adott n objektum, és a rajtuk értelmezett δ_{ij} (az i . és a j . elem tényleges különbsége), a p dimenziós térben. Az MDS alacsonyabb dimenzióba rendezi a pontokat, amelyek az objektumokat reprezentálják. Az elvárás, hogy a térbeli távolságok monoton függvényei legyenek az adatok közti különbségeknek. Tehát ha $\delta_{ij} < \delta_{kl}$, akkor $d_{ij} \leq d_{kl}$ (d_{ij} a képzett térben az i . és j . elem különbsége). A gyenge monotonitás megengedett.

A Stress mutató egyenlete

$$S = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n (d_{ij} - f(\delta_{ij}))^2}{\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n (d_{ij})^2}}$$

<i>S értéke</i>	<i>Minősítés</i>
0 – 0,05	kiváló
0,05 – 0,10	jó
0,10 – 0,20	elfogadható
0,20 felett	magasabb dimenzió szükséges

(Füstös et.al. 2004)

Eredmények*A mérhető turizmus teljesítmény Jász-Nagykun-Szolnok megyében*

Az értékelés az 1000 állandó lakosra jutó vendégéjszaka mutatóval történt. A települések számára bevételt jelentő turistaköltés a vendégéjszaka eltöltéséhez biztosan társul. A településnek a vendégéjszakát nem töltő vendégektől is származik jövedelme, de makrogazdasági szinten sem megoldott ennél jobb mutató a teljesítményméréshez (Kóródi 2006).

1. kategória	10 alatt
2. kategória	10,1–30
3. kategória	30,1–50
4. kategória	50,1–100
5. kategória	100,1–200
6. kategória	200 felett

1. táblázat

A turizmusteljesítmény a megyei átlag %ában

A részletesebb vizsgálathoz a vendégéjszakák eloszlását 2 szempont szerint rendeztük:

- Településszinten 1000 állandó lakosra vetítve (ezzel kimutatva, a település nagyságához viszonyított jelentőségét és hogy milyen erőfeszítést jelent a vendégfogadás).
- A megyei átlaghoz viszonyítva, kategorizálva (ez kissé szubjektív csoportosítás, de több év adatait vizsgálva egyenlő osztályközök szóba sem jöhetnek, és a kialakított kategóriák stabilnak mondhatók).

Kistérség	1	2	3	4	5	6	Össz.
	kategóriába tartozó települések						
Jászberényi	-	2	2	-	1	-	5
Karcagi	2	-	-	-	-	1	3
Kunszentmártoni	2	2	-	-	-	1	5
Mezőtúri	-	1	1	1	-	-	3
Szolnoki	3	3	2	1	-	-	9
Tiszafüredi	6	1	-	1	1	-	9
Törökszentmiklósi	2	-	1	-	-	-	3
Összesen	15	9	6	3	2	2	37

2. táblázat

Az egyes kategóriákba tartozó települések száma kistérségenként

Forrás: Saját számítás

Látható, hogy néhány település magasan átlag feletti turizmusteljesítményű. A megyei átlag több mint kétszeresénél is magasabb (6. kategória) a vendégéjszakák száma Berekfürdőn és Cserkeszőlőn. Szintén magasabb az átlagnál (5. kategória) Abádszalók és a Jászberényi kistérségben Jászszentandrás turisztikai teljesítménye. Mind a négy település különböző kistérségbe tartozik, tehát egyedül képesek a kistérségi mutatókat kedvezően alakítani.

A vendégforgalom alakulására ható tényezők

A vendégéjszakák alakulására ható tényezők meghatározásához többváltozós lineáris regressziós modell készült. A legkisebb négyzetek elve alapján. Az elemzés Jász-Nagykun-Szolnok megye településsoros kistérségi 2011. évi adataiból készült.

A modell „stepwise” módszerrel készült, így egyenként léptek a modellbe azok a változók, amelyek szignifikánsan befolyásolják a függő változó értékeinek alakulását (minden mutató 1000 lakosra vetítve).

A független változók:

- kereskedelmi szállásférőhely (kerfh_1000lakos),
- egyéb szállásférőhely (egyebfh_1000lakos),
- vendéglátóhely (vendl hely_1000lakos).

A függő változó: vendégéjszaka (vendéj_1000lakos).

Mivel a változók lépésenkénti módszerrel kerültek a modellbe, a magyarázóerő fokozatos növekedését jól mutatja a 3. táblázat.

Modell	R	R ²	korrigált R ²
1	,961(a)	,923	,921
2	,983(b)	,967	,965
3	,985(c)	,971	,968

a) A változók: kerfh_1000lakos;

b) A változók: kerfh_1000lakos, egyebfh_1000lakos

c) A változók: kerfh_1000lakos, egyebfh_1000lakos, vendlhely_1000

3. táblázat: A regressziós modellváltozók magyarázóerejének alakulása „lépésenként”

Forrás: Saját számítás

Legnagyobb magyarázóerővel a kereskedelmi szállásférőhelyek száma bír, a vendégéjszakák variációjának $\approx 92\%$ -át magyarázza. A következő változó (egyéb szállásférőhelyek) az előzőhöz $\approx 4\%$ pontot ad. Ezt még nagyon kevés

magyarázattal egészíti ki, (1% sincs) de megemlíthető magyarázóváltozó a vendéglátóhelyek száma. A variancia-analízis tábla is azt mutatja, hogy szignifikáns a képzett regresszió.

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	9,3E+009	3	3083646590	368,344	,000
Residual	2,8E+008	33	8371644,1		
Total	9,5E+009	36			

4. táblázat: A regressziós modellek szignifikancia vizsgálata variancia-analízissel

Forrás: Saját számítás

Az előbb említetteket igazolja a parciális teszt is. A férőhelyek száma egyértelműen fontos változók, és a harmadik változó hibaszintje is

5% alatt van. A standardizált β együtthatók is megerősítik a változók súlyát a modellben.

Model	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
kerfh_1000lakos	1,694	15,171	,000
egyebfh_1000lakos	,594	6,571	,000
vendlhely_1000lakos	,184	2,078	,046

5. táblázat: A regressziós modell paramétereinek parciális szignifikancia vizsgálata

Forrás: Saját számítás

A magyarázó változók függetlenségére vonatkozó elvárás fontos. A lépésenkénti modellezésnél különösen indokolt a modellbe bevont magyarázó változók közötti korreláció, a multikollinearitás mérése. Ehhez a szakirodalomban is ajánlott két mutatót határoztunk meg.

- Tolerancia: annak a determinációs együtthatónak a komplementere, amely azt méri, hogy az i -edik magyarázó

változót az összes többi milyen szorosan határozza meg.

- Variancia infláló faktor: [VIF] a tolerancia reciproka. Ha a magyarázó változók között szoros kapcsolat van, a VIF végtelen nagy lehet, ha ortogonálisak, akkor egységnyi. (Ha VIF értéke 1 és 2 között van, gyenge; 2 és 5 között erős, zavaró; 5 felett káros a multikollinearitás.)

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
kerfh_1000lakos	,193	5,190
egyebfh_1000lakos	,303	3,304
vendihely_1000lakos	,340	2,938

6. táblázat: A multikollinearitás vizsgálata a regressziós modellben

Forrás: Saját számítás

Összességében megállapítható, hogy a készített többváltozós lineáris regressziós modellben a t és F próbák szerint is megfelelőek a bevont paraméterek, ugyanakkor a tolerancia és VIF értékek azt mutatják, hogy összefüggés van a magyarázó változók között. Mivel a modellből kimaradtak olyan változók, amelyek feltételezésünk szerint hatnak a vendégéjszakák alakulására, esetleg nem egyenként, hanem csoportosan (pl. a település infrastruktúrája, városi-vidéki jellege) ezért többváltozós elemzést végeztünk.

A turizmusteljesítményt alakító tényezők meghatározása faktoranalízissel

Egy adott jelenség tanulmányozásához először össze kell állítani a figyelembe vehető változókat. Ezek közül is a mérhetőket. A 37 településre vonatkozóan a vizsgálatba 8 szignifikáns változó került, amelyek elég erősek

ahhoz, hogy jellemezzék a turizmus teljesítményt alakító vendégfogadó képességet, és a település jellemzőket. Mivel az abszolút adatok extrém értékeket is tartalmaznak, intenzitási viszonyszámokat képeztünk.

A többváltozós lineáris modellbe került változók egyértelműen a turisztikai kínálat elemei, de valószínű, hogy más háttérbeli változók is hatnak. Ennek meghatározása azért is fontos, mert az adott település teljesítményét a versenytárs desztinációk is befolyásolják, ugyanis helyettesítő „termékként” a turista választási és döntési lehetőségei között szerepelnek.

Jász-Nagykun-Szolnok megye érintett településeinek turisztikai teljesítményét maximum-likelihood módszerrel képzett faktorokkal elemeztük.

Változók	Faktor	
	1	2
1000 lakosra jutó férőhelyek száma egyéb (2009-ig magán) szálláshelyeken	,990	,006
1000 lakosra jutó férőhelyek száma kereskedelmi szálláshelyeken	,983	,079
1000 lakosra jutó szálláshely szolgáltató vállalkozások száma	,968	-,005
1000 lakosra jutó vendéglátóhelyek száma	,952	,039
1000 lakosra jutó személyi jövedelemadó	-,015	,887
népsűrűség	-,159	,836
1000 lakosra jutó kereskedelmi vállalkozások száma	,149	,804
1 km vízhálózatra jutó csatorna	,159	,730
1000 lakosra jutó mezőgazdasági vállalkozások száma	,014	-,638

Extraction Method: Maximum Likelihood

7. táblázat: Faktorsúlyok

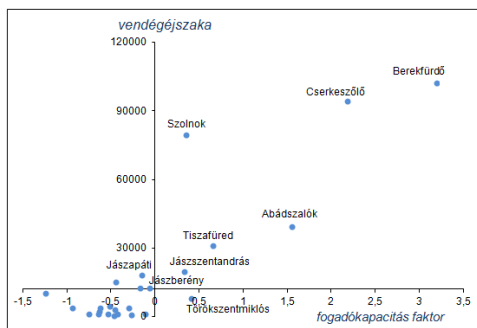
Forrás: Saját számítás

Az 1. faktorba azok a változók kerültek, amelyek közvetlenül a vendégfogadással kapcsolatosak → *fogadókapacitás faktor* (az összes variancia 43%-át magyarázza).

A 2. faktor alkotói a települések demográfiai, gazdasági, infrastrukturális jellemzőivel, illetve a turizmus hátterével vannak összefüggésben. Negatív előjel a vidékies, pozitív előjel a városi tulajdonságot erősíti → *vidéki-városi jelleg faktor* (az összes variancia 34%-át magyarázza).

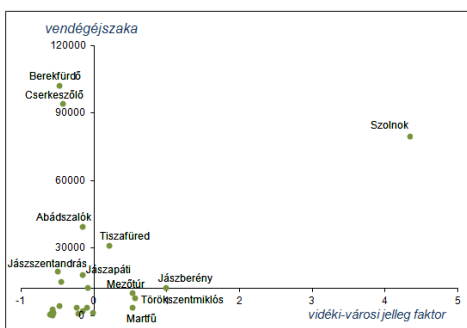
Tehát a vendégéjszakák alakulását 8 változóból képzett 2 faktorról határoztuk meg, amelyek az összes variancia 77%-át magyarázzák. Az 1. és 2. ábrán a vízszintes tengelyt az átlagos vendégéjszaka szintjéhez eltolva szemléletes az átlagot meghaladó, és az átlag alatt teljesítő

települések helyzete. Ebben az értelmezésben az 1. negyedbe kerültek azok a települések, amelyek átlag feletti fogadókapacitással rendelkeznek, és turisztikai teljesítményük is átlag feletti. Ez utóbbi szerint több csoportot alkotnak: 1. Berekfürdő, Cserkeszőlő (a megye jelentős üdülőhelyei), 2. Szolnok (a „nagyváros”), 3. Abádszalók, Tiszafüred (a Tisza tó városai). A vidéki-városi jelleg kevésbé elkülönítő erő, gyakorlatilag a megyeszékhelyen, illetve jóval kisebb mértékben az egyéb városokban mutatható ki. Megjegyzendő, hogy a vonzerő, melyet ebben a tanulmányban nem vettünk számításba, tovább differenciálja a településeket, hiszen más a funkciója a városi, a falusi, a vízhez kötődő (gyógyvíz, Tisza, Tisza-tó) turizmusnak. Ezek figyelembevételével tovább árnyalhatók a települési adatok.



1. ábra:

A vendégéjszaka és az 1. faktor kapcsolata



2. ábra:

A vendégéjszaka és a 2. faktor kapcsolata

Forrás: Saját számítás alapján szerkesztett

Másodlagos turisztikai motivációk rendszerbe rendezése

A vízi turizmus és a vízparti települések turizmusa általában jelentős vonzerőnek számít. Olyan Tisza parti települések kerültek be a vizsgálatba, amelyek turizmusát a vízhez való kötődés valószínűleg nagymértékben befolyásolhatja. A kutatás ebben az esetben „átlépte” a megyehatárt, ami azért nem zavaró, mert egyrészt a hat megfigyelési helyszín fele a megyében van, kettő szinte a megyehatáron; másrészt igazolódik a tájegységi fontosság, ami a turizmus elemzésénél lényeges.

Meg kell említeni, hogy a vízi turizmusban részt vevők egy része nem vesz igénybe sem kereskedelmi, sem magánszálláshelyet, tehát ebből a szempontból rejtve maradnak a hivatalos statisztika számára. A vízparti turisztikai motivációk a tiszai turizmusban résztvevők körében végzett primer kutatás eredményei alapján kerültek elemzésre.

A kérdések egy része megfelel az országos turisztikai adatgyűjtésnek, ami minden évben felmérésre kerül. 2012-ben a Magyar Turizmus ZRT Észak-Alföldi Regionális Marketing Igazgatóság kutatásába bekapcsolódva a

kutatás a turisták motivációi mellett hangsúlyt fektetett a turisták élményelvására.

A lekérdezés időszaka csaknem az egész tiszai turisztikai szezont lefedte, 2012. július 3-tól augusztus 30-ig tartott. A megkérdezettek a tiszai turizmusban résztvevők közül kerültek ki.

Az elvárt tényezők rendszerezése

A többváltozós adatelemzések közül a többdimenziós skálázást választottuk. A módszerrel értékelésre került, hogy a Tiszához érkezők elvárásai, milyen fontosabb dimenziókra szűkíthetők. Így kétdimenziós térben elhelyezve a változókat, feltárható a vendégek szubjektív értékelése.

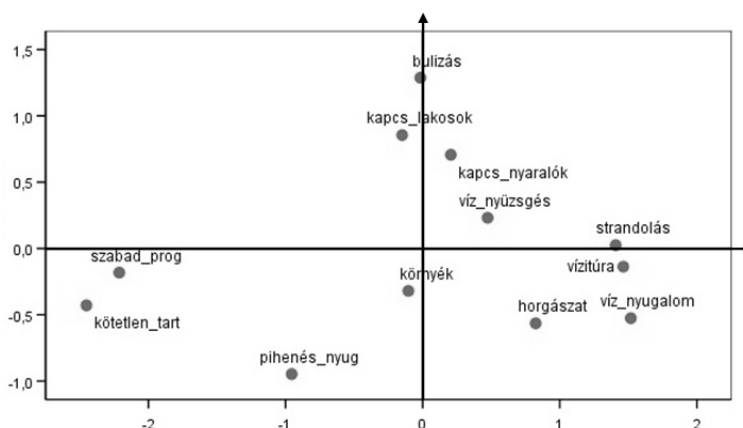
Iteration history for the 2 dimensional solution (in squared distances)	
Iteration	Improvement
1	
2	,01654
3	,00373
4	,00165
5	,00069
Iterations stopped because S-stress improvement is less than ,00100	
For matrix	
Stress = ,07747 RSQ = ,97326	

8. táblázat: A számítások eredménye

Forrás: Saját számítás

A Stress mérték az utolsó iteráció után 0,07747, tehát az elkészült modell jól illeszkedik az eredeti térben a véleményekre alapozott távolságokhoz, így nincs szükség a dimenziószám növelésére. (Amikor az egy lépéssel elérhető javulás 0,001 alá csökken, nem érdemes továbblépni.) Ezt megerősíti, hogy a távolságokra vonatkozó monotonitási követelményt mérő R^2 értéke 0,97326.

Az értelmezéshez a módszer megköveteli a tengelyek interpretálását. Úgy gondolom, hogy a tengelyek elforgatása nélkül is megállapítható, hogy az 1. dimenzió a vízhez kapcsolódó programok jelentőségére utal, (minél jobbra helyezkedik el a pont, annál fontosabb a víz szerepe) ami természetes, mivel ez az elsődleges motiváció, ezért van értelme ilyen desztinációba érkezni. A 2. dimenzió a háttérprogramok erőssége, intenzitása szerint szelektálja az elvárásokat, (minél fentebb helyezkedik el a pont, annál élménydúsabb, nyüzsgőbb program az elvárás) tehát megerősíti azt a hipotézist, hogy létezik a másodlagos motiváció, amelyet érdemes megismerni, értékelni.



4. ábra: A koordinátáknak megfelelő pontok elhelyezkedése a kétdimenziós térben

Forrás: Saját számítás alapján szerkesztett

Összegzés

Rényi Alfréd neves matematikus megállapításával egyetértve „*a matematika bizonyos tekintetben az összekötő kapocs a különböző tudományok között*”. Valóban, ha meg lehet mérni és számokban kifejezhető az, amiről beszélünk, akkor valamit tudunk róla.

A turizmussal összefüggő szekunder és primer adatok elemzése után a következők állapíthatók meg:

- A kutatás rámutat, hogy a matematikai-statisztikai módszerek alkalmasak arra, hogy az adatok struktúráját felderítsük.
- A regressziós paradoxon megfelelő óvatossággal alkalmas a turisztikai teljesítmény értékeléséhez, de a magyarázó tényezők nagy száma miatt gyakran előfordul kiugró érték, multikollinearitás, ami befolyásolja a regressziós együtthatók becslését.

- A maximum likelihood paradoxon turisztikai alkalmazása újszerű. A módszer az ismeretlen paraméterek becslésének egyik hatékony módszere. Segítségével megállapítást nyert, hogy a vendégéjszakák nagyságát alapvetően 2 fő tényezőcsoport alakítja: az adott település fogadókapacitása, ami önmagában is vonzerő, és a település típusa, ami szintén lehet vonzerő, attól függően, hogy a turistát mi motiválja.
- A többdimenziós skálázás, mint a faktoranalízis alternatívája, az adatok közötti különbségeket vizualizálja. Turisztikai alkalmazásával a módszerrel értékelésre került, hogy a Tiszához érkezők elvárásai, milyen fontosabb dimenziókra szűkíthetők. Így elkülöníthető az alapmotiváció, és a másodlagos motiváció, amelyet érdemes megismerni, értékelni.

IRODALOM

- [1] Backhaus, K. et.al. (2000): Multivariate Analysemethoden, Springer, Berlin, 253-298.p.
- [2] Bartholomew, D.J. (1987): Latent variable models and Factor Analysis. London: Oxford University Press, 39-65
- [3] Borgatta, E.F.–Bohrstedt, G.W. (1980): Level of measurement – Once over again. *Sociological Methods and Research*, 9 (2) 147-160.p.
- [4] Ezekiel, M.–Fox, K. (1970): Korreláció- és regresszió analízis. Budapest: KJK, 58-71.p.
- [5] Filep L. (2001): A tudományok királynője (A matematika fejlődése). Budapest: Typotex, 25-28; 157-165.p.
- [6] Füstös L. et.al. (2004): Alakfelismerés. Budapest: Új Mandátum Kiadó, 11-45.p.
- [7] Hajdu O. (2004): Rotáció az egyszerű faktorstruktúráért. *Statisztikai Szemle*, 82 (10-11) 978-990.p.
- [8] Hartung, J.–Elpelt, B. (1984) Multivariate Verfahren. Hagen, 124p.
- [9] Kóródi M. (2006): A vidéki turizmusfejlesztés összefüggései a magyarországi kistérségekben. Doktori értekezés SZIE, Gödöllő, 65-84.p.
- [10] Kovács Erzsébet (2003): Többváltozós adatelemzés. Aula, Budapest, 71-87.p.
- [11] Maddala, G.S. (2004): Bevezetés az ökonometriába. Budapest: Nemzeti Tankönyvkiadó, 33-51.p.
- [12] Sajtos L.–Mitev A. (2007): SPSS kutatási és adatelemzési kézikönyv. Alinea, Budapest, 245-281.p.
- [13] Simon J. (1993): Piacanalízis II. Többváltozós módszerek a piackutatásban. BKE, 77p.
- [14] Székely J.G. (2004): Paradoxonok a véletlen matematikájában. Budapest: Typotex Kiadó, 300-373.p.

Kóródi Márta

Az ifjúsági turizmus motivációi francia és angol egyetemisták megkérdezése alapján

Márta Kóródi: The Youth Tourism Motivations Based on Interviews French and English Students

Abstract

The study summarizes the results of two short term research study visits, and the outline of the situation of the Hungarian topic. The results of surveys conducted among students of higher educational institutes of the three cities in the three countries (Bordeaux – France, Durham – United Kingdom, Szolnok – Hungary) are presented in comparison with highlighted of similarities and differences. The identified variations of costumer's habits are useful for development of supply.

Key words: youth tourism, motivation, travel decision

ÖSSZEFOGLALÓ

Két külföldi kutatói rövid tanulmányút eredményeit foglalja össze a tanulmány a téma magyarországi helyzetképének felvázolásával. A három ország három városának (Bordeaux – Franciaország, Durham – Egyesült Királyság, Szolnok – Magyarország) felsőoktatásban tanuló diákjai körében végzett felmérés elemzésének eredményei összehasonlítva kerülnek bemutatásra az azonosságokat és különbségeket kiemelve. A feltárt fogyasztó szokások eltérése a kínálat kialakításának gyakorlatában a továbbiakban hasznosítható. Kulcsszavak: ifjúsági turizmus, motiváció, utazási döntés

BEVEZETÉS

A kereslet vizsgálható egyrészt a turistatipológiák alapján, az attitűdök, elsődleges és másodlagos motivációk utazási döntésre való hatása alapján, szekunder információk és primer adatok feldolgozásával. Másrészt a turisták élményképzete, élményelvárásai és beválásuk, vagyis az elégedettségi vizsgálatok alkothatják a kutatás tárgyát. Mindezek folytathatók külföldi-belföldi desztináció felosztásban, turisztikai termékfajtánkénti felosztásban, illetve

összehasonlító kutatásként benchmark vizsgálatokkal. A kutatás minőségi ismérvekre épül, több, de korlátozott, célzottan szűrt, néhány száz elemes mintán keresztül jut az összefüggésekhez, eredmények megállapításához. A kutatás első utazása és a felmérések megtörténtek Bordeaux-ban, a kutatási tanulmány a helyi élmény tekintetében elektronikusan és nyomtatva is megjelent, tartalmazza a magyar desztinációkkal történt összehasonlítást. A kutatás további adatgyűjtést célzott Durhamben (UK), amely megvalósulása után a két desztináció egyetemista fiataljainak turisztikai motivációkra vonatkozó motivációinak összehasonlító elemzésére nyílt lehetőség. A kutatás célja az utazási döntések élményelvárásainak, mint a turisztikai piacon a fogyasztói elégedettség meghatározó tényezőjének feltárása, összefüggések keresése a motivációt adó élményképzet és a beválás között. A következtetések a magyar fiatalok hasonló megkérdezésének eredményeivel összehasonlítva nemcsak fogadó, hanem küldőterületi szempontok is figyelembe vételre kerülhettek.

A KUTATÁS ELMÉLETI HÁTTERE

Az ifjúsági turizmusról készített legszélesebb körű összeállítás a Magyar Turizmus Zrt. által a

Turizmus Bulletin XII. évfolyamában közzétett cikksorozat, amely egyrészt a hazai és nemzetközi keresletet, másrészt a hazai kínálatot elemzte. A téma szempontjából az első rész adekvát. Feldolgozásra és felhasználásra került a 2010. évi hazai Ifjúsági stratégia, amely megfelelő támpontot nyújtott az összehasonlításhoz és a következtetések levonásához. A szekunder információk összegyűjtése a külföldi turisztikai desztináció keresleti oldaláról, fogyasztói szokásokról, fogyasztói magatartásról a kérdőív összeállításánál került hasznosításra. A kutatás elméleti háttérének gerincét a fent jelzett 2006-2007. évi kutatások adják, melyekben komplexen szekunder adatokból levont következtetések is találhatók. A dilemma a vizsgált korcsoportról azóta is fennáll, egyes országok ifjúsági turizmuson a 15-24, míg mások a 19-29. éves korosztályt értik. Különbség a diszkrecionális jövedelemben, az utazási döntés önállóságában alapvetően beazonosítható.

A World Youth Student & Educational Travel Confederation (WYSE) az ifjúsági turizmusnak a következő definícióját adja meg: „Az ifjúsági turizmus magában foglalja a 16–29 éves korosztály egy évnél rövidebb ideig tartó, önálló utazásait, amit részben vagy teljes egészben más kultúrák megismerésének vágya, élettapasztalat szerzése, és/vagy az utazó szokásos környezetén kívül elérhető formális vagy informális tanulási lehetőségekből származó haszonszerzés motivál.”

A hivatkozott kutatás igen kiterjedt volt mind a szekunder források, mind a primer kvantitatív és kvalitatív felmérések tekintetében. Az ifjúsági turizmus jelenlegi helyzetéről az elismertsége tekintetében alacsony szintet határoz meg, a globális turizmus 20%-át tartja köthetőnek az ifjúsági turizmushoz. Az egyik speciális jellemzője az ifjúsági turizmusban résztvevőknek, hogy a jövedelmükhöz viszonyítva a legtöbbet költő turistacsoport, s ez a költés évről-évre növekszik. Jelen vizsgálatban elemzésre kerülő Nagy-Britannia és Franciaország is küldő- és fogadóországnak is

számít az ifjúsági turizmus szempontjából. Nagy-Britannia küldő-fogadó részesedése 14%, illetve 8%, Franciaországé 10%, illetve 11%. Érdekes az európai kiutazó forgalmat önállóan is megvizsgálni, ennek 12,2%-a ifjúsági turizmus, míg a világturizmusnak csak 6%-át teszi ki mindösszesen.

A kutatás kitért az utazási célokra és jellemzőkre is. Az európai fiatalok főként (93%) szabadidős céllal utaznak ki, az össze utazás 13%-át az 1-3 éjszakás üdülesek teszik ki, a 4-5 éjszakások aránya 58%. A szabadidős célban szerepel a klasszikus vakációzás 54%-ban, a rokonok, barátok látogatása 17%. Magas volt még a nyelvtanulási célból kiutazás, 8%. A motivációk alapján képzett rangsorban a tengerparti üdülés foglal el vezető helyet, majd a városlátogatások, a körutazások, a sielés, a vidéki és helyvidéki üdülesek következnek. Az idősebb korosztály motivációi között megjelent a munkakeresési célú utazás, illetve a már dolgozók incentiv utazásokon, vásár és kiállítás-látogatáson, konferenciákon, kongresszusokon vehetnek részt. Ez több, mint 10%-ot tesz ki, míg a hagyományos üzleti utak, ügyféllátogatások, üzleti találkozók 3,6%-nyi részarányt képviselnek.

A szálláshely igénybevétel szintén sajátosan alakul, 71% szállt meg kereskedelmi szálláshelyen, gyakori a szíveségi szállásadás, a vadkempingezés, autóban alvás is. A kimondottan erre a szegmensre létrehívott Youth Hosteleekben csupán az éjszakázók 6%-a aludt.

A leggyakoribb a négy-hét napos tartózkodás volt (38%). Az egy kiutazásra jutó átlagos tartózkodási idő 10,2 nap volt, egy éjszakára számítva 71 eurót költöttek. Az ifjúsági turizmus ezek alapján nem a rövid városlátogatási motivációkkal bír többségében, hanem a hosszabb, üdülési célú utazások fordulnak elő jellemzőbben.

Az UNWTO Európára vonatkozóan az ifjúsági turizmus jelentőségét a teljes európai kiutazó piac 14%-ában határozta meg.

MAGYARORSZÁGI HELYZETKÉP – A FIATALOK BELFÖLDI UTAZÁSAI ÉS A FIATALOKNAK KÍNÁLT ATTRAKCIÓK

A Magyar Turizmus Zrt. kutatási tanulmánya alapján a hazai ifjúsági turizmusban résztvevők legfőbb motivációja a rokonok, barátok, ismerősök meglátogatása, ennek harmada a szórakozás, sportolás, pihenés. A városnézési motiváció minimális és a kulturális rendezvények, konferenciák sem vonzóak a korosztály számára. Legkevesebbet a 15-18 évesek utaznak, az ennél fiatalabb gyerekeket a szülők jobban bekapcsolják a turizmusba. A hazai régiópreferenciák kissé eltérnek az általános turistapreferenciáktól, az észak-magyarországi és észak-alföldi régiót szívesebben látogatják a központi és a balatoni régióknál. A választott közlekedési eszközök között hangsúlyosan jelenik meg a motor a személygépkocsi és a vasút mellett. A buszos közlekedés minimális. Közel azonos arányban választják a szálláshelyi étkezést, az éttermi fogyasztást és az élelmiszerüzletekben történő élelmiszer-vásárlást.

A családi utazások önmagukban is bírnak eltérő jellemzővel, megjelennek a vízparti üdülési motivációk. Az ifjúsági turizmushoz kapcsolódó sajátosság, hogy a gyermekkori utazási élmények a későbbi önálló utazásokat is meghatározzák. Az önálló utazásoknak az iskolai végzettségnek jelentős szerepe van, a végzettség emelkedésével mind a kirándulók, mind az utazók aránya nő.

Az ifjúsági turizmus jellemző vonzerői a rendezvények, fesztiválok, találkozók, erdei iskolák és nyári táborok, azonban az utazási motivációkban mégsem jelentek meg a rangsor elején. Az ökoturisztikai vonzerőket is az ifjúsági turizmusban résztvevőknek kínálják, a nemzeti parkokat az ifjúsági turizmus kiemelt célterületének tekintik, mégsem jelenik meg ez sem a rangsor elején. A szórakozás fogalom keresleti és kínálati oldali különböző értelmezése okozza a problémát, amely tisztázásával az ifjúsági turisták is elégedettebbé tehetők.

A MAGYARORSZÁGRA BEUTAZÓ FIATAL TURISTÁK MOTIVÁCIÓI

A Magyar Turizmus Zrt. 2007. évi primer kutatása alapján a belföldi szokásokkal ellentétben a motivációk között a városlátogatás a leggyakrabban említett, majd a vásárlás és a kulturális látnivalók megtekintése következik. Érdekes, hogy ezek a motivációk belföldön nem sarkallják utazásra a fiatalokat. Külföldről ugyanazokat a városokat eljönnek megnézni a fiatalok, amelyek a belföldi fiatal turistákat nem érdeklik. A szórakozás, bulizás, majd a kikapcsolódás, passzív pihenés következik. Átlag alatti az említésszáma a helyi gasztronómia vonzerejének, a rokonok, ismerősök felkeresésének, a kulturális rendezvényeken való részvételnek (ide tartoztak a könnyűzenei koncertek, a fesztiválok, komolyzenei hangversenyek), valamint a gyógyfürdőzésnek.

ANYAG ÉS MÓDSZER

A kutatási cél megvalósítása érdekében egy hipotézis vizsgálata került kitűzésre. Azt feltételeztem, hogy jelentősen különböznek a belföldi ifjúsági turizmusban résztvevő külföldi és a magyar hallgatók utazási motivációi. Három megkérdezetti csoporttal (magyar, francia, angol felsőoktatási hallgatók) töltöttem ki a sztetenderdizált kérdőívet, a külföldi fiatalok a Campus Hungary által támogatott kutatóút keretében végzett megkérdezés során választották meg a kérdéseket. A három ország három városának (Bordeaux – Franciaország, Durham – Nagy-Britannia, Szolnok – Magyarország) felsőoktatásban tanuló diákjai körében végzett felmérés elemzésének eredményei kerültek vizsgálatra. A városok tekintetében érdemes megemlíteni, mert az utazási motivációkat is befolyásolhatja, hogy Durham egy középkori kisváros, az egyetemisták a történelmi környezettel együtt élnek. Bordeaux egyetemistái egy mozgalmas nagyvárosban tanulnak, míg Szolnok egyetlen felsőoktatási intézménnyel nem tartozik az egyetemvárosok közé. A megkérdezések 2013.

októberében és 2014. októberében zajlottak. 52 francia, 58 magyar és 47 angol értékelhető kérdőív került feldolgozásra. Az összehasonlító elemzésekkel alkalom nyílt az azonosságok és különbségek feltárására.

A KUTATÁS EREDMÉNYEI

A megkérdezettek a felsőoktatási merítés miatt közel azonos átlagéletkorúak, a nemek szerinti arány a megkérdezés módszertanának eltérősege miatt, a nők nagyobb válaszadási hajlandósága okán eltér, a női nem az

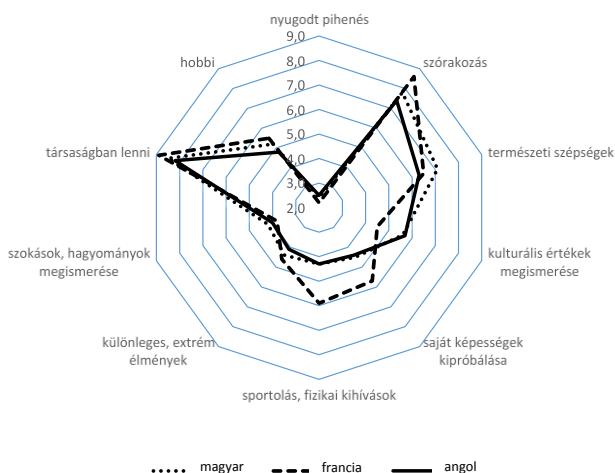
összehasonlíthatóság szempontjából túlréprezentált az angol válaszadók körében.

A motivációk rangsorolása tíz motiváció sorba rendezését jelentette aszerint, hogy melyiket tartotta a megkérdezett leginkább utazásra ösztönzőnek. A helyezések átlaga került összehasonlításra a három nemzet között. A szekunder információk alapján az aktivitással kapcsolatos motivációk prioritása és a társas motivációk kiemelt szerepe volt valószínűsíthető. A képzett rangsorok mutatják az azonosságokat a rangsorolás, a helyezések tekintetében (1. táblázat), az eltérések pedig a csillagdiagramon követhetőek. (1. ábra)

motivációk	magyar	francia	angol
társaságban lenni	8,5 (1)	8,9 (1)	8,2 (1)
szórakozás	7,8 (2)	8,6 (2)	7,4 (2)
természeti szépségek	7,1 (3)	6,5 (3)	6,3 (3)
kulturális értékek megismerése	5,6 (4)	4,5 (8)	5,7 (4)
hobbi	5,2 (5)	5,5 (6)	4,8 (5)
saját képességek kipróbálása	4,5 (6)	5,7 (5)	4,4 (6)
különleges, extrém élmények	4,4 (7)	4,6 (7)	4,1 (8)
sportolás, fizikai kihívások	4,3 (8)	5,9 (4)	4,3 (7)
szokások, hagyományok megismerése	4,2 (9)	3,8 (9)	4,0 (9)
nyugodt pihenés	2,4 (10)	2,2 (10)	2,5 (10)

1. táblázat A három nemzet ifjúsági turizmusában résztvevők motivációs rangsora

Forrás: saját felmérés 2013-14.



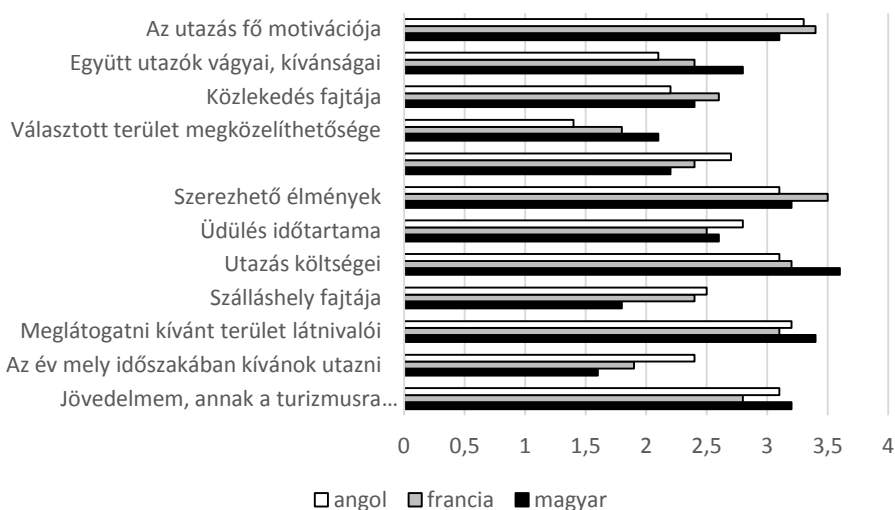
1. ábra Az ifjúsági turizmus motivációinak eltérései

Forrás: saját felmérés

A rangsorok tipikus, fiatalos motivációkat mutatnak, a sorrend a három nemzet közül a magyar és angol válaszadók szerint csak két esetben tér el, a sport aktivitás és kihívás jelleg cserélődött fel, míg a francia fiatalok az aktivitást jobban szeretik és a kultúrát kevésbé motiválónak tekintik.

A legjelentősebb eltérések a sportolás, a szórakozás és a természeti és a kulturális értékek motiváló hatása között volt. A magyarok ez utóbbiak iránt vonzódnak jobban, míg az angolok kulturális érdeklődése kiemelkedő. Közös a szórakozási célú utazás és még nem nyitott egyik fiatal csoport sem a hagyományok, szokások megismerésére.

A másik fő kérdéscsoport arra vonatkozott, hogy mely tényezők játszanak szerepet az utazási döntés során. A négyfokozatú skálán adott válaszokat rendre 1-4 pontszámokkal értékelve 12 tényező rangsorát lehetett kialakítani. A három nemzet válaszait a 2. ábra szemlélteti. A jövedelem-költség viszonylatban a magyarok a legérzékenyebbek, ugyanakkor a lehető legtöbb látnivalót szeretnék megismerni. A francia fiatalok kényelemszerető, ugyanakkor dinamikusak mind a programok, mind a közlekedés tekintetében. Az angolok hagyománytisztelő, adnak a korábbi tapasztalatokra és kevésbé vállalkozók, kalandkeresők. nem tartják meghatározónak az évszakot és a megközelíthetőséget, ezek leküzdhető problémát jelentenek számukra.



2. ábra Az ifjúsági turizmus motivációi az utazási döntésekben

Forrás: saját felmérés

Fontos tényezőként emelhető ki a kutatások alapján a megszerezhető élmény. Ez felveti az ifjúsági turizmusban is az élménymenedzsment jelentőségét, az élményigéret és a megvalósulás összhangjának megteremtését.

Összegzés

Az ifjúsági turizmus jellemzőinek változása párhuzamba vonható a turizmus tendenciáinak

megfelelő UNWTO előrejelzéssel, valamint a WYSE ifjúsági turizmusra vonatkozó becslésével. A várható növekedés egyértelmű, a kontinensek közötti utazások aránya nőni fog. A demográfiai folyamatok, a korosztály létszámának csökkenése az abszolút adatok becslését jelentősen befolyásolhatja. Ugyanakkor az életszínvonal növekedése pozitív tényező, valószínűsíthetően kompenzálja az

előző tényező negatív hatását. A primer kutatások alapján igazolódott, hogy a fiatalok az átlagos turistákhoz képest eltérő utazási szokásokkal rendelkeznek, amelyek eltérő motivációkon alapulnak, érdemes a turisztikai

vállalkozások számára a célcsoportjukat kor szerint szegmentálni. Az értékesítési és kommunikációs csatornák megválasztásában is figyelembe kell venni a fiatalok elérésének sajátosságait.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- [1] Mester Tünde (2008) Ifjúsági turizmus Magyarországon – I. rész. Turizmus Bulletin XII. évfolyam 2. szám pp.2-13.
- [2] Mester Tünde (2009) Ifjúsági turizmus Magyarországon – II. rész. Turizmus Bulletin XIII. évfolyam 1. szám pp.3-13
- [3] Kóródi M. (2012). A másodlagos utazási motivációk megjelenése a vízparti turizmusban In: Economica V. új évfolyam. II. különszám pp.94-103.

Bakos Róbertné – Rimóczi László

Halfogyasztás és a vendéglátás kapcsolata

Mrs. Róbert Bakos –László Rimóczi: The relation between fish consumption and catering

Abstract

Fish consumption is a highly important area in the field of healthy nutrition. It is well known that besides the culinary delights, fish has a very significant physiological effect, which could increase the average lifetime and could help to improve the life quality during a longer life. Therefore it would be essential for the catering industry to improve their role within this field. They should reshape the eating habits of the ones, who are usually dining outside their homes unperceived, by using fish specialties, combining different cooking and preparation methods and possibilities. However, the observation illustrates that guests are only aware of a limited utilization of this ingredient and unfortunately in catering businesses there are only a few experimenting chefs, who replace traditional flavors with fish specialties.

Key words: fish consumption, healthy nutrition, degree of fish knowledge, possibilities of catering in encouraging fish consumption

ÖSSZEFOGLALÓ

A halfogyasztás kiemelten fontos terület az egészséges táplálkozás területén. Ismert, hogy a gasztronómiai élményen túl olyan élettani hatása van a halnak, mely többek között növelheti az átlagéletkört illetve a hosszabb élet alatt az életminőség javulását is segíti.

Fontos lenne, hogy a vendéglátás szerepet vállaljon ebben. A házon kívül étkezők táplálkozási szokásait észrevétlenül alakítsa át, felhasználva a halkülönlegességeket, kombinálva a különféle elkészítési módokat, lehetőségeket. A tapasztalat azonban azt mutatja, hogy jelenleg szűkös felhasználási területét ismerik a vendégek ezen alapanyagok és sajnos az átlag vendéglátó üzletekben is kevés a kísérletező szakács, aki a hagyományos ízeket felcseréli a halkülönlegességekre.

Kulcsszavak: halfogyasztás, egészséges táplálkozás, halak ismertsége, vendéglátás lehetőségei a halfogyasztás ösztönzésben

BEVEZETÉS

A hal, mint alapanyag kiemelkedő szerepet játszik a magas gasztronómiai kultúrával rendelkező társadalmakban. A távol keleti konyhák el sem tudják képzelni napi menü készítésüket a hal nélkül. Bepillantva a japán, thai, kínai konyhába rendkívül változatos elkészítési módokkal találkozunk. Az európai konyháknál a francia, olasz, spanyol valamint az északi országok konyhái is sok halat használnak fel. Gasztrokritikusok szerint a halételek elkészítési módjai meghatározzák egy étterem gasztronómiai színvonalát.

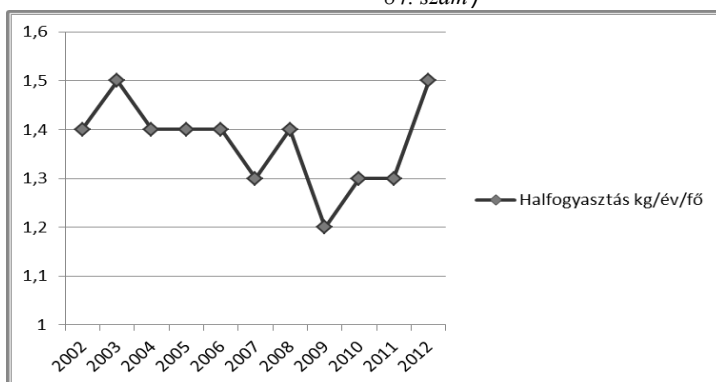
Magyarország esetében, ha megvizsgáljuk a régi korok kínálatát megállapíthatjuk, hogy rendkívül sokféle recepttel és 30-35 féle halfajjal találkozunk e receptekben. Napjainkra az átlag vendéglátóhelyek által felhasznált hal sajnos elég szegényessé vált. Hazánk folyó- és állóvízeiben hozzávetőleg 76 halfajtaival él, ehhez társulnak még az importált tengeri halfélék. Alapanyag tehát bőségesen áll a fogyasztók rendelkezésére. Legjellemzőbb halfajtáink pl. a balatoni fogassüllő, angolna, tükörponty, csuka, keszeg, harcsa, kecsege...

(Cey-Bert Róbert (2002) Magyar Halgasztronómia Paginárum kiadó, Budapest)

A halfogyasztás élettani jelentőségét a halhús értékes alapanyag összetétele adja. A hal fehérjékben és vitaminokban (D, B2, B12) gazdag, jelentős ásványianyag- és nyomelemforrás (jó, szelén, cink, fluor) is egyben. A benne rejlő omega-3 zsírsavnak köszönhetően a gyakori halfogyasztás jótékony hatással van az egész testre. Csökkenti az időskori szem-megbetegedéseket, a mellrák-, az infarktus-, az érelmeszesedés- és az agyvérzés kockázatát és hatékony segítséget nyújt a depresszió ellen is.

Hetente legalább egy alkalommal, 15 dkg mennyiségben ajánlott halat fogyasztani.

Elemzés



1. ábra A magyar háztartások halfogyasztása kg/fő/év

Forrás: KSH

Marketing kutatás eredményei rámutattak arra, hogy a fő okai a kevés halfogyasztásnak a következők: a halak szálkássága, szaga, ára valamint az kevés ismerettel rendelkeznek a halak elkészítésének módozatairól, eljárásairól. (Dr. Törőcsik Marketing Inspiráció | Fogyasztói Magatartás Kutató Intézet Trendinspiráció Műhely (2014): A magyar lakosság halfogyasztási in halfogyasztási szokások_kutatas_prezi pdf)

A hazai lakosság halfogyasztása korosztályonként eltérő, kezdve a karácsonyi pontytól, a balatoni hekken, és a gyorséttermekben kapható halas hamburger át,

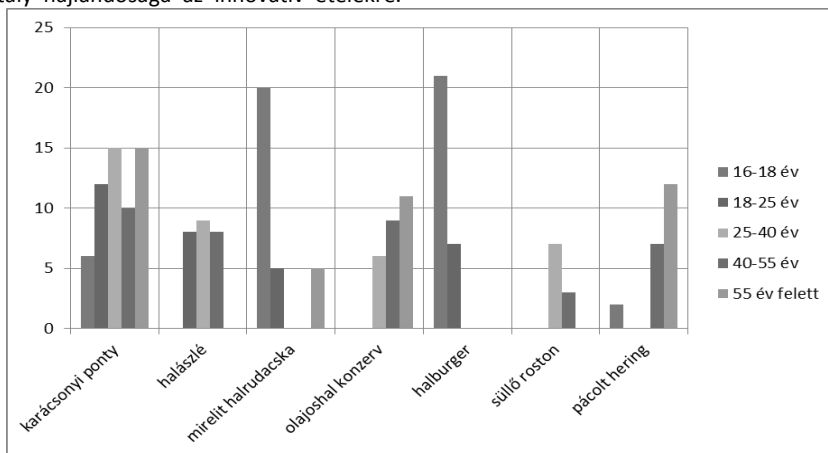
A téma feldolgozásánál több korábbi kutatás adatai is megerősítették, hogy akad még tennivalónk a halak széleskörű újra-felfedezése terén.

Statisztikai adatok alapján Finnországban és Svédországban közel nyolcszor annyi hal fogy évente, mint hazánkban. Az európai átlagtól nem maradunk el az édesvízi halfogyasztás tekintetében, a statisztikák szerint összességében azonban még mindig a világ egyik legkevesebb halat fogyasztó nemzete vagyunk. Az osztrákok vagy a lengyelek több, mint háromszor annyi halat fogyasztanak, mint mi. Hazánkban az egy főre eső halfogyasztás háztartásokban 1,4 -1,5 kg és ez is nagyrészt a karácsonyi időszakra koncentrálódik. (A haltermelés és -fogyasztás alakulása a világon és Magyarországon (2013) in Statisztikai tükör 84. szám)

az étteremben elfogyasztott halvacsoráig. Népszerű továbbá a kereskedelmi egységekben kapható olajos hal és halrudacska. Saját feldolgozott mintavételből (n=90 fő) kaptam ezeket az eredményeket. Sikerült 18 és 55 éves kor közötti válaszadókkal kitölteni a kérdőívet. Szinte valamennyi válaszadó tisztában volt a hal pozitív élettani hatásaival, mégis a fogyasztásban inkább a feldolgozott halkészítmények domináltak. Ez magyarázható a felgyorsult életritmussal illetve a családi hagyományok követésével. A 16-18 éves korosztálynál a gyorséttermekben is megjelenő ételek kiemelkedőek fogyasztási szempontból.

Az idősebb korosztály az, aki a konzervipari termékeket preferálja, talán a tárolhatóság és a hagyományok miatt. Szembetűnő a 25-40éves korosztály hajlandósága az innovatív ételekre.

Itt jelent meg a gourmet szellem még ha csak egy rostos sütés erejéig.

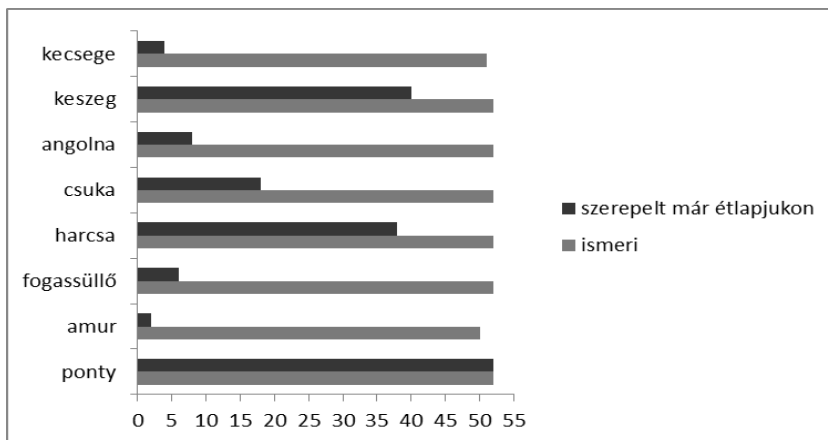


2. ábra Korosztályonként fogyasztott halételek (n=90fő)

Forrás: saját feldolgozás

A vendéglátás választékában sajnos elég szűkös a választék. A kutatásom másik oldala így a kínálat, a vendéglátó piac. Melegkonyhás vendéglátó szakemberektől szerettem volna információt kapni arra a kérdésre miből áll a halkínálat üzletükben. Jellemzően magyaros ételeket tartanak étlapjukon pl. halászlé, harcsapaprikás, sült hekk, rántotthal.

Érdekelt még az is, hogy valójában ismerik-e a magyar halakat? A megkérdezett 52 vendéglátóból a megkérdezett szakemberek ismerik a jellemző magyar halakat mégsem kerülnek étlapra csak a legelterjedtebb fajták. Sok helyen ennek oka a magasabb beszerzési ár, valamint a termelés személyi feltételei.



3. ábra Magyar halfajták ismertsége a vendéglátósok körében (n=52)

Forrás: saját feldolgozás

KÖVETKEZTETÉS

A vendéglátás kereslet-kínálati oldalát elemezve megállapítható, hogy jelenleg a leegyszerűsített változatban van jelen a hal.

A halfogyasztás ösztönzésére, a hal kiemelt értékeire kívántak rávilágítani a turisztikai tematikus évek, így a 2002-es Hal éve és a 2008-as Vizek éve. Figyelemfelkeltésnek elegendő volt, bár látványos, mérhető változást nem hozott halfogyasztásunkban. A vendéglátás innovatív gasztrotechnikai megoldásokkal felvállalhatná a minőségi halfogyasztásra átszoktatás feladatát. A hal kiválóan alkalmas alapanyag arra, hogy a vendég előtt készítve lépésről lépésre

megismertessük azokat a fogásokat, módszereket mellyel élvezetessé és sokszínűvé tehető ez az egészséges fogás elem. Ehhez a rendelkezésre álló munkaerő kapacitásunkat kellene mozgósítani a látványkonyhai ételkészítésre.

Fontos cél a magyar emberek halakról, halételekről, azok elkészítési módzatairól való ismeretének gyarapítása. Tudni kell, ismerni kell a különböző generációkat, kihez hogyan szóljunk, kinek miért fontos a halhús fogyasztása. Így apró lépetekkel ugyan, de megkedveltethető lenne a hal minden formája, valamennyi korosztály számára.

FELHASZNÁLT IRODALOM:

- [1] Cey-Bert Róbert (2002) Magyar Halgasztronómia Paginárum, Budapest
- [2] Boros Attila (2010) Kopolyúskörkép in.: Vendég & Hotel 10. 14-15.p.
- [3] Dr. Törőcsik Marketing Inspiráció | Fogyasztói Magatartás Kutató Intézet Trendinspiráció Műhely (2014): A magyar lakosság halfogyasztási in halfogyasztási szokások_kutatas_prezi pdf.
- [4] A haltermelés és -fogyasztás alakulása a világon és Magyarországon(2013) in Statisztikai tükör 84. szám
- [5] http://www.hazipatika.com/taplalkozas/egeszseg_es_gasztronomia/cikkek/capali_es_capeti_avagy_miert_egeszseges_a_halfogyasztas/20090910105225 (letöltve:2014.11.10.)
- [6] Eurostat adatai

Barczy Attila – Harrach Tamás – Nagy Valéria

„A gazdálkodó legjobb munkatársa a földigiliszta” – avagy a minimális talajbolygatás jótékony hatása a talajszerkezetre

Attila Barczy – Tamás Harrach – Valéria Nagy: “The earthworm is the best workmate of the farmer” – or beneficial effect of minimal soil disturbance on soil structure

Abstract

In recent decades in Germany the soil structure is greatly improved on a substantial part of the arable land. Soil erosion can be observed less commonly. Since the 1970s in Germany the intensity of soil disturbance is significantly reduced. The less disturbed soil has more mechanical load, namely the stability. The perforated structure with stable biopores ensures ecological functions, such as infiltration, aeration, root permeability, fertility. For this reason, soil compaction and soil erosion occur less frequently, they can be detected only in exceptional cases. But in Hungary, the same can not be said therefore it is a desirable objective to explore the cause of differences. Usually the best soil structure can be found on the arable lands without rotation cultivated. In Germany we could study the condition of soils in farms which using no-till system. We have analyzed the effect of soil cultivation methods on the soil structure.

Keywords: soil structure, tillage methods, compaction, earthworm

ÖSSZEFOGLALÓ

Németországban az utóbbi évtizedekben a szántóföldek nagy részén jelentősen javult a talajszerkezet. Ritkábban figyelhető meg talajerózió. Az 1970-es évek óta Németországban szignifikánsan csökkent a talajok bolygatása a szántóföldi művelés során. A kevésbé bolygatott talajnak nagyobb a mechanikai terhelhetősége, azaz a stabilitása. A mélybenyúló stabil biopórusokkal perforált szerkezet pedig biztosítja az ökológiai funkciókat, úgymint a megfelelő infiltrációt, a levegőztetést, a gyökérjárhatóságot és a termőképességet. Ennek okán a talajtömörödés ritkábban fordul elő és talajerózió is csak rendkívüli esetekben észlelhető. Ugyanez Magyarországon nem mondható el, ezért a különbségek okának felderítése kíváncsú célkitűzésnek bizonyult. Legjobb talajszerkezet általában konzekvensen forgatás nélkül művelt szántóterületeken található. Németországi tanulmányutunkon tanulmányozhattuk a

talajok állapotát a forgatás nélküli talajművelési módot alkalmazó gazdaságokban. Vizsgáltuk a talajművelő eszközök talajszerkezetre gyakorolt hatását is.

Kulcsszavak: Talajszerkezet, művelési módok, tömörödés, földigiliszta

BEVEZETÉS

Az 1970-es évek óta Németországban – részben racionalizációs céllal – jelentősen csökkent a talajbolygatás intenzitása, többnyire a forgatást is mellőzik.

A minimált talajművelésnek többféle változata is elterjedt, de alapvetően a vegyes talajművelési rendszerek dominálnak, ugyanis a termesztett növényekre kidolgozandó növényvédelmi stratégia jelentős befolyással bír a talajművelési rendszerre. A gazdaságok nagy része ugyan használ még ekét, de nem rendszeresen, és sekélyebb forgatást végeznek, mint korábban. Csak bizonyos növények előtt szántanak növényvédelmi célból, a vetésforgó

többi tagja előtt pedig kultivátoroznak. Egyre inkább növekszik azoknak a gazdaságoknak a száma, amelyek alapozó művelést kultivátorral végeznek és ekét egyáltalán nem használnak.

A talajbolygatás csökkentésével lényegesen javult a talajszerkezet, a tapasztalatok kielégítőek, a talajok állapotának javulása talajfizikai és terepi vizsgálati módszerekkel is igazolható. A talajszerkezet javulása összefüggést mutat a talajok biológiai aktivitásának fokozódásával. A forgatás nélküli talajművelés ugyanis kedvező életfeltételeket biztosít a földigilisztáknak (*Lumbricus terrestris*), hiszen szerves maradvány (mulcs) formájában elegendő táplálékhoz jutnak a felszínen. Ennek eredményeként tevékenységük javítja a talajszerkezetet. A fenntartható talajhasználat elősegítése/megteremtése érdekében feltétlenül indokolt a német talajművelési eljárásoknak és a talajok állapotának összefüggés-vizsgálata, majd a tapasztalatok megosztásával hozzá lehet járulni a minimális talajbolygatás hazai adaptálásához. Mi sem igazolja ezt jobban, mint Heisenberg szavai, miszerint „A tudomány két mozzanatból tevődik össze: a jelenségek megfigyeléséből és az eredmények másokkal való közléséből...” [Heisenberg 1978]. E célkitűzés megvalósítását vállaltuk fel egy németországi tanulmányút tervezésénél.

1. A TALAJTÖMÖRÖDÉS KIALAKULÁSA ÉS MEGHATÁROZÁSA

A termőföld védelméről szóló 2007. évi CXXIX. törvény értelmében a mezőgazdasági célú földterületek termőképességének fenntartása közös feladatunk, amelynek érdekében a földhasználónak a talaj tömörödésének megelőzésével vagy megszüntetésével meg kell akadályozni a káros vízbőség vagy belvíz kialakulását. A talaj ugyanis feltételeken megújuló természeti erőforrás, amely egyben a mezőgazdasági termelés és erdőgazdálkodás alapvető termelőeszköze. Ilyen módon a talajvédelem elsősorban minőségi védelmet jelent: a minőség megóvása, javítása, de mindenekelőtt a fizikai, kémiai és biológiai romlás megelőzése.

A német eredetű Packungsdichte fogalom azt a komplex, de egyszerű terepi módszert takarja, amely elsősorban a talajszerkezet állapotának értékelésére irányul. A terepi módszer elsődlegesen a talaj lazaságát/tömődöttségét vizsgálja, amely alapvetően befolyásolja a talaj legfontosabb tulajdonságait, mint a póruseloszlás, vízáteresztő képesség, levegőgazdálkodás, gyökerezhetőség és termékenység [DIN 19682-10].

A talaj tömődöttsége tulajdonképpen a talajrészecskék közötti adhéziós és kohéziós erők viszonyait tükrözi, ami a talaj megmunkálással szemben tanúsított ellenállásában jut kifejezésre. A tömődöttség igen sok tényezőtől függ: befolyásolja a talaj morfológiai, fizikai és kémiai tulajdonságai, de a talajt borító növényzet, a talajhasználat módja és az alkalmazott talajművelés is. A talajtömörödés meghatározásánál kiemelt szerepe van a talajnedvességnek.

A talaj tömődöttségét tekintve terepi viszonyok között az alábbi kategóriák különíthetők el: omlós talaj, laza talaj, enyhén tömődött talaj, tömődött talaj, erősen tömődött talaj, igen erősen tömődött talaj, tömör talaj.

A talajszerkezet helyszíni vizuális megítélésében az egyszerű és mindenkor alkalmazható „Spatendiagnose” („ásópróba”) módszer segíthet, valamint a folyamatos talajmintavételezés, növényvizsgálat és nem utolsósorban a terméshozam együttes összefüggés vizsgálata szolgálat megbízható és a gyakorlatban hasznosítható eredményeket [Tebrügge et al. 1992]. A terepi talajvizsgálat tulajdonképpen az elméleti talajtani és talajművelési kutatások metszéspontjaként értelmezhető.

Az ásópróba ténylegesen a növény termőhelyének vizsgálatát jelenti, amely során a talaj szerkezetét, színét, a gyökéreloszlást, a talajban lévő pórusokat és az átmeneti szinteket vizsgáljuk. Maga a módszer elnevezése és leírása Görbingtől származik [Görbing 1947]. Ásópróbával a felszíntől kb. 25-28 cm mélységig vizsgálható a talaj szerkezete, nyirkossága, a tömör réteg helye, megítélhető a talaj állapota, beleértve a tömörséget, a talaj

nedvességét, és ennek megfelelően a művelésre való alkalmasságot [Birkás 2007; Birkás 2010]. Gilisztajáratokat, gilisztákat általában egy ásonyomnyi mélységben is lehet találni. Kritikus esetben két ásonyomnyi mélységig érdemes a próbát elvégezni. A módszer előnye abban rejlik, hogy a terepen információt kaphatunk a talaj állapotáról. Mivel a vizsgálat során kisebb „talajszelvényt” készítünk, abból a gyökérelosztást, a makropórusok arányát is kiválóan meg tudjuk határozni. A problémát csak az jelentheti, ha a talaj túlságosan nedves, vagy túlságosan ki van száradva. Éppen ezért a felvételezés időpontját célszerű általában a tavaszi időszakra tenni, amikor a talaj nedvességgel kedvezően átitatott. Az ásópróba egyben jó kiegészítő vizsgálata lehet a talajtömörödésnek.

A fenntartható talajművelés és a talajszerkezet terepi vizsgálata témakörben az idei esztendő nyarán lehetőség nyílt ellátogatni a németországi Giessen-i székhelyű Justus-Liebig Egyetemre, az ország egyik legjelentősebb agrártudományi, talajtani és talajvédelmi tudományterületeken tevékenykedő felsőoktatási intézményébe (Justus-Liebig-Universität, Institut für Bodenkunde und Bodenerhaltung), amelynek jellegzetessége az interdiszciplinaritás. A szakmai tanulmányút megvalósítását a B2/4H/12385 regisztrációs számon nyilvántartott Campus Hungary Ösztöndíj támogatta. Bepillantást nyerhettünk és megismerhettük a fejlett gazdaságú Németország oktatási, kutatási struktúráját. A jelentős innovációnak köszönhetően a hazai infrastrukturális feltételekhez képest fejlettebb oktatási/kutatási technikával ismerkedhettünk meg a Justus-Liebig Egyetemen, ahol PhD képzés keretében kisebb, gyakorlati problémamegoldásokra irányuló témakutatókat is végeznek. Ezek valós problémák megoldására irányulnak és az eredmények azonnal hasznosulnak az agrár- és környezetiparban. Az egyetem kutatási egységeiben egy adott területen azonos témában tevékenykedő, de különböző országokból érkező doktoranduszok és vendégprofesszorok dolgoznak együtt, ilyen

módon kialakult az a nemzetközi szintér, ahol lehetővé válik a kutatási, oktatási és szakmai tapasztalatok megosztása. Elsősorban elméleti kutatásokat végeznek fejlett laboratóriumi háttérre támaszkodva. Azonban a gyakorlati ismeretek fontosságát hangsúlyozó és annak széleskörű elterjedéséhez bemutatóközpontok, gyakorlóközpontok létrehozására is szükség volt a németországi főiskolákon és egyetemeken. Ennek tökéletes példája látható a Triesdorf-i Hochschule Weihenstephan – University of Applied Sciences intézményben.

A helyi adottságokhoz, körülményekhez és igényekhez igazodó mezőgazdálkodás területén jelentős eredményeket tapasztaltunk, amelyhez hozzájárult az is, hogy az említett két felsőoktatási intézmény napjainkra nagyon erős kapcsolatokat hozott létre a gazdálkodókkal mind az alkalmazott kutatás, kísérleti fejlesztés, mind pedig az oktatás területén. Felismerték, hogy a bonyolultabb alkalmazott agrár jellegű kutatási feladatok megoldásának minden esetben a gazdálkodókkal együtt kell történnie, hiszen a felfedező és alkalmazott kutatások metszéspontja adja meg a problémákra a helyes választ. Ilyen módon az oktatás és kutatás (elmélet és gyakorlat) kapcsolódási pontjai messzemenően kielégítőek. Továbbá nagy hangsúlyt helyeznek az innovációra és az interdiszciplinaritásra. A Triesdorf-i Hochschule rendszeresen indít német nyelvű MBA képzéseket a mezőgazdálkodás területén, amelynek lényege, hogy a farmokon végzett gyakorlati munka és az elmélet magas szintű elsajátítása ötvöződik. A képzésben résztvevők napjaink nemzetközi szintén is ismert és elismert oklevelet és tudást szerezhetnek, hiszen a képzés mögött komoly nemzetközi szintű akkreditáció húzódik. A fentiek alapján az oktatói, kutatói és hallgatói bázisra épülve több gépgyártó és gépkereskedő is biztosít gyakorlati körülményeket megvalósító gyakorlótereket az oktatói/kutatói tevékenység kiváló színvonalú végzéséhez.

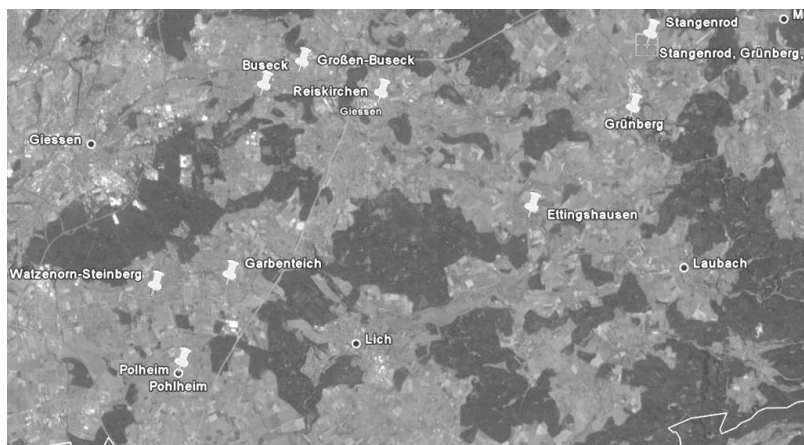
2. A TALAJBOLYGATÁS HATÁSA A TALAJSZERKEZETRE – NÉMETORSZÁGI TAPASZTALATOK

A Justus-Liebig Egyetem Talajtani és Talajvédelmi Intézetének munkatársai elkötelezettek a természeti erőforrások – közöttük a talaj – fenntartható használata iránt, és már évekkel, sőt évtizedekkel ezelőtt felismerték, hogy ehhez a gazdálkodókkal történő élő kapcsolattartás elengedhetetlenül fontos.

Az Intézet kutatóinak szervezésében és Prof. Dr. Harrach Tamás vezetésével tanulmányozhattuk a német talajok állapotát a talajművelési módok és a talajművelő eszközök talajra gyakorolt hatásának feltárása céljából. Fontos alapelv, hogy a talaj és talajművelő eszközök között kialakuló interaktív kapcsolat ismérveit főleg terepi körülmények között lehet és kell tanulmányozni és vizsgálni a talajbiológiai folyamatok figyelembevételével, hiszen növénytermesztés szempontjából a talaj

tápanyagtartalma mellett a talajszerkezet is korlátozó tényező lehet [Tebrügge et al. 1992; Beste 2002].

A Packungsdichte egyes fokozatai a talaj tömődöttségét/lazaságát határozzák meg, ami számos igen fontos talajállapot jelzőt foglal magában, úgymint az összporozitást, a növények gyökerező, a talaj vízbefogadó és vízáteresztő képességét. A tanulmányút alkalmával az 1. ábrán feltüntetett német és bajor gazdaságokban (alapvetően a Giessen-i medencében és a Vorderer Vogelsberg kistájban) megismerkedhettünk az alkalmazott talajművelési eljárásokkal, módszerekkel, valamint a művelt területek talajainak állapotával. Ezáltal adott volt a kutatók és a helyi gazdálkodók közötti közvetlen tapasztalatcsere is.



1. ábra Gießen-i medence, Grünberg és környéke, Vorderer Vogelsberg (Google Earth)

A gazdálkodók aktív közreműködésével 6 farm, illetve családi gazdaság működésébe is betekintést nyerhettünk, illetve a birtokterületeiken talajfeltárásokat, talajdiagnosztikai vizsgálatokat végezhattunk a német kollégákkal az 1. táblázatban felsorolt gazdaságokban

A szakmai tanulmányút keretében meglátogatott gazdaságok elsődleges kiválasztási szempontja az volt, hogy többségük szántás/éke nélküli talajművelést (növénytermesztést) végezzen.

E talajművelés egyik oka, hogy szántóföldjeik részben sekély termőrétegűek, hiszen a Vogelsberg hegység bazaltján alakultak ki. A talajok emiatt jelentős mennyiségben kemény bazaltot, kőtörmeléket tartalmaznak. Azonban mind a sekély, rosszabb adottságú bazaltos talajokon, mind a termékenyebb löszvidékeken más szempont is érvényesül: a gazdálkodók az ökómia mellett a talaj termőképességét nem csökkentő, hanem inkább növelő használatát tartják szem előtt. Mindkét ok motiváció és kihívás is egyben a gazdák számára.

gazdaság/ gazdálkodó elhelyezkedés	táj, évi közép- hőmérséklet/ átlagos évi csapadék	művelt terület nagysága (termesztett növények)	főbb talajtípusok (talajok pontértéke a 100 pontos rendszerben)	talajművelés
Peter Fay Pohlheim, Watzenorn- Steinberg	Giesseni medence 8,9 °C / 600 mm	120 ha (vetésforgóban repce, őszi búza, rozs, tavaszi árpa)	részben sekély termőrétegű köves, illetve agyagos talajok bazaltból (30-35), részben kitűnő lösztalajok (70-84)	kultivátorral - 10 év óta részben, 5 év óta teljesen szántás nélkül
Agrarservice Bank GmbH Oliver Jung Reiskirchen, Ettingshausen	Vorderer, Vogelsberg 8,0 - 9,0 °C / 600 - 750 mm	700 ha (vetésforgóban repce, őszi búza, tavaszi árpa, tavaszi árpa)	részben sekély termőrétegű köves, illetve agyagos talajok bazaltból (30-35), részben kilúgozott lösztalajok (55-68), részben kiváló lösztalajok (68-74)	kultivátorral - a terület egy részén több mint 20 év óta teljesen szántás nélkül
Dr. Dietmar Schmidt Buseck, Großen- Buseck	Giesseni medence 8,8 °C / 600 - 650 mm	165 (vetésforgóban repce, őszi búza, őszi vagy tavaszi búza, őszi árpa)	részben sekély termőrétegű köves, illetve agyagos talajok bazaltból (45-65), nagyrészt kiváló lösztalajok (68-75)	kultivátorral, szántás nélkül
Manfred Balser Pohlheim, Garbenteich	Giesseni medence 8,8 °C / 600 mm	70 ha (vetésforgóban repce, őszi búza, rozs, tavaszi árpa, őszi árpa)	részben sekély termőrétegű köves, illetve agyagos talajok bazaltból (36-55), részben pszeudoglejes lösztalajok (55-70)	kultivátorral, néha sekélyen tárcsával - 10 év óta részben, 5 év óta teljesen szántás nélkül
Reinhard Keil Reiskirchen, Ettingshausen	Vorderer, Vogelsberg 8,5 °C / 600 - 650 mm	260 ha (vetésforgóban repce, őszi búza, tavaszi árpa)	részben sekély termőrétegű köves, illetve agyagos talajok bazaltból (38-55), részben kilúgozott lösztalajok (55-68)	hagyományos talajművelés szántással, de esetenként kultivátorral szántás nélkül
Henning Schäfer Grünberg, Stangenrod	Vorderer, Vogelsberg 8,1 °C / 750 mm	190 ha (vetésforgóban repce, őszi búza, őszi árpa, tavaszi árpa)	részben sekély termőrétegű köves talajok bazaltból (38-55), részben kilúgozott lösztalajok (55-74)	kultivátorral - 12 év óta részben szántás nélkül, 4 év óta többnyire szántás nélkül

1. táblázat Gazdaságok főbb adatai

A fentiek értelmében Németországban a minimális talajbolygatást eredményező talajművelés igen elterjedt. A talajművelés minőségét az alapján is értékelik, hogy milyen mértékben sikerül a talajbiológiai folyamatokat figyelembe venni. A német mezőgazdasági gépipar, többek között az élenjáró Horsch cég, ezt belátta és abszolút partnerségével elősegítette a körülményekhez és igényekhez alkalmazkodó talajművelés elterjedését (a hozzá kapcsolódó géppark folyamatos fejlesztésével). A meglátogatott gazdaságokban a talajművelés részben közös gépvásárlás és géphasználat keretében zajlik, amelynek alapja a megművelendő földterületek tulajdoni hányada.

A minimális talajbolygatásnak köszönhetően a talajszerkezet Németországban a szántóföldek jó részén nagyon jó állapotban van, legalábbis lényegesen jobb, mint 30-40 évvel ezelőtt. Ugyanez Magyarországon nem mondható el annak ellenére, hogy a 2010-ben közzétett Nemzeti Együttműködés Programjában foglaltak szerint a kormánycélok között helyet kapott a talajvédelem: *„Olyan sokrétű mezőgazdaság, környezet- és tájgazdálkodás megteremtése a cél, amely úgy állít elő értékes, a természetet a lehető legkevésbé terhelő, egészséges és biztonságos élelmiszereket, valamint helyi energiákat és különféle nyersanyagokat, hogy közben megőrzi talajainkat, ivóvízkészleteinket, az élővilágot, természeti értékeinket.”* [NEP 2010] Ezért a különbségek okának felderítése kíváncsú célkitűzésnek bizonyul, hiszen a németországi jó gyakorlatok adaptálásával a talajszerkezetet Magyarországon is javítani lehetne. Az alapvető különbség a talajbolygatás intenzitása. Minél kevesebbet bolygatjuk a talajt, annál jobb a talajszerkezet, mert egyrészt a túlzott művelés a talajszerkezet szétesésével jár együtt, másrészt a kevés bolygatás – elősegítve a talajbiológiai folyamatokat és a földigiliszták elszaporodását – a kiváló, stabil szerkezet kialakulásában kulcsszerepet tölt be.

A Németországban elterjedt minimális talajbolygatás tapasztalatai jók, dokumentált

eredményeket értek el. Különösen kedvező a talajszerkezet ott, ahol évek – sőt évtizedek – óta nem szántottak. A szántás legnagyobb hátránya ugyanis – a nagy energiaigény és munkaóra mellett – a mélyebb forgatás. A szerves maradvány a mélybe (akár 20-40 cm) kerül és nem marad mulcs a felszínen, ezért a talaj pórusviszonyait javító és a talajszerkezet felépítésében kulcsszerepet játszó földigiliszták (*Lumbricus terrestris*) nem jutnak elegendő szervesanyagban gazdag táplálékhoz a felszínen. Szántás nélkül viszont a felszínen maradó mulcs biztosítja a földigiliszták életfeltételeit. (Itt megjegyzendő, hogy a mulcs egyenletes szétterítése nem igényel többletkapacitást, mert a gabonabetakarítással egy menetben történik.) Tehát minél kevesebb a talajbolygatás és minél több a mulcs, annál több földigiliszta van, és tevékenységük jobb talajszerkezetet eredményez. A növényi maradványok, mint táplálék mellett fontos a talajok mésztartalma, mészsómentes talajokon ezért rendszeresen meszezni kell, máskülönben a biológiai folyamatok romlanak, amely kedvezőtlenül hat a földigiliszták aktivitására.

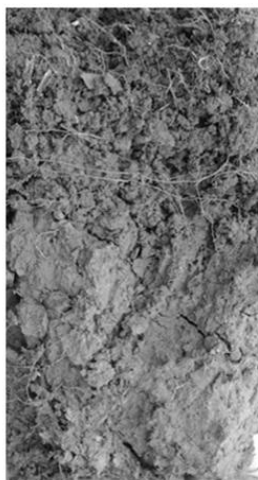
Természetesen nem szabad elhanyagolni azt a szempontot sem, hogy a talajművelési eljárásoknak más feladata is van. A szántás és a mélyebb tárcsázás növényvédelmi célokat (is) szolgál. A minimális talajbolygatás alkalmazói ezért vegyszerkijuttatással ellensúlyozzák a termesztett kultúrnövények elgyomosodását, illetve növényvédelmét. A forgatás nélküli talajművelés bevezetésekor tehát a megfelelő növényvédelmi stratégia kidolgozása jelenti a legnagyobb kihívást. Erre a vegyszerhasználat kínálkozik lehetőségként, de vannak más megoldások is. Ezt igazolják azok a biogazdaságok, amelyek növekvő számban térnek át forgatásmentes, minimális talajbolygatással járó művelésre.

A talajszerkezetet terepen az ásópróbával vizsgáltuk. A meglátogatott gazdaságok szántóterületein sehol nem tapasztaltunk „káros tömörödést”. Az egykor szántott feltalaj 18-25 cm mélyen kultivátorozott része kimondottan laza és morzsás szerkezetű, ami az alatta fekvő rétegekben már nem áll fenn. A

korábbi években mintegy 32-35 cm mélyen szántottak. Az évek óta nem bolygatott feltalaj körülbelül 25-35 cm mélységében már nehezebben ásható, és első benyomásra tömörödöttnek tűnik, viszont közelebből megtekintve megállapítható, hogy ezt az aránylag tömör szintet is sok biopórus járja át, főleg gyökércsatorna és gilisztajárat.

A 2. ábra egy ilyen, több éve forgatás nélküli talaj szerkezetét mutatja, ahol a talajfelszín közelében laza, morzsás szerkezet látható, és a mélyebb rétegekben sincs káros tömörödés. A nagyszámú függőleges biopórus biztosítja az infiltrációt, a légcserét és a gyökérfejlődést (3. ábra). A talaj ökológiai funkciói tehát

sértetlenek, ilyen módon tehát a káros tömörödés kizárható. Ugyanakkor a tömörödöttebb mátrix nagy stabilitással rendelkezik és a talajművelő eszközök terhelései védik az altalajt is tömörödéstől. Ezért a megvizsgált talajokban az egykor szántott szint alatt az altalajban nincs nyoma a tömörödésnek. Itt különösen sok biopórus látható szabad szemmel (3. ábra). Ebben az állapotban ezt a réteget nem érdemes bolygatni, mert a fennálló mérsékelt tömörödés nagy hordképességet biztosít. A szint lazítása viszont megsemmisítené a jelenlévő kimondottan stabil biopórusokat.



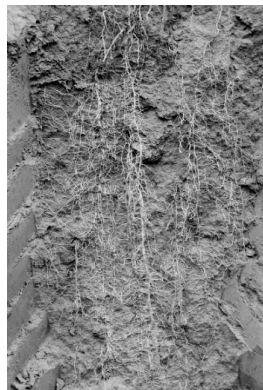
- kiválóan morzsás szerkezet
- sok mély biopórus
- laza

- sarkosabb aggregátumok
- kissé tömödött, de elegendő biogén perforáció
- gyökerekkel jól átszőtt

- gyengén tömödött
- poliédres szerkezetű
- gyökerek még át tudják szőni

- tömörítetlen altalaj

2. ábra Bolygatatlan talaj szerkezete



3. ábra Biopórusok és a pórusokat átszövő gyökérzet a bolygatatlan talajban

A korábban hivatkozott, egyszerű ásópróba módszerrel megállapítható és bizonyítható a csökkentett talajbolygatás pozitív hatása a talaj szerkezetére az egész szelvényben. A mulcshagyás következtében elszaporodik a földgiliszta és javítja a talajszerkezetet és a porozitást. Ilyen gazdálkodás esetén alig fordul elő művelés által okozott talajtömörödés és pangó víz, nem cserepesedik a talajfelszín és csak nagyon ritkán fordul elő talajerózió.

Amennyiben a növényvédelmi stratégia is sikeres, megfelelően fejlődnek a növényegyedek, amelyek még a tábla erősebbre taposott fordulójában vagy a művelési utakban

sem mutatnak a talajszerkezetre visszavezethető hiányosságot.

Tehát a rossz talajszerkezet, káros tömörödés a talajfelszín cserepesedésén, pangó vízen, talajeróziós jelenségeken és nem utolsósorban a növényállomány szuboptimális (hiányos) fejlődésén ismerhető fel. Különösen extrém időjárás esetén még inkább figyelni kell ezekre a jelekre. Ásópróbával egyszerűen megállapítható, hogy melyik talajszintben káros a tömörödés. Különös figyelmet igényel, ahol hiányoznak a biopórusok (gyökércsatornák, gilisztajáratok). A károsan tömörödött szintet lazítani kell, mert erős tömörödés nem javítható csupán a biológiai folyamatok útján. Itt megjegyzendő azonban, hogy a lazított talaj stabilitása csekély, az újrátömörödés veszélye nagy. Ezért csak indokolt esetben végezhető a beavatkozás, és csak olyan mélyen szabad a talajt bolygatni, amilyen mélyen ténylegesen szükséges. A lazítást csak megfelelő, „földnedves” állapotban szabad elvégezni.

Számos kísérlet és gyakorlati tapasztalat igazolja, hogy talajbolygatás nélkül direktvetéssel is maximális termés érhető el, ha megfelelő vetéstechnikát és növényvédelmi stratégiát alkalmaznak. Talajlazításra csak akkor van szükség, ha a talajszerkezet károsodott.

A gazdák a talaj állapotának meghatározása céljából a mezőgazdasági munkálatokhoz igazodóan évente kb. 3-4 terepi felmérést végeznek/végeztetnek (talajtani szakértő, terepi talajtani szakértő). E munkálatok elvégzése elemi érdekük, hiszen az „adózási” rendszerük alapvetően a talajok állapotának megőrzésén, illetve javításán alapszik (a talajértékelés az ún. 100 pontos talajosztályozási rendszerben történik).

A tanulmányút keretében meglátogatott németországi gazdaságok példáján keresztül tökéletesen körvonalazódott, hogy az alkalmazkodó mezőgazdálkodás interdiszciplináris (agrár, agrárműszaki, növényvédelmi) jellege napjainkban egyre fontosabbá válik, továbbá az alapkutatás mellett nélkülözhetetlenek a gyakorlati tapasztalatok is, így a regionális mezőgazdasági

kutató intézményekkel és a regionális gazdaságokkal karöltve látványos eredmények érhetők el.

3. ÖSSZEGZÉS

Örömkre szolgált, hogy a fenntartható és alkalmazkodó mezőgazdálkodás lehetőségeit és kihívásait német kollégáinkkal és a helyi gazdálkodókkal együtt hasonlóan látjuk, így kutatómunkánk célkitűzése is azonos: a talajok állapotának javítása, amely kutatás sosem lehet öncélú, mindenkor a társadalmi kihívásokra adandó válaszok kidolgozásának a szolgálatában kell állnia, azonosulva a „Messze látó tudomány: felelős válaszok a jövőnek.” mottó mondanivalójával.

Abban mindannyian egyetértünk, hogy a természeti környezet hozzájárul az emberi jóléthez. Németországban is sokat vitatott kérdés, hogy milyen mélyen kell a talajt művelni, hiszen a szántás és a vele járó sok kapcsolt munkaművelet többek között energiaigényes is. Ezért fokozódik az igény az ökonómiailag gazdaságosabb, kevesebb művelettel járó megoldások iránt. Egyetemes válasz azonban nincs a stratégiára, a helyi és egyedi adottságok, valamint tapasztalatok alapján kell a megfelelő talajművelési stratégiát kidolgozni, amelynek során több szempontot is kell figyelembe venni, mégpedig:

- Szántás nélküli művelés esetén elszaporodnak a giliszták és javítják a talajszerkezetet.
- Különös jelentőséggel bírnak a függőlegesen mélybe nyúló és a talajfelszínen nyílt gilisztajáratok. Minél nagyobb ezeknek a száma négyzetméterenként, annál kedvezőbbek az infiltráció lehetőségei, tehát annál jobb a talaj víznyelő képessége.
- Az altalaj bolygatása csak akkor indokolt, ha a mélyebb szintben a tömörödést kell fellazítani.
- Az optimális talajszerkezet elérése céljából már betakarításkor gondoskodni kell a szalma aprításáról (lehetőleg < 4 cm) és egyenletes elterítéséről. Az új

vetéstechnikák lehetővé teszik a mulcshagyást, ami a talajvédelem és talajbiológia szempontjából nagyon értékes.

- A növényvédelmi stratégiával szemben támasztott követelmény a mérsékelt vegyszerfelhasználás, illetve az ökológiai eljárások alkalmazásának előtérbe helyezése.

A minimális talajbolygatás hazai adaptálásához és az adottságaink ismeretében a lehetőségek vizsgálatához csak az egész társadalomra kiterjedő szemléletformáló, oktató, ismeretátadó tevékenységre és helyes alapokon nyugvó oktató, kutatómunkán keresztül vezethet az út. A tanulmányút keretében tett látogatás teljes mértékben alátámasztotta ezt a lehetséges utat.

IRODALOMJEGYZÉK

- [1] Beste, A (2002): Weiterentwicklung und erprobung der spatendiagnose als feldmethode zur bestimmung ökologisch wichtiger gefügeeigenschaften landwirtschaftlich genutzter böden. Dissertation, Universität Gießen
- [2] Birkás M. (szerk.) (2007): Földművelés és földhasználat. Mezőgazda Kiadó, Budapest
- [3] Birkás M. (szerk.) (2010): Talajművelők zsebkönyve. Mezőgazda Kiadó, Budapest
- [4] DIN 19682-10 (német szabvány)
- [5] Görbing, J – Sekera, F (1947): Die Spatendiagnose - Ziel und Grundlage der zweckmäßigen Bodenbearbeitung. Hannover
- [6] Heinsenber, W (1978): A rész és az egész. Gondolat Kiadó, Budapest
- [7] Nemzeti Együttműködés Programja 2010
- [8] Tebrügge, F et al. (1992): Die ökologischen und ökonomischen Aspekte von Bodenbearbeitungs systemen. In: Wechselwirkungen von Bodenbearbeitungssystemen auf das Ökosystem Boden. Beiträge zum 3. Symposium, Mai 1992 in Gießen, pp. 7-20
- [9] 2007. évi CXXIX törvény a termőföld védelméről

Lakatos Vilmos

Észak-alföldi KKV-k controlling sajátosságai

Vilmos Lakatos: Controlling characteristics of SMEs in the Észak-alföldi Region

Summary

Since the regime change in Hungary, the main federal task has been to strengthen the small and medium-sized ventures. The size of the category plays an important role in the employment as well as in the GDP production. Those areas that make businesses strong and reduce the risk of their activities are in the center of attention in this hardly predictable economic era. One of those areas is the views and methods of controlling which is still hardly adoptable to most of the CEOs in businesses. The introduction and the use of these operations give concrete results within a relatively short period of time, making the decision makers' job easier at the companies. The study includes the examined SMEs, the design of business characteristics, the valuation of suppliers and customers, the production and the prime costs of the service. The vision of SMEs that characterizes the application of the tools and methods of controlling are also included.

Keywords: SMEs, conscious business management, liquidity, controlling, planning,

ÖSSZEFOGLALÓ

Magyarországon a rendszerváltás óta örökzöld gazdasági feladatként értelmezik a KKV-k helyzetének erősítését, kitüntetve e méretkategória szerepét a foglalkoztatásban, a GDP termelésben. Egy nehezen tervezhető gazdasági feltételrendszerben kiemelt szerepet kapnak azok a területek, amelyek erősíteni tudják a vállalkozásokat és segítségükkel részben csökkenthető a tevékenység kockázata. E terület egyik legfontosabb elemeként a még mindig sok cégvezetőnek idegenként ható „controlling” szemléletet és módszereket lehet kiemelni, amelyek bevezetése és alkalmazása viszonylag rövid időtávon belül kézzel fogható eredményekkel szolgál a vállalkozások döntéshozói számára. A tanulmányban bemutatásra kerülnek a vizsgálatba vont KKV jellemzői, a vállalkozások tervezési sajátosságai, a beszállítók és vevők értékelési gyakorlata, a termelés, illetve szolgáltatás önköltségszámítása, valamint a KKV-k jövőképe, amely alapján ha általánosítani nem is, de bizonyos mértékben jellemezni lehet a controlling eszközök és módszerek KKV-k által történő alkalmazását.

Kulcsszavak: KKV, tudatos vállalkozásirányítás, likviditás, controlling, tervezés

1. BEVEZETÉS

Magyarországon a rendszerváltás óta örökzöld gazdasági feladatként értelmezik a kis- és középvállalkozások helyzetének erősítését, stabilitását, kitüntetve e vállalkozási méretkategória szerepét a foglalkoztatásban, GDP termelésben. A KKV-k nemzetközi és hazai forrásokból történő sokrétű – elsődlegesen pályázati úton történő – támogatása makro- és mikroökonómiai elemzések szerint nem érte el a kellő hatékonyságot. A vállalkozások működési feltételei a közelmúltban lassú javuláson mennek keresztül, viszont a közeljövőben sem várható a vállalkozások környezetét jellemző folyamatok drasztikus javulása, ha a vállalkozások csak és kizárólag a külső szabályozóktól várják el a fejlődésük biztosítását.

Egy nehezen tervezhető gazdasági feltételrendszerben kiemelt szerepet kapnak azok a területek, amelyek erősíteni tudják magukat a vállalkozásokat és segítségükkel részben csökkenthető a tevékenység kockázata.

E terület egyik legfontosabb elemeként a még mindig sok vezetőnek idegenként ható „kontrolling” szemléletet és módszereket lehet kiemelni, amelyek bevezetése és alkalmazása viszonylag rövid időtávon belül már kézzel fogható eredményekkel szolgál a vállalkozások vezetői, döntéshozó számára.

A kontrolling valóban megváltás lehet a KKV-k vezetői számára? Nem! Ez csupán egy lehetőség, hogy a vezetők – és ez sok esetben az igazi probléma – többlet idő, energia és sok esetben ezen felül még anyagi ráfordításokkal jussanak olyan információkhoz, amit az információhoz való jutás után úgy értékelnek: ezt már sejtettem; vagy: ezt amúgy is tudtam. A KKV szektorban tevékenykedő vállalkozások többségében az adminisztráció az ajánlattételre, a szerződések megkötésére a számlázásra a könyvelésre, az ügyiratkezelésre korlátozott. Hiányoznak azok az információk, melyek a vállalat számviteli rendszerén alapulnak, és hatékony döntéstámogatóvá tennék. Az elszámolásra, mint a kontrolling rendszer elemére fontos kellő figyelmet fordítania a vállalkozásoknak. Az elszámolási tevékenység az adatgyűjtést, adatrögzítést, a bizonylati rendszert, az ügyiratkezelést, mutatószámok képzését jelenti. [Hágen, 2008:106]

Több kisvállalkozás vezetőjével beszélgetve érezhető az a probléma, hogy az információhoz való jutást ugyan nagyon fontosnak tartják, de ez túlnyomó részben csak a külső információkra – beszállítókra, vevőkre, konkurenciára – vonatkozik, s a vállalkozási tevékenység részletesebb belső információinak többségét saját szürkeállományukban gyűjtik - dolgozzák fel – elemzik – értékelik – s ezek alapján hoznak döntéseket másodpercek töredékei alatt. Tudjuk, hogy az emberi agy szuperszámítógép, de mégis rendelkezik bizonyos korlátokkal, különösen a múltbeli, sőt a közelmúltbeli információk tárolása, újbóli felelevenítése, értékelése terén. Éppen ezek azok az információk, amelyek viszont nagy szerepet játszanak az optimális döntések előkészítésében, meghozatalában és segítésén

a vállalkozás sikeres működtetését. Ennek feltétele az adatok, információk folyamatos gyűjtése, dokumentálása, rendszerezése, feldolgozása, összesítése, gazdasági számítások végzése, az eredmények értékelése.

Mi szükséges ehhez, ha csak ennyin múlik a siker?

A legegyszerűbb válasz: még egy ember a vállalkozás alkalmazásában, aki teljes elkötelezettséggel informatikai eszközök (megfelelő, a vállalkozás igényeihez igazodó hardver és szoftver) igénybevételével végrehajtja az információkkal kapcsolatos fentebb említett feladatokat.

A kisvállalkozás vezetőjében rögtön felmerül a kérdés: mennyibe kerül ez nekem? S egy gyors fejszámolás után – amiben már amúgy is van rutinja – rájön: rengeteg költséget jelent, ha csak minimálbérben gondolkozik – (miben másban?) – járulékostól közel 1 300 000 forintot.

A jég hátán is megélni igyekvő vállalkozó, ha nem is ismeri konkrétan, de rögtön alkalmazza az egyik számviteli alapelvet: arányban áll az így nyert információkkal előállítható bevétel az információk szerzés költségeivel, s elbizonytalanodik...

Valóban, az információs rendszer ilyen jellegű működtetése egy mikro-, kis-, de sok esetben még egy közepes méretű vállalkozás esetén sem biztos, hogy rentábilis lesz.

Mit tehet akkor a vállalkozás vezetője? Továbbra is saját magára, esetleg a vezetőtársára-társaira számítva kell az információkat „kitermelnie” a döntésekhez, de nem esetleges, „fejszámolóbüvész” módon, hanem a vállalkozás feltételrendszerét, a vezető(k) igényeit figyelembe vevő „mini” vállalatirányítási programok bevezetésével és alkalmazásával.

Mit igényel ez a vállalkozás vezetőjétől? Sajnos több időt-, energiát-, s részben anyagi ráfordítást, hiszen ha nem is napi szinten, de hetente legalább egyszer a szükséges adatokat fel kell vinnie a számítógépre, s ha már ezt megtette a következő lépésben a számolt mutatókat illik lekérdeznie, értelmezni, értékelnie.

E területen kell egy egységes szemléletváltást elérnie a magyar KKV vezetőinek, hiszen saját érdekük a beszerzéstől az értékesítésig a tervezési folyamatokat pontosan kidolgozni, a tevékenység, a termék illetve a szolgáltatás önköltségét a lehető legpontosabban meghatározni, s ezek alapján reális árképzés alkalmazásával nyereséget előállítani.

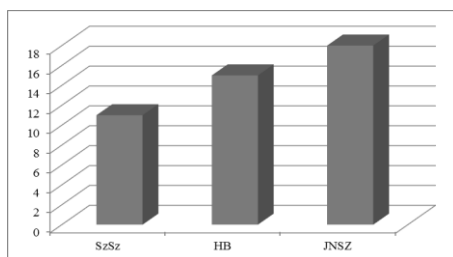
E sok összetevős folyamatot az előbbiek során leegyszerűsített formában mutattam be, hiszen egy jól működő vállalati információs rendszer sem biztos, hogy garantálja a sikert, de legalább jelzi a költség, árbevétel trendeket és felhívja a figyelmet a változásokra, eltérésekre, amelyek alapján a vezető, ha akar, döntéseket hozhat, s ez már önmagában nagy eredmény! És ez már kontrolling módszerek alkalmazását is jelenti egyben!

Konkrét vizsgálataimban az előzőekben megfogalmazott folyamatokat elemeztem. 2014 tavaszán kérdőíves felmérés keretében információkat kaptam arról, hogy a vállalkozók saját vállalkozásuk főbb adatait (vagyonösszetétel, mérlegszerkezet) mennyire ismerik, milyenek ítélik meg a vállalati környezetüket, hogyan minősítik és hogyan alkalmazzák a tervezési módszereket, van-e informatikai feltételrendszer az információkezelésnek, ismerik-e az önköltség számítási lehetőségeket és élnek-e ezekkel a módszerekkel.

Összességében 53 vállalkozásról sikerült adatokat gyűjteni, a végleges feldolgozásba 44 vállalkozás került be, amelyek megfeleltek a KKV méretnek és a tanulmány címében megfogalmazott földrajzi kritériumnak. A vizsgálataimat a 2011-től rendszeresen begyűjtött információk elemzése is megalapozza, amelyek sajnos az egyes évek összehasonlítását, s az eltérések jellegének megállapítását nem szolgálják, mert az adatszolgáltatói kör évről évre eltérő és kis elemszámú.

2. VIZSGÁLATOK-EREDMÉNYEK

A vizsgált vállalkozások három kelet-magyarországi régióból kerültek ki az 1. ábrán látható területi eloszlásban.

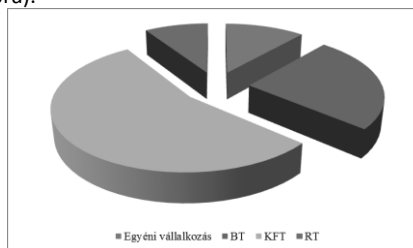


1. ábra A vizsgált vállalkozások régió belüli megyéi szerinti megoszlása, %

Forrás: saját számítás

A vállalkozások megyei szintű területi elhelyezkedése a vizsgálatok szempontjából nem mérhető, viszont esetleges összefüggés tárható fel az egyes megyék átlagos GDP-vel való ellátottsága és a vállalkozások tőke ereje között. Ez esetünkben nem volt kimutatható ($R^2 = 0,14$).

A vállalkozások jogi forma szerinti megoszlásában négy kategória kerül megkülönböztetésre: a három gazdasági társasági forma mellett megjelenik az egyéni vállalkozás, amely azért indokolt, mert a vizsgált vállalkozások esetén viszonylag nagy tőkeerő és ezzel összefüggő komolyabb tevékenységtervezés is jellemző rájuk, amely több társaságnál sem volt ilyen mértékű (2. ábra).



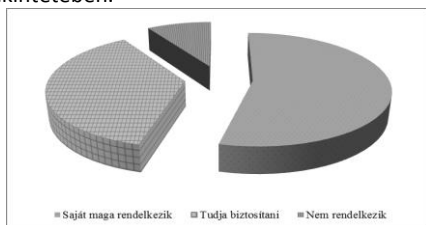
2. ábra A vizsgált vállalkozások jogi forma szerinti megoszlása, db

Forrás: saját számítás

Az elemzésbe azért nem került be kilenc vállalkozás, mert méretei meghaladták a KKV kategóriát, ezáltal torzították volna a

kimutatások eredményeit, amelyeket viszont kifejezetten a KKV-ra jellemzőek.

A vállalkozási tevékenységhez természetesen szükség van szakmai hozzáértésre, tapasztalatra és elvárt a megfelelő szakmai végzettség is. A vállalkozások 91 %-nál ez adott volt, a vezetők vagy már a vállalkozás indításakor eleve rendelkeztek szakirányú végzettséggel, vagy a kezdeti működés során szereztek végzettséget tanúsító bizonyítványt. A szakmai hozzáértést mutatja az a tény is, hogy a menedzserek 53% - a felsőfokú végzettséggel rendelkezik. A kérdőív rákérdezett a vállalkozás irányításához kapcsolódó szakmai ismeretek meglétére, amely a gazdasági folyamatok tervezési, szervezési, pénzügyi területére vonatkozott, tehát a vállalatirányítási tevékenységre. A helyzet e tekintetben már kedvezőtlenebb, mint a szakmai hozzáértésnél volt tapasztalható. A menedzserek mindössze 54%-a szerzett korábban dokumentáltan gazdálkodással összefüggő ismereteket, 37%-uk vélekedett úgy, hogy a vállalkozáson-családon belül hozzáférhető ez a fajta szaktudás, s mindössze 9%-uk jelezte, hogy nincs és hiányzik is nekik az ilyen típusú ismeret (3. ábra). 2011-es hasonló szempontra elvégzett vizsgálataimhoz képest ezek a menedzsmenti jellemzők jelentősen javultak, különösen a menedzserekre vonatkozó értékek tekintetében.



3. ábra A vállalkozók gazdálkodási szakismerettel való rendelkezése

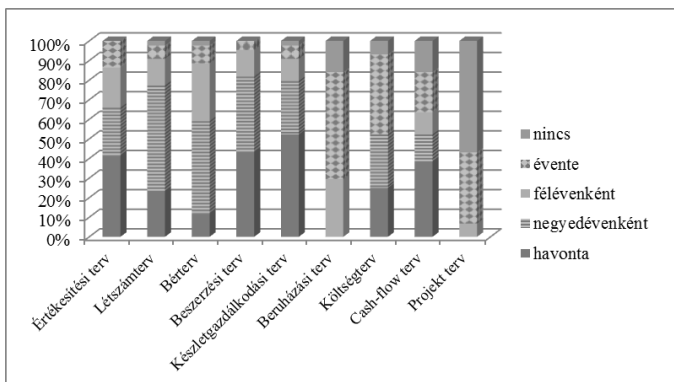
Forrás: saját számítás

A fenti ábrából kitűnik, hogy a vállalkozások közel felénél hiányoznak a vállalat-szervezés-irányításhoz szükséges korszerű gazdálkodási ismeretek. Akik számára hiányzik e szaktudás, még kedvezőbben minősíthetők, mint azok, akik úgy vélik, hogy a tapasztalati úton

megszerzett tudással hosszú távon tervezni és megalapozott döntéseket tudnak hozni. A gazdasági folyamatokban ez a réteg minősíthető a legveszélyesebbnek akár a környezetükre, akár saját magukra nézve is, ugyanis a döntéselőkészítési folyamataikra a rutin és nem a megalapozottság a jellemző.

A vizsgálatba vont vállalkozások 87%-a nyilatkozta, hogy a működés során már merültek fel likviditási gondok. A likviditási problémák megítélései meglehetősen eltérőek voltak a vállalkozói szemlélet függvényében. A válaszok nehezen kategorizálható minőségi jellemzőkként nem voltak alkalmasak kvantitatív mérőszámokkal is alátámasztható reprezentatív értékelésre. Likviditási zavarként értelmezték a néhány napos fizetési késedelemről a több hete-hónapja, esetenként már peres eljárás alatt lévő nem teljesített kötelezettségeket egyaránt. A nagy arányban megjelenő fizetési gondok még jobban felhívják a figyelmet a folyamatok tervezésére, kontrollálására még kis-és közepes vállalkozási méretek esetén is, bár ennek ellentmondanak azok a vállalkozói megjegyzések, amelyek a kiszámíthatatlan követelésteljesítésekről, a megrendelések ingadozásáról, végső soron a bevételek realizálásának nehézségeiről tesznek említést, azaz nem a vállalkozótól függenek közvetlenül.

Következő vizsgálati terület a vállalkozások üzleti terveihez kapcsolódott. A vállalkozásoknak 22%-a rendelkezett a tevékenység indításakor üzleti tervvel, azok többsége is kifejezetten a pénzügyi tervek által nyújtott kezdeti hitelek felvételéhez kötődött. A működés során már többségük (67%-uk) rendelkezett teljes vagy részleges tervvel, amelyek többnyire operatív szintűek voltak (4. ábra), valamint a külső források megszerzéséhez csatolt középhosszú távú üzleti tervek. A vállalkozási méret (vagyon, alkalmazotti létszám) és a tervek rendelkezésre állása között szoros összefüggés volt, a vizsgálatba vont nagyobb méretű vállalkozások mindegyike rendelkezett tervvel, az egyéni vállalkozásoknak mindössze csak 50%-a.



4. ábra A vállalkozások tervkészítési jellemzői, %

Forrás: saját számítás

Az ábráról jól kitűnik, hogy a vállalkozások zöme az értékesítést, a beszerzést, készleteket, a termelést, a bevételeket és a költségeket tartja érdemesnek megtervezni. A KKV-k többsége nem érzi fontosnak a létszámok, a bérek és ami meglepő a likviditás és a cash flow tervezését. Ezen tervarányok is jól érzékeltek a vállalkozások értékelését az egyes vállalati funkciók terén, valamint a gazdálkodási folyamatok kiszámítható – ésszerű tervezhetőségét illetően.

A kérdőív a vállalkozások ténylegesen kontrolling tevékenységére is rákérdezett. A válaszokból kiderült, hogy a kis méret, a viszonylag szűk tevékenységi kör, a humán erőforrás hiánya és a viszonylag magas ráfordítási igény miatt nem alkalmaznak tudatosan és rendszeresen kontrolling módszereket a működésük során (76%). A részletesebb rákérdezések viszont igazolták, hogy a vállalkozók többsége - igaz változatos módon - mind a termeléshez, mind az értékesítéshez, mind az egész vállalat értékeléséhez rendszeresen felhasználja a kontrolling által használt mutatókat: közvetlen és általános költségeket, kalkulált értékesítési

árakat, tőke-, illetve költség hatékonyságot, likviditási mutatókat, ROA, ROI mutatókat, pénzáramlásokat (CF, BCF), stb.

S kik szolgáltatják ezeket az adatokat a vállalkozóknak tényleges kontrollingot végző alkalmazottak hiányában? Sok vezető hajlandó fizetni ezekért a szolgáltatásokért a könyvelő irodák felé, ahol az input adatok többsége a pénzügyi számviteli nyilvántartásokból amúgy is rendelkezésre áll.

3. ÖSSZEGZÉS

A 2014-es felmérés értékeléséből is kitűnik, hogy a KKV-k vezetői tisztában vannak azzal a ténnyel, hogy korszerű vállalatirányítási – kontrolling szemlélet nélkül hosszú távon nagy valószínűséggel csökken az eredményességük azokkal szemben, akik ezeket a módszereket a folyamatokba építetten rendszeresen alkalmazzák. Ennek kivédése érdekében pótlólagos ráfordítások felhasználásával a vállalkozás sajátosságaira illesztett információs rendszer kialakítása szükséges, amelynek működtetésével a vállalkozás alkalmazkodóképessége, rugalmassága és versenyképessége is fokozható.

IRODALOMJEGYZÉK:

- [1] Hágén István Zsombor(2008): Kis és középvállalkozások versenyképességnek növelése kontrollinggal, PhD értekezés. Gödöllő GSZDI, 106. p.

Bugyi Szimonetta – Darai Dalma – Huff Endre Béla – Simon Szandra – Vincze Béla:

Marketingszemléletű terméktervezés

Szimonetta Bugyi – Dalma Darai – Endre Béla Huff – Szandra Simon – Béla Vincze:
Product design with a marketing approach

Abstract

An engineer and creative artist of an industrial product – the designer – conveys significant added value into his object. Not only with respect to its appearance but concerning its functionality, technical and even economic, sales promoting content as well. In our paper we are investigating the nature of this process. We try to show that the promotional approach is one of the dominant features of design. It aims to create a product that is capable of selling itself. As the examples of the classics, H. Ford and R. Loevy had proved a hundred years ago, it does not render advertising superfluous but forces it to the background. A special feature of designer products is that they do not only formulate our angle but can be sold at extra profit. The modern attitude of „use it and discard it” is being replaced by more concerned consumer behaviour. It is creating a new quality. Just consider the environments (of V. Pantón), the designer hotels, the „dream car designs” and today’s trends in vehicle design.

Keywords: *designer-engineer; design with marketing approach; sales promotion ability; angle-formulating force; designer hotel; environment*

ÖSSZEFOGLALÁS

Az ipari terméktervező mérnök és művész – a designer – jelentős hozzáadott értéket közvetít tárgyába. Nem pusztán a külső, de funkcionalitás, műszaki, sőt gazdasági, értékesítés ösztönző tartamát tekintve is. Tanulmányunkban ennek természetét vizsgáljuk. Bemutatjuk, hogy a tervezés egyik meghatározó sajátossága a promóciós szemlélet. Arra irányul, hogy a termék kvázi képes legyen magát eladni. Mint ezt a klasszikusok, H. Ford és R. Loevy példái már száz éve igazolják, feleslegessé nem teszik a reklámot, de háttérbe szorítják. Különös sajátossága a designer produktumoknak, hogy nem csak szemléletet formálnak, de extrahaszonnal értékesíthetők. A „használd és dobd el,” modern hozzáállást felváltja a fogyasztói magatartás korszerűsítése. Új minőséget teremt. Gondoljunk az environmentek (V. Pantón), az un. design

hotelek, az „álomautó-design-ra,” napjaink járműtervezési trendjére.

Kulcsszavak: Designer-mérnök. Designer-művész. Marketingszemléletű-tervezés. Értékesítés ösztönző képesség. Szemléletformáló erő. Design hotel. Environment.

(A Designtörténet és elmélet tárgyunk keretén belül kialakult egy csoport azzal a céllal, hogy a marketingszemléletű terméktervezés problémáját járják körül. A kurzus végeztével a munka nem fejeződött be, folytatódik. A téma van annyira érdekes, hogy néhány hallgató egyéni ambícióinak megfelelően tovább folytassa a kutatást. Az itt közreadott tanulmány ebbe a munkába ad betekintést.)

A terméktervezés és termékformálás történetét és problémáit áttekintve megállapítható, hogy a design meghatározóan jelentős hozzáadott értéket közvetít a termékekbe. Kereskedelmi értéke jóval magasabb, mint a minőségi tervezőmunkát (design-t) nélkülözőké. A

marketingszemléletű tervezői magatartás az értékesíthetőség szempontjaira helyezi a hangsúlyt. Annak érdekében, hogy ezt megértsük, nem pusztán marketingszakmai, de design-elméleti összefüggésben is érdemes megvizsgálni, összevetve egyéb tervezői magatartással. Egyes irányzatoknak akár több ezer éves története is van. Korunk jelentős tervezőegéniségei csak ritkán követik a maguk tiszta formájában, őket gyakran keverik. Munkájuk során elsősorban történelmi koruk, melyben élnek, technológiai lehetőségei, földrajzi-geológiai adottságai, rendelkezésre álló anyagi erőforrásai, illetve stílári esztétikai elvárások befolyásolják.

- **Anyagelvű tervező.** A rendelkezésre álló anyag műszaki, esztétikai, gazdaságossági szempontjait mérlegeli. A legrégebbi korok tárgy és környezetkultúráját a felhasznált anyagok alapján is elkülönítjük. Kőkorszak (paleolitikum – mezolitikum – neolitikum), bronzkor, rézkor, vaskor, kerámiaedény (korongozás előtti – korongozó) kultúrák. Anyagelvű tervező kényesen vigyáz rá, hogy a legjobb minőségű anyagot válasszon, mégpedig adekvát módon. Erre már Vitruvius (Augustus császár mérnöke), majd az anyagtudomány klasszikusa Georgius Agricola (1556) is felhívták a figyelmet. Modern korunk designere design-művészként képes észrevenni az anyagban rejlő természetes szépséget. Nemesfém-ből készített tárgyak anyaguk révén nemesek, és drágák, az elkészült munka minőségét mégsem ennek alapján mérjük. Benvenuto Cellini arany sőtartója (1540-1543 körül) a kevés kivételek közé tartozik, anyag-értékét ui. messze felülmúlja termékformálásának minősége. Nemesfém-ből formált ötvöstar-gyakat általában anyaguk pénzben kifejezhető értéke miatt keresik. XIX. században az arts and crafts designer mozgalom követőjeként Christopher Dresser (1834-1904) fedezi fel természetes szépségét. Ezüstözött teáskannája (1879), ezüstözött cukortartója (1879) ugyanúgy egy tiszta

geometrikus formát követ, mint amikor lábas teaforralóját (1877) vasból alakította. Figyel választott anyaga természetes szépségére, kerüli a giccses megoldásokat. Az anyagelvű tervező képes a legváratlanabb megoldásra is. Charles M. Gage felfedezi a papírban rejlő lehetőséget, egyszer használatos, eldobható poharat (1912) tervez. Kiderült, papírból (kartonpapírból) bútort is lehet készíteni. Terbe János 1999-ben szabadalmaztatta.

- **Indusztriális szemléletű tervező.** Minden problémát a rendelkezésre álló ipari technikai, technológiai feltételek ismeretében, a természeti, gazdasági és emberi erőforrások, amennyire csak lehet, teljes körű kihasználásával old meg. Filozófiája az ipari forradalom és a szabad verseny es kapitalizmussal együtt bontakozott ki. Igaz, maga a kifejezés (industrial design) csak később (1913-ban) született. (Ernyey. 2000. 171. old.) Az irányzat klasszikus követői számára a „természet legyőzése” még elfogadott avantgárd magatartás volt. Termékeik legyőzhetetlenséget, erőt, és ellentmondást nem tűrő hatalmat árasztottak. A környezeti erőforrásokat kimeríteni kész szemléletük napjainkra kissé háttérbe szorult. Szerepüket az ipari szempontokra érzékeny tervezés, és a folyamatos innovációs késztettség vette át.

Jellemző példája lehet a Ford cég tervezői magatartása. Maga Henry Ford sem csinált belőle titkot, hogy a technika és technológia által kíná-lkozó minden lehetőséget – mindent és mindenkit /! – ki akart használni. Winslaw Taylor vezetési elvei szerint szervezte meg a munkások életét. (A Modern idők c. filmjében Chaplin ezt a magatartást pellengé-rezi ki.) Tervezőcsapatot hozott össze, eléjük is kemény feltételeket állított, igaz, kiválóan megfizette őket. Legjelentősebb teljesítményük a T-modell (1908-1927), és a Fordson-traktor (1915-

1927) az ipusztuális szellemű tervezés ideál tipikus alkotása. Az 1973-ban piacra dobott Pinto modelljük már az ipusztuális tervezés árnyoldalainak illusztrálható példája. A cég menedzsmentje költség-haszon számítást végzett, ennek ismeretében kezdte gyártani a súlyosan élet és balesetveszélyes konstrukciót. Az amerikai jogrendszer, mint Pinto-precedenst ismeri az ügyet. (Zsolnai. 2000. 69-70. old.)

- **Rendszerszemléletű tervező.** Hozzáállásának lényege a holisztikus gondolkodás, melyben nem pusztán elszigetelt műszaki, gazdasági, ökológiai, esztétikai problémaként kezeli a problémát. Már az antik klasszikusok felismerték a rendszerteremtés erényeit (Csuang-ce, Herakleitosz, Arisztotelész), melyet a modern klasszikusok a tervezési rendszerek elméletével aktualizáltak. (Ld: A.A. Bogdanov fekete doboz módszere, L.von Bertalanffy általános rendszerelmélete, László Ervin planetáris ökológiáját.) A rendszerszemléletű tervezés lényegét designinformatológiaként határozta meg Müller Ferenc. Nem tett különösebbet, mint egymáshoz rendelte az egymáshoz tartozó dolgokat. Képlete: $R = E + \bar{O}j$. Melyben: E a rendszert alkotó elemek összessége, $\bar{O}j$ az együvé tartozó elemeket összekapcsoló műveletek sora. (Müller. 2002)
A terméktervezés és formálás története igazolja, hogy jeles alkotói akkor alkottak jelentőset, amikor képesek voltak átlátni dolgok és folyamatok belső összefüggéseit. Ez a hozzáállás jellemezte a csigás vízkiemelőt tervező Archimédeszt, a tökéletesített gőzgépet konstruáló J. Wattot, vagy univerzális Fordson traktorával Farkas Jenőt. Hozzájuk képest a modern rendszerszemléletű tervezőre a tudatosan képviselt holisztikus-design művelése jelent újdonságot.

- **Ökológus-szemléletű tervezés.** Az ipusztuális design rivális irányzata. A rendszerelvű tervezéshez áll közel, annak felismerésével, hogy a Termék – Ember – Élő környezet rendszeralkotó egységet alkot. A Római Klub első jelentése hívta fel a figyelmet a növekedés korlátaira: „egyetlen Földünk van!” A Jelentés a jövőtudatos tervező felelősségére hívja fel a figyelmet: „az egész Földet átfogó, interaktív viszonyok között kell fenntartanunk.” (László. 1998 21. old.)
Az ökológus-szemléletű tervező szakmai felelősségét jövőtudatos hozzáállás jellemzi. Ennek kritériumait a Hannoveri szempontokként ismert dokumentum (1979-ben) foglalta össze.: Anyagválasztás – anyaghatékonyság – energiahatékonyság – választott technológia hatékonysága – élettartam hossza – szervizigény – funkcionalitás – ára – használata – infrastruktúraigénye – újdonságértéke – felhasználóra (fogyasztóra), viselkedésére gyakorolt hatás. (Zalavári. 2003. 30-31. old.)
- **Ergonomikus szemléletű tervező.** Az ember testi adottságainak projektálására (orgánprojekcióra) törekszik. E. Kapp (1877-ben) ismerte fel, hogy minden működőképes műszaki alkotást valamely ember szerv, és működési mechanizmusa inspirált. Ergonómia a munka tudománya, az Ember – Gép (illetve: Ember – Munkafolyamat) – Környezet kapcsolatrendszerével foglalkozik. A termékergonómus-designer hangsúlyozottan is olyan termék előállítására törekszik, hogy az a lehető legharmonikusabb egységbe kerüljön a terméket használó ember anatómiai, élettani, pszichológiai, fizikai adottságait. Ergometriával – tehát a tervezést segítő testi arányok felmérésével – már A. Dührer is foglalkozott, élettani képességek felmérésével F.V Taylor, és a XIX. században megjelent foglalkozás-orvostan. Le Corbusier az építészeti és terméktervező munkásságát segítő, és

saját használatra megalkotta ergometriai modelljét, a Modulort (1926). A tervezői gyakorlatba a H Dreifuss által elkészített Joe (az amerikai átlagpolgár méreteit feltérképező táblázat) megszületése (1960) után épült be. Németországban a Braun tervezésfilozófia és formavilága megszületésével jelent meg az ergonomikus szemléletű design. Háztartási kisgépei mintegy az ideális orgánprojekció példájává váltak. Szellemesen mutatja ezt egyik reklámjuk: „Borotva, amihez az ön kezét tervezték.”

- **Bionikus szemléletű tervező.** A „bionika feladata a biológiai objektumok kutatása azzal a céllal, hogy korszerűsítse a jelenlegi technikai rendszereket.” (Greguss. 1976. 7. old.) A bionikus tervező nem feltétlenül biológus, de érdeklődik az élővilág iránt, melyből inspirációkat nyer. Leonardo da Vinci – az első bionikus szemléletű tervező – a repülésre képes lények biomechanizmusait, és az aerodinamika törvényszerűségeit, segítségükkel konstruált repülőszerkezeteket. Természeti analógiák felhasználásával tervezett orníkoptert, merev és forgószárnyas gépet, siklószárnyas (vitorlázó) és lebegő (ejtőernyős) szerkezetet. A modern bionika viszonylag fiatal tudományként a II. Világháború után született meg. Részben biológusok művelik, akik állatok biomechanizmusait mérik meg, részben mérnökök, akik aktuális tervezési feladataik megoldásához keresnek analógiát. Hidrodinamikus design a delfinek, cápák tanulmányozásával könnyebb. Gondoljunk a Spido és Arena sportszergyarak „olimpiai bajnok” úszódresszeire. Gépjárműkerek tapadási együttthatóit is a bionikus szemléletű tervezők tökéletesítették a gekkok falmászását tanulmányozva.
- **Formai szemléletű terméktervező.** Ő az, akire igaz a formatervező megjelölés. Feladatát a nem szakmai közvélemény

úgy határozza meg, hogy a műszaki produktumoknak burkolatot tervez. A valóság más. Plasztikai, szín és formai ismereteinek birtokában alkot. Amennyiben megmaradna az öncélú formalizmusnál, az a funkció rovására lenne. Erre utalt annak idején Leonardo is: a megkonstruált alkotás igényli az adekvát formát, „igényli a szépséget, különben nem lenne képes működni!” Minden jeles designer képes alkotásán rajtahagyni kézjegyét. Stílust teremtett Galamb József a T modellel, Farkas Jenő a Fordson traktorral, Verner Panton színes fröccsöntött székeivel. Még ha tagadják is a szépség szerepét, miként Dreyfuss tette az 50-es években, műveik egyediségével tűntek ki és fel. Ideális esetben kialakul a harmónia, mégpedig amikor a funkció (műszaki tartalom) és az adekvát (a feladatát szolgálni képest) és mindemellett stílusos, és szép formavilág egymásra talál.

Marketingszemlélet a terméktervezés egyik markáns irányzatává nőtte ki magát.

Alapesetben a kereskedelmi szakemberek partnereként dolgozik. A XX. század felismerése volt, hogy nem elegendő működőképes, műszakilag magas szintű, és esztétikai elvárásokat is kielégítő tárgyat tervezni. Azt el is kell adni. Ha ehhez nincs elég tehetsége, úgy a kereskedőre kell hagyatkoznia. A modern marketig épp időben jelent meg. Mc. Carthy 1960-ban közzé tett tanulmánya azzal, hogy a fogyasztót állította középpontba egyrészt az értékesítés célcsoportjára irányította figyelmét, másrészt, a fogyasztó környezetében megmutatta a tervező helyét is. Az un. 4 P egyike ugyanis a product, melyért neki kell felelősséget vállalnia.

A XX. század tervezői között szép számmal jelentek meg azok, akik a marketingszakemberben nem pusztán irányt kijelölő partnert láttak, mert az általuk elővarázsolt termék képes volt mintegy önmagát eladni. Tervező magatartásának lényege: a marketingszemlélet.

Célcsoport orientált marketingszemléletű tervezés

A tervezés folyamatának középpontjába állított fogyasztót célcsoportnak tekinti. Amikor Henry Ford összehozta tervezőcsapatát a főkonstruktőrtől, anyag-szakemberén át a motorblokk tervezőjéig lebontva olyan feladatot adott ki, amelyben a gépkocsi vásárlóját vizionálta.:

Legyen olyan, amit egy munkásember is meg tud vásárolni, egy gyerek is képes vezetni, négy utasával még úttalan utakon is üzembiztosan robog. T-modelljével Ford és tervezőcsapata a járműgyártás történetének első népautóját alkotta meg. Olcsó volt, mégis magas minőséget képviselt. 1908-ban 825 dollárba került, miközben a konkurenseké 2000 és 8000 dollár között volt. Még az alsóközéposztály is megengedhette magának. (Liebfeld. 1973)

Strapabíró volt. Köszönhetően J. Kent-Smithnek, a tervezőcsapat anyagelvű designerének. Ajánlására a terhelésnek kitett részeket, forgótengelyt és a rugókat vanádium-acél ötvözetből készítsék. Később egyre több szerkezeti elemet vele cseréltek le. Ennek, és egyéb előnyeinek köszönhetően farmerek is egyre nagyobb számban kezdték vásárolni, nem pusztán járműként, hanem kerekét leszerelve erőgépként. Ford ebből vont le a következtetést, hogy a piacnak korszerű traktorra is szüksége van. A céghez frissen érkezett Farkas Jenő ezután kapta Fordtól (1913-ban) a tervezői feladatot. A célcsoport mentalitását, és elvárásait ismerve ezt a következőkben jelölte ki.: Legyen megbízható, strapabíró, még nők /!/ által is könnyen kezelhető önjáró erőgép, legyen lehetőleg olcsó! (Huff. 2007)

A célcsoport elérése kommunikációt igényel. Mc Carthy nyomán a klasszikus marketing erre a célra marketingkommunikációt alkalmaz. Designer különleges lehetősége a marketing szemléletű terméktervezés. Amikor maga a termék, mintegy kiiktatja a reklámot, önmagát képes eladni.

Termékbe épülő promóciós képesség

A reklámot nem iktatja ki, de átalakítja. Elegendő rápillantunk, esetleg ki is próbálni, megtetszik, és ha lehetőség kínálkozik rá, megvesszük. A design nem hagyományos reklám, nem valamelyik médiumon keresztül fejt ki hatást. A reklám, esetünkben „vonal alá” (BTL) kerül, maga a termék válik reklámfelületté.

Ford sem iktatta ki a hagyományos reklámot. Kizárólag fekete színben engedte gyártani a T-modellt, mert eleganciát sugároz, ugyanakkor kitűnt a konkurensek közül. A valódi okot persze a racionalizált gyártástechnológiájában kell keresni. Ebből a kényszerhelyzetéből varázsolt előnyt reklámszlogenje: „Az ön számára bármilyen színben leszállítjuk, amennyiben az feketét választotta.” A Fordson traktor sem nélkülözte az ügyesen fogalmazott reklámot: „Fordson a gazdából iparost csinál. Míg a gazda az eszével, traktora az erejével dolgozik.” Vásárlásra ösztönzésben mégsem ezek a frappáns reklámok játszották a döntő szerepet, hanem az a T-modell, melyet a városokban és országutakon közel 60 km sebességgel láttak a kortársak elszáguldani, illetve az a Fordson traktor, melyet farmokon, termékbemutatókon a gazda, a potenciális vásárló, munka közben látott.

A fogyasztói igényekre hangolt termékformálás és tervezés Amerikában vette kezdetét. A Ford cég korai története is jellemzi, hogy az ipusztériális és anyagorientált tervezésselmélettel párhuzamosan bontakozott ki. Az irányzat névadója mégsem Henry Ford lett, hanem elméletével is foglalkozó: Raymond Loewy. Nem győzte hangoztatni, hogy a piaci igényekre orientált tervezés híve. „Mi formatervezők realisták vagyunk, tényekkel szeretünk dolgozni.” (1955) Filozófiáját követve, a terméktervező feladata a piaci igények szolgálata. „Áramvonalasítja az eladási görbét, a haladás szintjét a vásárlóközönség átlagizlésére alapozza.” (Ernyey. 2000. 194. old.) Amennyiben új piaci mechanizmusok, fogyasztói igények jelennek meg, a designer hivatása ezeket kielégíteni. MAYA (*Most Advanced Yet Acceptable. (Legmodernebb, de még elfogadható.)*) – elvként definiálta. Ez

egyaránt jelentett új konstrukciók előállítását, miként divatos (styling-design) új forma tervezését.

Loewy felismerte, hogy a vásárló hajlandó több pénzt adni a termékért, ha azt elegáns dobozban vásárolhatja meg, ez volt a Lucky Strike cigaretta csomagolástervezésének a vezérelve. (1942) Coca Cola ital automatája (1955) a korábbi bonyolult működő, ráadásul nem szép gépezetét is a vásárlóorientált tervezésével motiválta.

Idővel szociológusok és pszichológusok is elkezdtek a tárgykultúra kommunikációs problémájával foglalkozni. Mélylélektani alapjait már korábban S. Freud lefektette. Terméktervezés vonatkozásában is hasznosnak bizonyult, hogy a kereskedelmi siker hátterében „álomszerű” formát kerestek. Elkezdtek a tárgyakat mintegy pszichoanalízisnek alávetni. Roland Barthes a tárgyakat kommunikációképes szimbólumai alapján, Jean Baudrillard álomszimbolikájuk szerint csoportosítani. Kiderült, hogy vannak félelmet keltő, és azt feloldani képes tárgyak. Sikeres designer a tárgyak szimbolikus tartalma – Baudrillard szóhasználata szerint: hangulati struktúrák – segítségével bizalmat építsen, feloldva természetes félelemérzéseit. (Baudrillard. 1987. II. fejezet.) Kiderült, hogy ha vásárolunk, nem pusztán a remélhetőleg jól funkcionáló terméket vásároljuk, hanem egyfajta örömforrást, ami megfelel álmainknak, kielégülést okoz. Az ötvenes évektől már a vásárlóhelyek is (butikoktól a plázákig) az örömeztetőre koncentráló intézményekké kezdtek válni. Mondván: fogyasztani jó! A felkínált termékek is kíváncsabbak lettek. Mitől boldog a fogyasztó? – teszi fel a kérdést a kutató – a Fiskars cég 1969 óta piacon lévő szabóollóját elemezve. Az olló profi, ezt sugározza a forma, azt az örömet, hogy aki megveszi, úgy érzi magát, mintha ő is profi lenne. Ezzel szemben az olló funkcionálisan nem jó, ergonómiai hibás. Profi szabók, akik sok órán keresztül dolgoznának vele, a tartós használata ínhüvelygyulladásához vezetne. (Becker. 1991) A marketingszemléletű

terméktervezőt természetesen nem ez érdekli, hanem a kereskedelmi siker.

A járműdesign példája

Jó designer a jó marketingszakemberhez hasonlóan felismeri a keletkező piaci igényt, és azt képes munkájával kitölteni. Ha az elterjedt forma „kiüresedett” újat ad helyette. Ha fizetőképes új fogyasztói csoport jelenik meg, úgy igényeiknek megfelelő adekvát tervvel képes előállni.

Giorgio Giugiaro több esetben is megújíthatta a formavilágot. 1966-ban, huszonegy éves korában hobbi sportkocsit tervez (Fiat 850-sport), hogy az úrvezető is úgy érezhesse, versenyautóban ül. 1971-ben a VW igazgatója Kurt Lutz kéri fel, hogy a Bogár által híressé vált márkát ismét sikeressé tegye. Előáll „origaminak” nevezett stílusával, éles szegélyeivel, egyenes felületeivel. Az 1974-ben piacra dobott Golf átütően sikeres, és egyben stílusformáló termékké vált. (Mindent szögletesnek tervezett, még a lámpákat is. A menedzsment ettől megijedt, és éveken keresztül kerek lámpákkal voltak hajlandók gyártani.) Origami stílusát a piac átvette. Ezen megint csak ő változtatott, amikor a kilencvenes években organikusabb formát vezetett be, és elkészítette a Daewoo cég számára a Lanost (1996), és Matizt (1999). Ez a formateremtő újítószándék vezette, amikor a Lamborghini cég traktorgyára piaci sikerét látványos design segítségével segítette. 2013-ban mutatták be az igen látványosra sikerült Nitro 130-as modellt.

Stílustervezés, és formai újítások mellett elsőként ő vett észre egy lényeges piaci rést, nincsenek kifejezetten női vásárlói szempontokat kielégítő gépkocsik. Felismerte, hogy a hölgyek már nem pusztán a férfiak kísérői a szín kiválasztására, hanem önálló fogyasztói célcsoporttá nőttek ki magukat. 1966-ban a Torinói Szalonban az igényeikre hangolt tanulmányautót, a Fiat 850-Vanessa-t mutatta be. A piac nem ismerte fel a benne rejlő lehetőséget. 20 évvel később majd a Peugeot tervezőcsapata fedezi fel ezt a piaci rést. A 205-ös (1985) modelljüket megújító 206-

os modellt a női igényekre hangolt design alapmodelljének tekinthetjük. Óriási kereskedelmi sikert eredményezett, hogy minden részlete figyelembe vette a női vezetők ergonómiáját, komfortigényét, még a műszaki tartalmában is alkalmazkodtak hozzá. „Álomautó” lett a számukra, mert kiteljesítette a nőies elvárásokat: „vigyáz rám,” „megvéd,” „nem hagy cserben.” (Huff. 2003. 84. old.) Férfiak legfeljebb a kabrio változatát keresték, mert „sportos,” „bulista.”

Design sikeréért nem pusztán a tervezőművész, de a tervezőmérnök is felelős. Valódi csapatmunka nélkül még egy kitűnő marketingszemlélettel megáldott tervező sem teremt csodát. Giugiaro is csak azon márkák szárnyalásához tudott hozzájárulni, akik a formai mellett a műszaki tartalmuk is képesek voltak megújítani. Ennek igazolására legyen elég két példa a Fiat, és a Saab.

Amikor a torinói céghez került tervezőnek (1966), nem neki kellett a cég hírnevét megalapoznia, az olasz járműgyártás zászlóshajója volt. Sikeréhez viszont óriási mértékben járult hozzá, arculatformáló egyéniségévé vált. Designer-mérnök csapat mellett igény volt designer-művészetére, styling-designerként, és marketingszemléletű tervezőként. A híres 850-sport (1966), Dino Coupé (1967), Panda (1980) és a Cinquecento (1992) fémjelzi e nagy korszakot. A cég teljesítményének visszaeséséért nem ő, és tervező kollegái a felelősek. (A Polló /2001/, Punto /2005/ tervezési minősége igényes, a Frank Stephenson által ergonómiailag és esztétikailag újraformált Bravo /2006/ igazán modern alkotások. Műszaki tartalmukkal, szerelési minőségükkel alulmaradtak konkurenseikhez képest.) Saab helyzete is mutat hasonlóságot. II. Világháború után a cég gépkocsi profilja arculatának kialakítására Bror Bjurströmer kapott feladatot, melyet a 92001-es nagysikerű márkával (1947) teljesített is. A Saab-imázs megújítására 1978-ban Giugiaro kapott felkérést. A Saab-Lancia 600-as a marketingszemléletű tervezés szép példája.

Origami stílust követi, egyszerű és igényes modell, 1980-ban méltán kapta meg Európában az Év-autója kitüntetését. Az ezredfordulót követően a cég járműgyártó profilja megroppant, kritikus anyagi helyzetbe került. A menedzsment úgy döntött, előremenetel és új márkával áll elő. Megszületett a 9-3. (2010) A design abszolút korrekt, de konzervatív, inkább gazdag felszereltségével tűnik ki középkategóriás konkurensei közül.

Tanulásgként megállapítható, a problémák kezelése egyik esetben sem a potenciális célcsoport elvárásaira koncentrált. A cégvezetés elhamarkodott döntésekkel reagáltak, különösen a járműpiacot átrendező gazdasági válságra. (Autostat)

A design mint szemléletformáló tényező

Tárgyainkhoz és környezetünkhöz való viszonyunkat a tervezés minősége döntő módon meghatározza. Ezt már Leonardo da Vinci, sőt Vitruvius is tudta, terméktervező életművük bizonyosság is erre. Szemléletformáló erővel modern korunkban jelentkezett. A funkcionális (tartalmi) és esztétikai (formai) szempontok egymásnak feszülése az ipari esztétika XIX. század végi megjelenésével kezdett megszűnni. (William Morris, Christopher Dresser és az Arts and crafts mozgalomé az érdem, de megemlítenéd Európában a Thonet fivérek szemléletformáló szerepe is.) A XX. század a művészettörténetben az avantgárdé, a tárgy és környezetformálás történetében egyértelműen a design diadala. Szemléletformáló ereje volt annak, hogy felismerték a korrekten megtervezett tárgy magas minőséget jelent, amit a piac magasan értékel. Nem a Kincskereső kisködmön kiváló minőségű „örök darabját,” hanem a „használd és dobd el,” de a szabotossági időintervallumon belül kiválóan funkcionáló termékét értékeli a modern piac.

A design szemléletformáló erejét jelzi, hogy a tradicionális tárgykultúra ugyanúgy az embert formálta, miként a modern. Míg az előbbi a tárgyait megformáló embert egyedinek, felcserélhetetlennek, az utóbbi lecserélhetőnek

tekinti. (Braun-Feldweg. 1978 I. fejezet)(Benjamin. 1969) A tervező felelőssége, hogy az embert milyen minőségben engedi érvényesülni.

A design minden területe divattossá vált. Járműtervezéstől a belsőépítészetten keresztül egészen a szállodaiparig.

Ne pusztán csak a funkciót és formavilágát harmonizáló korrekt tárgy és környezetkultúrára gondoljunk, de a hozzátartozó sajátosan modern (részben posztmodern) életformára is, melyre határozott kereskedelmi igény van.



Vegyük példaként a világítás régi és modern történetét. Akár egyidősnek is tekinthetjük az emberi haladás történetével. Közel 600 ezer éve a Sárgafolyó mentén gyújtott először tüzet, hogy konyhatechnológiáját, majd tárgy és környezetkultúráját megújítsa általa. Tüzes volt és lett a fényforrás a kovakövel gyújtott tűztől modern korunk izzószálas villanyégőjéig. Lámpa forradalmáról a XIX század óta beszélhetünk, azóta, hogy Humpry Davy 1809-ben az Angol Királyi Akadémián bemutatta a galvánelemek által gerjesztett faszénizzó-lámpaégőjét. A lámpatervezésre szakosodó designerek egyre világosabb életforma és életminőség tervezőivé váltak. Egyre olcsóbban és jobb minőségben lehetett fényt vásárolni. Asztali lámpák, utcák városi közvilágítása, vízen ringó hajók, világítótornyok, vasúti mozdonyok és kocsik fényeit.

A marketingszemléletű tervezők fedezték fel, hogy a fény irányítható, az ergonomikusan tervezett lámpa nagy hozzáadott értékkel rendelkezik. Haszonnal értékesíthető. Marianne Brandt által tervezett Kandem éjjeliszekrény-lámpáját (1927) évtizedeken keresztül gyártották, számtalan változatban,

még íróasztallámpaként is. Henri Przyrembellel közösen tervezték a központi ellensúlyos állítható mennyezeti lámpájukat (1926), szintén jelentős sikert arattak. Carwardike a mérnökök számára alkotta meg a rugós-ikercsuklós íróasztallámpát.

Második világháború után a műanyag elterjedése, valamint az opálüveg megjelenése mintegy a fény újratervezését tette lehetővé. A milánói építész és terméktervező, Sergio Asti fedezte fel a benne rejlő lehetőséget, asztali, hálósobai lámpái a 70-es években a hangulatlámpa-design egyik megteremtője. Verner Panton az environment (személyes, művészileg átformált) téralkalításaihoz hangulathatásokat fokozó világítótesteket, alakzatokat tervezett.

Az un design hotelek lehetnek új építésűek vagy akár teljesen átalakított régiek, fontos szempont, hogy valami újat, szokatlant kell mutatniuk, és kicsit se hasonlítsanak az eddigi megszokottakhoz. Az utóbbi években szintén megjelent un. retro hotelek divatjával ellentétes törekvésről van szó. Szembe megy a klasszikus szállodák hagyományával. Előtérbe kerül a világos nagy tér, a forma minimalizálása

maximális komfort mellett. Szállodák, vendéglátóhelyek természetes igénye, hogy a többiekétől jól megkülönböztethetők legyenek. Esetünkben mégis inkább a fogyasztói igények szerepét érdemes kiemelni. Amerikában már a nyolcvanas években megjelent. Európában új jelenségnek számít.

A koppenhágai Bella Sky Comwel Hotelén az egyik ideáltípusa. Teljes mértékben a modernizmus jegyében épült. Stílusának fontos összetevője a skandináv design, de tágas terei, és óriási üvegfületei miatt semmiképp se az IKEA lapra szerelt minimáltér-designjára gondoljunk. Az első szálloda Európában, ahol az egyik emelet kifejezetten csak a nőknek van fenntartva. (www.bellaskycomwell.dk *Letöltve:* 2014. július 1)

Az első magyarországi design-hotel a Lánchíd 19 Design Hotel. Az ismertetett hoteljegyek természetesen rá is jellemzők: széles, nagy térélmény, forma minimalizálása maximális

komfort mellett. Stílusában távolabb áll a skandinávtól, közelebb az amerikaihoz, miközben megmarad Budainak a Vár tövében. (www.lanchid19hotel.hu *Letöltve:* 2014. július 1) 2011-ben méltán érdemelte ki a The European Hotel Design Awards legrangosabb szakmai díját.

A marketingszemléletű tervezéssel kapcsolatban meglehetősen sok összefüggésben érdemes a továbbiakban foglalkozni. A terméktervező-mérnök és tervező-művész szempontjait elemezve, de a reklámszakemberek ismereteinek bővítését is ideértve. Tájékoztatlanságukra jellemző, hogy amikor 1995-ben a reklámszakembereket a BTL technikák hatékonyságáról kérdezték, a csomagolás és a design minőségét mindössze 12%-ban /!/ tekintették a promóció fontos kérdésének. (Felmérés... 1995)

Irodalomjegyzék

- [1] Baudrillard, Jean (1987): A tárgyak rendszere. Gondolat Kiadó
- [2] Becker György (1991): Mitől boldog a fogyasztó? Valóság. (9)
- [3] Benjamin, Walter (1969): A műalkotás a technikai sokszorosíthatóság korában. Ld: Kommentár és prófécia. Gondolat Kiadó
- [4] Braun-Feldweg, W. (1978): Ipar és forma. Corvina Kiadó
- [5] Ernyey Gyula (2000): Design. Dialóg Campus Könyvkiadó.
- [6] Huff Endre Béla (2003): Az álomautó. Victoria (Ősz)
- [7] Huff Endre Béla (2007): Fordson traktor. Mezőgazdasági Technika. (Július)
- [8] Juhász László (2013): Bevezetés a szállodák világába http://www.hotel2022.hu/hotel_2022_media/files/iii.10.-szallodafoldszint-reszleg.pdf (*Letöltve:* 2014. július 1)
- [9] Laky József (1988): A lámpa története. Műszaki Könyvkiadó
- [10] László Ervin (1998): Harmadik évezred. Új Paradigma Kiadó.
- [11] Liebfeld, Alfréd (1973): Henry Ford az „Isten.” Kossuth Könyvkiadó
- [12] Müller Ferenc (2002): Design informatológia. A korszerű tervezési ismeretbázisok felépítése és bázisa. Dialóg Campus Könyvkiadó
- [13] Felmérés a Magyarországi ügynökségek körében a BTL használatáról. (1995) Magyar Reklámszövetség Tájékoztató. (12)
- [14] Zalavári József (2003): Designökológiai Kislexikon.
- [15] Zsolnai László (2000): A döntéshozatal etikája. Kossuth Kiadó
- [16] <http://autostat.hu/markatoertenetek/7-markatoertenetek/431-saab> (*Letöltve:* 2014. július 1)
- [17] www.bellaskycomwell.dk (*Letöltve:* 2014. július 1)
- [18] www.lanchid19hotel.hu (*Letöltve:* 2014. július 1)

Márfy Anna

Önismeret az önmegvalósításban a grafológia eszközeivel

Anna Márfy: Self- knowledge in the self realization with graphology means

Abstract

The personality influences our everyday lives. Because different needs achieving drive us. But many people ask the question; Where to go? What should I do? If we have the appropriate level of self-awareness, then we can answer these questions. So, it is important to talk about what we can do to get to know ourselves. This is especially important for young people faced with career choices. If you want to be professionally characterization, graphology is a great help.

Keyword: needs, self-knowledge, self-realization, graphology

ÖSSZEFOGLALÓ

A személyiségünk befolyásolja a mindennapjainkat. Hiszen más- más szükséglet elérése hajt minket. De sokan teszik fel a kérdést; Merre menjek? Mit csináljak? Ha megfelelő szintű önismerettel rendelkezünk, akkor meg tudjuk válaszolni ezeket a kérdéseket. Így fontos beszélni arról, hogy mit is tudunk tenni azért, hogy megismerjünk önmagunk. Ez kifejezetten fontos a pályaválasztás előtt álló fiatalok számára. Ha pedig szakszerűen akarunk jellemzést adni, nagy segítségünkre van a grafológia.

Kulcsszavak: szükségletek, önismeret, önmegvalósítás, grafológia

“Az embernek harmóniában kell élnie önmagának természetével. Ehhez előbb meg kell ismernie önmagát, majd a felismert igazságokhoz kell igazítania az életét.”

(C.G. Jung)

Az ember hosszú földi élete során minden módot, eszközt és lehetőséget megragad annak érdekében, hogy a benne rejlő ösztönkésztetéseket, adottságokat, képességeket kifejezésre juttassa, önmagát valamilyen módon megvalósítsa, a

környezetében élők szeretetét, elismerését megkapja és azt viszonzja.

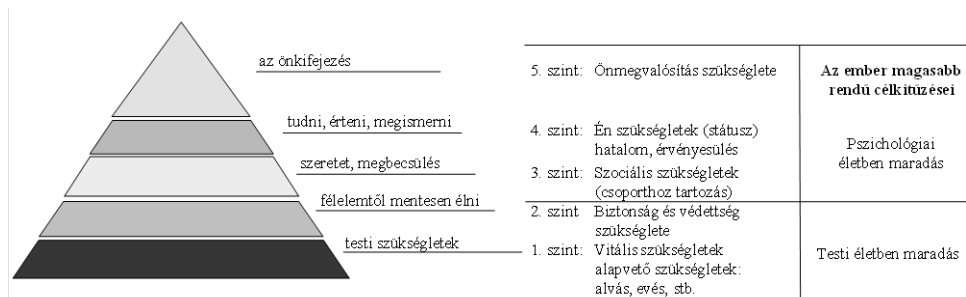
C.Rogers – a humanisztikus pszichológiai irányzat képviselője szerint –: „Az ember veleszületett tendenciával rendelkezik a személyes fejlődésre, az éretté válásra és a pozitív változásra ... az emberi szervezet alapvető motiváló ereje az önmegvalósítás – egy késztetés a szervezet minden potenciális képességének kiteljesítésére.” [8] [13]

Mivel az ember alapvetően szabadnak született eldöntheti, hogy TELJESEBBÉ válása, élete, önmegvalósítása piramisára meddig, hogyan és milyen kitérőkkel akar feljutni.

A. Maslow – aki C. Rogershez hasonlóan a humanisztikus pszichológiai irányzatot képviselte – felállította az ember szükséglethierarchia piramisát. [8]

Ezt láthatjuk az **1. ábrában**.

Képletesen: A személyiség (lásd: Alapfogalmak) dönthet úgy, hogy a piramis alsó szintjén maradva, testi örömeknek hódolva, a napi túlélésre berendezkedve él, vagy nagyobbat álmódva – megismerve önmagát – elindul felfelé.



1. ábra A. Maslow: Szükséglet hierarchia piramis

Nem könnyű feladat, különösen a mai rohanó, feszültségekkel és létbizonytalansággal teli pénzcentrikus világunkban, ahol az önmegvalósítás magasabb szintjeinek eléréséhez szükséges családi és társadalmi feltételek nem mindig biztosítottak. Azokban a családokban, ahol a vitális, alapvető testi szükségletek – 1. szint – kielégítése is nehézségekbe ütközik, a felső szint elérhetetlennek tűnik.

A káros stressz – distressz – okozta adaptációs betegségek a lakosság széles rétegeit érintik, közülük a fiatalokat is ... évről-évre szinte megduplázódik a hiperaktív, magatartási zavaroktól szenvedő, szorongásos tünetekkel, tanulási nehézségekkel küzdő gyermekek száma, nem beszélve a különböző drogok önpusztító, személyiségromboló hatásairól.

A félelem, a depressziós és szorongásos tünetek hátterében igen gyakran önértékelési zavarok, és a külső körülmények okozta önmegvalósítási akadályok húzódnak meg (munkanélküliség, létbizonytalanság, kiszolgáltatottság, stb.). Ha nincs módunk a bennünk lévő kincseinkből másoknak adni, ha hosszú távon betegséghez vezet.

„Ami bennünk van, az kielést követel ... Az a legnagyobb művészet, hogy vitalitásunkat a Természettől megszabott módon és tempóban éljük.” – írja Selye János [10]

Mentális,- érzelmi,- testi tüneteink nem az ellenségeink, hanem belső-énünk üzenetei, életünk főútvonala irányába terelgető jelzőtábláink.

Konfliktusaink, megpróbáltatásaink mind-mind arra szólítanak fel, hogy mozduljunk ki a holtpontról, szabaduljunk meg félelmeinktől és ismerjük meg a bennünk szunnyadó értékeket, képességeket, melyekkel önmagunkat és a világot is szebbé és boldogabbá varázsolhatjuk.

Gyakran tesszük fel azt a kérdést: Merre menjek? Mit csináljak? Miért vagyok beteg? Hogyan oldjam meg a problémáimat és konfliktusaimat?

Külső segítségért kiáltunk, miközben a megoldókulcs bennünk van: *„Ismerd meg önmagad, és tudni fogod a sorsodat.”* – szól a delphoi jósdá felirata.

„Aki tisztában van képességeivel, gyengéivel – vagy önmagával – az megfelelő én-erővel, belső stabilitással bírva könnyebben eligazodik a világban, az képes az igényei és kínálkozó lehetőségei közötti összhangot megteremteni, reális célokat kitűzni, önfejlődésének irányt adni ... Az önismeret sokféle módon érhető el és ezek mindegyik megnövekedett belső harmóniához vezet.” Csíkszentmihályi Mihály [9]

Az önismereti módszerek széles skálája áll rendelkezésünkre az elinduláshoz. A vonatkozó két legismertebb tudományterület ebben a pszichológia és a grafológia, melyek

párhuzamos és intenzív fejlődése az 1800-as évek közepétől indult el.

A pszichológia kezdetben fiziológiai irányt vett, sokáig a pszichológiai kísérleteket természettudósok végezték. Később a pszichológián belül igen erőteljes differenciálódás indult be, amely még ma is tart.

A grafológiának (lásd: *Alapfogalmak*), mint önismereti tudománynak az alapjait J.H. MICHON abbé rakta le. Maga a grafológia elnevezés is tőle származik. 1875-ben megjelent könyvében és későbbi munkáiban – „A grafológia rendszere” című művében – részletesen foglalkozik a kézírás (lásd: *Alapfogalmak*) neuro-fiziológiai és pszichológiai összefüggéseivel, azt írja: „A lélek az, amely közvetlenül ír és beszél.” Rendszere személyiségközpontú, az embert kézírásán keresztül, EGÉSZ-ben, – mentális, é érzelmi, - testi dimenziókban – komplex módon vizsgálja.

J.H. Michon sok tekintetben több mint 50 évvel megelőzte korát – lerakta a pszichoanalízis alapjait. 60 évvel Michon abbé halála után a neuro-fiziológiai és pszichológiai kutatások bebizonyították, az írás valóban „agyírás”, a grafológia önálló tudomány.

Ma a grafológia és a pszichológia tudománya egymást kiegészítő, megerősítő önismereti módszerként működik. A hazai és külföldi szakemberek közül sokan dolgoznak egyszerre mindkét területen.

Tekintettel arra, hogy a lélek titkainak és csodáinak feltárása, az ember megismerése nem könnyű feladat, ez indokolt szükségszerűség.

Minden emberismereti tudománynak, így a grafológiának és pszichológiának is vannak

gyenge láncszemei, mégpedig vizsgálatuk tárgyának bonyolultsága, vagyis maga az EGÉSZ ember, annak egyszeri, megismételhetetlen, semmihez nem hasonlítható létezése.

Az ember földi és kozmikus, háromdimenziós létezésével, mindazokkal a külső és belső tényezőkkel, körülményekkel, melyek hatással vannak a személyiség fejlődésére, változásaira, **teljes egészében** soha nem ismerhető meg.

Ezt a bonyolultságot szemlélteti a **2. ábra**.

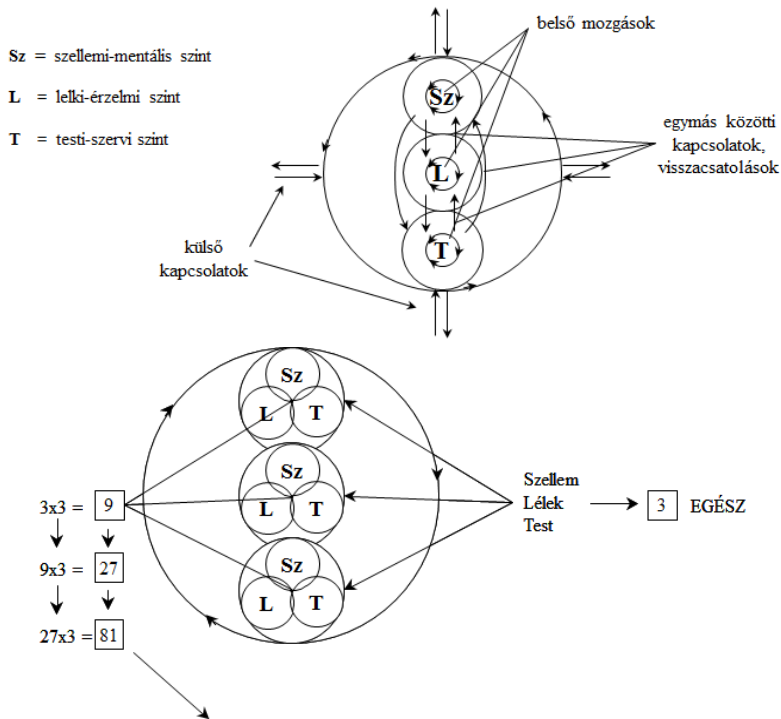
A három dimenzió mindegyikében mindig ott van a másik kettő is egymástól elválaszthatatlanul!

A mentális, - érzelmi, - testi „mozgások” és összefüggések variációs lehetőségei végtelenek.

Az ember egyedisége, lelkének, testének bonyolultsága, - a személyiség sokoldalúsága komplex- és rugalmas megközelítést igényel.

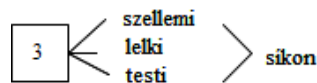
A személyiségelemzés a szakembertől lelkiismeretes, felelősségteljes, alapos, precíz és kitartó munkát követel. Analizáló- és szintetizáló képességet, holisztikus gondolkodás- és szemléletmódot, intuíciót, beleérző- és együttérző képességet – empátiát –, a vizsgált egyén feltétel nélküli elfogadását, szeretetét és segíteni akarást, és nem utolsó sorban a különböző önismereti módszerek, emberismereti tudományok összehangolt alkalmazását és kontrollját. Mindezek együtt biztosítékai a sikeres személyiségfejlesztésnek. [5], [6]

Ilyen komplex elemzési rendszer lehet: a különböző pszichológiai tesztek, az írás- és rajzelemzés, a műszeres vizsgálatok együttese.

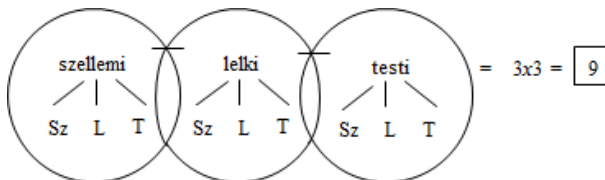


VARIÁCIÓS SZINTEK

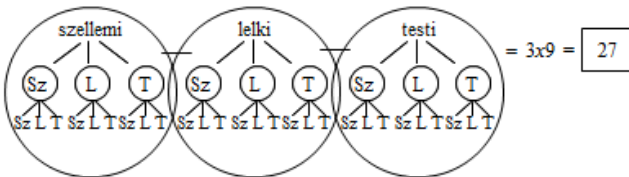
a) alap:



b)



c)



d)

$3 \times 27 = \boxed{81}$ és így tovább

2. ábra A személyiségelemzés dimenziói

Az ember mentális-érzelmi-testi hármassága, összetettsége a többlépcsős mélyelemzés tükrében

Az alábbi példa ezt szemlélteti, és arra hívja fel a figyelmet, hogy már gyermekkorban érdemes az önismerettel foglalkozni.

Esetleírás: „Jó kőműves lesz belőled fiam.” (Részlet Márffy Anna: „Benned is ott van.” című most készülő könyvéből.

Levente 15 éves, az általános iskola 8. osztályos tanulójaként matematikából és még énekből is bukásra áll. Levente okos, értelmes, jó kezűgyességű, érzékeny művészlélek, akinek súlyos magatartási problémái miatt állandó konfliktusai vannak otthon és az iskolában is. Lázadó viselkedésével próbálja felhívni a környezetében élők figyelmét belső értékeire, tehetségére. Kétségbeesetten kiált segítségért, támogatásért, elismerésért immár jó pár éve.

Levente édesapja az építőiparban dolgozott, ezért úgy gondolta, hogy fiának is jó lesz a kőműves szakma.

A mellékelt **rajzok** önmagukért beszélnek: Levente óriási szabadságvágyáról, alkotó fantáziájáról, feszültségeiről, a korlátokat ledönteni próbáló individualisztikus, kreatív szárnyalásairól, és jelenlegi – számára kilátástalannak tűnő – helyzetének, problémáinak visszatükröződéséről.

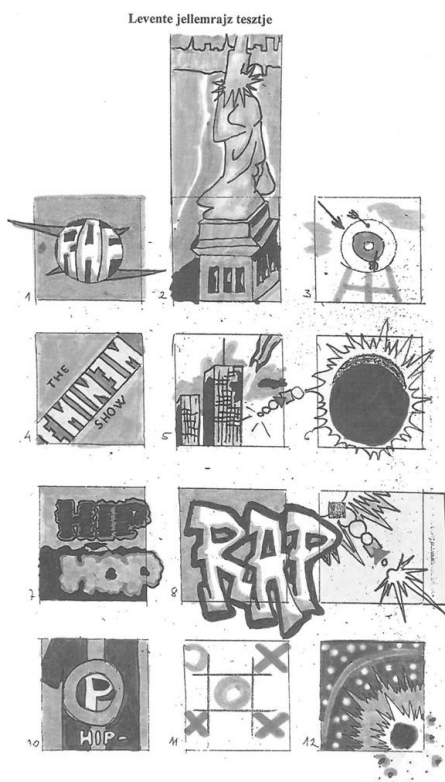
Levente **Fa-rajz tesztje** a mellett, hogy megmutatja intellektuális képességeit, adottságait, sokoldalúságát, önmaga stabilitását, vágyait, rávilágít átélte lelki traumáinak tudat alatt megtalálható nyomaira is (lásd: **nyírfa levágott ágait** a 2. fa rajzon): Levente – évekkor korábban – egy súlyos közlekedési baleset áldozata lett. Hosszú ideig feküdt kórházban, intenzív osztályon.

Milyen okulni való tanulságokat hordoz ennek a 15 éves kamasz fiúnak a története?

Levente képességeinek időben való felismerésével, személyiségének és temperamentumának megfelelő, differenciált kezelésével, rajztehetségének elismerésével és

fejlesztésével, bal agyféltekéjének, figyelemkoncentrációjának – már az iskolai évek elejétől – történő erősítésével megelőzhetőek lehetnek volna a környezetében élőkkel való súlyos konfliktusai, lelki problémái, motivációs,- és pályaválasztási nehézségei.

Szomorú tények ezek! Mindenki Leventét akarta „kezelésbe” venni, holott a háttérben éppen az ítéletet alkotó felnőttek, szülők, pedagógusok és az a fajta oktatási,- és nevelési rendszer a „ludas”, amely az Ő esetében is hibás döntéseket hozott információ, empátia és emberismeret hiányában.



Levente fa-rajz tesztje 1.



Levente fa-rajz tesztje 2.



Levente írásmintái

1848. március 13. Bécsi forradalom ->
a felkelésben elfogadják a határokat
közvetlenül
↓
Kossuth elviseli a kímályné a
toronykastély

kilenced: jelleme, piaci, a föld
kivételről
kapcsolat: ha van egy elvétel
néhány adó kell adó
örök: a földön nem adó
néhány adó kell adó
bármely: földön van, a
kivétel: a földön van, a földön
kivétel: a földön van, a földön
kivétel: a földön van, a földön

Széchenyi György: a földön van, a földön
a földön van, a földön
a földön van, a földön
a földön van, a földön
a földön van, a földön
a földön van, a földön
a földön van, a földön
a földön van, a földön

Levente írásváltozásai is jól szemléltetik, az idő múlásával a fiú egyre emelkedő feszültség szintjét, belső lelki viharait.

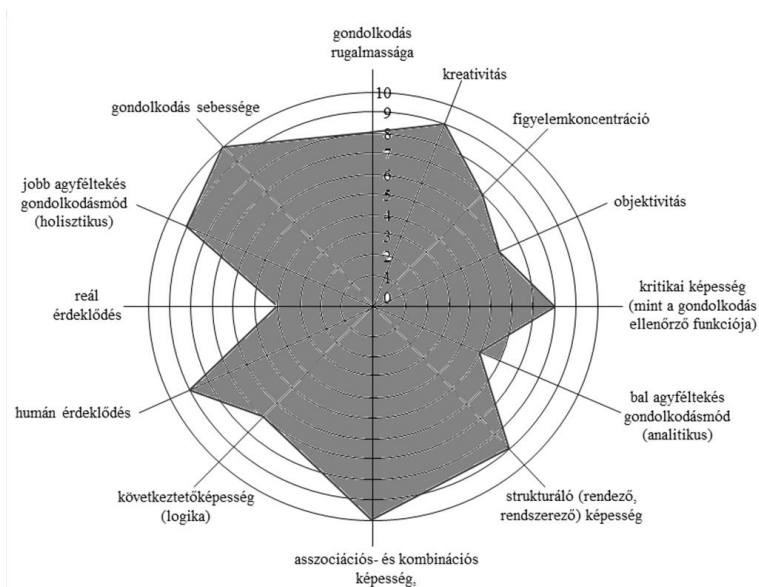
A személyiség mentális,- érzelmi jellemzői, képességei, problémái a kézírásból és rajzokból megállapíthatóak.

A grafológusnak az íráselemzés egész folyamatában látnia kell az írás makro- és mikroelemeinek összefüggéseit, elválaszthatatlanságukat, hiszen ahogy az írás egészében, úgy egyetlen betűben is ott van az ember mindhárom létezési szintjén.

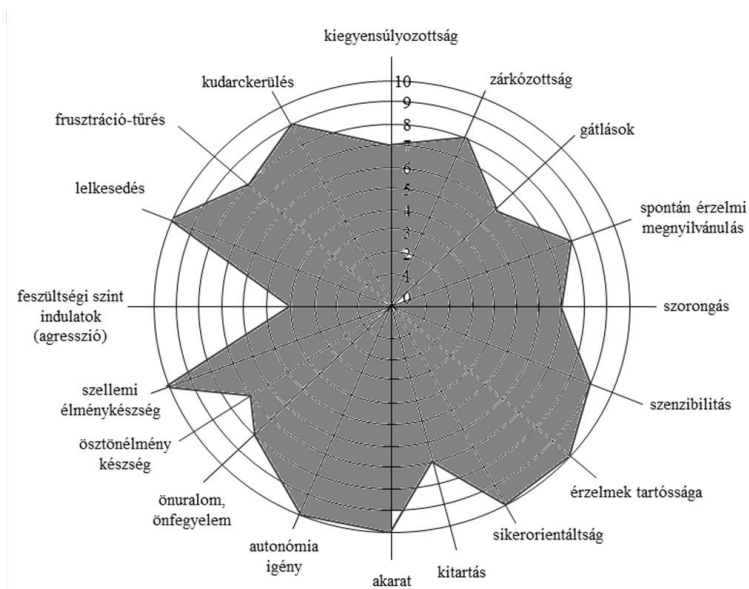
Az íráselemzésben több száz – akár ezer – grafológiai jel értelmezésének többszörös analiziséből és szintéziséből áll össze a **teljes személyiségkép diagramok és szöveges értékelések formájában.**

Néhány képesség, tulajdonság – a sok közül –, melyet vizsgál és értékel a grafológia. Ezt szemléltetik a következő diagramok.

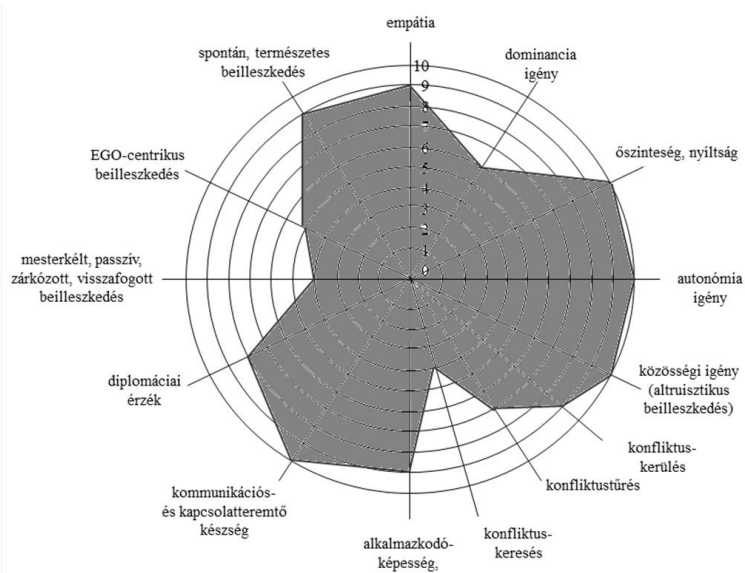
MENTÁLIS KÉPESSÉGEK DIAGRAM



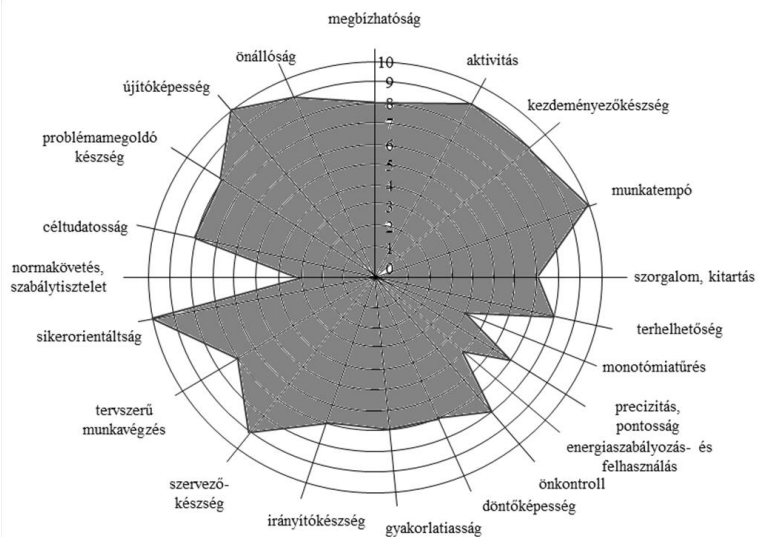
ÉRZELMI DIAGRAM



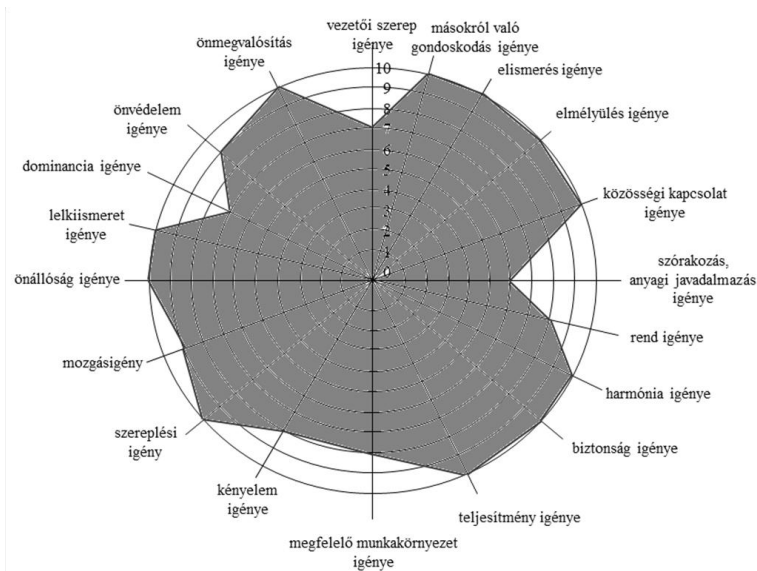
SZOCIABILITÁS KAPCSOLATTARTÁSI- ÉS TEREMTÉSI DIAGRAM



MUNKATEVÉKENYSÉG DIAGRAM



MOTIVÁCIÓS DIAGRAM



A grafológia megbízható önismereti tudomány.

Az íráselemzés módszeregyüttese nagy segítség az önmeghatározásban, az egészséges önszabályozás támogatásában, annak felismerésében, hogy az ember önmegvalósításának, motiváló erejének, személyes kontrolljának a forrása nem más, mint önmaga, mert:

„A motiváció belülről az egyénből fakad, azt nem lehet létrehozni, hanem felszínre kell hozni.” [11]

A Szolnoki Főiskolán 2013. év őszén indult pályázati és képzési programok keretében több mint száz diák vett részt önismeretfejlesztésben és a grafológia tudományának megismerésében.

Milyen területeken adott valami pluszt a hallgatók számára a grafológia?

A mélyebb önismereten át támogatta a fiatalok sikerebb önmegvalósítását, azon belül is:

- önfogadást,
- önbizalom megerősödését,
- mentális-érzelmi egyensúly stabilizálódását,
- társas kapcsolatokat erősödését,
- hatékonyabb konfliktuskezelést,
- rugalmasabb problémamegoldást,
- képességek, adottságok feltérképezését,
- pályaaorientációt,
- képességeiknek, adottságaiknak megfelelő tanulási módszerek kiválasztását,
- motivációt,
- annak felismerését, hogy: *Minden embernek szüksége van valamilyen célra az életben, amit tiszteletben tart és büszke hogy dolgozik érte, mert csak így maradhat egészséges ... A pénz például sohasem lehet végső cél, önmagában nincs értéke, csak eszközkül szolgálhat egy olyan végcél eléréséhez, amely*

önmagában értékes számunkra ... A kiegyensúlyozott boldog emberekben ez a cél szinte kivétel nélkül mindig az önkifejezés, és a többiek jóindulatának és nagyrabecsülésének megszerzése iránti vágy.” [10]

A tanulmányban található képek és ábrák színes, eredeti változata megtalálható a folyóirat szerkesztőségében.

ALAPFOGALMAK

1. Személyiség

„Az egyes emberi lény teljes szellemi struktúrája, fejlődése bármely adott fokán. Felöleli az emberi jellem minden összetevőjét: az intellektust, a temperamentumot, a készségeket, az erkölcsiséget, és minden olyan attitűdöt, amely benne élete során kiépült.” [3] (Narren H.C. – Carmichael)

„Az egyénnek biológiai és társadalmi adottságai, az ezek kölcsönhatása által determinált és széles skálában kibontakozó tulajdonságai alkotják az egyénre jellemző alkati és funkcionális dinamikus egységét,

amelyet személyiségnek nevezünk. Elemeire bontva: az egyén kognitív, affektív, motivációs – akarti, fiziológiai és morfológiai adottságainak dinamikus struktúrája, szervezett egység ...” [12]

2. Kézírás

„Írott beszéd, papíron rögzített mozgás, agytevékenység, a bennünk lévő ösztönerők, késztetések által keltett iazomfeszültségeknek az emberi tudat által felülbírált képi megjelenítése – tudatos- és tudattalan folyamatok tükre – a személyiség lenyomata.” [1], [2],[3]

3. Grafológia

Az íráselemzés tudománya (grafo = írás (elemzés) – logosz = tudomány)

„Az a tudomány, amely az ember kézírása segítségével kutatja a papíron rögzített mozgást, és a mozgást létrehozó ember jelleme, ismeretei, állapota és vágyai, azaz személyisége közötti összefüggéseket.” [1], [2],[3]

A grafológia személyiségfeltáró- és alkalmasságot vizsgáló módszer.

IRODALOMJEGYZÉK

- [1] Agárdi Tamás – Szidnai László (SZERK). (1998): A grafológia kézikönyve. Kiadó: Grafológiai Intézet. Budapest
- [2] Agárdi Tamás – Gulyás Jenő István (szerk.) (1985): A mai magyar grafológia. Kiadó: Grafológiai Intézet. Budapest
- [3] F. Visnyei Irma – Gulyás Jenő István – Katona Ágnes – V. Vékony Györgyi (2000 és 2001): A grafológia alaptankönyve. 1. és 2. kötet. Kiadó: Grafodidakt Grafológusképző és Személyiségfejlesztő Központ. Budapest
- [4] Márfy Anna (2002): Miről árulkodnak az oválok? Grafodidakt Magazin. 2002. 3. évf. 4. szám
- [5] Márfy Anna (2002/6): Indokolt-e? Kontrollmódszerek alkalmazása a grafológiában és a pszichológiában. Grafológia. VIII. évf. (85.)
- [6] Márfy Anna (2002): A túlzott analízis veszélyei. Hol a valódi grafológiai sztenderd? Nemzetközi Grafológiai Szemle. X. évf. 1. szám
- [7] C.G. Jung (1999): Beszélgetések és interjúk. Kossuth Könyvkiadó. Budapest
- [8] Rita L. Atkinson – Richard C. Atkinson – Edward E. Smith – Daryl J. Bern (1995): Pszichológia. Osiris Századvég Kiadó. Budapest
- [9] Csíkszentmihályi Mihály (2001): FLOW. Az áramlat. Akadémiai Kiadó. Budapest

- [10] Selye János (1976. és 1969): Stressz distressz nélkül és Az életünk és a stressz. Akadémiai Kiadó. Budapest
- [11] Harold F.O. Neil, JR. Michael Drillings (szerk.) (1999): Motiváció. Elmélet és kutatás. Vince Kiadó Kft. Budapest
- [12] Juhász Pál – Pethő Bertalan (1983): Általános pszichiátria 1. Pszichopatológia. Medicina Könyvkiadó.Budapest
- [13] Tringer László (1992): A gyógyító beszélgetés. Kiadó: Semmelweis Orvostudományi Egyetem Képzéskutató, Oktatástechnológiai és Dokumentációs Központ. Budapest

Szerzőink

Dr. Ásványi Katalin PhD
egyetemi adjunktus
Budapesti Corvinus Egyetem
katalin.asvanyi@uni-corvinus.hu

Bakos Róbertné
mestertanár
Szolnoki Főiskola
bakosne@szolf.hu

Dr. Bálint Sándor
nyugdíjazott főiskolai tanár
Nemzetvédelmi Egyetem

Balog Margit
mestertanár
Szolnoki Főiskola

Dr. Barczy Attila PhD
egyetemi docens
Szent István Egyetem
Mezőgazdaság- és Környezettudományi Kar
Barczy.Attila@mkk.szie.hu

Dr. Barta Árpád CSc
főiskolai tanár
Szolnoki Főiskola

Bugyi Szimonetta
főiskolai hallgató
Szolnoki Főiskola

Dr. Czifra György PhD
főiskolai docens, tanszékvezető
Szolnoki Főiskola
czifragy@szolf.hu

Darai Dalma
főiskolai hallgató
Szolnoki Főiskola

Dr. David West PhD
county extension coordinator
ACES, Alabama A&M and Auburn
Universities
westdah@aces.edu

dr. Dudás Péter
főiskolai docens
Szolnoki Főiskola
dudasp@szolf.hu

Elek Nóra Ilona
egyetemi tanársegéd, doktorandusz
DE-GTK
elek.nora@econ.unideb.hu

Dr. Földi Kata
főiskolai docens
Szolnoki Főiskola
foldik@szolf.hu

Dr. Gáspár Andrea
főiskolai adjunktus
Szolnoki Főiskola
gaspara@szolf.hu

Dr. Harrach Tamás PhD
ny. egyetemi tanár
Justus-Liebig-Universität
Institut für Bodenkunde und Bodenerhaltung
Tamas.Harrach@agrar.uni-giessen.de

Dr. Herbály Katalin PhD
főiskolai tanár
Szolnoki Főiskola
herbaly@szolf.hu

Dr. Huff Endre Béla
főiskolai docens
Szolnoki Főiskola
huffe@szolf.hu

Jakopánecz Eszter
PhD hallgató
Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar
Gazdálkodástani Doktori Iskola
jakopaneczest@gmail.com

Dr. Kacsirek László
főiskolai tanár
Szolnoki Főiskola
egyetemi docens
Budapesti Corvinus Egyetem

Dr. Kóródi Márta
tanszékvezető
főiskolai tanár
Szolnoki főiskola
korodi@szolf.hu

Doc. Ing. Ladislav Morovič PhD
Slovak University of Technology in Bratislava
Faculty of Materials Science and Technology
in Trnava

Dr. Lakatos Vilmos CSc
Tanszékvezető főiskolai tanár,
lakatosv@szolf.hu

Dr. László Éva PhD
főiskolai tanár
Szolnoki Főiskola
laszloe@szolf.hu

Madaras Lászlóné Dr. PhD
főiskolai tanár
Szolnoki Főiskola
madaraslne@szolf.hu

Márfy Anna
grafológus-írasszakértő
marfy.anna@gmail.com

Marjainé Dr. Szerényi Zsuzsanna PhD
egyetemi docens, tanszékvezető
Budapesti Corvinus Egyetem
zsuzsanna.szerenyi@uni-corvinus.hu

Dr. Máté Zoltán PhD
tanszékvezető
főiskolai docens
Szolnoki Főiskola
mate@szolf.hu

Dr. Igor Molchanov
professzor
Társadalomgazdaságtan Tanszék
Lomonoszov Állami Egyetem
Moszkva

Dr. Natalya Petrovna Molchanova
tanszékvezető
Razumovszky Állami Műszaki Egyetem
Moszkva

Dr. Molnár Edina PhD
főiskolai docens
Szolnoki Főiskola

Mondok Anita
PhD hallgató
Főiskolai adjunktus
Szolnoki Főiskola
mondoka@szolf.hu

Dr. Nagy Valéria PhD
főiskolai docens
Szegedi Tudományegyetem,
Mérnöki Kar, Műszaki Intézet
valinagy78@mk.u-szeged.hu

Nagyné Dr. Csák Éva PhD
főiskolai docen
Szolnoki Főiskola
csak@szolf.hu

Dr. Neulinger Ágnes
egyetemi docens
Budapesti Corvinus Egyetem
ISP Nemzetközi Tanulmányi Programok
vezetője

Nyúzó Róbert
főiskolai hallgató
műszaki menedzser
Szolnoki Főiskola

Oláh Béla
főiskolai tanársegéd
Szolnoki Főiskola
olahb@szolf.hu

Dr. Peter Szabó PhD
Slovak University of Technology in Bratislava
Faculty of Materials Science and Technology
in Trnava
peter.szabo@stuba.sk

Dr. Pólya Éva PhD
főiskolai docens
Szolnoki Főiskola
polyae@szolf.hu

Rimóczi László
szakoktató
Szolnoki Főiskola
rimoczil@szolf.hu

Sájer István
főiskolai adjunktus
Szolnoki Főiskola
sajer@szolf.hu

Savella Orsolya
főiskolai tanársegéd
Szolnoki Főiskola
savellao@szolf.hu

Simon Szandra
főiskolai hallgató
Szolnoki Főiskola

Subecz Zoltán
Főiskolai tanársegéd
Szolnoki Főiskola
subecz@szolf.hu

Szabó Andrea
assistant lecturer
international macroeconomics
University of Debrecen Faculty of Economics
andrea.szabo@econ.unideb.hu

Dr. Szakács Attila PhD
Főiskolai docens
Szolnoki Főiskola
szakacsa@szolf.hu

Dr. Szakács Zsolt PhD
Főiskolai adjunktus
Szolnoki Főiskola
szakacszs@szolf.hu

Dr. Szűcs Róbert Sándor PhD
főiskolai docens
Szolnoki Főiskola
szucsrobert@szolf.hu

Dr. Törőcsik Mária CSc
egyetemi tanár
Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar
Gazdálkodástudományi Intézet
torocsik@ktk.pte.hu

Dr. Túróczi Imre PhD
rektor, főiskolai tanár
Szolnoki Főiskola
turoczi@szolf.hu

Vincze Béla
főiskolai hallgató
Szolnoki Főiskola

Dr. Nina Aleksandra Voskolovich
professzor
Társadalomgazdaságtan Tanszék
Lomonoszov Állami Egyetem
Moszkva

Dr. Zsóka Ágnes PhD
egyetemi docens
BCE Környezetgazdaságtani és Technológiai
Tanszék
agnes.zsoka@uni-corvinus.hu