



# KONFERENCIAKÖTET

## Conference Proceedings

**Nemzetközi tudományos konferencia  
a Magyar Tudomány Ünnepe alkalmából**  
International Scientific Conference  
on the Occasion of the Hungarian Science Festival

**Sopron, 2022. november 3.**  
3 November 2022, Sopron

**TÁRSADALOM – GAZDASÁG – TERMÉSZET:  
SZINERGIÁK A FENNTARTHATÓ FEJLŐDÉSSEN**

SOCIETY – ECONOMY – NATURE: SYNERGIES IN SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Szerkesztők / Editors:

OBÁDOVICS Csilla, RESPERGER Richárd, SZÉLES Zsuzsanna, TÓTH Balázs István

**Nemzetközi tudományos konferencia a Magyar Tudomány Ünnepe alkalmából**  
International Scientific Conference on the Occasion of the Hungarian Science Festival

Sopron, 2022. november 3. / 3 November 2022, Sopron

**TÁRSADALOM – GAZDASÁG – TERMÉSZET:  
SZINERGIÁK A FENNTARTHATÓ FEJLŐDÉSSEN**  
SOCIETY – ECONOMY – NATURE:  
SYNERGIES IN SUSTAINABLE DEVELOPMENT

**KONFERENCIAKÖTET**  
Conference Proceedings

LEKTORÁLT TANULMÁNYOK / PEER-REVIEWED STUDIES

Szerkesztők / Editors:

**OBÁDOVICS Csilla, RESPERGER Richárd, SZÉLES Zsuzsanna, TÓTH Balázs István**



**SOPRONI EGYETEM KIADÓ**

UNIVERSITY OF SOPRON PRESS

**SOPRON, 2023**

**Nemzetközi tudományos konferencia a Magyar Tudomány Ünnepe alkalmából**  
International Scientific Conference on the Occasion of the Hungarian Science Festival

Sopron, 2022. november 3. / 3 November 2022, Sopron



**Felelős kiadó / Executive Publisher: Prof. Dr. FÁBIÁN Attila,**  
**a Soproni Egyetem rektora / Rector of the University of Sopron**

**Szerkesztők / Editors:**

Prof. Dr. OBÁDOVICS Csilla, Dr. RESPERGER Richárd, Prof. Dr. SZÉLES Zsuzsanna,  
Dr. habil. TÓTH Balázs István

**Lektorok / Reviewers:**

Dr. habil. BARANYI Aranka, Dr. BARTÓK István, Dr. BEDNÁRIK Éva,  
BAZSÓNÉ dr. BERTALAN Laura, Dr. CZIRÁKI Gábor, Dr. FARAGÓ Beatrix,  
Dr. HOSCHEK Mónika, Dr. habil. JANKÓ Ferenc, Dr. habil. KOLOSZÁR László,  
Dr. KÓPHÁZI Andrea, Prof. Dr. KULCSÁR László, Dr. NEDELKA Erzsébet, Dr. NÉMETH Nikoletta,  
Prof. Dr. OBÁDOVICS Csilla, Dr. habil. PAÁR Dávid, Dr. PALANCSA Attila,  
Dr. habil. PAPP-VÁRY Árpád, PAPPNÉ dr. VANCSÓ Judit, Dr. habil. PATAKI László,  
Dr. PIRGER Tamás, Dr. RESPERGER Richárd, Dr. habil. SZABÓ Zoltán,  
Prof. Dr. SZÉLES Zsuzsanna, Dr. SZÓKA Károly, Dr. TAKÁTS Alexandra,  
Dr. habil. TÓTH Balázs István

Tördelőszerkesztő / Layout Editor: Dr. RESPERGER Richárd  
Segédszerkesztő / Assistant Editor: NEMÉNY Dorka Virág

**ISBN 978-963-334-450-7 (pdf)**

**DOI: [10.35511/978-963-334-450-7](https://doi.org/10.35511/978-963-334-450-7)**

Creative Commons licenc: BY-NC-SA 2.5



Nevezd meg! Ne add el! Így add tovább! 2.5 Hungary  
Attribution – Non commercial – Share Alike 2.5 HUNGARY

## SZERVEZŐK

Soproni Egyetem Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar (SOE LKK),  
A Soproni Felsőoktatásért Alapítvány

**A konferencia elnöke:** Prof. Dr. Széles Zsuzsanna egyetemi tanár, dékán (SOE LKK)

### **Tudományos Bizottság:**

- elnök: Prof. Dr. OBÁDOVICS Csilla PhD egyetemi tanár, Doktori Iskola-vezető (SOE LKK)
- társelnök: Dr. habil. TÓTH Balázs István PhD egyetemi docens, igazgató (SOE LKK)
- tagok: Prof. Dr. FÁBIÁN Attila PhD egyetemi tanár (SOE LKK), rektor (SOE)
- Prof. Dr. SZÉKELY Csaba DSc professor emeritus (SOE LKK)
- Prof. Dr. KULCSÁR László CSc professor emeritus (SOE LKK)
- Prof. Dr. SZALAY László DSc egyetemi tanár (SOE LKK)
- Prof. Dr. Clemens JÄGER PhD egyetemi tanár, dékán (FOM)
- Prof. Dr. Alfreda ŠAPKAUSKIENĚ PhD egyetemi tanár (VU FEBA)
- Dr. habil. POGÁTSZA Zoltán PhD egyetemi docens (SOE LKK)
- Dr. habil. PAPP-VÁRY Árpád Ferenc PhD tudományos főmunkatárs (SOE LKK)
- Dr. Rudolf KUCHARČÍK PhD egyetemi docens, dékán (EUBA FIR)

### **Szervező Bizottság:**

- elnök: Dr. RESPERGER Richárd PhD adjunktus (SOE LKK)
- tagok: Dr. NEDELKA Erzsébet PhD egyetemi docens, dékánhelyettes (SOE LKK)
- Dr. KERESZTES Gábor PhD egyetemi docens, dékánhelyettes (SOE LKK)
- Dr. habil. Eva JANČÍKOVÁ PhD egyetemi docens (EUBA FIR)
- Dr. habil. KOLOSZÁR László PhD egyetemi docens, intézetigazgató (SOE LKK)
- Dr. HOSCHEK Mónika PhD egyetemi docens, intézetigazgató (SOE LKK)
- PAPPNÉ dr. VANCSÓ Judit PhD egyetemi docens, intézetigazgató (SOE LKK)
- Dr. SZÓKA Károly PhD egyetemi docens (SOE LKK)
- titkár: NEMÉNY Dorka Virág kutatási asszisztens (SOE LKK)



## ORGANIZERS

University of Sopron Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics (SOE LKK),  
For the Higher Education at Sopron Foundation

**Conference Chairperson:** Prof. Dr. SZÉLES Zsuzsanna PhD Professor, Dean (SOE LKK)

### Scientific Committee:

Chair: Prof. Dr. Csilla OBÁDOVICS PhD Professor, Head of Doctoral School (SOE LKK)

Co-Chair: Dr. habil. Balázs István TÓTH PhD Associate Professor, Director (SOE LKK)

Members: Prof. Dr. Attila FÁBIÁN PhD Professor (SOE LKK), Rector (SOE)

Prof. Dr. Csaba SZÉKELY DSc Professor Emeritus (SOE LKK)

Prof. Dr. László KULCSÁR CSc Professor Emeritus (SOE LKK)

Prof. Dr. László SZALAY DSc Professor (SOE LKK)

Prof. Dr. Clemens JÄGER PhD Professor, Dean (FOM)

Prof. Dr. Alfreda ŠAPKAUSKIENĖ PhD Professor (VU FEBA)

Dr. habil. Zoltán POGÁTSA PhD Associate Professor (SOE LKK)

Dr. habil. Árpád Ferenc PAPP-VÁRY PhD Senior Research Fellow (SOE LKK)

Dr. Rudolf KUCHARČÍK PhD Associate Professor, Dean (EUBA FIR)

### Organizing Committee:

Chair: Dr. Richárd RESPERGER PhD Assistant Professor (SOE LKK)

Members: Dr. Erzsébet NEDELKA PhD Associate Professor, Vice Dean (SOE LKK)

Dr. Gábor KERESZTES PhD Associate Professor, Vice Dean (SOE LKK)

Dr. habil. Eva JANČÍKOVÁ PhD Associate Professor (EUBA FIR)

Dr. habil. László KOLOSZÁR PhD Associate Professor, Director of Institute (SOE LKK)

Dr. Mónika HOSCHEK PhD Associate Professor, Director of Institute (SOE LKK)

Judit PAPPNÉ VANCSÓ PhD Associate Professor, Director of Institute (SOE LKK)

Dr. Károly SZÓKA PhD Associate Professor (SOE LKK)

Secretary: Dorka Virág NEMÉNY Research Assistant (SOE LKK)

## TARTALOMJEGYZÉK / CONTENTS

### **1. szekció (személyes): Fenntartható gazdálkodás és menedzsment, körforgásos gazdaság** Session 1 (personal): Sustainable Economy and Management, Circular Economy

#### **Az ökológiai termelés és termékek piacának változásai a COVID-19 okozta megszorítások alatt**

*Dr. GYARMATI Gábor* ..... 11

#### **Fenntartható fejlődés és körforgásos gazdaság a vállalkozások mindennapi életében**

*Dr. FEKETE-BERZSENYI Hajnalka – Dr. KOZMA Dorottya Edina –*

*Dr. MOLNÁRNÉ dr. BARNA Katalin – Prof. Dr. MOLNÁR Tamás* ..... 26

#### **Fenntarthatóság a divatiparban (?) – Négy divatipari szervezet CSR jelentésének rövid áttekintése, valamint a fenntarthatóságra törekvés fogyasztók általi észlelésének vizsgálata**

*VIZI Noémi* ..... 39

#### **Épített örökségeink fenntarthatósága a volt szovjet laktanyák újrahasznosításának példáján keresztül**

*TEVELY Titanilla Virág* ..... 52

### **2a. szekció (személyes): A fenntartható fejlődés globális és regionális vetületei**

Session 2a (personal): Global and Regional Aspects of Sustainable Development

#### **A migráció mérésének módszertani nehézségei**

*RUFF Tamás* ..... 65

### **2b. szekció (személyes): A fenntartható fejlődés globális és regionális vetületei**

Session 2b (personal): Global and Regional Aspects of Sustainable Development

#### **Munkaérték preferenciák vizsgálata a szállítási ágazatban**

*Dr. BALÁZS László – Dr. KŐKUTI Tamás* ..... 73

### **3. szekció (személyes): Turizmus és marketing, fenntartható turizmus**

Session 3 (personal): Tourism and Marketing, Sustainable Tourism

#### **Studentifikáció Lágymányoson, avagy az újbudai egyetemek hatása a fenntartható turizmusra**

*KISS Bence Álmos – PORHAJAS Gábor László* ..... 85

#### **Book Consumption Literature – Literature Review on the Subject of the Behavior of Book Consumers**

*Miklós LÉGRÁDI – Dr. habil. Zoltán SZABÓ* ..... 96

#### **Szállodaüzemi intézkedések irányvonalai a fenntarthatóság jegyében**

*MARTOS János András* ..... 114

**Sportfogyasztási szempontú elemzés a Sopronban rendezett  
2021-es Női Vízilabda Magyar Kupáról**  
*CSISZÁR Szabolcs János – Dr. habil. PAÁR Dávid* .....126

**4a. szekció (személyes): Pénzügyek, számvitel, fenntartható pénzügyek**  
Session 4a (personal): Finance, Accounting, Sustainable Finance

**A könyvviteli szolgáltatási szakma megítélése. Összehasonlító elemzés  
a 2020. és 2022. évek felmérése alapján**  
*Dr. VERESS Attila – Dr. SIKLÓSI Ágnes – Dr. SISA Krisztina A.* .....136

**A KKV-szektor hitelezési tendenciának értékelése MNB adatok alapján**  
*MÁRKUS Mónika* .....147

**Az ellátási láncok fenntartható pénzügyi adaptációja  
– rövidtávú fizetési kötelezettségek finanszírozása**  
*Dr. CZIRÁKI Gábor – HACKL János* .....158

**ESG közzététel vizsgálata nemzetközi háttérű kereskedelmi bankok esetében  
Magyarországon**  
*SIKLÓSI Veronika* .....172

**4b. szekció (személyes): Pénzügyek, számvitel, fenntartható pénzügyek**  
Session 4b (personal): Finance, Accounting, Sustainable Finance

**A fenntarthatóság és az osztalékpolitika kapcsolata**  
*Dr. KUCSÉBER László Zoltán – Dr. CSOMA Róbert* .....180

**Pénzügyi és öngondoskodási ismeretek a magyar középiskolák  
végzős osztályaiban 2021-ben**  
*KOVÁCS Zoltán – TÖRÖNÉ Prof. Dr. DUNAY Anna* ..... 188

**A cégértékelés módszertani kihívásai**  
*FÁBIÁNNÉ JÁTEKOS Judit Ilona* .....203

**5. szekció (személyes): Sustainable Economy, Management and Development**  
Session 5 (personal): Sustainable Economy, Management and Development  
(session in English)

**The Qualitative Characteristics of Accounting Information: A Literature Review**  
*Asma MECHTA – Prof. Dr. Zsuzsanna SZÉLES – Dr. Ágnes SIKLÓSI* .....219

**Tourism Development in Indonesia - Surakarta City Role Supporting  
National Tourism Planning**  
*Dr. Rizky Arif NUGROHO – Laura BAZSÓNÉ BERTALAN PhD –  
Judit PAPPNÉ VANCSÓ PhD* .....228

**Green Manufacturing Practices Towards Sustainable Development  
in the Ready-Made Garments (RMG) Industry of Bangladesh**  
*Dr. Md. Sadrul Islam SARKER – K. M. Faridul HASAN – Dr. István BARTÓK* .....241

<b>Drivers and Barriers of GSCM Practices Implementation: Literature Review</b> <i>Khouloud CHALLOUF – Dr. Nikoletta NÉMETH</i> .....	252
--	-----

**6. szekció (személyes): Tourism and Marketing, Sustainable Tourism**  
Session 6 (personal): Tourism and Marketing, Sustainable Tourism  
(session in English)

<b>Impact of COVID-19 Pandemic on Tourism Sector in Vietnam</b> <i>Thi Thuy Sinh TRAN – Dr. Nikoletta NÉMETH – Dr. Thai Thuy PHAM – Nhat Anh NGUYEN</i> .....	259
--	-----

<b>Tourism in Troubled Times: the Economic and Social Effects of Short- and Expected Long-Term Changes</b> <i>Dr. habil. Tamás SZEMLÉR</i> .....	276
---	-----

<b>Application Areas of Drones: Exploratory Research from Residential and Corporate Perspectives</b> <i>Bendegúz Richárd NYIKOS – Astrid IONESCU</i> .....	286
---	-----

**7. szekció (online): A fenntartható fejlődés globális és regionális vetületei**  
Session 7 (online): Global and Regional Aspects of Sustainable Development

<b>Németország elektromos személygépjármű exportja az Európai Unió tagállamaival</b> <i>Dr. KONKA Boglárka</i> .....	295
---	-----

<b>Fenntartható design - új megközelítések a terméktervezésben</b> <i>NÁDAS Gergely – Dr. habil. MOLNÁR László</i> .....	307
---	-----

<b>Challenges of the Adaptation Planning – Evolution of the Vulnerability Assessment Methodologies</b> <i>Pál SELMECZI</i> .....	322
---	-----

<b>Szisztematikus irodalmi áttekintés a személygépjárművekbe épülő elektromos hajtáslánc gyártásáról a fenntarthatóság szempontjából</b> <i>Dr. TÓTH Árpád – BEGE András</i> .....	329
---	-----

<b>Németország az európai labdarúgás térképén – jogi és sportföldrajzi megközelítés</b> <i>Dr. ENGELBERTH István – Dr. VIRÁGH Árpád</i> .....	344
--	-----

<b>A körforgásosság mérési lehetőségeinek vizsgálata a szállodaüzemeltetésben</b> <i>KARAKASNÉ Dr. MORVAY Klára</i> .....	360
--	-----

<b>Az állami nyugdíjrendszerek fenntarthatóságának kihívásai</b> <i>SZABÓ Zsolt Mihály</i> .....	377
---	-----

<b>Competencies for Sustainable Development</b> <i>Zsuzsanna NAGYNÉ HALÁSZ</i> .....	391
---	-----

**8. szekció (online): Turizmus és marketing, fenntartható turizmus**  
Session 8 (online): Tourism and Marketing, Sustainable Tourism

**Gyógynövényturizmus és az abban rejlő lehetőségek**  
– Az Észak-Magyarországi kínálati oldal primer vizsgálata  
*PÁSZK Norbert* .....400

**Fiatal külföldi turisták pozitív és negatív tapasztalatai Budapesten**  
*Dr. habil. GROTTE Judit – MAGYAR Tímea* .....408

**Mit ígér Bükfürdő? A városmárka-kommunikáció lehetséges eszközei és csoportosításuk a POE-modell alapján**  
*HORVÁTH Kornélia Zsanett* .....417

**9. szekció (online): Fenntartható gazdálkodás, körforgásos gazdaság**  
Session 9 (online): Sustainable Economy, Circular Economy

**Erdei biomassza lehetőségei és korlátai Magyarország energiabiztonságában**  
*VARGOVICS Máté – Dr. NAGY Dániel* .....433

**A körforgásos gazdaság és a soproni hulladékfeldolgozó stratégiája**  
*KASZA Lajos – Dr. NÉMETH Patrícia* .....444

**10. szekció (online): Sustainable Economy, Management and Development**  
Session 10 (online): Sustainable Economy, Management and Development  
(session in English)

**Comparison of the Density of Physicians and General Practitioners in the Hungarian Csongrád-Csanád Country and in the Territorial Units of Vojvodina for the Period 2002-2020**  
*Dr. Ivana KOCSICSKA* .....453

**The Re-Consideration of Business Diplomacy and Corporate Social Responsibility for International Business in the Post-Covid-19 World**  
*Anh Tuan TRAN* .....463

**Examining the Process of Project Preparation**  
*Attila LEGOZA* .....474

**The Relativity between Sustainable Management and Turnaround Management: Evidences and Suggestions for the Hungarian Agricultural Sector**  
*Zsuzsanna VARGA – Dr. habil. Etelka KATITS – Dr. Éva SZALKA – Dr. Ildikó PALÁNYI – Katinka MAGYARI* .....484

**Developing countries and Sustainability**  
*Arjana KADIU – Dr. habil. Zoltán SZABÓ* .....504

**The Effect of Supply Chain Management in Achieving Sustainability in Supply Chain in Four Seasons Hotel in Syria**  
*Wael ALASFAR* .....519

**The Role of EGTCs and Euroregions in Economic Cooperation Across  
the Hungarian-Romanian Border Between the Period 2007-2020**

*Melinda BENCZI* ..... 531

**11. szekció (online): Poszter szekció**

Session 11 (online): Poster Session

**Procrastination and its Influencet on Retirement Saving Plann**

*Khaliunaa DASHDONDOG* .....540

**Színházi kommunikáció 2.0**

**Hazai kőszínházak jelenléte Facebookon és Instagramon a pandémia első évében**

*Dr. DÉR Cs. Dezső – Dr. habil. PAPP-VÁRY Árpád Ferenc – ZRINYI Ivett* .....554

**A felnőttképzésben résztvevő álláskeresők elhelyezkedési esélyei**

**Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében**

*LE-DAI Barbara* .....575

**Cost Analysis of Sustainable Concrete Production Using Waste Nanoparticles**

*Omar ZINAD – Dr. habil. Csilla CSIHA – Prof. Dr. Alya'a Abas AL-ATTAR* .....585

## **Az ökológiai termelés és termékek piacának változásai a COVID-19 okozta megszorítások alatt<sup>1</sup>**

*Changes in the Market for Organic Production and Products Under the COVID-19 Restrictions*

**Dr. GYARMATI Gábor PhD**

adjunktus (*Assistant Professor*)

Óbudai Egyetem, Keleti Károly Gazdasági Kar (*Óbudai University, Keleti Faculty of Business and Management - Hungary*)

### **Absztrakt**

Az ökológiai mezőgazdaság és az abból származó termékek értékesítése és termőterület nagysága 2020-ig töretlenül fejlődött. A COVID-19 okozta megszorítások azonban itt is éreztették hatásukat, hiszen a területnövekedési trendek Kínában például akár 18%-kal visszaestek, vagy Dél-Amerikában az értékesítési trendhez képest 33%-kal csökkent az ökológiai termékek forgalma. A legutóbbi statisztikákra, kérdőíves kutatásokra támaszkodva tárjuk fel azokat az okokat, amelyek befolyásolták az ökológiai termékek termőterület nagyságának változását és értékesítését. Bár 2020-ban 74,9 millió hektáron, azaz a termőterületek 1,6%-án folyt ökológiai művelés, és a 3,1 millió termelő 106,4 milliárd euró értékben állított elő termékeket 2020-ban már a trendhez képest 9,2%-kal csökkent a termőterület növekedés, míg a trendhez képest világviszonylatban 3,5%-kal nőtt meg az értékesítés. Voltak olyan országok, ahol ennek ellenére relatív visszaesés volt megfigyelhető (Olaszország, Ázsia, Dél-Amerika). Ennek egyik oka, hogy az értékesítés egy része az éttermeken keresztül folyt, amelynek forgalma jelentősen visszaesett. Így hiába jellemzője a fogyasztási indoknak az egészségre törekvés, az értékesítési csatornák beszűkülése összegzésében visszafogta a forgalmat. Más országra ez nem volt jellemző, az ott tapasztalható ökológiai termékforgalom még relatíve is növekedett (Németország, USA, Spanyolország, stb. esetében). A Dél-Amerikára jellemző erős visszaesés háttérében a GDP teljesítmény 2020-as visszaesése áll, amely más országok esetén is belehatott a fogyasztás változásba.

*Kulcsszavak:* ökológiai mezőgazdaság, ökológiai termék, fogyasztói szokások, COVID-19  
*JEL-kódok:* Q13, Q17

### **Abstract**

Organic agriculture and the resulting range of products, in terms of sales and area under cultivation, has grown steadily until 2020. However, the constraints of COVID-19 have had an impact here too, with area growth trends in China, for example, falling by up to 18%, and sales of organic products in South America falling by 33% compared to sales trends. Drawing on recent statistics and questionnaire surveys, we explore the reasons that have influenced changes in the area under organic production and sales. While in 2020, 74.9 million hectares, or 1.6% of the total area under organic production, were under organic cultivation and 3.1 million farmers produced €106.4 billion worth of products, in 2020, the growth in organic area has already decreased by 9.2% compared to the trend, while sales have increased by 3.5% globally compared to the trend. There were some countries where a relative decline was nevertheless observed (Italy, Asia, South America). One reason for this is that part of the sales were channelled through restaurants, whose turnover has fallen significantly. Thus, although health is a characteristic of the consumption pattern, the overall reduction

---

<sup>1</sup> Szeretném kifejezni a Magyar Agrárközgazdászok Egyesülete felé a köszönetemet, akik lehetővé tették, hogy részt vegyek a konferencián és a cikket elkészíthessem.

in sales channels has reduced turnover. This was not the case in other countries, where organic sales even increased in relative terms (Germany, USA, Spain, etc.). The strong decline in South America is due to the fall in GDP performance in 2020, which may have influenced the change in consumption in other countries.

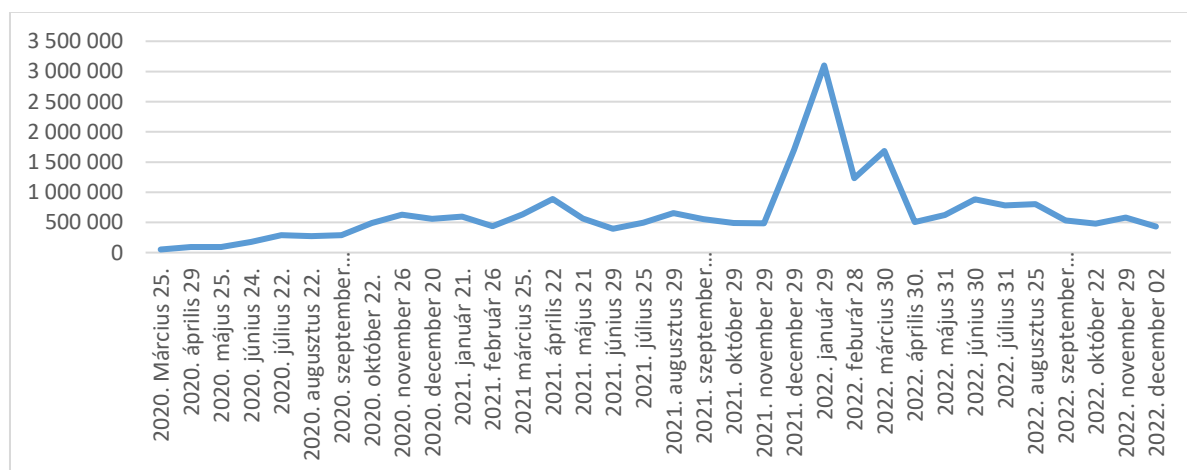
*Keywords:* organic agriculture, organic products, consumer habits, COVID-19  
*JEL Codes:* Q13, Q17

## 1. Bevezetés

A 2008-as gazdaság válságot követően a világ élte megszokott életét. 2019-ben viszont jelentős változások vették kezdetüket. Az első COVID-19 eseteket decemberben fedezték fel Vuhan városában, majd a koronavírus elkezdte intenzív terjeszkedését és december 31-én Kína tájékoztatta a WHO-t a Hubei tartománybeli Vuhanban kitört tüdőgyulladásról (Zheng et al., 2020; Liu et al., 2020). Később sikerült a kórokozót azonosítani (Bai et al., 2020), és az eredetileg 2019-es új koronavírusnak nevezett (2019-nCoV) kórokozót később a vírusok taxonómiájával foglalkozó nemzetközi bizottság hivatalosan átnevezte súlyos légúti szindrómás koronavírus 2-re (SARS- CoV-2) (Lai et al., 2020). A WHO 2020. január 30-án nyilvánította a COVID-19-et okozó SARS- CoV-2 vírus elterjedését nemzetközi aggodalomra okot adó közegészségügyi vészhelyzetnek (Zheng et al., 2020; Bai et al., 2020). 2020. március 11-én a WHO világjárvánnyá nyilvánította az új koronavírus (COVID-19), és elmondta, hogy mindössze két hét alatt a Kínán kívüli esetek száma 13-szorosára, az országok száma pedig 3-szorosára nőtt (Cucinotta & Vanelli, 2020).

## 2. A téma felvezetése, a vonatkozó szakirodalom bemutatása, értékelése

A COVID-19 nagyon különbözik a többi vírustól, azzal a tulajdonságával, hogy ebben az esetben a legmagasabb az emberre való átvitel aránya. Az idősek, illetve azok számára, akiknek valamilyen alapproblémájuk van, ami gyenge immunrendszerhez köthető, halálos is lehet (Murthy et al., 2020). Az 1. ábra mutatja a koronavírusos esetek számát a kezdetektől napjainkig.

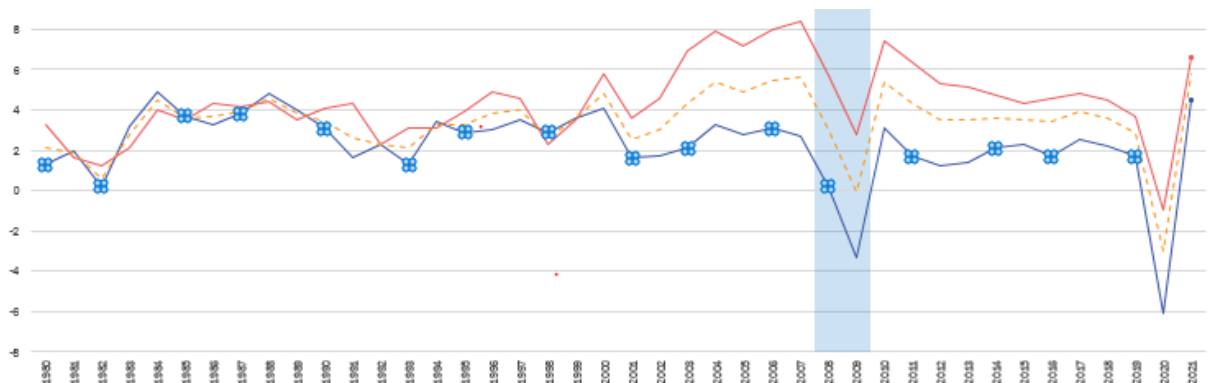


**1. ábra: A koronavírusos esetek száma 2020-2022**

Forrás: Worldometer (2022)



Az esetek kezdetben az ismeretlenség miatt nagyon sok félelmet keltek mind a lakosság, mind a szakemberek körében. A legkiugróbb időszak mégsem a kezdeti 2020-as évben jelentkezett, hanem 2021. decemberében, a karácsonyt megelőző időszakban. A koronavírusos megbetegedéshez köthető halálesetek száma viszont igazolta az aggodalmakat, mivel azok száma kiugrott 2021. év elején, majd 2022. nyarára mérséklődtek. A különböző országok eltérő módon voltak érintve az esetszámok, a halálesetek és a gyógyulásokat tekintve, ahogyan az 1. táblázat adatai mutatják. Az összes esetszám kb 1%-ka végződött halállal. A jóléti államokban kevesebb megbetegedés végződött halállal.



**2. ábra: A gazdasági teljesítmény a jóléti és a fejlődő országokban, 1990-2021**

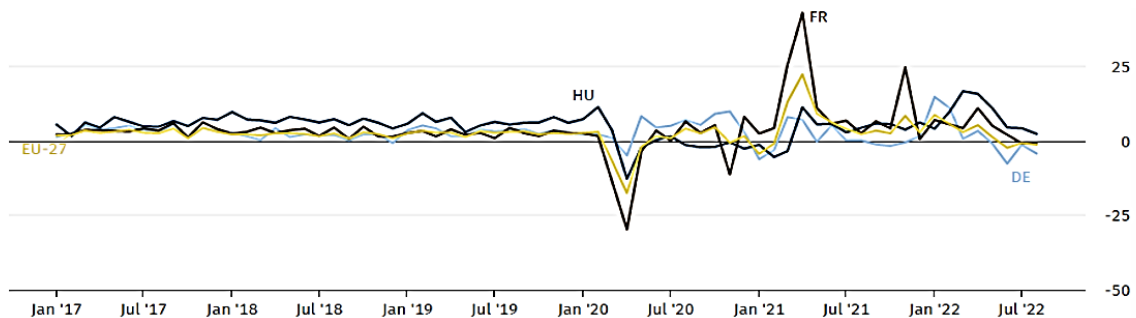
Forrás: IMF (2022)

A 2. ábrán késsel jelölt jóléti államok gazdasági visszaesése jelentősebb volt, mint a pirossal jelölt fejlődő országok. Ennek több lehetséges oka volt. Az egyik ok, hogy a fejlődő országok esetén a mezőgazdasággal foglalkozó népesség aránya jelentősebb, ami azt jelenti, hogy ezek az emberek a természet közelében vannak, egészségesebb környezetben dolgoznak (Roser, 2022). A másik ok az lehetett, hogy ezekben az országokban nem a COVID vírus jelenléte, hanem a szegénység és az alacsony életszínvonal, illetve az alultápláltság a fő probléma (Moradi et al., 2019), emiatt nem volt akkora mértékű félelem, megszorítás, mint a jóléti államokban (Barbieri et al., 2020). Baldwin (2020) szerint ez a válság nem normális recesszió, mert egy egészségügyi jelenségre adott reakció okozta. Az elszigetelési politika okozta azt, mellyel a halálesetek számát próbálták visszaszorítani. Azon országokban, ahol nem történtek megszorítások, ott vállalták az egészségügyi kockázatot, viszont cserében a gazdasági teljesítmény nem esett vissza (IMF, 2022).

A CoreEcon (2022) kutatásai szerint a vállalkozások esetében jellemző volt a megszakadt ellátási láncok, a munkaerő-ellátás, az értékesítésből származó bevételek csökkenés. Az OECD (2020) tanulmánya szerint a G-7 országok gazdasági kibocsátása csökkent 2020. folyamán, amelynek értéke kb. 50-100% közötti volt. A szolgáltatási ágazatokon belül az utazással járó tevékenységeket egyértelműen hátrányosan érintette a mozgás korlátozása és a társadalmi távolságtartás. A legtöbb kiskereskedelmi üzlet, étterem szintén bezárt, bár az elvitel és online értékesítés megakadályozhatja egyes vállalkozások tevékenységének teljes megszűnését. A kis- és nagykereskedelem visszaesett kb. 8%-kal a fejlett országokban (a vizsgált Franciorszámban, Olaszországban, Kanadában 8-8%-kal, Németországban 7%-kal, az USA-ban 6%-kal), míg az étterem visszaesés GDP csökkentő hatása 3-4%-ot jelentett, így összességében 10%-os visszaesést okozó hatásuk volt ezekenek a szegmenseknek. Ezen vizsgált országokban az ökológiai termékek forgalma az összes élelmiszeren belül 6-8%-ot jelent. Így ezen visszaesések az ökológiai termékek forgalmát is érintette, bár mint látni fogjuk a vizsgálatnál, hogy nem minden országban okozott visszaesést.

A COVID-19 előtti időszakban alacsony infláció volt a legtöbb fejlett országban, gyakran a 2%-os célérték alatt (Macrotrends, 2022). Jellemző volt továbbá az alacsony munkanélküliség és magas foglalkoztatási ráta. A pénzügyi válság utáni gazdaságpolitikai évtizedben a nominális kamatlábak közel a nulla értékhez estek, nagyon alacsony reálkamatlábak voltak. Az államadósság/GDP arány a pénzügyi válság (2008) hatására megemelkedett, majd stabilizálódik 2013 magasságában (CoreEcon, 2022; IMF, 2022)

Ahogy a 3. ábra is mutatja a kereskedelmi forgalom is legtöbb európai országban visszaesett, majd nehezen tért magához. Érdekes módon nagy kilengés volt tapasztalható Franciaországban, amely ugyanilyen intenzíven korrigálta a visszaesést. Ezek is hatással voltak az ökológiai termékek forgalmára.



**3. ábra: Kereskedelmi forgalom %-os változása az előző évhez képest, 2017-2022**  
**Európai Unió (EU-27), Németország (DE), Franciaország (FR) és Magyarország (HU)**  
 Forrás: Statistische Bundesamt (2022)

### 3. Az alkalmazott módszerek

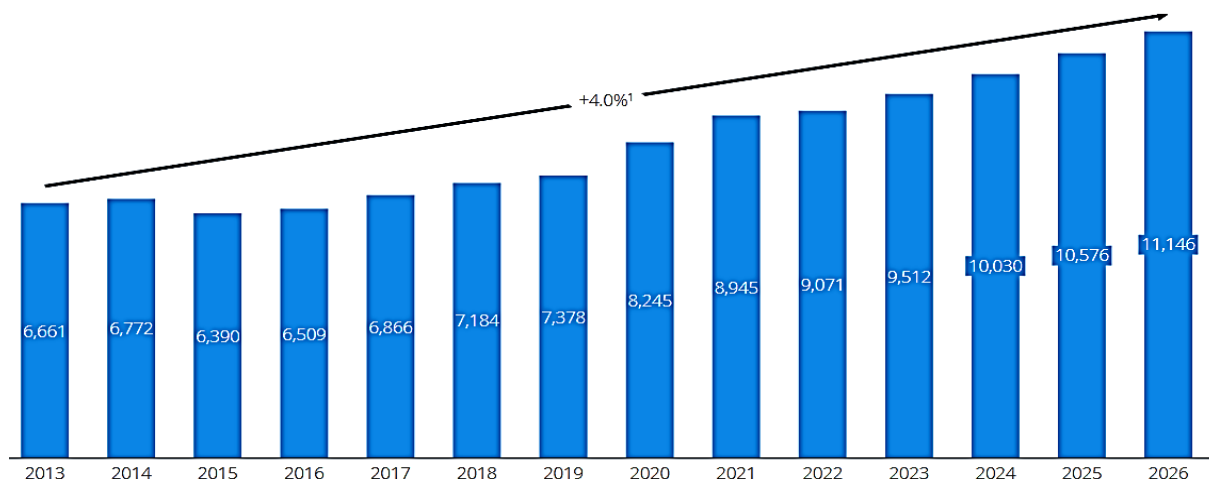
A tanulmány elkészítésénél elsőként megnéztem, hogy a már létező források milyen eredményre jutottak abban a kérdésben, hogy a COVID-19 okozta megszorítások miként hatottak az ökológiai termőterületek nagyságának változására és értékesítés eredményeire. Itt felhasználtam a KSH és az eurostat statisztikáit, illetve a különböző Ökológiai mezőgazdasági kutatóintézetek tanulmányait és eredményeit. A COVID-19 hatására vonatkozó anyagok és források a Statista adatbázisból, továbbá a scopus, web of science, illetve a google scholar adatbázisokból kerültek felhasználásra. Az econ core tanulmányai is segítséget adtak ehhez, illetve forrásként szolgáltak a worldometer anyagai is. Az összefüggéseket és a háttérben meghúzódó okokat ezen anyagok és statisztikák alapján igyekeztem levonni. A vizsgálat másik része az volt, hogy adatokat gyűjtöttem a világ kiválasztott államainak gazdasági teljesítményére vonatkozóan (IFM World Economic Outlook database alapján), illetve az összes élelmiszer termőterület, az összes ökológiai termőterület adatairól 2014-2020. között (IFOAM & FiBI (International Federation of Organic Agriculture Movements, illetve Forschungsinstitut für biologischen Landbau – a két legfőbb nemzetközi ökológiai mezőgazdasági szervezet) éves kiadványok és Statista adatbázis eredményei alapján). A legfrissebb ökológiai mezőgazdasági adatok 2020-ig tartanak. Nem állnak rendelkezésre sem 2021-es, sem 2022-es adatok. Az IFOAM statisztikái alapján a legfőbb ökológiai piacok a következő országokban vannak, ahol jelentős ökológiai termelés is folyik a területek alapján. Egyesült Államok, Németország, Franciaország, Kína, Olaszország, Spanyolország (Willer et al., 2021). Az országok mellett az Európai Unió adatait is szemügyre vettem, ahol rendelkezésre állt, illetve a világ összes, és a kontinensek adatait külön-külön. Szélesebb körben kívántam elemzést végezni a témában, így a Worldbank World Integrated Trade Solution adatbázisából legyűjtöttem a vizsgált országok export teljesítményét élelmiszerre vonatkozóan, és azt kívántam összevetni az ökológiai élelmiszerek exportjával. Viszont

az ökológiai termékek export adatai nagyon hiányosak, még a vezető ökológiai termelő országokra vonatkozóan is, így ez a vizsgálat nem volt elvégezhető adathiány miatt. Sajnos nem áll rendelkezésre az ökológiai termékek termelt mennyisége sem, illetve a termelési érték sem.

Két statisztikai módszer került alkalmazásra. A regressziószámítás segítségével a termőterület nagyság és az értékesített élelmiszer értékeinek összefüggéseiben meglévő tendenciát, a kapcsolat természetét, törvényszerűségét vizsgáltam (Pintér & Rappai, 2007). A MS Excel 2010. trendfüggvényeinek segítségével került sor a vizsgálatra. 2014. és 2019. közötti adatsorokra alapozva a trendfüggvény alapján került sor a 2020-as év adatainak becslésére. A 2020-as év volt a COVID-19 okozta megszorítások első időszaka, így az ottani változások összefüggésbe hozhatók e járvánnyal. A korrelációszámítás a tényezők közötti kapcsolat erősségét méri (Pintér & Rappai, 2007). A korreláció vizsgálatát elvégeztem a termőterületekkel kapcsolatban, illetve az értékesített élelmiszerekkel összefüggésben. A vizsgálat célja az volt, hogy kiderüljön, milyen erősségű kapcsolat van a vizsgált országokban, országcsoportokban az élelmiszer termőterületek nagysága, illetve az ökológiai termőterületek nagysága között. Továbbá kiderüljön ugyanez a kapcsolat-intenzitás az élelmiszerértékesítés és az ökológiai élelmiszerek értékesítése között. A következő szempont volt, hogy van-e és milyen erősségű összefüggés a termőterület nagysága és az élelmiszer-értékesítés között összes és ökológiai termékeknél. A friss adatok szűkössége és hozzáférési nehézségek miatt az összetettebb statisztikai elemzések nem voltak lehetségesek.

#### 4. A téma tárgyalása/Kutatási eredmények

A Statista Food Report (2021) adatai alapján 2013-2026. között az élelmiszerekre fordított kiadások átlagosan 4%-kal növekedtek/növekednek, ahogyan a 4. ábrán látható. A COVID-19 megszorításai ellenére a 2019-2020., illetve a 2020-21-es növekedés magasabb értéket vett fel, mint a 2014-2019-es időszak növekedése. Ezzel szemben az átlagos inflációs ráták a világban ezen időszakban 0,8% és 3,8% között voltak, azaz reál értékben is növekedett az élelmiszer fogyasztása.



4. ábra: Élelmiszerek forgalma évente a világon 1000 milliárd dollárban, 2013–2026\*

\*2022-2026. becslések

Forrás: Statista (2021)

Az élelmiszeripari termékekre jellemző, hogy az élelmiszerek általános márkaismeretése viszonylag alacsony más fogyasztási cikkek kategóriáihoz képest, azaz nem élelmiszer eredetű termékeknél a fogyasztók jobban kötődnek a márkához, jobban ismerik és különböztetik meg azokat (Crawford, 1997). A fogyasztók számára fontos termékjellemzők közül az

egészséggel és a fenntarthatósággal kapcsolatos elemek állnak az első helyen (Kovács & Keresztes, 2022). Ugyanakkor egy felmérés (Statista, 2022c) szerint a kínai fogyasztók körében az ételbiztonság iránti fokozott tudatosság is megfigyelhető. Európában és Kínában a legmagasabb azon válaszadók aránya, akik igyekeznek elkerülni a mesterséges aromákat és édesítőszeret. Az észak-amerikai fogyasztók viszont azt állítják, hogy többet szenvednek az ételintoleranciától, ami rávilágít a mentes termékek fontosságára. A vizsgált országokban jelentős célcsoporttá váltak azok, akik megpróbálnak kevesebb húst enni (flexitáriánusok), nem esznek húst (vegetáriánusok) vagy nem fogyasztanak semmilyen állati terméket (vegánok). A fenntarthatósággal kapcsolatos említések között a regionális élelmiszerek preferálása a legmagasabb arányban, átlagosan 44%-kal szerepelt, míg 31%, illetve 29% a bio- és a fair trade termékeket részesítette előnyben (Statista, 2021; Statista 2022c).

Az ökológiai mezőgazdaság termőterületeinek nagysága évről évre növekszik (Willer et al., 2022), amelynek egyik oka, hogy gazdasági szempontból a biogazdálkodás általában felülmutta a hagyományos rendszereket. Ez nagyrészt az alacsonyabb termelési költségeknek és a magasabb piaci árak köszönhető. E gazdaságok azonban alacsonyabb hozamokkal szembesülnek, különösen a gyümölcs-, zöldség- és állattenyésztési ágazatokban. Ezzel együtt a biogazdálkodás jelentős helyi környezeti előnyökkel járhat (Durham & Mizik, 2021). Az 1. táblázat adatai mutatják, hogy az ökológiai termelés is árérzékeny és a filozófiát követő termelés mellett az eredményesség is kiemelten fontos, sőt valamikor fontosabb, mint az elvek. Emellett egyértelműen magasabbak a környezeti előnyei e termelésnek (Durham & Mizik, 2021).

**1. táblázat: Az ökológiai, a hagyományos és a biotechnológiát alkalmazó technológiák jellemzői**

	Hagyományos	Ökológiai	Hagyományos biotechnológiával
<b>Hozam</b>	normál	legalább 10%-kal alacsonyabb	15%-ig magasabb
<b>Növényvédelem költsége</b>	normál	lényegesen alacsonyabb	alacsonyabb
<b>Trágyázás költsége</b>	normál	lényegesen alacsonyabb	normál
<b>Munkaerőköltség</b>	normál	legalább 15%-kal magasabb	alacsonyabb
<b>Termékválaszték</b>	specializáció	diverzifikáció	specializáció
<b>Termékár</b>	normál	prémium ár	normál
<b>Bruttó profit</b>	normál	általában magasabb	sokkal magasabb
<b>Ár, illetve üzleti modell</b>	mennyiségi	árrés	mennyiségi
<b>Környezeti előnyök</b>	normál	sokkal magasabb mikro szinten	magasabb

Forrás: Durham és Mizik (2021)

A Statista (2022a) állítja, hogy az ökológiai élelmiszerek iránti keresletet elsősorban személyes egészségügyi és környezetvédelmi okok vezérik, és az Egyesült Államokban 2000. óta minden évben növekedett az ökológiai élelmiszerek forgalma. Az Egyesült Államokban 2021-ben az ökológiai értékesítése mintegy 57,5 milliárd amerikai dollárt ért el. Statista (2022a) tanulmánya szerint az amerikaiaknak csupán 15 százaléka nem vásárol ökológiai élelmiszert. 2021-ben az egy főre jutó kiadások az ökológiai csomagolt élelmiszerekre és italokra fejenként valamivel több mint 70 amerikai dollárt tettek ki, csaknem 20 dollárral többet, mint 2017-ben. Az előrejelzések szerint 2025-re az ökológiai italok fogyasztási értéke mintegy 2,8 milliárd dollár lesz. Az ökológiai csomagolt élelmiszerek iránt azonban egyre nagyobb a kereslet, és a 2025-re prognosztizált fogyasztási érték meghaladja a 25 milliárd amerikai dollárt (Statista, 2022a).

Az európai ökológiai termékek piaca Európában Németországban és Franciaországban a legmagasabb 15, illetve 12,7 milliárd eurós forgalommal (Statista, 2022b; Willer et al., 2022). A Statista (2022b) felmérése szerint az Európai Unióban az egy főre jutó átlagos kiadás körülbelül 102 euró. Az európai fogyasztók körében az ökológiai élelmiszerek vásárlásának néhány

oka többek között a helyi vállalkozások támogatása, egészségügyi okok, valamint a növényvédő szerek és egyéb permetszerek elkerülése. Bár sok fogyasztó szeretné támogatni az ökológiai élelmiszereket, nem biztos, hogy hajlandóak kifizetni a magasabb árakat. A válaszadók többsége valószínűleg körülbelül öt százalékkal többet fizetne az ökológiai élelmiszerekért, mint a hagyományosért. Ugyanakkor csak körülbelül 14 százalékkal jelezte, hogy hajlandó lenne tíz százaléknál többet fizetni azokért. Statista (2022b) tanulmánya szerint Németországban 2022-ben a tipikus ökotermék fogyasztó nőnemű, akinek életkora 30-69 év közé esik. Jellemzően párkapcsolatban él és diplomás. Egy évben legalább 3500 eurót költ élelmiszereire, tehát tehető. Kedveli és tiszteli a természetet, tesz is érte. Az élelmiszerekkel szembeni választásában a fenntarthatóság és az egészség a fő motívumok és előnyben részesíti a helyi élelmiszereket (Statista, 2022b).

Willer és társai (2022) szerint COVID-járvány várhatóan megváltoztatja a globális öko-élelmiszer-ipart. A világgazdaság rávilágított a nemzetközi ellátási láncok sebezhetőségére. A nyersanyagellátás megszakadt, amikor az országok szükségintézkedésekbe kezdtek. Magasabbak lettek a fuvardíjak és szállítási költségek, valamint a hosszabbak a szállítási idők. A COVID-19 megmutatta, hogy a jelenlegi válságnak azok a nyertesei, akik az ellátási láncukat a hazájukhoz közel tartották. Az organikus élelmiszerekre támaszkodó más földrajzi régiókból beszerző piaci szereplők a legrosszabbul jártak. A helyi - ha nem is regionális - ellátási láncok kialakítása tűnik a jövő útjának (Willer et al., 2022). Perin és Martin (2021) vizsgálata szerint a helyi ökológiai tejtermelőknél a világgazdaság mérsékelt hatással volt az ellátási láncokra. A létszámcsökkentés ellenére az ellátási láncok továbbra is elegendő mennyiségű tejterméket állítottak elő a fogyasztói kereslet kielégítésére (Perrin & Martin, 2021).

A világgazdaság idején a mezőgazdasági és élelmiszeripari ágazatban - amely az egészségügy mellett az egyik legfontosabb ágazat - az ellátás folyamatos biztosítása létfontosságú az élelmiszerhiány megelőzése és a világgazdaságra gyakorolt negatív hatások csökkentése érdekében (Aday & Aday, 2020). A hagyományos élelmiszer-ellátási láncokkal ellentétben a regionális élelmiszer-ellátási láncok képesek voltak gyorsan átállítani működésüket. A termékeket közvetlenül a fogyasztókhoz juttatták el, akiknek a regionálisan előállított, otthoni fogyasztásra szánt termékek iránti kereslete még akkor is nőtt, amikor az éttermi és nagykereskedelmi kereslet csökkent (Marusak et al., 2021).

Megnőhet az ökológiai termelés szerepe, mert az előírja a növényvédőszer használatának tilalmát (Hansen et al., 2001). Az országok célja, hogy csökkentsék a növényvédő szerek használatát és javítsák a talaj termékenységét (Sofa et al., 2020). Az EU "a termelőtől a fogyasztóig" stratégiájának célja az élelmiszerbiztonság javítása Európában. 2030-ig 50 százalékkal csökkenti a vegyszeres növényvédőszer-használatot, 50 százalékkal a veszélyes növényvédőszer-használatot, 20 százalékkal a műtrágya-használatot és 50 százalékkal a tápanyagvesztést (Aday és Aday, 2020). A kormányoknak a kistermelőket és a kiszolgáltatókat embereket anyagilag is támogatni kell. El kell kerülni az élelmiszer-protekcionista politikákat, hogy megakadályozzák az élelmiszerárak emelkedését (Barman et al., 2021).

A mezőgazdasági termékek ellátási láncában várhatóan lendületet kap az átláthatóság és a nyomon követhetőség felé való elmozdulás. A nyomon követhetőség létfontosságú szerepet játszik az élelmiszerek minőségében és biztonságában (Iftikhar & Cui, 2021). Ahogy az ökológiai összetevők/termékek kínálata szűkül, úgy nő a csalás és a hamisítás kockázata. A nyomonkövethetőségi eszközöket a biotermékek integritásának megőrzése érdekében fogják alkalmazni (Willer et al., 2022).

A COVID-19 a legnagyobb hatást a fogyasztókra gyakorolta, megváltoztatva a vásárlási és étkezési szokásainkat (Śmiglak-Krajewska & Wojciechowska-Solis, 2021). A ritkább bevásárlásokig és az online vásárlásig a koronavírus jelentős változást okoz a fogyasztói hozzáállásban és viselkedésben. Az online beszerzés jelentősen elterjedt (Ćirić, 2020). Ugyanakkor a

növényi alapú élelmiszerek, táplálékkiegészítők és természetes termékek iránti kereslet is növekszik. A fogyasztók az egészségügyi és wellness termékek felé fordulnak, mivel jobban figyelnek a betegségek megelőzésére és karbantartására (Chala & Emire, 2022). Az iparág számára az a kihívás, hogy az ökológiai termékek értékesítése megfeleljen a változó fogyasztói magatartás igényeinek. Az ökológiai tejtermékek értékesítését már most is hátrányosan érinti a növényi alapú termékek térnyerése (Statista, 2022b; Willer et al., 2022). Filimonau et al. (2022) feltárja a főzés gyakoribbá és változatosabbá válását a zárva tartás alatt, mint a háztartások élelmiszerpazarlását befolyásoló tényező. A vendéglátóipari szolgáltatóknak várhatóan át kell alakítaniuk üzleti környezetüket, és védőintézkedéseket kell elfogadniuk, és megelőző intézkedéseket, hogy ösztönözzék a látogatást (Filimonau et al., 2022).

A saját statisztikai elemzést az IMF adataiból nyert GDP változással kezdjük, amelynek főbb adatait a 2. táblázat tartalmazza. A vizsgált országok mindegyikében 2020-ban, az első megszorításokkal terhelt évben a GDP aktuális áron és dollárban számolt értéke visszaesett a 2014-2019-es időszak trendjéhez képest. Ezen időszakban, ezen országokban 0,15% (Olaszország) és 3,67% (USA) közötti éves átlagos GDP emelkedést tapasztalunk, viszont a visszaesés mértéke 0,8% (Németország) és 9% Olaszország közötti értéket ért el. Tehát tapasztalható volt a vizsgált országok mindegyikében visszaesés 2020-ban eltérő értékekkel.

**2. táblázat: A vizsgált országok GDP alakulásának vizsgálata 2014-2020. között**

Országok	2020	2020 trendfüggvény értéke	Változás 2020 (tény-trend)	Trendfüggvény x paraméter érték
<i>Kanada</i>	1 645 423	1 698 702,60	-53 279,60	8 827,60
<i>Franciaország</i>	2 636 022	2 701 607,73	-65 585,73	15 504,69
<i>Németország</i>	3 886 555	3 918 735,27	-32 180,27	59 097,46
<i>Olaszország</i>	1 891 058	1 999 981,87	-108 923,87	2 783,63
<i>Spanyolország</i>	1 280 459	1 407 668,53	-127 209,53	24 725,06
<i>Egyesült Államok</i>	20 893 750	21 990 948,33	-1 097 198,33	767 357,86

Forrás: IMF (2022), saját számítás, szerkesztés

Alapvetően az összes mezőgazdasági művelés alá vont terület nagysága elenyészően változik országonként és a világban. Így feltételezhető, hogy a COVID-19 járvánnyal kapcsolatos intézkedések nem változtatnak rajta nagy mértékben. A 3. táblázat adatai alapján látszik, hogy Olaszországban és Dél-Amerikában volt nagyobb mértékű visszaesés 2014-2019. között, tehát egy nagyon enyhe csökkenés tapasztalható. Ezzel szemben a 2020-as év adatainál a trendfüggvényhez képes minimális (0,1–0,2%-os) visszaesést tapasztalunk a legtöbb országnál. Igaz ez a világ összes termőterületére és a legtöbb európai országra. Ezzel szemben növekedett Dél-Amerika, Olaszország, Kína termőterülete.

**3. táblázat: Az összes mezőgazdasági termőterület 2014-2020 trendszámítása**

Összes élelmiszer termőterület, ha	2020 tény	2020 trendfüggvény értéke	Változás 2020 (tény-trend)	Trendfüggvény x paraméter érték	Első év trendfüggvény szerint	Trend meredekség	2020-as visszaesés a trendhez képest
<i>Világ</i>	4 738 892 900	4 747 898 460	-9 005 560,00	1 834 002,86	4 736 894 443	0,0%	-0,19%
<i>EU</i>	163 961 500	163 954 373	7 126,67	-202 917,14	165 171 876	-0,1%	0,00%
<i>USA</i>	405 810 400	406 465 407	-655 006,67	343 097,14	404 406 824	0,1%	-0,16%
<i>Franciaország</i>	28 553 800	28 603 627	-49 826,67	-27 068,57	28 766 038	-0,1%	-0,17%
<i>Németország</i>	16 595 000	16 633 000	-38 000,00	-15 000,00	16 723 000	-0,1%	-0,23%
<i>Kanada</i>	57 743 000	58 239 667	-496 666,67	52 714,29	57 923 381	0,1%	-0,85%
<i>Kína</i>	528 508 100	528 434 627	73 473,33	-38 311,43	528 664 495	0,0%	0,01%



<i>Olaszország</i>	12 999 000	12 697 560	301 440,00	-51 725,71	13 007 914	-0,4%	2,37%
<i>Spanyolország</i>	26 142 600	26 190 320	-47 720,00	-17 322,86	26 294 257	-0,1%	-0,18%
<i>Észak-Amerika</i>	463 553 400	464 705 073	-1 151 673,33	395 811,43	462 330 205	0,1%	-0,25%
<i>Dél-Amerika</i>	656 910 600	655 228 540	1 682 060,00	-1 526 260,00	664 386 100	-0,2%	0,26%

Forrás: FAO (2022), saját számítás, szerkesztés

Az ismert az ökológiai mezőgazdasági statisztikákból, pl. Willer et al. (2021), hogy az ökológiai mezőgazdaság területe évről vére növekszik. Ezt erősíti meg a 4. táblázat adatai is. Attól függően, hogy melyik országegységet nézzük a trend szerint 3-11%-os területnövekedés figyelhető meg az elmúlt évekre vonatkozóan. Ezzel szemben e trendhez képest mind a világ összes, mind a legtöbb országban visszaesés figyelhető meg, melynek mértéke Kínában elérte a 18%-ot is. Dél-Amerikában, ahol jellemzőek a nagy állattartó területek ökológia művelésbe vonása, nem csökkent a trend, sőt növekedés volt tapasztalható. Még Franciaországban volt pozitív változás, ahol 3,5%-kal tért el pozitív irányba a termőterület növekedés, ezzel megerősítette Franciaország a vezető helyét Európában.

#### 4. táblázat: Az összes ökológiai mezőgazdasági termőterület 2014-2020 trendszámítása

Ökológiai területnagyság, ha	2020 tény	2020 trendfüggvény értéke	Változás 2020 (tény-trend)	Trendfüggvény x paraméter érték	Első év trendfüggvény szerint	Trend meredekség	2020-as visszaesés a trendhez képest
<i>Világ</i>	74 926 006	82 538 929	-7 612 923,47	6 147 195	45 655 760	7,4%	-9,22%
<i>EU</i>	-	-	-	-	-	-	-
<i>USA</i>	2 326 551	2 387 320	-60 769,00	110 458	1 724 574	4,6%	-2,55%
<i>Franciaország</i>	2 548 677	2 462 016	86 661,27	227 274	1 098 370	9,2%	3,52%
<i>Németország</i>	1 702 240	1 741 010	-38 770,33	121 429	1 012 435	7,0%	-2,23%
<i>Kanada</i>	1 417 612	1 456 589	-38 977,20	93 697	894 409	6,4%	-2,68%
<i>Kína</i>	2 435 000	2 985 891	-550 890,60	169 343	1 969 833	5,7%	-18,45%
<i>Olaszország</i>	2 095 380	2 209 654	-114 274,47	129 579	1 432 183	5,9%	-5,17%
<i>Spanyolország</i>	2 437 891	2 475 498	-37 606,60	117 694	1 769 333	4,8%	-1,52%
<i>Magyarország</i>	301 430	306 599	-5 168,80	32 686	110 481	10,7%	-1,69%
<i>Afrika</i>	2 086 858	2 297 074	-210 216,27	142 867	1 439 874	6,2%	-9,15%
<i>Ázsia</i>	6 146 235	7 200 984	-1 054 749,20	586 878	3 679 715	8,1%	-14,65%
<i>Európa</i>	17 098 133	17 488 103	-389 969,53	980 185	11 606 990	5,6%	-2,23%
<i>Észak-Amerika</i>	3 744 613	3 632 262	112 351,07	114 346	2 946 187	3,1%	3,09%
<i>Dél-Amerika</i>	9 949 461	8 712 997	1 236 464,47	348 744	6 620 530	4,0%	14,19%
<i>Óceánia</i>	35 908 876	43 100 299	-7 191 423,40	4 041 933	18 848 701	9,4%	-16,69%

Forrás: Willer et al. (2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022), saját számítás, szerkesztés

A GDP visszaesések után azt feltételeznénk, hogy az élelmiszerértékesítés is követi ezt a folyamatot. Az 5. táblázat adatai mutatják, hogy a világ összes élelmiszerének értékesítésében 0,18%-os visszaesés volt tapasztalható. Ez igaz volt általánosságban az amerikai kontinensen. Az EU tagországaiban és Kínában ez nem volt igaz, mert annak ellenére, hogy visszaesést vártunk volna, növekedés történt a trendhez képest. Pánikvásárlás, stressz, a meglévő programok elmaradásából fakadó unalom? Érdekes módon Afrikában is növekedést tapasztalunk, majd 10%-kal.

**5. táblázat: Az összes élelmiszertermék értékesítése milliárd euróban 2014-2020 trendszámítása**

Országok	2020 tény	2020 trendfüggvény értéke	Változás 2020 (tény-trend)	Trendfüggvény x paraméter érték	Trend meredekség	2020-as visszaesés a trendhez képest
<i>Világ</i>	6 771,93	6 784,28	-12,35	249,13	3,67%	-0,18%
<i>EU</i>	923,46	917,82	5,65	22,39	2,44%	0,62%
<i>USA</i>	764,33	781,27	-16,94	29,56	3,78%	-2,17%
<i>Franciaország</i>	160,31	158,64	1,67	2,38	1,50%	1,05%
<i>Németország</i>	176,66	176,54	0,12	5,71	3,23%	0,07%
<i>Kanada</i>	101,53	98,88	2,65	3,65	3,69%	2,68%
<i>Kína</i>	924,68	876,80	47,89	66,82	7,62%	5,46%
<i>Olaszország</i>	152,30	153,13	-0,83	2,64	1,73%	-0,54%
<i>Spanyolország</i>	91,89	88,86	3,03	1,80	2,02%	3,41%
<i>Afrika</i>	569,38	519,06	50,32	3,23	0,62%	9,69%
<i>Ázsia</i>	3 296,97	3 296,41	0,56	184,94	5,61%	0,02%
<i>Európa</i>	1 435,26	1 428,39	6,88	17,04	1,19%	0,48%
<i>Észak-Amerika</i>	1 029,82	1 055,30	-25,48	38,98	3,69%	-2,41%
<i>Dél-Amerika</i>	364,80	410,08	-45,28	4,21	1,03%	-11,04%
<i>Óceánia</i>	75,70	75,05	0,65	0,72	0,96%	0,87%

Forrás: Statista (2022), macrotrends (2022b) saját számítás, szerkesztés

Az ökológiai élelmiszerek forgalma az EU országokban növekedett. Jelentős volt a növekedés Németországban és a nem EU tag Kanadában, de Spanyolországban, illetve az USA-ban is ezt tapasztaljuk, hasonlóan az európai átlaghoz. Visszaesés volt ugyanakkor Olaszországban, Afrikában, Ázsiában és jelentős mértékben Latin Amerikában. Utóbbi helyeken 2020-ban nem a minősített élelmiszer lett a fontos, hanem az alapvető élelmiszerhez jutás, mint ahogy a 6. táblázat adatai mutatják.

**6. táblázat: Az összes ökológiai termék értékesítése milliárd euróban 2014-2020 trendszámítása**

Országok	2020 tény	2020 trendfüggvény értéke	Változás 2020 (tény-trend)	Trendfüggvény x paraméter érték	Trend meredekség	2020-as visszaesés a trendhez képest
<i>Világ</i>	120,647	116,55	4,10	8,27	7,10%	3,51%
<i>EU</i>	44,8	44,67	0,13	3,49	7,80%	0,30%
<i>USA</i>	49,456	48,22	1,24	2,96	6,14%	2,57%
<i>Franciaország</i>	12,699	12,01	0,69	1,27	10,55%	5,75%
<i>Németország</i>	14,99	12,59	2,40	0,79	6,29%	19,02%
<i>Kanada</i>	4,261	3,57	0,69	0,17	4,70%	19,44%
<i>Kína</i>	10,218	10,01	0,20	1,03	10,24%	2,05%
<i>Olaszország</i>	3,872	4,03	-0,16	0,33	8,07%	-3,93%
<i>Spanyolország</i>	2,528	2,40	0,13	0,20	8,46%	5,47%
<i>Afrika</i>	0,016	0,02	-0,00	0,00	0,84%	-5,88%
<i>Ázsia</i>	12,54	12,97	-0,43	1,42	10,96%	-3,30%
<i>Európa</i>	52	48,53	3,47	3,74	7,71%	7,15%
<i>Észak-Amerika</i>	53,717	51,78	1,94	3,13	6,04%	3,75%
<i>Dél-Amerika</i>	0,778	1,17	-0,40	0,18	15,17%	-33,70%
<i>Óceánia</i>	1,594	1,21	0,38	- 0,04	-3,21%	31,84%

Forrás: Willer et al. (2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022), saját számítás, szerkesztés



A mélyebb megértésben segítenek a 7. táblázatban megtalálható korrelációs kapcsolati értékek. Az értékesítést tekintve egyszerűbb helyzetben vagyunk, könnyű magyarázathoz jutunk. Hiszen ahol jelenetős az élelmiszerértékesítés ott jellemzőbb, hogy ökológia termékeket is vásárolnak és fordítva, tehát vásárlóerő nagyságtól jelentősen függ az ökológiai termékek értékesítése. Az ökológiai és összes terület nagysága közötti összefüggés már összetettebb háttérrel bír. Az USA az egyik legnagyobb felvevő piaccal bír mind az általános élelmiszerek terén, mint az ökológia termékeknél. Itt erős kapcsolatot látunk az ökológiai és összes mezőgazdasági terület között. Itt van lehetőség újabb és újabb termőterületek bevonására, amelynek eredményeképpen mind az összes termőterület, mind az ökológiai termőterület növekszik évről évre. Nem olyan könnyű az összefüggések feltárása Németország, Spanyolország és Franciaország esetén, ahol jelentős az ökológiai termőterületek nagysága, viszont mégis erős negatív irányú kapcsolat áll fenn a termőterület és az ökológiai termőterület nagysága között. Ennek oka az, hogy itt nem tudnak újabb és újabb területeket bevonni a mezőgazdasági művelésbe, azaz csak a hagyományos művelés rovására tud növekedni az ökológiai területnagyság. Hasonló a kapcsolat Kínában és Dél-Amerikában is. A terület és az értékesítés között a legtöbb esetben erős kapcsolat van, amely azt mutatja, hogy Óceánia és Afrika kivételével erős ökológiai mezőgazdasághoz erős piac párosul. Ezzel a legtöbb esetben nem egyezik meg az összes mezőgazdasági terület és az élelmiszerértékesítés kapcsolata. A negatív számok utalhatnak hatékonyság növekedésre is vagy import növekedésre is, mivel növekvő forgalom mellé visszaeső területnagyság párosul. Itt lenne szerencsés, ha rendelkezésre állnának termelési mennyiségi és érték adatok, mert akkor lehetne mélyebb elemzéseket végezni, összefüggéseket feltárni.

**7. táblázat: Az ökológiai termelés és összes termelés korrelációi országonként értékesítés, termőterület és terület és értékesítés kapcsolatában**

Megnevezés	Értékesítés	Terület	Terület és forgalom ökológiai	Terület és forgalom összes
<i>Világ</i>	0,98	0,29	0,93	-0,00
<i>EU</i>	1,00	n.a.	n.a.	-0,61
<i>USA</i>	0,97	0,81	0,96	0,87
<i>Franciaország</i>	0,99	-0,98	0,99	-0,99
<i>Németország</i>	0,95	-0,88	0,93	-0,86
<i>Kanada</i>	0,93	0,07	0,87	-0,11
<i>Kína</i>	0,96	-0,66	0,54	-0,83
<i>Olaszország</i>	0,99	-0,33	0,96	-0,22
<i>Spanyolország</i>	0,92	-0,83	0,97	-0,92
<i>Afrika</i>	0,18	n.a.	0,08	n.a.
<i>Ázsia</i>	0,98	n.a.	0,95	n.a.
<i>Európa</i>	0,89	n.a.	0,84	n.a.
<i>Észak-Amerika</i>	0,97	0,83	0,94	0,82
<i>Dél-Amerika</i>	0,25	-0,84	0,63	0,04
<i>Óceánia</i>	0,11	n.a.	0,24	n.a.

Forrás: Willer et al. (2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022), Statista (2022), macro trends (2022b), FAO (2022), saját számítás, szerkesztés

## 5. Következtetések/Összefoglaló

A COVID-19 olyan rég elfeledett járványt hoztak a fejlett országok lakosságának körébe, amely felforgatta életünket. A megszorításokra a hivatalos indok szerint azért volt szükség, hogy a betegség és a halálozási kockázatok mérséklődjenek. Ennek viszont az lett a következménye, hogy a gazdasági teljesítmény jelentősen visszaesett és válsággal szembesült a jóléti világ lakossága. Mivel az élelmiszerek alap igényt elégítenek ki, így fogyasztásuk világviszonylatban csak kis mértékben esett vissza a trendekhez képest, abszolút értékben nem volt visszaesés. Abszolút értékben Dél-Amerikában és Európában esett vissza a forgalom értékben. Afrikában a trendhez képest jelentős mértékű növekedés volt tapasztalható. Hasonlóan a prémiumtermékek számító ökológiai termékek fogyasztásában tapasztalhatunk mérsékelt csökkenést Olaszországban, Ázsiában és Dél-Amerikában, de a legtöbb vizsgált országban, kontinensen növekedés volt megfigyelhető az értékesítésben mind abszolút értékben, mind a trendhez képest. A korrelációs számítás alapján a legtöbb vizsgált országban erős kapcsolat volt az ökológiai és az összes élelmiszer forgalma között, azaz amennyiben visszaesés tapasztalható az összes fogyasztásban, várhatóan az ökológia termékforgalom is visszaesik és fordítva.

Veselovská (2020) rámutatott, hogy több országban (Csehország, Szlovákia) akadozott az ellátás. Előtérbe kerültek a helyi élelmiszerek. A kormányzatokra nagy felelősség hárult, hogy az új körülmények között miképpen kezelik a nehézségeket. A fogyasztói szokások is megváltoztak, a fogyasztók számára fontosabbá vált az egészség jobban ügyeltek a termék eredetére, egyéb jellemzőire. Az ár fontos továbbra is a fogyasztóknak, de a minőség fontosabbá vált ennél. Az interneten való vásárlás egyre fontosabbá válik (Śmiglak-Krajewska & Wojciechowska-Solis, 2021). Rojik et al. (2021) javasolja, hogy az ökológiai termékeket különböztessék meg és annak előnyeit mutassák meg akár marketing eszközökkel is. Mivel sok esetben az ökológiai termékek magas ára elrettenti az átlagos fogyasztót főként a szegényebb rétegeknél. A bizalmatlanság továbbra is az egyik oka annak, hogy miért nem vásárolnak ökológiai élelmiszert (Rojik et al., 2021). Hiszen ezzel több fogyasztói igényt is kielégítenek.

Mivel az ökológiai élelmiszerekkel és piacokkal kapcsolatban nem állnak rendelkezésre a legfrissebb 2021-es, 2022-es adatok, azok a kutatás további iránya lehet annak vizsgálata, illetve hogy a megszorítások miképpen hatottak a többi országban. Klasztereket lehet alkotni az alapján, hogy milyen jellemzőkkel bírtak az egyes országok. Megvizsgálandó, hogy mi az oka annak, hogy Dél-Amerikában ennyire jelentősen visszaesett az ökológiai termékfogyasztás. Export és import adatok birtokában vizsgálni lehetne a külkereskedelmi tevékenységeket az összes élelmiszer és az ökológiai termékek tekintetében. Itt fel lehetne tární, hogy mely országok rendelkeznek versenyelőnnyel a többihez képest.

### Irodalomjegyzék

- Aday, S. & Aday, M. S. (2020). Impact of COVID-19 on the food supply chain. *Food Quality and Safety*, 4(4), 167–180. <https://dx.doi.org/10.1093/fqsafe/fyaa024>
- Bai, Y., Yao, L., Wei, T., Tian, F., Jin, D. Y., Chen, L. & Wang, M. (2020). Presumed asymptomatic carrier transmission of COVID-19. *Jama*, 323(14), 1406–1407. <https://dx.doi.org/10.1001/jama.2020.2565>
- Baldwin, R. (2020). *The supply side matters: Guns versus butter, COVID-style*. VOX CEPR Policy Portal, Column (22 March 2020). <https://cepr.org/voxeu/columns/supply-side-matters-guns-versus-butter-covid-style> (Letöltve: 2022.12.05.)
- Barbieri, D. M., Lou, B., Passavanti, M., Hui, C., Lessa, D. A., Maharaj, B., ...Adomako, S. (2020). A survey dataset to evaluate the changes in mobility and transportation due to COVID-19 travel restrictions in Australia, Brazil, China, Ghana, India, Iran, Italy, Norway, South Africa, United States. *Data in Brief*, 33, 106459. <https://dx.doi.org/10.1016/j.dib.2020.106459>

- Barman, A., Das, R. & De, P. K. (2021). Impact of COVID-19 in food supply chain: Disruptions and recovery strategy. *Current Research in Behavioral Sciences*, 2, 100017. <https://dx.doi.org/10.1016/j.crbeha.2021.100017>
- Ćirić, M. (2020). Consumer behaviour in online shopping organic food during the Covid-19 pandemic in Serbia. *Food and Feed Research*, 47(2), 149–158. <https://doi.org/10.5937/ffr47-28815>
- Chala, D. B. & Emire, S. A. (2022). Development of Plant Based Functional Food Products: A Review. The Annals of the University Dunarea De Jos of Galati. *Fascicle VI-Food Technology*, 46(1), 169–183. <https://dx.doi.org/10.35219/foodtechnology.2022.1.13>
- CoreEcon (2022). The capitalist revolution. CORE Econ. <https://core-econ.org/the-economy/book/text/01.html#figure-1-12> (Letöltve: 2022.12.02.)
- Crawford, I. M. (1997). Agricultural and food marketing management. Food and Agriculture Organization of the United Nations, Rome.
- Cucinotta, D. & Vanelli, M. (2020). WHO declares COVID-19 a pandemic. *Acta Biomed*, 91(1), 157–160. <https://doi.org/10.23750/abm.v91i1.9397>
- Durham, T. C. & Mizik, T. (2021). Comparative economics of conventional, organic, and alternative agricultural production systems. *Economies*, 9(2), 64. <https://dx.doi.org/10.3390/economies9020064>
- FAO (2022). *Statistics*. <https://www.fao.org/faostat/en/#data/QCL> (Letöltve: 2023.01.23.)
- Filimonau, V., Beer, S. & Ermolaev, V. A. (2022). The COVID-19 pandemic and food consumption at home and away: An exploratory study of English households. *Socio-Economic Planning Sciences*, 82(Part A), 101125. <https://doi.org/10.1016/j.seps.2021.101125>
- Hansen, B. Alrøe, H. F. & Kristensen, E. S. (2001). Approaches to assess the environmental impact of organic farming with particular regard to Denmark. *Agriculture, Ecosystems & Environment*, 83(1-2), 11–26. [https://doi.org/10.1016/S0167-8809\(00\)00257-7](https://doi.org/10.1016/S0167-8809(00)00257-7)
- Iftekhar, A. & Cui, X. (2021). Blockchain-based traceability system that ensures food safety measures to protect consumer safety and COVID-19 free supply chains. *Foods*, 10(6), 1289. <https://dx.doi.org/10.3390/foods10061289>
- IMF (2022). World Economic Outlook Database. October 2022 Edition. <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/weo-database/2022/October> (Letöltve: 2023.01.26.)
- Kovacs, I. & Keresztes, E. R. (2022). Perceived consumer effectiveness and willingness to pay for credence product attributes of sustainable foods. *Sustainability*, 14(7), 4338. <https://dx.doi.org/10.3390/su14074338>
- Lai, C. C., Shih, T. P., Ko, W. C., Tang, H. J. & Hsueh, P. R. (2020). Severe acute respiratory syndrome coronavirus 2 (SARS-CoV-2) and coronavirus disease-2019 (COVID-19): The epidemic and the challenges. *International Journal of Antimicrobial Agents*, 55(3), 105924. <https://doi.org/10.1016/j.ijantimicag.2020.105924>
- Liu, Y., Gayle, A. A., Wilder-Smith, A. & Rocklöv, J. (2020). The reproductive number of COVID-19 is higher compared to SARS coronavirus. *Journal of Travel Medicine*, 27(2), taaa021. <https://dx.doi.org/10.1093/jtm/taaa021>
- Macrotrends (2022a). *Inflations*. <https://www.macrotrends.net/countries/WLD/world/inflation-rate-cpi> (Letöltve: 2022.12.05.)
- Macrotrends (2022b). *Euro Dollar Exchange Rate (EUR USD) - Historical Chart*. <https://www.macrotrends.net/2548/euro-dollar-exchange-rate-historical-chart> (Letöltve: 2023.01.23.)
- Marusak, A., Sadeghiamirshahidi, N., Krejci, C. C., Mittal, A., Beckwith, S., Cantu, J., ... Grimm, J. (2021). Resilient regional food supply chains and rethinking the way forward: Key takeaways from the COVID-19 pandemic. *Agricultural Systems*, 190, 103101. <https://doi.org/10.1016/j.agsy.2021.103101>

- Moradi, S., Mirzababaei, A., Mohammadi, H., Moosavian, S. P., Arab, A., Jannat, B. & Mirzaei, K. (2019). Food insecurity and the risk of undernutrition complications among children and adolescents: A systematic review and meta-analysis. *Nutrition*, *62*, 52–60. <https://doi.org/10.1016/j.nut.2018.11.029>
- Murthy, S., Gomersall, C. D. & Fowler, R. A. (2020). Care for critically ill patients with COVID-19. *Jama*, *323*(15), 1499–1500. <https://dx.doi.org/10.1001/jama.2020.3633>
- OECD (2020). Evaluating the initial impact of Covid-19 containment measures on economic activity. [https://www.cica.net/wp-content/uploads/2020/04/200331\\_OECD\\_evaluating-initial-impact-of-Covid-19.pdf](https://www.cica.net/wp-content/uploads/2020/04/200331_OECD_evaluating-initial-impact-of-Covid-19.pdf) (Letöltve: 2022.10.22.)
- Perrin, A. & Martin, G. (2021). Resilience of French organic dairy cattle farms and supply chains to the Covid-19 pandemic. *Agricultural Systems*, *190*, 103082. <https://dx.doi.org/10.1016/j.agsy.2021.103082>
- Pintér S. & Rappai G. (2007). *Statisztika*. Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar.
- Rojík, S., Zámková, M., Chalupová, M., Pilař, L., Prokop, M., Stolín, R., ...Prus, P. (2022). Pre-COVID-19 Organic Market in the European Union—Focus on the Czech, German, and Slovak Markets. *Agriculture*, *12*(1), 82. <https://doi.org/10.3390/agriculture12010082>
- Roser, M. (2022). Employment in agriculture. <https://ourworldindata.org/employment-in-agriculture> (Letöltve: 2023.01.25.)
- Śmiglak-Krajewska, M. & Wojciechowska-Solis, J. (2021). Consumer versus organic products in the COVID-19 pandemic: Opportunities and barriers to market development. *Energies*, *14*(17), 5566. <https://doi.org/10.3390/en14175566>
- Sofo, A., Mininni, A. N. & Ricciuti, P. (2020). Soil macrofauna: A key factor for increasing soil fertility and promoting sustainable soil use in fruit orchard agrosystems. *Agronomy*, *10*(4), 456. <https://dx.doi.org/10.3390/agronomy10040456>
- Statista (2022a). Organic food market in the U.S. / Statista dossier on the organic food market in the U.S. <https://www.statista.com/study/11646/us-organic-food-market-statista-dossier/> (Letöltve: 2022.10.31.)
- Statista (2022b). Organic food market in Europe / Statista dossier on the organic food market in Europe. <https://www.statista.com/study/111539/organic-market-in-europe/> (Letöltve: 2022.10.22.)
- Statista (2022c). Food consumption trends in leading world markets / Statista dossier Food consumption trends in leading world markets. <https://www.statista.com/study/69609/food-consumption-trends-in-leading-world-markets/> (Letöltve: 2022.10.31.)
- Statista (2022d). Consumer Markets Insights / Food - Worldwide. <https://www.statista.com/outlook/cmo/food/worldwide> (Letöltve: 2023.01.25.)
- Statista (2021). Food Report. Statista Consumer Market Outlook. <https://www-statista.com/study/55496/food-report-2021/> (Letöltve: 2022.10.31.)
- Statistisches Bundesamt (2022). Effects of the COVID 19 pandemic: Data and analyses. <https://www.destatis.de/EN/Themes/Countries-Regions/International-Statistics/Data-Topic/GeneralRegionalStatistics/COVID19-overview.html> (Letöltve: 2022.12.15.)
- Veselovská, L. (2020). Supply chain disruptions in the context of early stages of the global COVID-19 outbreak. *Problems and Perspectives in Management*, *18*(2), 490–500. [https://dx.doi.org/10.21511/ppm.18\(2\).2020.40](https://dx.doi.org/10.21511/ppm.18(2).2020.40)
- Willer, H., Trávníček, J., Meier, C. & Schlatter, B. (2022). *The World of Organic Agriculture. Statistics and emerging trends 2022*. Research Institute of Organic Agriculture FiBL, IFOAM – Organics International.

- Willer, H., Trávníček, J., Meier, C. & Schlatter, B. (2021). *The World of Organic Agriculture. Statistics and emerging trends 2021*. Research Institute of Organic Agriculture FiBL, IFOAM – Organics International.
- Willer, H., Schlatter, B., Trávníček, J., Kemper, L. & Lernoud, J. (2020). *The World of Organic Agriculture. Statistics and emerging trends 2020*. Research Institute of Organic Agriculture FiBL, IFOAM – Organics International.
- Willer, H. & Lernoud, J. (2019). *The World of Organic Agriculture. Statistics and emerging trends 2019*. Research Institute of Organic Agriculture FiBL, IFOAM – Organics International.
- Willer, H. & Lernoud, J. (2018). *The World of Organic Agriculture. Statistics and emerging trends 2018*. Research Institute of Organic Agriculture FiBL, IFOAM – Organics International.
- Willer, H. & Lernoud, J. (2017). *The World of Organic Agriculture. Statistics and emerging trends 2017*. Research Institute of Organic Agriculture FiBL, IFOAM – Organics International.
- Willer, H. & Lernoud, J. (2016). *The World of Organic Agriculture. Statistics and emerging trends 2016*. Research Institute of Organic Agriculture FiBL, IFOAM – Organics International.
- Worldometer (2022): Koronavírus statisztikák. <https://www.worldometers.info/coronavirus/> (Letöltve: 2022.12.04.)
- Zheng, Y. Y., Ma, Y. T., Zhang, J. Y. & Xie, X. (2020). COVID-19 and the cardiovascular system. *Nature reviews cardiology*, 17(5), 259–260. <https://dx.doi.org/10.1038/s41569-020-0360-5>

## Fenntartható fejlődés és körforgásos gazdaság a vállalkozások mindennapi életében

*Sustainable Development and Circular Economy in the Daily Life of Businesses*

### **Dr. FEKETE-BERZSENYI Hajnalka PhD<sup>1</sup>**

egyetemi docens (*Associate Professor*)

Pannon Egyetem, Gazdaságtudományi Kar (*University of Pannonia, Faculty of Business and Economics - Hungary*)

### **Dr. KOZMA Dorottya Edina PhD<sup>2</sup>**

egyetemi adjunktus (*Assistant Professor*)

Pannon Egyetem, Gazdaságtudományi Kar (*University of Pannonia, Faculty of Business and Economics - Hungary*)

### **Dr. MOLNÁRNÉ Dr. BARNA Katalin PhD<sup>3</sup>**

egyetemi docens (*Associate Professor*)

Pannon Egyetem, Gazdaságtudományi Kar (*University of Pannonia, Faculty of Business and Economics - Hungary*)

### **Prof. Dr. MOLNÁR Tamás PhD<sup>4</sup>**

egyetemi tanár (*Full Professor*)

Pannon Egyetem, Gazdaságtudományi Kar (*University of Pannonia, Faculty of Business and Economics - Hungary*)

### **Absztrakt**

Mindennapjaink során a fenntartható fejlődés és ezen belül a körforgásos gazdaság szemlélete egyre erőteljesebb hangsúlyt kap. Jelentőségteljes átalakulást figyelhetünk meg a szemléletváltásban az egyéni felelősségvállalás mellett közösségi szinten is, mely egyben a tudományos hazai és nemzetközi publikációk kutatási eredményeinek megújulását is jelenti. A települési önkormányzatok és a gazdasági szervezetek is igen aktívan törekednek tevékenységük fenntarthatóvá tételében. Jelen tanulmány a hazai gazdasági szervezetek környezetvédelemmel kapcsolatos működését és elkötelezettségét veszi célkeresztbe a körforgásos gazdasági modell alapján. A kutatás során a kérdőív alapsokaságát az alkalmazotti létszám tekintetében az 5000 legnagyobb magyarországi székhellyel rendelkező vállalkozás képezte. A visszaérkezett és letisztított minta alapján a szerzők összességében 121 válaszadást tudtak elemezni. A kutatás célja a fővárosi és vidéki székhelyű vállalkozások környezeti fókuszja közti különbségek kimutatása. A vizsgálat eredményei alapján – ha eltérő mértékben is de – egyértelműen kirajzolódnak a paradigmaváltás jelei, a körforgásos gazdaság elveinek gyakorlati tevékenységbe történő átültetése révén.

*Kulcsszavak:* körforgásos gazdaság, fenntartható fejlődés, vidék, főváros, vállalkozások

*JEL-kódok:* L32, O52, Q01, Q56

A közlemény a TKP2021-NKTA-21 számú projekt keretében a Kulturális és Innovációs Minisztérium Nemzeti Kutatási Fejlesztési és Innovációs Alapból nyújtott támogatásával, a 2021. évi Tématerületi Kiválóság Program pályázati program finanszírozásában valósult meg.

---

<sup>1</sup> fekete-berzsenyi.hajnalka@gtk.uni-pannon.hu

<sup>2</sup> kozma.dorottya.edina@gtk.uni-pannon.hu

<sup>3</sup> barna.katalin@gtk.uni-pannon.hu

<sup>4</sup> molnar.tamas@gtk.uni-pannon.hu

## **Abstract**

Sustainable development, including the circular economy, is becoming increasingly important in our daily lives. We are witnessing a significant shift in attitudes towards individual responsibility at the community level, as well as a renewal of the research output of scientific publications at home and abroad. Local authorities and business organisations are also very active in making their activities sustainable. This study focuses on the environmental performance and commitment of domestic business organisations based on the circular economy model. In the course of the research, the authors surveyed the 5,000 largest enterprises with headquarters in Hungary in terms of the number of employees. The aim of the research is to show the differences between the environmental focus of businesses based in the capital and those based in rural areas. The results of the study show clear signs of a paradigm shift, albeit to varying degrees, in the translation of circular economy principles into practical action.

*Keywords:* circular economy, sustainable development, countryside, capital, businesses

*JEL Codes:* L32, O52, Q01, Q56

This work has been implemented by the TKP2021-NKTA-21 project with the support provided by the Ministry for Innovation and Technology of Hungary from the National Research, Development and Innovation Fund, financed under the 2021 Thematic Excellence Programme funding scheme.

## **1. Bevezetés**

A körforgásos gazdasági modell a jelenleg is működő lineáris modellel szemben a gazdaságot egy fenntartható rendszernek tekinti, melyben az erőforrások felhasználása a gazdasági növekedéstől szétválik azáltal, hogy csökken a természeti erőforrások használata és azok visszaforgatásra kerülnek a rendszerbe. Tudományát tekintve a körforgásos gazdaság szemlélete jelentős számú tudományos publikáció témáját képezi, de ezektől függetlenül mindennapi életünket is átszövi. Megjelenését az oktatás különböző szintjein, a média felületein, valamint a környezetvédelemben egyaránt megtaláljuk, melyekkel egyre nagyobb hatást képesek kifejteni a társadalomra. Ennek egy kifejezett példája lehet a 2021-ben megrendezett „*Planet Budapest 2021*” nagyszabású rendezvénysorozat, ahol a nézőközönség megismerkedhetett a fenntartható fejlődés és körforgásos gazdaság technológiai fejlesztéseivel, az újrahasznosítási folyamatok eredményeként létrehozott innovatív termékekkel és szolgáltatásokkal, más szemszögből közelítve pedig a környezeti folyamatok bemutatásával, mely a helyes emberi viselkedésre hívta fel a figyelmet. Ehhez szerves módon hozzátartozik az ökológiai lábnyom vagy környezeti lábnyom csökkentésére irányuló megoldási javaslatok bemutatása is. Összességében tehát megállapítható, hogy a társadalmi és gazdasági hatások nem választhatók szét a környezeti hatásoktól, célok megvalósításától. A megoldásra váró kérdés azonban továbbra is fennáll, miszerint a környezettudatosság szemlélete milyen módon építhető be/ültethető át egy termelő és/vagy szolgáltató vállalkozás vállalati stratégiájába.

### ***Kutatási kérdés és hipotézis***

A hazai és nemzetközi közönséget világméretű trend vezet afelé, hogy felfedezze és megértse a lineáris gazdasági modellből a körforgásos modellre való átmenet lehetséges újait és megoldásait. A tématerület korábbi kutatási eredményeinek áttekintése azt mutatja, hogy bár a koncepciót, fogalmat egyre szélesebb körben kezdték el használni, addig annak gyakorlatba való átültetése, a kritériumok pontos meghatározása igencsak körültekintő szemléletet tükröző feladat. Éppen emiatt, a körforgásos gazdaság és fenntarthatóság szemléletében való előrehaladás mérése igen nehéz, nemcsak a mindennapi élet során, hanem a termelő és/vagy szolgáltató te-

vékenységet folytató vállalatok működése esetén is. Jelen tanulmány szerzői a körforgásos gazdaság témakörében végezték kutatásukat arra vonatkozóan, hogy milyen módon érvényesülnek a körforgásos gazdaság környezeti céljai a vizsgált vállalkozások körében.

Kutatási kérdésként tehát megfogalmazható, hogy *milyen módon sikerült beépíteni mindennapi életükbe, működésükbe a termelő és/vagy szolgáltató vállalkozások a körforgásos gazdaság alapjait és ezen belül a környezettudatosságot?* Ehhez kapcsolódóan a kutatás szerzői két feltételezést állítottak fel:

- *H1: A vizsgált vállalkozások nem egyforma mértékű hangsúlyt fektetnek az egyes, körforgásos gazdasági célokra, célkitűzésekre, ettől függetlenül három, jól elkülöníthető hozható létre a válaszadások alapján.*
- *H2: A klasztereken belüli hovatartozás – egyes csoportokon belüli elhelyezkedés – esetén különbség mutatható ki a főváros, illetve vidéki székhellyel rendelkező vállalkozások között.*

Előrevetítve a kutatás eredményét, elmondható, hogy a vállalkozások eltérő módon építették be működésükbe, szemléletükbe a körforgásos gazdaság alapjait, ennek hatására három, teljesen jól elkülönülő, homogén tulajdonságokkal rendelkező csoportot lehetett létrehozni a kérdőíves kutatás eredményei alapján, melyekben továbbá megfigyelhető a főváros – vidék különbség.

## 2. Szakirodalmi áttekintés

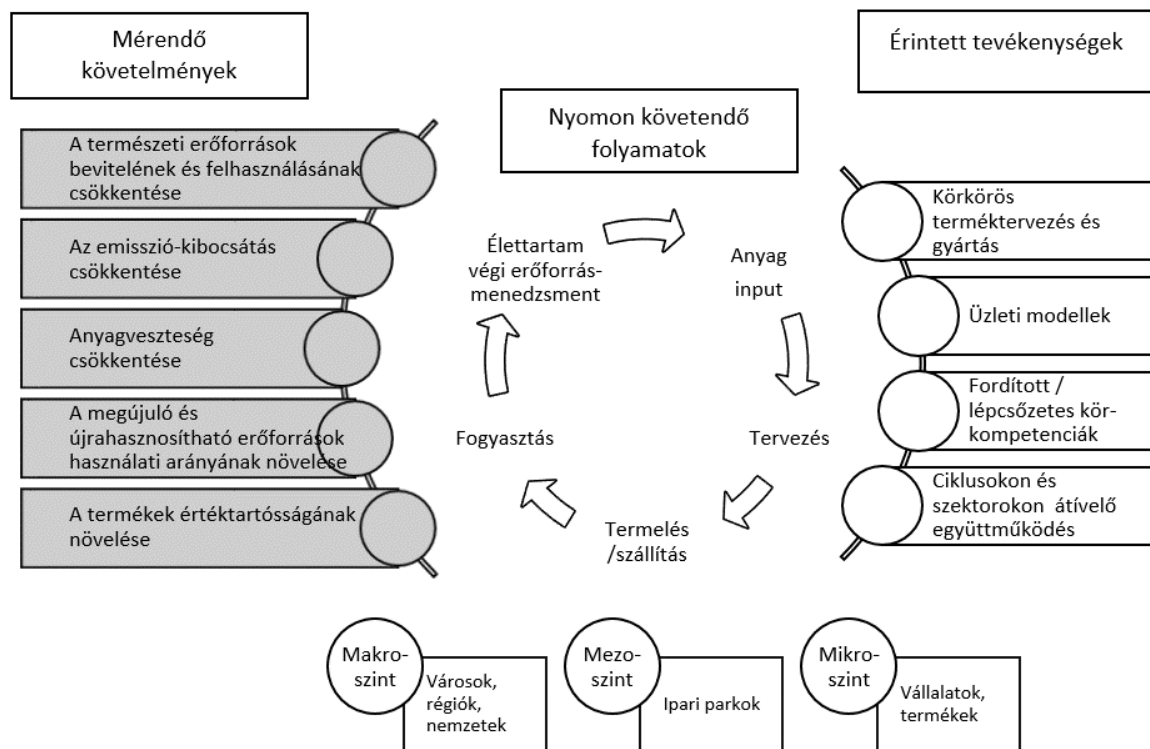
A körforgásos gazdaság (Circular Economy – CE) elképzelése az 1960-as években jelent meg és jellemző, hogy változik, tehát nagyban befolyásolja a társadalom, a földrajz, a politika és a kulturális háttér (Korhonen et al., 2018). Az 1960-as elképzeléssel szemben Szabó (2019) a modell elméleti megalapozását az 1980-as évek elejére helyezi, addig Pearce és Turner (1990) az 1990-es évek elején alkalmazta először az összetett folyamatokra épülő koncepciót. Mindezek megjelenésétől függetlenül, elmondható, hogy manapság, a lineáris gazdasági rendszer modellje a jellemző. Ennek legfőbb tulajdonsága, hogy a nyersanyagok természetből való kinyerése biztosítja a termékek és szolgáltatások előállítását, melyekből a folyamat végén, tehát a felhasználás után nagy mennyiségű hulladék keletkezik (Neumanné Virág & Varga-Dani, 2020; 2021). A körforgásos gazdaság legfőbb célkitűzése, ennek a megváltoztatása és fenntarthatóvá tétele, tehát a fenntartható fejlődés elveinek és céljainak a napi szintű működtetése. Kutatói szempontból pedig nem hagyhatjuk figyelmen kívül azt, hogy ezek az elvek milyen mértékben, milyen módon valósultak meg, hogyan tudjuk mérni az alkalmazások elterjedtségét különféle mutatószámok kifejlesztésével.

Lengyel et al. (2021) tanulmányában megjegyzi, hogy a körforgásos gazdaság tématerülete egyre nagyon jelentőséget foglal el a tudományos gondolkodásban és a vállalatok stratégiáiban. Jelen tanulmány szerzői is ezt a következtetést tudták levonni kutatások elméleti hátterének megalapozása során. A szakirodalomban való elterjedtsége miatt egyre több és több körforgásos gazdasági definícióval, koncepcióval és fogalommal találkozhatunk, melyből levonhatjuk azt a következtetést, hogy hiányzik belőlük az egységesség. Gyökereit tekintve a körforgásos gazdaság a fenntartható fejlődés koncepcióján alapul, amely a gyenge és az erős fenntarthatósági modellekhez kapcsolódik (Washington, 2015). Kirchherr et al. (2018) tanulmányukban összesen 114 körforgásos gazdaságot leíró fogalmat vizsgáltak, melyek az újrahasznosítás, újrafelhasználás, csökkentés hármásának kombinációján alapulnak (Ngan et al., 2019). A szakirodalmak alapján láthatóvá vált, hogy a legtöbbször használt fogalom szerint *a körforgásos gazdaság olyan gazdasági rendszer, amely olyan üzleti modellen alapul, amely az „életciklus vége” koncepciót felváltja az anyagok használatának csökkentésével, alternatív felhasználásával, újrafeldolgozásával és hasznosításával a termelés, forgalmazás és fogyasztás folyamataiban.* A működés hatásaként kedvezőbben funkcionál a hulladékgazdálkodás, melynek pozitív



hatásaként a fenntartható fejlődés környezeti pilléréen csökken a kedvezőtlen hatások okozta nyomás (Costa et al., 2010).

Működési helyét tekintve elmondható, hogy a körforgásos gazdaság mind mikro (fogyasztók, termékek, vállalatok), mind pedig makroszinten (város, régió, ország és így tovább) működik. Célja, hogy a fenntartható fejlődés szerves részét képező célokat támogassa, vele szimultán a környezet minőségét, a társadalmi egyenlőséget, a gazdasági jólétet, a jelenleg élők és a jövőbeni generációk részére (Fekete-Berzsenyi et al., 2022). A modell paradigmája olyan új perspektívát vezet be a gazdasági életbe, amelyben Elia et al. (2017) megfogalmazása szerint szétválasztható a gazdasági növekedés az erőforrás-felhasználástól és a szennyező anyagok kibocsátásától, mivel a önmagában az elhasznált anyagok nem hulladékok lesznek. Továbbá, a koncepció meghonosítása a mindennapi és a vállalati életbe jelentős javulást eredményezhet nemcsak a hulladékok mennyiségének csökkentésében, hanem az anyagfelhasználás hatékonyságában is, nem utolsósorban a gyártók számára nyereséget eredményezhet (Ellen MacArthur Foundation, 2013). Úgy is értelmezhetjük a modellt, mint minél szűkebb a termék életciklusa, tehát az újrafelhasználás előtt jelentősen kevesebbet kell átalakítani rajta és kevesebbet kell felújítani, úgy az újragyártás során hamarabb visszakerül használatba és nagyobb potenciális megtakarítást eredményezhet a vállalat számára.



**1. ábra: A körforgásos gazdasági modell keretrendszere**  
 Forrás: a szerzők saját szerkesztése Elia et al. (2017) alapján

Ez érvényes a termékekbe beépülő anyagokban, a munkaerőben, az energiában és a tőkében, valamint a kapcsolódó externáliákban (például üvegházhatású gázok kibocsátása, víz, toxicitás) is, ezáltal annál több anyag marad meg (Szabó, 2019). A körforgásos gazdaság keretrendszerét Elia et al. (2017) tanulmánya alapján szemléltetik a tanulmány szerzői (1. ábra). A keretrendszer központi helyén a körforgásos modell paradigmájának öt fő fázisát találjuk, melyek az anyagbevitel, a tervezés, a termelés/szállítás, a fogyasztás és utolsó állomásként az élettartam végi erőforrás-menedzsment, ami mint záró elem az első fázis inputját biztosítja. Ezen fázisok azokat a folyamatokat reprezentálják, amelyek teljesítményének mérése elengedhetetlen ahhoz,

hogy egy rendszer körkörösségét meg tudjuk ítélni. Az ábra további két hangsúlyos részre tagolódik. A bal oldali részen azok a követelmények láthatók, melyek a jelenlegi tanulmány szerzőinek kutatási követelményeit biztosítják. A jobb oldalon ezzel szemben négy cselekvési kategória került megnevezésre.

A körforgásos gazdasági paradigma mérési lehetőségei (1. ábra bal oldala) esetén Kozma et al. (2021) megállapítja, hogy a körforgásos gazdasági modell kvantifikálására, legátfogóbb elemzésére vonatkozóan Elia et al. (2017), Parchomenko et al. (2019) és Saidani et al. (2019) tanulmányai a legalkalmasabbak. Parchomenko et al. (2019) strukturált képet mutat be a modell mérési lehetőségeiről. Összességében 63 mérőszámot azonosítottak és ehhez kapcsolódóan 24 releváns jellemző strukturált elemzését hajtották végre, mint a hosszú élettartam és a készletek elérhetősége, valamint az újrahasznosítás hatékonysága. A mérőszámokból három csoportot/klasztert hoztak létre: 1. erőforrás hatékonysági; 2. anyagkészletek- és áramlások és 3. a termékközpontú klasztert. Megállapítják, hogy a legelterjedtebb szempontok az erőforrások elsődleges és másodlagos felhasználására, a hulladékok ártalmatlanítására, az újrahasznosítási hatékonyságra és az erőforrás-hatékonyságra/termelékenységre összpontosítanak. Ezzel szemben Saidani et al. (2019) 55 indikátorkészletet azonosítottak és azok alapján kialakították a körforgásos gazdasági modell mutatószámainak taxonómiáját 10 kategóriában.

A mérendő követelmények körében a kutatás alapját is képező öt tényező kerül ismertetésre, melyeket számos kutató, mint Elia et al. (2017), Janik és Ryszko (2019), Kravchenko et al. (2020), Kristensen és Mosgaard (2020), Mancini és Raggi (2021), Moraga et al. (2019) és Philip et al. (2018) is említik és javasolják alkalmazásra tanulmányaikban.

1. A természeti erőforrások beszerzése és felhasználása esetén a fő célkitűzés a természetes ökoszisztéma eróziójának csökkentése azzal, hogy a jelenleg is működő lineáris gazdasági modellt felváltja a körforgásos paradigma. Lényegében kevesebb felhasznált erőforrásból magasabb értéket vagyunk képesek létrehozni és ezzel hatékonyabban vagyunk képesek megőrizni a természeti erőforrásokat, mint a nyersanyagokat.
2. A szennyezőanyag-kibocsátás mérséklése, csökkentése a közvetett és közvetlen emissziókra vonatkozik.
3. Az anyagvesztések csökkentése azt jelenti, hogy megvalósításra került egy zárt hurkú modell, tehát a termékek és anyagok visszanyerése, újrahasznosítása valósul meg a körforgás során. A visszaáramló hatáson keresztül megelőzi a hulladékképződést és az ehhez szerves módon hozzákapcsolódó hulladéklerakás és égetés minimalisra való csökkentését.
4. Az újrahasznosítható és megújuló erőforrások arányának növelése és ezáltal a károsanyag kibocsátás csökkentése.
5. A termékek élettartamának növelése során cél a termékek élettartamának meghosszabbításával az, hogy a fentebb már említett terméktulajdonlást helyettesítő új, felhasználás-orientált szolgáltatásokra épülő üzleti modellek elérhetőek legyenek. Ennek megvalósítási módja az anyagok nagyfokú újrahasznosításával, a késztermékek komponensként való újrafelhasználásával valósítható meg.

A körforgásos gazdasági modellt leíró 1. ábra jobb oldalán négy cselekvési kategória kapott helyet, melyek Elia et al. (2017), Franco-García et al. (2019), Janik és Ryszko (2019), Ellen MacArthur Foundation (2013), Philip et al. (2018) tanulmányaikban ismertetésre kerülnek. *Körkörös terméktervezés és gyártás.* A kategória számos tevékenységet lefed, mint a termékek újrafelhasználásához, felújításához és újrahasznosításához hozzájáruló környezetkímélő tervezési mechanizmusok, valamint a kevésbé veszélyes anyagokat magában foglaló termékek és eljárások tervezését. *Üzleti modellek.* A terméktulajdonlást helyettesítő termék-szolgáltatási rendszerek vagy a kollaboratív fogyasztási eszközök, mint új üzleti modellek, amelyek a kü-

lönböző fogyasztók közötti csatornák szélesebb elterjedésére épülnek. *Fordított vagy lépcsőzetes kör kompetenciák.* A fordított és lépcsőzetes körök létrehozásának képességéről szól. A zárt hurkú ciklusok támogatására irányuló intézkedések vonatkozhatnak pl. az innovatív technológiák alkalmazására az újrahasznosításban, vagy az anyagok lépcsőzetes felhasználására, illetve a másodlagos piacok támogatására. Az úgynevezett „lépcsőzetes használat ereje” az értékláncban keresztül az újrafelhasználás diverzifikálására utal. A „fordított körök”-ről általánosságban elmondható, hogy a zárt hurkok két ellátási láncból állnak (Wells & Seitz, 2005), melyben van egy előremenő és egy fordított lánc (ahol a visszanyert termék újra belép az előremenő láncba) (Antikainen, 2016). Feltehetnénk a kérdést, hogy ehhez mi szükséges? Elsősorban egy költség-hatékony, jó minőségű begyűjtési, szállítási és kezelési rendszerek szükségesek, mivel nélkülük folytatódik az anyagok kiszivárgása a rendszerből, ezért kritikus fontosságú a képességek és az infrastruktúra kiépítése a hurkok lezárásához (Ellen MacArthur Foundation, 2013; Fekete-Berzsenyi et al., 2022). *Ciklusokon átívelő és ágazati együttműködés.* Olyan intézkedések az új értékláncban (akár új szereplők bevonásával), amelyek az együttműködések kiépítésére összpontosítanak, továbbá hatékony ipari szimbiózison keresztül megakadályozzák a melléktermékek hulladékká válását (Ellen MacArthur Foundation, 2013).

Végül és nem utolsó sorban nem feledkezhetünk meg a bemutatott ábra alján lévő három, fő beavatkozási területről. Mikroszinten az egyes vállalatok, termékek és ügyfelek helyezkednek el, mezoszinten az ökoipari parkok, míg makroszinten a városok, különböző nemzetek (Ghisellini et al., 2016). Jelen kutatás szerzői vállalati szinten vizsgálják a fentebb említett 5 mérendő követelményt.

### 3. Anyag és módszer

A szerzők a körforgásos gazdaság elméletének gyakorlati megvalósítását, megjelentetését és annak mértékét hivatottak bemutatni kutatásuk során. A kutatás feltételezései szerint a különböző méretű vállalkozások nem egyforma mértékű hangsúlyt fektetnek a körforgásos gazdaság céljaira, célkitűzéseire, ezek alapján pedig megállapítható, hogy a nagyobb méretű vállalkozások azok, ahol a környezeti szemlélet mérhető módon jelenik meg. Továbbá, eltérés mutatható ki a főváros és vidék székhelyű cégek között az elvek beépítésében. Ennek egyik legfőbb oka lehet, hogy a vállalkozások jelentős arányban egyéni környezeti stratégiát is alkalmaznak, amelyek megvalósítását a környezetvédelmi vezetés legkülönbözőbb eszközeivel kívánják végrehajtani.

A kutatás alapsokaságaként jelen tanulmány szerzői az első 5000 darab – alkalmazott létszáma alapján – a legnagyobb magyarországi székhellyel vagy telephellyel rendelkező vállalkozást határozták meg. A kutatási kérdések megválaszolására primer adatgyűjtési technikával került sor. Elektronikus úton kiküldött kérdőív segítségével történt a kutatási alapsokaság megkérdezése. Összesen 4606 darab kérdőív ért célba, amelyből számszerűen 205 érkezett vissza, az adatok tisztítása után pedig a teljesen kitöltők száma 121 volt. A vállalkozások méretét tekintve közel 70% 50 és 250 fő fölötti volt, 30%-as pedig 250 főnél nagyobb alkalmazotti létszámmal rendelkezik. A kutatási minta részét képező legnagyobb vállalat mintegy 37 ezer fő munkavállalóval dolgozik.

A főváros – vidék megosztottságát tekintve a válaszok 22%-as budapesti székhelyű vállalkozástól érkezett vissza. A kitöltési kedvet vizsgálva megállapítható, hogy a legnagyobb arányban Baranya, Pest és Somogy megyékből érkeztek vissza kitöltött kérdőívek, míg a legkisebb arányban Nógrád és Vas megyei székhellyel vagy telephellyel rendelkező vállalkozások válaszoltak. Itt megjegyzendő, hogy a legkisebb válaszadási aránnyal párhuzamba állítható az a tény, hogy ezekben a megyékben a legalacsonyabb a regisztrált gazdasági szervezetek száma a többi magyarországi megyéhez képest (KSH, 2021). A válaszadó vállalkozások esetén meg-

állapítható, hogy 40%-ban a feldolgozóiparban végzik tevékenységüket igen változatos fő tevékenységi körökben. Több cég a fémmegmunkálás, fémszerkezet gyártása területén működik, illetve közúti jármű, járműmotor alkatrészeinek gyártásával foglalkozik. Az éves nettó árbevétel tekintetében pedig azt a következtetést lehet levonni elsődlegesen, hogy igen változatos skálán mozognak, tehát árbevételük 342 milliárd Ft és 48 millió Ft között volt. Mindezek azt mutatják, hogy az elemzések alapját képező minta széles körben fedi le a különböző típusú és méretű vállalkozásokat.

#### 4. Kutatási eredmények

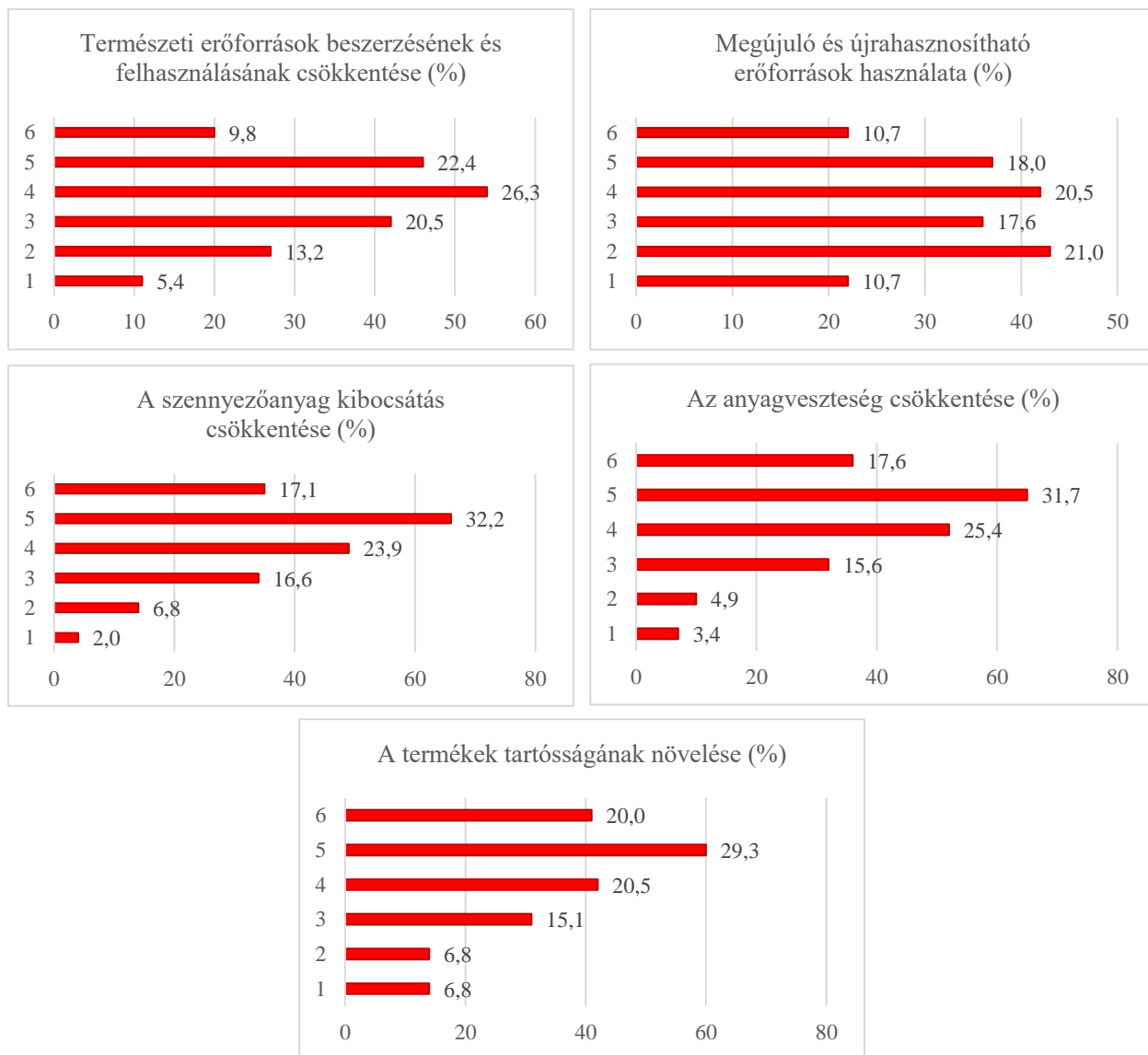
A vállalkozások körforgásos gazdasági modellre való áttérését, annak meghonosulását a napi működésük során, a környezettudatosságra való áttérést a tanulmány szerzői kérdőív segítségével vizsgálták azokon a gazdasági szervezeteken, amelyek bekerültek a kutatási mintába. A kérdőív kitöltése során a vállalatoknak rangsorolniuk kellett válaszaikat egy 1-től 6-ig terjedő skálán arra vonatkozóan, hogy milyen mértékben érvényesülnek vállalataiknál az alábbi környezeti célok:

- A természeti erőforrások beszerzésének és felhasználásának csökkentése;
- Megújuló és újrahasznosítható erőforrások használata;
- A szennyezőanyag kibocsátás csökkentése;
- Az anyagvesztés csökkentése;
- A termékek tartósságának növelése.

A környezetvédelmi célokra adott válaszaik megoszlását mutatja egy 1-től 6-ig terjedő skálán a 2. ábra. Jellemző, hogy igen nagy eltéréseket tapasztalhatunk, ami alapján azt a következtetést vonhatjuk le, hogy a meghatározott környezeti célok megítélése vállalatonként igen eltérően alakul.

A kapott adatok alapján a szerzők első következtetése az, hogy a 2. ábra oszlopdiagramjai szerint a vállalkozások bizonyos hányada a kérdőívben felsorolt környezeti célok érvényesülését nem tartja kiemelkedően magasnak, mely alól kivételt képez *a megújuló és újrahasznosítható erőforrások használata*, ahol a 2-es rangsorszám fordult elő legtöbbször. A *természeti erőforrások beszerzésének és felhasználásának csökkentése*, a másik kissé alacsonyabb érvényesülési értéket kapott cél rangsorszám módusza 4. A többi körforgásos gazdasági cél esetén a gazdasági szervezetek az 5-ös rangsorszámot jelölték a leggyakrabban. Mindezekről függetlenül szembevetünk a kapott válaszok alapján, hogy a cégek kisebb aránya értékelt a körforgásos gazdaság ezen elemeit elsődlegesen érvényesülő célnak. A teljes vizsgált mintában összesen öt olyan vállalkozás volt, amelyik az összes felsorolt környezeti célt a lehető legmagasabb (6) érvényesülési szinten értékelt.

Tevékenységüket tekintve feldolgozóipari vállalatokról beszélhetünk, továbbá a létszám és az árbevétel szempontjából nagy különbségeket mutatnak. Árbevétel szempontjából a terjedelem (legkisebb és legnagyobb különbsége) 11 milliárd Ft, míg a létszám terjedelme közel 400 fő. A kialakult mintára jellemző, hogy csak egyetlen egy építőipari vállalkozás volt, amely a felsorolt célok közül egyetlen egyet sem értékelt erősen érvényesülő célnak (1). Az ez alapján levont következtetések szerint, nem mondhatják ki egyértelműen a tanulmány szerzői, hogy a válaszadó vállalkozások környezettudatosságuk, környezeti gyakorlatuk szerint orientáltak-e a körforgásos gazdaság irányába, annak céljainak elfogadásában vagy sem.



**2. ábra: A környezetvédelmi célokra adott válaszok megoszlása egy 1-6-ig terjedő skálán mérve (%)**

Forrás: Saját szerkesztés

A minta alapján összegyűjtött válaszlehetőségekből a szerzők az alábbi feltételezésekkel éltek:

- Az egyes körforgásos gazdasági célokra a vállalkozások eltérő hangsúlyt helyeznek, ezektől függetlenül létrehozható három olyan jól elkülöníthető klaszter/csoport, amely tagjai hasonló attitűdökkel rendelkeznek.
- A különböző klaszterekbe való hovatartozásra vonatkozóan különbség mutatható ki a fővárosi, illetve a vidéki székhellyel rendelkező vállalkozások között.

Az első feltételezés bizonyítására klaszterelemzést (Molnár, 2015), míg a másodikra keresztábrák elemzést használtak a tanulmány szerzői. A klaszterelemzés segítségével a hasonló megfigyelési egységek homogén csoportokban kerülnek. A módszer lefuttatása során minden esetben megtörtént a klaszterelemzés érvényességének ellenőrzése is, melyekből releváns következtetések fogalmazhatók meg az eredmények értékelésére. A szerzők nem a hierarchikus klaszterezés segítségével állapították meg a kezdeti klaszterszámot, hanem a vizsgált minta

alapján határozták azt, hogy három klasztert hoznak létre, attól függően, hogy a vállalatok milyen módon értékelték a környezeti célok érvényesülését. Továbbá, az F statisztika szignifikancia szintje is alátámasztotta ezt a döntésüket. A második feltételezés bizonyításához keresztábra elemzés alkalmaztak a szerzők, segítségével az egyes csoportokba, klaszterekbe tartozó vállalkozások területi megoszlása, ebben az esetben a főváros – vidéki székhely mérhető.

### ***A körforgásos gazdaság céljainak beépülése a vállalatok környezettudatos viselkedésébe***

A vállalatok csoportosításával kapcsolatos feltételezés beigazolódtott a klaszteranalízis lefutásával, tehát tisztán kirajzolódott három csoport, amelybe a vizsgált vállalatok attitűdjeik alapján besorolhatók.

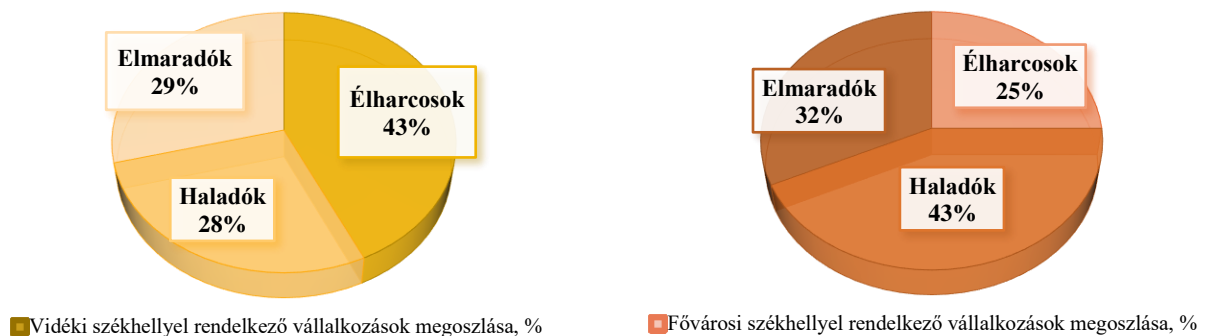
Az első vagy más néven „*élharcos*” csoportba mindazon vállalatok kaptak helyet, amelyek elkötelezettek a körforgásos gazdaság szemléletének gyakorlati meghonosításában. Jellemző, hogy a válaszadó cégek 39%-a ebbe az élharcos csoportba tartozik, vagyis itt van a legtöbb cég. Ezek közös jellemzője, hogy mindegyik környezeti cél gyakorlati szinten is meghatározó szereppel bír. Következtetesként megfogalmazható, hogy a körforgásos gazdaság szemlélete már átültetésre került működésükben. A vállalatok tevékenységét vizsgálva látható, hogy fő tevékenységük közel fele arányban a feldolgozóiparhoz kapcsolódik, abban tevékenykednek, ami ennek a szektornak a felülreprezentáltságát tekintve nem meglepő. Ugyanakkor több vállalkozás működik a szállítás, a raktározás; a kereskedelem, a gépjárműjavítás, a vízellátás, a szennyvíz gyűjtése-, és kezelése, a hulladékgazdálkodás, valamint a szennyeződésmenítés ágazatban. Éves nettó árbevételük szerint vizsgálva a vállalkozásokat megfigyelhető egy igen nagy eltérés, ugyanis a legkisebb és a legnagyobb árbevétel között 205 milliárd Ft-os eltérés mutatkozik. Jellemzően ez a diverzifikáltság figyelhető meg az alkalmazottak létszámában is, a terjedelem ebben az esetben 37 ezer fő. A kutatás szempontjából ez azt jelenti, hogy a legnagyobb létszámmal és árbevétellel rendelkező vállalatok ebbe a klaszterbe kerültek, de ezek mellett számos, nagyságrendileg kisebb vállalkozás is megtalálható az élharcosok között.

A második csoportra jellemző, hogy már érzékelhető működésükben a környezeti szempontok előtérbe kerülése, azonban a gazdálkodó szervezetek leginkább az erőforrás szemléletre alapozva határozzák meg környezeti céljaikat, tehát őket „*haladóknak*” tekinthetjük a többi vállalkozással szemben. A mintába került vállalkozások 31%-át találjuk meg ebben a klaszterben. Előtérbe kerülő célként ezek a vállalkozások azt határozták meg, hogy a természeti erőforrások beszerzését és felhasználását csökkentsék, valamint megújuló és újrahasznosítható erőforrásokat használjanak tevékenységük folytatásához. A többi környezeti célt vizsgálva levonhatjuk azt a következtetést, hogy azok még nem hangsúlyosak. A feldolgozóipari vállalatok aránya szintén magas ebben a homogén csoportban (35%), de valamilyen szinten kisebb mértékű, mint az élharcosoknál. Elsősorban természeti erőforrásokat hasznosító vállalatok alkotják a csoport tagjait, mint az erdőgazdaság, halászat és mezőgazdaság szektorában tevékenykedők. Ezen felül – ahogy az élharcosok esetén is – a vízellátás, a szennyvíz gyűjtése-, és kezelése, a hulladékgazdálkodás, valamint a szennyeződésmenítés ágazatban működő vállalkozások. Ha gazdasági szempont alapján szeretnénk vizsgálni az itt található gazdasági szervezeteket, akkor azt tudjuk mondani, hogy az árbevételük terjedelme 117 milliárd Ft, tehát kevesebb, mint az első klaszteré. Ezt a relációt véljük felfedezni az alkalmazotti létszámában is, így látható, hogy a létszámterjedelem jóval kisebb értéket vesz fel (10000 fő). Homogenitását tekintve a csoport hasonló tulajdonságokkal rendelkezik, összetétele sem mutat kirívóan magas alkalmazotti létszámot vagy árbevételt. Megállapítható, hogy ebbe a csoportba a kisebb méretű gazdasági szervezetek kerültek.

A harmadik és egyben utolsó csoport működése nem tükrözi a környezeti szemléletet, tehát mindennapi gyakorlatukba még nem építették be a körforgásos gazdaság céljait és ezáltal egyik cél sem kapott magas rangsorszámot. A minta szempontjából mintegy 30%-a a vállalkozásoknak tartozik ebbe a klaszterbe és az elemzések alapján „*elmaradóknak*” tekinthetjük őket

az előzőekben bemutatott két csoporthoz képest. A feldolgozóipari vállalatok aránya még kevesebb, tehát összességében 32% tevékenykedik az iparágban. Tevékenységi köreiket tekintve a szállítás és raktározás, a vízellátás, a szennyvíz gyűjtése-, és kezelése, a hulladékgazdálkodás, a szennyeződésmentesítés ágazatban működő vállalkozások mellett nagyobb számban megjelennek az adminisztratív és szolgáltatást támogató tevékenységet végző cégek is. Az üzleti évben realizált árbevétel terjedelme ebben a csoportban a legmagasabb (342 milliárd Ft), a létszám terjedeleme pedig megegyezik az első csoportra jellemző adattal (37 ezer fő).

A három klaszterben elhelyezkedő vállalatok vizsgálata során azt a következtetést vonhatják le a tanulmány szerzői, hogy egy méreteiben (dolgozói létszám és árbevétel) nagy gazdasági szervezet nem feltétlenül sorolható az élharcosok csoportjába. A csoportok jellemzése során kitűnik, hogy az elmaradók csoportban is található több ilyen cég. A második hipotézis bizonyítására a szerzők keresztábrák elemzést alkalmaztak, mely során azt feltételezték, hogy mint általában a legtöbb területi elemzés esetén, a főváros székhellyel rendelkező vállalkozások többsége az élharcosok klaszterébe fog kerülni. A vizsgálatok során végzett kísérletek azonban arra engednek következtetni, hogy ez a feltételezés nem igazolható megfelelő mértékben. Ennek oka, hogy a budapesti székhellyel rendelkező gazdasági szervezetek legnagyobb arányban (43%) a második – haladók – csoportban foglalnak helyet. Ezzel szemben a vidéki székhelyű vállalkozások közel fele (43%) az élharcos csoportban van. Ezt mutatják a 3. ábra grafikonjai.



**3. ábra: A fővárosi és vidéki székhellyel rendelkező vállalkozások megoszlása az egyes csoportok között**

Forrás: Saját szerkesztés

Statisztikailag ugyanakkor azt sem állíthatják a tanulmány szerzői, hogy a főváros – vidék viszonylat határozza meg, hogy melyik vállalkozás melyik klaszterbe tartozna. A Cramer-féle „V” mutató alacsony értéket mutatott (0,17) és nem is volt szignifikáns ( $p=5,5\%$ ), így a kutatás során értékét nem vehették figyelembe.

## 5. Következtetések és összefoglalás

A kutatás eredményeit áttekintve az vált láthatóvá, hogy a kérdőíves felmérésben szereplő vállalkozások esetén csak nagyrészt érvényesül a körforgásos gazdaság elveinek gyakorlati alkalmazása. Így a feltett kutatási kérdésre, miszerint „*milyen módon sikerült beépíteni mindennapi életükbe, működésükbe a termelő és/vagy szolgáltató vállalkozások a körforgásos gazdaság alapjait és ezen belül a környezettudatosságot?*” Azt a választ fogalmazhatják meg a szerzők, hogy nem minden gazdasági szervezet fordított eddig kellő időt ezek beépítésére mindennapos működésükbe. Emellett a kérdőíves felmérés azt nem tárta fel, hogy ha azok mégis megjelennek a vállalat stratégiájában vagy céljaiban, akkor milyen szinten épültek be és mely divíziókat érintik. Kérdéses az is, hogy ez a gyakorlati tevékenység a vállalkozás környezeti stratégiájából

fakad-e, vagy a működési hatékonyság és a vállalkozás külső megítélésének jelentősége tereli a cégeket a környezeti szempontok alkalmazásának irányába.

Az első számú hipotézisben azt feltételezik a szerzők, hogy „*a vizsgált vállalkozások nem egyforma mértékű hangsúlyt fektetnek az egyes, körforgásos gazdasági célokra, célkitűzésekre, ettől függetlenül három, jól elkülöníthető klaszter hozható létre a válaszadások alapján.*” Valóban, a vállalkozások a körforgásos gazdaság céljait illetően három klaszterbe sorolhatók: élharcosok, haladók, elmaradók. Az első csoport a megvalósítást illetően a legorientáltabb a környezetvédelmi célok szempontjából, valamint a körforgásos gazdaság céljai közül mindegyik jelen van működésük során. Legnagyobb mértékben a termékek tartósságának növelése, az anyagveszteség csökkenése és a szennyezőanyag kibocsátás csökkentése érvényesül. A második klaszter vállalatainál az erőforrásokkal kapcsolatos célok érvényesülnek, úgy, mint a természeti erőforrások beszerzésének és felhasználásának csökkentése és nem utolsósorban az újrahasznosítható és megújuló erőforrások használatának növelése. A harmadik és egyben utolsó csoport vállalatainál egyik körforgásos gazdasági cél sincs jelen.

A nagyméretű vállalkozások az üzleti évben realizálódó nettó árbevétel és az átlagos dolgozói létszám, – mint a vállalati méretet jellemző mutatószámok – alapján leginkább az „élharcosok” vagy az „elmaradó” csoportba kerültek. A nagy vállalkozások 3. klaszterbe tartozásának okait a szerzők további kutatások keretében kívánják vizsgálni. Tevékenységi terület alapján a feldolgozóiparban tevékenykedő vállalatok közel fele az élharcosok csoportjába tartozik, amellyel egyértelmű utalást találhatunk e cégek környezetorientált stratégiájára. Ennek oka arra vezethető vissza, hogy a feldolgozóiparban működő vállalkozások tevékenysége a természeti környezethez kötődik, és arra hatást gyakorol.

A második hipotézisben – „*a klasztereken belüli hovatarozás – egyes csoportokon belüli elhelyezkedés – esetén különbség mutatható ki a főváros, illetve vidéki székhellyel rendelkező vállalkozások között*” – a tanulmány szerzői azt vizsgálták, hogy a kérdőíves felmérés alapján milyen arányban mutatható ki a főváros – vidék közötti különbség. A kutatás rávilágított arra, hogy a vidéki székhellyel rendelkező cégek azok, amelyek nagyobb arányban sorolhatók az első, „élharcosok” csoportjába. Valószínűsíthető, hogy ezek a vállalkozások felismerték, hogy területi versenyképességi pozíciójuk erősödni fog, amennyiben környezeti szempontú gazdálkodást végeznek. Bár le kell szögezni, hogy ezek a vizsgálatok statisztikailag nem voltak igazolhatóak. Ebben az esetben a kutatásba kerülő cégek számának növelésével megbízhatóbb eredmény várható, a szerzők véleménye szerint.

## Irodalomjegyzék

- Antikainen, M. & Valkokari, K. (2016). A framework for sustainable circular business model innovation. *Technology Innovation Management Review*, 6(7), 5–12.  
<https://dx.doi.org/10.22215/timreview/1000>
- Costa, I., Massard, G. & Agarwal, A. (2010). Waste management policies for industrial symbiosis development: case studies in European Countries. *Journal of Cleaner Production*, 18, 815–822.  
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2009.12.019>
- Ellen MacArthur Foundation (2013). *Towards the circular economy - Economic and business rationale for an accelerated transition*. Cowes, Ellen MacArthur Foundation.
- Elia, V., Gnoni, M. G. & Tornese, F. (2017). Measuring circular economy strategies through index methods: A critical analysis. *Journal of Cleaner Production*, 142, 2741–2751.  
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.10.196>
- Fekete-Berzsenyi, H., Molnár, T. & Molnárné Barna, K. (2022). Körforgásos gazdaság a vállalkozások életében – Mérhető-e a paradigmaváltás a vállalkozások működésében? *Comitatus: Önkormányzati Szemle*, 32(240), 110–118.



- Franco-García, M.-L., Carpio-Aguilar, J. C. & Bressers, H. (2019). *Towards zero waste. Circular Economy Boost, Waste to Resources*. Berlin: Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-92931-6>
- Ghisellini, P., Cialani, C. & Ulgiati, S. (2016). A review on circular economy: the expected transition to a balanced interplay of environmental and economic systems. *Journal of Cleaner production*, 114, 11–32. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.09.007>
- Govindan, K., Soleimani, H. & Kannan, D. (2015). Reverse logistics and closed-loop supply chain: A comprehensive review to explore the future. *European journal of operational research*, 240(3), 603–626. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2014.07.012>
- Janik, A. & Ryszko, A. (2019). Circular economy in companies: an analysis of selected indicators from a managerial perspective. *Multidisciplinary Aspects of Production Engineering*, 2(1), 523–535. <https://doi.org/10.2478/mape-2019-0053>
- Kirchherr, J., Reike, D. & Hekkert, M. (2017). Conceptualizing the circular economy: An analysis of 114 definitions. *Resources, conservation and recycling*, 127, 221–232. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2017.09.005>
- Korhonen, J., Honkasalo, A. & Seppälä, J. (2018). Circular Economy: the concept and its limitations. *Ecological Economics*, 143, 37–46. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2017.06.030>
- Kozma D. E., Molnárné Barna K. & Molnár T. (2021). Rangsoroljunk vagy nem? A körforgásos gazdaság mérési lehetőségei és azok összehasonlítása az EU-tagországokban. *Vezetéstudomány*, 52(8-9), 63–77. <https://doi.org/10.14267/veztud.2021.09.05>
- Kravchenko, M., Mcaloon, T. C. & Pigosso, D. C. A. (2020). To what extent do circular economy indicators capture sustainability? *Procedia CIRP*, 90, 31–36. <https://doi.org/10.1016/j.procir.2020.02.118>
- Kristensen, H. S. & Mosgaard, M. A. (2020). A review of micro level indicators for a circular economy—moving away from the three dimensions of sustainability? *Journal of Cleaner Production*, 243, 1–20. <https://doi.org/10.1016/j.procir.2022.02.101>
- Kwarteng, A., Simpson, S. N. Y. & Agyenim-Boateng, C. (2021). The effects of circular economy initiative implementation on business performance: the moderating role of organizational culture. *Social Responsibility Journal*, 18(7), 1311–1341. <https://doi.org/10.1108/SRJ-01-2021-0045>
- Mancini, E. & Raggi, A. (2021). A review of circularity and sustainability in anaerobic digestion processes. *Journal of Environmental Management*, 291, 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2021.112695>
- Molnár T. (20215). *Empirikus területi kutatások*. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Moraga, G., Huysveld, S., Mathieux, F., Blengini, G. A., Alaerts, L., VanAcker, K., de Meester, S. & Dewulf, J. (2019). Circular economy indicators: What do they measure? *Resources, Conservation and Recycling*, 146, 452–461. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2019.03.045>
- Lengyel, P., Bai, A., Gabnai, Z., Mustafa, O. M. A., Balogh, P., Péter, E., Tóth-Kaszás, N. & Németh, K. (2021). Development of the Concept of Circular Supply Chain Management—A Systematic Review. *Processes*, 9(10), 1–23. <https://doi.org/10.3390/pr9101740>
- Neumanné Virág, I. & Varga-Dani, B. (2020). The Principle of Circular Economy in Tourism at Lake Balaton. *Pannon Management Review*, 9, 25–42.
- Neumanné, V. I. & Varga-Dani, B. (2021). Fenntarthatóság és körforgásos gazdaság szemlélete a Balaton Turisztikai Térségben. *Comitatus: Önkormányzati Szemle*, 31(239), 150–162.
- Ngan, S. L., How, B. S., Teng, S. Y., Promentilla, M. A. B., Yatim, P., Er, A. C. & Lam, H. L. (2019). Priorization of sustainability indicators for promoting the circular economy: The case of developing countries. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 111, 314–331. <https://dx.doi.org/10.1016/j.rser.2019.05.001>

- Parchomenko, A., Nelen, D., Gillabel, J. & Rechberger, H. (2019). Measuring the circular economy - A Multiple Correspondence Analysis of 63 metrics. *Journal of Cleaner Production*, 210, 200–216. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.10.357>
- Pearce, D. W. & Turner, R. K. (1990). *Economics of Natural Resources and the Environment*. Baltimore, MD: John Hopkins University Press.
- Philip, J. & Winickoff, D. E. (2018). Realising the circular bioeconomy. *OECD Science, Technology and Industry Policy Papers*, 60, 1–74. <https://doi.org/10.1787/31bb2345-en>
- Saidani, M., Yannou, B., Yann, L., François, C. & Alissa, K. (2019). A taxonomy of circular economy indicators. *Journal of Cleaner Production*, 207, 542–559. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.10.014>
- Wells, P. & Seitz, M. (2005). Business models and closed-loop supply chains: a typology. *Supply Chain Management: An International Journal*, 10(4), 249–251. <http://dx.doi.org/10.1108/13598540510612712>

## **Fenntarthatóság a divatiparban (?) – Négy divatipari szervezet CSR jelentésének rövid áttekintése, valamint a fenntarthatóságra törekvés fogyasztók általi észlelésének vizsgálata**

*Sustainability in the Fashion Industry(?) A Brief Overview of the CSR Rreports of Four Fashion Industry Organizations and an Examination of Consumers' Perception of the Pursuit of Sustainability*

**VIZI Noémi<sup>5</sup>**

PhD-hallgató (*PhD Student*)

Szegedi Tudományegyetem, Közgazdaságtani Doktori Iskola (*University of Szeged, Doctoral School of Economics - Hungary*)

### **Absztrakt**

A divatipar jelenleg a világ második legszennyezőbb iparága. Felmerülhet a kérdés, hogy mégis miért van így? Hogyan és miért vált ilyenné? A megoldás viszonylag egyszerű, ugyanis szinte minden ember életében fontos szerepet játszik a ruházat. A funkción túl fontossá váltak a szabások, a színek, a minták, a társadalmi hatások és reklámok ezen keresztül pedig az aktuális „trendek” követése. Erre a folyamatos változásra és keresletre építenek a divatipari cégcsoportok is, céljuk, hogy minél tökéletesebben kielégítsék a fogyasztók meglévő szükségleteit, illetve új igényeket teremtsenek. A divatipar működése jelenleg nem fenntartható, jelentős környezeti és társadalmi károkat okoz. Vannak már kezdeményezések a fenntarthatóság előmozdítása érdekében, de ezek többsége elenyésző a valódi problémához képest. A divatipari szervezetek mellett a fogyasztók is képesek lépéseket tenni a fenntarthatóság felé, például tudatosabb vásárlással, a ruhadarabok hosszú időn keresztül viselésével. Kutatásomban négy nagyobb divatipari cégcsoport (Inditex, H&M, LPP, Shein) fenntarthatóság iránti célkitűzéseit vizsgálom, mellette pedig kérdőíves felmérést végzek a fogyasztók körében a ruházati vásárlási szokásaik felmérése érdekében, különös tekintettel a fenntarthatóság iránti gyakorlataikra.

*Kulcsszavak:* divatipar, fenntarthatóság, fogyasztás

*JEL-kódok:* D12, L67, Q54

### **Abstract**

Currently the fashion industry is the second most polluting industry in the world. The question may arise, why is it so? How and why did it become this way? The solution is relatively simple, because clothing plays an important role in almost everyone's life. In addition to function, cuts, colors, patterns, social effects and advertising have become important, and through this, following current "trends". The fashion industry company groups also use this continuous change and demand, their goal is to satisfy the existing needs of consumers as perfectly as possible and to create new needs. The operation of the fashion industry is currently unsustainable and causes significant environmental and social damages. In the companies side there are already initiatives to promote sustainability, but most of them are insignificant compared to the real problem. In addition to fashion industry organizations, consumers are also able to take steps towards sustainability, for example by making more conscious purchase decisions and wearing clothes over a long period of time. In my research, I examine the sustainability objectives of four major fashion industry groups (Inditex, H&M, LPP, Shein), and in addition, I conduct a questionnaire

---

<sup>5</sup> vizinoemi2@gmail.com

survey among consumers in order to assess their clothing purchasing habits, with particular regard to their sustainability practices.

*Keywords:* fashion industry, sustainability, consumption

*JEL Codes:* D12, L67, Q54

## 1. Bevezetés

Fenntarthatóság a divatiparban? Valóban létezik? Pedig elsőre nehéz elképzelni, hiszen élesen szemben álló fogalmakról van szó. A divatipar ugyanis a világ egyik legszennyezőbb iparága (Dobos & Éltető, 2022). Mégis meg kell próbálnia lépéseket tenni a fenntarthatóság felé, mivel jelentősen hozzájárul a globális környezetszennyezéshez, ezzel pedig csökkenti a Föld (embeerek, állatok és növények számára) élhető környezetét és időtartamát. Fontos ugyanakkor, hogy nem csak kommunikációs szinten kell fenntarthatóságot közölni, hanem tetteknek is lenniük kell mögötte, különben csak greenwashing, azaz zöldre mosás történik.

A divatipar mindannyiunk életének szerves része, az önkifejezésünk eszköze. A ruházattal kifejezhető a csoporthoz tartozás, vagy éppen csoporttól való elkülönülés. A ruhadarabok által az ízlés, a stílus, a társadalomban elfoglalt hely, státusz, foglalkozás is közvetíthető a külvilág felé. Azonban ekkor is megjelenhet egyéni szinten a tudatosság, a fenntarthatóság például a slow fashion követésével, amely esetében a ruhadarabok tartósságán, az időállóságán, hosszú távú használhatóságán, a magas minőségén van a hangsúly. Ezzel szemben a másik oldalon megjelenik a nem-, vagy kevésbé felelős fogyasztó magatartás, az önérdékkövetés, a státuszfogyasztás, illetve az ezt tápláló, heti szinten változó divat jelensége, vagyis a fast fashion.

A divatipari cégek, cégcsoportok megpróbálják azt közvetíteni a vásárlóik, fogyasztóik felé, hogy társadalmilag felelősek, évente kiadják a CSR (vállalatok társadalmi felelősségvállalása) jelentésüket, megújuló energiára állnak át, illetve már nem műanyag zacskót adnak a boltokban, hanem felelős erdőgazdálkodásból származó papírtasakot. De vajon tényleg elegendő ennyi a fogyasztóknak? Egyáltalán tisztában vannak azzal, hogy az a ruha, amit viselnek hol és hogyan készült? Utána néztek annak, hogy az adott márkának milyen CSR tevékenysége volt az elmúlt egy évben és mit tett a fenntarthatóbb divatiparért? Kutatási kérdésként felmerült, hogy hogyan jelenik meg a fenntarthatóság 4 divatipari cégnél/cégcsoportnál? Mit érzékelnek ebből a fogyasztók, illetve ők, egyéni szinten mit tesznek a divatipari fenntarthatóságért?

A tanulmány első részében röviden kitérünk a fenntarthatóságra, ezt követően a divatiparra, illetve a fast fashion-re, valamint az Inditex, a H&M Group, az LPP és a Shein CSR jelentéseit tekintjük át, végül a primer felmérés eredményeit ismertetjük.

## 2. Fenntarthatóság

Az 1960-as években kezdett ráirányulni a figyelem a fenntarthatóságra. 1962-ben jelent meg Rachel Carson *Néma tavasz* című műve, amely a DDT pusztító hatásainak következményeit írja le. 1966-ban Kenneth E. Boulding felismerte és tanulmányában kifejtette, hogy a jelenlegi Cowboy-gazdaságtan nem fenntartható, hiszen ekkor az erőforrások végtelenségét feltételezték. Helyette bevezette az űrhajó-gazdaságtan gondolatát. Ezzel a képpel azonosította a Földet is, hiszen egy zárt rendszerről van szó, amelyben korlátozottan állnak rendelkezésre az erőforrások. Gerreth Hardin 1968-ban *A közlegelő tragédiája* című művében kifejti a szabályozatlan hozzáférés problémáját, azaz erőforrások degradációját. Ezt az évtizedet a rádöbbenés korszakának nevezzük.

A fenntarthatóság, egészen pontosan a fenntartható fejlődés 1987-ben jelent meg először a Brundtland-jelentésben, amely Közös jövőnk címmel jelent meg. Ezt olyan fejlődésként azonosították, amely kielégíti a jelen szükségleteit anélkül, hogy csökkentené a jövő generációk képességét arra vonatkozóan, hogy kielégítsék a szükségleteiket (Brundtland, 1987).

Napjainkban számtalan törekvés létezik, amely a fenntarthatóság irányába próbálja mozdítani a földi életet. Például az Egyesült Nemzetek Szervezete (ENSZ) 2015 – 2030 közötti időtartamra 17 Fenntartható Fejlődési Cél (SDG) határozott meg. Megfogalmazásra került többek között a szegénység felszámolása, a minőségi oktatás, a nemek közötti egyenlőség, az óceánok és tengerek védelme, a szárazföldi ökoszisztémák védelme, továbbá a felelős fogyasztás és termelés. Ez utóbbi különösen fontos lenne a divatiparban is. Természetesen ezen a 17 SDG-n kívül léteznek Klímavédelmi Egyezmények (pl. Párizsi Megállapodás) Környezetvédelmi kezdeményezések (pl. Európai Unió Környezeti Politikája), és iparágakra vonatkozó is (pl. Divatipari Charta a klímavédelemért).

A fogyasztók egyre többet foglalkoznak a fenntarthatósági kérdésekkel (Chen & Hung, 2016), továbbá – ha a divatipart szemléljük – egy új fogyasztói réteg is létrejött, akik a fenntartható divatot keresik (Dangelico et al., 2022). Ők jellemzően a környezeti fenntarthatóságot, az öko nyersanyagok használatát, illetve a kevésbé szennyező folyamatokat értik alatta (Dangelico et al., 2022). Ez az irány is azt jelzi, hogy a cégeknek el kell köteleződniük a fenntartható gyártási folyamatok mellett, ugyanis a fogyasztók egyre érzékenyebbek a környezetvédelmi kérdések iránt (Blasi et al., 2020). Ugyanakkor megfigyelhető egy etikai paradoxon, miszerint nő a fenntarthatóság iránti érdeklődés, közben nőnek a divatipari szükségletek és vágyak is (Pencarelli et al., 2020).

### 3. Divatipar

A tanulmány második fejezetében a divatipar, illetve a fast fashion kerül a fókuszba. A fogalmi lehatárolást követően a négy kiválasztott cég/cégcsoport (Inditex, H&M Group, LPP, Shein) CSR jelentésének rövid bemutatása következik.

#### 3.1. A divatipar és a fast fashion fogalmi lehatárolása

A divatipart meghatározhatjuk úgy, mint a kreatív ipar egyik ágát, „*az egyes gazdasági ágazatok azon szereplőit, azok tevékenységét köti össze, amelyek valamilyen módon kötődnek a divathoz (pl. divatmárkák, kis-és nagykereskedelem, alapanyag- és késztermékgyártás, média, rendezvények és egyes nagyvárosok tekintetében szorosan kapcsolódik a turizmushoz is). A divatipar-termékek szintjén ugyanakkor általános értelmezés szerint nemcsak a szorosan vett ruháipart, hanem a kiegészítőket is magába foglalja (pl. cipő, táska, ékszer)*” (Nemzeti Divatipari Stratégia 2030, p. 12.).

Globálisan a divatipar foglalkoztatotti létszáma 2016-ban elérte a 300 millió főt,<sup>6</sup> más becslések szerint akár 430 millió is lehet.<sup>7</sup> A fast fashion termékek gyártásának környezetterhelése igen jelentős. Amellett, hogy a divatipar globálisan 3-400 millió embert foglalkoztat, és a GDP 2,3%-át<sup>8</sup> teszi ki, ez az iparág bocsátja ki a globális CO<sub>2</sub> emisszió 8-10%-át, ami 4-5 milliárd tonnát jelent, 79 trillió liter vizet használ el évente, az éves globális szennyvíz 20%-a kapcsolható hozzá, az óceánok éves, elsődleges mikroműanyag szennyezésének 35%-a, valamint közel 92 millió tonna textilhulladék évente (Niinimäki et al., 2020).

---

<sup>6</sup> Fashion industry employs 300 mn workers globally: Report. *Fibre2Fashion.com* 2018. május 28.

<sup>7</sup> Molly Polk Hannon: The victims of the Covid-19 crisis in fashion are women. *GlobalFashionAgenda* 2021. január 5.

<sup>8</sup> Fashion Industry wants cheap, disposable & trendy clothes, but it comes at a price. *The Economic Times* 2020. július 18.

A divatiparon belül működő cégek egyik üzleti modellje a fast fashion, amelynek az a célja, hogy az ezt a modellt alkalmazó divatipari szervezet minél gyorsabban reagáljon a legújabb divattrendekre és gyakran frissítse az üzleteiben kapható ruházati termékeinek készletét (Zamani et al., 2017). A kifejezést az 1980-as években, az Amerikai Egyesült Államokban használták először, ám igazán „népszerűvé” és ismertté a Zara tette (Naderi et al., 2020). A „fast” vagyis „gyors” kifejezés, hűen szemlélteti azt a fajta gyorsaságot, amelyben a trendek a kifutókról az üzletbe kerülnek. A gyártás gyors és olcsó, amely arra ösztönzi a fogyasztókat, hogy minél többet vásároljanak, folyamatosan vegyék meg az állandóan változó, megfizethető kollekciók darabjait, hiszen csak korlátozott mennyiségben és ideig elérhetőek az üzletekben (Brooks, 2015). Ennek a divat-kereskedelemben alkalmazott ipari gyakorlatnak a fókuszában az áll, hogy olyan új árut kínáljon a piacnak és a fogyasztóknak, amelyek a legújabb trendeket követik, ezáltal bemutatja a legújabb, éppen trendi darabokat (Choi et al., 2014). A fast fashion hozzájárult az eldobó kultúra kialakulásához és táplálásához, hiszen ebben az esetben a divattermékeket megvásárolják a fogyasztók, hordják, majd mikor már megunták, eldobják (Legere & Kang, 2020).

### **3.2. Divatipari szervezetek CSR stratégiái**

A CSR (vállalatok társadalmi felelősségvállalása) jelentés évente kerül közzétételre, jellemzően a szervezetek honlapján. Bárki számára elérhető, azonban mégis kevesen tudnak egyáltalán a létezéséről is, nemhogy a tartalmáról. Pedig általában itt foglalják össze a cégek az előző évi tevékenységeiket, amelyek jellemzően a fenntarthatóságra, a nem anyagi szempontokra fókuszálnak. A CSR-nak általában társadalmi, környezeti és pénzügyi vetületei vannak (Elkington, 1997; Johnstone & Lindh, 2022). Másként megfogalmazva, a cégek proaktivitását jelenti társadalmi-, gazdasági-, etikai és fenntarthatósági területeken (Johnstone & Lindh, 2022). Önkéntes vállalásokat tesznek, viszont problémát jelent az, hogy senki nem ellenőrzi ezek betartását, ebből adódóan visszaélésekre ad lehetőséget. A divatipari cégek esetében sincs ez másként. Megfigyelhető, hogy egyre nagyobb hangsúly kerül a CSR-ra, ezen belül a környezeti aspektusnál az eredményes termelési folyamatokra, a pazarlás csökkentésére; a társadalmi esetén a méltányosságra, az egyenlőségre, illetve az igazságosságra (Johnstone & Lindh, 2022).

Azonban a divatiparban nagyon összetett az ellátási lánc (Fuxman et al., 2022), ráadásul a világ számos pontjáról érkeznek a beszállítók alapanyagai, míg végül létrejön a ruhadarab, tehát nehéz olyan CSR jelentést írni, amely a teljes folyamatot, az alapanyag gyártástól a kiskereskedelmi üzletkig, onnan a fogyasztóig történő termék eljuttatásig lefedi. Ezért gyakran a cégek csupán a saját tevékenységüket írják bele, kihagyva a beszállítókat. És itt a zöldre mosás kulcsa, ugyanis a tényleges szennyezés nem a cégcsoportnál jelenik meg, hanem a beszállítóknál, akik nem tartoznak a cégcsoporthoz, csupán szerződéses megbízásban állnak vele. A zöldre mosás azt jelenti, hogy a cégek olyan imázst alakítanak ki, amely szerint kevésbé környezetszennyezőek, pedig ugyanúgy környezetszennyező módon gyártanak, mint a többi szervezet, csupán a kommunikációban sugallják azt, hogy környezetbarátabbak (Dobos & Éltes, 2022).

A következőkben az Inditex, a H&M Group, az LPP, illetve a Shein CSR jelentését tekintjük át röviden.

#### **Inditex<sup>9</sup>**

Spanyol cégcsoport, neve a **Industrias de diseño textil** szavak mozaikszava. A Zara, a Bershka, a Pull&Bear, a Massimo Dutti, a Stradivarius, az Oysho, a Zara Home, az Uterqüe és a Tempe cipőmárka tartozik az Inditex-hez. A 2021-re vonatkozó CSR jelentésükben kiemelik, hogy tudatosan figyelnek a termékek minőségére, az élettartamuk növelésére, az érzelmi tartósság

---

<sup>9</sup> <https://www.inditex.com/itxcomweb/en/sustainability#reporting>

megteremtésére. A fenntarthatósági törekvéseikhez tartozik a „környezetileg felelős termék” (bővebben nem tértek ki rá, hogy számukra mit jelent ez a kifejezés) kialakítása, de ezeknek igazodniuk kell a keresleti elvárásokhoz. Felelős erdőgazdálkodásból származó papír és fatermékeket használnak. Az Inditex központjában törekszenek a pazarlás csökkentésére, például kevesebb víz felhasználására, valamint a megújuló energiák használatára. Azonban ami problémaként jelentkezik, a ténylegesen gyártó szervezetekről, illetve az ő fenntarthatóságukról nem esik szó. Előre mutató együttműködés azonban az MIT kutatócsoportjának szponzorálására, ahol a cél a textil újrahasznosítás technológiai fejlesztése, illetve a körkörös gazdaság elérése a textilek esetén.

### **H&M Group**<sup>10</sup>

A svéd cégcsoport 8 márkát foglal magába: H&M, COS, Weekday, MONKI, H&M HOME, &Other stories, ARKET, AFOUND. 2021-re vonatkozó CSR jelentésük szerint 4.801 db üzletük működött, a munkavállalók számának átlaga 107.375 fő volt, azonban a teljes ellátási lánc megközelítőleg 1,5 millió embernek ad munkát. Itt sincs kifejtve a beszállítói lánc környezeti és társadalmi fenntarthatósága. A H&M Group központjának energiaszükségletét 95%-ban megújuló erőforrásokból állítják elő. Fontosnak tartják, hogy kollekcióikban újrahasznosított anyagokat is használjanak, 2021-ben 17,9% volt az összes anyagfelhasználáson belül az aránya, 2025-re pedig szeretnék elérni a 30%-ot. 2030-ra az alapanyagok 100%-ban újrahasznosítottak, vagy fenntarthatóbb forrásból származnak majd. (Arra azonban nem tértek ki, hogy számukra mit jelent a fenntarthatóbb forrásból kifejezés.) A sokszínűség és a befogadás elkötelezett hívei, 710 menekült státuszú munkavállaló dolgozik az egyik törökországi beszállítónál, 2025-re 2000 fő elérése a cél. Zárójeles megjegyzés, a teljes ellátási lánc 1,5 millió embernek ad munkát!

### **LPP**<sup>11</sup>

Az LPP lengyel divatipari cégcsoport, amelyhez a Reserved, Cropp, House, Mohito, Sinsay divatipari márkák tartoznak. Kimutatásuk alapján 31.808 főt foglalkoztattak 2021-ben, közülük 325 fő volt fogyatékkal élő munkavállaló. Pozitív, hogy a honlapjukon jelzik melyik SDG cél eléréséhez hogyan járulnak hozzá<sup>12</sup>. Az üzleteik energiaellátása 100%-ban megújuló energiából származik, viszont ők sem adnak információt a beszállítókról. Az Eco Aware termelés elkötelezett hívei, ez azt jelenti, hogy a gyárak megfelelnek a minőségi és a környezeti standardoknak. Csökkentik a természetes erőforrások felhasználását a ruházati termékek gyártása során, például a víz és az energia terén. Emellett csökkentik a műanyag csomagolóanyagok felhasználását is. A következő kollekciókhoz környezetbarátabb anyagokat használnak fel, például organikus pamutot. De itt sem derül ki, hogy az organikus pamut miért jobb, mint az eddigi megoldások.

### **Shein**<sup>13</sup>

A Shein-t 2012-ben alapították. Bizonyos értelemben kilóg a sorból, mert nem cégcsoport, hanem önálló márka. Viszont az elmúlt néhány évben robbanásszerű növekedésnek indult a népszerűsége. Ezt jól mutatja, hogy a közösségi média platformokon 250 milliónál is több követőjük van. A 2021-re kiadott CSR jelentése szerint világszerte kb. 10.000 főt foglalkoztatnak, továbbá több, mint 6000 beszállítóval dolgoznak együtt és további 1500 tervezővel. Ami náluk érdekesség, hogy egy-egy új termékből csupán korlátozott mennyiséget gyártanak, 50-100 db-ot, majd, ha népszerűvé válik, akkor kezdik el nagyobb tételben gyártani. Ez egyfajta tudatosságra vall, amelyet inkább az anyagi oldal mozgat, de végeredményként kevesebb eladatlan ruhadarab kerül legyártásra ezzel a megoldással. A zöldre mosás tipikus példája náluk is meg-

<sup>10</sup> [https://www2.hm.com/en\\_in/customer-service/corporate-social-responsibility/corporate-social-responsibility-csr-policy.html](https://www2.hm.com/en_in/customer-service/corporate-social-responsibility/corporate-social-responsibility-csr-policy.html)

<sup>11</sup> <https://www.lppsa.com/en/sustainable-development/annual-report>

<sup>12</sup> <https://www.lpp.com/en/sustainable-development/our-commitments>

<sup>13</sup> <https://www.sheingroup.com/corporate-news/2021-sustainability-and-social-impact-report/>

jelenik. A farmer anyag gyártása (mosása és kezelése) nagyon káros az emberekre és a környezetre, tehát a Shein nem készített farmer anyagot, hanem megveszi. Tehát nem náluk keletkezik a környezetterhelés, hanem másnál. A szponzorálás is megjelent 2019-ben és 2020-ban, kisebb rendezvények támogatói voltak, a Covid első hullámában 20%-os kedvezményt adtak az egészségügyi dolgozóknak, maszkokat adományoztak a posta dolgozóinak, 2021-ben 606.175 db fát ültettek, illetve a honlapjuk szerint 9 civil szervezetnek 984.000 dollárt adományoztak.

A vizsgált 4 CSR jelentésben minden szervezet kitért a gyártás körülményeire. Ezt szemlélteti az 1. táblázat. Igaz, hogy tesznek vállalásokat, de ezek jellemzően szimbolikusak, hiszen a beszállítók tevékenységére meglehetősen kevés ráhatásuk van. A táblázaton belüli x jelek azt jelzik, hogy az adott tényező mely CSR jelentésben jelent meg.

**1. táblázat: A 4 kiválasztott divatipari cég/cégcsoport CSR jelentésében közzétett vállalásai a gyártásra vonatkozóan**

Tényezők	In-ditex	H&M	LPP	Shein
<i>nincs kényszermunka</i>	X	X	X	X
<i>nincs gyermekmunka</i>	X	X	X	X
<i>nincs diszkrimináció</i>	X	X	X	
<i>egyesületi és kollektív szabadság</i>	X	X	X	
<i>nincs durva, embertelen bánásmód</i>	X			X
<i>biztonságos és higiénikus munkafeltételek biztosítása</i>	X	X	X	X
<i>megélhetéshez elegendő bérek</i>	X	X		X
<i>nincs túlzott túlóra</i>	X			
<i>szabályos foglalkoztatás (törvényeknek megfelelő)</i>	X		X	
<i>a gyártás nyomonkövethetősége</i>	X			
<i>biztonságos és egészséges termékek gyártása</i>	X			X
<i>környezettudatosság</i>	X	X	X	X

Forrás: A kérdőív adatai alapján saját szerkesztés

Megjegyzés: Azokat a szempontokat, amelyekre nincs információ az adott CSR jelentésekben, üres cellával jelöltük.

#### **4. Mit érzékelnek a fogyasztók a divatipari cégek fenntarthatóságra törekvésekből, és ők mit tesznek érte? – A primer felmérés bemutatása**

A harmadik fejezetben kerül ismertetésre a primer felmérés. Az első alfejezet a kutatás módszertanára fókuszál, míg a második az elemzés részleteire tér ki.

##### **4.1. A kutatás módszertana**

A kutatási kérdés második részének megválaszolása érdekében, vagyis mit érzékelnek a fogyasztók a divatipari cégek CSR tevékenységéből, és egyénileg mit tesznek azért, hogy fenntarthatóbb legyen a divatipar, egy online kérdőíves megkérdezést bonyolítottunk le. A kitöltésre 2022. október 15. és 27. között volt lehetőség. A kérdőív szélesebb közeghez történő eljuttatása a közösségi médián keresztül zajlott, illetve egyetemi csoportokban került megosztásra. A kitöltés önkéntes és anonim volt. Nem volt konkrét célcsoport, akire leszűkítettük volna, mivel ez egy általános helyzetfelmérés volt. A későbbiekben tervezzük egy-egy kisebb szegmensre is megismételni a vizsgálatot. A kérdéseknél és a válaszlehetőségeknél több típus is megjelent a skáláktól (1-től 6-ig terjedő; 1: egyáltalán nem ért egyet, 6: teljes mértékben egyetért); az egyszerű és többszörös választási lehetőségekig. A szerkezet három részből tevődött össze: egyéni szokásokra vonatkozó kérdések, a divatipari és fast fashion-t érintő tájékozottság, demográfia.



A kutatás célja az volt, hogy a divatipari termékek fogyasztási szokásairól képet kapjunk, beleértve a vásárlási gyakoriságot, a havi ruhákra költött összeget, a vásárolt márkákat. Továbbá a fast fashion szakirodalomban is fellelhető jellemzőit értékelték 1-től 6-ig terjedő skálán annak megfelelően, hogy mennyire találják „igaznak”. Mivel a kutatás témája a fenntarthatóság és a CSR volt, ezért 7 szempont került felsorolásra, amelyek megtalálhatóak voltak a négy vizsgált célcsoportból legalább egy CSR jelentésében (például gyermekmunka nélküli termékgyártás; újrahasznosított anyagok felhasználása; jótékonyági, fenntarthatósági célok anyagi támogatása). Ezek a válaszlehetőségek kétszer kerültek elő, először arra vonatkozott a kérdés, hogy a válaszadó szerint mekkora figyelmet fordítanak a divatipari cégek az alábbi szempontokra, másodjára pedig kitöltő szerint mivel érheti el egy divatipari cég, hogy fenntarthatóbb legyen.

#### 4.2. A primer felmérés eredményei

A kérdőívet 155 fő töltötte ki, 22,58% volt a férfiak aránya (35 fő), illetve 77,42% a nőké. A női válaszadók felülreprezentáltságának oka lehet például az, hogy ők jobban érdeklődnek a divatipari termékek iránt, gyakrabban vásárolnak. A korcsoportra áttérve, az életkorokat a generációkhoz igazodva adtuk meg (Z generáció 1995-2009; Y 1980-1994; X 1961-1979; Baby boomer 1946-1960). A 2. táblázat szemlélteti a kérdőívet kitöltők generációnkénti számát és arányát.

**2. táblázat: A kérdőív kitöltők generáció szerinti száma és megoszlása**

Generáció	Életkor (év)	Kitöltők létszáma (fő)	Kitöltők aránya (%)
<b>Z</b>	13-27	101	65,16
<b>Y</b>	28-42	27	17,42
<b>X</b>	43-61	26	16,77
<b>Baby boomer</b>	62-76	1	0,65
<b>Összesen</b>		155	100,00

Forrás: A kérdőív adatai alapján saját szerkesztés

A lakóhely szerinti megoszlásra áttérve elmondható, hogy a megyeszékhelyen élők töltötték ki a legmagasabb arányban (49,68%), messze elmarad tőle a kisváros (20,65%), ezt követi Budapest (12,90%), nagyváros de nem megyeszékhely (8,39%), végül a község (8,39%). Az eredmények nem tekinthetők reprezentatívnak.

A kérdőív első szerkezeti egységében kapott helyet az egyéni vásárlási szokások felmérése. Először a ruhavásárlási gyakoriságra kellett válaszolniuk. A kitöltők 31,36%-a (49 fő) jelölte azt a válaszlehetőséget, hogy havi rendszerességgel, további 29,03% (45 fő) a negyedévente. Heti egy alkalmat 2,58% (4 fő), 2 hetente egyet 9,03% (14 fő), havi két-három alkalmat 19,35% (30 fő). Ami meglepő volt, hogy 13 szavazatot kapott a ritkábban, mint negyedévente. Ez már a fenntarthatóbb divatipar irányába mutat, hiszen tudatosabb fogyasztói magatartásra vall, annak ellenére, hogy túlnyomó többségében Z generációs fiatalok vettek részt a kutatásban.

A második kérdés, a havonta ruhákra költött pénzmenyiségre kérdezett rá. A válaszadók 44,52%-a és további 38,47%-a jelölte a 10.000 Ft alatt, illetve a 10.001 – 25.000 Ft opciót. A szélsőségre, 80 és 100.000 Ft közötti tartományra csupán 1 fő kattintott. Ennek háttérben állhat az, hogy a kitöltők szabadon elkölthető jövedelme relatív alacsony, ha figyelembe vesszük a korukat, a havi jövedelmüket és a létfenntartási költségeiket (ide sorolva az albérlet fizetést, az étkezést) valamint a 2022-ben igen magasra ugró inflációt, különösen az energiaárak és az élelmiszerek tekintetében.

A hibás ruházati vásárlásokat (méréshiba, nem megfelelő anyag, szabás, szín) a személyes jelenléttel és a felpróbálással lehet csökkenteni. Ez az anyagi szempontok mellett a fenntarthatóságot is erősíti, hiszen kevesebb ruhadarab kerül kidobásra – ezáltal a szeméttelre –, valamint elégetésre, ezáltal károsanyagokat juttatva a légkörbe. A válaszadók 60,65%-a híve a személyes vásárlásnak, az esetek többségében ezt a módot választja. 20,65% a kombinált megoldásra szavaz, azaz online megrendeli webshopból, viszont az üzletbe kéri, ahol lehetősége van felpróbálni, ha mégsem tetszik, akkor ott hagyni. Ezáltal visszakerül az üzlet kínálatába. A maradék 18,71% az online vásárlást preferálja, vállalva az esetleges kockázatokat. Ugyanakkor érdemes megemlíteni a visszaküldés lehetőségét, de ekkor extra szállítási költségek keletkezhetnek a vevő oldalán.

Több válaszlehetőséget is meg lehetett jelölni annál a kérdésnél, amely a ruhavásárlás helyeire vonatkozott. 127 fő a bevásárlóközpontok üzleteit jelölte (azaz a fast fashion márkák üzleteit), 92 fő webshopokat, 66 fő a használtruha üzleteket, 40 fő a kisebb butikokat, amelyek nem a bevásárlóközpontokban találhatóak, illetve 15 fő a különböző közösségi média felületeken található csoportokat. A fenntarthatóság irányába a használtruha boltokban való vásárlás mutat, hiszen ekkor kap második „életet” egy-egy ruhadarab, amelyet a korábbi tulajdonosa már megunt. Így is lehet frissíteni a gardróbod, hiszen jóval kedvezőbb árfekvésű, mint az új termékek, a környezetterhelése is elenyésző, mivel nem kell létrehozni újat.

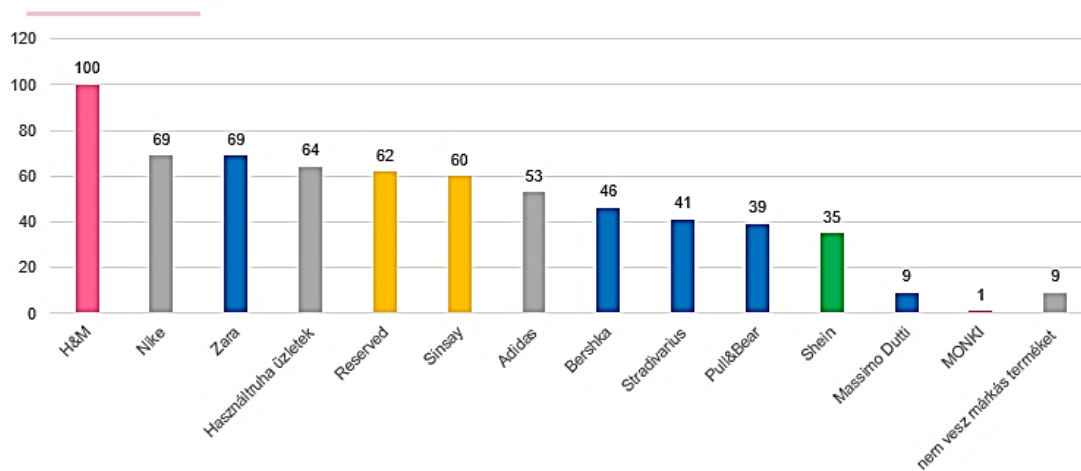
A vásárlási döntés meghozásában számtalan tényezőt figyelembe vehetünk, például a színt, a minőséget, az árat, de akár a közösségi médiában tevékenykedő véleményvezérekét is, akiket influenszereknek nevezünk. A válaszadók 1-től 6-ig terjedő skálán értékelték 10 szempontot az alapján, hogy mennyire fordítanak figyelmet rájuk a vásárlás során. (Az 1 az egyáltalán nem veszem figyelembe, a 6 a teljes mértékben figyelembe veszem kategóriát jelölte.) A 3. táblázat tartalmazza az eredményeket. A kutatás eredménye is jól tükrözi, hogy az önkifejezés az elsődleges cél, a saját stílus külvilág felé történő közvetítése, és csak ezt követik a kívülről érkező befolyásoló ingerek. Három vizsgálatba bevont szempont kapott 5 pontnál magasabb értéket: a szín és szabás, a stílusomhoz igazodó, illetve a minőség. Jelentősen lemaradva, az utolsó helyen áll az influenszerek véleménye. Ez érdekes ellentmondásba ütközik, ugyanis a közösségi médiában jelen lévő felhasználók egyik jellemzője, hogy influenszereket követnek, akik hatással vannak a követőikre, vagyis a fogyasztókra. Erre épít a márkák körében egyre nagyobb népszerűségnek örvendő influenszer marketing alkalmazása is. A kérdőív eredményei alapján azonban nem fejt ki érdemi hatást az influenszerek tevékenysége, ha ruházati termékek megvásárlásáról van szó. Ez pedig a fenntarthatóság szempontjából kiemelendő, hiszen inkább az önkifejezés kerül a fókuszba, semmint egy influenszer stílusának másolása, valamint az általa közvetített márkák vásárlása.

**3. táblázat: Ruházati termékek vásárlásánál a kitöltők által figyelembe vett szempontok értékelése**

	Tényező megnevezése	Átlag	Szórás
1	<i>szín és szabás (mennyire áll jól)</i>	5,69	0,638
2	<i>stílusomhoz igazodó (függetlenül a trendektől)</i>	5,4	0,906
3	<i>minőség</i>	5,155	0,851
4	<i>ár</i>	4,794	1,217
5	<i>természetes anyagból készült (nem műszálas)</i>	3,89	1,597
6	<i>márka</i>	3,471	1,36
7	<i>aktuális divattrend</i>	3,032	1,443
8	<i>gyermekmunka, kényszermunka nélkül készült</i>	2,748	1,625
9	<i>származási hely</i>	2,516	1,407
10	<i>influenszerek véleménye, megjelenése</i>	1,632	1,003

Forrás: A kérdőív adatai alapján saját szerkesztés

A márkákat tekintve a kitöltők között egyértelműen a legnépszerűbb a H&M. (A rózsaszín jelöli a H&M Group-hoz tartozó márkákat, a kék az Inditex-et, a sárga az LPP-t, zöld a Shein-t. A szürkén maradt márkák CSR tevékenységét a kutatás során nem elemeztük.) Ezt követi a Nike és a Zara, kis mértékben elmarad tőlük a használtruha üzletek népszerűsége. Majd jön a Reserved és a Sinsay (vagyis az LPP), az Adidas, az Inditex további márkái, valamint a fiatalok körében napjainkban egyre népszerűbbé váló márka, a Shein. Ami kirajzolódik, hogy a divatipari cégcsoportok a különböző márkáikkal nem azonos szegmensekre céloznak, hiszen akkor egymás mellett lennének népszerűség alapján. A másik érdekesség, a használtruha üzletek népszerűsége, ugyanis a 155 válaszadóból 64 bejelölte, hogy szokott ezekből az üzletekből vásárolni, amely a tudatosság és a fenntarthatóság irányába mutat, miközben lényegesen kedvezőbb áron hozzájuthat a ruházati termékekhez, így több, másra szabadon elkölthető jövedelme marad az alanyoknak, aki mindeközben frissíti a ruhatárát.



**1. ábra: A kitöltők által vásárolt márkák népszerűsége**

Forrás: A kérdőív adatai alapján saját szerkesztés

A ruházati termékek esetében is szükséges szelektálni, kiválogatni a már nem hordott darabokat. Ezt a tevékenységet a kitöltők 37,4%-a szezonálisan végzi, 29%-a évente, illetve további 32,3% ritkábban, mint évente. Legtöbbször ruhagyűjtő szervezetnek adományozzák a ruhákat (91 fő), baráti körben elajándékozzák (84 fő) valamint eladják (55 fő).

A kérdőív második blokkja a tudásra, tájékozottságra fókuszált, miközben figyelembe vette az egyéni véleményt. Az első kérdésben 1-től 6-ig terjedő skálán kellett értékelniük az egyes tényezőket aszerint, hogy mennyire tartják a fast fashion-t és a fast fashion termékeket... (ide kellett behelyettesíteni a felsorolt szempontokat). Bár a médiában egyre többet lehet hallani a divatipar környezetszennyező működéséről, a gyártási folyamatban történő kizsákmányolásról és alulfizetettségről, mégis fontosabb az önérdék követés és a folyamatos vásárlás, mint a lelassulás és a tartós, jó minőségű termékek használata. A kitöltők érzékelik a környezetszennyezést és a kizsákmányolást, már csak az ez elleni cselekvés hiányzik. Ami szintén pozitívként értékelhető, hogy sem társadalmi-, sem környezeti oldalról nem tartják fenntarthatónak. Összegezve tehát, ismereteik vannak a divatipar, ezen belül a fast fashion működéséről és hatásairól, de még az aktív részvétel hiányzik ennek csökkentésére (4. táblázat).

#### 4. táblázat: A fast fashion jellemzőinek értékelése a kitöltők megítélése alapján

	Tényező megnevezése	átlag	szórás	nem tudja
1	<i>környezetszennyezőnek</i>	4,4	1,428	15
2	<i>a gyártási folyamatban kizsákmányolónak (embertelen körülmények, alulfizettség)</i>	4,26	1,444	24
3	<i>gazdasági szempontól fenntarthatónak (jelentős profitot elérőnek)</i>	3,919	1,61	20
4	<i>kedvező árúnak</i>	3,603	1,219	9
5	<i>jó minőségűnek</i>	3,236	1,227	7
6	<i>az önkifejezés eszközének</i>	3,068	1,492	8
7	<i>társadalmi szempontból fenntarthatónak (emberi jogi vonatkozások)</i>	2,978	1,417	19
8	<i>környezeti szempontból fenntarthatónak (szövet előkészítéstől a hulladékkezelés)</i>	2,636	1,343	15

Forrás: A kérdőív adatai alapján saját szerkesztés

Mindig kardinális kérdés, hogy kinek/milyen szereplőnek kellene fenntarthatóbb működésre ösztönöznie a divatipart. Alapvetően négy lehetőség áll rendelkezésre: a divatipari cégek, márkák; a fogyasztók; az állam; és a nemzetközi szervezetek. A kitöltők 52,30%-a jelölte a divatipari cégeket, mint a fenntarthatóság irányába történő változás elsődleges előidézőjét. 24,50% kattintott a fogyasztóra, 15,50% az államra, és 7,70% a nemzetközi szervezetekre. Ez is nagyon jól mutatja, hogy a fogyasztók többsége elhárítja magáról a felelősséget, oldják meg a szervezetek, az egyéni tudatosság érdemben nem segít. Pedig de! A kis lépések, tevékenységek összeadódnak, és képesek rákényszeríteni (például bojkottal) a divatipari cégeket a fenntarthatóbb működésre.

A következő két kérdésben ugyanazt a hét tényezőt értékelték skálával, csak más szempont szerint. Az első esetében a fókusz arra került, hogy melyik tényezőre mekkora figyelmet fordítanak a divatipari cégek, a másikon pedig a kitöltő szerint mivel érheti el egy divatipari cég, hogy fenntarthatóbb legyen. (Mivel nem mindenkinek vannak előzetes ismeretei, ezért a számok mellé bekerült a „nem tudom” opció is.) Ami egyik oldalról pozitív, felismerték a kutatásban részt vevők, hogy a marketing-, promóciós-, vásárlásösztönző tevékenységre fordítják a legnagyobb figyelmet a divatipari cégek, ugyanakkor 25 ember mégis inkább a nem tudja opciót jelölte. Az elsőtől jelentősen elmarad a környezetbarát csomagolás használata, ugyanis, ha átlagpontokat nézünk, akkor 1,684 pont a különbség (egy 6 fokozatú skálán). A gyártás során a társadalmi szempontokat, úgymint a kényszermunka és a bántalmazás nélküli munkavégzés; gyermekmunka nélküli gyártás valóban kimarad a márkák közösségi médián sugárzott kommunikációjából, ezért nem meglepő, hogy 33, illetve 30 fő nem tudta érdemben megítélni. Akik pontozták, ők is 2,713 és 2,68 átlagpontra értékelték az erre irányuló figyelmet. A második kérdésnél, vagyis annál, hogy mivel érheti el egy divatipari cég, hogy fenntarthatóbb legyen, megváltozott a sorrend. A marketing és a vásárlásösztönzés lekerült az utolsó helyre, a környezetbarát csomagolás, az újrahasznosított anyagok használata előlépett az első két helyre, illetve a TOP3-ba még a hulladékgazdálkodásra fordított nagyobb figyelem fért be. Érdekeség, hogy bár itt is jelen volt a „nem tudom” válaszlehetőség, mégsem élt vele senki.

### Mekkora figyelmet fordítanak a márkák...?

Tényező megnevezés	Átlag	Nem tudja
1 marketing-, promóciós-, vásárlásösztönző tevékenységre	5,285	25
2 környezetbarát csomagolás használatára	3,601	7
3 újrahasznosított anyagok használatára	3,45	6
4 jótékonyági, fenntarthatósági célok anyagi támogatására	3,34	14
5 hulladékgazdálkodásra (a gyártás és a nem értékesített termékek esetén)	2,843	15
6 kényszermunka és bántalmazás nélküli termégyártásra	2,713	33
7 gyermekmunka nélküli termégyártásra	2,68	30

### Mivel érheti el egy cég, hogy fenntarthatóbb legyen?

Tényező megnevezése	Átlag
1 környezetbarát csomagolás használatára	5,355
2 újrahasznosított anyagok használatára	5,271
3 hulladékgazdálkodásra (a gyártás és a nem értékesített termékek esetén)	5,265
4 kényszermunka és bántalmazás nélküli termégyártásra	5,000
5 gyermekmunka nélküli termégyártásra	4,877
6 jótékonyági, fenntarthatósági célok anyagi támogatására	4,852
7 marketing-, promóciós-, vásárlásösztönző tevékenységre	4,148

## 2. ábra: A kitöltők szerint mekkora figyelmet fordítanak az egyes tényezőkre a divatipari márkák és mire kellene jobban annak érdekében, hogy elmozdulás történjen a fenntarthatóság felé

Forrás: A kérdőív adatai alapján saját szerkesztés

A kérdésblokk utolsó előtti részében az egyéni felelősség és cselekvés került a középpontba. A legtöbb szavazat, szám szerint 139 arra érkezett, hogy évekig hord egy-egy ruhadarabot. Jelentősen lemaradva, 77 vokssal a használtruhát vásárolok végzett a második helyen, a harmadik pedig a kevesebb fast fashion terméket vásárolok lett, 74 kattintással. A ruhacsere akciókban való részvétel (34), a helyi varrodákkal való ruha készíttetés (15) illetve a ruhakölcsönzési szolgáltatás igénybevétele (6) még elenyésző népszerűségnek örvend, ha a fenntarthatóságra törekvésről van szó egyéni szinten.

Végül, de nem utolsó sorban a divatipari cégek CSR tevékenységének ismertségére vonatkozott a blokk záró kérdés. 26,5% jelölte be, hogy hallott már róla, és nagyjából tudja is, hogy miről szól. 20,6% hallott már róla, de nem tudja, hogy miről szól. A kitöltők 39,4%-a még nem hallott róla, de a kérdőív kitöltése után kíváncsi lett rá. A fennmaradó 13,5% sosem hallott róla, és nem is érdekli. Ezek a jelentések bárki számára hozzáférhetőek, elérhetőek a divatipari cégek honlapján, azonban e jelentés közzétételének marketingjére/beharangozására nem fordítanak akkora erőfeszítést, mint a következő kollektív közösségi médiában való bemutatására. Valószínűleg ez lehet az oka annak, hogy csupán a résztvevők kicsivel több, mint negyede tudta, hogy mi a CSR jelentés, és a tartalmával is valamennyire tisztában van.

## 5. Következtetések

A kutatás korlátaihoz tartozik, hogy csupán négy nagyobb divatipari szervezet CSR jelentése került elemzésre, ezáltal nem tükrözi pontosan a divatipar egészére vonatkozó gyakorlatokat. Ugyanakkor rávilágít a fenntarthatóságra való törekvés kettősségére. Másrészt a primer kutatás minta elemszáma alacsony (155 fő töltötte ki a kérdőívet), ezért az eredményekből messze menő következtetéseket nem lehet levonni. A tendenciák azonosítására, a jelenségek megfigyelésére azonban alkalmas volt.

A kutatás legfőbb eredményeként megfogalmazható, hogy vannak törekvések a divatipari szervezetek és a fogyasztók oldaláról is a fenntarthatóságra, de ezek inkább szimbolikus cselekvések, semmint tényleges megoldások. Például az nem érdemi előrelépés, hogy a márka központjában megújuló energiaforrásokat használnak, vagy papír csomagolást az üzletekben, miközben hatalmas mértékű a környezetszennyezés a textilek mosása és előkészítése során,

vagy a létfenntartáshoz is alig elegendő bért fizetnek a ruhákat varró alkalmazottaknak. Sem az Inditex, sem a H&M, sem az LPP, sem a Shein CSR jelentésében nem esik szó a beszállítók fenntarthatóságra törekvéséről, miközben a valódi szennyezés náluk jelentkezik. Továbbra is elsődleges cél a divatipari szervezetek esetében a profit, a fogyasztóknál pedig a fogyasztói igények (önérdekkövetés).

A primer felmérés eredményei jól tükrözik, hogy a fogyasztóknak vannak ismereteik a divatipari termékek gyártása során jelentkező társadalmi-, környezeti problémákról, azonban erre csupán kevesen figyelnek a vásárlási döntéseik során. A fenntarthatóságra való törekvést pedig kutatásban részt vevők többsége szerint a márkáknak kellene előidézni – tehát áthárítják a felelősséget önmagukról. Pedig a fogyasztók kezében a döntés, a vásárlóerejükkel is elérhetik („kikényszeríthetik”) a fenntarthatóbb módon működő divatipart.

## Irodalomjegyzék

- Blasi, S., Brigato, L. & Sedita, S.R. (2020). Eco-friendliness and fashion perceptual attributes of fashion brands: an analysis of consumers' perceptions based on twitter data mining. *Journal of Cleaner Production*, 244, 118701. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.118701>
- Boulding, K. E. (1966). The Economics of the Coming Spaceship Earth. In Jarrett H. (Ed.), *Environmental Quality in a Growing Economy* (pp. 3–14), Baltimore, MD: Resources for the Future/Johns Hopkins University Press.
- Brooks, A. (2015). Systems of provision: Fast fashion and jeans. *Geoforum*, 63, 36–39. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2015.05.018>
- Brundtland, G. (Ed.) (1987). *Our common future: The World Commission on Environment and Development*. Oxford, Oxford University Press. <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf> (Letöltve: 2021.12.02.)
- Carson, R. (1962). *Silent Spring*. The New Yorker magazine, Boston.
- Chen, S.C. & Hung, C.W. (2016). Elucidating the factors influencing the acceptance of green products: an extension of theory of planned behavior. *Technological Forecasting and Social Change*, 112, 155–163. <https://doi.org/10.1016/J.TECHFORE.2016.08.022>
- Choi, T-M., Hui, C-L., Liu, N., Ng, S.F. & Yu, Y. (2014). Fast fashion sales forecasting with limited data and time. *Decision Support Systems*, 59, 84–92. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2013.10.008>
- Dangelico, R. M., Alvino, L. & Fraccascia, L. (2022). Investigating the antecedents of consumer behavioral intention for sustainable fashion products: Evidence from a large survey of Italian consumers. *Technological Forecasting & Social Change*, 185, 122010. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122010>
- Dobos E. & Éltető A. (2022). Ellátási láncok a divatiparban – szabályozási kísérletek és gyakorlat. *Kül-gazdaság*, 66(2022/7-8), 74–101. <https://doi.org/10.47630/KULG.2022.66.7-8.74>
- Fashion industry employs 300 mn workers globally: Report. *Fibre2Fashion.com* 2018. május 28. <https://economictimes.indiatimes.com/small-biz/sme-sector/fast-fashion-industry-wants-cheap-disposable-trendy-clothes-but-it-comes-at-a-price/articleshow/77032023.cms?from=mdr> (Letöltve: 2021.12.02.)
- Fashion Industry wants cheap, disposable & trendy clothes, but it comes at a price. *The Economic Times* 2020. július 18. <https://www.fibre2fashion.com/news/apparel-news/fashion-industry-employs-300-mn-workers-globally-report-242435-newsdetails.htm> (Letöltve: 2021.12.02.)
- Fuxman, L., Mohr, I., Mahmoud, A.B. & Grigoriu, N. (2022). The new 3Ps of sustainability marketing: The case of fashion. *Sustainable Production and Consumption*, 31, 384–396. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2022.03.004>

- Hardin, G. (1968). The Tragedy of the Commons. *Science*, 162(3859), 1243–1248.  
<https://doi.org/10.1126/science.162.3859.1243>
- Legere, A. & Kang, J. (2020). The role of self-concept in shaping sustainable consumption: A model of slow fashion. *Journal of Cleaner Production*, 258, 120699.  
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.120699>
- Johnstone, L. & Lindh, C. (2022). Sustainably sustaining (online) fashion consumption: Using influencers to promote sustainable (un)planned behaviour in Europe’s millennials. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 64, 102775. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102775>
- Naderi, S., Kilic, K. & Dasci, A. (2020). A deterministic model for the transshipment problem of a fast fashion retailer under capacity constraints. *International Journal of Production Economics*, 227, 107687. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2020.107687>
- Nemzeti Divatipari Stratégia 2030 (2020). <https://cdn.kormany.hu/uploads/document/d/d2/d28a1e991837ede4354813db756e11c0f4699ea1.pdf>  
 (Letöltve: 2021.12.02.)
- Niinimäki, K., Peters, G., Dahlbo, H., Perry, P., Rissanen, T. & Gwilt, A. (2020). The environmental price of fast fashion. *Nature Reviews, Earth&Environment*, 1(4), 189–200.  
<https://doi.org/10.1038/s43017-020-0039-9>
- Pencarelli, T., Ali Taha, V., Škerháková, V., Valentiny, T. & Fedorko, R. (2020). Luxury products and sustainability issues from the perspective of young Italian consumers. *Sustainability*, 12(1), 245.  
<https://doi.org/10.3390/su12010245>
- Zamani, B., Sadin, G. & Peters, G. M. (2017): Life cycle assessment of clothing libraries: can collaborative consumption reduce the environmental impact of fast fashion? *Journal of Cleaner Production*, 162, 1368–1375. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.06.128>

## **Épített örökségeink fenntarthatósága a volt szovjet laktanyák újrahasznosításának példáján keresztül**

*The Sustainability of our Built Heritage Through the Example of Reusing Former Soviet Barracks*

**TEVELY Titanilla Virág**

PhD-hallgató (*PhD Student*)

Soproni Egyetem, Széchenyi István Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola  
(*University of Sopron, István Széchenyi Economics and Management Doctoral School - Hungary*)

### **Absztrakt**

A jelen kutatás célja, hogy feltárja a sötét turizmus és a fenntarthatóság kapcsolatát, valamint az épített örökségek körében játszott jelentőségét, ezzel elősegítve a volt szovjet laktanyák turisztikai vagy gazdasági újrahasznosításának folyamatát. A fenntartható turizmus témakörében a legtöbb elemzés a tömegturizmus által leginkább sújtott városok problémáit helyezi a középpontba, míg ez a vizsgálódás a kevésbé ismert helyszínek (újra)hasznosítására irányul. A cikk kitér a fenntarthatóság és a fenntartható turizmus alapelveire, a sötét turizmuson belül az úgynevezett „kommunizmusturizmusra” is. Hazai és külföldi példákon keresztül bemutatja a volt barakkok legjellemzőbb hasznosítási formáit, és javaslatot tesz a lehetséges megoldásokra, amelyeket az elhagyatott épületek esetében használni lehetne. A primer kutatás a már fölújított létesítmények online elemzése segítségével az esetleges beruházási lehetőségekre igyekszik felhívni a figyelmet. Ezeknek az épületeknek a rehabilitálása a helyi közösségek jólétének elérése, illetve a település vonzerejének növelése érdekében is szükséges.

*Kulcsszavak:* fenntarthatóság, épített örökség, sötét turizmus

*JEL-kódok:* Z30, Z32

### **Abstract**

The aim of this research is to examine the relationship between dark tourism and sustainability, as well as its significance in the context of built heritage, thereby encouraging the process of touristic or economic recycling of former Soviet barracks. In the field of sustainable tourism, most analysis focus on the problems of the cities most affected by mass tourism, while this research focuses on the (re)use of lesser-known locations. The article covers the basic principles of sustainability and sustainable tourism, as well as the so-called "communism tourism" within dark tourism. Through domestic and foreign examples, it presents the most typical forms of utilization of former soviet barracks and proposes possible solutions that could be used in the case of abandoned buildings. The primary research tries to draw attention to possible investment opportunities with the help of online analysis of already repurposed facilities. The rehabilitation of these buildings is also necessary to achieve the well-being of the local communities and to increase the attractiveness of the settlement.

*Keywords:* sustainability, built heritage, dark tourism

*JEL Codes:* Z30, Z32



## 1. Bevezetés

A kutatás célja nem a volt szovjet katonai bázisok teljes körű feltérképezése, hanem annak bemutatása, hogy a már részben vagy teljesen átalakított helyek a legtöbbször sikeresek, így a fenntarthatóság jegyében érdemes lehet az újabb zöldterületek beépítése helyett az ilyen elhagyott épületek hasznosítására is összpontosítani. Az örökségként fennmaradt épületek sorsa a helyi közösség identitásával is összefügg, továbbá bepillantást enged a múltba, illetve valamilyen történelmileg fontos eseményre emlékeztet. Egyfajta bizonyítékai vagy mementói az adott korszakban élt emberek mindennapjainak, kultúrájának, s elősegítik, hogy a mostani fiatalok megértsék szüleik gyermek- és ifjúkorát, a jövő generációi pedig visszatekinthessenek a régmúltba. Egyidejűleg az is tény, hogy sok olyan épület található, amely a funkciójukat elveszítve, romladozva, üresen áll, miközben egyre több zöldterületet veszünk igénybe azért, hogy újabbnál újabb házak, intézmények, szórakozási helyek épüljenek. A fenntarthatóság napjaink legfontosabb kérdésköre, amelynek érdekében a környezet védelme, a közösség jóléte és a gazdaság növekedés együttesen kell megjelennie a különböző területeken. Több kutatás (Dannert & Pirisi, 2016; Bársony, 2018; Kádár, 2013) is fókuszált a magyarországi barnamezőkre és főként a szovjet kivonulás után hátra maradt károkra, emellett a laktanyákat összességében elemezték. Ezekre, illetve a már újrahasznosított létesítmények példájára alapozva, a helyi közösségek érdekét figyelembe véve a tanulmány javaslatokat tesz a hazai volt szovjet laktanyák funkcióváltására.

## 2. Elméleti háttér

### 2.1. A fenntarthatóság alapelvei

Korunk legjelentősebb kulcsszava a fenntarthatóság. A 21. század kihívásainak a középpontjában a természeti problémák állnak – például a víz- és levegőszennyezettség, a szélsőséges időjárási viszonyok –, amelyek jelentősen befolyásolják a mindennapi életünk menetét (Li & Wu, 2019), és ezt a folyamatot az urbanizáció és a globalizáció csak tovább gyorsítja (Gavrilescu *et al.*, 2015). Az emberi tevékenység, a gazdasági fejlődés jóformán minden esetben a természeti környezetet károsítja, hiszen a társadalmi jólét megteremtése a természeti kincsek kihasználásával történik. Az emberi fejlődésnek nemcsak a gazdasági növekedést kellene jelentenie, hanem az ökológiai fenntarthatóságot is (Horváth, 2016).

A fenntartható fejlődés koncepcióját 1987-ben dolgozta ki a Brundtland-bizottság. Az elfogadott meghatározása szerint a „fenntartható fejlődés olyan fejlődés, amely kielégíti a jelen szükségleteit anélkül, hogy veszélyeztetné a jövő nemzedékek esélyét arra, hogy ők is kielégíthessék szükségleteiket” (EUR-Lex, n.d.). Az ENSZ tagállamai által 2015-ben elfogadott *Agenda 2030* tartalmazza azokat a környezeti, társadalmi és gazdasági kereteket, amelyek a fenntartható jóléthez szükségesek. Ennek középpontjában az a 17 fenntartható fejlődési cél (*Sustainable Development Goal*, SDG) áll, amelyek elérése érdekében cselekvésre szólítják fel a fejlett és a fejlődő országokat (United Nations, n.d.a). E pontok kiternek többek között a városok és a közösségek fenntarthatóságának és rezilienciájának az elősegítésére – ez magában foglalja a fenntartható településtervezést, a kulturális és a természeti örökségek védelmét, valamint a biztonságos és befogadó terekhez való hozzáférést is (United Nations, n.d.b).

Az építészet jelentős befolyással bír a települések fenntarthatóságára, és ehhez számos módszer áll az építészek rendelkezésére. A jelen kutatásnak nem feladata azok felsorolása, mindössze az épített örökségek fenntarthatóságához kapcsolódó ötleteket veszi számba. A régi, használaton kívüli épületeknek az adaptív újrafelhasználása során figyelmet kell fordítani arra, hogy megtalálják a legmegfelelőbb funkciót, amelyet anélkül tölthet be, hogy elveszítené az örökségi jellegét (amennyiben rendelkezik azzal), egyben megfeleljen az új szabványoknak és szabályoknak is. Ehhez először is fel kell térképezni a helyi jogszabályokat, szakértőkkel meg

kell vizsgáltatni az épület állapotát, a benne található anyagok minőségét, illetve a veszélyes anyagok eltávolíthatóságát (Bullen & Love, 2011; Mısırlısoy & Günçe, 2016). Mindez nem mindegyik épület esetén megoldható, de amelyekkel kapcsolatosan igen, ott érdemes megtenni a teljes lerombolás, a békén hagyás vagy az új épület építése helyett.

A kutatás témájába tartozó épületek sokszor szorosan kapcsolódnak a helyi közösségek identitásához, a közös múltjukhoz, így azok újrahasznosítása helyi szinten is elősegítheti a fenntartható fejlődés megvalósítását. Erre – az emberek és az épített örökség kapcsolatára – épít a Kulturális Javak Megőrzésének és Helyreállításának Nemzetközi Tudományos Központja (ICCROM) is, amelynek az egyik kiemelt célja ezen épületek megőrzése, és a fenntartható örökségturizmus elősegítése (ICCROM, n.d.).

A fenntartható turizmus egyik alapja a tömegetturizmus által okozott károk kiküszöbölése, azokra megoldás találása és a további problémák elkerülése, amihez a legnagyobb segítséget a kevésbé látogatott desztinációk fejlesztése és hirdetése nyújthatja (Palacios-Florencio *et al.*, 2021). Ehhez kapcsolódóan a helyi erőforrások felhasználása mellett a kulturális, a megfogható és a megfoghatatlan örökség kérdése is fókuszba került. Az örökség szabadidős tevékenység forrása és kulturális szimbólum is egyben, amelynek a bemutatása számos módon történhet. Az interpretációjuknak ugyanis gazdasági, politikai és társadalmi háttere is van, hiszen a bemutató és a fogadó közönség is sokszínű (Boniface & Fowler, 1993).

## **2.2. Sötét turizmus és a kommunizmusturizmus**

A kulturális örökségturizmusba tartozó sötét turizmus koncepcióját először Foley és Lennon (1996) vetette fel, amely magában foglal minden emberi és/vagy természeti katasztrófa színhelyére történő utazást. Az ilyen helyszínek felkeresése Smith (1996) szerint a turisták alapvető motivációja az örökség és a történelmi vonatkozások iránti érdeklődés.

A tanulmány során főként azokról a helyszínekről lesz szó, amelyeknél tényleges erőszakos cselekmény nem történt (legalábbis nem tudunk róla), a hozzájuk kapcsolódó történelmi időszak, a kommunizmus miatt mégis a sötét turizmus részét képezik.

A Szovjetunió 1989-es felbomlása, illetve a szovjet csapatok 1991-es kivonulása után a Közép- és Kelet-Európában fennmaradt, a kommunista időszakra emlékeztető örökségi helyszínek jelentős turistacélpontok lettek a nyugati turisták számára. Bár rengeteg, a kommunista érárt idéző épületet és jelképet leromboltak, sok még a mai napig is a régi helyén található, a diktatúra egyfajta mementójaként (Jakus, 2005; Caraba, 2011). Ezek az örökségek pedig a sötét turizmus célpontjait képezik, hiszen halállal, szenvedéssel, erőszakkal kapcsolatos események helyszínei (Schneider *et al.*, 2021). Az emberek azért utaznak ezekre a helyekre, hogy lássák a „szocializmusra” jellemző tárgyakat, értékelhessék magukban annak a hatásait, illetve többen arra kíváncsiak, hogy milyen lehetett a felmenőik élete a diktatúra alatt (Banaszkiewicz *et al.*, 2017).

A kommunizmusturizmussal foglalkozó szakirodalom viszonylag kevés, és főként Románia (Light, 2000a, 2001), Lengyelország (Knudsen, 2010; Matoga, 2015) és Litvánia (Kacerauskas & Baranovskaja, 2021; Jureniene & Radzevicius, 2022) attrakcióiról és azok fejlesztéséről szól, de azok alapján is látszódik, hogy a kategória különböző attrakciótípusokat foglal magában. A nyugati turisták be kívánnak tekinteni a volt szovjet blokk mindennapi életébe; kíváncsiak a diktatúra áldozataira; az 1956-os forradalom emlékeire; a kommunista jelképekre, esetleg az elhagyatott területeket akarják feltérképezni. A Kelet- és Nyugat-Berlint egykor elválasztó fal ma is az egyik leglátogatottabb (Schmidt, 2019) attrakció a német városban. Lengyelországban Nowa Huta városa a kommunista építészete miatti jelentős turisztikai célpont (Kraków Travel, 2017), míg Magyarországon a Szoborpark (Memento Park, n.d.) egy ilyen attrakció. Egy informális interjú szerint ezeknek a helyeknek az egyik vonzereje éppen az építészetükben, a korra jellemző művészetükben rejlik. A diktatúra korlátozta az új, illetve nem a kommunista ideológián alapuló művészetek megjelenését és elterjedését, ellenben a saját,

egyedi struktúrája (szocreál stílus) főleg a Szovjetunióban, de az egész „szocialista világban” látható volt (Craig, 2017).

Bár a kutatás témája az egykori szovjet laktanyák hazai újrahasznosítása, tehát a volt szovjet blokk azon területe, amely ma az Európai Unió része, de a kommunizmusturizmusnak létezik egy másik része is, amellyel ez a tanulmány nem foglalkozik: a „vörös turizmus”, amelynek a középpontjában Kína áll. Ez a Kínai Kommunista Párt (KKP) által szervezett, „vörös” tematikájú ismeretterjesztés, a kommunista forradalmi eseményekről és hősekről való megemlékezés, illetve az ennek megfelelő örökségek helyszíneinek a meglátogatása a térségben (Li & Hu, 2008).

### **2.3. A volt szovjet laktanyák újrahasznosításának szükségessége**

Az egykori szovjet katonai bázisok, laktanyák és repterek átalakítása, funkcióváltása nem új keletű dolog. Mind külföldön, mind itthon számtalan példát látunk olyan lakóparkokra, bérházakra és egyéb, ma is használt épületekre, amelyeket a rendszerváltás után ránk maradt, kiüresedett objektumokból alakítottak át. A rendszerváltás után hazánkra maradt épületekről teljességgel kutatások folytak (Kádár & Kozma, 2011; Kádár, 2013; Dannert & Pirisi, 2016; Bárony, 2018). Ezek a helyszínek a megszállás alatti konfliktusban betöltött szerepük miatt kapják sötét örökségi értéküket. A negatív, politikailag és társadalmilag is kellemetlen múlt a mai napig jelen van ezeken a helyeken, akár mennyire is igyekeznek az emberek elfeledkezni róluk (Thomas et al., 2019).

Nem mindegyik ingatlant használták fel a kivonulást követően. Több laktanya is a természet és az idő martalékává lett: jelenleg vagy teljesen elhagyatottan, kerítéssel védve állnak, hogy senki ne közelíthesse meg őket, vagy pedig az ilyen helyszínek felfedezésére „specializálódott” fiatalok látogatják őket. A turisták azonban már nemcsak a tömegek által látogatott helyeket akarják bejárni, hanem egyre többen kívánnak autentikus élményekkel is gazdagodni. Erre egy alternatív lehetőséget kínál az „*urban exploration*”, vagyis „urbex” (Matoga, 2015). Ennek fókuszában az elhagyatott gyárak, ipari helyszínek, laktanyák és egyéb épületek felfedezése áll, amelynek során az otthagyt tárgyak, falfestmények és a belső terek révén ismerik meg a múlt egy részletét. Ez korántsem veszélytelen tevékenység, ugyanis sok egykori laktanya szerkezeti állapota omlásveszélyes, esetleg a falai vagy a levegője mérgező az építkezés során használt anyagok miatt (Matoga, 2015). De nincs, aki ezeket a helyeket karban tartaná – pedig a jelen trend alapján bőven lenne igény az elhagyatott, mégis viszonylag biztonságos épületek felkeresése iránt. Ehhez viszont az épületek sorsában érintettek közös együttműködésére van szükség. A romladozó épületek újrahasznosítása az egész környék megítélésére hatást gyakorol, növeli a település turisztikai vonzerejét, ezzel együtt az ott lakók jólétét.

Mindazonáltal figyelembe kell venni az elhagyott katonai objektumok újrahasznosításának a korlátait is. A befektetők hiánya és a politikai-jogi problémák mellett természeti és építészeti akadályok is felmerülhetnek. Például a területek egy része jelentős nagyságú, ezért a befektetés számára sokszor túl nagy teleknek bizonyul. Az épületek pedig romosak, tehát veszélyesek, egyben a helytelenül tárolt és az építés során felhasznált anyagok miatt a környezetre és a velük érintkező emberekre is káros anyagokkal terheltek (Dannert & Pirisi, 2016).

## **3. Kutatási módszertan**

### **3.1. Alkalmazott módszertan**

A tanulmány tárgyát a volt szovjet laktanyák és azok jelenlegi állapota képezi, és többféle hasznosítási módot azonosít: akadnak köztük katonai objektumok, oktatási, szociális és turisztikai funkciók. A kutatás másodlagos források – az interneten fellelhető anyagok, szakirodalom, helyi honlapok, katonasággal kapcsolatos blogok, illetve online vélemények – alapján történt. Mivel nem minden vizsgált hely kapcsán áll rendelkezésre hivatalos formában az aktuális adat,

részben amatőrök által kezelt közösségi médiafelületekről (blogok, YouTube, fórumok) származnak az információk.

Az online vélemények a turizmus kutatás fontos forrásai, amelyek a látogatók elégedettségét vagy elégedetlenségét tükrözik (Banerjee & Chua, 2016), amelyek szabadon elérhetőek a különböző értékelési platformokon. Ezek Ye *et al.* (2014) szerint a vendégek érzelmeit, valós élményeit fejezik ki, ajánlásokat fogalmaznak meg, és fontos információkat közölnek mind a potenciális vendégek, mind az adott helyszín munkavállalói és üzemeltetői számára. Ugyanakkor ezek az oldalak mégsem teljesen megbízhatóak: akár negatív, akár pozitív irányban is elfogultak lehetnek a kommentelők, de olyan is előfordul, hogy a véleménynyilvánítás előtt ténylegesen meg sem látogatta valaki a helyszínt (Chua & Banerjee, 2013).

A véleményvizsgálat a Google, illetve a TripAdvisor értékelési rendszere alapján történt. A már funkcióváltáson átesett létesítményekre vonatkozó információkra támaszkodva megállapítható, hogy ezek a szovjet laktanyák zöme inkább részben, néhány pedig teljesen hasznosult a rendszerváltás után. A vizsgált helyszínek az alapján kerültek kiválasztásra, hogy minél különbözőbb, változatosabb felhasználási mód jelenjen meg a kutatásban, bemutatva a sötét örökségek olyan példáit, amelyben a múltra támaszkodnak, és azokat is, amelyeknél inkább elfelejtették azt.

### **3.2. Legjobb gyakorlatok**

A következőben olyan helyszínek szerepelnek – a teljesség igénye nélkül –, amelyek esetében volt szovjet laktanyák kaptak kisebb vagy teljes átalakítással új funkciót. Különböző módon valósították meg az újrahasznosításukat, de az ottani oktatási-kulturális, szórakozási és/vagy gazdasági tevékenység által mindegyik javította a helyi közösség életminőségét. Akad közöttük példa külföldi és hazai adaptív újrahasznosításra is, de az alább felsorolandókon kívül még számtalan jó gyakorlat létezik.

#### **a) Skrunđa-1, Lettország**

A lettországi Skrunđa mellett található szellemváros a kivonulás után elhagyatottan, befektetők nélkül hanyatlásnak indult. Amikor a helyi önkormányzat kezébe került, turisztikai látványosságként hasznosították, s a turisták belépőjegy ellenében fölfedezhették az egyedi hangulatú szellemvárost (Voa News, 2016). Jelenleg a terület a honvédelmi minisztérium kezében van, és katonai kiképzőterepként szolgál (Latvijas Sabiedriskie Mediji, 2016).

#### **b) Lärz, Németország**

A Meklenburg–Elő-Pomerániában, Németország északkeleti részén található egykori szovjet bázis az elmúlt évek során többek között minden nyáron a *Fusion* nonprofit fesztivál színhelye. A résztvevők az „üdülési kommunizmus” részeseivé válnak, ezzel pedig egy olyan párhuzamos társadalmat tapasztalnak meg, amely diszkriminációmentes és önszerveződésen alapul – mind a szervezők, mind a látogatók oldaláról (Riceburg, 2013; Fusion Festival, 2022).

#### **c) Milovice, Csehország**

Milovice jelenleg egy fejlődő, főként fiatalok által lakott cseh település. A volt katonai létesítményt egy szórakoztató központtá, a Mirakulum Parkká alakították át, és aktívan fejlesztik a város turisztikai vonzerejét. A volt repülőtéren minden évben megrendezik a *Let It Roll* fesztivált (Letitroll, 2022), emellett népszerű a kommunizmusturisták körében is (Tomek, 2017).

#### **d) Spīķeri negyed, Lettország**

A Riga történelmi központjában található háztömb jelenleg az UNESCO világörökség része. Befektetők segítségével fejlesztették a terület infrastruktúráját, hogy az elhagyatott területről a fenntartható és integrált városfejlesztés része legyen (European Commission, 2013). Az így felújított terület művészeti és kulturális rendezvények helyszíne (pl. *Riga City Festival*), kávézókkal, éttermekkel, aktív és passzív rekreációra alkalmas helyekkel (Reinis Fischer, 2022).

#### **e) XVIII. kerületi Halomi úti laktanya, Budapest**

A szovjetek kivonulása után a laktanyával kapcsolatos első terv egy hajléktalanszálló létesítése volt, amely azonban a helyi lakosság tiltakozása miatt nem valósult meg. Ezt követően felmerült, hogy az épület a Pázmány Péter Katolikus Egyetem egyik kampusza lehetne, de ez az elképzelés sem valósult meg. A volt laktanya végül a Máltai Szeretetszolgálat kezébe került, a tisztai lakásokat pedig értékesítették (Flier, 2021).

#### **f) XVI. kerületi Erzsébetliget, Budapest**

Már az egykori szovjet laktanya is nagy területtel rendelkezett, ahol múzeum, mozi, színház is üzemelt. Azoknak a többszöri újjáépítésével és bővítésével az Erzsébetliget mára a környék fontos központjává vált, ahol a lakóépületek, a Budapesti Gazdasági Egyetem egyik kampusza, az Erzsébetligeti Színház és az Erzsébetligeti Rátonyi Gábor Uszoda (Flier, 2021) mellett étterem, sportpályák, edzőtermek egészségügyi intézmények szolgálják a lakosság jólétét.

#### **g) III. kerületi Bécsi úti laktanya, Budapest**

A szovjet csapatok kivonulása után a laktanya épületéből először a Gábor Dénes Főiskola, majd a Károli Gáspár Református Egyetem egyik kampusza lett. Más módon, de jelenleg is a jövő nemzedékének az oktatása a feladata: Waldorf-iskolaként működik (Flier, 2021).

#### **h) Tököli laktanya, Tököl**

A tököli laktanya nagy részét felújították, s lakópark lett belőle; a régi repülőtér és az ahhoz közel eső elhagyott épületek, a kaszárnyák és az egykori moziterem pedig különböző aktív szórakozásra ad lehetőséget: többek között lézerharc- (Lasertag.hu, n.d.) és paintballpályák (paintball.hu, n.d.; Patriots, n.d.) is a látogatók rendelkezésére állnak.

#### **i) Dugonics laktanya, Békéscsaba**

Az ingatlant 2007-ben vásárolták meg idegenforgalmi céllal (Travelo, 2014); jelentős átalakítások után a volt laktanya jelenleg a négycsillagos Arcanum Hotelnek ad helyet. A wellness-szálloda 3 hektáros kertjében, illetve a rendezvénytermében esküvőket, családi és üzleti eseményeket tartanak, a hotel étterme pedig helyi, friss alapanyagokból készült fogással várja a vendégeket (Csodahelyek, 2022).

#### **j) Frigyes-laktanya, Győr**

A rendszerváltás után a Honvédelmi Minisztérium és Győr városának a tulajdonába került. Az évek során több alapítvány és cég adta tovább egymásnak a tulajdonjogot, mivel a terveik nem valósultak meg. Végül a Leier-cégcsoport vette meg, és az épületegyüttes hosszas felújítás után Leier City Center néven nyitotta meg kapuit a város lakói és vállalkozásai előtt (Jakab, 2019; Építészfórum, 2010).

Összegzésül az 1. táblázat ismerteti az előbb bemutatott helyszínek új funkcióit. Az épületek, épületegyüttesek új szerepének a besorolása Fonte *et al.* (2018) és az OpenStreetMap (OSM) (n.d.) alapján történt. Az egyes kategóriák elnevezése: lakossági, kereskedelmi, ipari, oktatási, egészségügyi, kulturális, szórakoztatási, vallási, szálláshelyi, hatósági, mezőgazdasági, közlekedési, nonprofit, katonasági, illetve „nincs funkció”. Amelyik helyszín kettőnél több feladatkört is betölt, a „komplex” megjelölést kapta. Az OSM nem minden esetben adott használható információt (pl. Skrunđa 1 esetén ott a „dülő, lakatlan hely” kategória szerepelt), ilyen esetben a besorolás saját döntés alapján történt.

**1. táblázat: Újrahasznosított laktanyák összehasonlítása**

Név	Ország	Új funkció	Funkció típusa
<i>Skrunda 1</i>	Lettország	Katonai bázis	Katonasági
<i>Lärz</i>	Németország	Rendezvényhelyszín	Szórakoztatási
<i>Milovice</i>	Csehország	Oktató-szórakoztató központ	Komplex
<i>Spīķeri negyed</i>	Lettország	Közösségi tér	Komplex
<i>XVIII. kerületi Halomi úti laktanya</i>	Magyarország	Lakóhely, egészségügyi ellátó központ	Lakossági, egészségügyi
<i>XVI. kerületi Erzsébetliget</i>	Magyarország	Lakótelep	Komplex
<i>III. kerületi Bécsi úti laktanya</i>	Magyarország	Iskola	Oktatási
<i>Tököli laktanya</i>	Magyarország	Sportközpont	Szórakoztatási
<i>Dugonics laktanya</i>	Magyarország	Hotel és rendezvényközpont	Szálláshelyi
<i>Frigyes-laktanya</i>	Magyarország	Irodaház	Kereskedelmi

Forrás: saját szerkesztés

### 3.3. A turisztikai attrakciókról formálódó vélemények elemzése

Ebben a részben a vizsgálatba bevont, turisztikailag hasznosított épületekről alkotott vélemények jelennek meg. Mivel azonban nem mindegyiket látogathatják a turisták, az előlük elzárt létesítmények kapcsán természetesen nem készült összesítés. A kutatás során több olyan értékeléssel is lehetett találkozni, amely nem releváns az attrakció szempontjából: főként olyanok, amelyek írói minimális pontszámot adtak, és a kommentjük azt jelzi, hogy nem is jártak a helyszínen. Az ilyen értékelés az összesített pontszámra kihat, de az elemzett szöveges vélemények esetében nem jelenik meg.

#### a) Tököli paintball (Google, n.d.a)

Tökölön több cég is üzemeltet paintball-, airsoft- és lasertagpályákat. Általánosságban megállapítható, hogy a romos épületek, a viszonylag nagy zöldterületek tökéletes helyszínt nyújtanak a kinti-benti csapatjátékokra. A Paintball.hu cég pályáiról 102 magyar és idegen nyelvű vélemény olvasható a Google-on, s összesítetten 4,7 csillagot szerzett. A pályák változatossága nagyban tükröződik az értékelők pozitív válaszaiban, sokak szerint kiváló a helyszín, és „valódi környezetet kínál”. Az angolul írt értékelésekből pozitívumként nem marad ki az sem, hogy eredetileg szovjet laktanya volt. A Patriots Paintball Tököl 149 magyar és idegen nyelvű értékelés során 4,6 csillagot kapott. A pályák változatosságát és minőségét ez esetben is csak dicsérettel: „zseniális hely, változatos pályák”. A hely múltjáról egyik kommentben sem esik szó.

#### b) Erzsébetligeti Színház (Google, n.d.b)

Az épületet a ligetben többször is újjáépítették, a programjait pedig fokozatosan bővítették. A mai kulturális centrum 370 véleményt kapott Google-on, s 4,7 csillagot ért el. Mind a programok változatosságát és minőségét, mind a helyszínt dicsérik, többen a környéken található, egyéb szolgáltatást nyújtó létesítmények (pl. uszoda, sportpálya) felújításáról is pozitívan nyilatkoztak. „Jó programok vannak, kellemes a park is, a színház is”; „kulturált környezet a kultúrához”. A múltjával kapcsolatosan semmi sem olvasható a vélemények között, viszont egy kommentelő megjegyezte, hogy szerinte az „infrastruktúra jobban közelít a szocializmus »művházaihoz«”. Az értékelések alapján nemcsak a helyi közösség, de a különböző előadások révén odacsalogatott vendégek is nagyra értékelik a környék és az épület kínálta lehetőségeket.

**c) Skrunđa-1 romváros** (Tripadvisor, n.d.a)

Mielőtt még újból katonai kiképzőbázissá alakították volna át, a szellemváros területére turistaként 4-5 euró ellenében be lehetett menni. Több külföldi csoport is ellátogatott oda, hogy megtapasztalják, milyen is lehetett az élet a kommunizmus idején. Tripadvisoron 18 vélemény található, s összességében 4,4 pontot kapott. A többnyire angolul író kommentelők különböző nemzetiségűek voltak. A hely hangulata mindenkit annyira megfogott, hogy másokat is a föl látogatására buzdítottak, mert – mint írták – autentikus, lehet belőle a múltról tanulni, és „spooky”. Ennél az örökségi helynél alapoztak a kialakítói a legjobban a múltjára, s ezt a turisták megfelelően értékelték is. Negatív kommentet így éppen azért kapott, mert az emberek csalódottak, hogy már nem lehet felkeresni a romvárost.

**d) Spīķeri negyedi kulturális központ** (Google, n.d.c)

Az 1545 vélemény 4,4 csillagot eredményezett. A kommentelők a negyed kialakítását, a vásárok minőségét és a programok változatosságát is dicsérik, de többen is megemlézték a „kétes külsejű alakokat”, akik a környéken ólalkodnak. Néhányan azt is megjegyezték, hogy a hely rendkívül kedvező módon változott meg, és valóban szükség volt egy vízparthoz közeli látni való kialakítására is. Helyiek és külföldiek egyaránt hagytak értékelést. „Gyerekbarát”, „vonzó ipari hangulat”, „szép és stílusos hely” – mindössze néhány a látogatók pozitív élményeiből. A helyiek negatívumként említették, hogy hétköznap nem minden lehetőséggel tudnak élni.

**e) Lārž** (TripAdvisor, n.d.b; Google, n.d.d)

Maga a Fusion Festival a TripAdvisoron mindössze 8 értékelést kapott, azok alapján 4.0 pontot ért el. Az egyik vélemény azonban sok mindenre kitér a fesztivállal kapcsolatosan, és a fő mondanivalója, hogy az érték, amit ad, nem arányos sem az árral, sem a beharangozott élménnyel. A volt bázist viszont nemcsak erre a célra használják, hanem egy „repülőtérfalu” is működik ott jelenleg, reptérrel, magánmúzeummal, lakóterrel. A Google-on 72 német és külföldi vélemény alapján 4,6 csillagot kapott, s többen is pozitívumként említették a Fusion Fesztivált, a gyönyörű látképet és azt, hogy mennyire hangulatos a hely.

**f) Milovice** (Google, n.d.e; Google, n.d.f)

A Park Mirakulum (4,8 csillag, 15.825 vélemény) és az ahhoz kapcsolódó Tankodrom Milovice (4,6 csillag, 467 vélemény) a volt szovjet bázis területén létrehozott izgalmas vonzerő. Az előbbi egy inkább kisebb gyerekeknek szóló kalandpark, amelynek az előnyei közé tartozik a hatalmas terület, illetve a játékszerek vizuális kialakítása, míg a negatívuma, hogy nincs hullámvasút, illetve a rengeteg egyszer használatos műanyag. Sokaknak az álma vált valóra a Tankodromban, ahol tankokat lehetett vezetni, és különböző haditechnikai eszközt tudtak kipróbálni: „szokatlan élmény, nem csak felnőtteknek”. Mind a két helyet többnyire belföldi turisták látogatják.

**g) Dugonics laktanya** (Google, n.d.g)

Az Arcanum Hotel 387 vélemény alapján 4,7 csillagot kapott. A szálloda vendégei elégedettek voltak az ott-tartózkodásuk alatt tapasztaltakkal. Szerintük „csodálatos a környezet”, „a szobák tiszták és modernek”, s „a hely, a kiszolgálás és az ételek csillagos ötöst érdemelnek”. Akik háromnál kevesebb pontot adtak, azok vagy az udvariatlan személyzet, vagy az ételek választéka és minősége miatt tették ezt, a hely múltjáról nem tettek említést.

A vizsgálat tárgyát képező, funkcióváltáson átesett egykori katonai objektumok értékelései alapján látható, hogy a hasznosításuk sikeresnek mondható. Mind a szellemváros félelmetes légköre, mind a paintballpályák különlegessége vonzó a látogatók számára, szívesen fizetnek érte, a lényeg az, hogy valami extrém dologban vehessenek részt. A teljesen újjáépített laktanyák jelentős szerepet töltenek be a helység életében, hiszen nemcsak a helyieknek nyújt lakhatást, szórakozási lehetőséget, és épít közösséget, hanem a változatos programokkal, üzletekkel és szolgáltatásokkal, valamint fesztiválokkal számos turistát is a településre vonz.

#### 4. A téma tárgyalása

A bemutatott volt laktanyák közel sem az összes ilyen intézményt jelentik, a tanulmány mindössze egy ismertetést kíván nyújtani arról, hogyan lehet a különböző funkcióváltásokkal a fenntarthatóság jegyében felhasználni a régi épületeket. Az elhagyatott helyeknek a legegyszerűbb hasznosítási módja, ha ismét katonai terepként szolgálnak, de érdemes követni azokat a példákat, ahol szórakoztatási, lakossági, egészségügyi, oktatási, szálláshelyi és kereskedelmi céllal, illetve azok kombinációjaként működtetik őket. Népszerűek azok a helyek, amelyeknek valamilyen katonai vonatkozásuk van.

Habár hazánkban azok közül sokan, akik azt személyesen élték át, nem szeretnek a kommunista múltra visszaemlékezni, ez az örökség mégis vonzó a nyugati turisták, de a hazai fiatalok számára is. Emiatt érdemes lenne a történelem e korszakához kötődő épületek megfelelő adaptálása, a turizmussal, kultúrával és rekreációval kapcsolatos funkcióváltása. Ehhez az önkormányzatok, a tulajdonosok, a kulturális intézmények, a helyi lakosok és az egyéb módon érintettek közös együttműködése szükséges. Ennek eredményeként pedig a kommunizmus (negatív) örökségére épülő turizmusfejlesztésből (pozitív) gazdasági, társadalmi és környezeti előny származhat.

Lenne kereslet olyan múzeumra hazánkban is, amely a szocializmus idejének a mindennapjait mutatja be, illetve a történelmi, katonai és kulturális örökségeket összefogó, interaktív emlékhelyre is. A Skrunda-1 példájából látszik, hogy még akkor is érdeklő az *urban explorer*ök a romos helyszín, ha belépőjegyet kell a megtekintéséért fizetni. Egyéb szabadidős felhasználás lehet a szabadulószoza, a horror-, illetve posztapokaliptikus jelenetekre specializálódó fotó- és filmstúdió, a romkocsmák mintájára bulizóna, vagy akár a párizsi Rivoli 59-hez (n.d) és a ljubljani Metelkovához (Atlas Obscura, n.d.) hasonló művészház létrehozása. Ezenkívül rekreációs központ, zöldfelületi rehabilitáció, táborhely, sportpálya, idősek otthona, munkásszálló és szanatórium is számításba kerülhet – megfelelő támogatás mellett.

Az elemzett példákból jól látszódik, hogy a funkcióváltás pozitív hatással van az épületek kihasználására, de az eltérő és az érintettektől függő, hogy mennyi ideig tart az átalakítás, milyen támogatás szükséges hozzá, és arról sincs adat, hogy a jogi ügyeket hogyan oldották meg. Nem található hivatalos információ a befektetett tőke és energia megtérülési idejéről sem. Az új létesítmények hosszú távú működését erőteljesen befolyásolja a térségben levő stabil kereset megléte és hiánya, akárcsak az esetleg felmerülő jogi és környezeti probléma.

A véleményekből kitűnik, hogy a laktanyák látogatói alapján véve igen jó véleménnyel vannak a funkcióváltás révén kialakított helyekről, tehát hasznos és sikeres volt a változás. Éppen ezért érdemes lenne a fenntarthatóság szem előtt tartásával a többi, még ki nem használt hellyel kapcsolatos lehetőségeket is körüljárni, a helyi igényeket kideríteni, hogy megfelelő javaslatokkal lehessen a döntéshozók elé állni. További kutatás után pedig elkészíthető az egyes objektumok konkrét pénzügyi és megvalósíthatósági terve. Már ebben a fázisban elkerülendők azok a példák, amelyeknél megfelelő cél és befektető nélkül nem volt lehetőség a kezdeményezés megvalósítására.

#### 5. Konklúzió

A fenntarthatóság manapság nem hozzáadott érték, hanem alapvető elvárás minden területen. A természeti környezet és a társadalmi élet minőségének a megőrzéséhez szükség van a helyi közösségnek a fejlesztési tervekbe történő bevonására. Az adott önkormányzattal, a helyi lakossággal és a tervezőkkel való szoros együttműködés a siker kulcsa, legyen bármilyen új funkció kialakítása is a cél. Ezt kell tenni a turisztikai fejlesztések, a kulturális örökség megőrzése során is. Az ilyen turizmus egyrészt a helyi közösségnek, a településnek, másrészt a turistáknak



is „hasznot hoz”, továbbá kapcsolatot teremt az ember és környezete között, s eredetiséget és autentikusságot sugároz.

Azoknak a Magyarországon található korábbi szovjet laktanyáknak a története, amelyek esetében megtörtént a funkcióváltás, sikeresnek mondható – főleg azoké, amelyeket a rendszer-váltás után jóformán azonnal értékesítettek és hasznosítottak. Ugyanakkor azok kapcsán, amelyeket hosszú évek kihasználatlansága után rehabilitáltak, szintén gyümölcsöző megoldások születtek. A hasznosíthatóság azonban a település központjától való távolságtól is függ. A fővárosi vagy a vidéken a belvároshoz közeli laktanyákat nagyobb arányban rehabilitálták már, mint a távolabb esőket, a könnyebb felkereshetőség miatt. A kihasználatlan objektumok esetében problémát jelent többek között a szennyezett környezet, a tulajdonosok ellenérdekeltsége és a felújítás költségessége.

A „szocializmus építése” a történelemnek egy olyan korszaka, amelyre a magyarok nem szívesen emlékeznek vissza. Ahogyan az a példákban is látszódik, sok esetben a helyi lakosság szeretne elhatárolódni a múltjától; ugyanakkor vannak olyan helyek, ahol a kommunista örökség valamilyen formában még mindig jelen van, s igény van arra, hogy meg is tartsák azt. Éppen ezért olyan javaslatok is születtek, amelyek a korabeli mindennapi élet megjelenítését is szolgálják – a fiatalok által szívesebben igénybe vett szolgáltatások és az alternatív megoldások mellett. Vannak olyan tervek, amelyek megvalósítása a külföldi turisták számára jelentős vonzerővel bírhat, míg mások inkább a helyi lakosságot célozzák meg. Az egyes helyszínek adottságaitól függ a funkcióváltás lehetősége és iránya. Némelyikhez, például egy horrorfilm- vagy speciális fotóstúdió létrehozásához mindössze az épületek biztonságossá tétele lenne a fő teendő, ugyanakkor egy, a helyi közösségnek a kommunizmus alatti mindennapi életét bemutató múzeumhoz vagy egy rekreációs központhoz az egész épületet korszerű módszerekkel kellene használhatóvá alakítani.

A rehabilitáció azonban mind a felhasznált földterület mérséklése, mind a helyi közösségek jóléte, mind a városkép gazdagodása érdekében hasznos lenne, amihez az érdekelték közös együttműködése szükséges.

## Irodalomjegyzék

- Atlas Obscura (n.d.). *Metelkova*. <https://www.atlasobscura.com/places/metelkova> (Letöltve: 2022.11.22.)
- Banaszkiewicz M., Graburn, N. & Owsianowska, S. (2016). Tourism in (Post)socialist Eastern Europe. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 15(2), 109–121. <https://doi.org/10.1080/14766825.2016.1260089>
- Banerjee, S. & Chua, A. Y. K. (2016). In search of patterns among travellers' hotel ratings in TripAdvisor. *Tourism Management*, 53, 125–131. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.09.020>
- Bársony R. (2018). Bezárt katonai- és határőrlaktanyák hasznosításának helyzete Magyarországon. *Terrületfejlesztés és Innováció*, 12(2), 40–52.
- Boniface, P. & Fowler, P. J. (1993). *Heritage and tourism in 'the global village'*. London: Routledge.
- Bullen, P. A. & Love, P. E. D. (2011). Adaptive reuse of heritage buildings. *Structural Survey*, 29(5), 411–421. <https://doi.org/10.1108/02630801111182439>
- Caraba, C. C. (2011). Communist heritage tourism and red tourism: concepts, development and problems. *Cinq Continents*, 1(1), 29–39. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-290293> (Letöltve: 2022.11.24.)
- Chua, A. Y. K. & Banerjee, S. (2013). *Reliability of reviews on the Internet: The case of TripAdvisor*. Proceedings of the World Congress on Engineering and Computer Science 2013 Vol I. [https://www.iaeng.org/publication/WCECS2013/WCECS2013\\_pp453-457.pdf](https://www.iaeng.org/publication/WCECS2013/WCECS2013_pp453-457.pdf) (Letöltve: 2022.11.24.)

- Climate Change Post (n.d.). *France*. <https://www.climatechange.com/france/tourism/#> (Letöltve: 2022.10.27.)
- Craig, S. (2017). Red Tourism: the Ethics and Etiquette of Visiting Communist Sites. *History Fangirl*. <https://historyfangirl.com/red-tourism-ethics-communist-travel/> (Letöltve: 2022.11.24.)
- Czarnecka, D. (2017). The „Degraded” Landscape of a Post-Soviet Military Base in Poland: Outside vs. Inside View. *Folklore-electronic Journal of Folklore*, 70, 121–148. <https://doi.org/10.7592/FEJF2017.70.czarnecka>
- Csodahelyek (2022). *Arcanum Hotel Békéscsaba*. <https://csodahelyek.hu/2022/07/15/arcanum-hotel-bekescsaba/> (Letöltve: 2022.11.20.)
- Dannert É. & Pirisi G. (2016). Demilitarizálódó kisvárosok – a katonai barnamezők hasznosításának helyi sikerei és kudarcai. *Területfejlesztés és Innováció*, 10(2). 27–43. [http://www.terinno.hu/szamok/teruletfejlesztés\\_es\\_innováció\\_2016\\_2.pdf](http://www.terinno.hu/szamok/teruletfejlesztés_es_innováció_2016_2.pdf) (Letöltve: 2022.11.20.)
- Építészfórum. (2010). *Győr új ékköveként megújult a Frigyes-laktanya*. <https://epiteszforum.hu/gyor-uj-ekkovекent-megujult-a-frigyes-laktanya> (Letöltve: 2022.11.22.)
- EUR-Lex (n.d.). *Fenntartható fejlődés*. [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/?uri=LEG-ISSUM:sustainable\\_development](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/?uri=LEG-ISSUM:sustainable_development) (Letöltve: 2022.10.30.)
- European Commission (2013). *A former soviet military base turns into the city’s cultural scene*. [https://ec.europa.eu/regional\\_policy/lt/projects/best-practices/Latvija/2679](https://ec.europa.eu/regional_policy/lt/projects/best-practices/Latvija/2679) (Letöltve: 2022.11.22.)
- Flier, G. (2021). Harminc éve vonult ki a szovjet hadsereg Magyarországról. Mi lett az egykori budapesti laktanyákkal? *PestBuda*. <https://rb.gy/jnxij9> (Letöltve: 2022.11.24.)
- Foley, M. & Lennon, J. J. (1996). JFK and Dark Tourism: A Fascination with Assassination. *International Journal of Heritage Studies*, 2(4), 198–211. <https://doi.org/10.1080/13527259608722175>
- Fonte, C., Minghini, M., Antoniou, V., Patriarca, J. & See, L. (2018). Classification of building function using available sources of VGI. *International Society for Photogrammetry and Remote Sensing, XLII-4*, 209–215. <https://doi.org/10.5194/isprs-archives-XLII-4-209-2018>
- Fusion Festival. (2022). *Start*. <https://www.fusion-festival.de/en/2022/start> (Letöltve: 2022.10.30.)
- Gavrilescu, M., Demnerová, K., Aamand J., Spiros, A. & Fava, F. (2015). Emerging pollutants in the environment: Present and future challenges in biomonitoring, ecological risks and bioremediation. *New Biotechnol*, 32(1), 147–156. <https://doi.org/10.1016/j.nbt.2014.01.001>
- Google (n.d.a). *Tököl paintball vélemények*. <https://rb.gy/pf0f5p> (Letöltve: 2022.10.04.)
- Google (n.d.b). *Erzsébet Ligeti Színház*. <https://shorturl.at/doqvM> (Letöltve: 2022.11.27.)
- Google (n.d.c). *Spikeri Quarter*. <https://rb.gy/gpcww4> (Letöltve: 2022.11.28.)
- Google (n.d.d). *Rechlin-Lärz Airfield*. <https://shorturl.at/BKSUY> (Letöltve: 2022.11.28.)
- Google (n.d.e). *Park Mirakulum*. <https://rb.gy/vqowgk> (Letöltve: 2022.11.29.)
- Google (n.d.f). *Tankodrom Milovice Ltd*. <https://shorturl.at/bNW25> (Letöltve: 2022.11.29.)
- Google (n.d.g). *Arcanum Hotel*. <https://shorturl.at/bGUWX> (Letöltve: 2022.11.29.)
- Horváth Zs. (2016). *Fenntartható fejlődés. Fenntartható termelés és fogyasztás az Európai Unióban*. Dialóg Campus Kiadó, Budapest.
- Jakab, L. (2019). Laktanya a város szívében. *Győri Szalon*. <https://www.gyoriszalon.hu/news/12224/61> (Letöltve: 2022.11.05.)
- Jakus, J. (2005). A Magyar Honvédség a rendszerváltástól napjainkig. *Hadtudomány-Hadügy*, 15(1), 67-72. [https://www.mhtt.eu/hadtudomany/2005/1/2005\\_1\\_5.html](https://www.mhtt.eu/hadtudomany/2005/1/2005_1_5.html) (Letöltve: 2022.11.23.)

- Jureniene, V. & Radzevicius, M. (2022). Peculiarities of sustainable cultural development: A case of dark tourism in Lithuania. *Journal of Risk and Financial Management*, 15(6), 264. <https://doi.org/10.3390/jrfm15060264>
- Kacerauskas, T. & Baranovskaja, I. (2021). Should we destroy our Soviet heritage? Exploring the case of Soviet-era sculptures on the Green Bridge, Vilnius, through an analysis of media debates, *Journal of Baltic Studies*, 52(4), 613–633. <https://doi.org/10.1080/01629778.2021.1948878>
- Kádár K. (2013). *Funkcióváltás a szovjet katonai objektumok helyén. Barnamezős katonai területek új-  
rahasznosítása hat magyar megyeszékhelyen*. Doktori értekezés. Pécsi Tudományegyetem Regi-  
onális Politika és Gazdaságtan Doktori Iskola, Pécs. <https://pea.lib.pte.hu/handle/pea/2801> (Letöltve: 2022.10.04.)
- Kádár K. és Kozma G. (2011). Az egykori szovjet katonai területek funkcióváltása Debrecenben. *Tér és  
Társadalom*, 25(2), 164–179. <https://doi.org/10.17649/TET.25.2.1818>
- Knudsen, B. T. (2010). The past as staged-real environment: communism revisited in The Crazy Guides  
Communism Tours, Krakow, Poland. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 8(3), 139–  
153. <https://doi.org/10.1080/14766825.2010.510195>
- Kraków Travel (2017). *Alternative Guide to Nowa Huta*. [http://krakow.travel/en/24427-krakow-alter-  
native-guide-to-nowa-huta](http://krakow.travel/en/24427-krakow-alter-<br/>native-guide-to-nowa-huta) (Letöltve: 2022.10.04.)
- Li, Y. & Hu, Z. (2008). Red Tourism in China, *Journal of China Tourism Research*, 4(2), 156–171.  
<https://doi.org/10.1080/19388160802313696>
- Lasertag.hu (n.d.). *Lasertag tököli pálya*. <https://lasertag-tokoli-palya-lasertaghu.business.site/> (Le-  
töltve: 2022.10.04.)
- Latvijas Sabiedriskie Meidji. (2016). *Skrundas armijas pilsētiņu pašvaldība piekrīt nodot Aizsardzības  
ministrijai*. <https://rb.gy/71sjlx> (Letöltve: 2022.11.04.)
- Letitroll (2022). *All you need to know – Let It Roll 2022*. [https://letitroll.eu/all-you-need-to-know-let-it-  
roll-2022/](https://letitroll.eu/all-you-need-to-know-let-it-<br/>roll-2022/) (Letöltve: 2022.11.04.)
- Li, P. & Wu, J. (2019). Sustainable living with risks: meeting the challenges, *Human and Ecological  
Risk Assessment: An International Journal*, 25(1-2), 1–10.  
<https://doi.org/10.1080/10807039.2019.1584030>
- Light, D. (2000). An Unwanted Past: contemporary tourism and the heritage of communism in Romania.  
*International Journal of Heritage Studies*, 6(2), 145–160.  
<https://doi.org/10.1080/135272500404197>
- Light, D. (2001). Tourism and Romania's Communist Past: Coming to Terms with an Unwanted  
Heritage. In D. Light & D. Phinnemore (Eds.), *Post-Communist Romania* (pp. 59–75). London:  
Palgrave Macmillian. [https://doi.org/10.1057/9780333977910\\_4](https://doi.org/10.1057/9780333977910_4)
- Matoga, L. (2015). Exploring the history and heritage of communism in NowaHuta District in Krakow,  
Poland: Potential or a problem in managing tourism in a city? *Journal of Hospitality and Mana-  
gement Tourism*, 6(7), 90–103. <https://doi.org/10.5897/JHMT2015.0160>
- Memento Park (n.d.). *A kommunista diktatúra szelleme és szobrai*. <https://www.mementopark.hu/> (Le-  
töltve: 2022.10.04.)
- Mısırlısoy, D. & Günçe, K. (2016). Adaptive reuse strategies for heritage buildings: A holistic approach,  
*Sustainable Cities and Society*, 26, 91–98. <https://doi.org/10.1016/j.scs.2016.05.017>
- OpenStreetMap (n.d.). *Open Street Map*. <https://www.openstreetmap.org/#map=19/47.57279/19.01783>  
(Letöltve: 2022.10.04.)
- paintball.hu (n.d.). *Tököli paintball pálya*. <https://paintball.hu/paintball-palyak/tokol> (Letöltve:  
2022.10.04.)

- Palacios-Florencio, B., Santos-Roldán, L., Berbel-Pineda, J.M. & Castillo-Canalejo, A. M. (2021). Sustainable Tourism as a Driving force of the Tourism Industry in a Post-Covid-19 Scenario. *Social Indicators Research*, 158, 991–1011. <https://doi.org/10.1007/s11205-021-02735-2>
- Patriots (n.d.). *Tököl paintball pálya*. <https://rb.gy/zvjsoc> (Letöltve: 2022.10.04.)
- Reinis Fischer (2022). *Spikeri Quarter and Promenade in Riga*. <https://www.reinischfischer.com/spikeri-quarter-and-promenade-riga> (Letöltve: 2022.10.22.)
- Riceburg, J. (2013). FUSION Festival: Holiday communism. *Exberliener*. <https://www.exberliener.com/music-clubs/fusion-festival-holiday-communism/> (Letöltve: 2022.10.22.)
- Rivoli 59. (n.d.). *Rivoli 59*. <https://www.59rivoli.org/homepage/> (Letöltve: 2022.10.24.)
- Schmidt, K. (2019). Top 10 - The most visited museums in Berlin. *Deutsche Welle*. <https://www.dw.com/en/top-10-the-most-visited-museums-in-berlin/g-50128166> (Letöltve: 2022.10.24.)
- Schneider, A., Anghel-Vlad, S., Negruț, L., Goje, G. & Para, I. (2021). Tourists' motivations for visiting dark tourism sites. Case of Romania. *The Annals of the University of Oradea. Economic Sciences*, 1(1), 141–150. [http://dx.doi.org/10.47535/1991AUOES30\(1\)014](http://dx.doi.org/10.47535/1991AUOES30(1)014)
- Smith, V. L. (1996). War and Its Tourist Attractions. In A. Pizam & Y. Mansfeld (Eds.), *Tourism, Crime and International Security Issues*, (pp. 247–264). Brisbane: John Wiley and Sons Ltd.
- Szeretlek Magyarország (2021). *Hollywoodi filmekben is feltűnt az elhagyottan álló kiskunlacházi szovjet laktanya és reptér*. <https://www.szeretlekmagyarorszag.hu/multunk/hollywoodi-filmekben-is-feltunt-az-elhagyottan-allo-regi-kiskunlachazi-szovjet-laktanya-es-repter/> (Letöltve: 2022.10.24.)
- Thomas, S., Herva, VP., Seitsonen, O. & Koskinen-Koivisto, E. (2019). Dark Heritage. In Smith, C. (Ed.), *Encyclopedia of Global Archaeology* (pp. 1–11). New York: Springer Cham. [http://dx.doi.org/10.1007/978-3-319-51726-1\\_3197-1](http://dx.doi.org/10.1007/978-3-319-51726-1_3197-1)
- Tomek, P. (2017). Life with soviet troops in Czechoslovakia and after their withdrawal. *Folklore (Estonia)*, 70, 97–120. <https://doi.org/10.7592/FEJF2017.70.tomek>
- Travelo (2014). *Laktanyából wellness szálloda Békéscsabában*. <https://www.travelo.hu/medspa/20140703-laktanyabol-wellness-szalloda-bekescsaban.html> (Letöltve: 2022.11.24.)
- Tripadvisor (n.d.). *Abandoned Military Town – CLOSED*. <https://rb.gy/xgrutd> (Letöltve: 2022.10.04.)
- TripAdvisor (n.d.b). *Fusion Festival*. <https://rb.gy/uvzpm> (Letöltve: 2022.10.04.)
- United Nations (n.d.a). *The 17 goals*. <https://sdgs.un.org/goals> (Letöltve: 2022.11.28.)
- United Nations (n.d.b). *Goal 11*. <https://sdgs.un.org/goals/goal11> (Letöltve: 2022.11.28.)
- Voa News (2016). *Abandoned Soviet Military Base Becomes Tourist Site*. <https://www.voanews.com/a/abandoned-soviet-military-base-becomes-tourist-site-latvia/3284127.html> (Letöltve: 2022.11.24.)
- Ye, Q., Li, H., Wang, Z. & Law, R. (2014). The influence of hotel price on perceived service quality and value in e-tourism: An empirical investigation based on online traveler reviews. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 38(1), 23–39. <https://doi.org/10.1177/1096348012442540>

## A migráció mérésének módszertani nehézségei

*Methodological Difficulties in Measuring Migration*

**RUFF Tamás<sup>1</sup>**

PhD-hallgató (*PhD Student*)

Soproni Egyetem, Széchenyi István Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola  
(*University of Sopron, István Széchenyi Economics and Management Doctoral School - Hungary*)

### **Absztrakt**

A migráció egyidős az emberiség történetével, és történelmi korszakokként különböző intenzitással kerül a figyelem középpontjába ez a demográfiai folyamat. Az utóbbi évtizedben szakmai és közéleti szempontból is felértékelődött a migrációs folyamatokról szóló diskurzus. A téma szakértői számára mindig nagy kihívást jelent a ki- és bevándorlók számának meghatározása, valamint a rendelkezésre álló adatbázisok alapján megfelelő becslési eljárások kidolgozása. A tanulmányban a vándorlási statisztikák történetének bemutatása mellett kitérek a felhasználható adatbázisok által nyújtott lehetőségekre, illetve azok korlátaira. A nemzetközi vándorlás mérhetőségével kapcsolatban az elmúlt évtizedben több nehézség merült fel Magyarországon, ezek el-  
lensúlyozására új kutatási projektek indultak, amelyek rövid áttekintésére is sor kerül.

*Kulcsszavak:* módszertan, migráció, adatbázisok

*JEL-kódok:* C80, F22, J61

### **Abstract**

Migration is an ancient phenomenon in human history, and the focus on this demographic process varies in intensity from one historical period to another. The last decade has seen a professional and public debate on migration processes gain in importance. The challenge for experts on the subject is always to determine the number of emigrants and immigrants and to develop appropriate estimation procedures on the basis of the available databases. In addition to presenting the history of migration statistics, the paper will also discuss the possibilities and limitations of the databases that can be used. In the past decade, several difficulties have arisen in Hungary in relation to the measurability of international migration, and new research projects have been launched to counteract these, which will be briefly reviewed below.

*Keywords:* methodology, migration, databases

*JEL Codes:* C80, F22, J61

### **1. Bevezetés**

A migráció nem újkeletű jelenség a társadalmak életében, korszakokként változó mértékben fejtette ki hatását ez a demográfiai jelenség. Egyes népcsoportok életének szerves részét képezte, akár több évig vagy évtizedig tartó vándorlással kerestek olyan területet, amelyet alkalmasnak tartottak arra, hogy hosszútávon letelepedjenek. A történelem során több esetben konfliktusok forrásává vált a migráció, ugyanakkor új és innovatív társadalomformáló hatására is láthatunk példákat.

A fentiek, illetve a migráció új formáinak megjelenése miatt a társadalomkutatók figyelmének fókuszában áll a nemzetközi vándorlás, azonban a különböző nyilvántartási rendszerek,

---

<sup>1</sup> ruff.tamas@phd.uni-sopron.hu

adatgyűjtési módszerek és adatbázisok miatt nem mindig könnyű pontos képet alkotni a vándorlás mértékéről.

A tanulmányban rendszerezni kívánom azt, hogy a nemzetközi vándorlás mérésének milyen módszertani kihívásai vannak, illetve a többféle rendelkezésre álló adatbázis ellenére miért nem lehet könnyen válaszolni arra a kérdésre, hogy hányan is hagyták el hazánkat.

## 2. A migráció fogalma és típusai

Mielőtt a fenti problémák összegyűjtésére sor kerülne, érdemes legelőször azt definiálni, hogy mit értünk migráció alatt. Az ENSZ Statisztikai osztályának ajánlása szerint (United Nations, 1998) nemzetközi migráns az a személy, aki lakhelyválttatása során egy másik országba költözött. Tovább finomítva a meghatározást, az ENSZ megkülönbözteti a hosszú távú migráns és a rövid távú migráns fogalmát, előbbi alatt azt a személyt érti, aki legalább 12 hónapra költözik a célországba, utóbbi alatt pedig azt, aki 3-12 hónap időtartamra költözik egy másik országba, kivéve, ha turisztikai, rekreációs jellegű, családlátogatás célú, üzleti, gyógykezelés vagy vallási zarándoklat céljából valósítja meg az utazást.

Az Európai Parlament és a Tanács rendelete a migrációra és a nemzetközi védelemre vonatkozó közösségi statisztikákról (862/2007/EK), valamint a 2013. november 20-i rendelete az európai demográfiai statisztikákról (1260/2013/EU) szerint nemzetközi migráns olyan személy, aki legalább 12 hónapra megváltoztatja a tartózkodási országát.

Ehhez hasonló tartalmat ért a Nemzetközi Migrációs Szervezet (IOM) is a migráció definíciója kapcsán, amelyről akkor beszélhetünk véleményük szerint, ha az emberek megváltoztatják szokásos tartózkodási helyüket országon belül vagy a nemzetközi határokat átlépve (Sironi et al., 2019).

Láthatjuk, hogy a tartózkodási hely – ami sok esetben a születési helyet is jelenti -, meghatározó elem a migráció kutatása során. Figyelni kell azonban arra, hogy előfordulhat olyan eset is, amikor a határok változása miatt lesz más az emberek tartózkodási helye, s mindez úgy történik, hogy ők nem mozdultak el földrajzi szempontból. A másik szempont a vándorlás időtartamára vonatkozik, vagyis azt tekinthetjük nemzetközi migránsnak, aki minimum 12 hónapig tartózkodik egy másik országban. Utóbbi szemponttal kapcsolatban egyre többen hangsúlyozzák, hogy az új migrációs mozgások és a mögöttük meghúzódó motivációk sokfélesége miatt a fenti definíció túlságosan szűknek bizonyul (Fassmann et al., 2009; Gárdos & Gödri, 2014).

A nemzetközi vándorlás fogalmára nem találhatunk egységesen elfogadott, mindenki által ugyanúgy használt definíciót, amelynek következménye, hogy nincsen általánosan elfogadott módszertan a migrációs adatok gyűjtésére, és az országok statisztikai rendszerei is eltérést mutatnak egymástól.

Az ENSZ-ajánlás alapján az adatgyűjtésnek egyrészt a migráció típusára (célja, időtartama, előzményei) kell kiterjednie, másrészt a vándorlók olyan személyes, gazdasági és földrajzi jellemzőire, melyek lehetővé teszik a migráció demográfiai, gazdasági, társadalmi következményeinek mérését, értékelését, illetve előrebecslését. Ez utóbbi ismérvek közül a legfontosabbak: a születési hely, az állampolgárság, a nem, az életkor, a családi állapot, az iskolai végzettség, a szakképzettség, a foglalkozás és a lakóhely (Sárosi & Tóth, 2009).

A migráció mérését nagyban nehezíti az a tényező is, hogy a nemzetközi vándorlásnak számos típusa létezik, és többféle szempont alapján lehet csoportosítani. Ahogy az 1. táblázatban láthatjuk, akár demográfiai, iskolai végzettség szerinti, időtartam, jogszerűség és egyéb szempontok alapján is vizsgálhatjuk a migrációt, és több csoportba sorolhatjuk be az ebben résztvevő személyeket.

### 1. táblázat: A migráció típusai

Kategóriák	Típusok
<i>demográfiai szempontból</i>	női migráció, gyermekmigráció, ifjúsági migráció, időskori migráció
<i>iskolai végzettség szerint</i>	alacsony vagy magas iskolai végzettségűek
<i>motiváció alapján</i>	munkavállalási, oktatási, nyugdíjas, családdegyesítés, házassági célból, védelmet kereső (menekülés)
<i>időtartam alapján</i>	rövid idejű, hosszú idejű, szezonális, cirkuláris
<i>körülmények alapján</i>	önkéntes, kikényszerített, láncmigráció
<i>jogszerűség alapján</i>	legális vs. illegális; munkavállalási, tanulmányi vagy menedékkérellem benyújtása céljából
<i>térbeliség alapján</i>	rövid távú migráció, hosszú távú migráció, nemzetközi / transznacionális migráció, belföldi migráció, faluból városba irányuló migráció, városból faluba irányuló migráció, hazatérő migráció, körkörös (cirkuláris) migráció

Forrás: Fassmann & Musil (2013, p. 13.) alapján

### 3. A magyarországi vándorlási adatok története a XX. század közepétől

Ha valaki a II. világháború és a rendszerváltás közötti időszak nemzetközi vándorlását szeretné vizsgálni hazánkban, akkor komoly nehézségekbe ütközhet. Ebben a periódusban a bevándorlókra, illetve a kivándorlókra vonatkozó adatok hivatalosan nem léteztek, vagy titkos jellegük miatt nem voltak elérhetőek. A Központi Statisztikai Hivatal az 1956-os forradalom kapcsán végzett adatgyűjtést az emigránsokkal vagy a harcok során elesettekkel kapcsolatban, de erről csak 40 év után lehetett először olvasni Illés Sándor és Hablicsek László (1996) tanulmányában.

A fentiek alapján a Magyarországot érintő nemzetközi vándorlással kapcsolatos adatokról a rendszerváltásig alig lehetett tudni valamit. A vándorlásban résztvevők és az ő családtagjaik sem beszéltek ezekről, hiszen politikai szempontból hátrány érhetette őket. Másik oldalon az államhatalomnak sem állt érdekében az, hogy ezekkel kapcsolatban nyilvánosságra hozzon bármilyen adatot (Sárosi & Tóth, 2009).

A rendszerváltás után a határon túli magyarság bevándorlása miatt Magyarországon bevándorlási többlet keletkezett, ezért a kutatások főleg a bevándorlásra fókuszáltak. Általánosságban megállapítható, hogy a hazánkban történő kivándorlással foglalkozó kutatások száma elmarad a befelé irányuló vándorlásról szóló kutatások mennyiségétől. Ez egyrészt módszertani nehézségekre vezethető vissza, mivel a regiszterek külföldön találhatóak, másrészt kutatásfinanszírozási problémákra, vagyis inkább a bevándorlást vizsgáló kutatásokat támogatták a 2000-es években (Németh, 2016).

A 2004. évi uniós csatlakozás és a 2011. évi munkaerőpiaci nyitás óta a korábbiakhoz képest nagyobb figyelem összpontosul az emigrációs kutatásokra (Hárs, 2012; Gödri & Felek, 2013; Gödri et al., 2014; Blaskó & Natalie, 2014).

### 4. A vándorlásstatisztika témakörei és adatbázisai

A rendelkezésre álló statisztikák között megkülönböztetünk törvényileg előírt statisztikákat (pl: Központi Statisztikai Hivatal vagy az Eurostat által gyűjtött adatok körét) és valamilyen közigazgatási szerv napi működése során előállított gyakorlati statisztikákat (pl: Országos Idegenrendészeti Főigazgatóság statisztikái). Ezek a statisztikák leginkább két fő tényezőre fókuszálnak: a vándorlásban résztvevők számára, és azok állampolgárságára és születési országára.

A népszámlálások közül Magyarországon először a 2011. évi népszámlálás kérdezett rá a külföldön élő háztartástagok létszámára, illetve a Magyarország népességéhez tartozó személyek korábbi, migrációs tapasztalataira. A kérdéssel foglalkozott a két népszámlálás között megvalósuló 2016. évi Mikrocenzus is, illetve a legutóbbi, 2022. őszi adatfelvétellel zajló census is.

A vándorlástatisztikában rendelkezésre álló adatok megkülönböztethetőek vonatkoztatási alapjuk szerint is. Ha egy adott állapotra, időpontra és területi egységre vonatkoznak, akkor ún. stock (állapotmutató) adatokról beszélünk, ha azonban egy adott időszakra, akkor ún. flow (folyamatmutató) adatokat értünk alattuk.

A migráció jelenségének kutatása során Sárosi és Tóth (2009) szerint alapvetően három fő adatforrást lehet használni:

1. Adminisztratív nyilvántartások (népesség-, az idegenrendészeti nyilvántartások, a munkavállalási engedéllyel, az egészségbiztosítással rendelkezők nyilvántartásai, valamint az adóhivatal regiszterei): ezeknek a funkciója alapvetően közigazgatási szempontú, és ezért az adatgyűjtési struktúrájuk is ennek megfelelően vannak kialakítva, kevésbé jelennek meg kutatási szempontok. Adattartalmukban és mélységükben különböző szinten vannak, ezért nehéz az egységesítés. További nehézséget okoz az - ha ezeket a migránsok számának meghatározására szeretnénk használni -, hogy ezekben csak azok jelennek meg, akik adott esetben bejelentési kötelezettségüknek eleget tesznek. Ha ezt nem teszik meg az érintett személyek, akkor ezeknek a nyilvántartásoknak a pontatlansága nő.
2. Határstatisztika: ilyen adatbázisokkal csak azok az országok rendelkeznek, amelyek határellenőrzést tartanak fent – pl: a schengeni országok esetében nem létezik ilyen –, de a határon átvélő mozgások nagysága által nem biztos, hogy pontos képet kapunk a nemzetközi vándorlás mértékéről. Ez abban az esetben releváns, ha szigorúan ellenőrzött határrendszer működik.
3. Megkérdezéses módszerek, adatgyűjtések: láthatjuk, hogy az adminisztratív típusú nyilvántartások nem elégítik ki teljes mértékben a kutatók kíváncsiságát, ezért szükség van olyan primer adatfelvételekre is, amelyek szélesebb spektrumban tudnak adatokat gyűjteni a migráció jelenségéről. Ilyen adatfelvételek segítségével több információt kapunk a vándorlásban résztvevők társadalmi és gazdasági jellemzőiről, valamint ennek munkaerőpiaci és szociális hatásairól. Ide tartoznak a teljes körű (pl: népszámlálások) vagy a mintán alapuló adatfelvételek (pl: mikrocenzusok, munkaerőfelvételek vagy háztartási adatfelvételek).

Felmerülhet a kérdés, hogy ha ennyi nyilvántartás és adatfelvétel készül, akkor miért mondják a szakértők azt, hogy pontosan nem lehet megmondani a nemzetközi vándorlásban résztvevők számát. Ahogy a 2. táblázatban is láthatjuk, a kivándorolt magyar állampolgárok számát illetően nagy különbségek vannak az egyes adatbázisok között. Ezek okaira a következő fejezetben térek ki részletesen.



## 2. táblázat: Kivándorolt magyar állampolgárok száma a vonatkozó adatbázisok alapján

	Élert népesség definíciója	Az adatforrás típusa	Dátum	Az érintettek száma (ezer fő)
Mikrocenzus, 2016	Magyarországi (volt) háztartással rendelkező, átmenetileg vagy tartósan külföldön tartózkodó személyek, akiknek Magyarországon van, volt az állandó otthonuk	Adatgyűjtés	2016. október 1.	265
Népszámlálás, 2011	Magyarországi (volt) háztartással rendelkező, átmenetileg vagy tartósan külföldön tartózkodó személyek, akiknek Magyarországon van az állandó otthonuk	Adatgyűjtés	2011. október 1.	213
Nemzeti Egészség-biztosítási Alapkezelő (NEAK)	Külföldön biztosított magyar állampolgárok (önbevallás alapján)	Adminisztratív	2017. január 1.	120
Az Európai Statisztikai Rendszer (ESR) tükröstatistikái	Európa <sup>a)</sup> egyes országaiban élő magyar állampolgárok, az országok saját jelentései alapján	Adminisztratív	2016. december 31.	416
Munkaerő-felmérés (MEF)	Magyarországi háztartással rendelkező 15–74 éves, külföldi telephelyen dolgozók (ingázókkal együtt)	Adatgyűjtés	2016. IV. negyedév	116
SEEMIG-projekt	1989 után kivándorolt magyar állampolgárok, akik legalább egy éve külföldön élnek	Becslés	2013. I. negyedév	350
Az ENSZ tükröstatistikái	A világ országaiban élő magyar állampolgárok, illetve Magyarországon születettek, az országok saját jelentései alapján, kiegészítve becsült adatokkal	Becslés	2017. július 1.	637
OECD	Az OECD-országok saját jelentései alapján	Vegyes	2017. január 1.	120

\* A háttérszínnel jelölt adatforrások felhasználásra kerülnek a KSH által közölt rendszeres vándorlásstatisztikában.

a) Az EU-28 tagállamai kivéve Ciprus, Málta és Spanyolország, ezen kívül tartalmazza Svájc, Norvégia, Liechtenstein, Izland, valamint Törökország adatait.

Forrás: Mikrocenzus 2016 10. kötet: Nemzetközi vándorlás p. 10.

## 5. Mérési nehézségek belföldön és külföldön

Ahogy eddig is láthattuk, a vándorlási statisztika nehezen egységesíthető, mivel különböző szempontok és célok alapján történik az adatok gyűjtése, továbbá azért is, mert kevés az olyan adatforrás, amelynek elsődleges célja a migráció számbavétele.

Elsőre gondolhatnánk azt, hogy a legbiztosabb adatforrások a törvényi szabályozás által előállított nyilvántartások, hiszen ebben pontos és naprakész adatok vannak az állampolgárokról, s mivel jogszabály által előírt kötelező bejelentési kötelezettség is terheli az embereket, ha változás áll be életükben, akkor ennek eleget is tesznek. A valóságban azonban láthatjuk, hogy a szabályozás ellenére nincs mindig így.

Az 1992. évi LXVI. törvény a polgárok személyi adatainak és lakcímének nyilvántartásáról alapján belföldi lakcímváltozás esetén is köteles bejelentést tenni, azonban külföldi tartózkodás esetén jelenleg csak a végleges külföldi letelepedés céljából történő vándorlás során kötelező bejelentést tenni. Ezt 2013. március 1-ig a 3 hónapnál hosszabb ideiglenes tartózkodás során is meg kellett tenni, de azóta ez nem kötelező.

A Nemzeti Adó és Vámhivatal felé akkor köteles bejelentést tennie a külföldre vándorlónak, ha a jövőben biztosan nem lesz már magyarországi jövedelme.

Ugyanígy a Nemzeti Egészségbiztosítási Alapkezelő felé is be kell jelenteni azt, ha valaki külföldön létesít biztosítási jogviszonyt, de ennek ellenére sokan megtartják az olcsó magyarországi egészségbiztosítást vagy külföldön magánbiztosítást kötnek.

Ezekkel az adminisztratív típusú adatbázisokkal alacsony költségek mellett tudunk az egyes időszakok között összehasonlító elemzéseket készíteni – ld. például Ligeti Anna Sára (2021) tanulmányát –, de számolni kell azzal, hogy a kapott eredmények csak a bejelentések mértékének megfelelően tükrözik az adott jelenséget.

A hazai adatforrásokon kívül segítséget jelenthetnek azok a külföldi regiszterek – más néven tükörstatisztikák –, amelyek mutatják a másik országban tartózkodó magyar állampolgárok számát, azonban teljes mértékben ezek sem fogják tükrözni a valóságban tapasztalható migrációs folyamatokat. Az egyik fő probléma, hogy a közölt adatokból nem lehet megállapítani, hogy a bevándorló magyar állampolgár Magyarországról vagy egy harmadik országból vándorolt-e be az adott országba, illetve az onnan elvándorló magyar állampolgár Magyarországra vándorol-e vagy sem. Ez a torzító hatás felerősödött 2011 után, miután a magyar Országgyűlés 2010. május 26-án elfogadta a magyar állampolgárságról szóló 1993. évi LV. törvény módosítását, és ezzel bevezette az egyszerűsített honosítási eljárást. Az egyszerűsített honosítási eljárás lényege, hogy nem kell Magyarországon letelepedni a határon túli magyaroknak a magyar állampolgárság megszerzéséhez, és nem kell állampolgársági vizsgát tenni, de szükséges a magyar nyelv ismerete. Ennek következménye lett, hogy a tükörstatisztikák Magyarországról történő kivándorlás mérésére való használhatósága csökkent, hiszen az ezt követő években a külföldi országokban megjelenő magyar állampolgárok egy része sosem élt Magyarország területén, mindössze új állampolgárságot szerzett.

További nehézség a külföldi országok statisztikáival kapcsolatban az, hogy egyes esetekben igen eltérő nemzeti definíciókra és országonként különböző gyakorlatra épül az adatgyűjtés. Az Egyesült Királyságban például a hivatalos migrációs statisztika jelenleg használt legfontosabb forrása az International Passenger Survey (IPS) kérdőíves felmérése, Németországban pedig regisztrálják a legalább 3 hónapos tartózkodás céljával kiutazó munkavállalókat és tanulókat is (Csányi et al., 2021).

A rendelkezésre álló statisztikai adatokból látható, hogy a 2011-es munkaerőpiaci határnyitás után nőtt a Magyarországról történő kivándorlás mértéke, de ezek alapján legtöbbször csak a vándorlásban résztvevők számáról van információnk, arról nincsen, hogy milyen jellemzőkkel bírnak azok, akik elhagyják az országot. Az Eurostat adatai alapján az Európába irányuló migráció esetében van információnk a külföldön tartózkodó magyarok nem és életkor szerinti összetételéről, ez az adatforrás azonban nem ad lehetőséget további elemzésekre. Fontos lenne tudni azt, hogy a külföldre távozók az ország mely részéről mentek el, milyen a családi állapotuk, iskolázottsági szintjük, mi a foglalkozásuk. Nem tudjuk azt, hogy rövid- vagy hosszútávra mentek, illetve haza szeretnének-e jönni (Kapitány & Rohr, 2014).

Ezek miatt szükséges primer kutatásokat készíteni, amelyek által részletesen meg tudjuk ismerni a kivándorlók szociodemográfiai és munkaerőpiaci helyzetét, valamint jövőbeli migrációs szándékukat. A következőkben néhány ilyen kutatást szeretnék bemutatni:

#### *SEEMIG projekt*

A projekt 2012-2014 között valósult meg, melynek célja volt, hogy megbízható adatokat szolgáltatson a délkelet-európai migrációs, munkaerő-piaci és demográfiai folyamatokról. Kísérletet arra, hogy innovatív kutatási módszerek segítségével az elvándorlásra vonatkozó új típusú adatokat gyűjtsön Magyarországon és Szerbiában. A partnerek egy transznacionális adatbázist hoztak létre hosszabb távú nemzeti adatsorok alapján, azzal a céllal, hogy regionális jó gyakorlatot nyújtson. A projekt elősegítette a transznacionális együttműködés előmozdítását a statisztikai hivatalok, kutatóintézetek és a helyi önkormányzatok között.

#### *YOUMIG kutatás*

A YOUMIG keretében 2017–2019 között 8 ország 19 partnere dolgozott együtt, hogy támogassa a helyi önkormányzatokat a 15-34 éves korosztályba tartozó fiatalok migrációjában rejlő fejlődési potenciál kiaknázásában a Duna-régióban. A statisztikai hivatalok és a tudományos

szervezetek a helyi önkormányzatokkal együttműködve egy komplex transznacionális együttműködés keretében helyi fejlesztési stratégiákat hoztak létre az ifjúsági migráció jobb hatásmutatóin alapuló helyi fejlesztési stratégiák kialakítása érdekében.

#### *Életünk fordulópontjai adatfelvétel*

A társadalmi-demográfiai panel adatfelvétel a KSH Népeségtudományi Kutatóintézet szervezésében 2001 óta zajló követéses vizsgálat, elsődleges célja a demográfiai folyamatok változásainak figyelemmel kísérése. A negyedik adatfelvételi hullám kapcsán a kutatásban egy nagyobb méretű kiegészítő mintavételre került sor. A kiegészítő mintavétel elsődleges célja volt a minta elöregedésének és az elmúlt évtizedbeli minta-lemorzsolódásnak a pótlása volt, ám a kiegészítő minta címadatbázisa és a kérdezőbiztosi jelentések azt is lehetővé tették, hogy a külföldön élőkről kis erőfeszítéssel információkhoz jussanak a kutatók. Újszerű becslési eljárást dolgozott ki Kapitány Balázs és Rohr Adél (2014), amelynek célja az volt, hogy adatokat kapjanak a Magyarországon állandó lakhellyel rendelkező 18–49 éves magyar állampolgárok külföldi tartózkodásáról, illetve arról, hogy mely országokban élnek, valamint miért mentek ki. Akiket személyesen nem értek el a kérdezőbiztosok, róluk rokonoktól vagy szomszédoktól információt gyűjtöttek, és ha kiderült, hogy külföldön élnek, a hozzátartozóktól vagy szomszédoktól további kérdések feltételével gyűjtöttek migrációs adatokat. A mintában tapasztalt arányok alapján becsülték meg a külföldön tartózkodók számát.

#### *Visszatérő migráció – szelekció, okok és hatások*

A KSH Népeségtudományi Kutatóintézetén belül jelenleg is futó kutatás során a migráció újabb aspektusát kívánják vizsgálni a kutatók. A célok között megjelenik többek között az, hogy milyen méretű és összetételű a Magyarországra irányuló visszavándorlás, milyen területi mintázata van, milyen tényezők és egyéni motivációk határozzák meg. A kutatás arra is keresi a választ, hogy a visszavándorlás is mutat-e szelekciót, ahogy az elvándorlás esetében is gyakran lehet tapasztalni.

## **6. Következtetések**

A migráció folyamatának kutatása nem egyszerű feladat. Nemcsak azért, mert a modern kor által nyújtott lehetőségeknek köszönhetően a vándorlásban résztvevők gyorsan meg tudják változtatni tartózkodási helyüket, hanem azért is, mert a vándorlás iránya nem mindig egyvonalú, rendszeressége nem egyszeri, hanem változó intenzitású is lehet.

Ezeket az időbeli és földrajzi folyamatokat hivatalosan és érvényesen rögzíteni nagy kihívás a szakmai szervezetek számára, főleg úgy, hogy ebben partnernek kellene lenniük a vándorlások résztvevőinek.

Ha nemzetközi térben zajlanak ezek a mozgások, akkor az egyes országok közötti kooperációk alapvetően szükségesek ahhoz, hogy ezek a folyamatok leírhatóak legyenek, s általuk társadalmi-gazdasági előrejelzéseket lehessen tenni. Nemzetközi szervezetek régóta felismerték ennek a demográfiai folyamatnak a jelentőségét, tettek is ajánlásokat a közös definíciók és módszertanok kidolgozására, azonban a mai napig nincsen egységesen használt eszköztár ezen a téren. Az országok különböző módon gyűjtik az adatokat, a nyilvántartások az állampolgári fegyelmezetlenség miatt nem a pontos valóságot tartalmazzák, hanem annak csak egy szeletét.

A primer kutatások eredményei ki tudják egészíteni az adminisztratív nyilvántartások létszámra vonatkozó adatait, általuk leginkább a migráció mögött meghúzódó motivációkra és okokra tudunk következtetni, de a vándorlók létszámát ezek alapján sem tudjuk megmondani.

A jövőre vonatkozóan fontos lenne a nemzetközi vándorlás definíciójának egységesítése, majd ezt követően közös módszertanok kidolgozása. Mindez azért is nélkülözhetetlen, mert a migráció jelenségében is folyamatos változások történnek, és ezekre az új elemekre reagálni szükséges közigazgatási és kutatói szinten is.

## Irodalomjegyzék

- Blaskó, Z. & Natalie, J. (2014). *Surveying emigration I. Report on the first stage of the SEEMIG pilot study in Hungary and Serbia*. Research report developed within the project 'SEEMIG Managing Migration and Its Effects – Transnational Actions Towards Evidence Based Strategies'. <https://www.demografia.hu/en/downloads/Projects/SEEMIG/outputs/SEEMIGPilotReport1.pdf> (Letöltve: 2022.12.05.)
- Csányi Z., Ligeti A. S., Novák J., Urbán F. & Zöldi L. (2021). A nemzetközi vándorlás fogalma és mérése a hazai hivatalos statisztikában. *Demográfia*, 64(1), 93–116. <https://doi.org/10.21543/Dem.64.1.3>
- Fassmann, H., Reeger, U. & Sievers, W. (Eds.) (2009). *Statistics and Reality: Concepts and Measurements of Migration in Europe*. Amsterdam University Press. <https://doi.org/10.5117/9789089640529>
- Fassmann, H. & Musil, E. (2013). Conceptual framework for modelling longer term migratory, labour market and human capital processes. SEEMIG Working Papers, No. 1.
- Gárdos, É. & Gödri, I. (2014). Analysis of existing migratory data production systems and major data sources in eight South-East European countries. SEEMIG Working Papers, No. 2. Hungarian Demographic Research Institute, Budapest.
- Gödri I. & Feleky G. A. (2013). Migrációs tervek megvalósulása egy követéses vizsgálat tükrében. Az előzetes migrációs szándék, a várakozások és a külső elvárások szerepe. *Demográfia*, 56(4), 281–332.
- Gödri, I., Soltész, B. & Bodacz-Nagy, B. (2014). Immigration or emigration country? Migration trends and their socio-economic background in Hungary: A longer-term historical perspective. Working Papers on Population, Family and Welfare, No. 19. Hungarian Demographic Research Institute, Budapest. <https://demografia.hu/en/publicationsonline/index.php/workingpapers/article/view/318>
- Illés S. & Hablicsek L. (1996). A külső vándorlások népesség hatásai Magyarországon 1955–1995 között. Központi Statisztikai Hivatal, Népességtudományi Kutató Intézet, Budapest.
- Hárs Á. (2012). Munkapiaci válságok, változások, válaszok. In Kolosi T. & Tóth I. Gy. (szerk.), *Társadalmi riport 2012*, 159–189. TÁRKI.
- Kapitány B. & Rohr A. (2014). Kivándorlás Magyarországról – egy új becslési eljárás eredményei. In Spéder Zs. (szerk.), *A család vonzásában*. Tanulmányok Pongrácz Tiborné tiszteletére, 2. szám, 67–85. KSH Népességtudományi Kutatóintézet, Budapest. <https://www.demografia.hu/kiadvanyokonline/index.php/demografuskonyvtar/article/view/2608>
- Ligeti A. S. (2021). A földrajzi mobilitás változó mintázatai: Átmeneti elvándorlás, tartós letelepedés és cirkuláris migráció a magyar állampolgárok körében. *Demográfia*, 64(2-3), 109–135. <https://doi.org/10.21543/Dem.64.2-3.1>
- Németh Z. (szerk.). (2016). Mikrocenzus 2016 – 1. A 2016. Évi mikrocenzus témakörei. Háttér tanulmányok a mikrocenzus programjáról és témaköreiről. Központi Statisztikai Hivatal, Budapest.
- Sárosi A. & Tóth P. P. (2009). Mérési lehetőségek a nemzetközi vándorlástatisztikában. *Statisztikai Szemle*, 87(7–8), 712–728.
- Sironi, A., Bauloz, C. & Emmanuel, M. (Eds.) (2019). *Glossary on Migration*. International Organization for Migration (IOM).
- United Nations (1998). *Recommendations on Statistics of International Migration*. Statistical Papers, Series M, No. 58, Rev. 1.
- Jogszabályok:*
1992. évi LXVI. törvény a polgárok személyi adatainak és lakcímének nyilvántartásáról
1993. évi LV. törvény a magyar állampolgárságról
- Az Európai Parlament és a Tanács 1260/2013/EU rendelete az európai demográfiai statisztikákról
- Az Európai Parlament és a Tanács 862/2007/EK rendelete a migrációra és a nemzetközi védelemre vonatkozó közösségi statisztikákról, valamint a külföldi állampolgárságú munkavállalókra vonatkozó statisztikák összeállításáról szóló 311/76/EGK tanácsi rendelet hatályon kívül helyezéséről

## **Munkaérték preferenciák vizsgálata a szállítási ágazatban**

*The Analysis of Work-value Preferences in Logistics Sector*

**Dr. habil. BALÁZS László PhD**

egyetemi docens, oktatási rektorhelyettes (*Associate Professor, Academic Vice Rector*)  
Dunaújvárosi Egyetem, Társadalomtudományi Intézet (*University of Dunaújváros, Institute of Social Sciences*)

**Dr. KŐKUTI Tamás PhD**

egyetemi docens, tanszékvezető (*Associate Professor, Head of Department*)  
Dunaújvárosi Egyetem, Társadalomtudományi Intézet (*University of Dunaújváros, Institute of Social Sciences*)

### **Absztrakt**

A szervezetek humánerőforrás adottságaival kapcsolatosan az egyik legtöbbet vizsgált témakör a munkaértékek rejtett preferenciáinak, struktúrájának feltárása. A munka világában a munkaerőpiac kínálat-keresleti viszonyaitól is függően gyakran változnak a preferenciák. Tanulmányunk a munkaértékek lehetséges preferencia tényezőire koncentrálna. Bemutatjuk a munkaérték fogalmi körét, majd egy a témakörben végzett vizsgálatot. A kutatás mintáját a szállítási ágazatban dolgozó Nyugat-dunántúli és Észak-alföldi régió munkavállalói alkották. A vizsgálat aktualitását a szektorban bekövetkező lehetséges foglalkoztatási változások adták. A felmérés kiterjedt arra is, hogy a két feltárt régióban a vizsgálati körbe bevont munkavállalók preferenciáiban milyen eltérések mutatkoztak.

*Kulcsszavak:* munkaérték, preferencia-sorrend, munkavállalói attitűd

*JEL-kódok:* M19, O15, J60

A kutatást a GINOP-5.3.5.-18 számú projekt támogatta.

### **Abstract**

One of the most interesting topics related to the human resource characteristics of organisations is the exploration of the hidden preferences and structure of work values. In the world of work, preferences often change depending on the supply-demand conditions in the labour market. Our presentation focuses on possible factor preferences of work values. We will present the conceptual scope of work value, followed by a survey on the topic. The sample of the study consisted of workers in the logistics sector in the West- Transdanubian and North- Plain regions. The actuality of the study was given by the possible employment changes in the sector. The survey also covers the differences in the preferences of the workers surveyed in the two regions.

*Keywords:* work values, preference order, employee attitude

*JEL Codes:* M19, O15, J60

This research was supported by the project nr. GINOP-5.3.5.-18.

## 1. Bevezetés

Azok a vállalatok, amelyek megkívánják őrizni versenyképességüket napjaink gazdasági, társadalmi és regionális kihívásai ellenére, folyamatosan azon munkálkodnak, hogy milyen módon növelhetik a termelékenységüket és a teljesítményt. Ehhez a vállalatnak figyelmet kell fordítania egyaránt a pénzügyi, tárgyi, marketing, innovációs és emberi erőforrásaira is. A professzionális munkavállaló hosszú távon a szervezetek legértékesebb vagyona, ezért a vállalatnak fokozott figyelmet kell fordítania alkalmazottaira. Különösen fontos a munkahelyi értékeknek a megismerése és a munkavállalói elégedettségnek a kiszolgálása.

A munkaértékek értelmezésének tágabb kontextusba ágyazásához abból az elméleti alapról célszerű kiindulni, hogy a munkavállaló milyen tényezők mentén fejt ki a leginkább munkaaktivitását, azaz milyen tényezők teljesülése esetén lesz motivált. Ez a megközelítés a vizsgálat relevanciáját is indokolja.

A GINOP-5.3.5-18-053 azonosító számú „A felkészülés a foglalkoztatást érintő változásokra a szállítási ágazatban” című projekt keretében felmérés készült a szállítási ágazatban dolgozó munkavállalók körében, amely során azt tanulmányoztuk, hogy az érintettek miként vélekednek a munkahelyükön lehetséges foglalkoztatási változásokról és azok kezelési módjairól. E vizsgálat részét képezte a megkérdezettek munkaérték preferenciáinak elemzése. A felmérés kérdezőbiztosok bevonásával, strukturált interjúk keretében zajlott, amely során 278 munkavállaló válaszolta meg a kérdéseket. A felmérés nem volt reprezentatív a szállítási ágazatban dolgozóakra nézve, ugyanakkor a lekérdezés célirányosan történt a pályázat témájában érintett munkavállalókat érintően, így az eredmények elegendő információt nyújtanak ahhoz, hogy megfelelő következtetéseket vonhassunk le a vizsgált témával kapcsolatban.

## 2. A vonatkozó szakirodalom bemutatása

A munkaértékek megfelelő értelmezéséhez meg kell jegyezni, hogy többféle megközelítés is létezik, amelyekben a preferenciák eltérnek egymástól. Nincs egységes álláspont arra vonatkozóan sem, hogy az értékek csupán preferenciák, vagy erkölcsileg kívánatos preferenciák. Következtetesként mégis megállapítható, hogy a legtöbb kutató szerint az értékek a kultúra, a társadalom és a személyiség befolyásán keresztül alakulnak ki. A számunkra fontos munkával kapcsolatos értékeket Ros, Schwartz és Surkiss féle modelljében alkotott definíciók összefoglalása adja, amely a következő fogalmakat illeszti magába: hatalom, teljesítmény, hedonizmus, inger, önirányítás, univerzalitás, jótékonykodás, hagyomány, konformitás és biztonság (Klein, 2016). A mi értelmezésünkben általános definícióként a munkaértékek struktúráját azok a tényezők alkotják, amelyeket egy munkavállaló céljának tekinthet, azaz fontosnak véli, hogy a pályafutása során ezeket elérje.

A téma tárgyalásához szükséges felvázolni a Dose-féle megközelítéseket is. A szerző tanulmányában összefoglalja a szakmai magatartásra, valamint a munkaértékekkel kapcsolatos menedzsment- és szervezeti magatartási megközelítésekre vonatkozó, a munka etikai konstrukciót és az üzleti etika elméletét is tartalmazó megközelítéseket. Javasolja a munkaértékek átfogó meghatározását és egy olyan szerkezeti keretet, amely tükrözi a konstrukció központi elemeit, és csökkenti a fogalmi határok közötti zavart (Dose, 1997). Dose feltáró munkájában támaszkodik az általunk citált Super-féle módszerre is. Super pszichológiai alapokon dolgozott ki egy munkaérték preferencia-modellt, amelyhez Rogers személyiség elméletét is felhasználta (Super, 1973).

A fogalmi kör feltárása mellett szükségesnek látjuk a többirányú megközelítést és nemzetközi kitekintést is bemutató tanulmányok néhány releváns megállapításának hivatkozását is.

Vizsgálatunk egyik szegmense a Nyugat-dunántúli régióra terjedt ki, így fontosnak tartottunk más területi vonatkozású munkaérték vizsgálatot is áttekinteni. Egy empirikus vizsgálat felmérte a Dél-dunántúli régió munkaerőpiacát a leendő munkavállalók értékstruktúrájának tekintetében is. A kitöltők számára a két legfontosabb érték az önérvényesítés és az anyagiak voltak. Jelentős eltérések tapasztalhatók a generációk közötti sorrendben is. A tanulók és a munkavállalók közötti preferenciarendszer eltéréseit is kimutatta a vizsgálat (Perczel, 2018).

A térszemléletet és a munkaerőpiac összefüggéseit figyelembe véve a Nyugat-Dunántúl vonatkozásában a közeli osztrák munkaerőpiac is érezteti hatását, ezért a munkaérték preferenciáiban a határon túli összefüggések is fontosak. A munkaérték-orientáció és a nemek közötti bérkülönbségek összefüggésére világított rá egy tanulmány Ausztriában. Azzal a feltételezéssel éltek, hogy a nők több belső munkaérték-orientációval rendelkeznek, mint a férfiak, és ezért hajlandók elfogadni az alacsony jövedelmeket is. Ezzel szemben a férfiak több külső munkaértéket osztanak meg, és kevésbé hajlandók elfogadni az alacsony béreket. A vizsgálati eredmények során azt kapták a kutatók, hogy a külső munkaérték-orientációkra nincs, vagy csak gyenge hatás tapasztalható. A belső munkaérték-orientációnak jelentős, de ellentétes hatása van. A magasabb belső munkaérték-orientáció tehát magasabb jövedelmet eredményez. Ez csökkenti a nemek közötti bérszakadékot, mivel a nők magasabb belső munkaérték-orientációról számolnak be (Bacher et al., 2022).

A vizsgált ágazatban fontos szempont a pályaelhagyás témaköre is. Ebben markáns szerepet játszhat a burn-out gyakorisága. A kiégés és a munkaértékek közötti összefüggés vizsgálatával foglalkozott egy 109 fős felmérése óvodapedagógusok részvételével. A vizsgálat rámutatott arra, hogy minél kevésbé érzi a munkavállaló, hogy szükség van a kreativitására, és érvényesítheti is saját ötleteit, annál valószínűbb, hogy a kiégettség jeleit mutatja. Meglátásunk szerint a kiégés kezelése nehezebb, mint annak megelőzése, így külön értékesnek tartjuk a kutatásnak a prevencióra irányuló feltárását. Az eredmények azt mutatják, hogy a kiégetést legerősebben az önérvényesítés, a munkában megélt önmegvalósítás hiánya idézi elő. Ezt követi a változatosság hiánya, és végül meghatározó szerepet játszik a hierarchia értékör is, amely az igazságos ellenőrzés alatt végzett munkára, illetve a vezetővel kialakított viszonyra utal. A szerzők rámutatnak arra, hogy azok veszélyeztetettebbek, akik még a pályájuk elején tartanak (Szabó et al., 2018).

A kiégésen túl a pályaelhagyást az elvárásokkal nem egyező, be nem teljesült karrier út is befolyásolhatja. Gebriné és munkatársai 13 magyarországi kórház 224 szülésznőjének munkaérték preferencia vizsgálatát végezte el. A leginkább preferált munkaértékek az altruizmus, az anyagiak, és a hierarchia. Az elemzés rámutatott arra is, hogy az eltérő képzettséggel rendelkező szülésznők véleménye szignifikánsan eltér (Gebriné et al., 2018). Egy későbbi vizsgálatban felhívják a figyelmet arra, hogy a munkahelyi vezetőknek a generációs különbségeket érdemes figyelembe venni a munkahelyi konfliktusok kezelése, a vezetői döntések, a karriertervek, az előrelépési lehetőségek megteremtésénél, mert a karrierlehetőség, mint fontos preferencia a pályaelhagyásra, is kihatással lehet (Gebriné, 2020).

A vizsgálatunk tárgyát képező ágazat munkavállalóinak preferenciáit is befolyásolják a korábbi munkatapasztalatok. A nemzetközi szakirodalom hasonló eredményekről számol be. A munka világában az ágazatváltás és a munkaértékek folyamatainak időbeli változásait vizsgálva Choi és Chung eltéréseket talált az állami és a magántulajdonú szervezetekben dolgozó alkalmazottak preferenciái között. Az eredmények igazolják azt, hogy a munkaértékek dinamikus állapotokat feltételeznek és így hatással vannak a teljesítményre is (Choi & Chung, 2017).

A munkavállalói teljesítmények és munkaértékek összefüggéseit más kutatók is elemezték. Winoto (2019) vizsgálatában a munkahelyi értékeknek a munkavállalói elégedettségre gyakorolt hatását elemezte, ezen keresztül értelmezve a vállalat hatékonyságának növelési lehetőségét is. Az eredmények azt mutatták, hogy a munkaérték szoros összefüggést mutat a dolgozói teljesítménnyel és elégedettséggel. Az alkalmazottak munkahelyi értékei, amelyek magukban

foglalják a függetlenséget, a munkakörülményeket, az elismerést, a kapcsolatot, az eredményeket és a támogatást, egyértelmű együttműködést biztosítanak az alkalmazottak és a vállalatok között. Természetesen ez hatással lesz a cég teljesítményére is.

A vizsgálatunk tárgyát képező szállítási ágazattal kapcsolatosan több, a hallgatóink elhelyezkedését segítő vállalati együttműködést ápolunk, így a fiatalok értékstruktúrájának tanulmányozása is fontos számunkra. Super kérdőíve mellett a Holland-féle érdeklődésvizsgálatot is alkalmazta az életpálya-tanácsadás témakörében készült vizsgálatban, amelynek mintáját 822 fő alkotta. Az eredmények vonatkozásában a legmagasabb értékeket a vállalkozó típusú érdeklődés irányokon kapták, majd ezt követi a szociális, kutató és művészi irányok csoportja a konvencionális és realista érdeklődés előtt (Kiss, 2015). Egy másik vizsgálat rámutat arra, hogy az egyetemisták döntő többségének nincs ismerete arról, hogy mi motiválja őket a munkával kapcsolatban. A vizsgálat során 235 nappali tagozatos hallgatót kérdeztek meg. Megállapítást nyert, hogy a hallgatók a kapcsolati tőkének nem tulajdonítanak kimagasló szerepet a karrierjük építése szempontjából (Gergely et al., 2016).

Külföldi hallgatóink munkaértékeinek vizsgálatán jelenleg is dolgozunk. Az egyetemisták pályaválasztási döntéshozatalának megkönnyítése érdekében egy tanulmány a munkaérték orientáció és a tudományos orientáció pályaválasztási önhatékonyságra (CDMSE) gyakorolt hatásait vizsgálta. A dél-koreai egyetemisták belső munkaérték orientációja, külső munkaérték orientációja, tanulmányi fő elégedettsége és CDMSE közötti összefüggéseit 217 egyetemi hallgató felmérési eredményeivel támasztotta alá. A tanulmány kutatási eredményei azt mutatták, hogy a belső munkaérték orientáció befolyásolta a tanulmányi elégedettséget és a CDMSE-t, azonban a külső munkaérték orientáció nem (Doo & Park, 2019).

A szakirodalmi keretek széles körben végzett vizsgálatainak megismerése, vázlatos bemutatása után a saját kutatásunk ismertetése következik.

### **3. A vizsgálat**

#### ***3.1. Az alkalmazott módszer bemutatása***

„A felkészülés a foglalkoztatást érintő változásokra a szállítási ágazatban” keretében zajló felmérésben munkaérték vizsgálatot is végeztünk, amely a válaszadók csoportjára nézve ad együttesen az érdeklődési és fókuszáltsági jellemzőikről információt a szállítási ágazatban. A munkaérték vizsgálatára leggyakrabban alkalmazott eljárás a Super féle önkitöltéses és kényszerválasztáson alapuló feladatlap, amely a 15 értékkört 45 tétellel közelíti meg (Super 1973). Az egyes állításokat egy ötfokozatú skála segítségével értékelhették a kérdőívet kitöltők, ahol az 1-es érték jelentette azt, hogy az adott állítás egyáltalán nem fontos a válaszadó számára, az 5-ös érték pedig a nagyon fontos értéktartalommal bírt. Az egyes szempontokat három darab változó együttes átlaga írja le. A munkaérték-vizsgálat során, az alábbi jellemzőket vizsgáltuk:

1. esztétikum,
2. irányítás,
3. szellemi ösztönzés,
4. önállóság,
5. altruizmus,
6. változatosság/függetlenség,
7. kreativitás,
8. presztízs,
9. munkateljesítmény,
10. munkával kapcsolatos biztonság,
11. öntörvényesítés,
12. társas kapcsolatok,
13. fizikai környezet,



- 14. hierarchia,
- 15. anyagiak.

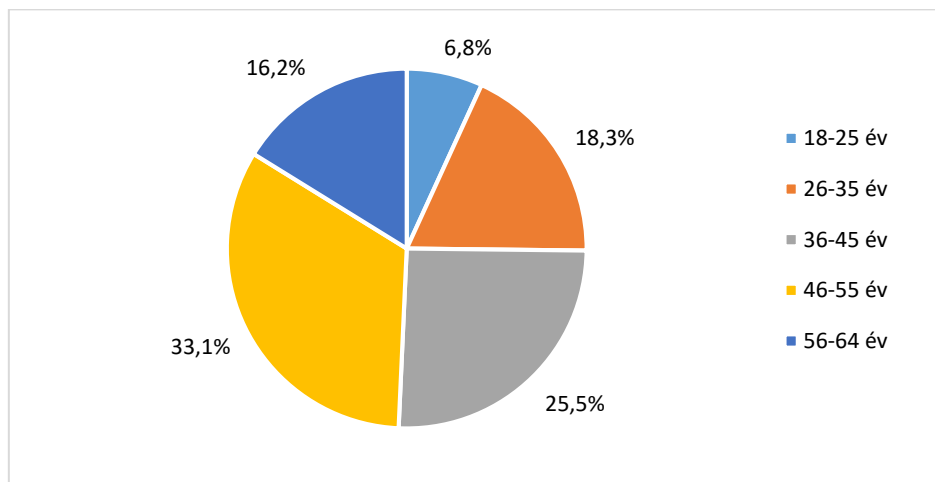
A vizsgálattal kapcsolatos előzetes feltételezéseink az alábbiak voltak:

- Az ágazatban jelentkező lehetséges foglalkoztatási változások a két vizsgált régióban eltérő munkaerőpiaci környezetben jelentkezhetnek, ezért a két régióban a munkaértékek preferenciáiban is eltéréseket valószínűsítünk.
- A munkaértékek preferenciái az iskolai végzettség függvényében eltérést mutatnak.

### 3.2. Minta bemutatása

A felmérést két területen, az Észak-alföldi és a Nyugat-dunántúli régióban végeztük el, amely során az előbbi területet a válaszadók 51,1%-a, utóbbit 48,9%-a képviselte.

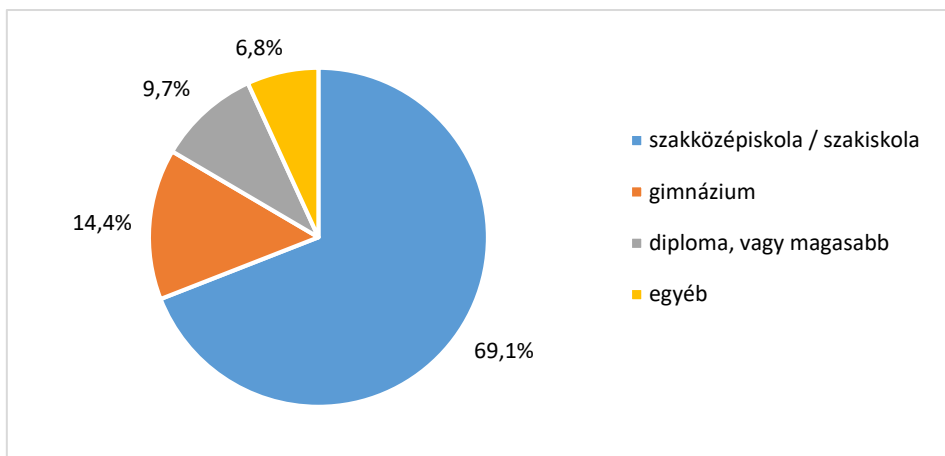
A kérdőívet kitöltők túlnyomó többségében (79,1%) férfiak voltak 20,9%-uk pedig nő. A résztvevők életkorát tekintve a legkevesebb válaszadó (6,8%) a 18-25 éves, 18,3%-uk a 26-35 éves, 25,5% a 36-45 éves, a legtöbbjük, 33,1% a 46-55 éves, végül 16,2% az 56-64 éves korcsoportba tartozik (1. ábra).



1. ábra: A válaszadók megoszlása korcsoportok szerint (%)

Forrás: Saját szerkesztés

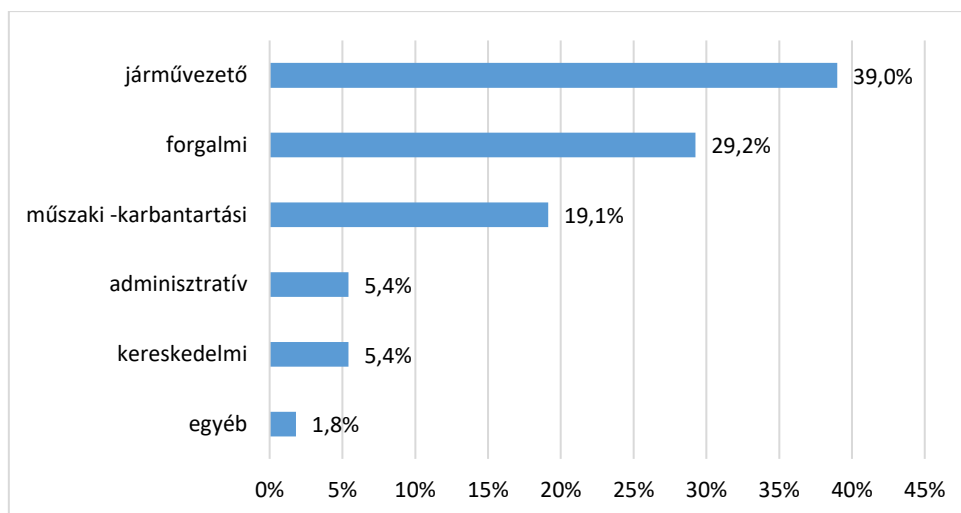
A kérdőívet kitöltők 69,1%-a szakiskolát vagy szakközépiskolát végzett, ezen belül 5 fő befejezetlen szakképzésben, 3 fő pedig folyamatban lévő középiskolai képzésben vesz részt. Gimnáziumi érettségivel 14,4%-uk, legalább diplomával pedig 9,7%-uk rendelkezik. Ez utóbbiak közül 16 fő alapképzésben, 7 fő mesterképzésben, 1 fő a mesternél magasabb fokozatú, 3 fő pedig posztgraduális képzésben vett részt. Ezen felül 6,8% volt azoknak az aránya, akik az „Egyéb” kategóriát jelölték meg a válaszadás során, amely a szervezeten belül és kívül végzett szakmai továbbképzések elvégzését jelenti (2. ábra).



**2. ábra: A válaszadók megoszlása iskolai végzettség szerint (%)**

Forrás: Saját szerkesztés

A kutatás során a szállítási szektor összes főbb munkaköréből megszólítottunk résztvevőket. Ennek eredményeképp a válaszadók 39,0%-a járművezetői, 29,2%-a forgalmi, 19,1%-a műszaki-karbantartási, 5,4%-5,4%-a pedig adminisztratív és kereskedelmi feladatokat lát el az ágazatban. Emellett az előzőekbe nem sorolható „Egyéb” kategóriába 1 fő állomásfőnök, 1 fő tolatásvezető, 1 fő gazdálkodási munkakörben dolgozó, valamint 2 fő művezető válaszadót soroltunk (3. ábra).



**3. ábra: A válaszadók megoszlása munkakör szerint (%)**

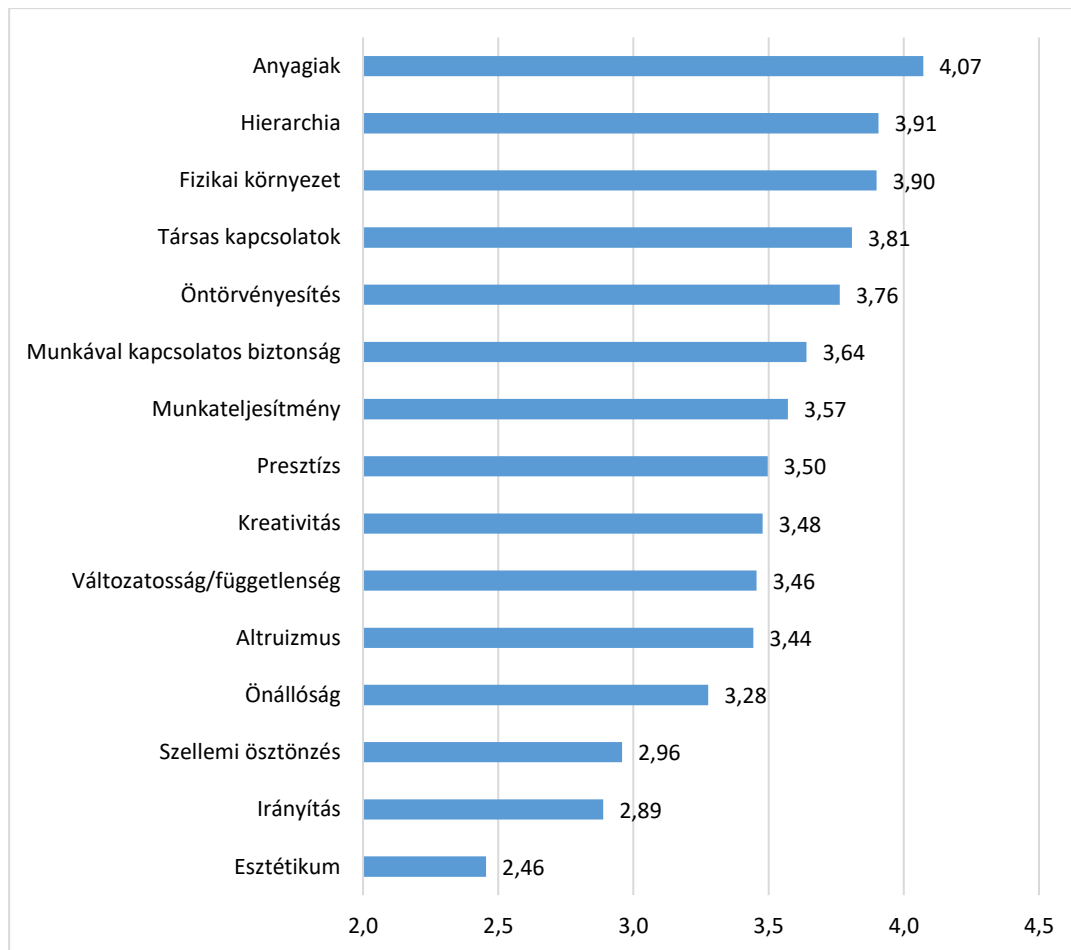
Forrás: Saját szerkesztés

A következőkben bemutatott további elemzések pontosabb leírást adnak a kutatásban résztvevők csoportjáról.

A nemek mentén nem volt jelentős eltérés az életkor tekintetében, a kérdőívet kitöltő nők átlagéletkora 42,4, a férfiaké pedig 44,1 év volt a válaszok alapján. A régiók mentén már valamelyest nagyobb eltérést tapasztaltunk, míg az Észak-alföldi résztvevők átlagosan 41,2 évesek, addig a Nyugat-Dunántúlon öt évvel több, 46,4 év a válaszadók életkorának átlaga.

#### 4. Kutatási eredmények ismertetése

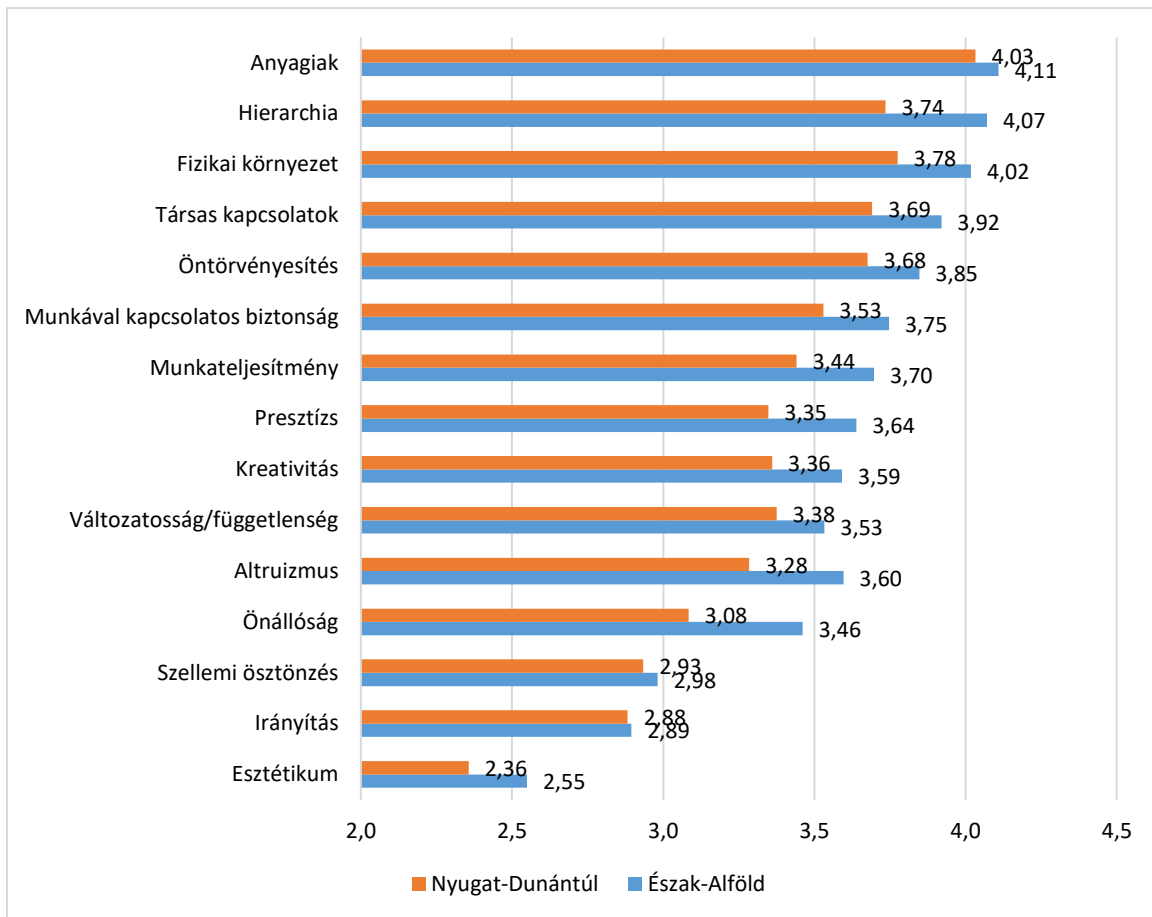
A szállítási ágazat munkavállalói körében végzett vizsgálat eredményeit a 4. ábra szemlélteti. A vizsgálat eredményei szerint a kutatásban résztvevők számára az anyagi szempontok bírnak a legnagyobb jelentőséggel (4,07), melyet a hierarchia (3,91), a fizikai környezet (3,90) majd a társas kapcsolatok követ (3,81). Csak a középmezőnyben szerepelnek az önérvényesítés, a munkával kapcsolatos biztonság, a munkateljesítmény, a presztízs, kreativitás, változatosság és az altruizmus szempontjai. A legkevésbé az esztétikum volt fontos a válaszadók számára (2,46), de az irányítás (2,89) és a szellemi ösztönzés (2,96) is 3-as alatti átlagértékeket kapott.



**4. ábra: A munkaérték vizsgálatba bevont jellemzők átlagértékei**

Forrás: Saját szerkesztés

A munkaérték-vizsgálat szempontjait elemeztük régiók mentén is. Ez alapján azt találtuk, hogy az Észak-alföldi válaszadók minden egyes jellemző esetében magasabb értékeket adtak, mint a Nyugat-dunántúli résztvevők. A legnagyobb különbségeket az önállóság, a hierarchia, az altruizmus és a presztízs mentén találtuk, a leginkább pedig az anyagiak, a szellemi ösztönzés, valamint az irányítás terén egyeztek a vélemények (5. ábra).



**5. ábra: A munkaérték vizsgálatba bevont jellemzők átlagértékei régiók szerint**  
 Forrás: Saját szerkesztés

A munkaérték-vizsgálat korcsoportok szerinti eredményeit a 1. táblázat tartalmazza. Az értelmezést ebben az esetben is színezéssel segítettük, ahol a sötétkék szín a legalacsonyabb, a sötétpiros a legmagasabb átlagértékeket jelzi, a köztes árnyalatok a szélsőértékek közötti osztályozásokat, a középértéket pedig a fehér szín mutatja. Az eredmények alapján megállapítható, hogy az összes jellemző mentén a legfiatalabb (18-25 éves) korcsoport adta a legmagasabb értékeket. Ezen felül azt is láthatjuk, hogy ebben a korosztályban a presztízs, a kreativitás és az önállóság jóval előkelőbb helyen szerepelnek a sorrendben, mint az összes válaszadó együttes sorrendjében. A kor előrehaladtával a vizsgált szempontok egyre kisebb jelentőséggel bírnak, ugyanakkor az is elmondható, hogy a középkorú (36-45 éves) korcsoport számára a biztonság, a presztízs, a változatosság/függetlenség és az önállóság kevésbé fontos szempontok a többi korosztályhoz képest (1. táblázat).

1. táblázat: A munkaérték vizsgálatba bevont jellemzők átlagértékei korcsoportok szerint

<i>Jellemzők/Korcsoportok</i>	18-25 év	26-35 év	36-45 év	46-55 év	56-64 év
<i>Anyagiak</i>	4,6	4,2	4,0	3,9	4,1
<i>Hierarchia</i>	4,1	4,0	3,9	3,8	3,8
<i>Fizikai környezet</i>	4,1	4,1	3,9	3,8	3,8
<i>Társas kapcsolatok</i>	4,0	3,8	3,8	3,7	3,9
<i>Öntörvényesítés</i>	4,2	3,9	3,8	3,7	3,6
<i>Munkával kapcsolatos biztonság</i>	3,9	3,8	3,5	3,6	3,6
<i>Munkateljesítmény</i>	3,9	3,7	3,5	3,5	3,5
<i>Presztízs</i>	4,3	3,6	3,4	3,3	3,5
<i>Kreativitás</i>	4,1	3,6	3,4	3,5	3,2
<i>Változatosság/függetlenség</i>	3,7	3,5	3,4	3,4	3,4
<i>Altruizmus</i>	3,6	3,4	3,4	3,5	3,4
<i>Önállóság</i>	3,9	3,5	3,1	3,2	3,1
<i>Szellemi ösztönzés</i>	3,2	3,1	3,0	2,9	2,8
<i>Irányítás</i>	3,2	2,9	2,9	2,9	2,8
<i>Esztétikum</i>	3,1	2,5	2,4	2,5	2,3

Forrás: Saját szerkesztés

Az iskolai végzettség a munkaérték-vizsgálat szintén meghatározó tényezőjeként látszik: összességében elmondható, hogy a magas iskolai végzettségű résztvevők minden szempont mentén a legmagasabb (vagy közel a legmagasabb) értékekkel minősítették a vizsgált jellemzőket (2. táblázat).

2. táblázat: A munkaérték vizsgálatba bevont jellemzők átlagértékei iskolai végzettség szerint

<i>Jellemzők/Iskolai végzettség</i>	szakközépiskola / szakiskola	gimnázium	diploma, vagy magasabb	egyéb
<i>Szellemi ösztönzés</i>	2,9	3,0	3,4	2,9
<i>Altruizmus</i>	3,4	3,5	3,8	3,2
<i>Társas kapcsolatok</i>	3,8	3,8	3,8	3,7
<i>Munkával kapcsolatos biztonság</i>	3,6	3,7	3,8	3,6
<i>Anyagiak</i>	4,1	4,0	4,1	4,1
<i>Öntörvényesítés</i>	3,7	3,8	4,0	3,6
<i>Változatosság/függetlenség</i>	3,4	3,5	3,9	3,4
<i>Hierarchia</i>	3,9	3,9	4,1	3,9
<i>Önállóság</i>	3,3	3,2	3,4	3,1
<i>Fizikai környezet</i>	3,9	3,8	3,9	3,7
<i>Presztízs</i>	3,5	3,4	3,7	3,3
<i>Munkateljesítmény</i>	3,6	3,4	4,1	3,3
<i>Esztétikum</i>	2,4	2,6	2,4	2,2
<i>Irányítás</i>	2,9	2,7	3,3	2,9
<i>Kreativitás</i>	3,4	3,4	3,9	3,4

Forrás: Saját szerkesztés

## 5. Összefoglaló

A főbb hazai és külföldi szakirodalmak, források tanulmányozása során bemutattuk a munkaérték vizsgálatok néhány összefüggését. Ezt követően a Super-féle munkaérték preferencia felmérés körülményeit ismertettük.

A mostani felmérés időszerűségét és relevanciáját az adta, hogy a külső környezeti hatások miatt hirtelen megváltozott helyzetben az érintett munkavállalók attitűdje is kiemelten érdeklődésre számot tartó tényező.

A vizsgálattal kapcsolatos előzetes feltételezéseink az alábbiak voltak:

- Az ágazatban jelentkező lehetséges foglalkoztatási változások a két vizsgált régióban eltérő munkaerőpiaci környezetben jelentkezhetnek, ezért a két régióban a munkaértékek preferenciáiban is eltéréseket valószínűsítünk.
- A munkaértékek preferenciái az iskolai végzettség függvényében eltérést mutatnak.

Az 5. ábrán látható módon feltártuk a régiók közötti különbségeket a munkaérték preferenciákban. A 2. kereszttáblában részletesen kimutattuk a munkaérték preferenciák átlagértékeinek és a mintába került munkavállalók iskolai végzettségének a feltüntetésével az összefüggéseket. A kutatási eredmények vonatkozásában a már feltárt konkrétumokon túl néhány összefoglaló jellegű megállapítást teszünk az alábbiakban.

Az Észak-alföldi válaszadók minden egyes jellemző esetében magasabb értékeket adtak, mint a Nyugat-dunántúli résztvevők. A legnagyobb különbségeket az önállóság, a hierarchia, az altruizmus és a presztízs mentén találtuk, a leginkább pedig az anyagiak, a szellemi ösztönzés, valamint az irányítás terén egyeztek a vélemények. Ezzel az első feltételezésünket bebizonyítottuk.

A legfiatalabb (18-25 éves) korcsoport adta a legmagasabb értékeket. Ebben a korosztályban a presztízs, a kreativitás és az önállóság jóval előkelőbb helyen szerepelnek a sorrendben, mint az összes válaszadó együttes sorrendjében. A kor előrehaladtával a vizsgált szempontok egyre kisebb jelentőséggel bírnak, ugyanakkor az is elmondható, hogy a középkorú (36-45 éves) korcsoport számára a biztonság, a presztízs, a változatosság/függetlenség és az önállóság kevésbé fontos szempontok a többi korosztályhoz képest.

Az iskolai végzettség a munkaérték vizsgálat szintén meghatározó tényezője: a magas iskolai végzettségű résztvevők minden szempont mentén a legmagasabb értékeket adták, ami azt jelenti, hogy a második feltételes állításunk is bizonyítottnak tekinthető.

Az ágazatban működő szervezetek számára javaslatként a kutatási eredmények alapján a következő megállapításokat tesszük.

Mivel az összes jellemző mentén a legfiatalabb vizsgált korcsoportokhoz tartoznak a magas munkaértékek, így a humán erőforrás szakemberek számára kiemelkedő fontosságú ennek a foglalkoztatott csoportnak a preferenciáit figyelembe venni. Ennek keretein belül is a presztízs, a kreativitás és az önállóság mint munkaértékek szerepelnek dominánsan.

Az elvárások esetében a munkarangjának fontossága, a mások általi tisztelet iránti vágy sok esetben a munkakör megfelelő átnevezésével megoldható. Ez alatt természetesen nem egyszerű átkeresztelést értünk, sokkal inkább a munkakör-gazdagítás eszköztárával való felhasználásával elért pszichológiai tényezők kiaknázását. A szóban forgó korcsoport az eredmények függvényében előnyben részesíti az olyan munkavégzést is, amelyben lehetősége adódik új dolgok bevezetésére, új elméletek megalkotására. Ajánlott ezért számukra az innovatív attitűdnek kedvező munkahelyi légkör kialakítása. Sokak számára fontos az autonómia, és hogy magadönthet a saját munkafeladatait illetően. A függetlenség, önállóság szintjének helyes megválasztásához sok esetben csupán a delegáció, a felhatalmazás megfelelő fokozatát kell újraszerveznie a menedzsmentnek.

A középkorú korcsoport számára a biztonság, a presztízs, a változatosság/függetlenség és az önállóság kevésbé fontos szempontok.

Az iskolai végzettség szintén erőteljesen befolyásolja a munkaértékek preferenciáit. A diplomás szakemberek az eredményekben minden szempont mentén a legmagasabb értékeket képviselik, így a személyügyi technikák alkalmazása során ők is kiemelt figyelmet élvezhetnek. Tisztában vagyunk azzal, hogy fenti javaslatok alkalmazásához sok esetben a munkakörelemzés módszertanát is szükséges bevetni, amely időszükséglete meghaladhatja a beavatkozás kívánatos időpontját. Ennek a munkának a gyümölcsékként munkakörcsaládokat lehet létrehozni figyelembe véve a fenti értékek preferenciáit mint a munkaszervezet szükségletét. Kedvező ezzel kapcsolatban, hogy a fenti szükségletek kielégítéséhez többnyire elegendő a HR eszköztárának szoft kategóriáit újraszervezni.

Azonban mindezekén túl figyelembe kell venni, hogy a vizsgálat eredményei szerint a kutatásban résztvevők teljes köre számára az anyagi szempontok bírnak a legnagyobb jelentőséggel, melyet a hierarchia és a fizikai környezet követett.

A személyügyi költségek felhasználásának tervezésénél is biztosítani szükséges tehát a prioritást ezekhez a fókuszokhoz, amely az alá-és fölérendeltségi viszonyok újragondolásán túl a munkakörnyezettel kapcsolatos kihívásokat is tartogat a szervezetek számára, leginkább a jól fizető munka előnyben részesítése szempontjából. Az anyagi javak megszerzésére irányuló munkaérték preferencia a jelenlegi gazdasági helyzetben valószínűleg erősödni fog.

Ahogy arra a hazai és nemzetközi vizsgálatok is rámutattak, jelen kutatás folytatásaként az egyéni jellemzők és a környezeti tényezők vizsgálatán keresztül tudjuk jobban megérteni a munkaértékek alakulását befolyásoló hatásokat. A munkaértékek feltárását a munkavilágában és a felsőoktatásban egy korábbi kutatás során már vizsgáltuk, amelyben az egyetemi hallgatók munkaérték preferenciáinak esetében a legmagasabb preferenciát az önérvényesítés és az anyagiak adták, ettől alig elmaradva a fizikai környezet és a kreativitás következett (Kökuti, 2021). A munkaérték preferenciák munkavállalók és egyetemi hallgatók közötti összehasonlításában azonban nagyon hasonlóak voltak az értékek a munkával kapcsolatos biztonság, az önérvényesítés, a hierarchia, a presztízs, munkateljesítmény, esztétikum és irányítás esetében. Markáns eltérések mutatkoztak anyagiak, a változatosság, a fizikai környezet és az altruizmus esetében (Balázs & Kökuti, 2021). Ahogy arra korábbi munkákban már rámutattak, kapcsolat mutatható ki az egyéni jellemzők mit például a kiegészre való fogékonyság és az érzelmi intelligencia (Balázs, 2020a), valamint a környezeti tényezők, a szervezeti kultúra (vö. Balázs, 2020b), vagy kifejezetten a vezetői viselkedés (vö. Rajcsányi et al., 2022) és az egyéni működés mikéntje között. Következő vizsgálataink tárgyává mindezek alapján az egyes demográfiai, szociológiai dimenziók összehasonlítása mellett a fentebb említett pszichológiai, szociálpszichológiai tényezők hatásmechanizmusainak feltárására vállalkozunk.

## Irodalomjegyzék

- Bacher, J., Beham-Rabanser, M. & Forstner, M. (2022). Can work value orientations explain the gender wage gap in Austria? *International Journal of Sociology*, 52(3), 208–228. <https://doi.org/10.1080/00207659.2022.2042114>
- Balázs L. (2020a). Az érzelmi intelligencia és a kiegész kapcsolatának vizsgálata oktatóknál: Az érzelmi intelligencia-fejlesztés szerepe a szervezeti kultúra alakulásában. *Vezetéstudomány*, 51(12), 85–101. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2020.12.07>
- Balázs L. (2020b). Az érzelmi intelligencia vizsgálata a szervezeti kultúra tükrében: Kutatási beszámoló. *Polgári Szemle*, 16(1-3), 187–204. <https://doi.org/10.24307/psz.2020.0712>
- Balázs L. & Kökuti T. (2021). Munkaértékpreferenciák összehasonlító vizsgálata: Munkavállalók és hallgatók közötti sajátosságok elemzése. In Németh I. P., András I. & Rajcsányi-Molnár M. (szerk.), *Fenntarthatósági terek* (pp. 175–191). DUE Press, Partium, Dunaujváros.
- Choi, Y. & Chung, I. H. (2017). Attraction-Selection and Socialization of Work Values. *Public Personnel Management*, 46(1), 66–88. <https://doi.org/10.1177/0091026017696397>

- Doo, M.Y. & Park, S.H. (2019). Effects of work value orientation and academic major satisfaction on career decision-making self-efficacy. *Higher Education, Skills and Work-Based Learning*, 9(4), 550–562. <https://doi.org/10.1108/HESWBL-09-2018-0088>
- Dose, J. J. (1997). Work values: An integrative framework and illustrative application to organizational socialization. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 70(3), 219–240. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8325.1997.tb00645.x>
- Gebriné Éles K., Sárváry A., Sárváry A., Takács P. & Lampek K. (2018). A kórházban dolgozó szülész-nők munkaérték preferencia vizsgálata. *Nővér*, 31(4), 20–28.
- Gebriné Éles K. (2020). *A szülész-nők munkával való elégedettségének, munkaérték megítélésének, egészségmagatartásának és koherencia érzetének vizsgálata. A szülész-nők munkával való elégedettségének és a munkával kapcsolatos értékmegítélésének vizsgálata*. Doktori értekezés. Pécsi Tudományegyetem Egészségtudományi Kar, Pécs. [https://doktoriiskola.etk.pte.hu/public/upload/files/Doktoriiskola/Teziszfuzetek/Gebrine\\_dissz.pdf](https://doktoriiskola.etk.pte.hu/public/upload/files/Doktoriiskola/Teziszfuzetek/Gebrine_dissz.pdf) (Letöltve: 2022.10.03.)
- Gergely É., Hágen I. Zs. & Pierog A. (2016). Munkaérték és karrierhorgony – Egyetemisták körében végzett felmérés eredményei. *Acta Carolus Robertus*, 6(2), 161–177.
- Kiss I. (2015). Felsőoktatási területek és munkaérték-, érdeklődési irány mintázatok. *Életpálya-tanácsadás*, 2015(7), 38–50.
- Klein S. (2016). *Vezetés- és szervezetpszichológia*. Edge 2000 Kft.
- Kökuti T. (2021). Hallgatói munkaérték-preferenciák a digitális oktatási formák bevezetésének fázisában. In: Balázs László (szerk.), *Digitális kommunikáció és tudatosság* (pp. 65–77). Hungarovox Kiadó, Budapest.
- Pelczer D. (2018). Super-féle munkaérték vizsgálat a Dél-Dunántúlon. *Tudásmenedzsment*, 19(2), 104–114.
- Rajcsányi-Molnár M., Balázs L. & András, I. (2022). Vezetőképzés és fenntarthatóság: Vezetői kompetenciák fejlesztése felsőoktatási környezetben. In Jarjabka Á. & Szabó-Bálint B. (szerk.), *Példaértékű vezetés és gyümölcsei: Tiszteletkötet Dr. Szűcs Pál Tanár úr 80. születésnapja alkalmából* (pp. 235–245). Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar, Vezetés- és Szervezéstudományi Intézet.
- Super, D. E. (1973). The work values inventory. In D. G. Zytowski (Ed.): *Contemporary Approaches to Interest Measurement*, 189–205. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.
- Szabó É., Litke M. & Jagodics B. (2018). Az óvodapedagógusok kiegészének vizsgálata a munkaértékek tükrében. *Iskolakultúra*, 28(7), 51–63. <https://doi.org/10.14232/ISKKULT.2018.7.51>
- Winoto, H. (2019). Impact of Work Value Affecting Employee Job Satisfaction for Improving Organizational Performance. *International Journal of Science and Society*, 1(4), 88–96. <https://doi.org/10.54783/ijssoc.v1i4.245>



## **Studentifikáció Lágymányoson, avagy az újbudai egyetemek hatása a fenntartható turizmusra<sup>1</sup>**

*Studentification in Lágymányos, or the Impact of the Universities in Újbuda on Sustainable Tourism*

**KISS Bence Álmos<sup>2</sup>**

gyakornok, PhD-hallgató (*Intern, PhD Student*)

Budapesti Corvinus Egyetem, Gazdaságföldrajz és Városfejlesztés Tanszék (*Corvinus University of Budapest, Department of Geography and Planning - Hungary*)

**PORHAJAS Gábor László<sup>3</sup>**

gyakornok, PhD-hallgató (*Intern, PhD Student*)

Budapesti Corvinus Egyetem, Gazdaságföldrajz és Városfejlesztés Tanszék (*Corvinus University of Budapest, Department of Geography and Planning - Hungary*)

### **Absztrakt**

A kortárs városkutatás előszeretettel foglalkozik a különböző felsőoktatási intézmények városi környezetre gyakorolt közvetlen, illetve közvetett hatásaival. Ezek a sokrétű, komplex hatások aktívan alakíthatják a városszövetet, a városi teret, továbbá jelentékeny hatást fejtenek ki többek között a környezetükben található szolgáltatásokra, az ingatlanpiacra, térhasználatra, az adott település vagy településrész gazdasági-társadalmi folyamataira, a turizmusra és nem utolsósorban kulturális életére. Jelen előadásunkban Budapest XI. kerület, Lágymányos példáján keresztül mutatjuk be a studentifikáció erőteljes jelenlétét, valamint a kulturális és gasztroturizmus fejlődését az újbudai Bartók Béla út térségében, melyek együttes hatása jelentékeny szerepet játszik egy fenntarthatóbb, kisléptékű helyi turizmus létrejöttében a vizsgált területen. Kutatásunkat komplex, kvalitatív társadalomtudományos módszertanra építettük, melynek kiemelkedő fontosságú eleme a terepi, illetve résztvevő megfigyelés, valamint a félig strukturált módszertannal készülő szakértői, illetve egyéb interjúk vendéglátóipari szereplőkkel.

*Kulcsszavak:* Újbuda, kulturális és gasztroturizmus, studentifikáció, Bartók Boulevard

*JEL-kódok:* R11, R53

### **Abstract**

Contemporary urban research tends to focus on the direct and indirect impacts of different higher education institutions on the urban environment. These multiple and complex effects can actively shape the the urban space, and have a significant impact on, among other things, the services, the real estate market, the use of space, the socio-economic processes, tourism and, last but not least, the cultural life of the municipality or part of a municipality. In this presentation, we will use the example of Lágymányos in the 11th district of Budapest to illustrate the strong presence of studentification and the development of cultural and gastronomic tourism in the Bartók Béla út area of Újbuda, whose combined impact plays a significant role in the creation of a more sustainable, small-scale local tourism in the area under study.

---

<sup>1</sup> „A tanulmány/publikáció a Nemzeti Kutatási Fejlesztési és Innovációs Alapból biztosított támogatással, az Egyetemi Innovációs Ökoszisztéma pályázati program finanszírozásában, a 2019-1.2.1-EGYETEMI-ÖKO-2019-00022 projekt keretében valósult meg.”

<sup>2</sup> bence.kiss2@stud.uni-corvinus.hu

<sup>3</sup> gabor.porhajas@uni-corvinus.hu

Our research was based on a complex qualitative social science methodology, with field-based, matched participant observation and semi-structured interviews with experts and other catering industry actors.

*Keywords: Újbuda, cultural and gastronomic tourism, studentification, Bartók Boulevard*  
*JEL Codes: R11, R53*

## 1. Bevezetés

Jelen kutatásunkban Budapest XI. kerület, Lágymányos példáján keresztül mutatjuk be a studentifikáció erőteljes jelenlétét, valamint a kulturális és gasztroturizmus fejlődését az újbudai Bartók Béla út térségében, melyek együttes hatása jelentékeny szerepet játszik egy fenntarthatóbb, kisléptékű helyi turizmus létrejöttében. Kutatásunk aktualitását, egyben hiánypótló jellegét az adja, hogy eddig kevesen foglalkoztak Magyarországon a studentifikáció jelenségével lokális kontextusban. Emellett, habár a Bartók-negyed kulturális életével rendkívül sok újság-cikk foglalkozott és a fővárosi önkormányzatok körében is közismert a városnegyed fejlődésének pozitív példája, mégis viszonylag csekély tudományos kutatás készült a területről, ahol több mint 30.000 egyetemista – a BME<sup>4</sup>, ELTE TTK-TÁTK, illetve néhány évvel korábban a hazai közigazgatási felsőoktatás fellegvárának az Államigazgatási Főiskola és jogutódainak hallgatói – tanul és szórakozik.

Vizsgálatunkban arra a kérdésre keressük a választ, hogy milyen hatással lehet a studentifikáció a fenntartható turizmus kialakulására és fejlődésére a vizsgált területen, továbbá kutatásunk kérdése az is, hogy a különböző helyi aktorok (döntéshozók, vendéglátósok, intézmények és a helyi lakosság), milyen szerepet játszhat egy ilyen városfejlesztési folyamatban. Hipotézisünk szerint ezeknek a szereplőknek a sikeres együttműködése, illetve a studentifikáció jelenléte a területen multiplikátor hatással lehet a fenntartható turizmus fejlődésére a Bartók-negyedben.

## 2. A kutatás módszertana

Kutatásunkat komplex, kvalitatív társadalomtudományos módszertanra építettük, melynek kiemelkedő fontosságú eleme a terepi, illetve résztvevő megfigyelés, valamint a félig strukturált módszertannal készülő szakértői, illetve egyéb interjúk vendéglátóipari szereplőkkel. A kutatás szempontjából külön fontos megemlítenünk annak érzékenységet a változásra. A folyamatban lévő vizsgálat 2019-ben indult, így egyaránt szükséges reflektálnia a gazdasági és társadalmi változásokra (COVID-19 világjárvány, energiaválság stb.), melyek alakítják a társadalmi és gazdasági folyamatokat lokális szinten. Jelen vizsgálatunk három fogalom; a fenntartható turizmus, a dzsentifikáció és az ehhez ezer szállal kötődő studentifikáció diskurzusában zajlik, melyet jelen tanulmány elején röviden tárgyalunk.

Kutatásunk erős kvalitatív lábát az évek során készített interjúk adják. Ezek egy részét a kerület döntéshozóival, stakeholderekkel, a kerület kulturális életében résztvevő aktorokkal, szolgáltatásokat üzemeltetőkkel és a városfejlesztésben résztvevő szakemberekkel folytattuk.

### ***Fenntartható turizmus***

A fenntartható turizmus az UNEP–WTO megfogalmazása szerint „*az az idegenforgalom, amely teljes mértékben figyelembe veszi a jelenlegi és jövőbeli gazdasági, társadalmi és környezeti hatásokat, valamint a turisták, az iparág, a környezet és a befogadó közösségek igényeit*” (UNEP–WTO, 2005). Az Európai Bizottság 2003 óta foglalkozik dedikáltan a fenntartható tu-

---

<sup>4</sup> Csak a BME hallgatói létszáma 2021-ben 21836 fő volt (BME, 2021).

rizmus kérdésével, rámutatva arra, hogy az európai idegenforgalom fenntarthatóságára vonatkozóan alapvető fontosságú a környezeti fenntarthatóság biztosítása, mely feltétele a turizmus ágazat fejlődésének és versenyképessége növelésének (Communication from the Commission to the European Parliament, 2013). Hazánkban a Nemzeti Éghajlatváltozási Stratégia tervezetében található Nemzeti Alkalmazkodási Stratégia határozza meg a klímaváltozáshoz való alkalmazkodás hazai kereteit és lehetőségeit. Ez alapján „a turizmusra nemcsak a közvetlen klímamparaméterek (hőhullámok, változó vízjárás, gyakoribb viharok) gyakorolnak hatást, hanem a klímaváltozás okozta természeti hatások (biodegradáció, inváziós fajok elterjedése) és azok társadalmi–gazdasági következményei (fertőző betegségek elterjedése, energia és ivóvíz árának alakulása) is. A klímabarát turizmus tudatosan számol és felkészül a klíma- és időjárás változás kedvező és kedvezőtlen hatásaira” (Második Nemzeti Éghajlatváltozási Stratégia, 2018). A stratégia többek között cselekvési irányokként azonosítja a szemléletformálás erősítését, a bel-földi turisztikai és szabadidős tevékenységek népszerűsítését, az ehhez kapcsolódó infrastruktúra (tanösvények, turistautak) kialakítását és fenntartását, a különböző turisztikai kínálati típusok alkalmazkodóképességének vizsgálatát, a turisztikai vonzerővel bíró rendezvények energiafelhasználásának csökkentését, a karbonsemlegesítés elősegítését, továbbá hosszú távon az éghajlatváltozás, mint peremfeltétel teljes körű integrálását a turizmusfejlesztésbe (Második Nemzeti Éghajlatváltozási Stratégia, 2018).

A fenntartható turizmus gyakorlati elemeiként említhetjük többek között:

- a természeti erőforrások felelős használatát,
- a zaj-, a víz, és a légszennyezés határértékeinek betartatását,
- korszerű hulladékgyűjtést,
- a korszerű energiaellátás és megújuló energiaforrások használatát,
- szigorú földhasználati és építésügyi szabályozást,
- kulturális örökség védelmét,
- a turisztikai célpontok természeti és kulturális integritásának megőrzését,
- a turizmusszolgáltatók környezettudatos képzését,
- a turizmus integrált szervezését,
- a szezonális csökkentését,
- a környezetbarát idegenforgalmi formák (kerékpáros-, ökoturizmus) támogatását.

Fontos megjegyeznünk, hogy a fenntartható turizmus különböző értelmezései városfejlesztési kontextusban olyan környezetet teremtenek, amelyben alapvetően nehéz kollektív cselekvést vagy döntéshozatalt elérni. Ez sokszor az érdekelt felek közötti kommunikáció vagy hivatalos diskurzus általános hiányára utal. Ha a helyi turizmus gazdasági életképességével kapcsolatos aggodalmak dominálnak a turizmusfejlesztés kérdésében, akkor a fenntarthatóság más dimenziói, mint például a természeti környezet védelme, a kulturális örökség megőrzése vagy az épített városi környezet megőrzése vagy a kulturális sokszínűség tiszteletben tartása, esetleg háttérbe szorulhatnak. Ennek figyelembe vételével az önkormányzati döntéshozók nem hagyhatják figyelmen kívül az érdekelt felek különböző aggodalmait, kételyeit, így igen fontos a részvételiség, a participáció erősítése, mely a szükséges társadalmi legitimitást is biztosítja.

A különböző érdekelt fenntarthatósági dimenziókkal kapcsolatos összekapcsolódása javíthatja a fenntartható városi turizmusfejlesztés folyamatát, továbbá az érdekelt összehangolt, szervezett és megfelelően koordinált interakciója megkönnyítheti a fejlesztési folyamatokat. E szerint szükséges a hatékony desztinációmenedzsment kialakítása; egy vezető aktor kijelölése, aki koordinálja a számos érdekelt felet, növeli a társadalmi beágyazottságot és elindítja a különböző szervezete, intézmények és a helyi hatóságok közötti együttműködési folyamatot (Timur & Getz, 2009). A megfelelő koordináció különösen fontos az integrált, felelős tervezés szempontjából is, hogy elkerülhető legyenek a turizmusból adódó negatív externáliák, mint például a főváros VI. és VII. kerületének esetében, ahol más európai városokhoz

hasonlóan párhuzamosan fejlődött ki a kreatív, szórakoztató negyed, főként romkocsmák formájában az Airbnb apartmanok és hostelek gyors növekedésével párosulva. Itt a helyi lakosok igényeit nagymértékben figyelmen kívül hagyták, mind az ingatlanárak gyors növekedése és az ebből következő kitelepítés, mind pedig a turisták indokolatlan zajszintje és viselkedésének tekintetében. A városvezetés nem koherens módon vonzotta a turisztikai fogyasztást a város említett kerületeibe és nem igyekezett csillapítani vagy szabályozni azt. Úgy tűnik, hogy mind a romkocsmák, mind az Airbnb jelenségek mindenféle azonosítható tervezési célkitűzéstől függetlenül virágoztak, melyek számos konfliktust szülnek a mai napig. A városi turisztikai tervezés decentralizált, széttagolt és esetleges megközelítése még abban az esetben sem kedvező a lakosok számára, ha ez elősegíti a turizmus növekedését, így elengedhetetlen szem előtt tartani azt, hogy ezek a fejlesztések ne rombolják azokat a meglévő jellemzőket, amelyek korábban vonzóvá tették őket a turisták számára (Smith et al., 2018).

### ***Dzsentrifikáció***

A fenntartható turizmus jelen vizsgálatban szorosan összefügg a területre jellemző dzsentrifikációs folyamatokkal, illetve a studentifikációval. Neil Smith a dzsentrifikációt úgy jellemzi, miszerint a főként középosztálybeli fejlesztők és lakásvásárlók a munkásosztály egykori lakónegyedeit rehabilitálják (Smith, 1982). A fogalom komplex; egyaránt tartalmazza az urbánus környezet társadalmi-gazdasági, fizikai, illetve kulturális változását, illetve az alacsonyabb státuszú lakónépesség kiszorulását az adott területről (Marcuse, 2015). A beköltözők általában tehetősebbek a korábbi lakosoknál és megjelennek köztük a kreatív osztály tagjai is (Czirfusz, 2013).

A dzsentrifikáció azonban kétoldalú jelenség, mely az alapvetően pozitívan tárgyalt városrehabilitációs oldala mellett rendelkezik egy társadalmi „árnyoldallal” is, melyben az alacsonyabb státuszú, korábbi lakónépesség kiszorulása és az újonnan beköltözők megjelenése számos konfliktust generálhat az adott területen. Bár a dzsentrifikáció globálisan ismert és vizsgált jelenség, annak lokális vetületei számos egyedi esetet és mintát mutatnak. A dzsentrifikáció általános hatásaként említhetjük még az említett társadalmi fluktuáció mellett a lakásárak emelkedését, a lakásállomány fizikai megújulását és a szolgáltató szektor átalakulását is.

### ***Studentifikáció***

A dzsentrifikációval szorosan összefüggő fogalom a studentifikáció, amely azonban egy meghatározott társadalmi réteg, a fiatalok földrajzi koncentrációját jelenti az adott területen. A studentifikáció eltérő profilokkal rendelkező fogalom, melynek négy dimenzióját különböztethetjük meg; egy társadalmi, egy gazdasági, egy kulturális és egy fizikai (Smith, 2005). Fontos azonban megjegyeznünk, hogy ezek a halmazok nem képeznek élesen elkülöníthető, egymástól független tudományos térben létező csoportokat, ugyanis aktív hatással vannak egymásra.

A studentifikációs folyamat, mint egy jelentős, fiatalokból álló társadalmi réteg megjelenése az adott helyen, az adott társadalmi közegben; számos értelemben és területen befolyásolhatja egy terület használatát, ritmusát, képét. A fiatalok (mint sajátos tulajdonságokkal jellemezhető társadalmi csoport) eltérő városfogyasztási mintái felerősíthetik új szolgáltatások megjelenését (fénymásoló szalon, szórakozóhelyek, kávézók, sörözők) a területen. Fontos megemlíteni, hogy ez a társadalmi csoport jelentős vásárlóerővel is rendelkezik, melyek tovább erősítik a speciális igények kielégítésére szakosodott szolgáltatások megjelenését, továbbá adott esetben az eltérő igények, fogyasztási minták, mindennapi ritmus, generációs szubkultúrák megjelenése és elterjedése pedig konfliktusokat okozhat a helyi lakossággal. Fontos megemlítenünk a studentifikáció fizikai hatását is, melyek többek között a szolgáltatásokhoz kapcsolódó infrastrukturális fejlesztések, illetve a lakásállomány fizikai megújulása.

### ***Lokáció - Újbuda***

Kutatásunk helyszíne a Bartók-negyed; a főváros XI. kerületének, Újbudának a szívében, Szentimréváros és Lágymányos városrészben helyezkedik el. A XI. kerület 33,47Km<sup>2</sup> területű és

131288 (KSH, 2021) fő lakja, ezzel a főváros második legnagyobb területű, viszont legnagyobb lélekszámú kerülete.

A mai XI. kerület jó része (az önálló Albertfalva és a Promontorhoz tartozó Kelenvölgy kivételével) az 1873-ban létrejött Budapest I. kerületéhez tartozott (Fehérvári, 2009). A terület fejlődése ekkor még nem indult be. Erre egészen 1896-ig kellett várni, amikor átadták a Ferenc József hidat (a mai Szabadság híd). A Szabadság híd megépülésével a városfejlesztés egyik gócpontja a mai Újbudára került át.

Az akkori városfejlesztők előtt álló legfőbb kihívás az volt, hogy az ekkor még lakatlan Kelenföld és a mai Újbuda legfőbb közlekedési útvonalait kialakítsák. Ezeket az akkor még tervezési fázis alatt álló Petőfi hídhöz, illetve a Kelenföldi pályaudvarhoz szabták (Novothyné, 1998). Tehát kijelölték, illetve részben kiépítették a kerület ma ismert legfőbb főútvonalait, pl. a Bartók Béla utat, a Budafoki utat, Fehérvári utat, és a Bocskai utat. Már a századforduló éveiben megkezdődött a Bartók Béla út – Budafoki út –Karinthy Frigyes út által határolt terület beépítése. A kerület fejlődését tovább gyorsította, hogy 1909-től a Gellért tér mellett működik a Budapesti Műszaki Egyetem (BME). Az első világháború után, az 1920-as években megkezdődött a Móricz Zsigmond körtér, Kosztolányi Dezső tér és a Villányi út beépítése is.

A Budapest székesfőváros közigazgatásáról szóló 1930. évi XVIII. tc. 3. § (5) így fogalmaz: „azt a területet, amely e törvény hatálya alá lépve az I. közigazgatási kerülethez tartozik, három közigazgatási kerületre kell felosztani, éspedig: a) a Vár, Tabán területét, továbbá a Krisztinavárosnak a Duna-Száva-Adria vasút vonaláig és a Krisztina-körút középvezetől a Vár felé eső belső részét; b) a Kelenföld, Lágymányos területét; c) a Krisztinavárosnak a Duna-Száva-Adria vasút vonalán túl eső és a Krisztina-körút középvezetől a Hegyvidék felé eső külső részét és a Hegyvidék területét magukban foglaló közigazgatási kerületekre.”

Az e törvény értelmében megalkotott 1934-es BM rendelet értelmében a törvény /b pontjában említett városrészekből létrejön a főváros XI. kerülete Szent-Imre város néven. Azzal, hogy a kerület önállóvá válik, ismételten egy jelentős fejlődés indul meg a térségben, amelynek köszönhetően például felépült Wälder Gyula építész tervei alapján a kerület jelképének számító, Ciszterci Szent Imre templom a mai Villányi úton. A II. világháború során a kerületet Pesttel összekötő két Duna híd, a Szabadság és a Petőfi híd is bombatalálatot szenvedett, újjáépítésükre viszont rendkívül gyorsan sor került, így a Szabadság hidat már 1946-ban, a Petőfi hidat pedig hat évvel később, 1952-ben vehették újra birtokukba a főváros lakói. Az 1950-es évek a fővárosban jelentős lakáshiány volt tapasztalható, ennek enyhítésére lakótelep építések kezdődtek főváros szerte. A fejlesztések középpontjába a XI. kerület került, amely időközben az 1950-es közigazgatási rendezés során kibővült, hiszen Albertfalva is a kerület részévé vált. A kerület azért vált a fejlesztések egyik kedvelt színhelyévé, mert közel helyezkedett el a belvároshoz, illetve jelentős üres területek voltak a területén. Így épült meg 1955-1964 között egy 3542 lakásos igazi szocialista mintalakótelep, a Lágymányosi lakótelep, ahová 12 000 ember költözhetett (Fehérvári, 2009).

Véleményünk szerint a fenntartható turizmusfejlesztés megfelelő terepévé válhat Újbuda a fejlesztésben érdekelt különböző aktorok (önkormányzati döntéshozók, civilek, szolgáltatók stb.) integrált és aktív együttműködésével. A terület versenyelőnyt biztosító erőforrásaként azonosíthatjuk Porter (1995) alapján annak stratégiai elhelyezkedését (közelségét a legfőbb fővárosi turisztikai desztinációkhoz), az emberi erőforrásokat (kis területen koncentrálódó munkaerő, a diákok nagy száma és elhelyezkedése), illetve a hasonló profilú szolgáltatások és magánszektor jelenlétét. Porter alapján a helyi gazdaságfejlesztésben (ez esetben a turizmus szektorra fókuszálva) a gazdaság irányítása a magánszektor, még a közösség fejlesztése a civil szféra feladata. Az önkormányzatnak ebben az esetben alapvetően háttérszerep jut, melynek középpontjában a megfelelő gazdasági környezet megteremtése áll (Porter, 1995).

### ***A Bartók-negyed fejlődése és átalakulása***

A 2000-es évek a Bartók negyed főútjának, egyben Újbuda szívének a régen várt teljes megújulását és átalakítását hozta el. 2002-ben a Fővárosi Önkormányzat az M4-es metró beruházásra és a Bartók Béla út rossz állapotára tekintettel, az elavult, balesetveszélyes macskaköves útburkolat, a rossz állapotú villamospálya, és a keskeny villamosmegálló peronok teljes felújítása és átalakítása mellett döntött. A teljes belső Bartók Béla út mellett a Fehérvári út Móricz Zsigmond körtér – Bocskai út közötti szakasza is minőségi megújuláson ment át ebben az időszakban. A Bartók Béla út átalakítása, habár tudatosan nem a gasztroturizmus és a vendéglátóhelyek kívánalmai szerint épült át, mégis ez a beruházás adta meg a vendéglátóhelyek fejlődésének az alapját. Végig a Bartók Béla út mentén széles kellemes térkővel burkolt járdaszakaszok jöttek létre, a historizáló, eklektikus építészeti stílushoz igazodó utcabútorok és kandeláberkerületek kerültek kialakításra, ügyelve arra is, hogy a felújítás során a meglévő zöldterületek, fák ne sérüljenek. A sokak számára zord és félelmetes Bartók Béla útból egy szerethető és sétálható kellemes belvárosi főutca jött létre.

Az M4-es metróvonal 2014-es átadása egy teljesen új helyzetet teremtett a kerület és azon belül a Bartók-negyed életében, hiszen a térségen áthaladó jó része már nem a földfelszínen közlekedett, hanem az új földalatti vonalon, amely naponta közel 200.000 utast szállít<sup>5</sup>. Minderre az új körülményre az önkormányzatnak is reagálnia kellett. Ezért a 2000-es évek közepén a kerületi politikában konszenzusos véleménnyel határoztak arról, hogy a Bartók Béla út egy új kulturális funkciót fog kapni. A városvezetés szerint erre azért volt szükség, mert a korábbi tapasztalatok szerint, ahol metróvonal épül, ott a felszíni funkciók kihasználtsága csökken. Így az Üllői út, a Rákóczi út, a Bajcsy-Zsilinszky út példáját, ahol a boltok, vendéglátó ipari egységek többsége bezárt (kivéve a környező egyetemeken tanuló diákokat kiszolgáló alacsony presztízsű kocsmákat (Városvezetői interjú, 2019). Az Önkormányzat legelső elképzelései szerint, minőségi divatmárkák üzleteiből álló bevásárlóutcát kívántak létrehozni a Bartók Béla úton.

A kerület ezen elképzeléseit viszont nagyban átalakította az, hogy 2005-ben az ING Ingatlanfejlesztő Zrt. ingatlanfejlesztési célból megvásárolta a legendás Skála Buda áruházat. Az ingatlan kiemelkedő értékekkel és adottságokkal rendelkezett. A befektető számára kifejezetten kedvező volt, hogy a Skála Áruház mellett hatalmas földfelszíni parkoló állt rendelkezésre, így az épület lebontásával egy hatalmas beépíthető terület állt rendelkezésre Buda leggyorsabban fejlődő kerületében, ráadásul közvetlenül az épülő metróvonal mellett, amely egy ingatlanfejlesztő számára kiemelkedően fontos tényező. Az ingatlanfejlesztő és a kerületi önkormányzat együttműködésnek a keretében, az önkormányzat kérésére valósult meg a Bercsényi utca felújítása és aluljáró kialakítása is, viszont hozzá kell tenni, hogy az átalakítás nem sikerült jól, mivel az aluljáró túl kicsi ahhoz, hogy egy busz beférjen oda, ami miatt az eredeti tervekhez képest a BKK 53-as járatának útvonalát is módosítani kellett (Városvezetői interjú II., 2019).

Az Allee bevásárlóközpontot végül 2009. november 11-én (Újbuda napján) nyitott meg. 46.000 négyzetméteres alapterületével, és az ezt kiegészítő, iroda- és apartmanházzal a főváros egyik legnagyobb bevásárlóközpontjává vált és a kerületi, fővárosi, és a dél-budai agglomerációban élő polgárok körében is egy közkedvelt bevásárló és szórakoztató központnak számító létesítmény jött létre.

Az Allee bevásárlóközpont megépülésének a hírére az önkormányzat az eredeti koncepció átdolgozására kényszerült. A megváltozó körülmények hatására úgy értékelték, hogy a kereskedelmi funkciók hosszú távon nem fenntarthatók a Bartók Béla út térségében, hiszen még az újbudai vásárlóerő se képes eltartani egymástól néhány 100 méterre, nemzetközi divatmárkák üzleteit, ráadásul a kereskedelmi funkcióra alkalmatlan is a kerület főutcája, hiszen az egész

---

<sup>5</sup> A COVID lezárások előtti 2019-es utasszám

Bartók-negyedben rendkívül kevés parkolóhely áll rendelkezésre. A kerület vezetésre, feltétlenül el akarta kerülni a Bartók Béla út leértékelődését és azt is, hogy csak az úgynevezett olcsó üzletek jelenjenek meg a kerület főutcáján, ezért az önkormányzat úgy döntött, hogy kulturális profilt ad a Bartók Béla út legközpontibb részének (a Szent Gellért tér – Móricz Zsigmond körtér közötti szakasz). Úgy gondolták, hogy forgalomcsillapítással – amit részben maga a metró okoz, részben pedig egy forgalmi sáv megszüntetése – a kulturális és a magasabb profilú vendéglátóhelyek számára vonzóvá tehető, a Bartók Béla út. Ennek az új funkcióknak, a kialakítását azzal segítette elő az Önkormányzat, hogy a fővárosi viszonylatban relatív magas önkormányzati tulajdonú (30%-os arány) helyiségeinek a bérleti díját jelentősen megemelték minden szereplőnek, kivéve a kulturális és vendéglátóipari funkciójú helyeket, akiknek viszont jelképes összegűre csökkentették a bérleti díjakat. Habár ez a koncepcionális döntés sok helybéli lakosnak nem tetszett, az Önkormányzat mégis kiállt az elképzelései mellett (Önkormányzati döntéshozó interjú I., 2019)

Összességében, több mint 10 év távlatából azt mondhatjuk, a kerületi városvezetés rendkívül jól döntött. Interjúink és saját tapasztalataink alapján is kijelenthetjük, hogy a kulturális főutca projekt egy sikertörténet. Manapság pedig, akár modellszintű városfejlesztési akcióként is tekinthetünk erre a kezdeményezésre, hiszen a napjainkban zajló Margit-negyed fejlesztési projekt egyik dedikált példaberuházása a Bartók-negyed volt, továbbá a Margit-negyed fejlesztését koordináló szakmai csapat egy része is komoly szerepet játszott már a Bartók-negyed kialakításában is. A területen meglévő kulturális szolgáltatások számossága, a kultúra gyakori fogyasztásának lehetősége nagyban hozzájárul a helyi és időszakos lakosság (pl. egyetemisták, egyetemi tanárok és az oktatási adminisztrációban foglalkoztatottak) és a turisták életminőségének növekedéséhez, akik számára fontos a vonzó és élhető város, ahol tanulmányaikat folytatják (vagy csupán látogatóba érkeznek), s amelynek vérkeringésében rutinszerűen, vagy alkalmilag részt vesznek (Kovács et al., 2006). A minőségi kikapcsolódás és fogyasztás lehetősége és ezek bővítése, a helyben elérhető kulturális és gasztronómiai szolgáltatások sűrűsége, megközelíthetősége közös nevezője a fenntartható turizmus emberléptékűségének és a környezetterhelés csökkentésének, illetve a studentifikáció folyamatának. Az egyetemi oktatók és hallgatók, illetve a felsőoktatási intézményekben dolgozók által megjelenő kulturális igények, a városrész fizikai és társadalmi arculatának alakulása, a szellemi pezsgés, továbbá az újabb gazdasági szereplők vonzása és integrálása, illetve megtartása, a helyi szellemi tőke növekedése egyaránt erősítheti a fenntartható turizmus fejlesztését és biztosítását a városrészben (Rechnitzer & Hardi, 2003).

### ***A városrész jelenlegi kihívásai***

A Bartók-negyed környékének a fejlesztése és átalakítása középtávon tekintve a körtéri Gomba épületének műemléki rekonstrukciójával és a metróvonal átadásával befejeződött. Hosszútávon, ha lesz lehetőség rá, az Önkormányzat a Villányi út Feneketlen-tó magasságáig történő sétálóutcává alakítását szeretné megvalósítani, de jelen pillanatban erre az önkormányzatnak nincsen forrása, ráadásul a területrész közösségi közlekedésben (autóbusz-végállomás) betöltött szerepének a csökkentésére vonatkozólag sincsenek jól átgondolt koncepciók (Önkormányzati döntéshozói interjú, 2022). A funkciókat tekintve a negyed jelenleg is egy nagyjából teljes és komplex egységet alkot mára.

Az Önkormányzat képviselőivel folytatott beszélgetéseink alapján elmondhatjuk, hogy a térség számára jelenleg az egyik legnagyobb kihívást a reménytelen parkolási helyzet jelenti (hasonlóan a belváros más részeihez). A parkolást egyetlen úton lehetne javítani a véleményük szerint, mégpedig ha a környéken történő mélygarázs létesítésével. Erre több lehetőség is volt, de végső soron egyik sem tudott megvalósulni. A Műegyetem rakparton tervezett mélygarázs az utolsó pillanatban végül kimaradt a metróprojektből. A Bocskai úton pedig az Allee fejlesztője ajánlotta föl a mélygarázs létesítését, viszont ez a hatalmas lakossági és környezetvédő

szervezetek általi tiltakozás miatt nem valósult meg (Önkormányzati döntéshozói interjú II., 2022).

Jelenleg több fővárosi kerülethez hasonlóan látszatintézkedésként Újbuda is a fizetős parkolási övezet bővítésével, és a parkolási díjak emelésével próbál enyhíteni a kialakult helyzeten. Ezek az elképzelések viszont csak ideig-óráig nyújtanak látszattmegoldást. A fizetős övezet folyamatos kiterjesztésével Újbuda Önkormányzata például a teljes kelenföldi, és örmezei lakótelepen is a fizetős parkolás bevezetését tervezi (a Fővárosi Közgyűlés 2018. áprilisi döntésének értelmében Újbuda engedélyt kapott erre, habár ezzel a lehetőséggel, csak 2022. év végén élt csak részlegesen). A főváros reménytelen parkolási helyzetén csak a kötöttpályás közlekedési eszközök külvárosi végállomásán létesítendő P+R parkolók segíthetnének, viszont ezek kiépülése rendkívül lassú ütemben zajlik. Mindaddig, amíg ez a fejlesztés megvalósul, Újbuda és más önkormányzatok is egyetlen lehetőségként a fizetős parkolási övezetek kiterjesztésével fognak élni.

Habár 2021 szeptemberében a metró kelenföldi végállomásán átadásra került az Etele Pláza bevásárlóközpont is, ennek ellenére az Allee bevásárlóközpont vásárlói száma és a Bartók-negyed vendégeinek a száma érdemi módon nem csökkent.

A Bartók-negyed jelenleg a főváros és egyben Újbuda, elsősorban a helyi vásárlóerőre építő gasztronómiai és bohém városnegyede. A Bartók negyed vendéglátóipari egységeinek a törzsközönsége, habár már nem a negyed környezetében élő és tanuló egyetemisták, hanem jellemzően a fiatal felnőtt generációk, valamint az egyetemeken oktató és kutató fiatal értelmiségiek. Ennek ellenére a fiatalosságát és bohém jellegét a városnegyednek a környezetben működő egyetemek adják és a felsőoktatás nyújtotta pozitív városfejlesztési szinergiák lévén képes a Bartók-negyed mára a főváros egyik legkedveltebb kulturális és találkozó helye lenni.

A magasabb társadalmi rétegeket megcélzó és színes kulturális szolgáltatásokat nyújtó városrész, a komplex jellemzően belföldi törzsközönségnek szóló kínálata által a fővárosi nemzetközi kocsmaturizmus által nem sújtott városrésze (Smith et al., 2018) amelyet a városnegyed vendéglátói és önkormányzati szakemberei is minden áron el kívánnak kerülni. (Önkormányzati városvezetői interjú és szakértői interjú, 2022).

További kihívás még a kerület döntéshozói és a turizmusban, illetve szolgáltatásokban érdekelt aktorok számára az érdekek minél hatékonyabb egyeztetése, a lehetséges érdekkonfliktusok feloldása és a gördülékeny, aktív kommunikáció (Timur – Getz, 2009).

A fenntartható turizmusfejlesztésben résztvevő, továbbá érdekelt idegenforgalmi ágazat, a helyi önkormányzat és a fogadó környezet közötti további konfliktusforrásként jelenhet meg a bevonás mértéke és minősége, melyhez az önkormányzatnak további szakmai erőforrásokat kell bevonnia, illetve további forrásokatallokálnia.

### ***A Bartók-negyed, mint kulturális, gasztronómiai desztináció***

A Bartók-negyed a főváros és egyben Újbuda, elsősorban a helyi vásárlóerőre építő gasztronómiai és bohém városnegyede. Ez a kreatív és fiatalos jellegű városnegyed habár spontán, alulról szerveződő módon alakult ki, a kialakulásban óriási szerepe volt az újbudai önkormányzatnak, hiszen a mai negyed kialakulásának megalapozója a korábbiakban már részletesen bemutatott kulturális főutca koncepció, valamint a kulturális és gasztronómiai szolgáltatóknak adott bérleti díj-kedvezmény, amely mára az innovatív önkormányzati helységgazdálkodás egyik országosan ismert mintapéldája lett (Szakértői interjú, 2022).

A gasztronómiai és kulturális szereplőket összefogó Jáki Mónika vezetésével működő Bartók Boulevard Egyesület a Bartók-negyed egyfajta turisztikai desztináció management feladatokat ellátó szervezete, hiszen az egyesület munkájában a Bieger (1998) és Pesenza (2005) által megfogalmazott klasszikus desztinációmenedzsment feladatok is megtalálhatók - ld. vézérkép alkotói és fejlesztői funkció, kínálati funkció és kommunikációs funkció.

A Bartók Boulevard Egyesület koordináló és összefogó tevékenységével egy olyan szervezet jött létre, amely a Bartók-negyedet Bartók Béla Boulevard (BBB) néven egy turisztikai



branddé alakította át. Ez a turisztikai brand erőteljes érdekérvényesítő képességgel rendelkezik és egy olyan rendezvénysorozatot szervez (Eleven Tavasz, Eleven Ősz), amely a minőségi kulturális, művészeti és gasztronómiai kínálat iránt érdeklődő vendégek körében szélesebb körű országos ismertséget vívott ki magának.

Fontos azonban megjegyeznünk, hogy a Bartók Boulevard Egyesületnek Újbuda Önkormányzata nem tagja, így az egyesület vezetése és az Önkormányzat között számos konfliktus keletkezett az elmúlt években (Szakértői interjú 2020, 2022). Habár az egyesület és az Önkormányzat szándékai számos területen különböznek, abban minden szereplő egyetért, hogy a Bartók-negyedből egy minőségi kulturális-turisztikai desztinációt kívánnak létrehozni elsősorban a fővárosiak számára, de a minőségi szórakozást kereső belföldi turisták számára is. Ennek érdekében kerül megrendezésre évről-évre színesebb programkínálattal az Eleven Ősz és Eleven Tavasz rendezvénysorozat, amely mára egy kisebb helyi kulturális és gasztronómiai fesztivállá nőtte ki magát, továbbá ennek keretében működik az önkormányzati tulajdonú B32 Galéria is, amely kihasználva a helyszín adta adottságokat, nem csak hagyományos kiállítóhelyként funkcionál, hanem alternatív művészeti térként, fórumként működik, ahol számos ország-szerte még kevésbé ismert, vagy alternatív művészek ad teret és lehetőséget a publikum előtti kibontakozásra. Nyaranta a Gárdonyi téren működő galéria kihasználja a 2002-es felújítás során példa értékűen kialakított tér adta lehetőségeket és egyre több kültéri attrakciót is kínál a fővárosi és az egyre több vidékről érkező vendége számára is (Szakértői interjú, 2022).

Szintén közös pont a szereplők között, hogy a magasabb végzettséggel rendelkező társadalmi rétegeket megcélzó és komplex kulturális szolgáltatásokat nyújtó városrész jellemzően belföldi törzsközönségnek szóló kínálata által a fővárosi nemzetközi kocsmaturizmus által nem sújtott városrész, mindezen tulajdonságát pedig a negyed vendéglátói és önkormányzati szakemberei is minden áron meg kívánják őrizni (Önkormányzati városvezetői interjú és szakértői interjú, 2022).

### ***Fiatalok a Bartók negyedben***

A Bartók Boulevard Egyesület tagjainak és a negyedben működő vendéglátó egységeknek a törzsközönsége napjainkban már nem csupán a negyed környezetében élő és tanuló egyetemisták, hanem jellemzően a fiatal felnőtt generációk, valamint az egyetemeken oktató és kutató fiatal értelmiségiek is. Ennek ellenére a fiatalosságát és bohém jellegét a városnegyednek leginkább a vizsgált területen működő egyetemek adják, így a felsőoktatás nyújtotta pozitív városfejlesztési szinergiák lévén volt képes a Bartók-negyed mára a főváros egyik legkedveltebb kulturális és találkozó helyévé válni. Véleményünk szerint a negyed különös varázsát az adja, hogy egymás mellett és egymást nem zavarva működnek pénztárcabarát, a diákokra „szakosodott” vendéglátóhelyek, illetve a negyedben működő vendéglátóhelyek többségét adó magasabb árszabású és sokszor egyedibb, kisüzemi kínálatú vendéglátóhelyek is. A Bartók-negyed ebben a szempontból hazánkban specifikusnak mondható, mert diverz vendéglátóipari egységeivel hosszú távon képes megőrizni a törzsközönségét, hiszen a kedvezőbb ár-fekvésű helyek hajdani látogatói válnak sok esetben a magasabb minőségű helyek későbbi látogatóivá (Szakértői interjú, 2022; Vendéglátóhely tulajdonosával folytatott interjú, 2022).

Az egyetemek és az ott tanuló hallgatók pozitív hatása más szempontból is tetten érhető, hiszen a felsőoktatási intézmények, illetve a kulturális és gasztronómiai helyek együttese a Bartók-negyedet nem csak egy gasztronómiai és alternatív kulturális turisztikai célponttá tette, hanem a kreatív osztály egyik közkedvelt találkozó és lakhelyévé. A kreatív osztály által közkedvelt terekről Salamin és szerzőtársai 2021-es tanulmányukban úgy fogalmazzák, hogy *az egyetemek, kutatóintézetek, a versenyszféra szereplői, továbbá a kulturális szórakoztató egységek, az éttermek, kávézók, pub-ok közelsége által létrejövő véletlen összefonódások inspirálják e réteg kreativitását, amely nyomán új tudás, új ötletek keletkeznek* (Salamin et al., 2021). Az

egyetemek közelsége, a kreatív tér, a sokszínű kulturális és vendéglátóhelyek pedig Lágymányos studentifikációját, dzsentifikációját is magával hozták, hiszen a városrész lakónépessége folyamatosan fiatalodik és folyamatosan átalakul.

#### 4. Összegzés

A Bartók-negyed komplex átalakulása mintapéldája lehet a hazai városfejlesztési politikának, mely elősegíti a fenntartható turizmus kialakítását és fejlesztését az adott területen, továbbá olyan példája, ahol a különböző érdekkörök és szereplők (önkormányzati, helyi lakosság, kulturális szféra, vendéglátóipar) évek óta tartó párbeszédének és kompromisszumos politikájának által a kulturális és szórakoztató városrészeinek egy hosszútávon is fenntartható modellértékű projektjévé vált. A Bartók-negyed számára legfőbb kérdés az, hogy mennyire lesz képes a negyed a nemzetközi turizmus által nyújtott kihívásoknak ellenállni.

Véleményünk szerint a tudatos és széleskörű civil és lakossági bevonáson alapuló menedzsmentnek köszönhetően a városrész tovább fog tudja erősíteni a belföldi elsősorban lokális gasztro-és kulturális turizmusban elfoglalt szerepét, valamint a belvárosi városrészekben jelentkező nemzetközi kocsmaturizmus által nyújtott kihívásoknak is sikeresen ellen fog tudni állni. A városnegyednek továbbá rendkívül fontos építőkövei a fiatalok, az egyetemeken tanuló, kutató és dolgozó közösség, az egyetemi polgárok különleges hálójája, akik az átlagosnál jelentősebb fogyasztási potenciállal és eltérő fogyasztási szokásokkal rendelkeznek, s akikre egyszerre tud építeni a városnegyed heterogén vendéglátóipari köre. A területen tanuló diákok a kifejezetten kedvező közösségi közlekedési adottságoknak - ld. M4-es metró - és a városnegyed számukra vonzó fiatalos atmoszférájának, továbbá szolgáltatási mixének köszönhetően sok esetben a városnegyed új lakói, a vendéglátóhelyek újabb törzsközönségei lesznek.

A Bartók-negyed nyitott a fenntartható, kis léptékű belföldi, kulturális és gasztroturizmus iránt érdeklődők előtt színes és változatos rendezvényei által, akiknek potenciális vendégköre lehet például a fővárostól távolabbra költöző, egykor a negyedben tanuló és szórakozó értelmiségiek csoportja is.

#### Irodalomjegyzék

- A Bizottság Közleménye az Európai Parlamentnek, a Tanácsnak, az Európai gazdasági és Szociális bizottságnak és a Régiók Bizottságának - Európa, a világ első számú turisztikai célpontja – az európai turizmus új politikai kerete (2010)
- Bieger, T. (1998). Reengering destination marketing organizations – the case of Switzerland. *Tourism Review*, 53(3), 4–17. <https://doi.org/10.1108/eb058277>
- Communication from the Commission to the European Parliament (2013). <https://eur-lex.europa.eu/legalcontent/HU/TXT/?qid=1492614450554&uri=CELEX:52003DC0716>
- Czirfusz M. (2013). Bevezetés: A kreatív város. In Jelinek Cs., Bodnár J., Czirfusz M. & Gyimesi Z. (szerk.), *Kritikai városkutató* (pp. 263–272). L'Harmattan Kiadó, Budapest.
- Fehérvári L. (2009). *A XI. kerület krónikája: múltja, jelene, jövője*. Egyetemi szakdolgozat, ELTE TTK Földrajz kiegészítő szak, Budapest.
- Kovács, B., Horkay, N. & Michalkó, G. (2006). A turizmussal összefüggő életminőségindex kidolgozásának alapjai. *Turizmus Bulletin*, 10(2), 19–26.
- Marcuse, P. (2015). Gentrification, Social Justice and Personal Ethics. *International Journal of Urban and Region Research*, 39(6), 1263–1269. <https://doi.org/10.1111/1468-2427.12319>
- Második Nemzeti Éghajlatváltozási Stratégia (2018). Hazai Dekarbonizációs Útiterv Nemzeti Alkalmazkodási Stratégia „Partnerség az éghajlatért” Szemléletformálási Terv.

- Novotnyé Pletscher H. (1998): *Budapest városfejlődése az egyesüléstől a napjainkig*. KSH, Budapest.
- Porter, M. E. (1995). The Competitive Advantage of the Inner City. *Harvard Business Review*, May–June 1995. <https://hbr.org/1995/05/the-competitive-advantage-of-the-inner-city>
- Prezenza, A., Sheehan, L. & Ritchie, J.R.B. (2005). Towards a Model of the Roles and Activities of Destination Management Organizations. *Journal of Hospitality, Tourism & Leisure Science*, 2005(3), 17 p.
- Rechnitzer, J. & Hardi T. (2003). *A Szent István Egyetem hatása a régió fejlődésére*. SZIE Gazdaság-és Társadalomtudományi Intézet, Győr.
- Salamin G., Varga V. & Teveli-Horváth D. (2021). Versenyben a tehetségekért. In Salamin G. & Tóth B.: *Városok - tervezés - ingatlanpiac: Az urbanisztika aktuális kérdései*. Magyar Urbanisztikai Társaság, Budapest.
- Smith, M.K., Egedi, T., Csizmady, A., Jancsik, A. & Michalkó, G. (2018). Non-planning and tourism consumption in Budapest's inner city. *Tourism Geographies: An International Journal Of Tourism Space Place And Environment*, 20(3), 524–548. <https://doi.org/10.1080/14616688.2017.1387809>
- Smith, N. (1982). Dzsentrifikáció és egyenlőtlen fejlődés. In Jelinek Cs., Bodnár J., Czirfusz M. & Gyimesi Z. (szerk.), *Kritikai városkutatás* (pp. 89–114). L'Harmattan Kiadó, Budapest.
- Timur, S. & Getz, D. (2009). Sustainable tourism development: how do destination stakeholders perceive sustainable urban tourism? *Sustainable Development*, 17(4), 220–232. <https://doi.org/10.1002/sd.384>

## **Book Consumption Literature – Literature Review on the Subject of the Behavior of Book Consumers**

**Miklós LÉGRÁDI<sup>1</sup>**

PhD Student

*BBS Doctoral School of Entrepreneurship and Business - Hungary*

**Dr. habil. Zoltán SZABÓ PhD, MBA<sup>2</sup>**

Director of International Affairs

*University of Sopron - Hungary*

### **Abstract**

The sales numbers of printed books are on the decline for many years in Hungary. Similar trends can be observed globally. Exploring the background behind the changing book consumption behavior might provide leverage for turning these trends back to a sustainable book market. This literature review is the first publication of a research on book-consumption which aims to outline the current status of academic discussion about consumer habits, motivation and purchase decisions of book consumers. The review defines the position of book consumption research in book and reading related literature. The theoretical framework lists the main consumption concepts applicable for buying and reading books and shows the relative gap in Hungarian research on this field. The segment for the focus on the empirical research is detailed by the Consumption, Purchase, Product and Publishing Industry-related publications from the previous years. The Methodology part explores the methods used by the reviewed articles. Final conclusions will give ideas for the future research and aims to outline the so far unrevealed territories of book consumption research.

*Keywords:* consumption, consumer behavior, purchase decisions

*JEL Codes:* M30, M31

### **1. Introduction and the aims of this paper**

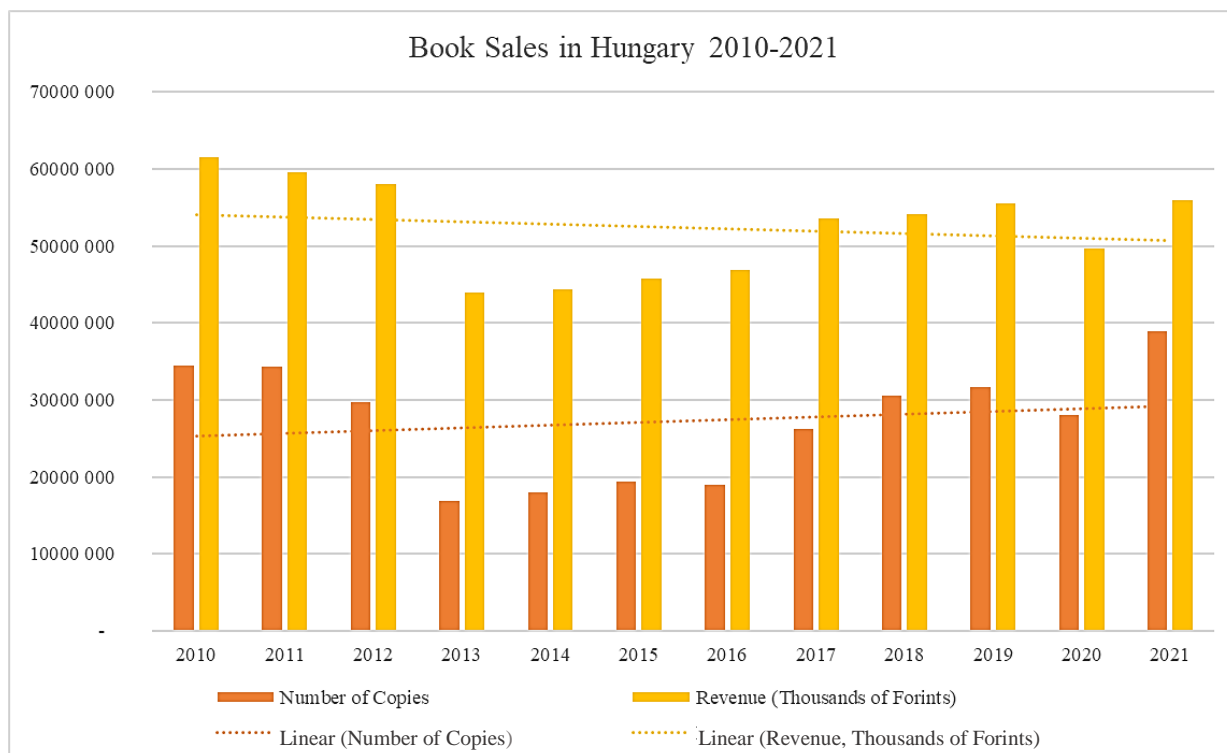
Consumption behavior of book buyers and readers is the topic of a doctoral research. The finding upon the consumer behavior of bookreaders, and maybe later the potential marketing tools that should be developed from that supposed to boost prevalency of book reading.

In Hungary there is an ongoing trend for dropping sales numbers in book industry. Over a decade the book market is shrinking. Based on the data of Association of Hungarian Publishing Houses and Book Retailers there is a slight increase in the number of sold copies between 2010 and 2021 (13%), however the gross revenue without inflation corrections has dropped by 10%. This market is in the decline.

---

<sup>1</sup> legradi.miklos@uni-bge.hu

<sup>2</sup> szabo.zoltan@uni-sopron.hu



**Figure 1: Book Sales in Hungary between 2010 and 2021**

Source: The author's own edition based on data of the Association of Hungarian Publishing Houses and Book Retailers (2022)

There is no specific book purchasing and book reading behavior study or actual research on the subject as a whole so far, only researches connected to these topics. Certain scientific fields can frame the outlines of the doctoral research subject.

There is research ongoing regarding certain partial aspects of book purchase decisions. The topic of e-book reading and print-reading is a mainstream matter in cultural studies. Cultural consumption is an ongoing scientific subject, but can not be fully applied to reading and book buying, because of the specific nature of books as cultural goods.

The main aim of this review is to validate if there is a current book consumption research direction in the academic literature. Furthermore, a secondary aim is to have an outline of the actual researches that can have a scientific connection to the subject of book consumption.

Some of the starting ideas of the research topics:

**C1: Consumption related research** – into this area the doctoral research would select all the details that would be connected to the consumption behavior and experiences gathered during the act of consumption. The consumers' expectations about the books regarding physical attributes, content would be included to this area as well. Consumption typology as utilitarian or hedonistic, self-expressing and self-reassuring (Pavluska, 2014) belongs to this section too.

**C2: Product- and service-like nature of books** – The sub-topics collected into this section would cover the idea that books could be considered as products and services as well. The literature aimed to be collected under this section is about studying the product and service attributes of books. Differences between the generic product of a book-product and the physical evidence of a book-service. Multisensory effects of the physical books should be touched in this section.

**C3: Purchase Orientation Modelling** – The academic literature of the purchase process and the general procedure for buying a book should be sectioned here. Book purchasers decision-literature should be listed up for here including in-store decisions and purchaser indentifying perceived purchase risks.

**C4: Detailed analysis of Hungarian book industry** – Into the literature of this section all literature should be incorporated which covers any publications on trends of the Hungarian book industry and market. Literature of other nations on the similar topic could serve as a starting point for later research.

These topics should gather all the necessary literature to obtain a precise look at the current book consumption research and its related scientific topics to form a firm base for the doctoral research.

## 2. Literature background

The work on the subject of the behavior of book consumers started a few years ago, and resulted in a moderate-size bibliography. Two previous publications contain the literature found so far on book consuming (Légrádi et al., 2019; Légrádi, 2020). Their bibliography stands as a pre-starting set of articles for this research (Table 1.a and 1.b).

**Table 1.a: The main items of the previous literature reviews on Book Consumption**

Product / Service	Consumption	Purchase	Industry
Pavluska V. (2014): Kultúramarketing			Daubner K.–Horváth S.–Petró K. (edit.) (2002) Kultúra-gazdaságtani tanulmányok
Veres Z. (2009): A szolgáltatásmarketing alapkönyve	Törőcsik M., Jakopánecz E. (2011): A fogyasztói félelem – kockázatkezeléstől az ellenállásig		Barabási A-L. (2017) A hálózatok tudománya. Libri Kiadó, Budapest
Vágási M. (2001): Újtermék-marketing	Törőcsik M. (2017): Fogyasztói magatartás – Insight, trendek, vásárlók		Gáspár T. (2015) Strategia Sapiens – strategic foresight in a new perspective, FORESIGHT: THE JOURNAL OF FUTURE STUDIES STRATEGIC
Kotler, Ph., Keller, K.L. (2012) Marketingmenedzsment 2012			

Source: The author's own edition

This literature review aimed to find new and up-to-date papers and studies for the chosen group of topics. Deep discussion of the basic ideas and theories for introducing will be part of further publications as a summary of all the literature research has been done on this subject within the frames of the doctoral research.

As marking the starter milestones in this study Pavluska (2014), and Hofmeister-Tóth (2014) should be mentioned here as main theoretical sources for the whole doctoral research so far, in addition to them Fogyasztói magatartás by Törőcsik (2017), Kultúra-gazdaságtani tanulmányok (2002) edited by Daubner et al., Az irodalmi mű befogadása by Kamarás (2007) and Termékélmény by Becker and Izsó (2011). Russel W. Belk's publications (1988, 2013) and his conception of extended self, which seem a useful group of ideas to approach the consumption of digital or virtual goods as novels.

**Table 1.b: The main items of the previous literature reviews on Book Consumption**

Product / Service	Consumption	Purchase	Industry
Becker Gy. - Izsó L. szerk. (2011): Termékélmény	Hofmeister-Tóth Á. (2014): A fogyasztói magatartás alapjai		Széles Zs; Széles Z; Szabó, Z (2016) Innovation management standards and methodology from Europe In: Katherine, S Virgo (edit.) 82nd International Atlantic Economic Conference Washington DC, USA
	Kamarás I. (2007) Az irodalmi mű befogadása		
Ketron, S. and Naletelich, K. (2016) "How e-readers have changed personal connections with books			
	Belk, R. W. (1988), "Possessions and the Extended Self		Gáspár T. (2017) Az európai fejlettség erőtér szerkezete, PROSPERITAS 4: (1) pp. 63-102.
	Belk, R. W. (2013), "Extended Self in a Digital World		Bakacsi Gy. (2018) A hálózatoké a jövő, In: Aczél, Petra; Csák, János; Szántó, Zoltán Oszkár (edit.) Társadalmi Jövőképesség – Egy új tudományterület bemutatkozása
Christianson, M., Aucoin M. (2005) Electronic or print books: Which are used?			
Anton C., Camerero E., Rodriguez J. (2013). Usefulness, enjoyment and self-image congruence: The adoption of e-book readers			
Sehn, T. and Frago, S. (2015), "The synergy between eBooks and printed books in Brazil			
Zhang Y., Kudva S., (2014) E-books Versus Print Books: Readers' Choices and Preferences Across Contexts			

Source: The author's own edition

### 3. Methodology and Results

For researching the subjects of this reviews the online databases and search routines were used of the following: Scopus, Ebsco, Emerald, Jstor, Google Scholar and ResearchGate.

The publishing date limitation for this research has been set for articles published after the 1st of January, 2017. This limitation is supported by many factors. E-book consumption consists a large percentage of current book-related research, however, the results and views on this subject gets obsolete quickly. Mainly because of the innovative nature of the e-book technology. New studies could be built upon the findings of earlier e-book articles, but the new technological details would simply overwrite the former ones. Articles discussion electronic consumption surely can be found as references in the papers published after 2017.

The other main reason for this limitation is a trivial one: having limited time to read and analyze articles. Studies from the past five years makes a pool suitable enough to choose the background for studying the directions of current literature. Anything that could be useful for the selected topics and cannot be found in the academic literature published since 2017 either

in the form of a reference or as an actual paper could be an asset for the doctoral research, but might not worth looking for it at this point.

Finding the right keywords was not easy. The first approach at the literature research keyword was 'book consumption' which yielded 5,033 search result. A sufficient amount of matches, but soon it became obvious, that a certain frame of science field should be se within which it is worth to look for papers. So the field limitation covered the following topics:

- Social Sciences,
- Arts and Humanities,
- Business, Management and Accounting,
- Economics, Econometrics and Finance,
- Psychology,
- Decision Sciences,
- Neurosciences,
- Multidisciplinary.

The initial keywords that have been used for search (book consumption, book buyer, book product) resulted in more than 100,000 articles over the databases. After checking the first batch, there came the realization that another strategy is needed to more efficiently spot the potential academic papers for this research. The results so far were heavily mixed with studies from quite far academic fields, even after the scientific area specification-filter.

The usage of 'book' searchword was really misleading, because it is used in many different contexts, so it is only applicable as a third or fourth search expression to filter through an otherwise useful batch of articles. The 'consumption' keyword was neutral in the aspect of usefulness. At least it was not misleading, but searching for the word 'behavior' dropped countless articles in other fields and topics.

'Publishing' and 'Industry' brought many useful results and climed to the top of the list of searchwords. So the favorite buzzword of book related academic literature is 'publishing', the other one is 'industry'.

Another puzzling problem that came across in this research was that there is no clear, scientifically dedicated, nor specifically separated book consumer behavior field so far, therefore the academic terminology of these studies are not standardized. All the researchers exploring this interdisciplinary field use different keywords for the same topic.

An example: a few genre-related publications covering very close fields did use totally different keywords for their papers:

- Book marketing = Book Trade = Publishing,
- Bestsellers = Books,
- Digital book consumption = Reading = Reader behavior,
- Sociology of literature = Literature = Literacy = Culture,
- Literary genres = Genres.

These related expressions have been used in different publications as synonyms to each other, so a future terminology paper should clarify this situation which made this research for literature a bit hard.



**Table 3: The evolution process of searchwords**

Barely Useful Keywords	Evolving Keywords	Usable Keyword Combinations					
Book Consumption	Publishing Network	Book Buying	+	Purchase	+	Decision	
Reading Experience	Publishing Industry	Book	+	Purchase	+	Decision	
Book Buyer	Book Purchase Decision	Book	+	Buying	+	Purchase	+
Book Product	Book Buying	Publishing	+	Industry	+	Book	
Reader Expectation		Reading	+	Experience			
Generic Book Product							
Book Industry Network							
Book Consumption Behavior							

Source: The author's own edition

The new search-strategy was using different keywords to those that were originally intended to use. Followed by changing and mixing-up searchwords. As a rule of thumb: if a search result would not yield any useful articles from the first 200 entries, that keyword variation was left and the search moved on to the next version. The results of this strategy as the evolution of search expressions are shown on Table 3.

Another useful strategy was following the related, referenced and suggested articles of those papers which have been found intriguing.

The search for articles narrowed the potentially reviewed papers as it can be seen on Table 4 0,07% of the original pool got into this review.

**Table 4: The actual results after applying levels of filtering**

	Number of results	Percentage of the previous criteria level	Percentage of the original number of results
<i>Original search results for keywords</i>	107,681		
<i>Limited by publication date and academic field</i>	19,573	18%	18.18%
<i>Articles that have been read at least by the title or abstract</i>	6,173	32%	5.73%
<i>Articles chosen to deeper analyses</i>	203	3%	0.19%
<i>Articles chosen into the bibliography</i>	72	35%	0.07%

Source: The author's own edition

The classification in Table 5 partially follows the sub-topic system used in this doctoral research detailed in the Chapter: Introduction. 'Philoso' covers those articles which are considered useful or interesting, but scientifically too mystique or vaguely focused to label them under other sub-sections. They are great sources of ideas and other literature, might even compose bridges between the different territories of science. Like one of the most thought generating authors, Russel W. Belk. His works are on the edge of communication, philosophy, consumer behavior and psychology, though mostly theoretical publications, without strong empirical evidences.

The level of the articles can be judged by the SciMago rankings of their publishing journals. Mostly Q1 (57%) and Q2 (14%) journals.

**Table 5: The exact number of reviewed articles assorted by sub-topic**

Sub-Topic	N	P
<i>Consumption</i>	30	41.67%
<i>Industry</i>	14	19.44%
<i>Philoso</i>	11	15.28%
<i>Product</i>	3	4.17%
<i>Purchase</i>	7	9.72%
<i>Textbook</i>	7	9.72%
<i>SUM</i>	72	100.0%

Source: The author's own edition

#### 4. Results

The selected articles showed 1:2 ratios in between Theoretical (27.78%) and Empirical (72.22%) studies. The pre-selective notion was choosing useful articles to find the ongoing research direction on the book consumption field.

This literature research earned new textbooks to build from, aside to the basic literature that was briefly discussed earlier. Like *Consumer Behaviour and the Arts* (Colbert & d'Astous, 2021) which follows the process and theoretical background of consumption focused on art and cultural products. *Contemporary Consumer Culture Theory* (Sherry & Fischer, 2019) provides a less utilitarian approach to the concept of consumption. Just as does *The evolutionary bases of consumption* (Saad, 2007) from an evolutionary angle. *The Theories of Consumption* by Storey (2017) offers a post-disciplinary perspective to consumption with a dedicated chapter to the consumption of cultural goods.

**Consumption:** Sergeevna's *Self-Actualization In The Process Of Consumption of a Cultural Product* (2020) is a study on the subject of consumption which reaches towards philosophy, and it can be a useful source for ideas, but at this point the research should be using not more philosophical papers than sociological publications. Belk's publications can be considered as partly philosophical because of the lack of empirical evidence in them, however they serve as are great inspirational points for the research. The 'You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online' (Belk, 2014) is a publication that falls completely into that category. Belk is a great theoretician of possession and virtual consumption.

On the theoretical approach of the experience-side of consumption 'Textual Experience: A Relational Reading of Culture' (Durham, 2021) might give a close insight to reading experience as an autoethnographical experiment. Philosophical as well as many others, but at this point the doctoral research is mostly in need of ideas to start from. Kovac is a theoretician of reading, his selected publications 'Reading in a post-textual era' (Kovač & van der Weel, 2018), 'What is a Book?' (Kovač et al., 2019) have got into the bibliography to gain ideas from.

For the subject of consumption only three completely theoretical articles have been gathered. Szabó Krisztina's "Not Exactly Reading" (2019), which is a great theoretical summarization of concepts and ideas on reading, seems quite useful as a sources of literature. The other is 'Affect Theory in Reading Research' by Boldt and Leander (2020) – a theoretical summarization and application of Affect Theory, a phenomenologic approach on reading. *The Escalated Reading* by Fogarasi (2019) is about the practice of close reading analysed through a life portrait, a short story and a movie.

Another philosophical aspect is the concept of reading which has to be introduced in the research. Two fine sources of ideas in this area came into the searchlight of this study: ‘Modes of reading’ by Andersen, Kjerkegaard, and Pedersen (2021), which is a literature review done on reading. The other is ‘Literary Theory and Social Reading Models’ by Mailloux (1982) which seems a bit outdated, but the two end of the same group of concepts far from marketing and business studies may give a good introduction into literary reading theories.

**Product / Service:** Tsvetkova’s ‘Genesis and Foredoom of Digital Books’ (Tsvetkova, 2016) analyzes previously forecasted possibilities for the e-book industry and finds many arguments against digital formats which are eroding the main qualities of printed literature, however these findings are not supported by any empirical evidence. This article was written in Bulgarian, so the translated version was used. Spence’s analysis on the literature of the consumer preferred physicalities of printed books compared to digital book qualities is a great source of notions for the future work on book product concept. Spence (2020) ‘The Multisensory Experience of Handling and Reading Books’ discusses the multisensory aspect of books.

Finally, in ‘A proposed reading event analysis model (REAM) for determining likely reading format preferences’ Salaz and Mizrachi (2021) are introducing a model which could be used to scientifically measure the factors of reading format preferences.

**Publishing industry:** A textbook to continue the research from is ‘Re-Inventing the Book: Challenges from the Past for the Publishing Industry’ (Banou, 2016) which follows the changes and rearrangements of publishing industry in the past few decades. This book by discussing the aspects of change may give a dynamic insight of this trade instead of stale and obsolete viewpoints.

As for the research methodology the use of the Handbook of Research Methods in Consumer Psychology (Kardes et al., 2019) seems yielding. It shows firm basics for experiments conducted on consumption. This will come useful because the explored literature around book consumption is survey-heavy in this regards, as it will be shown later.

#### ***4.1. The focus of the empirical researches***

So far there was no focus on sorting the selected literature into deeper sub-sections, but without any meaningful analysis it can be argued that the non-theoretical literature is heavy with ‘print vs e-text’ comparisons, analysis and case studies. Of the selected articles for this review 10% is about this dichotomy. So it is an important topic the further research as well, because e-book industry is a striving part of book publishing. The other prolific type of studies in book or reading research is done on the subject of reading preferences.

For further research the meta-analysis and cross-validation of the findings of these articles might be more useful than the actual findings of the studies. Because the majority of this kind of publications is based on low-sample surveys done on university students. The evaluated effectiveness and validity of this kind of studies could be questioned, as they are not representative in any way to the reading public for sure. Therefore, not many of this type of study have been selected for this review.

**C1: Consumption related results:** The experience of reading is a key-subject to the doctoral research, because the different layers of consuming a cultural good could be identified by the experiences of the consumer. This phenomenologic approach should be considered a bit philosophical, but in the cases of the next articles, three of them are systematic reviews of the subject. ‘Consumption experience is a historical review of the concept of consumption’ (Chaney et al., 2018). ‘The experience of reading’ is an analysis of three articles written on the reading phenomenon. (Moore & Schwitzgebel, 2018). ‘Lies of the reader’ (Tsvetkova, 2018) is a systematic review of articles over reading experiences as well, but combined with a series of tests of sociological research methods and a comparative analysis of terminology. Kuzmičová et al. (2018)

in 'Reading and company' are exploring the reading experiences well, but from its environmental and surrounding aspects by focused group interviews. An odd experiment is detailed in 'At the Heart of Optimal Reading Experiences' which reads the heartbeats of reading subjects. (Thissen et al., 2021).

The 'print vs screen' dichotomy has got into this selection of articles. Articles have been chosen after their using some kind of experimental research. 'Affordance theory and e-books' (D'Ambra et al., 2019) focuses on the affordance theory relations of e-book reading in the context of an affordance is being a possibility to achieve action by using an object. Their chosen method is netnography which in this case means analysing two sets of internet comments. 'Experiencing literature on the e-reader' by Schwabe et al. (2021) could be listed as a print v. e-book-type article, however the researchers have made a real experiment on the subject by having a group of people read a text and then they ran a survey on their experience. 'The medium can influence the message' is a reading experimental research done by running a survey after participants have read a text on different media (Haddock et al., 2019). 'Print versus digital texts' by Ross et al. (2017) makes a systematic analysis of studies written on research experiment on the subject of print v. screen reading. In 'Unfolding layers of meanings' Damayanti et al. (2021) are analyzing the differing messages of a children book's texts and pictures. Budnyk et al. (2021) made a study analyzing the results of a questionnaire on the subject also of 'Printed and e-book' asking about the reading experiences of university students. Their article has been selected to check if a common-type study in this topic has any new information about the subject.

Habits of book consumption is a researched topic too. In 'Is Backlist the New Frontlist?' (Berglund & Steiner, 2021) the researchers analyze a set of large-scale data from subscribed book consumers from the aspect of the effects of titles on the purchase. Hupfeld et al. (2013) in 'Leisure-based reading and the place of e-books in everyday life' made a very intriguing study by tracking the reading habits of 16 participants by making a digital ethnographic experiment done by diaries and the snapshots of digital cameras the trackees were given to make memory prompts. Fernández-Blanco et al. (2017) made a survey on the influencing factors of book reading in Spain by meta-analyzing a survey in 'A quantitative analysis of reading habits in Spain'. 'A Statistical Analysis of Patrons' In-Library Information Consumption Behaviors of Print Materials' follows the reading (checking-out) habits of readers depending on the studied preference factors by analyzing browse, book attributes and the checkout datasets. (Luo, 2021). Hupfeld and Rodden (2014) made a series of in-depth interviews to follow the participants everyday book usage in 'Books as a social technology'. In 'Preference for Material Products in Identity-Based Consumption' (Leung et al., 2021) the authors explore the identity of a consumer and the presentation of this identity if the product could motivate consumption. Two of the rest of the selected articles explores the consumer profile of a specific genre's readers: Kraxenberger et al. (2021) in 'Who reads contemporary erotic novels and why?' and Menadue and Jacups (2018) in 'Who Reads Science Fiction and Fantasy, and How Do They Feel About Science?'. The latter find a weak correlation between the liking of science fiction and actual science. Gathering info by participatory observations the 'Book club meetings as micro public spheres' by Tekgöl (2019). It analyzes public book groups in the context of cultural micro spheres. Leitão et al. (2018) ran an online survey on the book buying purchase preferences of the 487 participants in their research: 'Do consumers judge a book by its cover? They have many findings – a cross-analysis between them and other similar studies should bring conclusive results.

**C2: Product related results:** The only empirical article has been found in this search for literature regarding the product nature and physicalities of books is the 'Historical insights for ebook design by Koh and Herring (2016). This study is similar to Spence's paper on multisensory experience, but it has empirical evidence. The authors analyze the dimensions, qualities, spatial ratios of printed books throughout history as a group of guidelines for making digital texts and books more preferable to read.

**C3: Purchase related results:** At this point of the doctoral study it seems hard to make a precise distinction between consumption preferences and purchase preferences. Perhaps preferring a quality of a book and checking an option in a survey is different than making a purchase decision over actual similarities between two book covers. In this review this border between the two categories should suffice, in future research on this topic a more precise definition will come up.

In ‘Book belly band as a visual cue’ the authors come to the conclusion that a colored paper band wrapped around the books can alter the previously non-determined purchase decisions on browsing time of consumers. They conducted a participatory experiment on consumers in two bookshops. A selection of colored books and an eye-tracking device have been used in the research and experiment of Gudinaičius and Šuminas (2017). In ‘Choosing a book by its cover’ the researchers offer a choice of 18 books, and have found evidence for color preference in certain age and gender groups. In ‘Smelling the books’ Doucé et al. (2013) proves that chocolate scent in a bookstore can positively alter the impulse purchases and have a negative effect on pre-determined purchases. Zhang et al. (2017) have done an interesting study on a sample of 413 Chinese ebook-buyers. They are using means-end chain theory and elaboration likelihood as models to build their own theoretic structure on. Their measurement of perceived risks over buying or not buying an e-book is quite intriguing. Maharjan et al. (2020) have performed a meta analysis on previously gathered data on book attributes from the aspect of them being a success or not. The authors tried to build a forecast algorithm to predict the success chances of books based on the identified factors they have considered the most influential. An economic and financial approach on book consumption at large the ‘Fiscal and economic aspects of book consumption in the European Union’ by Borowiecki & Navarrete (2018) which studies the effects of VAT rate changes on book sales in the European Union.

**C4: Book industry related results:** The doctoral research mainly aims to study the Hungarian publishing industry. However this research has not found any articles on this topic. But other nations have studies on their printing and publishing industries. These articles could show a way to search for more relevant Eastern European publishing literature or to construct one of the future publication based on their structures and ideas.

‘The Publishing Industry in Spain’ gives historical analysis from economic, industrial and business perspective of two decades of the Spanish publishing (Magadán-Díaz and Rivas-García, 2020). ‘Trends in U.S. Trade Book Publisher Mergers and Acquisitions’ shows the dynamics and changes of the US Publishing industry between 2014-2019 (Lamb, 2020). ‘E-Book publishing in Spain’ (Cordón-García et al., 2014) examines the changes e-book publishing has inflicted on the traditional publishing industry, and the market rearrangement and future possibilities for Spanish publishing. ‘Book Markets in Europe’ by Maciejewski (2019) explores the digital paradigm-change in EU book and cultural market through the analysis of EU market data, and assess the future effects of Digital Single Market EU-strategy which should facilitate the borderless flow of digital cultural goods in the EU while treating author’s rights fairly.

‘An Ecosystem Model of Small and Medium Sized Enterprises Publisher ‘Tiers’’ by Squires and Markou (2021) is a set of case studies about a sustainable SME publisher and publishing ecosystem which aims to prove the viability of the ‘Tiers’ SME publishing model developed in Scotland, UK. The ideas and practices listed in this article might give a closer look on the Hungarian SME Publishing firms before starting a deeper research on them. ‘Publisher’s distribution channel selection of print books in a book supply chain with print and e-books’ by Zeng and Hou (2021) is a heavily structured model building article supported by hard mathematics using the Stackelberg game model. It seems a bit overcomplicated and complex to describe a decision-making process of channel selection which otherwise seems understandable on its own, however the decision-theoretics in publishing literature is a new find, that’s why it has been selected this article for further analysis.

‘Innovation in Publishing’ by Sandler (2017) is a case study collection over the notion of innovation in publishing. It is a bit outdated since it originates from the bottom of the date-

interval of this literature research. However, it gives a good compendium of ideas that the publishing industry considered innovative five years ago. Maybe it could be compared to the innovation-state of the Hungarian publishing industry in a future article. ‘Have We Passed Peak Book?’ by Phillips (2017) seems a worthy article upon the subject of book sales trends over the past two decades in the UK. Given that dropping book sales is a global trend, this article can be a template for further research on this topic and a part of a future publication as a referred source. ‘Cost of Print and Digital Books’ is a cost comparison of print and digital versions of academic books by Rao et al. (2016). Cost and price differences between e-books and print books is a common topic among the research streams, so this article is the first source for it. ‘What Do Book Awards Signal?’ by Dekker & de Jong (2018) is an interesting analysis of book awards, the sales figures of the awarded books and the later occurrences of the awarded titles in anthologies and other publications. The research suggests that the award-class of books has no strong correlation with the financial success of a publication, but the correlation differs from country to country. Being awarded could be an important topic in Hungarian publishing networks, this article can be a good lead to understand the situation. ‘Independent publishers and social networks in the 21st century: the balance of power in the transatlantic Spanish-language book market’ is a netnographic research by Gallego-Cuiñas et al. (2020) by analyzing Twitter communication of independent publishers’. The researchers could identify a gatekeeper on Spanish and Latin American literature: a publishing house. The article’s worthiness lies in the subject and the social network analysis which is very rare in publishing literature.

#### 4.2. Empirical research methodologies

**Empirical methods used on secondary sources:** About third of the selected article contains analysis of secondary sourced data in the publication. A historical data analysis on sales figures, or crunching EU sales or VAT numbers, or a market analysis should yield many important insights on the subject of this doctoral research regarding publishing industry, book market and even on purchase behavior too. Systematic review analysis could be considered a worthy type of publication in this fragmented and terminologically separated field.

**Table 6: The frequency of different research methods within the selected articles**

Main Research Method	Articles	P
<i>Database / Analyses</i>	13	18.06%
<i>Theoretical Summarization</i>	10	13.89%
<i>Survey / Analysis</i>	9	12.50%
<i>Experiment / Analysis</i>	7	9.72%
<i>Literature / Systematic Review</i>	5	6.94%
<i>Article Analysis</i>	3	4.17%
<i>Case Studies</i>	3	4.17%
<i>Ethnography / Netnography</i>	3	4.17%
<i>Focused Group Interviews</i>	2	2.78%
<i>Text Analysis</i>	1	1.39%

Source: The author’s own edition

For the articles listed in the theoretical section there is a method of theoretical analysis which follows the main theories and ideas of a topic without any presentations or references to actual consumption or realistic behavior. This kind of analytical paper can give interesting ideas to start off new waves of exploration towards fresh directions.

Text analysis seems a quite adequate tool while researching book consumption and reading, however only one article got into the selection using that tool. A comparison of terminology

is a necessary method in this field, given that any strict or stable formed terminology was barely found. Physical and spatial comparison of printed books is an interesting method too. (Koh & Herring, 2016).

**Empirical methods used on primary sources:** The most prevalent method is the online survey and the analyzed data drawn from it. This is the less cost demanding research method, and by far it is the most easily done. However, in consumer behavior the most useful data comes from actual experiences. Personal interviews could provide so biased data in case of consumption, that using researches done via survey and questionnaires rarely give any useful conclusions standalone.

In the field of consumption experience and perception of product quality, surveys seem really questionable. A distant, theoretical situation without taking any risks of purchasing or choosing something seems too virtual without any connection to real consumption. Maybe not even correlating with other factors identified by surveys done on the same subject.

Netnography is a method which gathers data about a subject using the internet looking for comments, activities, information, signs, marks left behind individuals or groups, traces of communication. Some articles used it, it is an affordable, although useful method which provides hard evidence on digital consumption. Ethnography is the original version of this kind of research it has been used in one of the papers.

In-depth interviews and focused group interviews are important parts of getting know an individual's habits, behavior and the background of their experiences. Interestingly, this qualitative research seems more reliable in case of consumption. Deriving ideas, patterns of someone's stories and then getting them checked by quantitative studies looks more useful among a lot of unique surveys done on strangers recalling unimportant and vague memories. The same applies for case studies.

Field experiment seems an effective way to track someone's behavior and its later analysis can yield useful conclusions. In the selected papers there was an observational experiment in book shops (Visentin & Tuan, 2021), there was an eye-tracking experiment (Gudinavičius & Šuminas, 2017), there was an experiment which followed the customers' behavior after changing the in-store environment (smell) (Doucé et al., 2013). An interesting study measured the heart rate and flow of test subjects while they were reading. (Thissen et al., 2021) This kind of experiments are expensive and require complex arrangements, however they provide essential data on consumer behavior.

## 5. Conclusions

This literature review aimed to map out the current research going on about book consumption. The main problem with this set of topics is that it is an amalgam of at least four sub-topics and cannot be narrowed down at this almost starting point of the research.

Book consumption or the behavior of consumers of book products is a relatively new study. There are fields on the science of consuming cultural goods and there is definitely a research on publishing, however the consumption, the product or service-nature of books, the book industry related issues and the book-purchase decisions has not been united into one scientific territory so far.

So this review tried to cover all the recent and relevant publications of all the fields related to book consumption. Maybe there is an underlying reason why books are not researched more heavily. Perhaps book publishing has reached its peak, as one of the articles suggests, and its decline is inevitable. The reviewed articles showed no trace of the publishing industry financing research on this topic. Even though the changes of the publishing industry can not be avoided and book consumption research might decrease the cost of this transition over time.

There have not been focus put on sorting the selected literature into deeper sub-sections, but without any meaningful analysis it can be argued that the non-theoretical literature is heavy with ‘print vs e-text’ comparisons, analysis and case studies. This is an important topic for the further research as well, because e-book industry is a striving part of book publishing. The other prolific type of studies in book or reading research is done on the subject of reading preferences.

For further research the meta-analysis and cross-validation of the findings of these articles might be more useful than the actual findings of the studies. Because the majority of this kind of publications is based on low-sample surveys done on university students. The evaluated effectiveness and validity of this kind of studies could be questioned, as they are not representative in any way to the reading public for sure. Therefore, not many of this type of study have been selected for this review.

The product or service-like nature of books has been barely discussed in the articles that showed up in the results during the research for this review. Partial connections to the product approach can be found in publications that have been labeled under Consumption in this review.

fMRI and neuroscience experiments were not among the primary research methods, maybe a future look into that or the possibilities of conducting such research would yield useful results.

For the future publications originating from this literature review, the following publications should be done:

A systematic review on experimental research and findings done on consuming and purchase books. For summarizing the results reached so far and laying the foundations for future experimental researches.

A summarization of the theoretical background of reading and book consumption collecting all the ongoing theories and ideas should serve as a good compendium of concepts from which the doctoral research can reach even communication theories and sociological grounds too. A collection and comparison, maybe even a clarification of terminology could serve as a useful addition to this article.

A review on the Europe or the North-Western hemisphere’s book industry-related publications would make a starting point with enough information and methodologies to create a working structure for publications on the Hungarian publishing industry.

In summary: there is academic discussion about the book consumption, but not under this terminology. The current researches try to make explorations in many of the topics this doctoral research aims to study. Still, there is academic space for new contributions in this field.

## **Bibliography**

- Andersen, T.R., Kjerkegaard, S. & Pedersen, B.S. (2021). Introduction: Modes of reading. *Poetics Today*, 42(2), 131–147. <https://doi.org/10.1215/03335372-8883164>
- Anton, C., Camerero, E. & Rodriguez, J. (2013). Usefulness, enjoyment and self-image congruence: The adoption of e-book readers. *Psychology and Marketing*, 30(4), 372–384. <https://doi.org/10.1002/mar.20612>
- Banou, C. (2016). *Re-Inventing the Book: Challenges from the Past for the Publishing Industry*. Elsevier Science. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-101278-9.00002-4>
- Bakacsi, Gy. (2018). A hálózatoké a jövő. In Aczél P., Csák J. & Szántó Z. O. (szerk.), *Társadalmi Jövőképesség – Egy új tudományterület bemutatkozása* (pp. 269–300). Budapesti Corvinus Egyetem Társadalmi Jövőképesség Kutatóközpont.
- Barabási, A-L. (2017). *A hálózatok tudománya*. Libri Kiadó, Budapest.
- Becker, Gy. & Izsó, L. (Eds.) (2011). *Termékélmény*. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Belk, R. W. (1988). Possessions and the Extended Self. *Journal of Consumer Research*, 15(2), 139–



168. <https://doi.org/10.1086/209154>
- Belk, R. W. (2013). Extended Self in a Digital World. *Journal of Consumer Research*, 40(3), 477–500. <https://doi.org/10.1086/671052>
- Belk, R. (2014). You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research*, 67(8), 1595–1600. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.10.001>
- Berglund, K. (2021b). Introducing the Beststreamer: Mapping Nuances in Digital Book Consumption at Scale. *Publishing Research Quarterly*, 37(2), 135–151. <https://doi.org/10.1007/s12109-021-09801-0>
- Berglund, K. & Steiner, A. (2021). Is Backlist the New Frontlist?: Large-scale data analysis of bestseller book consumption in streaming services. *Logos*, 32(1), 7–24. <https://doi.org/10.1163/18784712-03104006>
- Boldt, G. & Leander, K.M. (2020). Affect Theory in Reading Research: Imagining the Radical Difference. *Reading Psychology*, 41(6), 15–532. <https://doi.org/10.1080/02702711.2020.1783137>
- Borowiecki, K.J. & Navarrete, T. (2018). Fiscal and economic aspects of book consumption in the European Union. *Journal of Cultural Economics*, 42(2), 309–339. <https://doi.org/10.1007/s10824-017-9307-z>
- Bridges, L.E. (2018). Flexible as freedom? The dynamics of creative industry work and the case study of the editor in publishing. *New Media and Society*, 20(4), 1303–1319. <https://doi.org/10.1177/1461444816688920>
- Budnyk, O. et al. (2021). Printed and e-book: problems of choice of modern students of the university. *Revista Tempos e Espaços em Educação*, 14(33), e15913. <https://doi.org/10.20952/revtee.v14i33.15913>
- Chaney, D., Lunardo, R. & Mencarelli, R. (2018). Consumption experience: past, present and future. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 21(4), 402–420. <https://doi.org/10.1108/QMR-04-2018-0042>
- Christianson, M. & Aucoin, M. (2005) Electronic or print books: Which are used? *Library Collections, Acquisitions, & Technical Services*, 29(1), 71–81, <https://doi.org/10.1080/14649055.2005.10766034>
- Colbert, F. & d’Astous, A. (2021). *Consumer Behaviour and the Arts: A Marketing Perspective*. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429263118>
- Cordón-García, J. A. et al. (2014). E-Book publishing in Spain: The paradoxes of a dual model. *The Electronic Library*, 32(4), 567–582. <https://doi.org/10.1108/EL-12-2012-0155>
- D’Ambra, J., Wilson, C.S. & Akter, S. (2019). Affordance theory and e-books: evaluating the e-reading experience using netnography. *Personal & Ubiquitous Computing*, 23(5/6), 873–892. <https://doi.org/10.1007/s00779-017-1086-1>
- Daubner K., Horváth S., Petró K. (Eds.) (2002). *Kultúra-gazdaságtani tanulmányok*. Aula Kiadó, Budapest.
- Dekker, E. & de Jong, M. (2018). What Do Book Awards Signal? An Analysis of Book Awards in Three Countries. *Empirical Studies of the Arts*, 36(1), 3–21. <https://doi.org/10.1177/0276237416689636>
- Doucé, L. et al. (2013). Smelling the books: The effect of chocolate scent on purchase-related behavior in a bookstore. *Journal of Environmental Psychology*, 36, 65–69. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2013.07.006>
- Durham, A. (2021). Textual Experience: A Relational Reading of Culture. In Adams, T.E. et al. (Eds.), *Handbook of Autoethnography*. Second Edition. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429431760-32>

- Fernández-Blanco, V., Prieto-Rodríguez, J. & Suarez-Pandiello, J. (2017). A quantitative analysis of reading habits in Spain. *International Journal of Arts Management*, 19(3), 19–32.
- Gallego-Cuiñas, A. *et al.* (2020). Independent publishers and social networks in the 21st century: the balance of power in the transatlantic Spanish-language book market. *Online Information Review*, 44(7), 1387–1402. <https://doi.org/10.1108/OIR-10-2019-0342>
- Gáspár, T. (2015). Strategia Sapiens – strategic foresight in a new perspective. *Foresight*, 17(5), 405–426. <https://doi.org/10.1108/FS-03-2015-0017>
- Gáspár, T. (2017). Az európai fejlettség erőter szerkezete. *Prosperitas*, 4(1), 63–102.
- Gudinavičius, A. & Šuminas, A. (2017). Choosing a book by its cover: analysis of a reader's choice. *Journal of Documentation*, 74(2), 430–446. <https://doi.org/10.1108/JD-09-2016-0111>
- Haddock, G. *et al.* (2019). The medium can influence the message: Print-based versus digital reading influences how people process different types of written information. *British Journal of Psychology*, 111. <https://doi.org/10.1111/bjop.12415>
- Hernandez-Ortega, B. (2019). Not so positive, please! Effects of online consumer reviews on evaluations during the decision-making process. *Internet Research*, 29(4), 606–637. <https://doi.org/10.1108/INTR-07-2017-0257>
- Hofmeister-Tóth, Á. (2014). *A fogyasztói magatartás alapjai*. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Horváth, D. & Mitev, A. (2015). *Alternatív kvalitatív kutatási kézikönyv*. Alienea Kiadó, Budapest.
- Hupfeld, A. *et al.* (2013). Leisure-based reading and the place of e-books in everyday life. *Lecture Notes in Computer Science*, vol 8118, 1–18. [https://doi.org/10.1007/978-3-642-40480-1\\_1](https://doi.org/10.1007/978-3-642-40480-1_1)
- Hupfeld, A. & Rodden, T. (2014). Books as a social technology. In *CSCW '14: Proceedings of the 17th ACM conference on Computer supported cooperative work & social computing*, 639–651. <https://doi.org/10.1145/2531602.2531647>
- Kamarás, I. (2007). *Az irodalmi mű befogadása*. Pannon Egyetem BTK Antropológiai és Etika Tanszék - Gondolat Kiadó, Budapest.
- Kardes, F.R., Herr, P.M. & Schwarz, N. (Eds.) (2019). *Handbook of Research Methods in Consumer Psychology*. New York: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781351137713>
- Ketron, S. & Naletelich, K. (2016). How e-readers have changed personal connections with books. *Qualitative Market Research*, 19(4), 433–452. <https://doi.org/10.1108/QMR-10-2015-0078>
- Kiernan, A. (2021). Materiality and Post-Digital Storytelling. In Kiernan, A. (Ed.), *Writing Cultures and Literary Media: Publishing and Reception in the Digital Age*. Cham: Springer International Publishing, 89–102. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-75081-7\\_8](https://doi.org/10.1007/978-3-030-75081-7_8)
- Koh, H. & Herring, S.C. (2016). Historical insights for ebook design. *Library Hi Tech*, 34(4), 764–786. <https://doi.org/10.1108/LHT-06-2016-0075>
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012). *Marketingmenedzsment 2012*. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Kovač, M. *et al.* (2019). What is a Book? *Publishing Research Quarterly*, 35(3), 313–326. <https://doi.org/10.1007/s12109-019-09665-5>
- Kovac, M. & GudinaVICIUS, A. (2020). Publishing in small European countries. *Knygotyra*, 75, 7–16. <https://doi.org/10.15388/KNYGOTYRA.2020.75.71>
- Kovač, M. & van der Weel, A. (2018). Reading in a post-textual era. *First Monday*, 23(10). <https://doi.org/10.5210/fm.v23i10.9416>
- Kraxenberger, M., Knoop, C.A. & Menninghaus, W. (2021). Who reads contemporary erotic novels and why? *Humanities and Social Sciences Communications*, 8(1), 1–13. <https://doi.org/10.1057/s41599-021-00764-3>

- Kuzmičová, A. *et al.* (2018). Reading and company: embodiment and social space in silent reading practices. *Literacy*, 52(2), 70–77. <https://doi.org/10.1111/lit.12131>
- Lamb, D. (2020). Trends in U.S. Trade Book Publisher Mergers and Acquisitions. *Publishing Research Quarterly*, 36(3), 323–334. <https://doi.org/10.1007/s12109-020-09738-w>
- Légrádi, M., Bíró-Szigeti, Sz. & Kovács, I. (2019). Könyvtermékek a regénypiacon. In Veres Z. *et al.* (szerk.), *Ismerjük a vevőt? – A vásárlás pszichológiája*. Konferenciakötet. Pannon Egyetem, Veszprém.
- Légrádi, M. (2020). Az e-book-termékek használatának kutatási irányai és a termékfejlesztésben alkalmazható eredményei. *International Journal of Engineering and Management Sciences*, 5(1), 453–479. <https://doi.org/10.21791/IJEMS.2020.1.38>
- Leitão, L. *et al.* (2018). Do consumers judge a book by its cover? A study of the factors that influence the purchasing of books. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 42, 88–97. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.01.015>
- Leung, E. *et al.* (2021). Preference for Material Products in Identity-Based Consumption. *Journal of Consumer Psychology*, 32(4), 672–679. <https://doi.org/10.1002/jcpy.1272>
- Long, D.L. & Freed, E.M. (2021). An Individual Differences Examination of the Relation between Reading Processes and Comprehension. *Scientific Studies of Reading*, 25(2), 104–122. <https://doi.org/10.1080/10888438.2020.1748633>
- Luo, J. (2021). A Statistical Analysis of Patrons' In-Library Information Consumption Behaviors of Print Materials. *College & Research Libraries*, 82(6), 863–878. <https://doi.org/10.5860/crl.82.6.863>
- Maciejewski, J. (2019). Book Markets in Europe: Facing the Challenges of the Digital Single Market. *Comparative Economic Research. Central and Eastern Europe*, 22(2), 173–187. <https://doi.org/10.2478/cer-2019-0019>
- Magadán-Díaz, M. & Rivas-García, J.I. (2020). The Publishing Industry in Spain: A Perspective Review of Two Decades Transformation. *Publishing Research Quarterly*, 36(3), 335–349. <https://doi.org/10.1007/s12109-020-09746-w>
- Maharjan, S. *et al.* (2020). A genre-aware attention model to improve the likability prediction of books. In *Proceedings of the 2018 Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing, EMNLP 2018*, 3381–3391. <https://doi.org/10.18653/v1/D18-1375>
- Mailloux, S. (1982). Literary Theory and Social Reading Models. In *Interpretive Conventions: The Reader in the Study of American Fiction* (pp. 40–65). Cornell University Press. Available at: <https://www.jstor.org/stable/10.7591/j.ctt207g64r.6> (Accessed: 4 January 2022).
- Malhotra, N. K. & Simon J. (2009). *Marketingkutató*. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Menadue, C.B. & Jacups, S. (2018). Who Reads Science Fiction and Fantasy, and How Do They Feel About Science? Preliminary Findings From an Online Survey. *SAGE Open*, 8(2), 2158244018780946. <https://doi.org/10.1177/2158244018780946>
- Mitev, A. Z. (2012). Grounded theory, a kvalitatív kutatás klasszikus mérföldköve. *Vezetéstudomány*, 43(1), 17–30. <https://dx.doi.org/10.14267/VEZTUD.2012.01.02>
- Moore, A.T. & Schwitzgebel, E. (2018). The experience of reading. *Consciousness & Cognition*, 62, 57–68. <https://doi.org/10.1016/j.concog.2018.03.011>
- Ojeda Hernandez, D. (2021). The weight of paper books. A conversation with Lisa Kuitert. *Senses and Society*, 16(1), 110–118. <https://doi.org/10.1080/17458927.2019.1709304>
- Pavluska V. (2014). *Kultúramarketing*. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Pedersen, B.S. *et al.* (2021). To Move, to Touch, to Listen: Multisensory Aspects of the Digital Reading Condition. *Poetics Today*, 42(2), 281–300. <https://doi.org/10.1215/03335372-8883262>

- Phillips, A. (2017). Have We Passed Peak Book? The Uncoupling of Book Sales from Economic Growth. *Publishing Research Quarterly*, 33(3), 310–327. <https://doi.org/10.1007/s12109-017-9527-2>
- Rao, K.N., Tripathi, M. & Kumar, S. (2016). Cost of Print and Digital Books: A Comparative Study. *The Journal of Academic Librarianship*, 42(4), 445–452. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2016.04.003>
- Saad, G. (2007). *The Evolutionary Bases of Consumption*. Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Publishers, Mahwah, New Jersey. <https://doi.org/10.4324/9780203936993>
- Sandler, K. (2017). Innovation in Publishing: This is not an Oxymoron! *Publishing Research Quarterly*, 33(3), 328–342. <https://doi.org/10.1007/s12109-017-9521-8>
- Schwabe, A. et al. (2021). Experiencing literature on the e-reader: the effects of reading narrative texts on screen. *Journal of Research in Reading*, 44(2), 319–338. <https://doi.org/10.1111/1467-9817.12337>
- Sehn, T. & Fragoso, S. (2015). The synergy between eBooks and printed books in Brazil. *Online Information Review*, 39(3), 401–415. <https://doi.org/10.1108/OIR-01-2015-0006>
- Sergeevna, T. A. & Ivanovich, B. P. (2020). Self-Actualization In The Process Of Consumption Of A Cultural Product. In Bataev, D. K. (Ed.), Social and Cultural Transformations in the Context of Modern Globalism» Dedicated to the 80th Anniversary of Turkayev Hassan Vakhitovich, *European Proceedings of Social and Behavioural Sciences*, 92, 2488-2494. European Publisher. <https://doi.org/10.15405/epsbs.2020.10.05.329>
- Sherry, J.F. & Fischer, E. (Eds.) (2019). *Contemporary Consumer Culture Theory*. New York: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315563947>
- Spence, C. (2020). The Multisensory Experience of Handling and Reading Books. *Multisensory Research*, 33(8), 902–928. <https://doi.org/10.1163/22134808-bja10015>
- Squires, C. & Markou, H. (2021). An Ecosystem Model of Small and Medium Sized Enterprises Publisher “Tiers”: Publisher Size, Sustainability and Cultural Policy. *Publishing Research Quarterly*, 37(3), 420–438. <https://doi.org/10.1007/s12109-021-09811-y>
- Storey, J. (2017). *Theories of Consumption*. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315559209>
- Szabó, K. (2019). “Not Exactly Reading” – The Nature of Reading in the Era of Screen. *Információs Társadalom*, 19(4), 100–114. <https://doi.org/10.22503/inftars.xix.2019.4.7>
- Széles, Zs., Széles, Z. & Szabó, Z. (2016): Innovation management standards and methodology from Europe. In Virgo K.S. (Ed.): *82nd International Atlantic Economic Conference*, Washington DC, USA (2016), Paper: 12939.
- Szücs, I. (Ed.) (2008). *A tudományos megismerés rendszertana*. Szent István Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar, Gödöllő.
- Tekgül, D. (2019). Book club meetings as micro public spheres: translated literature and cosmopolitanism. *Language and Intercultural Communication*, 19(5), 380–392. <https://doi.org/10.1080/14708477.2019.1581794>
- Thissen, B.A.K. et al. (2021). At the Heart of Optimal Reading Experiences: Cardiovascular Activity and Flow Experiences in Fiction Reading. *Reading Research Quarterly*, 57(3), 777–1083. <https://doi.org/10.1002/rrq.448>
- Törőcsik, M. & Jakopánecz, E. (2011). A fogyasztói félelem – kockázatkezeléstől az ellenállásig. In Fojtik J. (szerk.): *Felelős marketing* (pp. 13–21). MOK 2011 Tanulmánykötet. PTE KTK, Pécs.
- Törőcsik, M. (2017). *Fogyasztói magatartás – Insight, trendek, vásárlók*. Akadémiai Kiadó, Budapest. <https://doi.org/10.1556/9789630597371>

- Tsvetkova, M. (2016). Genesis and Foredoom of Digital Books. *European Researcher*, 109, 468–477. <https://doi.org/10.13187/er.2016.109.468>
- Tsvetkova, M. (2018). Lies of the Reader: Disadvantages of the Sociological Research Methods for the Study of the Reading. *European Journal of Contemporary Education*, 7(1), 190–213. <https://doi.org/10.13187/ejced.2018.1.190>
- Vágási, M. (2001). *Újtermék-marketing*. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest.
- Veres, Z. (2009). *A szolgáltatásmarketing alapkönyve*. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Veres, Z., Hoffmann, M. & Kozák, Á. (2016). *Bevezetés a piackutatásba*. Akadémiai Kiadó, Budapest. <https://doi.org/10.1556/9789634540038>
- Visentin, M. & Tuan, A. (2021). Book belly band as a visual cue: Assessing its impact on consumers' in-store responses. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 59, 102359. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102359>
- Zeng, Y. & Hou, W. (2021). Publisher's distribution channel selection of print books in a book supply chain with print and e-books. *Nankai Business Review International*, 12(3), 358–385. <https://doi.org/10.1108/NBRI-04-2021-0022>
- Zhang, M. *et al.* (2017). Why should I pay for e-books? An empirical study to investigate Chinese readers' purchase behavioural intention in the mobile era. *The Electronic Library*, 35(3), 472–493. <https://doi.org/10.1108/EL-09-2015-0165>
- Zhang, Y. & Kudva, S. (2014). E-books Versus Print Books: Readers' Choices and Preferences Across Contexts. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 65(8), 1695–1706. <http://dx.doi.org/10.1002/asi.23076>

## **Szállodaüzemi intézkedések irányvonalai a fenntarthatóság jegyében**

*Directions of Actions in Hotel Operation According to Sustainability*

**MARTOS János András<sup>1</sup>**

PhD-hallgató (*PhD Student*)

Soproni Egyetem, Széchenyi István Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola  
(*University of Sopron, István Széchenyi Economics and Management Doctoral School - Hungary*)

### **Absztrakt**

Kutatásomban a magyar piacon működő 2 különböző szállodatípus (wellness, üzleti) fenntartható üzemelésének jelen helyzetét, perspektíváit vizsgálom. A vizsgálat során a szállodák lokációjának és adottságainak függvényében értékelem az intézkedéseket és a várható fejlődési irányokat. A tanulmányban hangsúlyos szerepet kap a helyzetelemzés, valamint a fenntartható működés gátjainak vizsgálata. Primer kutatásom alapjául az Accent Hotels szállodalánc szállodaigazgatói között lefolytatott három fókuszcsoportos interjú szolgál.

*Kulcsszavak:* szállodaipar, fenntarthatóság, Accent Hotels, költséggazdálkodás, szállodalánc  
*JEL-kódok:* L83, Q01, D24

### **Abstract**

The study focuses on current sustainability situation and it's perspectives of 2 hotel types (wellness, business) in the Hungarian market. In my study I will reflect on the actions and future development directions depending on the location and aptitude of the hotel. The study strongly focuses on the evaluation of the current situation and the hurdles of the sustainable hotel operations. The fundamentals of my empirical search are three focus group interviews with the hotel general managers of the Accent Hotels chain.

*Keywords:* hotel industry, sustainability, Accent Hotels, cost management, hotel chain  
*JEL Codes:* L83, Q01, D24

## **1. Bevezetés és célok**

A turisztikai termék egy helytől és időtől el nem vonatkoztatható szolgáltatás, melyet egy bizonyos desztináció vonatkozásában a turista igénybe vesz. Ezen szolgáltatások megfoghatatlanak, elválaszthatatlanok, ingadozó színvonalúak és romlékonyak (Gonda, 2016).

Ezen termékeknek a fenti tulajdonságaik mellett a tanulmány szempontjából további két fontos sajátossága van. Egyrészt előállításuk során érvényesíthetők a turisztikai üzem fenntartható működésének elvei, másrészt ezek a termékek egy jelentős szemléletformáló hatással is rendelkeznek (MTSZ – Magyar Turisztikai Szövetség, 2018).

A turizmus egyik legjelentősebb és legnagyobb múltra visszatekintő ága a szálláshelyszolgáltatás, illetve napjainkban a szállodaipar kapja az egyik legnagyobb figyelmet. Számos fórumon és dialógusban merült és merül fel a turizmus és a szállodaipar szerepe és felelőssége a fenntartható fejlődésben, a környezetvédelemben, a gazdasági fenntarthatóságban és a társadalmi felelősségvállalásban. A 21. század első 3 évtizedében tapasztalt számtalan válság alapjaiban rengette meg a szállodaipart, melynek nem tapasztalt ez alatt a 23 év alatt 10 egybefüggő évnyi konjunkturális időszakot.

---

<sup>1</sup> martos.janos.andras@phd-uni.sopron.hu

A 2008-as gazdasági világválság több, addig sikertörténetnek elkönyvelt projektet döntött be (pl. volt Radisson, jelenleg Greenfield Hotel Bük, Fagus Hotel Sopron), melyek legközelebb a 2010-es évek elején nyerték vissza újra működőképességüket. A 2010-es évek töretlennek tűnő gazdasági és idegenforgalmi konjunktúráját a hazánkban 2020 elején kirobbanó járvány törte meg, közel a nullával egyenlővé téve a szállodaipar teljesítményét.

**5. táblázat: A világválság magyarországi megjelenése okozta forgalomcsökkenés a hazai szállodákban**

Hónap	Vendégéjszakák (ezer)	Bázisévhez (2019) viszonyítva, %
<i>2020. január</i>	1451	111,2 %
<i>2020. február</i>	1484	109,6 %
<i>2020. március</i>	557	33,6 %
<i>2020. április</i>	28	1,5 %
<i>2020. május</i>	106	5,3 %
<i>2020. június</i>	483	22,7 %
<i>2020. július</i>	1556	57,7 %
<i>2020. augusztus</i>	1885	64,1 %

Forrás: MSZÉSZ (2020) alapján saját szerkesztés

A vendégforgalom hanyatlását követően az újbóli felívelés sokáig váratott magára, a vendégéjszakák száma először júliusban haladta meg a 2019-es rekordév 50%-át.

Napjainkban pedig az orosz-ukrán háború indukálta világszinten tapasztalható energiaválság pecsételte meg sok hazai szálloda sorsát, sokan bezárásra kényszerültek, mások gyökeresen kényszerültek átalakítani működésüket. Ezt a folyamatot tisztán megfigyelhetjük a Központi Statisztikai hivatal adataiból is, miszerint a 2022 február óta töretlenül növekvő üzemen lévő szállodák száma 2022 szeptemberétől ismét csökkenésnek indult.

**6. táblázat: Az üzemelő szállodák száma Magyarországon 2022. február - szeptember**

Hónap	Üzemen lévő szállodák
<i>2022. február</i>	848
<i>2022. március</i>	865
<i>2022. április</i>	893
<i>2022. május</i>	928
<i>2022. június</i>	945
<i>2022. július</i>	946
<i>2022. augusztus</i>	948
<i>2022. szeptember</i>	922

Forrás: KSH, saját szerkesztés

Mindez jelentős mértékben próbára tette a piaci szereplők válságállóságát és felemész-tette tartalékaik döntő részét, így megnehezítve az innovatív működést és fejlesztéseket.

A fókusz ezáltal nem elsődlegesen a fenntarthatóságon, hanem a túlélő stratégiák kidolgozásán volt, ám napjainkban a szakma és a társadalom részéről is kézzel fogható igények körvonalazódnak a szállodák elköteleződése érdekében a fenntarthatóság mellett.

Mindez egyre fokozódó döntési nyomás alá helyezi a szállodákat tulajdonló és üzemeltető professzionális vagy nem szakmai háttérű vállalatok vezetőit. A döntési helyzet alapvető kérdése, hogy milyen irányban és mennyire képes a szervezet megváltoztatni az üzemelési struktúráját a gazdasági kihívások és a változó piaci elvárásoknak megfelelően.

Kiemelt fontosságúvá vált a költséghatékonyság növelése, az alapanyagok és az energia minél hatékonyabb beszerzése és felhasználása. A takarékos működés kényszere a teljes szektort elérte, aminek következtében felmerül a kérdés, hogy a fenti elkerülhetetlen intézkedések mennyire támogatják a fenntarthatóság meggyökerezését és fejlődését a szállodaiparban. Mik azok a szinergiák melyeket kihasználva nem pusztán gazdasági, hanem társadalmi és környezeti tekintetben is pozitív hatásokat kapunk eredményül.

Tagadhatatlanul nő azoknak a vendégszégmenseknek a részaránya is, akik szállodaválasztási preferenciáik szerint előnyben részesítik a fenntarthatóan működő, vagy működésük során a környezetvédelmi szempontokat előtérbe helyező hoteleket, így jelentős piacbefolyásoló tényezőkké váltak (Ásványi & Chaker, 2021).

A tanulmány célja, hogy megvizsgálja a szállodaüzem során felmerülő prioritásokat, és elemezze a komplex fenntarthatóság szállodaüzemi megjelenését. Kiemelt területet képeznek a szállodákban aktuálisan tapasztalható fenntarthatósági gyakorlatok vizsgálata, a várható fejlődési irányok, akciótervek és stratégiák elemzése. A kutatás során szintén figyelmet kapott az összefüggés a 2022 őszétől tapasztalható energiaválsággal való kapcsolat, valamint a társadalmi felelősségvállalás helye a szállodák fenntarthatósági törekvéseiben.

## 2. Téma felvezetése, vonatkozó szakirodalom

A fenntarthatóság első nemzetközileg, hivatalosan elfogadott definíciója a jelen szükségletek oly módon történő kielégítése, hogy az erőforrások a következő generációk számára is megőrzésre kerüljenek. (World Commission on Environment and Development, 1987) Erre a definícióra épül a turizmus iparágára szabott definíció is, miszerint fenntartható turizmusnak minősül az a turizmus, ami teljesen figyelembe veszi a jelenlegi és jövőbeli gazdasági, társadalmi és környezeti viszonyokat, valamint figyelembe veszi a látogatók és az iparág érdekeit, valamint a fogadókönyvet és a közösségek érdekeit (WTO – World Tourism Organisation, 2005).

Fontos, hogy ez által a gazdasági/pénzügyi területeken túl a társadalmi és biofizikai környezeti értelemben is kezelni kell a fenntartható működés fogalmát. Ez a kiadvány mélyrehatóan foglalkozik a turisztikai szektor jelenével, a fenntarthatósági törekvések nehézségeivel és reálisan vázolja fel a globális turizmus jövőjét.

A téma időszerűsége miatt néhány kutatás már készült rokonterületeken, ahol is a fenntarthatóságot és a környezetvédelmet, mint rendszert veszik górcső alá. Napjainkban a jövő megőrzésének felelőssége, az erőforrások megőrzése minden korábbinál nagyobb jelentőséggel rendelkezik. A turizmus működéséhez szükséges erőforrások felosztása hangsúlyos szerepet kap, hiszen a turisztikai termékek esetében leginkább értéknövelő tényező a felhasznált erőforrások unikális mivolta (Dávid et al., 2007).

Jelenleg mind a központi, mind a szakmai szabályozási környezet megengedő, nem tartalmaz konkrétumokat a fenntarthatóságra vonatkozóan, a működés megtervezését és menedzselését a tulajdonosra és/vagy a szállodát üzemeltető menedzserre bízta. A szállodák elsődleges érdeke a költséggazdálkodás hatékonyságának növelése, így amennyiben nem szerepelnek a szabályozói követelmények között fenntarthatósági elemek, úgy kevés kivételtől eltekintve nem várható áttörés a környezetvédelmi/fenntarthatósági intézkedések szállodai bevezetése terén. Ugyanakkor pozitívumként említhető a nagy szállodaláncok (például Accor Hotels) által képviselt pionír szerep a magyar piacon, akik bemutatják a többi szereplőnek a globális gyakorlatként elterjedt fenntarthatósági politikáikat. Ezáltal lassú, de biztos felzárkózásnak lehetünk majd tanúi a következő években (Albert Tóth, 2016).

Egy másik, friss tanulmány a fiatal generációk szállodaválasztási szokásait vizsgálja, melyben a témakör elsődlegesen a marketing területéről terült megközelítésre. Alapkérdéseik a magyar piac fogékonyságát érintették a fenntartható turizmusra, valamint az utazók digitális megoldásokra való ráutaltságát vizsgálták. Következtetésükben megemlítik, hogy jelenleg



nincs jelentős szerepe a környezetbarát működésnek az utazási döntések meghozatalában, ám megfigyelhető egy olyan szegmens, akik hajlandóak lennének többletdíjakat megfizetni a környezetvédelmi szolgáltatásokért. Véleményük szerint a közeljövőben jelentős versenyelőnyt, valamint túlélési képességet fog képviselni a környezetbarát működés, illetve annak minősítése. Megállapítják, hogy a forráshiányos egyéni szállodák esetén sok esetben nem kerül sor a működés ezirányú fejlesztésére (Lukács et al., 2022).

Egy 78 kérdőíven alapuló kutatás vizsgálta a szállodai fenntarthatóság értelmezését, a szállodaláncoknál tapasztalható stratégiaképzést, valamint a stratégia és a minősítés szintje közötti korrelációt. Az ő eredményeik is hasonlóak a megelőző tanulmányokéval, egyértelmű a gazdasági szemlélet hegemoniája a fenntarthatóságon belül. Amennyiben a gazdasági stabilitás már biztosított, úgy tulajdonosi hajlandóság esetén tud a szálloda erőforrásokat allokálni a környezeti és társadalmi fenntarthatóság témaköreire is. Fontos megállapításuk, hogy az egyéni és lánchoz tartozó hotelek stratégiaalkotása között számottevő különbséget lehet felfedezni, ám ez a stratégia létrehozásában és megvalósításában nyilvánul meg, a rendelkezésre álló lehetőségek egyenlők minden esetben (Gyurácz-Németh et al., 2021).

A szállodák építését és működését vizsgálva megállapítható, hogy a hotelek csak kis része rendelkezik környezetvédelmi, CSR [Corporate Social Responsibility] vagy fenntarthatósági stratégiával, az anyagok újra felhasználása és az energiatakarékosság esetén fő motivációjuk a költségsökkentés (Stipanuk, 1996).

Nem csak a szállodák építése, hanem üzemeltetése során is jelentős szerepe van a méretgazdaságosságnak. Kisebb szállodákban apróbb, de annál nagyobb horderejű lehet egy-egy változás a mindennapos üzemeltetés során. Ebből az okból kifolyólag a kis házak alkalmasabbak a tesztüzemként való funkcionálásra, az ott bevált gyakorlatok nagy valószínűséggel átültethetők egy nagyobb szálloda működésébe is (Sikó, 2018).

A hotelüzemelés közvetlen stakeholderei közül a vendégek hatása a fenntartható működésre, azon belül is a környezettudatos tartózkodásra jelentősnek mondható. A saját magukat környezettudatosnak valló vendégek nagyobb hajlandóságot mutatnak az irányba, hogy szállodai otltük alatt minimalizálják a környezeti terhelést (Nagy-Keglovich & Happ, 2021).

A szállodaüzem nem csak a földszinti és emeleti üzletrészből, valamint irodákból áll, hanem mind termékformálási, mind pedig erőforrásfelhasználási szempontból mértékadó szereppel rendelkező Food and Beverage [Étel és ital] részleggel is, amely magába foglalja a ház területén megtalálható összes étel- és italelkesztéssel valamint értékesítéssel foglalkozó egységet. Mivel ez a részleg a szálloda egyik legnagyobb energiafogyasztója, és hulladéktermelője, ezért a fenntarthatóság vizsgálata esetében kimondottan fontos. A magyar éttermek több, mint 95%-ában energiatakarékos izzókat használnak, valamint az egységek  $\frac{3}{4}$ -ében a környezetbarát tisztítószerek használata is elterjedt. Az üzletek felében energiatakarékos berendezéseket és újrahasznosított papírárukat is használnak. Mindemellett egyre nő a bio és helyi termelőtől származó alapanyagok beszerzése, ám ezeknek a költsége jóval meghaladja a hagyományos nagykereskedőktől beszerzett áruk költségét (Kovács, 2020).

A hazai egységek fenntartható és környezetbarát működését vizsgáló és értékelő szervezet az 1994-ben alapított MSZÉSZ Zöld Szálloda Szekciója, mely minden 2 évben 30 és 50 közötti szállodát tüntet ki valamilyen fokozattal (bronz, arany, ezüst) annak függvényében, hogy milyen mértékben teljesítik a 70 kérdésből álló feltételrendszert. A Zöld Szálloda rendszeren túl kiterjedt szakirodalmi-elméleti elemzésre kerül sor, ami mind a magyar, mind pedig a nemzetközi szállodaiipari trendeket, best practice-eket és stratégiákat számba vesz (MSZÉSZ, 2020).

### 3. Alkalmazott módszerek

A kutatás célja az volt, hogy képet kapjak a magyar piacon működő szállodák fenntarthatósági törekvéseiről, a jelen helyzetükről, illetve a kidolgozandó stratégiákról. A kvalitatív kutatás módszere a fókuszcsoportos interjú volt, melynek közreműködői az Accent Hotels szállodalánc szállodaigazgatói és központi vezetése voltak, 3 darab 7 fős csoport 120-120 perces interjún vett részt, melyet előre megírt kérdések, kérdéskörök foglaltak keretbe, de volt lehetőség a témát érintő, de a kérdések között nem szereplő vélemények kifejtésére is egy 20 perces szekcióban.

**7. táblázat: A fókuszcsoportos interjúk résztvevőinek pozíciói**

Városi	Wellness	Központ
T62 Budapest	Colosseum Hotel Mórahalom	Ügyvezető
Bristol Hotel Budapest	Ambient Hotel Sikonda	Üzemeltetési ügyvezető-helyettes
Corso Hotel Pécs	Gotthard Hotel Szentgotthárd	Pénzügyi ügyvezető-helyettes
Révay Hotel Budapest	Hotel Narád & Park Mátraszentimre	Műszaki igazgató
Art Hotel Szeged	Károlyi Kastély Hotel Fehérvárcsurgó	Food and beverage igazgató
Lakeside Hotel Székesfehérvár	Kreinbacher Hotel Somlóvásárhely	Beszerezési igazgató
Monastery Hotel Budapest	Erzsébet Királyné Hotel Gödöllő	Főkönyvelő

Forrás: Saját szerkesztés

Az interjúztatott homogén csoportok résztvevői úgy kerültek kiválogatásra, hogy szállodáikból, illetve központi vezetői pozíciójukból adódóan hasonló érdekeik, értékrendjük és motivációik legyenek. A városi szállodák (2 kivétellel: T62 143 szoba és Lakeside Hotel 90 szoba) jellemzően kis méretűek, 40-80 szoba közöttiek, valamint szerkezetileg és gépészetileg modernnek. Ugyanakkor alacsonyabb fajlagos dolgozói létszámmal működnek, általában épített környezet veszi őket körbe, sok esetben kormányzati, kulturális centrumokhoz közel helyezkednek el. Alkalmazottjaik általában abból a városból kerülnek ki, ahol a hotel is elhelyezkedik.

A wellness szállodák leginkább kisvárosokban és községekben helyezkednek el, dolgozói létszámuk fajlagosan akár többszöröse is lehet a városi szállodáénak. Alkalmazottjaik jelentős többsége falusi származású. Méretük erősen változó, 25 és 148 szoba között szóródik, építészetiileg a városiaknál elavultabbak. Vonzerőjük és szolgáltatáspalettájuk rendszerint 1-1 attrakcióra alapszik.

A központi felsővezetők mindegyike az egész szállodacsoport egyes területeinek szakszerű működéséért, működtetéséért felelős. Megtalálhatók közöttük mind az ügyvezetés különböző területeiért felelős vezetők, mind pedig az üzemeltetési szakterületek felelősei.

Az interjú félig strukturált formában került lefolytatásra, mely során a válaszok és a beszélgetés viszonylag gyorsan és egyszerűen értelmezhetők. Ennek oka, hogy közepes szintű kontroll alatt folyik a beszélgetés, és a kutató irányított kérdésekkel az előre tervezett mederben tartja a beszélgetést (Lengyelne & Tóvári, 2001). Fontos volt, hogy a három csoport 21 résztvevője által lefolytatott beszélgetések által generált válaszok és vélemények hatékonyan és egyértelműen legyenek értékelhetők, ne legyen szükség a témához nem, vagy nem szorosan kapcsolódó dialógusok feldolgozására.

A kutatás során semleges kérdezői magatartást tanúsítottam, hiszen elsődleges érdekem volt, hogy a válaszok és a beszélgetés minden befolyástól mentesek legyenek, a válaszok és vélemények eredeti formájukban kerüljenek rögzítésre.

A beszélgetés során a homokóra technika került alkalmazásra, mely során egy általános, ún. feloldó beszélgetést követően közelítünk a téma magjához. A homokóra technika a tölcser technika bővített verziója, ennek előnye, hogy a kutatás gyújtópontjának érintése előtt időt ad

a csoporttagoknak egymás felületes megismerésére, a téma strukturálására, valamint a lezárás során távolítunk a központi témától, ezáltal segítve az esetlegesen felhalmozódott feszültségek levezetését (Sik & Szécsi, 2021).

A csoportok homogén összetételűek voltak, ám minden csoport más sajátosságok alapján került összeállításra annak érdekében, hogy az interjú tükrözze a hasonló háttérű résztvevők véleményét. Ez azt eredményezi, hogy jelentős vitára, véleményütköztetésre nem került sor, ám részletesebb kép alakult ki egy-egy csoport esetén. A 2 szállodaigazgatói csoport képzésének alapja az épület sajátossága, annak szolgáltatáspalettája volt, valamint egy csoportot alkottak a központi felsővezetők. Így létrejött egy wellness szállodák igazgatóiból, egy városi szállodák vezetőiből, valamint egy head office felsővezetőkből álló csoport. A harmadik csoport kialakításának célja, hogy az egyes szállodáktól független, ám szállodalánc szinten a komplex rendszerekre rálátó csoport jöjjön létre abból a célból, hogy a másik két csoport esetlegesen szélsőséges véleményét árnyalja. A kérdések 4 témakört érintettek: a fenntarthatóság, mint fogalom ismertsége, a szállodai fenntarthatóság értelmezése, helyzetelemzés és stratégiák, akadályok és megoldásaik. A fókuszcsoporthoz interjúkról hangfelvétel készült, ami szó szerinti leiratba került átültetésre, ezt követően került kiértékelésre

A kutatás alapkérdései:

- Mennyire ismert fogalom a magyar piaci szereplők számára a fenntarthatóság?
- Várható-e a fenntartható működés térnyerése az évtized végéig?
- Milyen motivációk vagy akadályok támogatják, illetve akadályozzák a fejlesztések megvalósulását?

#### **4. Kutatási eredmények**

A kutatás eredményeinek bemutatása szempontjából releváns tudnivaló, hogy a mélyinterjúk és a kérdőíves kutatás is a COVID járvány után, ám a 2022-es energiaválság elején készült, így a felvételi időpont nyugodtan 2 válság közötti időpontnak nevezhető. Ez alapvetően befolyásolhatja a válaszadást, valamint a válaszok minőségét és az általános hangulatot.

A kutatás átfogóan érintette az üzemelést, mint rendszert, annak fenntartható mivoltát, valamint fejlődési perspektíváit vizsgálta. A fókuszcsoporthoz interjúk kiértékelése mélységi betekintést engedett úgy a szállodaigazgatók látásmódjába mint a központban dolgozó felsővezetők gondolataiba. A résztvevők az Accent Hotels szállodalánchoz tartozó hotelek igazgatói, managerei. Piacvezető, független magyar szállodaüzemeltető cégeként a szállodalánc ország-szerte 19, valamint Ausztriában 6 szállodát működtet különböző méretben és profilban, így kiterjedt rálátása van az aktuális fenntarthatósági és környezetvédelmi állapotokra, valamint ezek fejlesztési lehetőségeire.

##### **4.1. A Fenntarthatóság értelmezése**

Vendégoldalon megfigyelhető az utazók tudatossá válásának markáns folyamata, egyre többen vannak az olyan utazók, akik tisztában vannak többek között a fenntarthatóság és az ökoturizmus definícióival. Mindez magával hozza a strukturált információgyűjtést az utazás megkezdése előtt a választott desztinációval kapcsolatosan (Gonda & Raffay, 2021).

A fókuszcsoporthoz beszélgetések bevezető témájaként elsőként a fenntarthatóságról, mint fogalomról beszéltem a résztvevőkkel. A kutatás során nem volt elvárás, hogy a fenntarthatóságot definíció szerint ismerjék a szállodai szakemberek. A csoportbeszélgetések során fény derült rá, hogy erős szórás tapasztalható az egyes szállodavezetők, valamint a központban dolgozó kollégák értelmezése között. Megállapítható, hogy a fenntarthatóság, mint kifejezés halatán az üzemeltetéssel napi szinten foglalkozó szállodaigazgatói csoportok a környezetvédelemre, míg a központban dolgozó, pénzügyi, gazdasági területen mozgó vezetők a gazdasági értelmezésre asszociáltak. A fenntartható üzemelés harmadik pillére, a társadalmi felelősségvállalás nem került említésre első helyen.

A városi szállodákat képviselő csoport esetében megfigyelhető volt, hogy a fenntarthatóságot pontszerűen, egymástól független akciók sorozataként kezelik, melyek az aktuálisan adódó lehetőségek és központi irányból (kormányzat vagy szakmai szervezet) érkező inputok által indukálódnak. A wellness szállodák esetében egyértelmű elsőséget élvezett a környezetvédelmi értelmezés, elhanyagolható volt a társadalmi fenntarthatóság. Ezek a házak prioritásként kezelik a környezetvédelmet, mert így nem csak az esetükben mértékadó üzemeltetési költségnyadot minimalizálják, de jelentősen hozzájárulnak az őket befogadó fogadóközösség természeti környezetének megőrzéséhez is (Hajmász, 2018).

#### **4.2. Prioritások**

Az értelmezések tisztázása után következő témakör a fenntarthatóság egyes elemeinek egymáshoz viszonyított fontossága volt. Elmondható, hogy az előre meghatározott rendszer szerinti fenntartható üzemelés nem élvez kiemelt prioritást a szállodaigazgatók körében. Ebből egyedül a wellness szállodák vezetősége kivétel, akik elsődleges helyen kezelik a fenntartható működést. A szakemberek fontosnak tartják a fogadótelepülés állapotának megőrzését és javítását, hiszen az nemcsak a szálloda integrációját segíti a helyi társadalomba, hanem közvetlenül hatással van arra a turisztikai desztinációra, melyben a szálloda működik, ez pedig kihat annak gazdasági teljesítményére is.

A résztvevők között egyetértés van abban a tekintetben, hogy jelenleg a környezetvédelmi stratégiák kidolgozása és megvalósítása élvez prioritást. A szakemberek elsődleges fontosságúnak tartják az energia- és vízgazdálkodást, a megtermelt hulladék szelektálását és minimalizálását. Kimondottan hangsúlyos ez esetben a központi vezetőség által alkotott vélemény, miszerint nem lehet meghatározni az egyes szállodák fenntarthatósági és környezetvédelmi stratégiájának elemeit és azok fontossági sorrendjét, mivel azok olyan változóktól függenek, mint a szálloda fogadótelepülésének adottságai, a szálloda mérete és profilja, a hotel vendégkör, valamint a beszállítók részvételi hajlandósága.

#### **4.3. Motivációk**

A fenntarthatósági és környezetvédelmi stratégiák megalkotásának motivációi több helyre vezethetők vissza. Elterjedt vélemény, hogy elsődlegesen a környezetvédelmet érintő tervek megvalósítása szükséges, mivel annak közvetlen hatása van a gazdasági teljesítményre. A válaszadók fontosnak tartják, hogy az energia- és vízgazdálkodás hatékonyságának javítása által jelentős megtakarítások érhetők el az üzemelés során, amit alátámaszt azok magas prioritása. Szintén kiemelt helyen szerepel az a vélemény, miszerint a környezetvédelmet célzó fejlesztések, legyen szó energetikáról, hulladékgazdálkodásról, a zajszennyezés mérsékléséről vagy környezetkímélő és újrahasznosított termékek beszerzéséről, nagyobb arányban részesülnek állami vagy uniós támogatásban, mint a gazdasági vagy társadalmi fenntarthatóságot célzó beruházások. Egységes az álláspont abban a tekintetben, hogy a környezetvédelmi fejlesztések elsődleges motivációja a költséghatékonyság és a költségtudatosság növelése. Ezt támogatja a szállodai intern marketing is, mely edukációs céllal szólítja meg a vendégeket az erőforrások megőrzése érdekében (például ritkább törölközőcsere, világítások lekapcsolása, ablakok zárva tartása).

A szállodai üzem során jelentős mennyiségű anyag és áru kerül feldolgozásra, illetve felhasználásra, amely a csoporttagok szerint indokolja a beszerzések különböző szempontok szerinti folyamatos felülvizsgálatát. Mindhárom csoportban egyhangúan egyetértettek a szakemberek abban, hogy az elsődleges beszerzési szempont a megvásárolt termék vagy szolgáltatás ár/érték aránya. A helyi termelők támogatása valamint a fenntartható forrásból származó termékek nem kapnak kiemelt figyelmet.

Összességében elmondható, hogy a fenntarthatósági és környezetvédelmi akciótervek és stratégiák kidolgozása és működtetése mögött nagyrészt gazdaságorientált szemléletmód húzódik meg.

A wellness szállodák esetében viszont a csoporttagok egyetértettek abban, hogy a fenntartható működésnek erős marketingértéke van. Csordás Imre, az Accent Hotels ügyvezető igazgatója szerint jelenleg is megtalálható a piacon egy olyan, főként Y és Z generációs vendégsegmens, melynek szállodaválasztási preferenciái között szerepel az adott szálláshely ökológiai lábnyoma vagy épp társadalmi felelősségvállalása. Véleménye szerint ez a trend az évtized második felében erősödni fog és globális szinten termékfejlesztéseket fog elindítani azáltal, hogy a kereslet egy olyan jelentős részét fogja képviselni, mely nem hagyható figyelmen kívül. Erre enged következtetni a nemzetközi szállodaközpontok, mint az IHG Green Engage, az Accor Planet 21, a Marriott 360 programja, vagy az online szállásközvetítők, mint a Booking.com Fenntartható szálláshely vagy a Tripadvisor Green Leaders rendszere.

#### **4.4. Megvalósítható akciók**

Az általános vélemény alapján a szállodák saját hatáskörben racionális ráfordítások mellett kötelesek olyan változtatásokat, fejlesztéseket végrehajtani, melyek kiküszöbölik a felesleges pazarlást, ezáltal csökkentve a környezeti terhelést és racionalizálva a költségeket. A központi vezetők közül álló csoport kiegészítette ezt annyival, hogy a fejlesztéseknek rentábilisnak kell lennie, a beruházásnak gazdaságilag is meg kell térülnie.

A csoportok által említett, a kikötéseknek megfelelő környezetvédelmi fejlesztések az alábbiak lehetnek:

- papírfelhasználás csökkentése,
- energiatakarékos eszközök beszerzése,
- gépek, berendezések üzem idejének csökkentése,
- megújuló energiaforrások használata,
- szelektív hulladékgyűjtés,
- komposztálás.

Ezen megvalósítható akciók tendenciózusan felmerülnek minden csoportnál, attól függetlenül, hogy az adott csoportban van-e az MSZÉSZ által minősített Zöld szálloda, vagy pedig az adott ház rendelkezik-e fenntarthatósági stratégiával.

A fenntartható működés érdekében a szállodák felelőssége nem kerül ki a fenti direkt fejlesztésekben, hanem szükséges a környezettudatos vendégkör megcélzása, a vendégek tájékoztatása és nevelése, valamint a stratégiai szintű gondolkodás is (Nagy-Keglovich & Happ, 2021).

Az összes fókuszcsoporthoz interjú során említésre kerültek a társadalmi felelősségvállalással kapcsolatos megvalósítható akciók is.

Megemlítésre került minden csoport esetén a közösségi önkéntesség, mely során céges szervezésű önkéntes tevékenységet végeznek a szállodában dolgozók, illetve a vállalati jótekonyság, amely karitatív célú céges adományokat takar. Többben kiemelték azon elhatározásukat, miszerint az Accent Hotels lánc tagjaként a szállodák a munkavállalókkal szembeni etikus magatartásukat kell, hogy folyamatosan szem előtt tartásuk. Ez a 21. századi CSR definíció egyik fontos eleme, mely a stakeholdereket helyezi a középpontba, és olyan gyakorlatokban nyilvánul meg, mely a munkavállalókkal szembeni megbecsülést, etikus viselkedést és munkakörülményeik folyamatos fejlesztését helyezi előtérbe (Steinbachné Hajmásky, 2020).

#### **4.5. Az elhanyagolt CSR**

A CSR-ról megosztották a vélemények még az egyes csoportokon belül is, ami arról árulkodik, hogy a téma ismertsége, valamint a szakemberek gondolatai jelentősen eltérnek egymástól. A fókuszcsoporthoz interjújuk mindegyike esetén érezhető volt a társadalmi felelősségvállalás jelentős háttérbe szorulása, ami az interjúkban résztvevők szerint három okra vezethető vissza.

Elsődlegesen a szállodát közvetlen érdekek fűzik a gazdaságilag fenntartható működéshez, ezáltal törvényszerű, hogy nyereségorientált entitásként minden döntése mögött a szubsztantív racionalitás elve érvényesül (Szikora, 2012).

A CSR ismertsége jóval elmarad a környezetvédelemtől, ami azt eredményezi, hogy az utóbbihoz kapcsolódó fejlesztések és beruházások esetén nagyságrendekkel könnyebb szellemi erőforrásokat társítani akár házon belülről is.

A szállodai szakemberek szerint a társadalmi felelősségvállalást érintő tevékenységek tartósan forrásigényesek, ami a jelenlegi szektorálisan tapasztalható forráshiányos helyzetben nem folytatható tartósan a hotel elsődleges gazdasági tevékenységének veszélyeztetése nélkül. Napjainkban a hazai szállodák számára a mindennapos operáció is kihívást jelent, ami nem teszi lehetővé azt, hogy a fenntartható működésre vonatkozó stratégiák kialakításával és gyakorlatba való átültetésével foglalkozzanak (Gyurácz-Németh et al., 2021).

Egybehangzó véleménye volt a csoportoknak, hogy a fenntartható működés társadalmi pillérének helyzete várhatóan még legalább az évtized végéig jelentősen háttérbe szoruló lesz a gazdasági és környezeti szempontokhoz képest.

#### 4.6. Akadályok, nehézségek

Minden csoport esetén felmerülő téma volt a fenntarthatósági stratégiák létrehozásának és megvalósításának akadályai. Visszatérő motívum a szakemberek eszmefuttatásakor a finanszírozási helyzet nehézsége, a központi és EU-s támogatások hiánya, valamint a tőkeellátottság hiánya, amik jelentősen megnehezítik a fenntartható működéshez szükséges dologi és nem dologi fejlesztések véghezvitelét.

### 8. táblázat: A fenntartható működés megvalósulásának akadályai

Akadály jellege	Szállodai vonatkozás
<i>A probléma fel nem ismerése</i>	A szállodai működés során nem kerülnek meghatározásra a kritikus pontok. Ok: Szakértelem hiánya. Példa: Gépészeti szakismeret hiányzik.
<i>Finanszírozási nehézségek</i>	A szektor a COVID válság során felélte tartalékjait, így nehézkes a forrásigényes beruházások finanszírozása.
<i>Támogatások hiánya</i>	Nincs elérhető megfelelő kormányzati vagy uniós támogatás a szálloda által meghatározott célok eléréséhez.
<i>Piac fejletlensége</i>	A magyar piac fejletlensége okán még nem képes gyökeres változásokat befogadni. Például: Húsmentes alternatívák használata, fogyatékkal élők alkalmazása.
<i>Szabályozói környezet elmaradottsága</i>	Jelentős adminisztrációs terhek, bürokrácia, elavult technológiai megoldások a kormányzati és önkormányzati szervezeteknél.

Forrás: Saját szerkesztés primer kutatás alapján

Több esetben a szervezeten belülről származó hibaként említették a problémák és fejlődési lehetőségek felismerési képességének hiányát, ami a szállodákban a meglévő személyzet leterheltségére, valamint az egyes részzakterületekre vonatkozó szakismeret hiányára vezethető vissza. Egyöntetű véleménye a felmérésben résztvevőknek, hogy ennek elsődleges megoldása a rendszeres továbbképzések alkalmazása.

Szintén kihívásnak élik meg a válaszadók a piac, valamint a szabályozói környezet elmaradottságát. A piac keresleti oldalról jelenleg nem képes jelentős változások befogadására, így nem csupán erőforrás, hanem időigényes is a változtatások átültetése a gyakorlatba.

Mindemellett a szabályozó (a helyi vagy a központi kormányzat) által megteremtett és alakított környezet jelentős adminisztrációs terhekkel, bürokratikus intézményrendszerrel és elavult technológiákkal hátráltatja a fenntartható működés érdekében implementálni szándékozott fejlesztéseket. Többben példaként említették meg a papír alapú számlázás, valamint könyvelési és számviteli beszámolók digitalizációját.

## 5. Következtetések

A tanulmány arra fókuszált, hogy vizsgálat alá helyezze a szállodai felsővezetők szemléletmódját, elvárásait és véleményét a szállodaüzem fenntarthatóságával kapcsolatban. A szakirodalmi források már jelentős mértékben érintették a szállodai fenntarthatóságot, valamint annak módjait, a környezetvédelmet, társadalmi felelősségvállalást és a fenntartható gazdasági működést. Ezen eredményeket jelentős részben alátámasztották a szállodaigazgatók körében végzett fókuszcsoportos kutatásom eredményei. Ebből elsősorban az az eredmény vonható le, hogy a fenntarthatóság, mint fogalom a szakmai körökben bizonyos ismertségre tett szert, viszont napjainkban még jelentős mértékben asszociálnak hallatán a környezetvédelemre, mely a fogalomkörnek pusztán egy szelete.

Megállapításra került, hogy a különböző típusú szállodák, valamint szállodalánc esetén a központi irányításban dolgozó kollegák prioritásai és motivációi rendszerint eltérnek egymástól, ám minden esetben észrevehető a törekvés a saját hatáskörükbe tartozó fenntarthatósági akciók véghezviteléről. Mindemellett a kutatás során fény derült arra, hogy a vizsgált szállodák nem rendelkeznek fenntarthatósági stratégiával, az általuk végrehajtott fejlesztések és kampányok pontszerű akciókként értelmezhetők, amiknek elsődleges motivációja a gazdasági fenntarthatóság biztosítása. A CSR, a társadalmi fenntarthatóság jelentős lemaradásban van mind ismertség, mind pedig a vele kapcsolatos tevékenység intenzitásának tekintetében is a gazdasági illetve környezeti fenntarthatóságtól. Ennek oka elsődlegesen a szakértelem hiányára, illetve pénzügyi okokra vezethető vissza. A kutatás során tisztázódott a fenntartható működést akadályozó tényezők sora is, melyek 5 kategóriába sorolhatók:

- probléma fel nem ismerése,
- finanszírozási nehézségek,
- támogatások hiánya,
- piac fejletlensége,
- szabályozói környezet elmaradottsága.

A téma időszerűsége okán további kutatásokat tervezek lefolytatni a szállodai társadalmi felelősségvállalás jelenéről és jövőjéről.

## Irodalomjegyzék

- Albert Tóth A. (2016). Fenntarthatóság és környezetvédelem a szállodaiparban. *Területfejlesztés és innováció*, 10(3), 16–29.
- Ásványi, K. & Chaker, H. (2021). A vendégek preferenciái a fenntartható szállodai attribútumokról. *Közép-Európai Közlemények*, 14(2), 83–105.
- Dávid L. (szerk.) (2007). *Turisztikai erőforrások: A természeti és kulturális erőforrások turisztikai hasznosítása*. Perfekt Gazdasági Tanácsadó, Oktató és Kiadó Zrt., Budapest.
- Gonda T. (2016). *A turisztikai termékfejlesztés elméleti alapjai*. PTE KPVK, Pécs.
- Gonda T. & Raffay Z. (2021). Környezettudatosak-e a hazai turisták? *Turizmus Bulletin*, 21(2), 4–14. <https://doi.org/10.14267/TURBULL.2021v21n2.1>

- Gyurác-Németh P., Hiezl K., Németh M. & Búr R. (2021). A fenntarthatóság gyakorlati működésének összefüggései a magyar szálloda szektorban. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 6(2), 25–37. <https://doi.org/10.15170/TVT.2021.06.02.02>
- Gyurác-Németh P., Hiezl K., Németh M. & Búr R. (2021). Szállodalánchoz tartozó és független szállodák fenntarthatósági gyakorlata közötti különbségek feltárása a magyar szálloda szektorban. *Comitatus: Önkormányzati Szemle*, 31(237), 56–61.
- Hajmász Gy. (2018). Társadalmi felelősségvállalás a magyarországi szállodákban – különös tekintettel a környezetvédelmi aspektusra. *TVT Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 3(3), 4–17.
- Kovács Gy. (2020). *A posztmodern turizmus fenntarthatóságának kérdései, a társadalmi felelősségvállalás vizsgálata a szálloda- és vendéglátóipar területén*. Doktori értekezés. Pécsi Tudományegyetem Természettudományi Kar, Földtudományok Doktori Iskola, Pécs. <https://pea.lib.pte.hu/bitstream/handle/pea/23571/kovacs-gyongyi-phd-2020.pdf> (Letöltve: 2022.10.02.)
- Lengyel-Molnár T. & Tóvári J. (2001). *Kutatásmódszertan*. Távoktatási tankönyv. Eszterházy Károly Főiskola, Médiainformatika Intézet, Eger.
- Lukács R., Tütümkov-Hrisztov J. & Grotte J. (2022). A hazai generációk, különös tekintettel a digitális bennszülöttek szállodaválasztási szokásai a fenntarthatóság és a digitalizáció mentén. *Turizmus Bulletin*, 22(4), 26–37. <https://doi.org/10.14267/TURBULL.2022v22n1.3>
- MSZÉSZ (2020). Trendriport - A hazai és nemzetközi szállodaipar teljesítményéről, 2020. január–augusztus. [http://www.hah.hu/files/4416/0248/6769/Trendriport\\_2020.\\_augusztus.pdf](http://www.hah.hu/files/4416/0248/6769/Trendriport_2020._augusztus.pdf) (Letöltve: 2022.10.02.)
- Nagy-Keglovich J. & Happ É. (2021). Vendégvélemények a zöld szállodai eszközök használatáról. *Turizmus Bulletin*, 21(1), 26–33. <https://doi.org/10.14267/TURBULL.2021v21n1.3>
- Sik D. & Szécsi J. (2021). A fókuszcsoport, mint módszer szerepe a szociális munkában. In Fábíán G. & Hegyesi, G. (szerk.), *A szociális munka elmélete és gyakorlata*. 7. kötet (pp. 236–257). MTA Szociológiai Tudományos Bizottság Szociális Munka Albizottság, Budapest.
- Sikó B. (2018). Környezetvédelem és felelősségvállalás a szállodaiparban – egy lehetséges új fókusz a hotelek üzemeltetésében. *Lépések*, 23(74), 9–11.
- Steinbachné Hajmász Gy. (2020). *A dolgozói elégedettség vizsgálata a belső CSR tevékenységek tükrében a Balaton régió négy- és ötcillagos szállodáinak bevonásával*. Doktori értekezés. Pannon Egyetem Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola, Veszprém. [https://gsdi.gtk.uni-pannon.hu/wp-content/uploads/2020/12/Doktori-ertekezes\\_Steinbachne-Hajmasy-Gyongyi.pdf](https://gsdi.gtk.uni-pannon.hu/wp-content/uploads/2020/12/Doktori-ertekezes_Steinbachne-Hajmasy-Gyongyi.pdf) (Letöltve: 2022.10.25.)
- Stipanuk, M. D. (1996). The U.S. Lodging Industry and the Environment: An Historical View. *Cornell Hotel and Restaurant Administration*, 37(5), 40–43. <https://doi.org/10.1177/001088049603700522>
- Szikora P. (2012). A racionalitás szerepe a vállalkozások fejlesztésében. In Nagy I. Z. (szerk.), *Vállalkozásfejlesztés a XXI. században* (pp. 179–200). Óbudai Egyetem, Keleti Károly Gazdasági Kar, Budapest.
- Internetes források:*
- Accor Hotel Group, Planet 21 Programme. <https://all.accor.com/gb/sustainable-development/index.shtml> (Letöltve: 2022.11.29.)
- KSH, A kereskedelmi szálláshelyek kapacitása szállástípusonként, havonta. [https://www.ksh.hu/statdat\\_files/tur/hu/tur0071.html](https://www.ksh.hu/statdat_files/tur/hu/tur0071.html) (Letöltve: 2022.11.29.)
- Marriott Hotel Group, Sustain 360. <https://serve360.marriott.com/> (Letöltve: 2022.11.29.)
- Intercontinental Hotel Group, Green Engage Programme. <https://www.ihg.com/content/us/en/about/green-engage> (Letöltve: 2022.11.29.)



MSZÉSZ, Zöld szálloda szekció. <https://www.hah.hu/palyazatok/zold-szalloda> (Letöltve: 2022.11.25.)

MTSZ, Paradigmaváltás, szemléletváltás, szemléletformálás. <https://magyarturisztikaiszovetseg.hu/2018/02/paradigmavaltasszemleletvaltas-szemleletformalas/> (Letöltve: 2022.11.28.)

## **Sportfogyasztási szempontú elemzés a Sopronban rendezett 2021-es Női Vízilabda Magyar Kupáról**

*Analysis of the Women's Water Polo Hungarian Cup 2021 Sopron from the Point of View of Sports Consumption*

**CSISZÁR Szabolcs János<sup>1</sup>**

PhD-hallgató (*PhD Student*)

Soproni Egyetem, Széchenyi István Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola (*University of Sopron, István Széchenyi Economics and Management Doctoral School - Hungary*)

**Dr. habil. PAÁR Dávid PhD<sup>2</sup>**

egyetemi docens (*Associate Professor*)

Soproni Egyetem, Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar (*University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics - Hungary*)

### **Absztrakt**

2021 decemberében került megrendezésre az újonnan felépített soproni Lőver Uszodában a Női Vízilabda Magyar Kupa négycsapatos döntője. A kutatásban az országos jelentőségű sporteseményre kilátogató nézők eseményhez kapcsolódó sportfogyasztási magatartását vizsgáltuk. Kérdőíves lekérdezéssel mértük fel a rendezvény két napja során a nézőközönséget. A statisztikai elemzés során leíróstatisztikát és kétváltozós statisztikai elemzéseket használtunk. Az esemény elsősorban a helybeli és környékbeli lakosok számára nyújtott kikapcsolódási lehetőséget, de vizsgáltuk a más településekről érkező szurkolók által generált idegenforgalmi hatásokat is. A felmérés tárgya volt továbbá az eseményhez kapcsolódóan a nézők költési hajlandósága a saját becslésük alapján, valamint az esemény pénzben kifejezett sportértéke.

*Kulcsszavak:* sportfogyasztás, vízilabda, sportturizmus, sportkiadások

*JEL-kódok:* D12, Z20, Z33

### **Abstract**

The Final of the Women's Water Polo Hungarian Cup 2021, involving four teams, was performed in December at the newly built Lőver Swimming Pool in Sopron. The subject of the research was the sports consumption attitude of fans visiting this sports event. During the two days of the event, we surveyed the spectators with questionnaires. We applied descriptive statistics and bivariate statistical analysis tools. The event created leisure opportunities primarily for local and regional inhabitants. Touristic impacts generated by fans arriving from different settlements were also taken into consideration. We analysed the willingness to pay of the visitors based on their own estimation. The sports value of the event was estimated in financial terms also.

*Keywords:* sports consumption, water polo, sports tourism, sports expenses

*JEL Codes:* D12, Z20, Z33

---

<sup>1</sup> csiszar.szabolcs5@gmail.com

<sup>2</sup> paar.david@uni-sopron.hu

## 1. Bevezetés, célok

A téma aktualitását a sportlétesítményekbe és sporteseményekbe történő állami beruházások társadalmi hasznosságának számszerűsíthetőségével kapcsolatos eszmecserék adják. 2015 márciusában indult el az országos jelentőségű Modern Városok Program, melynek egyik meghatározó eleme az új Lőver Uszoda megépítése, mely kitűnő lehetőséget adott a kérdés sokrétű vizsgálatára. Kutatásunk a sportlétesítmények társadalmi és gazdasági hasznosságát a nézői sportfogyasztási viselkedés aspektusából vizsgálja egy újonnan megrendezett, nemzeti jelentőségű sporteseményhez kapcsolódóan.

Az elmúlt néhány évben a sportcélú turizmus jelentős mértékben fejlődött Magyarországon és az elkövetkező évtized tekintetében további szignifikáns erősödés várható. A kormányzati támogatások hatására megrendezett nagyszámú, jelentős nemzetközi sportesemény komoly turisztikai vonzerőt jelentett az utóbbi időben, amelynek hatására a sporthoz kötődő beutazások száma lényegesen növekedett az elmúlt években. Jelen kutatás egy csupán nemzeti jelentőségű sportesemény elemzését tűzte ki célul, de azzal a nem titkolt szándékkal, hogy összehasonlíthatóvá tegye azt a nemzetközi hatású sporteseményekkel.

Egy verseny szervezési szakaszai nem csak a szigorúan vett előkészítés, lebonyolítás, utómunkálatok szakaszokból állnak, hanem a versenyből adódó rövid- és hosszú távú hatásokra való odafigyelés, utógondozás is fontos része a folyamatnak. Kutatások igazolják (András & Kozma, 2014; Flyvbjerg et al., 2016; Hover et al., 2016a; Hover et al., 2016b; Bene & Mór, 2017), hogy a nagy nemzetközi versenyeknek megfigyelhető pozitív társadalmi és gazdasági hatásai vannak. Ilyen hatás például a sport iránti attitűdváltozás, munkahelyteremtő hatás, turizmus-élénkítő hatás, nemzeti büszkeség erősödése, önkéntesség népszerűbbé válása stb. Ezek alapján célunk annak vizsgálata, hogy milyen formában és mértékben szolgálhatja egy kisebb, de országos jelentőségű sportrendezvény a maga sokrétű lehetőségeivel a társadalmi fejlődést, és hogyan nyilvánul meg elsősorban gazdasági hatása különös tekintettel a résztvevő nézők jóllétéhez való hozzájárulásra.

## 2. Szakirodalom bemutatása

Az ezredforduló óta eltelt időszakban a sporthoz kötődő turisztikai területek folyamatosan növekvő forgalommal jellemezhetők a világ fejlett országaiban. Ebben a trendben ugyan az elmúlt évek válságidőszakai (COVID-19, gazdasági és energetikai válság) megtorpanást hoztak, de ez időszakosnak tekinthető.

A sport és a turizmus összekapcsolásával kialakuló sportturizmus a 20. század második felétől hat jelentősen a fejlett országok gazdaságára és társadalmára. Az elmúlt évtizedekben a megnövekedett szabadidő, a társadalmi és gazdasági fejlődés, az egészségtudatos életmód elterjedése, a globalizáció és az információtechnológia térnyerése mind hozzájárultak ahhoz, hogy a világ e tekintetben is „kitáguljon”.

A sportturizmus a turizmus ágazat fejlődési dinamikáját meghaladó ütemben bővül, a gazdasági és társadalomtudományi szakemberek a jövőben is jelentős növekedési potenciált prognosztizálnak a sportturizmus aktív és passzív területein egyaránt. Ezt a tendenciát támogatják olyan társadalmi vagy gazdasági trendek, mint az egészség-tudatosság részeként a szabadidős sportolás szerepének erősödése; a sportágazat, mint innovatív gazdasági ágazat bővülése; vagy éppen az aktív utazások számának növekedése a fejlett világ országaiban (Dreyer, 2002; Ács et al., 2013; Bánhidi, 2015; Borbély & Müller, 2015; UNW-TO, 2020). A sportturizmus egyik kiemelt, és az utóbbi évtizedekben gyors ütemben fejlődő területe a sportrendezvényekhez kapcsolódó turizmus.

A sportrendezvények jelentős szerepet töltenek be nemcsak a nemzetgazdaságban és annak egyik legjelentősebb szektorában, a turizmusban, de az ország ismertségének növelésében,

imázsának alakításában is, továbbá társadalmi és környezeti hatásaik is számottevőek. Ebből következik, hogy a témával gyakran foglalkoznak a turizmuskutatók, a sportközgazdászok, a szociológusok és a politológusok is.

A hivatásos élsport napjainkban sportvállalkozások keretében, az üzleti világ része. A nemzetközi sport nagyrendezvények hatástanulmányai több esetben alátámasztják, hogy ezek az események megfelelő felkészültség és tudatos tervezés mellett a regionális fejlődés ösztönzésének kiváló eszközei lehetnek. Miközben a mega-sportrendezvények pozitív hatásainak jelentős a szakirodalma, addig a kisebb sportesemények vizsgálatával jóval kevesebben foglalkoznak.

A sportrendezvények hatásait többféleképpen csoportosíthatjuk: lehetnek közvetlen és közvetett, rövid, közép- és hosszú távú; társadalmi, környezeti, gazdasági és – kutatásunk témájához kapcsolódóan – turisztikai hatások. Az érintettek számára lehetnek kedvezőek vagy kedvezőtlenek, visszafordíthatóak vagy visszafordíthatatlanok. A hatások nemcsak a sportrendezvény ideje alatt jelentkeznek, de a felkészülés és az utómunkálatok ideje alatt is.

A sportesemények területén számottevő változás jellemző napjainkban. Ezek közé tartozik az élményre és szórakoztatásra fókuszáló szervezés elterjedése, amelyhez igazodva új versenysorozatok és formák jelennek meg. Ezek közé tartoznak az új multisport-események, ahol a rendezvény keretein belül több sportág eseményeit bonyolítják le egyidőben az adott desztinációban (mint például az Európa Játékok, Strand Világjátékok), de ilyenek az új extrém sport vagy éppen e-sport rendezvények is. Ezzel párhuzamosan jelentős ütemben növekszik a világ-események nézőinek száma (Bánhidi, 2018; Laflin, 2018).

Jellemzően a nemzetközi sportrendezvények szervezési jogáért több ország versenyez – bár a multisportesemények szervezési jogáért mutatott érdeklődés az utóbbi időben visszaesni látszik –, valamint a leginkább bejáratott sportverseny-sorozatok a világ több pontján is megjelennek (például az észak-amerikai profi kosárlabdliga és a spanyol labdarúgó kupa külföldi megjelenései Ázsiában, Európában, vagy az ATP sorozat elterjedése világszerte). A nemzetközi sportrendezvényeket szervező országok (2013-2026-os időszakot figyelembe vevő) TOP 20-as rangsorában két észak-amerikai és 12 európai állam mellett 4 ázsiai (Kína, Japán, Dél-Korea, Katar), egy dél-amerikai ország (Brazília), valamint Ausztrália is szerepel (Sportcal, 2019).

A sporteseményekhez kapcsolódó turizmus sajátosságai közé tartozik, hogy két fő célcsoportja motivációjában és jellemzőiben egymástól jelentősen eltér. Az egyik célcsoport a résztvevőké (mint a sportolók, delegáltak, megvalósítók stb.), akik utazásai jellemzőjük és motivációjuk alapján a hivatásturizmus körébe sorolandók, míg a másik csoport a nézőké (helyi, belföldi és külföldi nézők), akik turisztikai fogyasztása a szabadidős turizmus részeként értelmezendő (Standeven & de Knop, 1999; Lasztovicza & Béki, 2016). A nézők jelentette globális piac nagysága és annak gyors ütemű bővülése a nemzetközi sport- és gazdaságtudományi kutatások fókuszába helyezte ezen csoport jellemzőinek és fogyasztási szokásainak vizsgálatát (Bánhidi, 2018). A vizsgálatok alapján elmondható, hogy a nézők ma már elsősorban az élményszerzés motivációjával látogatják a rendezvényeket, így keresik a sporttól független turisztikai vonzerőket és szolgáltatásokat is.

Magyarország idegenforgalmi kínálatának középpontjában elsősorban nem a sportturizmus áll, de az elmondható, hogy az elmúlt években hazánkban is egyre jelentősebb figyelem irányul a sporthoz kötődő turisztikai irányzatok fejlesztésére (Sulyok & Magyar, 2014; MTÜ, 2017). A sportturizmus egyelőre azonban még nem tölt be olyan kiemelt szerepet, mint például a városlátogató, az egészség- vagy éppen a bevásárló turizmus. Az országos turisztikai forgalomban tapasztalható alacsony aránya mellett (2018-ban hazánkban a külföldi turisták által eltöltött éjszakák csak 1,6%-a kötődött sport jellegű motivációhoz) el kell mondani, hogy Magyarországon is azonosíthatók a fent bemutatott társadalmi és gazdasági trendek, amelyek alapján feltételezhető, hogy a hazai sporthoz kötődő turisztikai területek a jövőben is folytatják bő-

vülő tendenciájukat (Bánhidi, 2015; KSH, 2019a). Az ágazatban tapasztalható bővülést magyarázza, illetve támogatja több hazai társadalmi és gazdasági trend, valamint kormányzati döntés. A társadalmi trendek közül kiemelésre érdemes a lakosság körében tapasztalható, fokozódó hazai sportfogyasztás, valamint az emelkedő részvételi arány az egészségcélú szabadidős sportolásban (European Commission, 2014; Bánhidi, 2015; Kovács et al., 2015).

A hazai sportturizmus fejlesztésének fontos motorja az a kormányzati döntés, mely alapján 2010 óta stratégiai ágazatként kezelik a sportot, valamint az, hogy a terület prioritásként jelenik meg a különböző szintű turizmusfejlesztési stratégiákban. A kiemelt ágazatként kezelt sportszektor egyik fontos fejlesztendő eleme a nemzetközi sportesemények hazai helyszíneken történő lebonyolítása lett (Stocker & Szabó, 2017). Az ehhez is kapcsolódó sportinfrastruktúra-fejlesztés érintette a verseny és a szabadidő sport területét is, ezzel befolyásolva a sportturizmus passzív és aktív kínálati feltételeit. A versenysport infrastruktúrájának fejlesztése és a nemzetközi versenyek hazai környezetben történő megrendezéséhez nyújtott közvetlen állami támogatások megteremtették a lehetőséget a passzív sportturizmus fejlődésére. A kormányzati szándék eredményeként 2010-től jelentősen bővült a megpályázott és lebonyolított nemzetközi sportesemények száma, amelyek közé egyre magasabb presztízsű és szakmai színvonalú rendezvények kerültek. Ennek eredményeként elmondható, hogy Magyarország a világon 18., Budapest pedig a 3. volt a nemzetközi sportrendezvényeket szervező országok, illetve települések között (Sportcal, 2019).

Több szempontból is fordulópont volt a 2017-es év a hazai rendezésű nemzetközi sportesemények terén, hiszen ebben az évben haladta meg először a 100-at a támogatott rendezvények száma (113), illetve ekkor kerültek lebonyolításra olyan jelentőségű, méretű és nézettségű események, amelyeket korábban nem rendeztek hazánkban (Stocker & Szabó, 2017). Az év kiemelt eseményei közé tartozott a FINA (Nemzetközi Úszó Szövetség) Vizes Világbajnokság, a Győrben rendezett nyári Európai Ifjúsági Olimpiai Fesztivál (továbbiakban EYOF), a mogyoródi Forma-1 Magyar Nagydíj és a RedBull Air Race futamai, amelyek mellett további 14 Világ-, valamint 19 Európa-bajnokság került lebonyolításra hazánkban (többek között a Sárkányhajó Világbajnokság Szegeden, a Junior Öttusa Világbajnokság Székesfehérváron, vagy az U23-as Triatlon Európa-bajnokság Velencén). Ettől az időszaktól kezdődően a hazai sporttudományi, sportgazdasági szakirodalom is egyre nagyobb figyelemmel fordult a nemzetközi és nemzeti jelentőségű, hazai szervezésű sportesemények hatáselemzése irányába.

### **3. Alkalmazott módszerek**

A 2021. december 17-én és 18-án, Sopronban, az új Lóver Uszodában megrendezett Női Vízilabda Magyar Kupa Döntő nézőinek körében történt kérdőíves, papír alapú lekérdezés. A kérdőív több más, korábbi, hazai rendezésű, nemzetközi és nemzeti sportverseny esetében alkalmazott kérdéssor volt, mely a demográfiai kérdésblokk mellett (nem, életkor, település), tartalmazott egy kérdésblokkot a sporteseménnyel kapcsolatos sportfogyasztási viselkedésről (kivel és hány napon keresztül tekinti meg az eseményt, vesz-e igénybe és milyen szállást Sopronban az eseményhez kapcsolódóan, mennyit költ az eseményhez kapcsolódóan), valamint egy blokkot az esemény alternatív időtöltéseként jelentkező tevékenységekről (mit csinált volna ha nem a sporteseményen vesz részt ill. mennyit költött volna erre) és az egyéb helyi turisztikai látványosságok megtekintéséről is.

A kérdőíveket a kétnapos rendezvény alatt 224 fő töltötte ki, mely 41%-os kitöltési arányt jelent a teljes szurkolói létszám figyelembevételével.

A kérdőív adatbázisát Microsoft Excel program segítségével rögzítettük és kódoltuk, majd leíró statisztikai elemzéseket (átlag, medián, módusz, szórás, megoszlási viszonyszámok) valamint kétváltozós különbözőségvizsgálatokat (Mann-Whitney teszt) végeztünk el 5%-os szignifikanciaszint mellett, az IBM SPSS Statistics 28.0 elemző szoftver segítségével.

#### 4. Kutatási eredmények

A minta összetételének tekintetében elmondható, hogy a kitöltők nemi megoszlása kiegyenlített volt (53,2% férfi és 46,8% női kitöltő). A kitöltők átlagéletkora 38,93 ( $\pm 16,44$ ) év volt. A kitöltők túlnyomó többsége soproni lakos volt (62,8%). Ehhez hozzáadva a Sopron vonzáskörnyezetében található települések lakosait (13,1%) elmondható, hogy alapvetően a helyi lakosság képviseltette magát a rendezvényen. Egyéb dunántúli településről érkezett a válaszadók 13,1%-a, Budapestről 5,0%-a és más magyar településről 6,3%.

A válaszadók az esemény látogatása kapcsán megkérdezésre kerültek arról, hogy milyen társasággal érkeztek az eseményre (több válaszlehetőséget is megjelölhettek). Ez alapján 59,4%-uk jelölte meg a családot, rokonságot, 21,4%-uk az ismerősöket és barátokat, 8,5%-uk a sporttársakat. A nézők 15,2%-a egyedül érkezett a rendezvényre.

Egyértelműen megállapítható volt, hogy az esemény iránt fokozott érdeklődést mutatnak azok, akik valamilyen módon kötődnek a vízilabda sportághoz (maguk játszották korábban, családból üzte/üzi valaki stb.), mivel a nézők 59,2%-a számolt be sportági kötődésről, és csupán 40,8%-uk számít laikusnak.

A válaszadók 52,0%-a a kétnapos rendezvény mindkét napján részt vett, 48%-uk pedig csak az egyik napon (szombaton vagy vasárnap). A szombati versenynapot (elődöntők) a válaszadók 73,7%-a, a vasárnapit (kisdöntő és döntő) a válaszadók 77,7%-a tekintette meg.

A kutatás kulcsterületét jelentette a helyszíni szurkolók költségeinek számbavétele közvetlenül a sportesemény helyszínén ill. az eseményhez kapcsolódóan nem kimondottan a helyszínhez kötődően. A nézőknek az utazásra, szállásra, melegétekészésre, egyéb fogyasztásra (hidegétel, üdítő, kávé, cigaretta, alkohol stb.), sportszer- és sportruházat-vásárlásra továbbá egyéb célokra fordított kiadásait kellett megbecsülniük. Ezek átlagértékei és szórásait az 1. táblázat tartalmazza. Összesen átlagosan egy fő kiadása a sporteseményhez kapcsolódóan 15.300 Ft volt, melyből a legnagyobb tételt az utazási költségek és a szállásköltségek tették ki. Ugyanakkor fontos kiemelni, hogy a nézők csupán 28,1%-a költött utazásra (tehát ha jellemzően csoportosan jöttek ill. helyi lakosként érkeztek, akkor ez többségük esetében nem jelentkező tétel volt) és csupán 8,5%-uk költött szállásra (ami érthető, hiszen jellemzően helybeli lakosok látogatták a mérkőzéseket). Ugyanakkor kimagaslóan nagy arányban (62,5%) költöttek az egyéb fogyasztási kategóriára, amelybe a helyszíni büfében történő fogyasztási tételek tartoztak bele.

1. táblázat: A helyszíni nézők költségeinek átlaga és szórása kiadási tételenként

Kiadási tétel	Átlag (Ft)	Szórás (Ft)	Költéssel rendelkezők aránya
<i>Utazás</i>	5.162	21.715	28,1%
<i>Szállás</i>	4.437	24.199	8,5%
<i>Melegétekészés</i>	2.490	8.821	17,0%
<i>Egyéb fogyasztás (hidegétel, üdítő, kávé, cigaretta, alkohol stb.)</i>	2.448	5.185	62,5%
<i>Vásárlás (sportszer, sportruházat stb.)</i>	636	5.003	6,7%
<i>Egyéb</i>	22	334	0,4%
<b>Összesen</b>	<b>15.300</b>	<b>47.856</b>	-

Forrás: saját számítás

Szofisztikáltabb képet kapunk a költségek mértékéről akkor, ha az egyes kiadási tételek átlagait azok körében vizsgáljuk csak, akik rendelkeznek az adott költségi tétellel (2. táblázat). A legmagasabb kiadási tétel ebben az esetben a szállásdíjhoz kapcsolódik (a hétvége során átlagosan 38.556 Ft), de jelentős az utazási költségek tétele is. Nagyon kevesen

költöttek sportszer- és sportfelszerelés vásárlására a helyszínre kitelepült sportszerkereskedőtől ill. egyéb célú kiadással is csak egy fő rendelkezett, így ennél a két kategóriánál jelentősen megugrott az átlagérték az 1. táblázathoz képest. Az összes költségek mértéke ebben az esetben 18.323 Ft-ra emelkedett.

**2. táblázat: A költséssel rendelkező helyszíni nézők kiadási átlagai és szórásai**

Kiadási tétel	Átlag (Ft)	Szórás (Ft)
<i>Utazás</i>	15.429	34.159
<i>Szállás</i>	38.556	32.762
<i>Melegétkezés</i>	13.313	15.753
<i>Egyéb fogyasztás (hidegétel, üdítő, kávé, cigaretta, alkohol stb.)</i>	3.931	6.163
<i>Vásárlás (sportszer, sportruházat stb.)</i>	10.036	18.096
<i>Egyéb</i>	5.000	-
<b>Összesen</b>	<b>18.323</b>	<b>40.110</b>

Forrás: saját számítás

Az összes költségek tekintetében megvizsgáltuk, hogy találhatóak-e különbségek nemi alapon, ill. a sportághoz való kötődés alapján. Mivel az adatok nem normál eloszlást követtek, ezért a nem paraméteres Mann-Whitney tesztet alkalmaztuk, amely a mediánértékek összehasonlítását teszi lehetővé. Ennek ellenére az átlagértékeket is kiszámoltuk az egyes kategóriákhoz kapcsolódóan szórásukkal együtt (a magas szórások azonban jelzik, hogy az összehasonlított csoportok között nincsen különbség). A férfiak és nők, valamint a vízilabdához kötődő ill. nem kötődő nézők között nem találtunk szignifikáns különbséget összkiadásaik mediánja tekintetében (3. táblázat).

**3. táblázat: Nemi, ill. sportági kötődés alapján történő különbözőség-vizsgálat eredményei**

	Férfi	Nő	Nemek (MW)	Vízilabdás	Nem vízilabdás	Kötődés (MW)
<i>Átlag</i>	12.044	13.843	$\chi^2 = -0,230$ $p = 0,818$	17.341	12.498	$\chi^2 = 0,193$ $p = 0,847$
<i>Szórás</i>	33.462	36.064		55.651	33.858	
<i>Medián</i>	2.000	2.000		2.000	2.100	
<i>Módusz</i>	0	0		0	0	

Forrás: saját számítás

A kutatás fontos célja volt az, hogy sikerüljön megállapítani, vajon a sportesemény önmagában generál-e többletköltségeket az egyének adott hétvégére eső kiadási szerkezetében. Azaz ha a sportesemény helyett valamilyen alternatív időtöltési lehetőséget választottak volna maguknak a válaszadók, akkor kevesebbet költöttek volna-e a hétvége során, szemben a sporteseményhez kapcsolódó költségükkel. Az átlagos 15.300 Ft-os, sporteseményhez kapcsolódó hétvégi költséssel szemben más időtöltéssel kapcsolatosan a válaszadók saját bevallásuk szerint csupán 5492 Ft-ot ( $\pm 17.427$  Ft) költöttek volna, amely átlagosan 9.918 Ft ( $\pm 44.679$  Ft) egyéni többletköltséget jelent.

A sportesemény szurkolók számára képviselt hasznosságát a fizetési hajlandóság módszerével igyekeztünk forintosítva kifejezni. A módszer lényege, hogy a válaszadónak az adott termékkel vagy szolgáltatással kapcsolatos rezervációs árát kell megbecsülnie, amely aztán összevethetővé válik az azért ténylegesen fizetendő árral. Az összehasonlítás következtében pedig meghatározhatóvá válik az is, hogy keletkezik-e fogyasztói többlet, avagy sem.

Esetünkben a termék, amelynek rezervációs árát a válaszadóknak meg kellett becsülniük az egynapos ill. a kétnapos belépők voltak. A valóságban csak nap napra szóló belépők kerültek értékesítésre (1.000 Ft-os egységáron), azonban ez alapján a kétnapos belépő esetében ennek kétszeresével (2.000 Ft) számoltunk. A válaszadók rezervációs ára az egynapos jegyek esetében 2.687 Ft ( $\pm 2.338$  Ft), a kétnapos jegyek esetében 4.884 Ft ( $\pm 4.471$  Ft) volt. Azaz a szurkolók több, mint kétszeresre értékelték az esemény belépőinek értékét ahhoz képest, amennyit azért fizetniük kellett, vagyis jelentős fogyasztói értéktöbblet keletkezett.

A fizetési hajlandóság esetleges különbségeit szintént teszteltük nemenként és a vízilabdához való kötődés alapján (4. táblázat, 5. táblázat). Mivel ebben az esetben sem normál eloszlás következett a rezervációs árak adatai, ezért a Mann-Whitney tesztet futtattuk, amely sem a nemek, sem a vízilabdás kötődés tekintetében nem mutatott különbségeket a csoportok között az egynapos és a kétnapos jegyek tekintetében sem.

**4. táblázat: Különbségek az egynapos belépőjegy fizetési hajlandóságában**

	Férfi	Nő	Nemek (MW)	Vízilabdás	Nem vízilabdás	Kötődés (MW)
<i>Átlag</i>	2.620	2.700	$\chi^2 = -0,230$ p = 0,818	2.697	2.647	$\chi^2 = -0,472$ p = 0,637
<i>Szórás</i>	1.883	2.790		2.583	1.942	
<i>Medián</i>	2.000	2.000		2.000	2.000	
<i>Módusz</i>	1.500	2.000		1.500	2.000	

Forrás: saját számítás

**5. táblázat: Különbségek a kétnapos belépőjegy fizetési hajlandóságában**

	Férfi	Nő	Nemek (MW)	Vízilabdás	Nem vízilabdás	Kötődés (MW)
<i>Átlag</i>	4.682	5.033	$\chi^2 = 0,232$ p = 0,817	4.987	4.702	$\chi^2 = -0,146$ p = 0,884
<i>Szórás</i>	3.264	5.605		5.047	3.522	
<i>Medián</i>	3.850	4.000		4.000	4.000	
<i>Módusz</i>	3.000	3.000		3.000	3.000	

Forrás: saját számítás

## 5. Következtetések

Az eredmények alapján a Sopronban első alkalommal megrendezésre kerülő Női Vízilabda Magyar Kupa négy csapatos döntője nemzeti jelentőségéből fakadóan kizárólag a magyar nézők, ezen belül is a helybeli és Sopron környéki lakosok számára szolgált kikapcsolódási lehetőségként. A helyi lakosok esetében is elsősorban pedig családi programként tekinthetünk az eseményre, amely akár több generáció számára is élvezetes, közös kikapcsolódási lehetőségként szolgált. Annak ellenére, hogy a vízilabda az egyik legnépszerűbb és legeredményesebb magyar sportág, a nézők között mégis nagyobb arányban vannak jelen azok, akik valamilyen módon kötődnek a sportághoz, azaz nem lehet azt mondani, hogy a laikus sportkedvelő nézők olyan számban vettek volna részt az eseményen, ami önmagában is jelentős nézettséget jelentett volna. Ez talán annak fényében egyébként érthető, hogy Sopronban a vízilabda egy viszonylag újkeletű sportágnak számít, hagyományai közel sem olyan régiak, mint akár a kosárlabdáé, akár a labdarúgásé, így talán érthető, hogy a helyi sportközéletben még nem igazán ismert, illetve vonzó egy ilyen esemény.

A helyszíni szurkolók közül a legtöbben az uszodai büfében kapható termékekre költöttek, a válaszadók közel kétharmada, azonban ebben a kiadási tétel kategóriában az átlagos költségek meg sem közelítették a szállás vagy éppen az utazási költségek mértékét. Ugyanakkor ez utóbbiakra jóval kevesebben – elsősorban a nem soproni illetőségű vendégek – költöttek. A



kiadási tételek ilyen jellegű struktúrája jól magyarázható a helyszíni nézők települési jellemzőivel. Két 2019-es hazai rendezésű világesemény magyar szurkolóinak adataival összevetve több jelentős eltérést is tapasztalhatunk (bár a két esemény jellegében különbözik, de mivel mindkét esetben a magyar szurkolókról van szó, ezért az összehasonlítás mindenképpen érdekes). Az Asztalitenisz VB-n a jelen kutatásban is vizsgált kiadási tételek közül az utazási költségek részaránya és a sportszerek, sportfelszerelések vásárlási kiadásai voltak a legjelentősebbek, ugyanakkor a helyszíni büfés költségek ezekhez képest jóval kisebb részarányt képviseltek (Laczkó et al., 2020). Ezzel szemben a Kajak-kenu VB-n a hazai nézők költési struktúrájában a helyszíni étkezési költségek sokkal dominánsabbak voltak (12,2%), ahogyan a szállásköltségek is (19,8%) (Laczkó&Stocker, 2020).

Az eseményre – abból adódóan, hogy első alkalommal került megrendezésre Sopronban – meglehetősen alacsony áron lehetett jegyeket váltani. Ez be is igazolódott a fizetési hajlandóság felmérése kapcsán is, ugyanis a nézők jóval magasabbra értékelték az esemény értékét (pénzben kifejezett hasznosságát) annál, mint amennyit ténylegesen fizetni kellett érte. Ilyen értelemben számukra egy jelentős fogyasztói többlet realizálódott, ami egyfelől tekinthető ebben az esetben egyfajta közszolgáltatásként, másfelől pedig potenciálisan rávilágít arra, hogy a jövőben hasonló rendezvény esetében magasabb jegyárak is kialakíthatóak lesznek, amely javítani tudja az esemény profitabilitását és pénzügyi fenntarthatóságát.

Sem a kiadások, sem pedig a fizetési hajlandóságok tekintetében nem lehetett különbséget megállapítani a férfiak ill. a nők, továbbá a vízilabdás kötődésű ill. laikus nézők között. Ez talán némiképp meglepő eredmény, hogy ha figyelembe vesszük azt, hogy általában a férfiak sportköltési hajlandósága magasabb, mint a nőké (Paár, 2013), továbbá feltételezzük, hogy egy szurkoló számára – amennyiben abban ő maga vagy valamely közeli hozzátartozója aktív vagy aktív volt – magasabb értéket képvisel és fontosabb lehet, mint egy egyszerű sportkedvelő számára. A kutatásban mindenképp limitációt jelent az, hogy a költségek mértéke az egyes válaszadók szubjektív megítélésén alapult, amely torzításokat hordozhat magában. Ezzel együtt azonban mindenképpen szükséges akár az ilyen nemzeti, akár a lokális vagy nemzetközi jelentőségű sportrendezvények passzív sportfogyasztóinak viselkedését elemezni, ugyanis így lehet egyfelől valós képet kapni arról, hogy milyen mértékű – helyszíni fogyasztókhoz kapcsolódó – gazdasági hatásokat képes generálni egy ilyen rendezvény. Továbbá azért is fontos ez, mert ha a helyszíni fogyasztók szurkolói viselkedését megismerjük, akkor lehet számukra kedvezőbb értékajánlatokat nyújtani ill. az események vonzerejét fokozni.

## Irodalomjegyzék

- Ács, P., Stocker, M., & Oláh, A. (2013). The determination of economic and public health benefits achievable by increasing regular physical exercise. *Applied Studies in Agribusiness and Commerce*, 7(1), 5–13. <https://doi.org/10.19041/APSTRACT/2013/1/1>
- András K. & Máté T. (2017). Nemzetközi sportrendezvény, mint városfejlesztési ösztönző: Európai Ifjúsági Olimpiai Fesztivál 2017 hatásai, és Győr lehetőségei. In Karlovitz J. T. (szerk.), *Társadalom, kulturális háttér, gazdaság* (pp. 78–83). International Research Institute s.r.o. Komárno. <https://doi.org/10.18427/iri-2016-0010>
- András K. & Kozma M. (2014). A nagy nemzetközi sportesemények gazdasági hatásai. In Lukovics M. & Zuti B. (szerk.): *A területi fejlődés dilemmái* (pp. 105–120). SZTE Gazdaságtudományi Kar, Szeged.
- Bánhidi M. (2018). A nemzetközi sportturizmus területén végzett kutatások elemzése sporttudományi megközelítésben. In Szabó T., Bánhidi M. & Szóts G. (szerk.), *A sportturizmus gazdasági és társadalmi kérdései Magyarországon* (pp. 9–36). Magyar Sporttudományi Társaság, Budapest.
- Bánhidi M. (2015). Sportturisztikai termékek. In Laczkó T. & Bánhidi M. (szerk.): *Sport és egészség-turizmus alapjai* (pp. 47–75). PTE ETK, Pécs.

- Bene Á. & Móré M. (2017). Egy világméretű sportesemény, a 2017 Vizes Világbajnokság néhány társadalmi aspektusa a jövő managereinek szemszögéből a felkészülési időszakban. *International Journal of Engineering and Management Sciences*, 2(4). 40–59.  
<http://dx.doi.org/10.21791/IJEMS.2017.4.4>.
- Borbély A. & Müller A. (2015). *Sport és turizmus*. Campus Kiadó, Debrecen.
- Dreyer, A. (2002). *Tourismus und Sport. Wirtschaftliche, soziologische und gesundheitliche Aspekte des Sport-Tourismus*. Springer Fachmedien, Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-663-09049-6>
- European Commission, Directorate-General for Education, Youth, Sport and Culture (2014). *Sport and physical activity: report*. Special Eurobarometer 412. Publications Office.  
<https://doi.org/10.2766/73002>
- Flyvbjerg, B., Allison, S. & Budzier, A. (2016). The Oxford Olympics Study 2016. Cost and Cost Overrun at the Games. *Saïd Business School WP 2016-20*. <https://ssrn.com/abstract=2804554> (Letöltve: 2022.10.25.) <https://doi.org/10.2139/ssrn.2804554>
- Hover, P., Dijk, B., Breedveld, K., van Eekeren, F. & Slender H. (2016a). *Integrity & sport events*. Position paper. Utrecht: Mulier Institute/Utrecht University.
- Hover, P., Dijk, B., Breedveld, K., van Eekeren, F. & Slender, H. (2016b). *Creating social impact with sport events*. Utrecht: Mulier Institute/Utrecht University.
- Kovács A., Paár D., Elbert G., Welker ZS., Stocker M. & Ács P. (2015). *A magyar háztartások sportfogyasztási szokásainak felmérése*. PTE ETK, Pécs.
- KSH (2018a). Tájékoztatósi adatbázis, A Magyarországra tett külföldi utazásokhoz kapcsolódó kiadások. [https://statinfo.ksh.hu/Statinfo/QueryServlet?ha=GH2A01\\_W](https://statinfo.ksh.hu/Statinfo/QueryServlet?ha=GH2A01_W) (Letöltve: 2022.10.30.)
- KSH (2018b). Tájékoztatósi adatbázis, Magyarországra tett külföldi utazások főbb mutatói. [https://statinfo.ksh.hu/Statinfo/QueryServlet?ha=GH2A02\\_W](https://statinfo.ksh.hu/Statinfo/QueryServlet?ha=GH2A02_W) (Letöltve: 2022.10.30.)
- Laczkó T. & Stocker M. (2020). A 2017. évi hazai rendezésű nemzetközi sporteseményekre érkező külföldi turisták fogyasztásának nemzetgazdasági hatásai. *Turizmus Bulletin*, 20(2), 22–32.  
<https://doi.org/10.14267/TURBULL.2020v20n2.3>
- Laczkó, T. & Stocker, M. (2020). Economic impact and consumer behavior of domestic spectators in two major international sport events organized in Hungary in 2019. *Studia Universitatis Babeş-Bolyai Educatio Artis Gymnasticae*, 65(2), 5–17. [https://doi.org/10.24193/subbeag.65\(2\).10](https://doi.org/10.24193/subbeag.65(2).10)
- Laczkó, T., Ács, P., Stocker, M. & Paár, D. (2020). Consumption habits and economic impact of Liebherr 2019 ITTF World Table Tennis Championships. *International Journal of Racket Sports Science*, 2(2), 37–46. <https://doi.org/10.30827/Digibug.65362>
- Laflin, M. (2018). *The Explosion of International Sport Events*. Sportcal. [https://www.sporteventdenmark.com/wp-content/uploads/2018/01/2\\_mike-laflin-gsi-sportcal.pdf](https://www.sporteventdenmark.com/wp-content/uploads/2018/01/2_mike-laflin-gsi-sportcal.pdf) (Letöltve: 2022.12.21.)
- Lasztovicza D. & Béki P. (2016). A sport és a turizmus kapcsolata, a sportturizmus fogalmi rendszere. *Testnevelés, Sport, Tudomány*, 1(1), 39–50. <https://doi.org/10.21846/TST.2016.1.4>
- MTÜ (Magyar Turisztikai Ügynökség) (2017). *Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030*. [https://mtu.gov.hu/documents/prod/mtu\\_strategia\\_2030.pdf](https://mtu.gov.hu/documents/prod/mtu_strategia_2030.pdf) (Letöltve: 2022.11.02.)
- Paár D. (2013). *A magyar háztartások sportfogyasztásának gazdasági szempontú vizsgálata*. Doktori értekezés. Nyugat-magyarországi Egyetem, Sopron. <http://doktori.uni-sopron.hu/id/eprint/405/> (Letöltve: 2022.12.11.)
- Sportcal (2019). *Global Sports Impact Report 2019*. Sportcal Global Communications, London.
- Standeven, J. & De Knop, P. (1999). *Sport tourism*. Human Kinetics Europe, Leeds.
- Stocker M. & Szabó T. (2017). *A hazai sportirányítás szerepe és tevékenysége a kiemelt hazai sportesemények esetében*. In Szmodis M. & Szóts G., *A sportirányítás gazdasági kérdései* (pp. 56–77). Magyar Sporttudományi Társaság, Budapest.

Stocker M. & Boda Gy. (2018). A sportszektor gazdaságdinamizáló hatása. *Magyar Sporttudományi Szemle*, 19(75), 79.

Sulyok J. & Magyar Zs. (2014). Az aktív turizmus helyzete Magyarországon. Fókuszban a kerékpározás és a természetjárás. *Turizmus Bulletin*, 16(3-4), 15–26.

## **A könyvviteli szolgáltatási szakma megítélése. Összehasonlító elemzés a 2020. és 2022. évek felmérése alapján**

*Perception of the Bookkeeping Services Profession. Comparative Analysis Based on the 2020 and 2022 Surveys*

### **Dr. VERESS Attila PhD**

egyetemi docens (*Associate Professor*)

Budapesti Gazdasági Egyetem Alkalmazott Tudományok Egyeteme, Pénzügyi és Számviteli Kar  
(*Budapest Business School University of Applied Sciences, Faculty of Finance and Accountancy - Hungary*)

### **Dr. SIKLÓSI Ágnes PhD**

egyetemi docens (*Associate Professor*)

Budapesti Gazdasági Egyetem Alkalmazott Tudományok Egyeteme, Pénzügyi és Számviteli Kar  
(*Budapest Business School University of Applied Sciences, Faculty of Finance and Accountancy - Hungary*)

### **Dr. SISA Krisztina A. PhD**

főiskolai docens (*College Associate Professor*)

Budapesti Gazdasági Egyetem Alkalmazott Tudományok Egyeteme, Pénzügyi és Számviteli Kar  
(*Budapest Business School University of Applied Sciences, Faculty of Finance and Accountancy - Hungary*)

### **Absztrakt**

Kutatásunkban a számviteli szolgáltatási szakma szereplőinek helyzetét vizsgáljuk, kiemelten a digitalizáció miatti változásokra. Empirikus kutatásunkban a kérdőíves lekérdezés módszerével elemeztük a könyvelői szakmában dolgozók helyzetét több különböző területen. A többlépcsős kutatási folyamat jelen fázisában összehasonlító elemzést készítettünk a 2020. és 2022. években kapott válaszok alapján. Tanulmányunk több mint ezer könyvelő által kitöltött kérdőív alapján készített empirikus vizsgálatunk eredményeit összegzi, mely szerint a könyvelő szakma az országos átlagnál magasabb fizetést, gyors elhelyezkedést, kiszámítható karrier utat és egy szerethető életpályát kínál, éppen ezért a könyvelő szakma és ezen belül kiemelten a mérlegképes könyvelői végzettség igen vonzó a pályaválasztók és a pályakorrekció előtt állók számára.

*Kulcsszavak:* számvitel, számviteli szolgáltatás, digitalizáció

*JEL-kódok:* M41, M40, M49

### **Abstract**

In our research, we examine the situation of the actors in the accounting service profession, focusing on the changes due to digitalization. In our empirical research, we analyzed the situation of people working in the accounting profession in several different areas using the questionnaire survey method. In the current phase of the multi-stage research process, we prepared a comparative analysis based on the answers received in 2020 and 2022. Our study summarizes the results of our empirical investigation based on a questionnaire filled out by more than a thousand accountants, according to which the accounting profession offers a higher salary than the national average, quick employment, a predictable career path and a lovable life path. That's

why the accounting degree is very attractive to those choosing a career and those facing career correction.

*Keywords:* accounting, accounting services, digitalization

*JEL Codes:* M41, M40, M49

## 1. Bevezetés

A korábbi ipari forradalmak idején az automatizálás, illetve a folyamatok, feladatok gépesítése mindig egy szektorra koncentrált, amely felgyorsította a felszabadult munkaerő szektorok közötti vándorlását. Ennek a munkaerőfluktuációnak a következtében a munkavállalók a gyárból, termelő szektorból a szolgáltató ipar felé vették az irányt. A negyedik ipari forradalom idején már más a helyzet, hiszen az információtechnológia hatása minden iparágat érintő változásokat generál. Ennek végső konklúziójaként a munkaerőpiaci szereplők a különböző szektorok munkaerőigényének drasztikus csökkenését prognosztizálják. Az elmúlt években megfigyelhető piaci trend mind a számviteli szakma, mind a gazdasági oktatás területén a könyvelői szakma, a könyvelői munka átalakulása, melyet elsődlegesen a digitalizáció felgyorsulása generált. Számos publikáció (Balogh et al., 2019; Byrne et al., 2012; Sisa et al., 2020; Kokina & Blanchette, 2019) vizsgálja a számviteli szakma jövőjét,

A digitalizáció és az automatizáció egyre nagyobb térnyerésének hatására a szakma jelenlegi résztvevőit és a potenciális szereplőit egyaránt foglalkoztatja a számviteli szakma, szűkebben a könyvviteli szolgáltatás jövője. A számvitel szakma oldaláról jelentkező fő kérdés az, hogy vajon szükség lesz-e a könyvelők munkájára, illetve milyen könyvelői feladatok kerülnek előtérbe, továbbá „hogyan érzik magukat” a könyvelők ebben a munkakörben, mennyire nyitottak a változásokra, kihívásokra.

## 2. A kutatás elméleti kerete

### 2.1. Rövid történeti kitekintés, a középkortól az automatizáció küszöbéig

A számvitel világában az egyik első lényeges mérföldkőnek a 795-ös év számít, Nagy Károly frank király uralkodásának ideje. A kezdetleges mérleget neki tulajdonítjuk, hiszen 795-ben jogszabályi keretek közé foglalta a királyi kancellária számára, hogy év végi zárlati jelentést kell készíteni, amelyre egy megadott keretek között elkészített mintamérleg áll rendelkezésükre. Ez gyakorlatilag egy vagyonynyilvántartásnak felelt meg (Sinka, 2014).

A kettős számvitel kialakulásának első bizonyítékaként az 1340-ből származó genovai főkönyvet tekintjük. Ezekon a főkönyveken az állam bevételeit, adósságait tartották nyilván, és már ebben a főkönyvben is külön bontották az adó kintlévőségeket, a bírságokat, kölcsönöket, amely egyértelműen hasonlít a kettős könyvelés jelenlegi külsőjére (Sztanó, 2019).

A XIII. század elején a velencei kereskedők már vezettek nyilvántartást a gazdasági folyamataikról. Ezek a nyilvántartások gyakorlatilag a mai egyszeres könyvvitelnek felelnek meg. Ahogy fejlődött a kereskedelmi tevékenység, úgy lett igény részletesen nyilvántartásokra. Ekkor alakult ki a kettős könyvvitel az elkészített nyilvántartásokban (Sztanó, 2019).

A kettős számvitelt a számvitel atyjához, Luca Pacioli velencei szerzetes nevéhez kötjük mai napig, aki 1494-ben elsőként írta le egységesen, összefoglalóan a kettős számvitelről ismert információkat a *Summa de Arithmetica Geometria, Proportioni et Proportionalita* című művében. A könyv utolsó fejezete foglalkozik a könyvvittel, amely a „Kettős könyvelés és az írásos dokumentumok” címet kapta. A szerzetes ebben írta le a kettős könyvelés szabályait és a mérleg összeállítás alapjait (Barancsuk, 2016).

Bár Luca Paciolit hívjuk a kettős könyvvitel atyjának, mégis számottevő információ áll rendelkezésre arról, hogy Benedetto Cotrugli 1458-ban elsőként írt a könyvvitelről, viszont könyve csak 1573-ban jelent meg nyomtatásban.

A XV. és XVI. században hatalmas fejlődésen ment keresztül a kereskedelem, amelynek következtében újabb és újabb igények merültek fel a könyvvittel szemben. Fontossá vált az üzemgazdasági szemlélet, magába foglalva az önköltség számítást, költségek megfigyelését, amelyet főképp statisztikai számításokkal tudtak nyomon követni (Sztanó, 2019).

A törvényalkotás fejlődésével, a számviteli szabályozások is fejlődésnek indultak. Elsőként 1794-ben Poroszország *Általános Jog* című törvényében fogalmazták meg a kötelező mérlegkészítést, melyben szigorúan vették annak elmulasztásának következményeit is (Sinka, 2014).

Ahogy az *Általános Jog* törvényében olvasható: „*Egy kereskedő, aki vagy egyáltalán nem vezet szabályos könyvelést, vagy az évente legalább egyszer kötelezően elkészítendő vagyonszámvetést elmulasztja elkészíteni, és ezáltal nem ismeri saját helyzetét, egy esetleges fizetési képességénél, mint gondatlan bankárt, megbüntetik.*” (Sinka, 2014)

Magyarországon az 1875. évi XXXVII. kereskedelmi törvény írta elő a mérleg és a leltár készítését. Majd ezt követően 1925-ben jelent meg egy pénzügyminiszteri rendelet (7000/1925.), amely magába foglalta a kereskedői mérleg valódiságának kérdéseit (Borbély, 2017).

A mai digitalizált világban szinte elképzelhetetlennek tűnik, hogy – nem is olyan rég – a könyvelő elődjünk átírási technikával másolták naplókba a számlabevitelt. Ezeket az akkor főkönyvi kartonoknak nevezhetjük. Az átírási technika a gyakorlatban úgy nézett ki, hogy egy fémtáblára (evolutra) helyezték a naplót, majd egy indigó segítségével átírták az adott főkönyvi naplót, amit egy papír leszorítóval helyeztek az indigó fölé. Ez a technika lehetővé tette mind a számlasoros, mind az idősoros könyvelési folyamat végzését.

1947. január 1-én jelent meg Magyarországon az első kötelező számlakeret. Hazánkban egészen addig nem volt egy egységes kötelezően használandó számlakeret.

1954-ben jelent meg az a pénzügyminiszteri rendelet, amely meghatározta a vállalatok mérlegbeszámolójának tartalmát. Ebben fogalmazták meg a számvitel legfőbb céljaként a tervek teljesítésének mérését, illetve az erről szóló részletes adatszolgáltatást (Sztanó, 2019).

Később ezt a folyamatot automatizálták, elsősorban írógépek használatával, majd a számítógépek elterjedésével megjelentek a könyvelő-automaták. Ekkoriban még nagyon kezdetleges manuális-mechanikus berendezések voltak, de nem sokkal később megjelentek az elektromechanikai áttétellel működő eszközök (Sinka, 2014).

Látható, hogy hány évszázad kellett ahhoz, hogy kialakuljon a mai értelemben vett könyviteli szolgáltatás. A papíralapú könyvelést mára szinte teljesen kiszorította a számítógép, hiszen a rögzítési folyamat, a bevallás, beszámolóképzési tevékenység teljesen elektronikusan működik, illetve mára a különböző hatóságokkal való kapcsolattartás is szinte kizárólag online, telefonon történik.

Jelenleg a negyedik ipari forradalom világát éljük (Fülöp et al., 2022). Egyre könnyebben tudunk élni a számítógépek adta lehetőségeinkkel. Mára egy jól beprogramozott szoftver komoly munkafolyamatokat képes elvégezni közvetlen emberi közreműködés nélkül. A digitalizáció felgyorsulásával megjelentek különböző adattároló, tárhelyfigyelő programok, alkalmazások, amelyek mesterséges intelligencia segítségével tudják megkönnyíteni a mindennapi munkát. Több program képes ennek segítségével vevő-, szállítói importra, a könyvelői programban levő nyitott vevő-szállító analitika alapján egy megfelelő banki formátumból banki mozgások könyvelésére. A közleményben hivatkozott számla, partner név, esetleg a végösszeg alapján a program képes megtalálni, hogy adott banki tranzakció pontosan melyik számlaki-egyenlítéshez köthető, illetve képes megjegyezni, hogy egy utalást adott közleménnyel mely főkönyvi számra kell könyvelni. Más program képes a tárhelyre érkezett hivatalos leveleket

letölteni külön céges mappákba, archiválni, szelektálni. Összességében megállapítható, hogy a hagyományos könyvelői feladatok közül az adatrögzítő feladat jelentősen leegyszerűsödött, hiszen a jelenlegi szoftverek képesek ezt a rendszeresen ismétlődő, monoton munkafolyamatot maguk is elvégezni. A számviteli szakma digitalizációja több hazai és nemzetközi tanulmány tárgyát képezi, komoly kihívások elé állítva az érintetteket (Quattrone, 2016; Knudsen, 2020).

## **2.2. Számviteli versus könyvviteli szolgáltatás**

A 2000. évi C. törvény a számvitelről (továbbiakban: Szt.) definiálja a számviteli szolgáltatási tevékenységet, amely szerint a szolgáltatás e törvényben, továbbá a kapcsolódó kormányrendeletekben előírt könyvvezetési, beszámolóképzési kötelezettség teljesítése érdekében elvégzendő feladatok összességét (együttesen könyvviteli szolgáltatás) és a könyvvizsgálati tevékenységet jelenti.

A könyvviteli szolgáltatás körét a 2000. évi C. törvény a számvitelről VIII. fejezet 150. paragrafusának (2) bekezdése részletesen leírja. A törvény rendelkezései szerint könyvviteli szolgáltatás körébe tartozik különösen:

*„a) a számviteli politika, a könyvviteli elszámolás, a beszámolóképzés rendszerének, módszereinek kialakításával (ideértve a belső információs rendszer kialakítását is), a számlarend, a könyvvezetéshez, a beszámolóképzéshez szükséges szabályzatok elkészítésével, rendszeres karbantartásával kapcsolatos feladatok ellátása, beleértve a főkönyvi nyilvántartások vezetését, az összesítő feladások készítését, a beszámoló összeállítását, a beszámolóban, a könyvviteli nyilvántartásokban szereplő adatok elemzését, a gazdasági döntéseket megalapozó következtetések levonását is,*

*b) az elszámolások, a beszámolóban szereplő adatok jogszerűségének, szabályszerűségének, megbízhatóságának, bizonylatokkal való alátámasztottságának, a számviteli alapelvek követelményei megtartásának biztosításával a valóságnak megfelelő belső és külső információk előállítását, szolgáltatását.”* (2000. évi C. törvény VIII. fejezet 150 § (2).)

Gyakorlati nyelvre lefordítva, az alapvető (hagyományos) könyvviteli szolgáltatások körébe tartozó feladatok: a gazdasági tevékenység folyamatának (gazdasági események) rögzítése, azaz szállítói, vevői számlák, banki, pénztár mozgások lekönyvelése, bevadások elkészítése, tárgyi eszközök üzembehelyezésének, értékcsökkenési leírásának nyilvántartása, főkönyv rendezése, amelybe beletartoznak a hitelek, kölcsönök nyilvántartása, átvezetése, elhatárolások könyvelése, adók egyeztetése, előírása, majd ezen információkból való beszámoló összeállítása, a szükséges elemzések, számítások elvégzése, dokumentálása, archiválása. Az automatizálás lehetőségeként számos könyvelői program, könyvelést segítő szoftver megjelent a piacon. Ezek segítségével az adatrögzítésre szánt idő lerövidíthető, hiszen a vevői számlákat már szinte mindegyik könyvelői programba egyszerűen be lehet importálni, akár a számlázóprogramból kinyert file segítségével, akár a NAV online számla adatszolgáltatással. Emellett egyre elterjedtebb a banki kivonatok rögzítését támogató programok használata. A program egy friss pénzügyi nyilvántartással, illetve a megfelelő banki export file segítségével rövid időn belül összpontoszza a bankszámla kivonaton szereplő számlák kiegyenlítéseit a nyitott számlákkal.

Napjainkban megfigyelhető tendencia az, hogy a vállalatvezetők, tulajdonosok túllépve a rövidtávú gondolkodáson, egyre több információt igényelnek a jövőbeli működéssel, lehetőségekkel, piaci veszélyekkel kapcsolatosan is. Az elmúlt években végbement és napjainkban is tartó gazdasági, világpolitikai változások erőteljesen hozzájárultak a tulajdonosi, vezetői szemlélet változásaihoz, mintegy indukálva egy agilis és jövőorientáltabb gondolkodást. Az ügyfelek egyre több igényt tartanak arra, hogy megismerjék azokat a folyamatokat, gazdasági változásokat, amelyek a vállalkozáson belül és kívül történnek időről-időre. Ennek hatásaként érezhető egy elmozdulás a könyvviteli szolgáltatásokkal szemben a megrendelői oldalon, amely folyamatosan felértékeli a könyvviteli szolgáltatás vezető támogatói szerepkörét, amely tulajdonképpen a számvitel és számviteli információs rendszer egyik fő funkciója lenne. Ezek a

változások a hagyományos pénzügyi számviteli rendszeren túlmutatnak és igényt formálnak egy vezetői számviteli (vagy nevezhetjük kontrollingnak is) alrendszer kiépítése iránt is melybe beletartozik a gazdasági-, adó, illetve pénzügyi tervezés folyamata egyaránt. A formalizált módon működő vállalati tervezéssel markánsan megjelenik a jövő idődimenziója, a perspektív és progresszív vezetői (tulajdonosi) szemlélet.

### 3. Az alkalmazott kutatási módszerek

Kutatási témakörünk gyakorlatias jellegéből adódóan a kutatás módszertani háttérét legfőképpen primer kutatási módszer alkalmazása biztosítja. A kutatási kérdések megválaszolása érdekében a kérdőíves lekérdezés módszerét alkalmaztuk, online kitölthető kérdőív segítségével. A célcsoport kiválasztásánál fontosnak tartottuk, hogy a szakma jelenlegi helyzetéről, kihívásairól, tapasztalatairól, olyan szakemberek formáljanak véleményt, akik személyesen érintettek, és releváns tapasztalattal rendelkeznek, ezért az online kérdőívet szakmai közösségek, platformok, csoportok internetes oldalain osztottuk meg, ezenkívül szakmai kapcsolatrendszerünket felhasználva direkt módon is bevontunk releváns résztvevőket a gyakorlati kutatásba.

Az online forma biztosította a sokaság minél nagyobb részének gyors és hatékony elérését. Kutatásunk során a 2020. és 2022. években végrehajtott mérések eredményeit foglaljuk össze. Rövid tanulmányunk 1167 (2020. évben) illetve 1070 (2022. évben) könyvelő által kitöltött kérdőív alapján készített empirikus vizsgálatunk eredményeit összegzi. A rendelkezésre álló, érvényes és értékelhető válaszok alapján összeálló minta a könyvelői közösség kb. 1,5-2%-a, így ebből a szempontból a mintánk reprezentatív, hiszen a közvélemény kutatások esetében ugyanez az arány általában 0,02% körül alakul, ráadásul a kitöltők között minden könyvelői szekció (kisebb könyvelő irodák, nagyobb könyvelő cégek, multi könyvviteli szolgáltatást végző vállalkozások, nem könyvelő cégek) könyvelői, jelentős számban előfordultak.

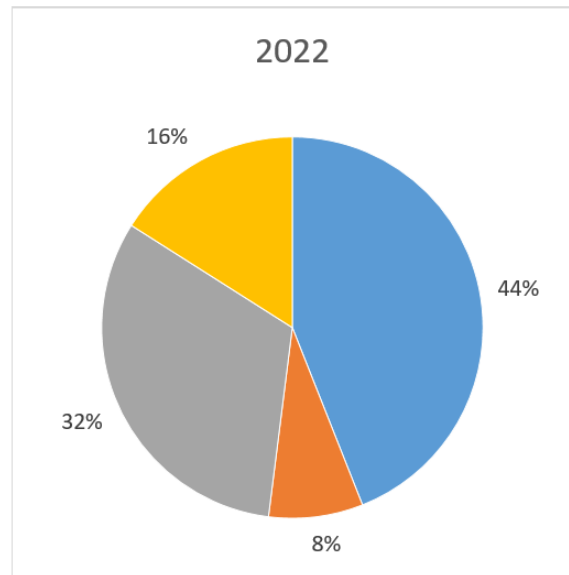
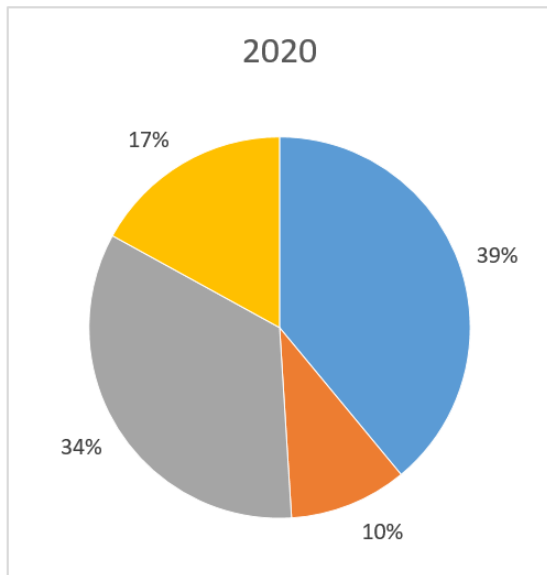
A kutatás elméleti háttérét, az alapfogalmakat ismertető, releváns szekunder források biztosítják. Kutatásunk a hazai könyvviteli szakmára irányuló, átfogó jellegű helyzetjelentés, amely során nem hivatkozunk nemzetközi kutatási eredményekre, ily módon nemzetközi összehasonlítást sem tartalmaz jelen publikáció.

**Felmérésünk kifejezetten a könyvelő munkakörben foglalkoztatottakra terjedt ki,** tehát nem tartalmazza a szintén pénzügyi-számviteli (jellemzően mérlegképes könyvelő) végzettséggel betölthető legjobban fizető munkakörökben (pénzügyi vezető, gazdasági igazgató, elemző, adótanácsadó, könyvvizsgáló stb.) dolgozó kollégák adatait.

### 4. Kutatási eredmények összefoglalása

A kérdőíves kutatásunk főbb eredményeit ismertetjük jelen fejezetben. Az első kérdéscsoportban a könyvelők végzettségét, szakmában eltöltött éveit és a munkavégzés helyét vizsgáltuk megoszlási viszonyszámokkal. Az alábbi táblázatok és diagramok mutatják a kapott eredményeket az összehasonlítás két évében.

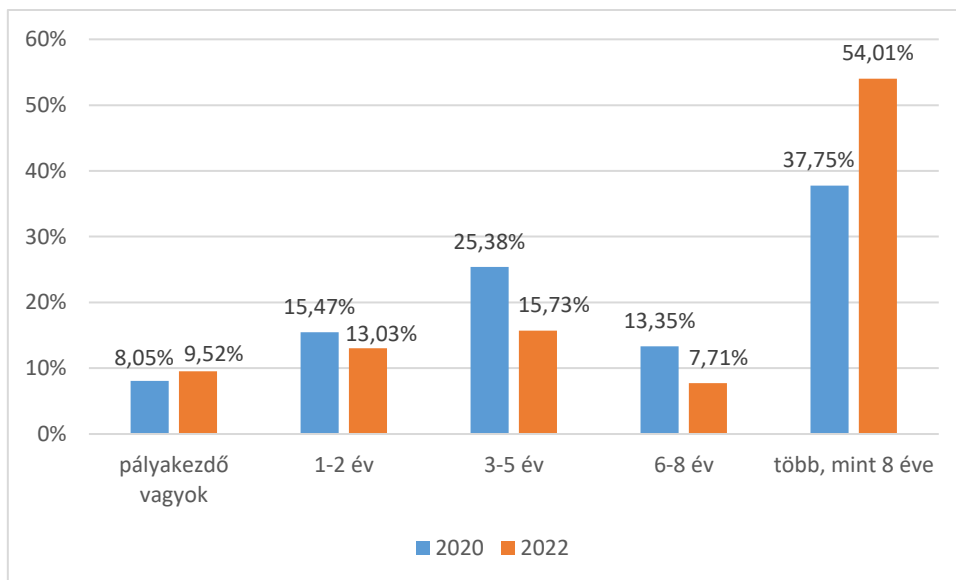




- Diplomám van és van mérlegképes könyvelői képesítésem
- Diplomám van, de nincs mérlegképes könyvelői képesítésem
- Nincs diplomám, mérlegképes könyvelői képesítéssel rendelkezem
- Nincs diplomám, pénzügyi-számviteli ügyintézői képesítéssel rendelkezem

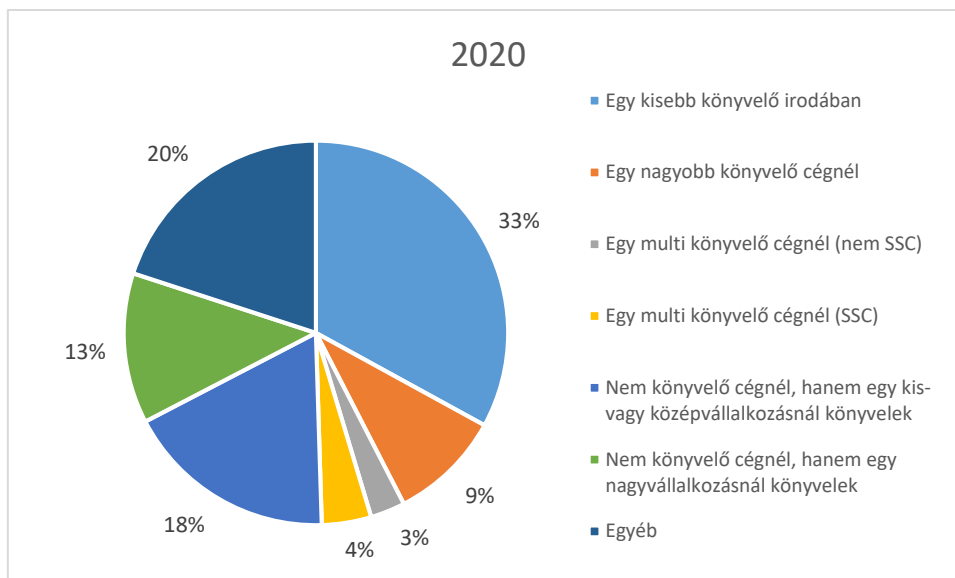
**1. ábra: Végzettség szerinti megoszlás a 2020. és 2022. évben**

Forrás: saját szerkesztés



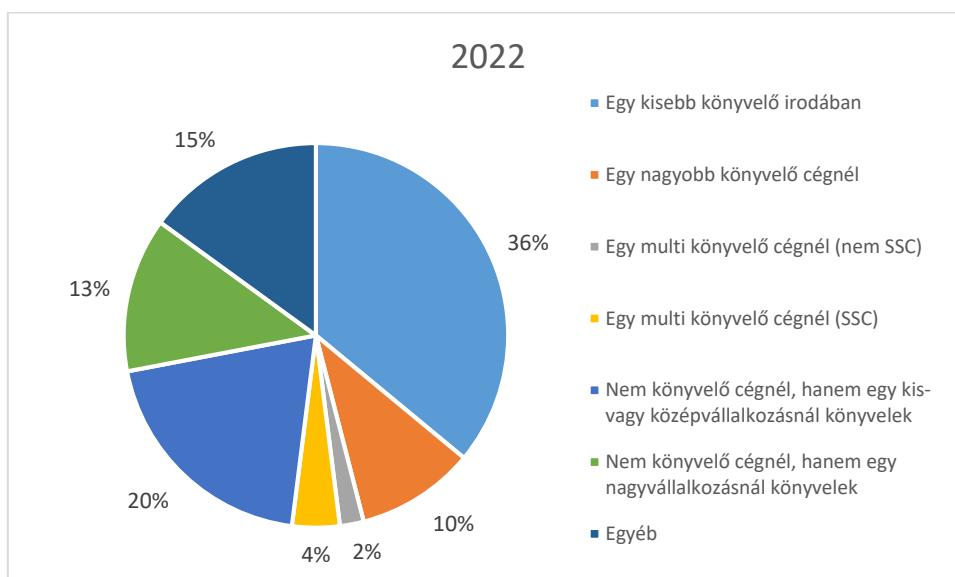
**2. ábra: Szakmában eltöltött idő szerinti megoszlás a 2020. és 2022. évben**

Forrás: saját szerkesztés



**3. ábra: Munkavégzés helye szerinti megoszlás a 2020. évben**

Forrás: saját szerkesztés



**4. ábra: Munkavégzés helye szerinti megoszlás a 2022. évben**

Forrás: saját szerkesztés

A felmérésben résztvevők 39–44%-a tehát diplomás könyvelő. A szakmában eltöltött idő tekintetében megfigyelhető egy viszonylag jelentős elmozdulás az 5 évnél rövidebb szakmai múlttal rendelkezők körében, a 2020. évi 48,9%-os arányról lecsökkent az érték 2022-re 38,28%-ra, míg 51,1%-ról 61,72%-ra nőtt az arány az 5 évnél hosszabb ideje dolgozók tekintetében. Kérdőíves kutatásunkhoz kapcsolódó mintánkban a pályakezdekők és a néhány éve a pályán lévők felülreprezentáltak.

A könyvelők 73–76%-ának van mérlegképes könyvelői képesítése a vizsgált években és a kitöltők kb. fele könyvviteli szolgáltatást végző vállalkozásnál (kisebb könyvelő irodák, nagyobb könyvelő cégek, multinacionális könyvelő vállalkozások) dolgozik. A könyvelők kb. egyharmada kisebb könyvelőirodában dolgozik és mindösszesen csak 6-7% lát el könyvviteli feladatokat multinacionális vállalkozásoknál.

Az elemzésünk alapvetően négy kérdésre koncentrált:

1. Hogyan alakul a főállású könyvelők átlagkeresete a végzettség, a szakmában eltöltött évek, a munkavégzés helye stb. szerint?
2. Milyenek az elhelyezkedési esélyek a végzettség és Budapest-vidék viszonylatában?
3. Mik a konkrét könyvelői feladatok a szakmában eltöltött évek függvényében?
4. Mennyire szeretik a könyvelők a munkájukat és mennyire ajánlanák azt másoknak?

A jövedelmi viszonyokat kizárólag a főállású könyvelők és a vállalkozók körében, az egyéb kérdéseket az összes kitöltő vonatkozásában vizsgáltuk.

### 1. táblázat: Bruttó átlagkereset alakulása

Kategóriák	2020. év			2022. év		
	Budapest	Vidék	Ország	Budapest	Vidék	Ország
<b>pályakezdő</b>	<b>312 417</b>	<b>267 656</b>	<b>288 200</b>	<b>410 417</b>	<b>332 237</b>	<b>362 500</b>
<i>1-2 év</i>	361 111	284 091	317 975	454 545	367 647	412 736
<i>3-5 év</i>	420 066	314 762	358 516	495 070	418 116	457 143
<i>6-8 év</i>	496 728	368 487	435 567	621 667	501 923	553 986
<b>több, mint 8 éve</b>	<b>566 822</b>	<b>391 460</b>	<b>452 177</b>	<b>677 568</b>	<b>524 740</b>	<b>584 388</b>

Forrás: saját szerkesztés

A könyvelői szakmához kapcsolódó jövedelmi viszonyokat leginkább a szakmában eltöltött idő viszonylatában mértük, hiszen ebben a szakmába vannak, akik csak 30. életévük után, sőt olyanok is szép számban akadnak, akik 40-50 évesen egy pályakorrekciót követően kezdenek el könyvelni.

Érdekes összehasonlítást kapunk, ha az átlagbéreket az országos átlagbérekkel is összevetjük. KSH adatok (bruttó átlagkereset, teljes munkaidőben foglalkoztatott alkalmazottak esetében): 2020. I-IV. negyedév kumulált: 403.606 Ft, 2021. I-IV. negyedév kumulált: 438.814 Ft. 2022. I. félév kumulált: 505.272 Ft (Adatok forrása: KSH, www.ksh.hu).

A budapesti fizetések mindkét évben és minden kategóriában meghaladták a vidéki könyvelők átlagbér adatait. Országos átlagbérrel történő összehasonlításban megállapítható, hogy az 5 évet meghaladó könyvelői gyakorlattal rendelkezők átlagbére meghaladja az országos átlagot, a rövidebb szakmai múlttal rendelkezők esetében ez nem mondható el.

### 2. táblázat: Az átlagkereset alakulása a munkaadó vállalkozás típusának viszonylatában

Megnevezés	2020. év	2022. év	Változás 2022/2020.
	Összesített átlag*	Összesített átlag	
<i>Egy kisebb könyvelő irodában</i>	329 025	464 831	141,28%
<i>Egy nagyobb könyvelő cégnél</i>	414 865	485 000	116,91%
<i>Egy multi könyvelő cégnél (nem SSC)</i>	477 174	787 500	165,03%
<i>Egy multi könyvelő cégnél (SSC)</i>	586 290	582 031	99,27%
<i>Nem könyvelő cégnél, hanem egy kis- vagy középvállalkozásnál könyvelek</i>	432 721	556 753	128,67%
<i>Nem könyvelő cégnél, hanem egy nagyvállalkozásnál könyvelek</i>	494 575	576 600	116,58%

\* Az összesített átlag a pályán eltöltött évek egyedi jövedelmi kategóriának összesített átlaga.

Forrás: saját szerkesztés

A könyvelői végzettségnek egyik nagy előnye, hogy a pályakezdők előtt számos karrier út áll. A választást nagyban befolyásolja a végzettség, a nyelvtudás, valamint az ambíciók és tervek is irányítják a pályakezdők döntését. A legtöbb fizetést a multi könyvelő cégek kínálják 2020 és 2022. évben egyaránt. Az SSC-kben (Shared Service Centerek) az átlag fizetés majdnem 600 000 forint (érdekes adat az átlagbér csökkenése), az egyéb multi cégeknél pedig eléri majdnem a 800 000 forintot is, jelentős, 65%-os növekedés mellett a 2020. évről 2022. évre.

Fontos azonban megjegyezni, hogy a szolgáltató központok és az egyéb multi vállalkozások kizárólag nyelvtudással rendelkező pályakezdőket várnak és az SSC-knél az első években csak egy-egy területhez kapcsolódó részfeladatok várják a könyvelőket. A multi könyvelő cégeknél 6-8 év után például csoportvezetőként akár 750 000 forint körüli fizetés is elérhető. Viszonylag jó kezdő fizetésre számíthat az is, aki nem egy könyvelő cégnél, hanem egy kis- és középvállalkozásnál vagy egy nagyvállalkozásnál helyezkedik el könyvelési területen. A nem könyvviteli szolgáltatást végző kis-és közép vállalkozásoknál 556 753 Ft-ot, a nagyvállalkozásoknál 576 600 Ft-ot keres egy könyvelő a 2022. évben, mindkét munkáltatói típusnál az átlagbér növekedés az infláció mértékét meghaladó mértékű volt, ami arra is utalhat, hogy kínálati piac ezen a szakterületen, tehát a munkáltatók folyamatosan keresik a felkészült és elhivatott számviteli munkaerőt, jellemzően pályakezdő munkavállalókra fókuszáltnak. Az első években szakmailag a legtöbbet a nem multi könyvelő cégeknél lehet fejlődni, bár a kezdő fizetés szembevetően ezeknél a vállalkozásoknál a legalacsonyabb. Mégis úgy gondoljuk, hogy ha valaki egyszer saját könyvelő céget szeretne, akkor a saját könyvelő vállalkozás legjobb „iskolái” pont az ilyen vállalkozások lehetnek.

**3. táblázat: Könyvelői feladatok a könyvelői pályán eltöltött évek alapján**

Kategóriák	Adatrögzítés, előkészítés	Egy területet (pl.: vevők, szállítók, bank, stb.) könyvelek.	Egy vállalkozás teljes körű könyvelését csinálom.	Ellenőrzöm és koordinálom az alacsonyabb szinten lévő könyvelő kollégáim munkáját.	Több vállalkozás teljes körű könyvelését csinálom.
<b>2020. év</b>					
<i>pályakezdő vagyok</i>	32,97%	32,97%	15,38%	1,10%	17,58%
<i>1-2 év</i>	12,57%	34,29%	12,00%	1,14%	40,00%
<i>3-5 év</i>	4,88%	24,74%	14,98%	8,36%	47,04%
<i>6-8 év</i>	1,99%	25,83%	12,58%	17,88%	41,72%
<i>több, mint 8 éve</i>	3,04%	13,11%	12,65%	22,48%	48,71%
<b>2022. év</b>					
<i>pályakezdő vagyok</i>	17,89%	54,37%	3,53%	0%	24,21%
<i>1-2 év</i>	6,92%	33,08%	7,69%	3,85%	48,46%
<i>3-5 év</i>	5,10%	27,39%	9,55%	7,64%	50,32%
<i>6-8 év</i>	1,30%	12,99%	16,88%	23,38%	45,45%
<i>több, mint 8 éve</i>	1,67%	5,01%	15,21%	28,02%	50,09%

Forrás: saját szerkesztés

A könyvelők pályájuk előrehaladtával általában egyre komplexebb és magasabb szakmai szintű feladatokat látnak el. A pályakezdők leginkább adatrögzítéssel, előkészítéssel és/vagy egy-egy terület (vevők, szállítók, bank stb.) könyvelésével foglalkoznak, majd néhány év után a könyvelők egy vállalkozás teljes körű könyvelését láthatják el, nagyobb cégeknél pedig 3-5

év után csoportvezetőként, supervisoroként vagy menedzserként több könyvelő kolléga munkáját koordinálják, ellenőrzik.

A következő kérdésünk arra irányult, hogy a könyvelő mennyire tart a digitalizációtól, mennyire félti a munkahelyét a fokozódó digitalizáció hatására.

A 2020-as évről 2022. évre megfigyelhető változások, 58%-ról 70%-ra nőtt azok aránya, akik „egyáltalán nem tartanak a digitalizációtól”. Összességében a válaszadók többsége tehát optimista, sőt nőtt ez az optimizmus a vizsgált időszakban. A válaszadók 4-6%-a egyáltalán nem tart a változásoktól. Érdekes, viszonylag magas (36%-ról 26%-ra csökkent ez az arány) aránynak számít azok aránya, akik „kicsit” tartanak a digitalizációs változásoktól, ugyanakkor ez az óvatos attitűd csökkent, ami kedvező, hiszen a jövő szakembereinél elkerülhetetlen lesz a különféle informatikai alkalmazások használata.

A könyvelői munkát támogató szoftverek, különböző programok rohamos fejlődése, a jogszabályi környezet állandó változása következtében a könyvelői feladatok folyamatosan átalakulóban vannak. Az adminisztratív könyvelői feladatok jelentős részét várhatóan átveszik a különböző szoftverek és a hangsúly a számviteli kimutatások elemzésére és a tanácsadásra helyeződhet át. Ettől függetlenül a könyvelői végzettségre hosszú távon is nagy szükség lesz és a mérlegképes könyvelői képzés pár év múlva is nélkülözhetetlen lesz a szakmában.

Végezetül arra is kíváncsiak voltunk, hogy mennyire szeretik az érintettek a munkájukat. A könyvelők alapvetően szeretik a munkájukat. A válaszadók több mint 80%-a, arra a kérdésre, hogy „Mennyire szereti a munkáját” 1-től 5-ig terjedő skálán 4-es és 5-ös osztályzatot adott és mindösszesen 4,5%-uk nem szereti a hivatását (1-es és 2-es osztályzat).

## 5. Összefoglalás

Tanulmányunkban egy 2020-ban kezdődött empirikus kutatás sorozat eredményeit foglaltuk össze, mely kutatásunk a számviteli szakma helyzetjelentésére fókuszál a digitalizáció és egyéb kihívások tükrében. Írásunkban a 2020. és 2022. években végrehajtott kérdőíves felmérésre kapott válaszok összegzését, azok eredményeit foglaltuk össze. A kérdőív kérdései négy kérdéskör köré csoportosultak: főállású könyvelők átlagkeresete, elhelyezkedési lehetőségek, könyvelői feladatok, könyvelői szakma szeretete.

A modern kori változásoknak megfelelően a számviteli szakma, ahogy sok más szakma is jelentős változásokon megy keresztül. A hangsúly az adatrögzítésről, a bizonylatok feldolgozásáról egyre inkább a számviteli szakma elemző, tanácsadó funkciója felé tolódik el, ami a digitális kihívásoknak való megfelelés mellett komoly szakmai elvárásokat is támaszt a számviteli szakemberek elé.

Összegzésként azonban elmondható, hogy a digitalizációból és a gazdasági környezet egyéb változásaiból adódó kihívások ellenére is a könyvelő szakma ma még az országos átlagnál magasabb fizetést, gyors elhelyezkedést, kiszámítható karrier utat és egy szerethető életpályát kínál. A könyvelő szakma és ezen belül kiemelten a mérlegképes könyvelői végzettség igen vonzó a pályaválasztók és a pályakorrekció előtt állók számára, a szakmát hosszabb ideje gyakorlók pedig alapvetően elégedettek a munkájukkal és szeretik a szakmájukat. Ugyanakkor a képző intézmények szerepe, felelőssége vitathatatlan a szakma elismertségének növelése tekintetében.

## Irodalomjegyzék

- Balogh A., Kozák S. & Turi M. (2021). A számviteli szakma oktatásának és munkaerőpiaci helyzetének vizsgálata Budapesten (2019). *Köz-gazdaság*, 65–105. <http://unipub.lib.uni-corvinus.hu/6394/>
- Barancsik J. (2016). A kettős könyvvitel bölcsőjénél. *Köztes-Európa*, 8(1-2), 111–124.
- Borbély K. (2017). Számvitel a kiegyezés és a rendszerváltozás idején. *Pénzügyi Szemle*, 62(1), 84–95.

- Byrne, M., Willis, P. & Burke, J. (2012). Influences on school leavers' career decisions – Implications for the accounting profession. *The International Journal of Management Education*, 10(2), 101–111. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2012.03.005>
- Fülöp, M. T., Topor, D. I., Ionescu, C. A., Căpușneanu, S., Breaz, T. O. & Stanescu, S. G. (2022). Fintech accounting and Industry 4.0: future-proofing or threats to the accounting profession? *Journal of Business Economics and Management*, 23(5), 997–1015. <https://doi.org/10.3846/jbem.2022.17695>
- Kerényi M. F. (2017). A könyvelői és adótanácsadói szakma jövője. *Önadózó*, 29(11), 4–5.
- Knudsen, D.-R. (2020). Elusive boundaries, power relations, and knowledge production: A systematic review of the literature on digitalization in accounting. *International Journal of Accounting Information Systems*, 36, 100441. <https://doi.org/10.1016/j.accinf.2019.100441>
- Kokina, J., Blanchette, S. (2019). Early evidence of digital labor in accounting: Innovation with Robotic Process Automation. *International Journal of Accounting Information Systems*, 35, 100431. <https://doi.org/10.1016/j.accinf.2019.100431>
- Quattrone, P. (2016). Management accounting goes digital: Will the move make it wiser? *Management Accounting Research*, 31, 118–122. <https://doi.org/10.1016/j.mar.2016.01.003>
- Sinka J. (2014). *Így könyveltek ők*. Adózóna (2014.01.01). [https://adozona.hu/altalanos/Igy\\_konyveltek\\_ok\\_7E7CDU](https://adozona.hu/altalanos/Igy_konyveltek_ok_7E7CDU) (Letöltve: 2022.12.05.)
- Sisa K., Siklósi Á., Harsányi G. & Veress, A. (2020). A számviteli képzés helye és szerepe a felsőoktatás stratégiai célkitűzései mentén. *Vezetéstudomány*, 51(2), 32–45. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2020.02.03>
- Sztanó I (2019): A barlangrajzoktól a számítógépekig III. Perfekt Szakmai Blog. [https://perfekt.blog.hu/2019/08/28/a\\_barlangrajzoktol\\_a\\_szamitogepekig\\_iii](https://perfekt.blog.hu/2019/08/28/a_barlangrajzoktol_a_szamitogepekig_iii) (Letöltve: 2022.12.05.)

*Jogszabályok:*

2000. évi C. törvény a számvitelről

## A KKV-szektor hitelezési tendenciának értékelése MNB adatok alapján

*Lending Trends of the SME Sector*

**MÁRKUS Mónika**

PhD-hallgató (*PhD Student*)

Soproni Egyetem, Széchenyi István Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola (*University of Sopron, István Széchenyi Economics and Management Doctoral School - Hungary*);  
tanársegéd (*Assistant Lecturer*)

Pannon Egyetem, Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg (*University of Pannonia Faculty of Economics Zalaegerszeg - Hungary*)

### **Absztrakt**

Kutatásomban a hazai kis-és középvállalati szektor hitelezési tendenciáit vizsgálom szem előtt tartva az elmúlt időszak krízis pontjait. Hiszen vállalkozások a 2008-as gazdasági világválságot követően épp hogy kezdtek gazdaságilag fellendülni, azonban 2020 márciusában újabb nehézséggel, a Covid-19 vírussal kellett szembenéznük. Mely számos vállalkozást pénzügyileg-gazdaságilag nehéz helyzetbe hozott. Ezen csapásból még ki sem lábálva 2022 év elején kitörő orosz-ukrán háború újabb akadályokat gördített a vállalatok, különösképpen a KKV-szektor szereplői elé. Vizsgálatom során a hazai KKV-k hitelpiaci lehetőséget térképezem fel.

*Kulcsszavak:* kkv, hitelezés, válság

*JEL-kódok:* G01, G21, H81

### **Abstract**

In my research, I examine the lending trends of the domestic small and medium-sized enterprise sector, keeping in mind the crisis points of the past period. After all, businesses were just beginning to recover economically after the 2008 economic crisis, but in March 2020 they had to face another difficulty, the Covid-19 virus. Which put many businesses in a difficult financial and economic situation. Even before recovering from this disaster, the Russian-Ukrainian war that broke out at the beginning of 2022 presented new obstacles to companies, especially those in the SME sector. In the course of my investigation, I map the credit market opportunities of domestic SMEs.

*Keywords:* SME, lending, crisis

*JEL Codes:* G01, G21, H81

### **Bevezetés**

A vállalkozások indításánál, növekedésük, fejlődésük szempontjából kiemelt kérdésként kezelik a finanszírozásukat. Számos finanszírozási alternatíva áll rendelkezésre, mely lehetőségek leginkább hozzáférésükben, nagyságukban és árukban térnek el egymástól.

Valamennyi esetben mérlegelni kell a felmerülő előnyöket és hátrányokat. Egy vállalkozás elindulásához és fejlődéséhez elsősorban a tőkepiacról, míg a napi operatív működéséhez a likviditásának fenntartásához a hitelpiacról érdemes forrást szereznie. A kezdeti szakaszban azonban nehéz megtalálni az ideális tőkefinanszírozási lehetőséget, a vállalkozás korai fázisában tőkebevonásra az úgy nevezett 4F (founders, family, friends, fools) források, valamint az üzleti angyaloktól származó magvető tőke áll rendelkezésre (Vecsenyi & Petheő, 2017).

A vállalatok finanszírozása ezek alapján két formában történhet:

- tőke jellegű finanszírozás nem más, mint a vállalkozásokon kívül álló személyek és/vagy intézmények által a vállalkozás számára részesedés finanszírozás formájában, magas hozam reményében bocsájtanak rendelkezésre,
- adósságjellegű finanszírozás folyamatában a vállalkozás átmeneti időre kapja a forrásokat előre rögzített feltételek és kötelezettségek mellett, melyek hitelezési jogviszonyt testesítenek meg (Gyurcsik, 2020).

Tanulmányom célja, hogy bemutassam a hazai kis-és középvállalkozás finanszírozási lehetőségei közül a hitelezési tendenciákat. Célkitűzésem, hogy a Magyar Nemzeti Bank hitelezési jelentéseinek adatai alapján ismertessem az elmúlt időszak hitelfelvételi irányát, hiszen 2020 márciusa óta folyamatosan olyan nehézségekkel kell a vállalkozásoknak szembenéznie, mint a COVID-19 vírus, vagy az orosz-ukrán háború miatt alapanyaghiány és energia válság.

## 1. A kis-és középvállalkozások jellemzői

A következőkben röviden ismertetem a hazai vállalkozásokra jellemző tendenciákat, melyek alapján láthatjuk, hogy miért is kell kiemelten foglalkozni a kis- és középvállalkozásokkal. Az alábbiakban bemutatásra kerülnek a főbb tényezők, melyek szerint a gazdasági jelentőségüket vizsgáltam az említett vállalati kategóriáknak, valamint a finanszírozási sajátosságait mutatom be.

### 1.1. A *kkv-k* gazdasági jelentőségének vizsgálata

Magyarországon 2015-től vizsgálva azt láthatjuk az 1. táblázatban, hogy a kis- és középvállalkozások méretkategóriánkénti száma növekvő tendenciát mutat. Ez alapján elmondható, hogy ezen vállalkozások jelentős szerepet játszanak a magyar gazdaságban.

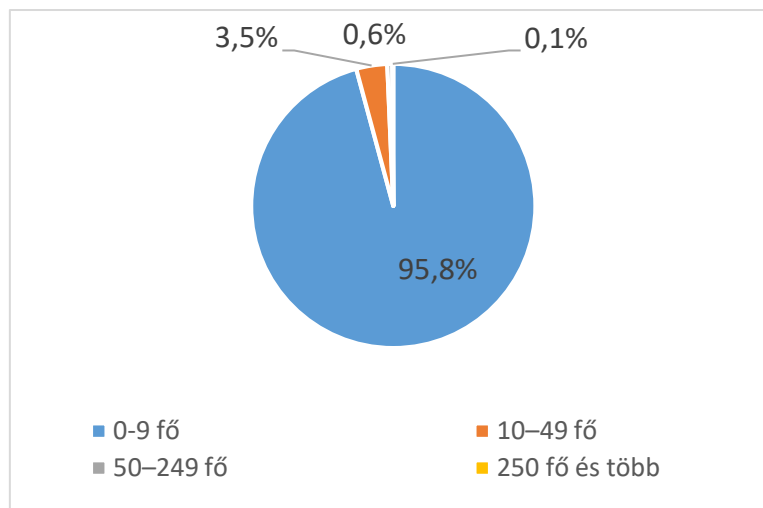
**1. táblázat: A kis- és középvállalkozások létszámkategóriák szerinti megoszlása 2015-2020 között (db)**

Vállalkozások száma (db)	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<i>0-9 fő</i>	1 655 715	1 660 437	1 682 307	1 719 767	1 754 766	1 769 639
<i>10-49 fő</i>	29 870	30 944	31 422	31 778	33 442	34 541
<i>50-249 fő</i>	4 415	4 932	4 919	4 954	5 182	5 125
<i>250 fő és több</i>	878	923	953	990	1 019	1 051
<i>Összesen</i>	1 690 878	1 697 236	1 719 601	1 757 489	1 794 409	1 810 356

Forrás: KSH adatszolgáltatás: Vállalkozásdemográfia (Működő vállalkozások száma) létszám-kategóriák szerint adatai alapján saját szerkesztés

Az 1. ábrán látható, hogy Magyarországon a 250 fő foglalkoztatotti létszám alatti vállalkozások száma jelentős hányadát teszi ki az itthoni vállalkozásoknak, ez az arány több mint 99%. Közülük is mintegy 96%-ban a mikro vállalkozások vannak jelen. Így kiemelt réteggént kezelendők ezen vállalatok.

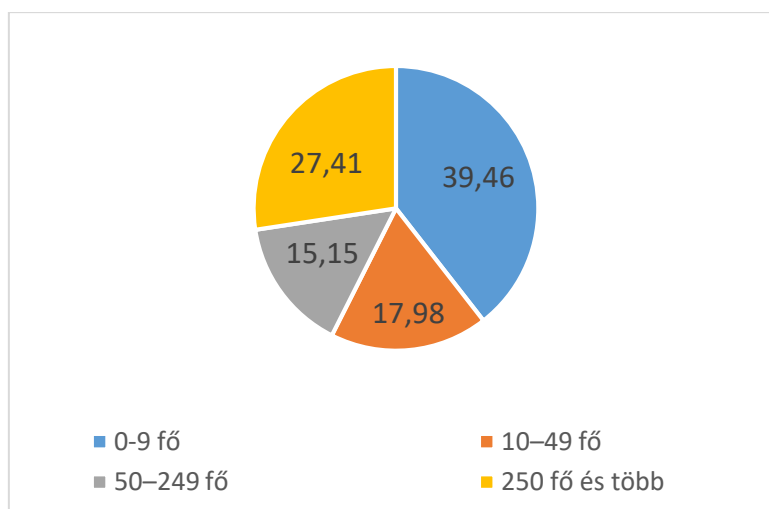




**1. ábra: A vállalkozások számának megoszlása az egyes vállalati méretkategóriákban 2020-ban (%)**

Forrás: KSH adatszolgáltatás: Vállalkozásdemográfia (Működő vállalkozások száma) létszám-kategóriák szerint alapján saját szerkesztés

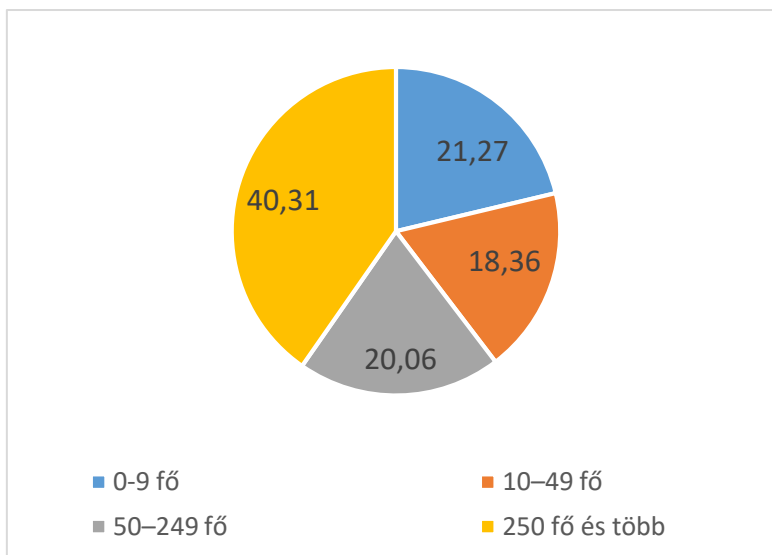
Fontos megvizsgálni, hogy az egyes vállalati kategóriákban a foglalkoztatottak létszáma, hogyan alakul, a 2. ábrán jól látható, hogy hazánkban a foglalkoztatottak 82%-át az általam vizsgált szektorban foglalkoztatják, ennek majdnem felét, az összfoglalkoztatottak mintegy 40%-án, pedig a 0-9 főt foglalkoztató vállalkozások alkalmazták.



**2. ábra: A foglalkoztatottak létszámának megoszlása az egyes vállalati méretkategóriákban 2020-ban (%)**

Forrás: KSH adatszolgáltatás: A vállalkozások telejsítmény mutatói létszámkategória szerint adatai alapján saját szerkesztés

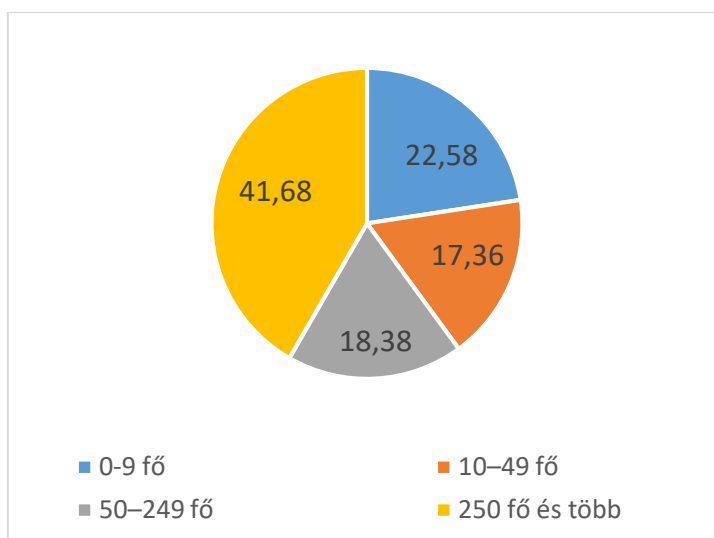
A Központi Statisztikai Hivatal (KSH) adatai alapján 2020-ban az értékesítés nettó árbevételének megoszlását a következő diagram (3. ábra) mutatja be, melyen látható, hogy a kkv-szektor 60%-ban járul hozzá az éves árbevétel alakulásához.



**3. ábra: Az értékesítés nettó árbevételének megoszlása az egyes vállalati méretkategóriákban 2020-ban (%)**

Forrás: KSH adatszolgáltatás: A vállalkozások telejsítmény mutatói létszámkategória szerint adatai alapján saját szerkesztés

A vállalatok hozzáadott értékének méretkategóriánkénti megoszlását az alábbi ábrán (4. ábra) látható. A mikro-kis- és középvállalkozások hozzájárulása ebben a vizsgált kategóriában 58%, amely jelentősnek mondható, az egyes vizsgált kategóriákon belül nagyjából hasonló megoszlással.



**4. ábra: A hozzáadott érték megoszlása az egyes vállalati méretkategóriákban 2020-ban (%)**

Forrás: KSH adatszolgáltatás: A vállalkozások telejsítmény mutatói létszámkategória szerint adatai alapján saját szerkesztés

Összességében elmondható, hogy a mikro-kis- és középvállalkozások fontos szerepet játszanak a hazai gazdaság fejlődésében, ebből adódóan kiemelt figyelmet kell rájuk fordítani, nemcsak működésük szempontjából, hanem finanszírozásuk oldaláról is.

## 1.2. A kkv-k finanszírozásának sajátosságai

A következőkben röviden ismertetem a kis- és középvállalkozások finanszírozásának sajátosságait. Az alábbiakban Béza és szerző társai által meghatározott szempontok alapján mutatom be a főbb ismérveket.

Gazdaságunk mozgatórugóiról van szó, azonban elég sajátos a finanszírozásuk (Béza et al. 2007):

- Kockázatkerülők: többségében, inkább biztosra mennek, nem kockáztatnak új innovatív ötletek megvalósításával. Bár itt megjegyezném vannak olyan vállalkozások itt is, melyek keresik a kihívásokat az extrém lehetőségeket, ezek az úgy nevezett start-upok.
- Külső befektetőket nem szívesen engednek be: elsősorban a kisebb vállalkozások úgy gondolják, egy új tag bekerülése a tulajdonosi szerkezetbe megnehezíti a munkájukat. Valamint ez az úgynevezett „idegen” belelát a folyamatokba és akár „ellophatja” az ötleteket.
- Sokszor a megtermelt nyereséget nem forgatják vissza, inkább kiveszik azt nyereségként.
- Fejlesztéseiket igyekeznek ingyenes vagy nagyon kedvezményes forrásból megvalósítani: mindig keresik azokat a lehetőségeket melyek a legkedvezőbb feltételeket biztosítják számukra, mint a különböző pályázati lehetőségek.
- Alapításkori céljuk döntően a túlélés: ezen vállalkozások jelentős része csak rövid időtávra tervezi a folyamatait, így nincsenek innovatív hosszú távú céljaik.
- Korlátozott pénzügyi információk állnak rendelkezésükre: sok esetben a pénzügyi információk korlátozottan állnak a vállalkozó rendelkezésére, ez mellett pedig hiányosak a vállalat vezető gazdasági és pénzügyi ismeretei, melyek a finanszírozási lehetőségek széleskörű kihasználását is korlátozzák.
- Gyakori alultőkésítettség - likviditási gondok: a vizsgált vállalkozások saját tőke ellátottsága gyakran alacsony, ebből adódóan a pénzügyi erőforrásokból is gyengébbek, ez mellett nehéz fenntartani a folyamatos fizetőképességet is. Ezekből adódóan pedig nehezen jutnak nagyobb összegű finanszírozási forráshoz (elsősorban hitelhez).

A kkv-k a finanszírozási forrás bevonás stratégiájuk során felmerülő kritériumokat Vecsenyi (2017) az alábbiak alapján határozta meg:

- felhasználhatóság időtartama,
- kockázat,
- elérhetőség,
- rugalmasság,
- tulajdonosi befolyás,
- költség.

Ezeket mind mérlegelni kell a vállalkozás vezetésének, hogy mire szeretne pénzt bevonni, mennyi idő alatt kell azt visszafinanszírozni, milyen kockázatokat hordoz magában a forrás igénybevétele, mely források érhetők el az adott vállalkozás számára, mennyibe kerül a forrás bevonása a vállalkozásnak (Vecsenyi, 2017).

Összességében elmondható, hogy a fenti ismérvek alapján a kkv-szektorban működő vállalatok finanszírozás oldaláról nincsenek könnyű helyzetbe, és úgy vélem fontos lenne, hogy megtalálják a számukra leginkább ideális finanszírozási forrástípust, hogy tudjanak fejlődni, növekedni. Számos lehetőség áll a rendelkezésükre finanszírozás, azonban ezen vállalati körben leginkább elterjedt források a bank hitelek és/vagy kölcsönök.

### 3. A vállalati hitelezés főbb ismérvei

A vállalkozások finanszírozásának a saját és a képződő forrásokon kívül szerves részei a hitelek és/vagy a kölcsönök. Itt fontos tisztázni, hogy a hitelt és kölcsönt, mint fogalmat a hétköznapi használatban szinonimaként használjuk, azonban ezek eltérő fogalmak.

A hitel nem más, mint a hitelező által biztosított hitelkeret rendelkezésre tartása díj ellenében, ez nem jelenti azt, hogy az igénylő felhasználja a számára biztosított keretet, azonban annak erejéig a kölcsön lehetősége rendelkezésére áll. A kölcsön ezzel szemben egy adott pénzösszeg kifizetését jelenti meghatározott szerződési feltételek alapján, melyet az adós egy későbbi időpontban a hitelezőnek visszafizet, kamatfizetési kötelezettség mellett (Pálinkó-Szabó, 2008).

*A hitelezés előnyei:*

- a hitelnyújtó nem szerez tulajdont a vállalkozásból, így nem jogosult a megtermelt nyereségre, ez mellett pedig nincsen beleszólása a vállalkozás működésébe,
- napjaink on-line megoldásainak köszönhetően az igénylések egyszerűbbek és gyorsabbak lehetnek,
- a hitelintézetek versenyéből adódóan kedvező kamatokkal lehet számolni,
- a futamidő könnyen igazítható a vállalkozás igényeihez.

*A hitelezés hátrányai:*

- korlátozott ideig a vállalkozás fizetési hátralékkal rendelkezik,
- az on-line megoldásokhoz képest a hagyományos úton indított hiteligenyítés sokszor akár több hónapos átfutási időt is jelenthet,
- a fedezetként lekötött vagyontárgy könnyen „elúszhat”, amennyiben a nem képes eleget tenni a szerződésben meghatározott kötelezettségeknek a vállalkozás,
- a változó kamatozású hitelek esetében nehéz előre jelezni.

A vállalkozások hitelállományának alakulásában a kereskedelmi bankok piaci hitelei fontos szerepet játszanak. Méretkategóriánként a kis- és középvállalkozások hitelállománya nagyobb ütemben és mértékben képes növekedni a nagyvállalatokéhoz képest. Az elmúlt években a bankok és a kis- és középvállalkozások kapcsolata javult, melyben fontos szerepet a bankok közötti verseny is. A kkv-k többek között azért vonzó ügyfelek a bankok számára, mert a határon átívelő bankpiaci verseny segítségével nem annyira fenyegetett szegmens lehet ez szektor, mely a helyi kapcsolatokat is igényli.

### 4. A hazai hitelezési tendenciák fókuszában a kkv-szektor

A vállalatok egy része hitel illetve a kölcsön felvétel nélkül gazdálkodik. Ennek oka, hogy a kis- és középvállalkozások esetében a hitel felvételi feltételeket korábban szigorították a bankok a magas fajlagos költségek és kockázatok miatt. Az utóbbi években azonban ez a szigor enyhült, mivel mára, ezen a szektoron belül tudják leginkább bővíteni ügyfélkörüket, másfelől megfelelő biztosítási és garancia rendszerek működnek, így a szektor vállalatainak a hitel felvétel kezd könnyebbé, egyszerűbbé válni (ITM, 2019).

A vállalkozások hitelállományának alakulásában a kereskedelmi bankok piaci hitelei fontos szerepet játszanak. A szektor hitelei magas arányának kialakulásában fontos szerepe van annak, hogy a nagyvállalatok hiteleik egy jelentős részét külföldről, anyavállalatuktól vagy esetleg azon keresztül veszik fel.

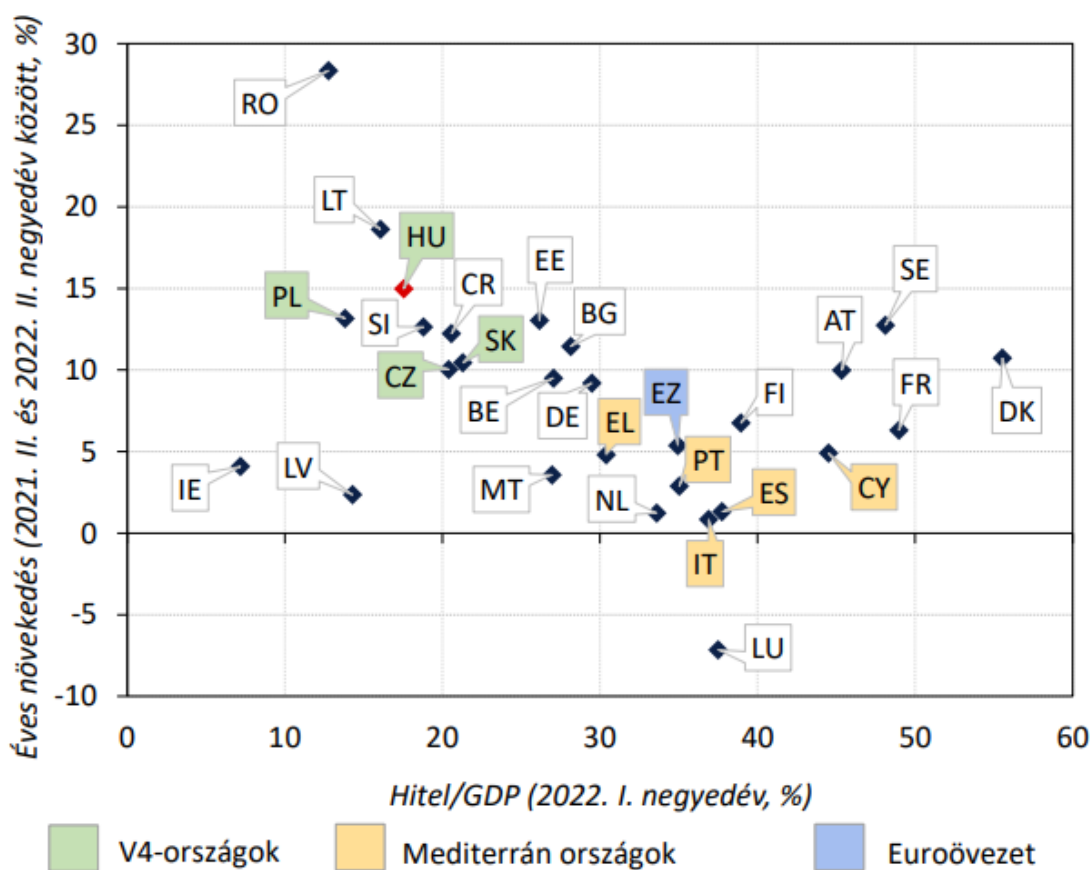
Méretkategóriánként tehát a kis- és középvállalkozások hitelállománya nagyobb ütemben és mértékben növekedett a nagyvállalatokéhoz képest.

A kis- és középvállalkozások hiteleinek növekedése mögött az alábbi tényező húzódik: a kereskedelmi bankok szolgáltatásainak fejlesztése, ami olcsóbbá tette a hitelek elbírálását és

kockázatkezelését. Viszont a koronavírus-járvány, valamint az orosz-ukrán háború miatti energiaválság illetve alapanyaghiány hatására a kkv-k számára szigorodnak a hitelfelvétel feltételei.

Az elmúlt években a bankok és a kis- és középvállalkozások kapcsolata javult, melyben fontos szerepet játszik a felsoroltakon kívül a bankok közötti verseny is. A bankok számára többek között azért is lehet vonzó a vizsgált szektor, hiszen ezen vállalkozások kevésbé élnek a határon átívelő bankpiaci lehetőségekkel, és elsősorban a helyi kapcsolatokra helyezik a hangsúlyt, mivel ezen vállalkozások piacukat tekintve is nagy hányadban hazai piacokra termelnek/szolgáltatnak.

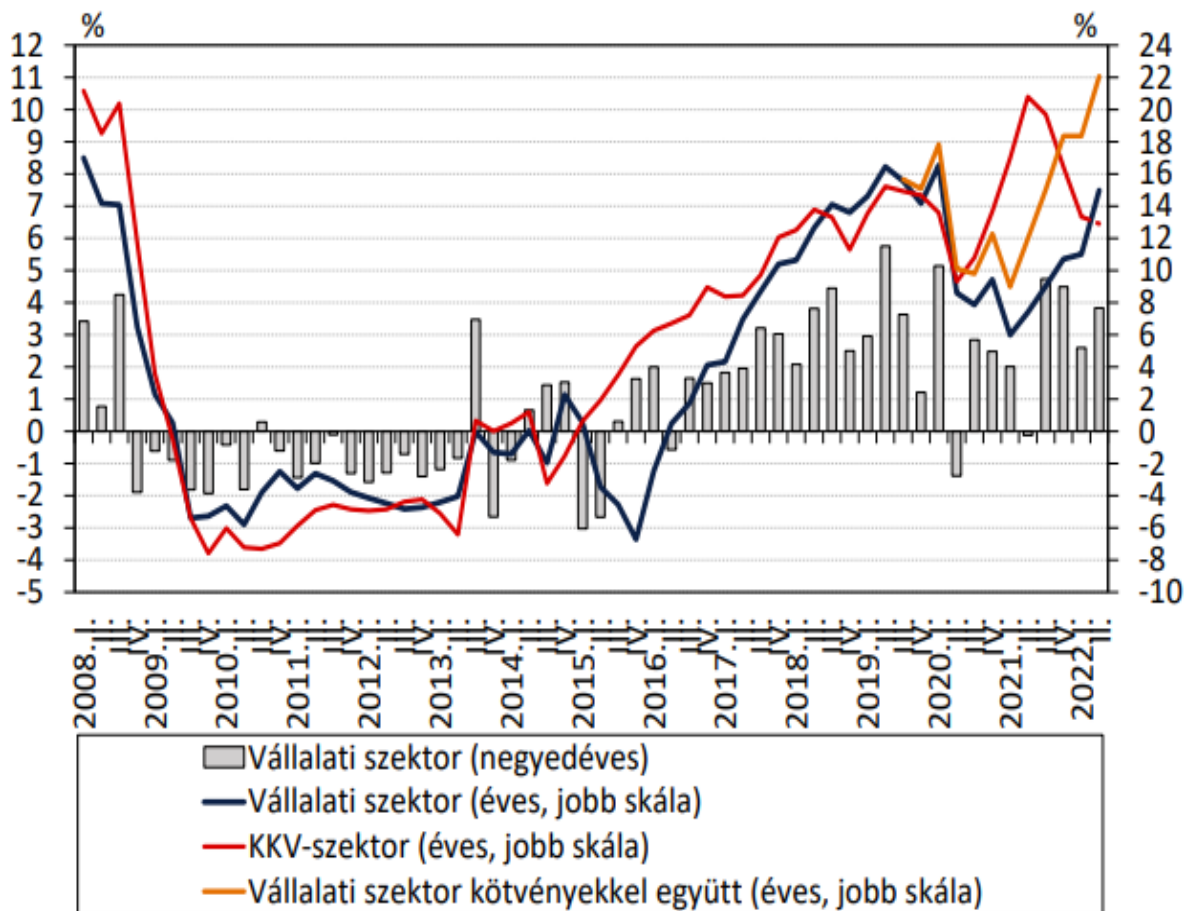
Magyarországon az Európai Unió (EU) országaival összehasonlításban az egyik leginkább dinamikus hitelezés volt tapasztalható a Magyar Nemzeti Bank legutolsó jelentése alapján (MNB: 2022). Az EU-ban a harmadik helyen áll hazánk, ahogy az az 5. ábrán ez látható. Emellett az is jól kivehető, hogy 2022 első negyedében a V4-országok közül Magyarország hitelezési folyamatai voltak a legdinamikusabbak. Kérdés viszont, hogy az elkövetkezendő időszak gazdasági folyamatai milyen irányba befolyásolják a hitelezési kedvet mind az EU-ban, mind pedig hazánkban.



**1. ábra: A vállalati hitelek éves növekedési üteme és a GDP-arányos hitelállomány nemzetközi összehasonlításban**

Forrás: Magyar Nemzeti Bank: Hitelezési folyamatok 2022. szeptember

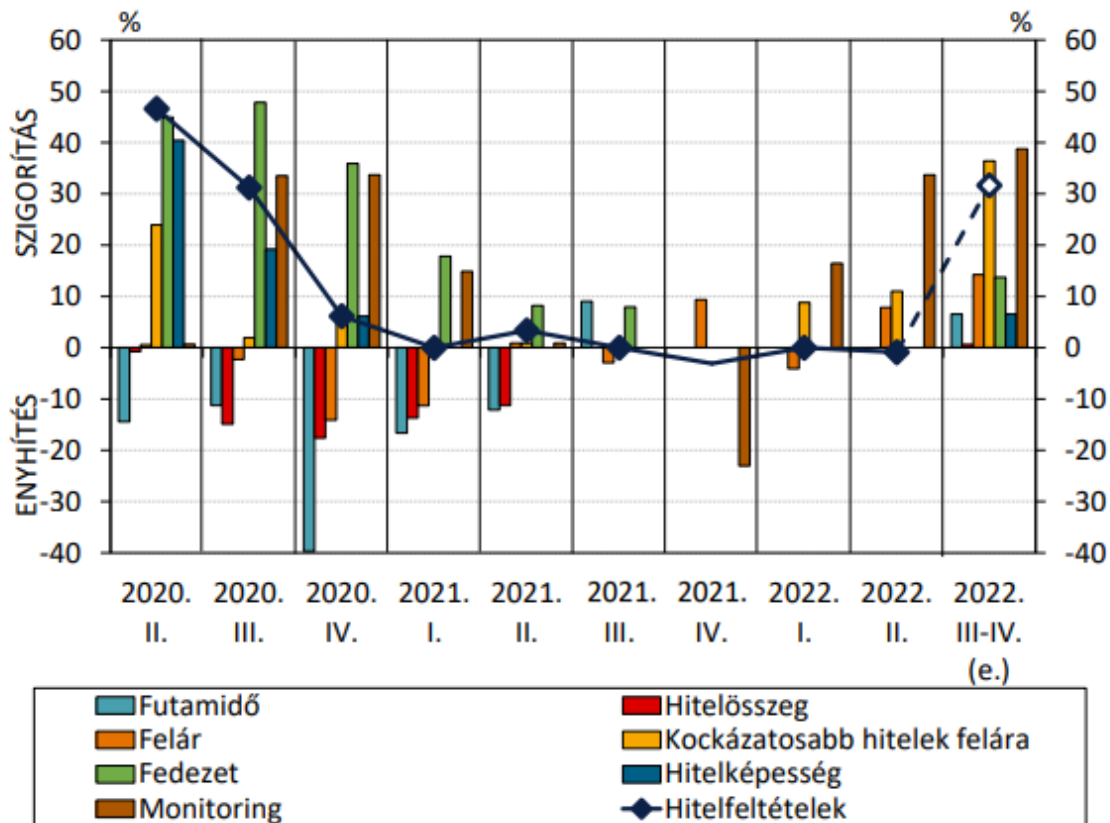
A 6. ábra szemlélteti a teljes vállalati és a kkv-szektor hitelállományának növekedési ütemét 2008-tól kezdődően 2022 első feléig. A 2008-as gazdasági világválság hatására a vállalati hitelezés csökkenő tendenciát mutatott. A kkv-szektorban ez a negatív hitelezési növekedési irány hosszabban elnyúlt. Azonban 2020 első negyedévéig növekvő tendencia látható hol?, azonban a hazai vállalati hitelállományok kapcsán tapasztalható a Covid-19 negatív hatása, jelentős visszaesést mutat a felmérés a vírus berobbanását követően, majd pedig a vállalatok megsegítését szolgáló intézkedések hatására emelkedés tapasztalható. 2022 második negyedévére 15%-ra gyorsult az összvállalati hitelállomány növekedési üteme. A kkv-szektorban a növekedési ütem 13%, mely nem sokkal marad el a nagy vállalati növekedési ütemtől. Viszont a 2021. évi első negyedéves csúshoz képest 8 százalékpontos visszaesés tapasztalható a kkv-k szintjén, mely mögött, feltételezhetően az orosz-ukrán háború negatív gazdasági hatásai húzódnak meg.



**2. ábra: A teljes vállalati és kkv-szektor hitelállományának növekedési üteme**

Forrás: Magyar Nemzeti Bank: Hitelezési folyamatok 2022. szeptember

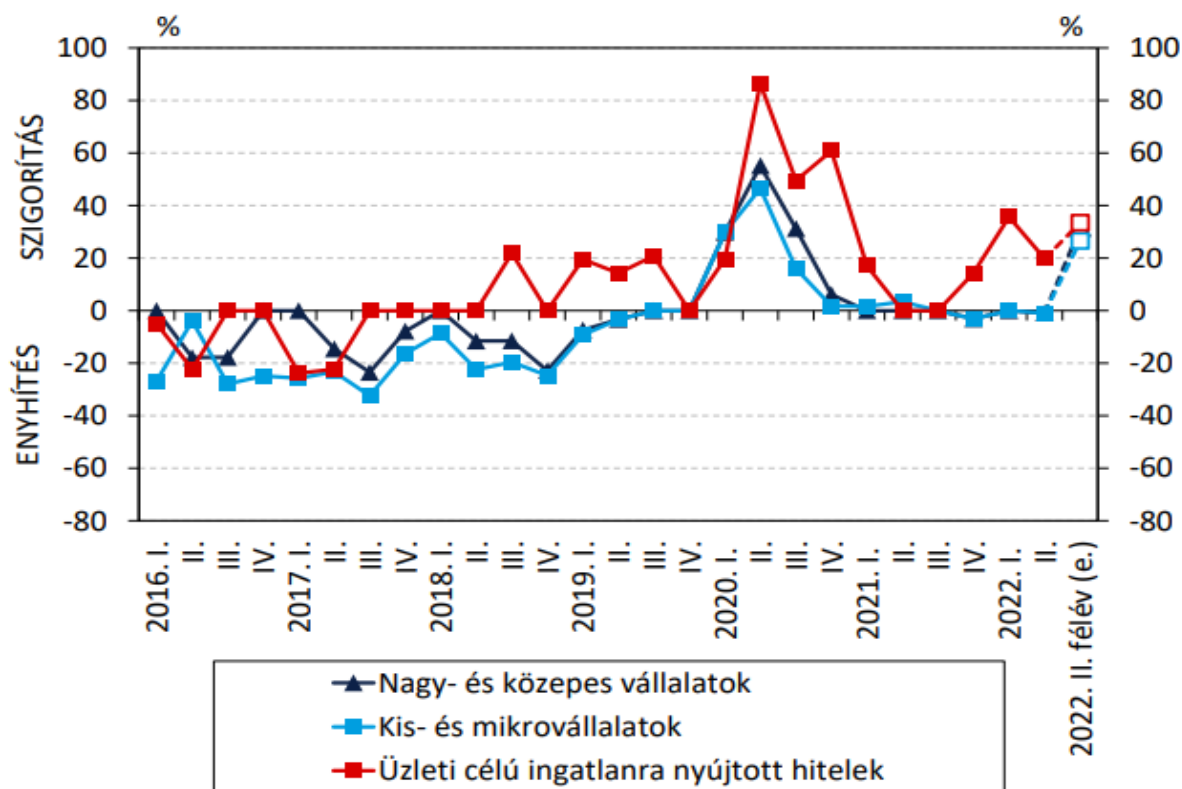
A vállalati hitelezés feltételei jelentősen nem változtak 2022 első két negyedében. A hitelintézetek egyrésze szigorításokat irányzott elő a romló gazdasági helyzet, és a szomszédos országban zajló háború negatív hatásai, valamint a drasztikusan emelkedő energia- és alapanyagárak következtében. A 7. ábrán látható, hogy az elmúlt időszakban a bankok a felárakban szigorítottak, valamint a monitoring tevékenység területén történt jelentős korlátozás a hitelezési folyamatokkal kapcsolatban. Az MNB előrejelzése alapján 2022 második félévében további szigorítások várhatók a monitoring, a felárak, a fedezet területén. Ez mellett pedig szigorodó tendencia várható a futamidők vonatkozásában, illetve a hitelképesség vizsgálatá területén.



### 3. ábra: Hitelezési feltételek változása a vállalati szegmensben

Forrás: Magyar Nemzeti Bank: Hitelezési folyamatok 2022. szeptember

A 8. ábrán a vállalati szegmens hitelezési feltételeinek változása látható az egyes részszegmensekre lebontva. Jó látható, hogy 2019 év elejéig enyhítések voltak tapasztalhatók mind a nagy- és közepes vállalati szektorban, mind pedig a mikro- és kisvállalatok esetében. 2020 első negyedében mintegy 55%-os szigorítás volt tapasztalható, melyet a Covid-19 váltott ki. A pandémia előre haladtával a szigorítások visszafogottabbak lettek. 2021 év elejétől stagnáltak a feltételek mind a két szegmensbe, azonban 2022 második félévére vonatkozó előrejelzés alapján szigorítások voltak várhatók az energiaválság, és a háború következtében. A szigorítás mértéke az előrejelzés alapján 30% körüli szinten mozog mind a két vállalati szegmensben.



**4. ábra: Hitelezési feltételek változása a vállalati szegmensben**  
 Forrás: Magyar Nemzeti Bank: Hitelezési folyamatok 2022. szeptember

## 5. Összefoglalás

Összességében elmondható, hogy a kis-és középvállalkozások finanszírozása eléggé sajátos. Ezen szektor vállalkozásai számára a számos finanszírozási lehetőség közül a leginkább használt források: a hitelek és a kölcsönök, e források a leginkább elérhetőek számukra. Azonban számos egyéb tényező is befolyásolja a forrásválasztási döntésüket, hiszen a kkv-k nem szívesen vonnak be új tulajdonosokat, így a tőkefinanszírozás lehetősége kiesett a lehetséges források listájából. Ez mellett pedig pénzügyi döntéseik során saját, legtöbbször korlátozott információikra támaszkodva választanak a számukra ismert alternatívákból.

Az elmúlt időszakban a bankok hitelállományában gyorsuló ütemű éves növekedés tapasztalható, mely a hitelezés élénkülését mutatja hazánkba, és így a vizsgált szektor vállalkozásainak vonatkozásában is növekedés tapasztalható ezen a téren. A Magyar Nemzeti Bank jelentése alapján ez a növekedés az utóbbi időszakban elsősorban a Széchenyi Kártya Go!-nak köszönhető, mely lehetőséget a jövőben érdemes kiemelt figyelemmel kísérni, hogy hogyan befolyásolja a hitel piacot.

Globális szinten nézve a teljes vállalati szegmens hitelfelvételi tendenciáit elmondható, hogy összességében nem történt változás, hiszen az elmúlt egy évben a növekedés ütem állandósult 12-13%-os szinten. A jövőbeni várakozások a hitelpiacon szigorításokat mutatnak, elsősorban a hitelfelvételi feltételek vonatkozásában. Ezen szigorítások elsősorban a monitoring, a felár, és a fedezet területén várhatóak. A pandémia kialakulásával a hitelfelvételi lehetőségek szigorodtak, azonban az idő előre haladtával egyre visszafogottabbak lettek a hitelfelvétel feltételei. Azonban a 2022 év elején kirobbant és a mai napig elhúzódó A orosz-ukrán háború, valamint a begyűrűző energiaválság újabb szigorításokat hozott magával a vállalati hitelezési feltételekben.



Kérdés a jövőre vonatkozóan, hogy az elkövetkezendő időszak gazdasági folyamatai milyen irányba mozdítják el a hitelezési és hitelfelvételi kedvet mind az Európai Unióban, mind pedig Magyarországon.

## Irodalomjegyzék

- Béza, D., Csákné Filep, J., Csapó, K., Farkas, S. & Szerb, L. (2007). *Kisvállalkozások finanszírozása*. Perfekt Kiadó, Budapest.
- Gyurcsik P. (2020). *A hazai vállalkozások tőkehelyzetében és tőkeszerkezetében bekövetkezett változások és azok hatásainak elemzése*. Doktori értekezés. Szent István Egyetem Gazdaság- és Regionális Tudományi Doktori Iskola, Gödöllő. [https://archive2020.szie.hu/sites/default/files/gyurcsik\\_petronella\\_ertekezes.pdf](https://archive2020.szie.hu/sites/default/files/gyurcsik_petronella_ertekezes.pdf) (Letöltve: 2022.10.20.)
- Innovációs és Technológiai Minisztérium (ITM) (2019). A magyar mikro-, kis- és középvállalkozások megerősítésének stratégiája 2019-2030. <https://www.edutus.hu/wp-content/uploads/2020/10/KKV-Stratagia-2019-2030.pdf> (Letöltve: 2022.10.22.)
- KSH adatszolgáltatás: A vállalkozások teljesítmény mutatói létszámkategória szerint [https://www.ksh.hu/stadat\\_files/gsz/hu/gsz0017.html](https://www.ksh.hu/stadat_files/gsz/hu/gsz0017.html) (Letöltve: 2022.10.25.)
- KSH adatszolgáltatás: Vállalkozásdemográfia (Működő vállalkozások száma) létszám-kategóriák szerint [https://www.ksh.hu/stadat\\_files/gsz/hu/gsz0009.html](https://www.ksh.hu/stadat_files/gsz/hu/gsz0009.html) (Letöltve: 2022.10.25.)
- Magyar Nemzeti Bank (2022. 09.). Hitelezési folyamatok <https://www.mnb.hu/letoltes/hitelezesi-folyamatok-2022-szeptember-hu.pdf> (Letöltve: 2022.10.29.)
- Pálinkó É. & Szabó M. (2008). *Vállalati pénzügyek*. Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar – Typotex Kiadó, Budapest.
- Török Z. (2012.). *Vállalati hitelezés Magyarországon*. Magyar Bankszövetség, Budapest.
- Vecsenyi J. (2017). *Kisvállalkozások indítása és működtetése*. Akadémiai Kiadó, Budapest. <https://doi.org/10.1556/9789634542254>
- Vecsenyi J. & Petheő A. (2017). *Vállalkozz Okosan!* HVG Kiadó, Budapest.

## **Az ellátási láncok fenntartható pénzügyi adaptációja – rövidtávú fizetési kötelezettségek finanszírozása**

*Sustainable Financial Adaptation of Supply Chains – Financing Short-Term Payment Liabilities*

**Dr. CZIRÁKI Gábor PhD**

adjunktus (*Assistant Professor*)

Soproni Egyetem, Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar (*University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics - Hungary*)

**HACKL János**

PhD-hallgató (*PhD Student*)

Soproni Egyetem, Széchenyi István Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola (*University of Sopron, István Széchenyi Economics and Management Doctoral School - Hungary*)

### **Absztrakt**

Az ellátási láncok zavarai korunk globális társadalmában egyre fontosabb szerepet kapnak, ahol is a globalizációt az egymástól való kölcsönös függőségként definiáljuk. A pénz, és egyéb árucikkek kölcsönös függősége stabil, hosszútávon fenntartható ellátást igényel. Az ellátási láncok fenntarthatósága és fenntartható finanszírozása kéz a kézben járva igényelnek mind nagyobb figyelmet, sőt már elvárás korunk viszonyai közepette. A kutatás holisztikus, rendszertudományi megközelítéséből eredve a természetes rendszerek fenntarthatósági megoldásaiából kíván használható mintákat adaptálni korunk közgazdasági problémáira. Fenntartható-e a szolgáltatások színvonala széles palettán, vagy a kellően elégséges szint vajon a kifizetődőbb stratégia-e az ellátási láncok finanszírozásának felépítése mentén? Sokkocok, probléma, zavarok esetén mely stratégiák fenntarthatók? Ilyen és ehhez hasonló kérdésekre keressük a választ az ellátási láncok fenntartható finanszírozásának példáján át vizsgálva a cím sugallta problémakört.

*Kulcsszavak:* ellátási láncok, fenntarthatóság, fenntartható finanszírozás

*JEL-kódok:* G23, L84, L86, O14, R42

### **Abstract**

Supply chain disruptions are becoming increasingly important in today's global society, where globalisation is defined as interdependence. The interdependence of money and other commodities requires a stable, long-term sustainable supply. The sustainability and sustainable financing of supply chains go hand in hand and require increasing attention and even expectation in the context of our times. This research, based on a holistic, systems science approach, seeks to adapt usable patterns from sustainability solutions in natural systems to the economic problems of our time. Is the level of service sustainable across a wide range of services, or is sufficiency the most profitable strategy along the structure of supply chains? Which strategies are sustainable in the event of shocks, problems and disruptions? We seek to answer these and similar questions by examining the problem space suggested by the title through the practical example of the parcel delivery sector.

*Keywords:* supply chains, sustainability, sustainable finance

*JEL Codes:* G23, L84, L86, O14, R42

## **1. Bevezetés**

Az elmúlt években az ügyfelek, a munkavállalók, a befektetők és a kormányok egyre nagyobb nyomást gyakorolnak a vállalatokra, hogy nagyobb környezetvédelmi felelősségvállalást és társadalmi felelősségvállalást tanúsítsanak. Ez egy olyan időszakban történik, amikor a fenntartható működés üzleti érvei évről évre erősebbek. Sok vállalkozás számára az ellátási láncok azért kerültek a figyelem középpontjába, mert sok erőforrást és pénzt használnak fel, és gyakran a felesleges hulladék forrását jelentik. Így az ellátási lánc fenntarthatósága kulcsfontosságú vállalati céllá vált. A vállalatok elkezdtek mérni áruik és szolgáltatásaik környezeti és társadalmi hatását, az életciklusuk kezdetétől annak végéig. **Az ellátási lánc fenntarthatósága** a vállalatok azon erőfeszítéseire utal, hogy figyelembe vegyék termékeiknek az ellátási láncon keresztül vezető útjának környezeti és emberi hatásait, a nyersanyagok beszerzésétől a gyártáson, a tároláson, a szállításon és a kettő közötti minden egyes szállítási láncszemen keresztül. A cél az olyan tényezőkből eredő környezeti károk minimalizálása, mint az energiafelhasználás, a vízfogyasztás és a hulladéktermelés, miközben pozitív hatást gyakorolnak a tevékenységükben részt vevő és az azt körülvevő emberekre és közösségekre. Ezek az aggodalmak a hagyományos vállalati ellátási láncban a bevétel és a nyereség körüli aggodalmak mellett érvényesülnek (Ruhlin, 2015). **Az ellátási lánc** egy vállalat termékeinek fejlesztésében, gyártásában és szállításában részt vevő vállalatok, létesítmények és tevékenységek összehangolt hálózata (Hayes, 2022). **Az ellátási lánc menedzsment** a beszerzés, a gyártás, a készletgazdálkodás és a szállítás koordinálásának gyakorlata az ellátási lánc valamennyi résztvevője között a hatékonyság és a vevői elégedettség maximalizálása érdekében. Számos vállalkozás jelentős idő- és költségmegtakarítást ér el az ellátási lánc menedzsment értékelésével és javításával (Handfield, 2021). Míg a hagyományos ellátási lánc menedzsment a műveletek gyorsaságára, költségeire és megbízhatóságára összpontosít, addig a **fenntartható ellátási lánc menedzsment** a környezeti és társadalmi értékek fenntartásának céljaival egészül ki. Ez olyan globális problémák kezelését jelenti, mint az éghajlatváltozás, a vízbiztonság, az erdőirtás, az emberi jogok, a tisztességes munkai gyakorlat és a korrupció (Luther, 2021).

A vállalatok világszerte lépéseket tettek a szén-dioxid-kibocsátásuk csökkentése, a hulladéksökkentés és a munkakörülmények javítása érdekében. A fenntarthatósági mérőszámok nyomon követésével az ellátási lánc menedzsment (SCM) rendszerekben nyomon követik a sokrétű programokat, amelyek például a megújuló energiát helyezik előtérbe, újrahasznosítják a termékeket és anyagokat, vagy nagyobb társadalmi felelősségvállalásra ösztönzik a beszállítókat. A Subaru indianai autógyára - az Egyesült Államok első hulladékmentes gyára - a Scientific American által dokumentált fenntartható ellátási lánc meggyőző példája (Guynup, 2017). Emellett a vállalatok intelligens és előre meghatározott szabályok segítségével biztosíthatják, hogy a termékeket ne szállítsák feleslegesen – például biztosíthatják, hogy a termékeket a legközelebbi elosztóközpontból küldjék, nem pedig az ország másik végéből. Kutatások kimutatták, hogy a legtöbb vállalat esetében az ellátási lánc felelős a környezeti hatások nagy részéért (Syverson, 2021). Az ellátási láncok természetüknél fogva gyakran energiaigényes termeléssel és szállítással járnak, mivel az áruk előállításuk és szállításuk világszerte történik. Ezért a szervezetek gyakran inkább az ellátási láncot érintő változtatásokkal érhetik el a legnagyobb változást, mint más üzleti műveletekkel. A számtalan beszállítói kapcsolat és a határátkelések összetettsége szintén kihívássá teszi az ellátási lánc fenntarthatóságát. Ez az összetettség akadályozhatja a fontos működési szempontok, például a több ezer kilométerre lévő beszállítói gyárban uralkodó munkafeltételek átláthatóságát. Mivel a vállalkozások egyre nagyobb hangsúlyt fektetnek az ellátási lánc fenntarthatóságára, sokan tanulmányozták az iparágak, országok és hatásterületek tendenciáit ezen a területen. Tématerületenként lebontva pár figyelemre méltó statisztikai adat e téren:

1. **Kereslet:** Az amerikai fogyasztók közel fele azt állítja, hogy megváltoztatná vásárlási szokásait, hogy csökkentse a környezetre gyakorolt hatását (Nielsen, 2018).

2. **Környezeti hatás:** A McKinsey & Company kutatása szerint a legtöbb fogyasztási cikket gyártó vállalat környezeti hatásának több mint 90%-a az ellátási láncra vezethető visza (Bové & Swartz, 2016).
3. **Társadalmi kockázat:** Az Egyesült Államok Munkaügyi Minisztériuma 2018-ban 76 országból származó 148 féle, gyermekmunkával vagy kényszermunkával előállított árutípust sorolt fel, amikor kiadta a Comply Chain alkalmazást, hogy segítsen az amerikai vállalkozásoknak kiküszöbölni a gyermekmunkát az ellátási láncukból (U.S. Department of Labor's, 2018).
4. **Adatrendszerek:** A Carbon Disclosure Project (CDP) 2019-es felmérése szerint a vállalati tagok 65%-a használ környezeti mérőszámokat a beszállítói menedzsment tájékoztatására és üzleti partnereik elszámoltatására az ellátási lánc fenntarthatósági céljaiért.
5. **Előrelépés:** A CDP ígéretes előrelépésről számolt be az üvegházhatású gázok csökkentése terén: A 2019-es felmérésében a világ néhány legnagyobb vállalatának 7000 beszállítója közül 29% számolt be a kibocsátás csökkenéséről (www.cdp.net, 2019).

### ***1.1. Az ellátási láncok fenntarthatósága***

Szerencsére manapság már több példa is felmerül az ellátási láncok fenntarthatóságára, ha szét nézünk egyes iparágakban. A szabadtéri ruházati cikkek és felszerelések kiskereskedői különösen hasznos modelleket kínálnak az ellátási lánc fenntarthatóságára. Egyes márkák újrahasznosított műanyag palackokból készítenek ruhákat, vagy összegyűjtik a használt ruhadarabokat, megjavítják és "újrahasznosított" áruként értékesítik őket. A Patagonia díjnyertes zöld elosztóközpontot üzemeltet, és a csomagolás súlyának csökkentésével és fenntartható csomagolóanyagok használatával "nulla hulladék" programot hozott létre. A Sustainable Apparel Coalition (Fenntartható Ruházati Koalíció) mint iparági együttműködés célja "egy olyan ruházati ipar, amely nem okoz szükségtelen környezeti károkat, és pozitív hatást gyakorol a tevékenységéhez kapcsolódó emberekre és közösségekre" (www.patagonia.com, 2022). A fenntarthatóság példái a SustainCase kiadó történetei szerint az iparágakat is érintik. Például egy útépitő cég, amely korábban kizárólag az ár alapján vásárolt aszfaltot, 40%-kal csökkentette a szállítási távolságot és a kapcsolódó szén-dioxid-kibocsátást, és a helyi beszállítások megvásárlásával alacsonyabb összköltséget ért el. Egy gyorséttermi vállalat úgy alakította át a csomagolását, hogy elkerülje az átcsomagolást az ellátási láncban, és így szó szerint tonnányi hulladékot takarított meg. Egy elektronikai vállalat megköveteli a beszállítóktól, hogy írjanak alá egy "magatartási kódexnek való megfelelési nyilatkozatot", amely kiemeli az integritást és a vállalattírányítást (www.sustaincase.com, 2022).

Az ellátási hálózat átláthatóságának hiánya az ellátási lánc fenntarthatóságának egyik legnagyobb kihívása, különösen azért, mert a vállalkozások általában többszintű beszállítókkal dolgoznak együtt: Sok vevő közvetlen kapcsolatot tart fenn az 1. szintű beszállítóival és szerződéses gyártóival. Ezeknek az 1. szintű vállalatoknak a beszállítói és alvállalkozói viszont 2. szintű beszállítók. Ezek az alvállalkozók pedig bányákkal, gazdaságokkal és más nyersanyagszállítókkal dolgozhatnak együtt, amelyek a 3. szintre tartoznak. Az Ernst & Young által nemrég megkérdezett vállalatok úgy nyilatkoztak, hogy az 1. szinteken túli partnerek működésével kapcsolatban nincs átláthatóság. Egyes vevők az 1. szintű beszállítóikra támaszkodnak, hogy a fenntartható gyakorlatokat átadják a 2. szintű vállalatoknak, a 2. szintű beszállítók pedig a 3. szintű beszállítók gyakorlatainak ellenőrzésére, és így tovább (Mork et al., 2021).

Az ellátási lánc fenntarthatósága nem csak a vállalatok és az érdekelt felek saját érdekeit szolgálja, hanem a társadalom és a bolygó egészének javát is. A vállalatok felismerték, hogy például az éghajlatváltozás veszélyeztetheti üzletmenetük folyamatosságát a szélsőséges időjárási zavarok és a növekvő erőforráshiány miatt. A fenntarthatóság előnyös hatásaira az alábbi üzleti tevékenységek szolgálhatnak jó példának:

1. **Ellátási lánc működése:** A legújabb példák azt mutatják, hogy például az energiaköltségek csökkennek, ha a vállalatok kibocsátási célokat határoznak meg a beszállítókkal, és segítenek nekik azonosítani a potenciális fejlesztési területeket.
2. **Márkaépítés:** A fogyasztókat minden eddiginél jobban érdekli, hogy honnan származnak a termékek, és hogyan állítják elő őket. Az MIT Sloan School of Management kutatói megállapították, hogy a fogyasztók akár 2-10%-kal többet fizethetnek az ellátási lánc átláthatóságát biztosító termékekért (Bateman–Bonanni, 2019).
3. **Befektetői kapcsolatok:** Az intézményi befektetők nagyon is tisztában vannak a nem fenntartható ellátási lánc működésének hírnevet érintő kockázatával. Az elmúlt években a média számos felelőtlen ellátási lánc gyakorlatról számolt be, és ez néhány esetben ártott az adott vállalat részvényárfolyamának. Ezek a beszámolók felfedték, hogy a vállalkozások a tengerentúlról szereztek be elektronikai cikkek, veszélyes munkakörülményeket tartottak fenn, olyan beszállítókat használtak, amelyek rendszeresen szennyezték a helyi folyókat, és hibás alkatrészeket vagy mérgező anyagokat szereztek be. Érdeemes megjegyezni azt is, hogy egy nemrégiben végzett Gallup-felmérésben a befektetők közel fele érdeklődést mutatott a fenntartható befektetési alapok iránt (Saad, 2020).
4. **Vállalati kultúra:** A demográfusok szerint különösen az ezredfordulósok keresnek nagyobb célt a munkájukban. Az alkalmazottak sikeres felvétele és megtartása gyakran a vállalat vállalati kultúráján és értékein múlik, és ebben a fenntarthatóság kulcsszerepet játszik.
5. **Megfelelés:** A kormányok világszerte előírják az ellátási lánc fenntarthatóságának fokozását, részben azért, hogy teljesítsék az ENSZ 2030-ig szóló, a fenntartható fejlődési célok – például a mindenki számára elérhető tiszta víz – elérésére vonatkozó határidejét. A kormányzati előírások számos területre kiterjednek, többek között a gyógyszerek nyomon követhetőségére, az elektronikai termékek ártalmatlanítására és a konfliktusos ásványi anyagok elkerülésére.

A fenntartható ellátási láncok elsődleges akadály a költség, és a kisebb vállalatoknak különösen nehéz megfizetni az ellátási lánc fenntarthatóbbá tételének kezdeti költségeit. Azonban egy olyan beruházás, mint például a kompakt csomagolás, a szállítmányok méretének és számának csökkenéséhez, kisebb környezeti lábnyomhoz és idővel költségmegtakarításhoz vezethet. Más vállalatok úgy találják, hogy egyszerűen nincsenek fenntartható lehetőségek az alkatrészek számára, vagy olyan ellátási láncokat örököltek a felvásárlásokból, amelyeket a bonyolultság vagy a szervezeti felépítés miatt nehéz a fenntartható gyakorlatok irányába elmozdítani. Ezek a kihívások leküzdhetők, de egy felmérésben a válaszadók 20%-a arról számolt be, hogy a vevők egyszerűen nem érdeklődnek (LLamasoft, 2019), ami megnehezíti egyes vállalatok számára, hogy igazolják a többletköltséget vagy erőfeszítést.

Sok vállalat számára a fenntarthatóság már nem csupán egy olyan dolog, amelyet figyelemmel kell kísérni, hanem szerves része az ellátási láncuk alapjának. A CDP jelentése szerint tagjai integrálják a környezetvédelmi adatokat a beszerzési eszközökbe és folyamatokba, és a beszállító értékelése során a költség- és minőségi statisztikák mellett környezetvédelmi mérőszámokat is használnak.

Más CDP-tagok a szerződéseikben és a pályázati dokumentációban konkrét környezetvédelmi teljesítményre vonatkozó megfogalmazásokat is tartalmaznak. Egyes vállalkozások fenntarthatósági képzést nyújtanak saját beszerzési vezetőiknek és beszállítóiknak, hogy segítsék az ügyet.

Négy területre összpontosítva kidolgozásra került egy keretrendszert a fenntarthatóság integrálására az ellátási láncba:

1. **Beszerzés:** A legtöbb vállalat a fenntarthatósági programokat az energia- és vízbeszerzéssel, valamint a termékeiben felhasználandó fenntartható anyagok beszerzésével kezdi.

2. **Üzemeltetés:** Keressen olyan működési folyamatokat vagy lépéseket az ellátási láncban, amelyek hatékonyabbá tehetők és csökkenthetik az erőforrás-felhasználást.
3. **Kivonás:** Kerülje el a felesleges hulladékot és az elavult elemeket a termékek upcycling és újrafelhasználás céljából történő tervezésével.
4. **Adatok és kommunikáció:** Mérje az első három területen tett kezdeményezések hatékonyságát, és erősítse meg a kapcsolódó erőfeszítéseket azáltal, hogy kommunikálja azokat az ügyfelekkel, az ellátási lánc partnereivel és más érdekelttel (Forrester Research, 2020).

Az innováció az ellátási lánc fenntarthatóságának motorja volt és lesz az elkövetkező években. A két trend, amely lendületben tartja majd ezt a területet: a körkörös gazdaság és az **adatvezérelt ellátási láncok**. A körkörös gazdaság célja, hogy a termékekből és rendszerekből, például az ellátási láncokból kivonjuk a szennyezést és a hulladékot. Ebben a rendszerben a termékek úgy készülnek, hogy kis környezeti lábnyomot hagyjanak maguk után, hosszabb ideig tartanak, és könnyen szétszerelhetők, majd újragyárthatók vagy újrafelhasználhatók legyenek (Geissdoerfer et al., 2020). Az **adatvezérelt ellátási láncokban** a vállalatok olyan felhőalapú ellátási lánc-végrehajtási rendszereket használnak, amelyek részletes elemzést nyújtanak, és akár a berendezések érzékelőiből és más, a tárgyak internetét (IoT) használó eszközökből is nyerhetnek adatokat. Ezáltal a vállalkozások mélyebb rálátást kapnak a működésükre, és így megtalálhatják, megvalósíthatják és nyomon követhetik a fenntarthatóbbá válást célzó stratégiákat (Luther, 2021). Ez utóbbival – az adatvezérelt ellátási láncokkal – foglalkozunk cikkünkben mélyrehatóbban a csomagküldő szolgáltatások és a pénzügyi tranzakciók empirikus példáján keresztül.

Az ellátási láncok minden vállalkozás fontos részét képezik és nélkülük egy vállalkozás nem tudna működni. Nemcsak az áruforgalom irányítására használhatók, hanem más területeken is, például a pénzügyi kérdések és az ellátási lánc menedzsment pénzügyek kezelésében. Az ellátási láncok fenntarthatóságát gyakran az ENSZ fenntartható fejlődési céljainak elérésében kulcsfontosságú tényezőként említik. Ide tartozik a tisztességes munka és munkahelyek teremtésére vonatkozó fenntartható fejlődési cél is, amelyet a fenntartható üzleti modellek alkalmazása tett lehetővé. Számos példája van annak, hogy a vállalatok, hogyan használják fel ellátási láncukat fenntarthatósági kezdeményezések létrehozására, amelyek a munkavállalók és a fogyasztók javát egyaránt szolgálják (1. táblázat). Ez a vállalatok és a fogyasztók számára is elősegíti a jó munkamódszereket, ami az ellátási lánc minden résztvevőjének előnyére válik.

**1. táblázat: Az ellátási láncok felhasználása fenntarthatósági vállalati kezdeményezésekre**

<b>Ellátási lánc modell</b>	<b>Fenntartható hatás</b>
A megmenthető termékek újrahasznosítása	Jövedelmező környezetbarát üzleti tevékenység
Ellenőrző listák és fenntarthatósági mérőszámok	Holisztikus ellátási láncok
A termékek fenntartható csomagolása	Újrahasznosított anyagok
Zárt ellátási láncok	Körkörös gazdaság
A folyamatok automatizálása	Alacsony költségek és a termelés felgyorsítása
Fák ültetése a kitermelés után	Az erdők minden ellátási lánc fő részét képezik
Kiterjesztett garanciák	Fenntartható fejlődésre vonatkozó átfogó terv
Fenntarthatósági erőforrás-kezelési rendszerek (SRMS)	Környezeti teljesítmény mérés és stratégia
Upstream ellátási lánc együttműködés	Erőforrás allokáció és információ szerzés
Klíma pozitivitás	Fenntarthatósági mérőszámok
Zöld ellátási lánc tanúsítvány	Ügyfélbizalom és vezető szerep az iparágban
Befektetés az energiahatékonyságba	Megújuló energiaforrások, pazarlás kerülése
Preferenciális kereskedelmi megállapodások	Gazdasági előnyök a fenntarthatóbbá válásért
Környezetirányítási rendszerek	Környezeti hatásmérés, minimalizáló stratégia
Lágy fókuszú vezetés	Fenntarthatóságra összpontosító vezetői csapatok
Környezeti monitoring és jelentéstétel ösztönzése	A környezeti hatások nyomon követése

Zöld beszerzési politikák	Vásárolt termékek a jövőbeli fenntarthatóságért
Az érdekelt felek bevonása	Tapasztalat és tudás csere/hasznosítás
Társadalmi felelősségvállalás tanúsítvány	Márkaérték és céltudatosság
Biológiai lebonthatóság vizsgálata	Természetközeli anyagok használata
A termékek fenntarthatóbbá tétele	100%-ban újrahasznosított termékek
Karbonlábnyom csökkentése	Üvegházhatású gáz kibocsátás csökkentése
A körforgásos gazdaságra való áttérés	Kedvez a jövőbeli piaci igényeknek
Tervezés a jobb fenntarthatóság megteremtésére	Innováció a fenntarthatóság javítása érdekében
A csomagolás minimalizálása	Könnyebb vagy újrahasznosítható anyagok

Forrás: Saját szerkesztés, Paler (2022) nyomán

A termékek és szolgáltatások fenntarthatósága arról szól, hogy képesek vagyunk felhasználni az eredetileg rendelkezésre állót, és valami újat létrehozni belőle, ami még mindig hasznos. A vállalatok számos módon válhatnak fenntarthatóbbá ellátási láncukban, de sok vállalat nincs tisztában ezekkel a módszerekkel és azzal, hogy hogyan segíthetnek nekik fenntarthatóbbá válni, miközben pénzt is keresnek.

### **1.2. Az ellátási láncok fenntartható finanszírozása**

Az ellátási lánc finanszírozási mechanizmusainak kihasználása a globális ellátási láncokban a fenntartható viselkedés ösztönzésére lehetőséget jelent a vállalkozások és a fenntarthatóság számára. A fenntarthatósági tényezők beágyazása az ellátási láncok finanszírozásának széles körben elterjedt és növekvő gyakorlatába

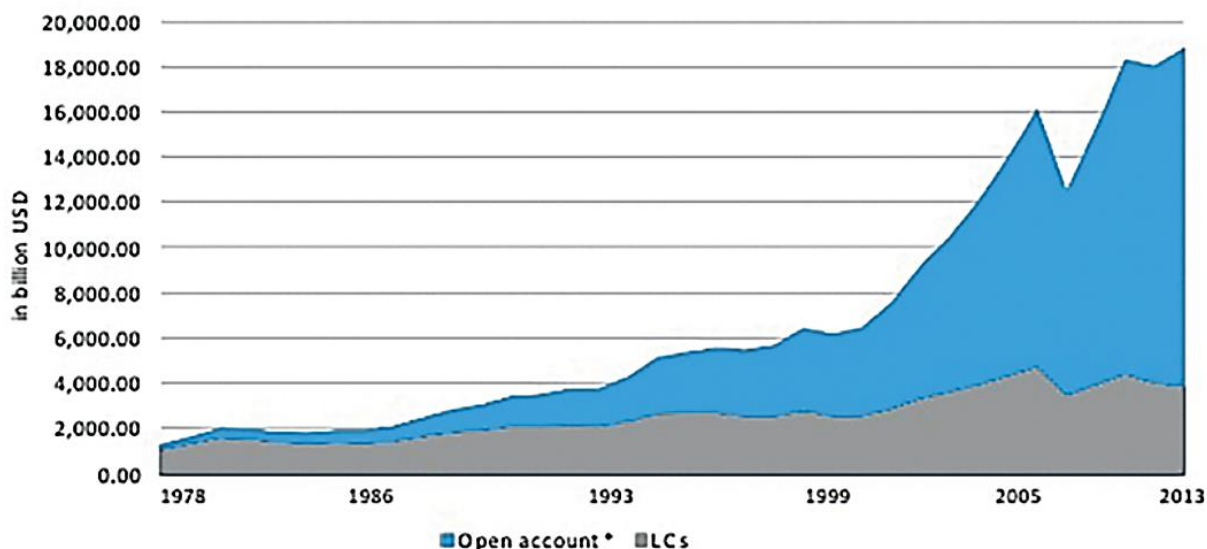
- értéket tulajdonít az ellátási lánc fenntarthatósági programjainak,
- kézzelfogható ösztönzőket nyújt a beszállítók és vevők számára,
- potenciálisan új piacokat nyithat meg a bankok előtt, valamint
- átalakíthatja az ellátási láncokat.

A vállalatok világszerte felismerték, hogy az ellátási láncokon belüli fenntarthatósági kihívások kockázatot és kezelendő lehetőséget jelentenek. Ezért a vállalatok számára már bevett gyakorlattá vált, hogy programokat indítanak a beszállítói láncuk környezeti, társadalmi és irányítási (ESG) kockázatainak kezelésére. A legtöbb jó hírű globális vállalat rendelkezik ellátási lánc fenntarthatósági programokkal, amelyekkel értékelik és kezelik beszállítóik emberi jogi, munkaügyi, irányítási, környezeti és egyéb kockázatait. Ezek a programok nagyrészt olyan kockázatkezelési tevékenységeken alapulnak, mint a beszállítói értékelések és auditok. A vállalati ellátási lánc fenntarthatósági programjainak több mint 25 éves működése után azonban a globális ellátási láncokban még mindig jelen vannak a környezeti, emberi jogi és irányítási problémák. A vállalati szféra gyakorlati tapasztalataiból kiindulva mára lehetőség nyílik, hogy többet tegyünk a beszállítók jobb teljesítményének előmozdítása érdekében, nemcsak az első szinten, hanem az ellátási lánc mélyebb szintjein is.

A fenntartható ellátási lánc finanszírozása olyan ellátási lánc-finanszírozási gyakorlatokat és technikákat jelent, amelyek támogatják a kereskedelmi tranzakciókat oly módon, hogy minimalizálják a negatív hatásokat, és környezeti, társadalmi és gazdasági előnyöket teremtenek a termékek és szolgáltatások piacra juttatásában érintett valamennyi érdekelt fél számára.

Öt fő oka van annak, hogy a fenntartható ellátási lánc finanszírozása miért jelent ma komoly lehetőséget:

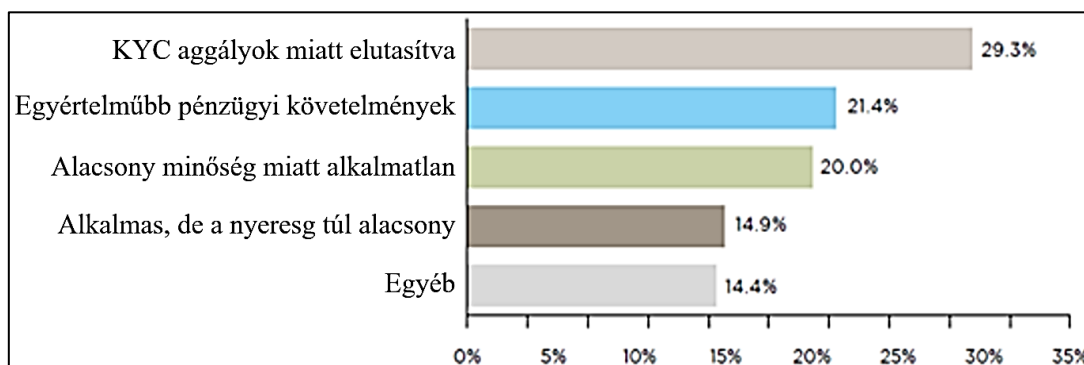
1. Az ellátási lánc finanszírozása gyorsan növekvő piac, évente mintegy 20 százalékos bővüléssel (1. ábra).



**1. ábra: A nyitott számlás külkereskedelem (export) alakulása 1978–2013 között**  
(milliárd USD)

Forrás: ICC et al. (2016)

- Az ellátási lánc finanszírozása egyre inkább digitalizálódik; a hagyományosan papír alapú folyamatról való elmozdulás lehetőséget kínál az innovációra.
- A vállalatoknak működőtőkére van szükségük (2. ábra), és a készpénzoptimalizálás kézzelfogható ösztönzőt jelent mind a vevők, mind a beszállítók számára.



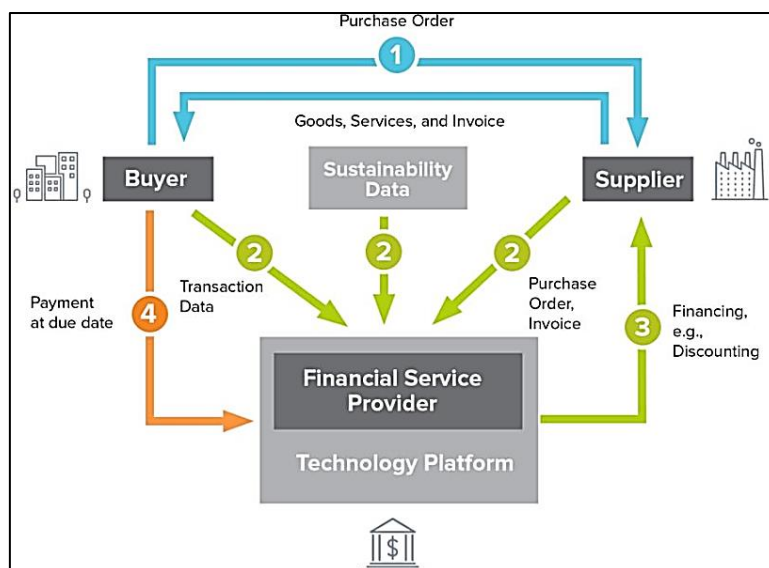
**2. ábra: A kereskedelemfinanszírozási ügyletek elutasításának okai (%)**

Forrás: ICC (2017)

- Bár a beszállítók fenntarthatósági teljesítményére vonatkozó adatok még mindig nem tökéletesek, egyre inkább számszerűsíthetőek és könnyen hozzáférhetőek.
- A pénzügyi szolgáltatók olyan megoldásokat kínálnak, amelyek képesek integrálni a fenntarthatósági adatokat.

A legtöbb vállalat még nem vezetett be fenntartható ellátási lánc finanszírozási programokat, és a bankok sem kínálnak még szívesen ilyen szolgáltatásokat. A vásárló vállalatok, a beszállító vállalatok és a pénzügyi szolgáltatók azonban különböző módokon feltárhatják és maximalizálhatják ezt a lehetőséget.





**3. ábra: A fenntarthatóság integrálása az ellátási lánc-finanszírozásba**

Forrás: Bancelhon et al. (2018)

A fenntartható ellátási lánc finanszírozási megoldások három ígéretes ellátási lánc-finanszírozási mechanizmust emelnek ki a fenntartható ellátási láncok jutalmazására, ösztönzésére és finanszírozására:

1. a fizetési kötelezettségek finanszírozását,
2. a fenntartható kereskedelmi hiteleket és
3. az intelligens szerződéses megoldásokat.

Ezek a mechanizmusok kézzelfogható kereskedelmi és fenntarthatósági előnyöket kínálnak a globális vevők, a pénzügyi szolgáltatók és a beszállítók számára. Ma még csak néhány nyilvános példa van arra, hogy a globális vevők és pénzügyi szolgáltatók megvalósították ezeket a megoldásokat (3. ábra), és még kiaknázatlan lehetőségek vannak ezek további feltárására és a sikeres modellek skálázására.

**A fenntartható fizetési finanszírozási megoldások** az ESG-teljesítményre vonatkozó kritériumok beépítését foglalják magukban a vevő által vezetett ellátási lánc finanszírozási programokba, lehetővé téve a globális vevők számára, hogy jutalmazzák és kézzelfogható előnyöket (pl. jobb kedvezményeket) nyújtsanak a kiválasztott beszállítóknak (pl. az erős fenntarthatósági teljesítményt nyújtó beszállítóknak). Ez a megoldás azokra a globális vállalatokra vonatkozik, amelyek már rendelkeznek ellátási lánc finanszírozási programokkal, vagy ilyeneket hoznak létre, és közvetlen ösztönzést kívánnak nyújtani saját beszállítóiknak.

**A fenntartható kereskedelmi hitelek** olyan hitelek, amelyeket olyan áruk vagy szolgáltatások szállítójának vagy eladójának nyújtanak olyan áruk kereskedelméhez, amelyek bizonyítottan fenntarthatósági jellemzőkkel vagy környezeti vagy társadalmi előnyökkel rendelkeznek. Ez a megoldás akkor alkalmazható, ha egy beszállítónak fenntartható áruk és projektek finanszírozására van szüksége.

**Az intelligens szerződéses megoldások** olyan önvégrehajtó szerződések, amelyekben a vevő és az eladó közötti megállapodás feltételei közvetlenül kódsorokba vannak írva, beleértve egy elosztott, decentralizált blokklánc-hálózatot is. Az intelligens szerződések nyomon követhetővé, átláthatóvá és visszafordíthatatlanná teszik a tranzakciókat, amelyek a fenntartható ellátási lánc alapelvei. Ez a megoldás akkor alkalmazható a legjobban, ha egy vertikális ellátási lánc több szereplője fenntartható változást akar létrehozni.

A globális beszállítóknak továbbra is pénzügyi kihívásokkal kell szembenézniük. Az ellátási láncokban részt vevő vállalkozásoknak gyakran van szükségük működőtőkére a fizetési

hiányosságok áthidalására. Bár egyes kutatások szerint a fenntarthatósági szabványok és követelmények teljesítése nyereségesebbé teszi a vállalatokat, a szabványok költségekkel is járnak, amelyek nem mindig térülnek meg kézzelfogható előnyökkel (World Bank, 2017). A *globális vevők*nek lehetőségük van arra, hogy az ESG szempontokat beépítsék a beszállítóiknak kínált ellátási lánc finanszírozási programjukba. A fenntartható ellátási lánc finanszírozása egyedülálló megoldást kínál a globális vevők számára a fenntartható beszerzési céljaik elérésére, az ellátás biztonságának növelésére és a beszállítókkal való kapcsolatok javítására azáltal, hogy jutalmazza és ösztönzi a fenntartható magatartást az ellátási láncban, a vállalat számára ésszerű közvetlen költségekkel, ha egyáltalán van ilyen. Világszerte 2 billió USD értékű finanszírozható, nagy biztonságú szállítói tartozás áll fenn, és a kereskedelemfinanszírozási hiány becsült értéke 1,5 billió USD. Becslések szerint idővel a fenntartható beszállításfinanszírozási piac eléri a piac egyharmadát, azaz 660 milliárd USD-t, ami 6 milliárd USD bevételi lehetőséget jelent a *pénzügyi szolgáltatók* számára a fenntartható beszállítási lánc finanszírozásában. A pénzügyi szolgáltatóknak fenntartható ellátási lánc-finanszírozási megoldásokat kell kifejleszteniük és kínálniuk. A bankok így segíthetik ügyfeleiket fenntarthatósági céljaik elérésében, és megkülönböztethetik a termékkínálatot a versenytársaktól. A pénzügyi szolgáltatóknak az ESG szempontokat be kell építeniük az "ismerd meg az ügyfeled" (KYC) átvilágítási folyamatába. Ez segít a bankoknak abban, hogy mérsékeljék a hírnév- és csökkentsék a hitelkockázatokat azáltal, hogy jobb fenntarthatósági és általános gazdálkodási gyakorlatot folytató cégeknek nyújtanak finanszírozást. A kutatások rámutatnak az erősebb ESG-teljesítmény és az alacsonyabb hitelkockázat közötti kapcsolatra. A bankok nyilvánosan elkötelezték magukat a fenntartható vagy zöld finanszírozási célok mellett, és a fenntartható ellátási lánc finanszírozási termékek segítenek nekik e célok elérésében. A fenntartható ellátási lánc finanszírozása hozzáférést biztosíthat a *beszállítók* számára a működőtőkéhez, erősebb kapcsolatokat a vevőkkel, és lehetőséget adhat arra, hogy számszerűsítsék fenntarthatósági erőfeszítéseik értékét. A beszállítóknak be kell fektetniük a munkaügyi, emberi jogi, környezetvédelmi és irányítási teljesítményükbe, hogy hozzáférjenek a működőtőke-megoldásokhoz és pénzügyi ösztönzőkhöz. Például egy százalékpontos kedvezményes diszkontráta mellett egy fenntartható szállítói finanszírozási program egy beszállító számára 1 millió dollárnyi követelés esetén 5 000 USD ösztönzöt nyújthat, 90 napos fizetési határidőt feltételezve és 5 százalékos saját finanszírozási költséggel szemben. A Kereskedelmi Világszervezet szerint a nemzetközi kereskedelem 80 százalékát a kereskedelem finanszírozásának valamilyen formája támogatja. Az ellátási lánc finanszírozása (SCF, *Supply Chain Finance*) a kereskedelemfinanszírozás gyorsan növekvő és meglehetősen kialakulóban lévő formája, amelyet a nyílt számlás kereskedelem felé való elmozdulás ösztönöz. A McKinsey szerint az SCF 20 milliárd USD potenciális bevételi forrást jelent, amelyből ma mindössze 2 milliárd USD van kihasználva (McKinsey, 2015).

Napjainkban a legtöbb kereskedelmi és ellátási láncal kapcsolatos kapcsolat nyitott számlás kereskedelemre épül, ami azt jelenti, hogy az árukat és szolgáltatásokat a fizetés esedékessége előtt szállítják, ami jellemzően 30, 60 vagy 90 nap, de egyes esetekben a 90 napot jelentősen meghaladhatja. A nyitott számlás kereskedelem a vevő számára előnyös, míg az áru vagy szolgáltatás szállítója viseli a kockázat nagy részét, és át kell hidalnia finanszírozási igényeit, amíg a vevő ki nem fizeti. Az ellátási lánc finanszírozása ezt a finanszírozási rést zárja be, és a szállító számára a vevő fizetésének esedékessége előtt finanszírozást, más néven működőtőkét biztosít. Bár az ilyen finanszírozás különböző formái léteznek, általában két-négy fél bevonásával történik:

- **A szállító** közvetlenül fordulhat pénzügyi szolgáltatókhoz, és rövid távú finanszírozást vehet igénybe, jellemzően számlái eladásának formájában. Alternatív megoldásként a vevő egy olyan szállítói finanszírozási programot szervez, amelyhez a szállító hozzáférhet, előre meghatározott pénzügyi szolgáltatóra támaszkodva. szolgáltatókra támaszkodva.

- **A vevő** az esedékességkor biztosítja a fizetést. A program szerkezetétől függően a kifizetés vagy közvetlenül a pénzügyi szolgáltatónak történik a szállító által felvett finanszírozás visszafizetésére, vagy a szállítónak történik, aki viszont a pénzügyi szolgáltató által felvett finanszírozásért fizet.
- **A pénzügyi szolgáltató**, általában egy bank, faktoringház vagy befektetési alap, a szállító közvetlen kérésére vagy a vevő SCF-programján keresztül a szállító rendelkezésére bocsátja az "áthidaló finanszírozást", díjat szedve a vevő hitelképessége szerint.
- **A technológiai platform** egy olyan informatikai rendszer, amely összehozza a szállítót, a vevőt és a pénzügyi szolgáltatót. A platformokat a pénzügyi szolgáltató fejlesztheti vagy biztosíthatja harmadik fél által. Kiváltják a korábban papíralapú folyamatokat, és növelik a hatékonyságot. tranzakciókat.

Az ellátási lánc finanszírozása elsősorban a vevő és a szállító működőtökéjének maximalizálására szolgál, és mindkét fél számára előnyöket biztosít:

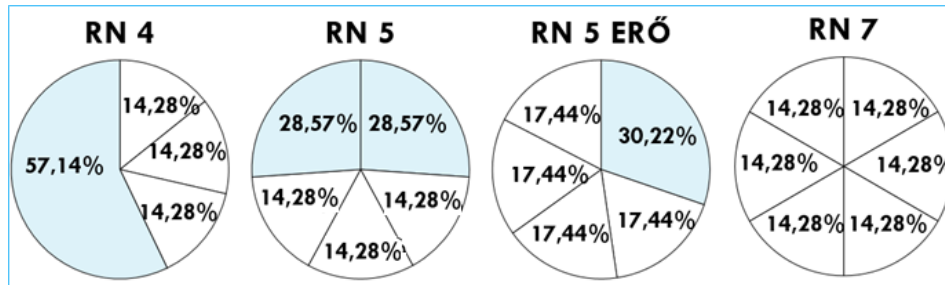
- **A működőtöke maximalizálása.** Az ellátási lánc finanszírozása mind a vevők, mind a beszállítók számára maximalizálhatja a működőtökét. A vevők gyakran akkor hozzák létre ezeket a programokat, amikor a fizetési feltételeik meghosszabbítására törekszenek. Például, ha egy vevő 30 napról 90 napra szeretné növelni a fizetési határidőket, akkor szállítói finanszírozási programot hoz létre beszállítói számára. A szállítók is profitálnak a működőtökéhez való jobb hozzáféréstől, amikor részt vesznek egy ellátási lánc finanszírozási programban, mivel a bank a megrendelés elkészülte után azonnal kifizeti őket, levonva a finanszírozási díjat.
- **Lehetővé teszi a beszállítók számára a jobb finanszírozáshoz való hozzáférést.** A szállítói láncfinanszírozási program egyik legfontosabb előnye, hogy a szállítók hozzáférhetnek vevőik erős hitelminősítéséhez, alacsonyabb implikált finanszírozási költséggel. Mivel a beszállító döntése, hogy részt vesz-e a programban, a működőtöke optimalizálása, a pénzforgalom előrejelzése és az alternatív finanszírozási források biztosítása tekintetében az előnyöknek kellően magasnak kell lenniük.
- **Rugalmasság a beszállítók számára.** Jellemzően a szállítók rugalmasan dönthetnek arról, hogy diszkontálják-e a követeléseiket vagy sem. A szállítók dönthetnek úgy, hogy bizonyos időszakokban, amikor készpénzre van szükségük, diszkontálják a követeléseket. Más esetekben azonban a szállítók nem rendelkeznek a rugalmassággal, hogy eldöntsék, diszkontálják-e követeléseiket vagy sem; vagy részt vesznek egy programban, és alapértelmezés szerint diszkontálják a követeléseket, vagy úgy döntenek, hogy nem csatlakoznak a programhoz, és nem tudnak a programon keresztül diszkontálni.

Sok esetben – de nem minden esetben – a nagyobb beszállítók hozzáférnek ezekhez a programokhoz, míg a bankok kevésbé hajlandóak a kisebb követelésekkel rendelkező szállítók bevonására. Ennek oka, hogy a beszállítók bevonása, valamint a szükséges KYC- és megfeleléségi ellenőrzések elvégzése költségekkel jár. Az egyik bank szerint az általános szabály az, hogy a 350 000 USD-nél kevesebb követeléssel rendelkező szállítók esetében a költségek meghaladják az előnyöket, a követelés időtartamától és összetételétől függően.

## 2. Módszertan

Az ellátási lánc menedzsment pénzügyi fenntarthatósági áttekintése után térjünk rá az elemzésünk módszertanára, amely a Rolling Nuts know-how (4. ábra) hasznosíthatóságát kutatja a témakörben. A fenntartható vagyongazdálkodási eljárás lényege a természet szimmetriáján nyugvó skálázható permanens jövedelem biztosítása, amely módszertan eredetileg hosszú távú finanszírozási megoldásokat kínál (Cziráki, 2022), azonban jelen kutatásunkban a rövidtávú jöve-

delmezőség biztosításának járunk utána. A nyitott számlás kereskedés az eddig olvasottak alapján az egyik legmeghatározóbb és legtöbb kockázatot rejtő megoldás az ellátási láncok finanszírozásában. Ez a döntően 30–60–90 napos határidővel való kiegyenlítés jelentős pénzügyi, likviditási, finanszírozási kockázatot rejt magában, ami kivédésére vagy mérséklésére vizsgáljuk meg a módszertan alkalmasságát.



**4. ábra: A Rolling Nuts know-how portfóliói**

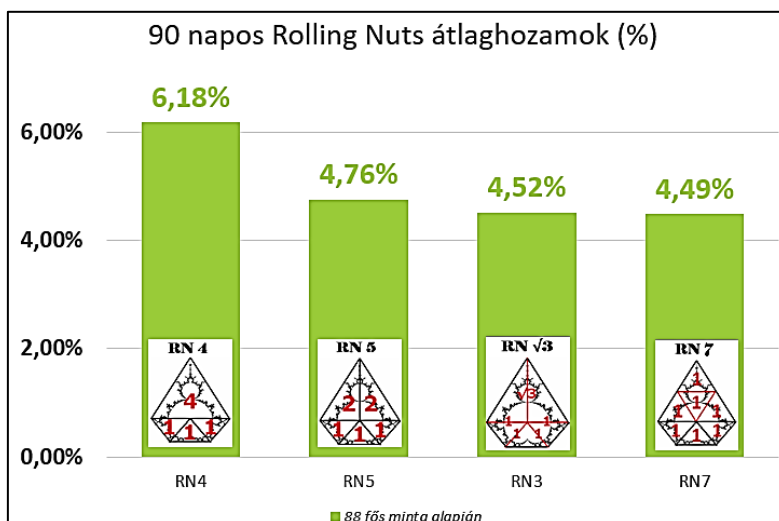
Forrás: Saját szerkesztés (2022)

A fenntarthatóság két szinten jelenik meg a kutatásunkban: egyrészt megvizsgáljuk a fenntartható-nak mondott módszertan alkalmasságát, másrészt külön ESG-faktoros (fenntartható befektetések EU direktíva) fókuszcsoportot hasonlítunk össze más diverzifikációjú fókuszcsoporttal a rövidtávú készpénzoptimalizálási szándék megvalósításának céljával. Ezzel a kutatás a befektetési piac jövőbeli szándékának ágyazhat meg, miszerint a pénzügyi szolgáltatók kínálatának 1/3 része lesz fenntartható az ellátási láncok finanszírozása terén.

A kutatási minta 88 fő, 528 portfóliójának és 616 befektetési elemének eredményeit hasonlítja össze, változatos fókuszcsoportos eloszlásban, amelyen belül külön figyelmet szentelünk ezúttal a fenntartható befektetések beemelésére a portfóliókba. A kutatás több 3 elkülönülő, 3 hónapos intervallum összesített eredményeit ütközteti, hogy elkerülje a szezonálisból, aktualitásból fakadó meghatározó erőket; ezek az intervallumok: a 2020. szeptember-december, a 2021. január-április és a 2021. augusztus-november. A kutatásban részt vevők ezeken a távokon képezték befektetési portfóliókat különböző (4) kritériumok mentén (nemzetközi diverzifikáció, fenntartható befektetések, szabad elemválasztás és nem közzgazdász), és vizsgálták meg eredményeik hasznosulását rövidtávú befektetesként.

### 3. Eredmények

Az eredmények első köre választ ad az alkalmazott módszertan rövidtávú alkalmazhatóságára, a másik körben pedig a fenntartható befektetések rövidtávú finanszírozó képességét vizsgálhatjuk meg. A Rolling Nuts módszertan tekintetében egyértelmű eredményeket kapunk a minta kiértékelésével, méghozzá két fontos elemzett faktorban is: a diverzifikáció és a fókuszálás kérdésében. 90 napos távon vizsgálva az 528 portfólió teljesítményét egyértelműen megállapítható, hogy az elemszám növelése negatívan hat az eredményekre, tehát a legkevesebb elemszám a leginkább ajánlott rövidtávú befektetések terén. A Rolling Nuts átlaghozam a 4 elemű portfóliónál a legmagasabb +6,18% és az elemszám növelésével csökken, +4,49%-ig. Ezzel párhuzamosan, a fókuszálás kérdésében is egyértelműen azt mutatják az eredmények, hogy a minél erősebb fókusz a jövedelmezőbb, szemben a gyengülő és egyenlően elosztott megoldásokkal (5. ábra). A fenntartható befektetésekről elmondhat, hogy rontják a minta hozambeli eredményét, átlagosan -1,39%-al lennének alacsonyabbak a 5. ábra értékei, egyenként, ha a fenntartható befektetések fókuszcsoportját kivennénk az elemzésből. E nélkül az éves hozamok +24–35%-os sávban mozognának, ami a megtérülés szempontjából nem egy elvetendő intervallum.



**5. ábra: 90 napos Rolling Nuts átlaghozamok 88 fős minta alapján (%)**

Forrás: Saját szerkesztés (2022)

A Rolling Nuts modell különböző diverzifikációi közötti jövedelmezőségi sorrend a fókuszcsoporthozamok tekintetében eltérő képet mutat:

- A vizsgált 4 fókuszcsoporthozam 3 esetben a kevesebb elemszám a kifizetődöb és az elemszám növelése csökkenti a hozamokat.
- Egyedül a 4. – „Fenntartható” – fókuszcsoporthozam esetében rajzolódik ki ellentétes minta, miszerint: a minél magasabb elemszám ajánlatos, és az elemszám csökkentése negatívan hat a hozamokra.
- Ugyanígy a fókuszok esetében is csak a fenntartható kategóriában működik a kis-, vagy kevés fókusz, míg a másik 3 fókuszcsoporthozam a minél dominánsabb fókusz a kifizetődöb alternatíva.

A fenntartható befektetése tehát láthatóan ellentétes képet mutatnak mindegyik fókuszcsoporthozam tekintetében, így rájuk másféle alkalmazhatósági kör képe rajzolódik ki az elemzésből. Ez esetben a magasabb elemszám és a gyenge, vagy egyáltalán nem fókuszált diverzifikációk a célravezetőbbek a rövidtávú finanszírozásban. Az ESG faktorok ugyan megfelelnek előírási kritériumoknak, de jól láthatóan nem jövedelmezőbbek más befektetésekkkel szemben, alkalmazásuk így inkább hosszabb távra javallott.

#### 4. Következtetések

A fenntarthatósági faktorok beemelése rövidtávon rontja az eredményeket, ez az egyik első és legfontosabb következtetés, miszerint az ilyen intervallumú fizetési kötelezettségeink finanszírozása ne fenntartható forrásból legyen. A kutatásból kiderült, hogy ha mégis fenntartható forrásokat választunk rövidtávú finanszírozásul, akkor a minél több elem és a minél egyenlőbb elosztás a javasolt, ezek bizonyultak ugyanis a legjövedelmezőbb rövidtávú faktoroknak. Az első következtetésből levonható második következtetés, hogy a fenntartható források beemelése inkább hosszabb távra szóló választás lehet, így a hosszú távú stratégia részét kell, hogy képezze. Ezt támasztja alá az alkalmazott módszertan hosszú távú (10 éves) analízise is, amely szerint hosszabb távon nézve a fenntartható befektetések jobb átlaghozamot produkálnak, de ez kívül esik a mostani 90 napos – készpénzoptimalizálási praktikák – vizsgálati spektrumon. Harmadik következtetést az alkalmazott módszertan helyességéből vonhatunk le, a portfólió modellek egymással való ütköztetése is a szimmetria-rendszer részét képezi. Itt azt találjuk, hogy

a rövidtávú finanszírozás nagy fókuszot és kevés elemszámot követel, ez ugyanis a vizsgálati 3 hónapos periódusokon, közel 1,5–2%-kal növeli az eredményeket: az RN4 6,18%, míg a többi eloszlás 4,5% körüli hozamokat produkált 90 napos távokon.

A kutatás limitációjához hozzá tartozik, hogy a minta elemszáma bővíthető, más 90 napos intervallumok is megvizsgálhatóak, és további fókuszcsoporthoz elkülönítés is helyet kaphat. Jelen kutatás mindemellett sikeresen emelte be és tette mérhetővé a fenntarthatóságot más-más kritériumokkal szemben is ütköztetve az ellátási lánc finanszírozása és a pénzügyi kultúra területén, habár a fenntarthatóság mérése mindig is kritikus tényező a lefolytatott kutatások relevanciája tekintetében. A jövőbe irányuló javaslatok az ellátási láncok finanszírozása terén a digitalizációban és az innovációban fedezhetőek fel: a kutatásunk tükrében is alkalmazható olyan készpénzoptimalizálási applikációk láthatnak napvilágot, amelyek a portfólió átrendezésekre hívják fel a figyelmet, piaci és belső érzékenységelemzésen alapulva, illetve az adatvezérelt tőke-ellátási láncok hozzájárulhatnak a gyorsabb befektetési döntéshozatalhoz a likviditás növelése érdekében. Ha meg nem is oldottuk a felvetett komplex problémakört, minimális finanszírozás nyomára bukkantunk az alkalmazott módszertanban, amely a további vizsgálatok tükrében akár alkalmas lehet az ellátási lánc – részben – fenntartható finanszírozásához.

## Irodalomjegyzék

- Bancilhon, C., Karge, C. & Norton, T. (2018). *Win-Win-Win: The Sustainable Supply Chain Finance Opportunity*. BSR Research Report, Paris. [https://www.bsr.org/reports/BSR\\_The\\_Sustainable\\_Supply\\_Chain\\_Finance\\_Opportunity.pdf](https://www.bsr.org/reports/BSR_The_Sustainable_Supply_Chain_Finance_Opportunity.pdf) (Letöltve: 2022.12.05.)
- Bateman, A. & Bonanni, L. (2019). *What Supply Chain Transparency Really Means*. HBR (August 20, 2019). <https://hbr.org/2019/08/what-supply-chain-transparency-really-means>
- Bové, A-T. & Swartz, S. (2016). *Starting at the source: Sustainability in supply chains*. McKinsey Insights (November 11, 2016). <https://www.mckinsey.com/capabilities/sustainability/our-insights/starting-at-the-source-sustainability-in-supply-chains>
- Case studies of companies cleaning their supply chain (2022). <https://sustaincase.com/supply-chain/>
- Changing the Chain: Global Supply Chain Report (2019/20). CDP. <https://www.cdp.net/en/research/global-reports/changing-the-chain#19d01bcb0d0806870c9d441c3af96cb0>
- Cziraki, G. (2022). Financial Entropy from an Asset Management View – A Comparative Empirical Analysis. In *Advances in Business and Management*. Volume 20. Chapter 1. <https://doi.org/10.52305/AYXR4847>
- Forrester Research (2020). *Amid The Pandemic, It's Time To Double-Down On Sustainability*. Forbes Forrester (August 24, 2020). <https://www.forbes.com/sites/forrester/2020/08/24/amid-the-pandemic-its-time-to-double-down-on-sustainability/?sh=52e39490c042>
- Geissdoerfer, M., Pieroni, M. P. P., Pigosso, D. C. A. & Soufani, K. (2020). Circular business models: A review. *Journal of Cleaner Production*, 277, 123741. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.123741>
- Guynup, S. (2017). *The Zero-Waste Factory*. Scientific American (July 13, 2017). <https://www.scientificamerican.com/custom-media/scjohnson-transparent-by-design/zerowastefactory/>
- Handfield, R. (2021). *What is Supply Chain Management (SCM)?* <https://scm.ncsu.edu/scm-articles/article/what-is-supply-chain-management-scm>
- Hayes, A. (2022). *The Supply Chain: From Raw Materials to Order Fulfillment*. Investopedia (July 30, 2022). <https://www.investopedia.com/terms/s/supplychain.asp>
- ICC et al. (2016). *Standard Definitions for Techniques of Supply Chain Finance*. *The Global Supply Chain Finance Forum*. <http://supplychainfinanceforum.org/ICC-Standard-Definitions-for-Techniques-of-Supply-ChainFinance-Global-SCF-Forum-2016.pdf> (Letöltve: 2022.12.05.)

- ICC (2017). *2017 Rethinking Trade & Finance*. ICC Banking Commission. <https://cdn.iccwbo.org/content/uploads/sites/3/2017/06/2017-rethinking-trade-finance.pdf> (Letöltve: 2022.12.05.)
- LLamasoft (2019). *Cost is the Biggest Challenge for Sustainable Supply Chains*. <https://www.sdcexec.com/sustainability/news/21044147/llamasoft-a-coupa-company-cost-is-the-biggest-challenge-for-sustainable-supply-chains>
- Luther, D. (2021). *Supply Chain Sustainability: Why It Is Important & Best Practices*. Oracle Netsuite (October 2, 2020). <https://www.netsuite.com/portal/resource/articles/erp/supply-chain-sustainability.shtml>
- McKinsey (2015). *Supply-chain finance: The emergence of a new competitive landscape*. McKinsey Insights 8, no. 22 (October 30, 2015). [www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/supply-chain-finance-the-emergence-of-a-new-competitive-landscape](http://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/supply-chain-finance-the-emergence-of-a-new-competitive-landscape)
- Mork, C., Steinberg, G. & Lubowe, D. (2021). *How supply chains can be more resilient, sustainable and transparent*. EY (October 8, 2021). [https://www.ey.com/en\\_us/supply-chain/how-supply-chains-can-be-more-resilient-sustainable-and-transparent](https://www.ey.com/en_us/supply-chain/how-supply-chains-can-be-more-resilient-sustainable-and-transparent)
- Nielsen (2018). *Was 2018 the year of the influential sustainable consumer?* NielsenIQ (December 17, 2018). <https://nielseniq.com/global/en/insights/analysis/2018/was-2018-the-year-of-the-influential-sustainable-consumer/>
- Paler, J. (2022). *25 examples of sustainability in supply chains*. Ideapod (October 19, 2022). <https://ideapod.com/sustainability-in-supply-chain-examples/>
- Ruhlin, D. (2015). *What is Sustainable Supply Chain Management?* RMA (February 25, 2015). <https://www.rmagreen.com/rma-blog/what-is-sustainable-supply-chain-management>
- Saad, L. (2020): *Interest in Sustainable Investing Withstands Market Disruption*. <https://news.gallup.com/poll/315431/interest-sustainable-investing-withstands-market-disruption.aspx>
- Sustainable Apparel Coalition (2022). <https://www.patagonia.com/sustainable-apparel-coalition.html>
- Syverson, S. (2021). *The Supply Chain and Its Impact On The Environment*. Warehouse Anywhere (July 27, 2021). <https://www.warehouseanywhere.com/resources/environmental-impact-of-the-supply-chain/>
- U.S. Department of Labor's (2018): *List of goods produced by child labor or forced labor*. <https://www.dol.gov/sites/dolgov/files/ILAB/ListofGoods.pdf> (Letöltve: 2022.12.05.)
- World Bank (2017). *Financing for SMEs in Sustainable Global Value Chains*. [https://www.gpfi.org/sites/gpfi/files/documents/GVC%20paper\\_highres\\_0.pdf](https://www.gpfi.org/sites/gpfi/files/documents/GVC%20paper_highres_0.pdf) (Letöltve: 2022.12.05.)

## **ESG közzététel vizsgálata nemzetközi háttérű kereskedelmi bankok esetében Magyarországon**

*Analysis of ESG disclosure at international commercial banks in Hungary*

**SIKLÓSI Veronika<sup>1</sup>**

PhD-hallgató (*PhD Student*)

Soproni Egyetem, Széchenyi István Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola  
(*University of Sopron, István Széchenyi Economics and Management Doctoral School - Hungary*)

### **Absztrakt**

A kereskedelmi bankok számára 2017 óta előírás a fenntarthatósági jelentés közzététele. Az irodalmak áttekintését követően saját empirikus kutatás elvégzésébe kezdtem, szakirodalom feldolgozásával. Kutatásom témája az ESG közzétételnek történő megfelelés vizsgálata nemzetközi háttérű kereskedelmi bankok esetében Magyarországon a szabályozást megelőző évben és az azt követő évek mai napig közzétett éves beszámolóinak adatai alapján, melyhez a szakirodalmak áttekintését és összehasonlítását tartottam az elsődleges célomnak.

A kutatás során felmerült bennem, hogy a Covid-19 pandémia, illetve az orosz-ukrán konfliktus következtében kialakuló recesszió vajon milyen hatással lesz majd az ESG törekvésekre, a közjó, a társadalmi jólét megvalósulása mennyire fog hátrányba kerülni az üzleti érdekekkel szemben a bankok esetében, a bankok fenntarthatósági beszámolóinak adatai vajon megmutatják számunkra, hogy milyen célok fogják irányítani a rövidtávú terveiket?

*Kulcsszavak:* ESG teljesítmény, fenntarthatóság, fenntartható pénzügyek, fenntarthatósággal kapcsolatos közzététel, bank

*JEL-kódok:* G21, G32, O16

### **Abstract**

Commercial banks must publish their sustainability report since 2017. I started to complete my own empirical research using the method of manual reading and manual coding after reviewing the literature. The research topic focuses on the analysis of ESG disclosure at international commercial banks in Hungary based on the data of the annual reports published in the year before the regulation and the following years until today. I considered the processing and comparison of the literature to be my primary goal. I will emphasize the relevance of the integrated disclosure. During my research, I wondered what effect the Covid-19 pandemic and the Russian-Ukrainian conflict will have on ESG efforts. How will these factors trigger the short-term plans of the banks? Do the business interests override the sustainability efforts? Will it be possible to determine what the primary goal of the commercial banks is based on their ESG disclosures?

*Keywords:* ESG performance, sustainability, sustainable finance, sustainability-related disclosure, bank

*JEL Codes:* G21, G32, O16

---

<sup>1</sup> siklosi.veronika.erika@phd.uni-sopron.hu



## 1. Bevezetés

A fenntarthatóság problémakörével elsőként az ENSZ (World Commission on Environment and Development) foglalkozott közvetlenül pedig a Környezet és Fejlődés Világbizottsága vagyis Brundtland Bizottság, ami már 1987-ben felhívta a figyelmet a környezet védelmének szükség-szerűségére olyan megoldások generálására, melyek a gazdasági növekedés eléréséhez mind a társadalmi mind a környezeti fenntarthatóságot szem előtt tartja (Gyulai, 2013).

A környezet alatt azt a helyet értjük, ahol élünk, a fejlődés pedig mindazon folyamatok összessége, mellyel próbáljuk javítani helyzetünket, élhetőbbé tenni környezetünket, tágabb értelemben a fenntarthatóság az emberi jólét fokozása a jelenlegi és jövőbeli generációk szükségleteinek méltányosabb kielégítése érdekében (Clark & Harley, 2020).

A Magyar Országgyűlés 2013. március 28-án elfogadott 2012–2024 időszakra vonatkozó Nemzeti Fenntartható Fejlődési Keretstratégiában a fenntartható fejlődés meghatározása a következő: „az egyéni jó élet és a közjó biztosításának feltételeit az adott időpillanatban saját jólétét megteremtő generáció, nem éli fel, nem meríti ki erőforrásait, hanem megfelelő mennyiségben és minőségben a következő generációk számára is megőrzi, bővíti azokat.”

Az UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) a fenntarthatóságnak 4 fő területét nevezte meg: társadalom, környezet, kultúra és gazdaság. A BÉT (Budapesti Értéktőzsde) jelentésében az ESG (Environmental, Social, Governance) be-tűszavakból indul ki a fenntarthatóság bemutatásakor (BÉT, 2021).

Az alábbi táblázatban foglaltak szerint értelmezem a fenntarthatóság főbb területeit elsősorban egy vállalkozás menedzserének szemszögéből értelmezve, mely nem áll távol a nemzetközi és a hazánkban is elfogadott fogalmaktól.

### 1. táblázat: A fenntarthatóság fogalma

<b>Környezet (Environmental)</b>	<b>Társadalom (Social)</b>	<b>Irányítás (Governance)</b>
Klímaváltozás	Munkavállalók	Vezető testületek összetétele
Légszennyezés	Közösségek	Munkahelyi kultúra
Erőforrások szűkössége	Diverzitás	Jogszabályi megfelelés
Energiafogyasztás	Testi épség	Információ megosztás
Hulladékkezelés	Egészség(ügy)	Társaság működése
Biodiverzitás csökkenése	Oktatás	Belső ellenőrzés

Forrás: Saját szerkesztés

## 2. A fenntarthatóság szabályozása

A fenntarthatóság fontosságát bár már 1987-ben felismerték és fogalmát egyértelműsítették, azonban a felismerését követően a szabályozói környezetbe történő beépülés még igénybe vett néhány évet, a szabályozása a mai napig is igen szerteágazó képet mutat. Tanulmányomban arra törekedtem, hogy a banki környezetet érintő releváns szabályozási háttérrel emeljem ki.

A Nem Pénzügyi Jelentési Irányelv (Non-Financial Reporting Directive) a 2014/95/EU Irányelv és a 2013/34/EU irányelv megköveteli a közérdeklődésre számot tartó nagyvállalatoktól (500 főt meghaladó létszámú munkavállalót foglalkoztatóktól), hogy olyan információkat szolgáltatassanak, melyben bemutatják, hogy a társadalmi és a környezeti kihívások tekintetében milyen lépéseket tettek a saját működésük kapcsán. Ezek az információk a befektetők, a fogyasztók, valamint a politikai döntéshozók és az egyéb érdekelt felek (érintettek) számára is segítséget jelentenek a nagyvállalatok nem pénzügyi teljesítményének értékelésében. Továbbá

a társaságok irányába egyfajta ösztönző erővel is bír, hiszen a felelős hozzáállásuk a jelentések kapcsán nyomon követhetővé válik.

A fenti direktívák alapján hazánkban a nem pénzügyi jelentés készítésének kötelezettsége (az éves beszámoló keretében) 2016-ban került beépítésre a Számviteli törvénybe (2000. évi C. törvény a számvitelről). A magyar számviteli törvény 95/C. §-a szerint nem pénzügyi kimutatást köteles közzétenni az a közérdeklődésre számot tartó gazdálkodónak minősülő vállalkozás, amelynél az üzleti évet megelőző két egymást követő üzleti évben a mérleg fordulónapján, a következő három mutatóérték közül bármelyik kettő meghaladta az alábbi határértéket:

- a mérlegfőösszeg a 6 000 millió forintot
- az éves nettó árbevétel a 12 000 millió forintot,
- az üzleti évben átlagosan foglalkoztatottak száma a 250 főt,
- és az adott üzleti évben átlagosan foglalkoztatottak száma meghaladja az 500 főt.

Az érintett társaságoknak, beleértve a Magyarországon működő kereskedelmi bankok egy részét is, 2017 óta kötelező nem pénzügyi információkat közzétenni az éves beszámolóikban. A 2017/828/EU Irányelv (SRDII) a hosszútávú részvényesi szerepvállalás ösztönzéséről ad útmutatást. 2019-től előírja a fenntarthatósági befektetési stratégia és a szerepvállalási politika elkészítését a nagyvállalatok számára. Hazánkban a 2019. évi LXVII. törvény teszi kötelezővé a végrehajtást.

Az EU 2019/2088 rendelete (Sustainable Finance Disclosure Regulation) alapján 2021-től a pénzügyi piaci szereplőknek harmonizálni szükséges a nem pénzügyi jelentéseiket, annak érdekében, hogy a saját működésük kapcsán a fenntarthatósági kockázataikat meg tudják határozni és a saját folyamataikba való integrálást követően a fenntarthatóság szempontjából káros hatások figyelembevételre kerüljenek, továbbá a pénzügyi termékeik fenntarthatósággal kapcsolatos információi átlátható módon kerüljenek közzétételre.

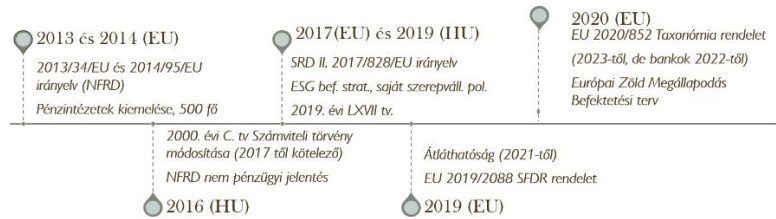
Az EU 2020/852 rendelete (Taxonómia rendelet) a fenntartható befektetéseket ösztönző keret létrehozása kapcsán jelöli ki azokat a kritériumokat, melyek alapján egyértelműen meghatározhatóvá válik, hogy egy gazdasági tevékenység környezeti szempontból fenntarthatónak minősül-e, illetve meghatározza, hogy egy befektetés környezeti szempontból milyen mértékben fenntartható. A pénzügyi piac szereplőinek így már a befektetéseikről is szükséges fenntarthatósági jelentést tenni, nemcsak a saját működésük kapcsán (BÉT jelentés, 2021). A Taxonómia rendeletet 2023. január 1-től szükséges alkalmazni. Azonban a közérdeklődésre számot tartó nagyvállalatoknak, akiknek nem pénzügyi kimutatást is közzé kell tenniük, így a Magyarországon működő nemzetközi háttérű bankok egy részének is, a nem pénzügyi jelentésében már 2022 január 1-től szerepeltetniük szükséges a következő adatokat:

- árbevétel részaránya a klímaváltozást enyhítő, klímaváltozás adaptációt segítő gazdasági tevékenységekhez kapcsolódó termékekből vagy szolgáltatásokból,
- tőkekiadásuk részaránya és a működési költségük részaránya ezen tevékenységekhez kapcsolódó eszközök vagy eljárások viszonylatában.

2019. év végén került bemutatásra az Európai Zöld Megállapodás, majd 2020. január 14-én az Európai Zöld Megállapodás befektetési terve, mely alapján a következő évtizedben legalább 1 billió EUR keret áll rendelkezésre a fenntartható befektetések finanszírozására az Európai Unión belül. Ez a keret lehetőséget teremt nemcsak a versenyképes, vagyon megszerzését célzó, de a fenntarthatóságot is biztosító finanszírozások nyújtására a pénzintézetek által.

A szabályozói környezetben általam kiemelt mérföldkövek segítségével készítettem a pénzintézetek közzétételi kötelezettségének megfigyelését, a mérföldkövek időbeli sorrendjét az 1. ábrán mutatom be.

## Szabályozás az idővonalon



### 1. ábra: Szabályozás az idővonalon

Forrás: Saját szerkesztés

### 3. Szakirodalom áttekintése

Az ESG törekvéseket megelőző években a pénzügyi kimutatások képezték a gazdasági szereplők döntéseinek alapját, természetesen már akkor is nagyon fontos volt a kimutatások minősége (Tóth & Széles, 2018). A részvényesi értékmaximalizálást és a felelősségvállalást Archie B. Carroll foglalta egy keretrendszerbe. Lu et al. 2020-ban készítették a pakisztáni gyártási szektorban működő kis- és középvállalkozások (kkv-k) körében egy kutatást összesen 888 érvényes válasz alapján folyamatmodellezési megközelítéssel arra a következtetésre jutottak, hogy a módosított Carroll-féle CSR-piramis<sup>2</sup> dimenziói megerősítő és pozitív hatást gyakorolnak az ipari kis és középvállalkozások szervezeti teljesítményére, amennyiben meghatározzák ezeket a dimenziókat az innovációs stratégiájukban (Lu et al., 2020).

A szervezeti innováció és a vállalati imázs jelentős közvetítő és moderátor a Carroll-féle CSR-piramis dimenziói és a szervezeti teljesítmény között, amelyek tovább növelik a szervezet teljesítményét és termelékenységét, lehetővé teszik az etikus és fenntartható üzleti fejlődést. Lu et al. kutatásának eredményei megerősítették, hogy az Ipar 4.0, a fenntartható termelés és a körforgásos gazdaság koncepcióinak bevonása a kkv szektorba olyan szinergiákat biztosít az üzletben, amely a termelés hatékonyságának javulásával egyidejűleg a kkv-kat a fenntartható fejlődés irányába terelik mind a pénzügyi mind a társadalmi vonalon (Lu et al., 2020).

A tanulmány eredménye felhívja az ipari kkv-k menedzsereinek figyelmét arra, hogy a módosított CSR-modell bevezetése olyan innovatív és versenyképes üzleti stratégiához vezet az iparban, amely a szervezeten belüli innovációk révén hatékonyan javíthatja a szervezet teljesítményét etikai, ökológiai és gazdasági szempontból is.

Mivel a projektekről a menedzserek döntenek és a CSR-modell bevezetése szintén egy nagyobb projektben valósítható meg, így kijelenthetjük, hogy a vállalat magatartását végső soron jelentős mértékben befolyásolják a menedzserek döntései. A döntéshozatalban jelentős szerepet játszik a menedzserek személyisége és az értékrendje. Ezek az értékek jelennek meg a nem pénzügyi jelentésekben szereplő vezetői üzenetekben is, melynek célja a főbb vezetői prioritások, célok, tapasztalatok érdekeltek felé történő megosztása (Benedek & Takácsné György, 2016).

<sup>2</sup> Carroll-féle piramis: vállalatok társadalmi felelősségvállalásának modellje. (gazdasági, jogi, etikai és filantrópikus felelősség).

„A versenyképesség és a fenntarthatóság egymástól elválaszthatatlan fogalmak. A versenyképesség rövid távon nem értelmezhető, így nem is létezhet fenntarthatóság nélkül. Vállalati és nemzetgazdasági szinten is csak azok lehetnek nyertesek a globális versenyben, akik kiváló teljesítményüket képesek hosszú távon is fenntartani.” (Matolcsy, 2020, p. 7.)

Kinek a felelősségvállalása a versenyképesség és a fenntarthatóság figyelembevételével a vállalatok esetében? A vállalatnak tulajdonított felelősségvállalás tulajdonképpen kinek a felelősségvállalása? Friedman szerint, mivel a menedzser a tulajdonos alkalmazottja, ezért neki a tulajdonos értékválasztását kell követnie, tehát a felelősségvállalása egyedül a részvényesek vagyonának maximalizálására terjedhet ki (Friedman, 1970).

Egyetértek Friedman gondolatmenetével, de nem egyetlen célként határozom meg a vagyon maximalizálását, napjainkban egyre több menedzser a szabályozás fejezetben már említett előírások szerint a vállalat működésébe beilleszti a fenntarthatósági célokat is, mely célokat a nagy közérdeklődésre számot tartó vállalatok mellett, napjainkban egyre több kisebb társaság is megjelenít az éves nem pénzügyi jelentésében. Kutatásom alapján megerősíthető, hogy a vizsgált pénzügyi jelentések is egyre nagyobb hangsúlyt fektetnek a fenntarthatósági törekvéseikre.

2020-ban végzett kutatás alapján Clark és Harley (2020) hat olyan képességet azonosított, amelyek szükségesek a vállalkozások működésében történő beavatkozások támogatásához a fenntarthatóság felé vezető fejlődési utak irányításához. Ezek olyan képességek, amelyek (a) mérik a fenntartható fejlődést, (b) elősegítik a méltányosságot, (c) alkalmazkodnak a sokkhoz és meglepetésekhez, (d) a rendszert fenntarthatóbb fejlődési utakra alakítják át, (e) összekapcsolják a tudást a cselekvéssel, és (f) olyan irányítási megállapodásokat alakítanak ki, amelyek lehetővé teszik az emberek számára, hogy együtt dolgozzanak más képességeik gyakorlásában.

A fenntarthatósági jelentések elsődleges célja a transzparencia megerősítése mind a belső mind a külső érintettek számára. Olyan minőségi információ közzététele a cél a pénzügyi jelentések esetében is, hogy partnereik, befektetőik, ügyfeleik döntéshozatalát elősegítsék. A pénzügyi jelentések elemzése, a használt szövegek összehasonlíthatósága, bár egyre több törekvés van az egyszerűsítésre, továbbra is nehézkes.

Hoffmann, Dietsche és Hobelsberger 2018-ban 522 német vállalat 2014-ben, 2015-ben és 2016-ban közzétett ESG jelentéseit vizsgálta. A nem pénzügyi információk elemzése kapcsán arra a következtetésre jutottak, hogy a fenntarthatósággal kapcsolatos információk minősége javult abban az esetben, ha a vállalkozás külön közzétett nem pénzügyi jelentésben mutatta be a fenntarthatósági törekvéseit, összehasonlítva azzal, amikor az üzleti jelentésben tették meg ugyanezt. Hofmann szerint a pénzügyi és a nem pénzügyi információk szigorúbb kiválasztására és összekapcsolására van szükség. Munkatársaival végzett kutatás alapján további fejlesztési területek között határozták meg a releváns ügyek nyomán követésére, valamint a kockázatok kezelésére használt szabályzatok leírását (Hoffmann et al., 2018).

Az európai pénzügyi szektor és a fenntartható fejlődés közötti kapcsolatok feltárása alapján szolgál Cosma et al. (2020) által végzett kutatás, mely 262 európai bank nem pénzügyi közzétételi elemzését felhasználva az SDG megközelítést igyekezett feltárni a bankok körében. Az eredmények azt mutatják, hogy a származási ország, a jogrendszer és az integrált jelentés elfogadása jelentős hatással bír a bankok közzétételi jelentéseire, míg az üzleti modell és a tőzsdéi bevezetés a bankok fenntartható fejlesztési céljainak megvalósítását nem hátráltatja.

„Zsóka és Vajkai (2018) 37 vállalati nem-pénzügyi jelentés elemzése alapján további problémaként emeli ki, hogy habár a vállalatok egyes tevékenységei a fenntartható fejlődésre pozitív és negatív irányba egyaránt hathatnak, a jelentésekben szinte kizárólag a pozitív aspektusok jelennek meg...” (Szennay & Szigeti, 2019, p. 36.)

Saját kutatásom kapcsán 5 nemzetközi hátterű Magyarországon működő pénzügyi jelentés nem pénzügyi jelentéseit vizsgálva a fenti következtetésre jutottam jómagam is.

A The Alliance for Corporate Transparency ezer vállalatot vizsgált, az elemzésük alapján megállapították, hogy a nem pénzügyi jelentések nagymértékben eltérnek abban a tekintetben

is, hogy a főbb témakörök kapcsán milyen altémákat és milyen részletességgel dolgoznak fel a jelentést tevő vállalatok. „A The Alliance for Corporate Transparency elemzése azt is kiemeli, hogy az összes vállalat 36,2 százaléka számol be az éghajlattal kapcsolatos célkitűzésekről, és csak 36,4 százaléka határoz meg konkrét célokat is. Az említett elemzés 2019-ben a pénzügyi szektor vállalatait emelte ki, mint az éghajlattal kapcsolatos célokat a jelentéseikben legkevésbé megjelölő ágazatot, mivel a vizsgált pénzügyi vállalatok mindössze 20,5 százaléka határozott meg kifejezetten az éghajlatváltozáshoz kapcsolódó célokat.” (Boros et al., 2022, p. 192.)

A nem pénzügyi jellegű, fenntarthatósági közzétételeket számos minősítő szervezet vizsgálja, és különböző szempontok alapján minősíti a vállalatokat és országokat (Boros et al., 2022). Kutatásom alapján meg tudom erősíteni, hogy az ESG közzétételek egy részében a pénzintézetek is megjelenítik a fent említett szervezetek által készített minősítéseiket.

A pénzintézetek vonatkozásában a fenntarthatóság kettős mérce alapján kerül megmértetésre, egyrészt a saját működésük, másrészt az általuk nyújtott szolgáltatások kapcsán (Baranyi et al., 2022).

#### 4. Kutatás bemutatása

Kutatásom témája az ESG közzétételnek történő megfelelés vizsgálata nemzetközi háttérű kereskedelmi bankok esetében Magyarországon a szabályozást megelőző évben és az azt követő évek mai napig közzétett éves beszámolóinak adatai alapján. Empirikus kutatásom a tartalomelemzési módszertant alkalmazva vizsgálja meg, a nemzetközi háttérű magyar bankok megfelelését a szabályozásnak.

Kutatásomban kifejezetten a nemzetközi háttérrel rendelkező bankok leányvállalataira fókuszáltam. A vizsgálat tárgyát képező vállalkozásokat az alábbi szempontok szerint szűkítettem: A 2020. évi auditált beszámolók alapján az 500 főt meghaladó munkavállalói létszámmal rendelkező bankokat vizsgáltam Magyarországon, a szabályozásban (2. fejezet) már ismertetett okok miatt. Vizsgálatom tárgyát tovább szűkítettem és a csak magyar tulajdonosi háttérrel rendelkező vállalatokat, valamint a Magyarországon fióktelepként működő pénzintézeteket kizártam. A fentiek alapján az alábbi bankok kerültek a vizsgált pénzintézetek közé:

#### 2. táblázat: A vizsgált pénzintézetek köre

Pénzintézet megnevezése	Létszám (fő)	Mérlegfőösszeg (milliárd Ft)
<i>CIB Bank Zrt.</i>	2133	2 415,67
<i>Erste Bank Zrt.</i>	2984	4 178,20
<i>Kereskedelmi és Hitelbank Zrt.</i>	3118	5248,42
<i>Raiffeisen Bank Zrt.</i>	2374	3 825,23
<i>UniCredit Bank Hungary Zrt.</i>	1689	4 580,54

Forrás: Saját szerkesztés a bankok 2020. évi auditált beszámolóinak alapján

Vizsgálatomat manuális tartalomelemzéssel hajtottam végre. A kutatás időkerete: 2016-2021. Céloom az időkeret megállapításakor az volt, hogy a Magyarországon érvénybe lépő szabályozást megelőző év és a szabályozás bevezetését követő évek mai napig közzétett éves beszámolóinak adatait tudjam összehasonlítani.

A vizsgált beszámolók alapján kutatásom egy szeletében az alábbi következtetésekre jutottam.

Valamennyi pénzintézet esetében elsősorban a fenntarthatósági törekvéseik alapján a pozitív aspektusok kiemelése az egyik fő szempont, a szakirodalom bemutatásakor említett Szennay és Szigeti (2019) által is idézett Zsóka és Vajkai (2018) által megállapításra került összefüggést a saját kutatásom alapján megerősítem.

A kutatásomban a vizsgált pénzügyi intézetek a szabályozásnak megfelelően csoportszinten önálló nem pénzügyi jelentésben teszik közzé az ESG céljaikat, egyetértve a szakirodalomban már említett Hoffmann et al. (2018) által készített kutatással, szélesebb körű információt szolgáltatnak, mint a nem önálló jelentést készítő kkv-k, de kiegészítve azzal, hogy bár valamennyi általam vizsgált bank megjeleníti a 2018-as kutatásban is nevesített GRI standardokat<sup>3</sup> azonban azok összehasonlíthatósága az adatok jellegéből adódóan továbbra is nehézkes még a GRI harmonizációt követő években is.

A kutatásom során megállapítottam, hogy 2020. és 2021. év összehasonlításában a vizsgált pénzügyi intézetek körében a csoportszintű fenntarthatósági jelentések közzétételének összehasonlíthatósága a minősítő szervezetek eredményének megjelenítése kapcsán egyértelmű fejlődést mutat. Míg 2020-ban négy pénzügyi intézet tette közzé a minősítő szervezetek által adott minősítésüket, addig 2021-ben már valamennyi pénzügyi intézet publikált legalább egy minősítő szervezet által adott minősítést.

## 5. Összefoglalás

A gazdasági-társadalmi fejlődést szem előtt tartva csak az lehet versenyképes, ami hosszú távon fenntartható és fordítva. Lényegét tekintve közös a fenntarthatóság és versenyképesség fogalmában, hogy nem alapulhat mennyiségi növekedésen, hanem csak minőségi fejlődésen, szerkezeti változáson (Matolcsy, 2020).

A feldolgozott szakirodalomban a fenntarthatósági jelentések terén tett intézkedések megvalósulását követtem nyomon elsősorban a nem pénzügyi jelentések kapcsán a kutatásomhoz szorosan kapcsolható összefüggésekre koncentráltam. A szakirodalomban fellelt megállapítások egy részét a saját kutatásom is megerősítette, helyenként kiegészítette.

A szakirodalom és az elkezdett kutatómunka során, újabb és újabb kérdések merültek fel bennem, mint például a Covid-19 pandémia, illetve az orosz-ukrán konfliktus következtében kialakuló recesszió vajon milyen hatással lesz majd az ESG törekvésekre, a közjó, a társadalmi jólét megvalósulása mennyire fog hátrányba kerülni az üzleti érdekekkel szemben a bankok esetében. A bankok fenntarthatósági beszámolóinak adatai vajon megmutatják számunkra, hogy milyen célok fogják irányítani a rövidtávú terveiket? Sajnos, eme tanulmány terjedelme nem ad lehetőséget a fenti kérdések megválaszolására, de minden bizonnyal nemcsak engem gondolkodtat el.

Célom a kutatás folytatása és további összefüggések feltárása a vizsgált pénzügyi intézetek ESG jelentései alapján.

Véleményem szerint David Browertől származó idézet örökérvényű, miszerint „A Földet nem apáinktól örököltük, hanem unokáinktól kaptuk kölcsön.” Bízom benne, hogy a vállalkozások menedzserei a tulajdonosaikkal egyetértve a fenntarthatósági törekvéseiket továbbra is szem előtt tartják, a jelenlegi gazdasági környezet kihívásai ellenére az eddig létrejött ESG szabályozások mentén, illetve a harmonizáció irányába mutató tendencia révén az érintettek számára is könnyen értelmezhető, jól összehasonlítható formában teszik majd közzé a nem pénzügyi jelentéseiket és a fenntarthatóságot szem előtt tartva működtetik majd a vállalkozásokat.

---

<sup>3</sup> GRI standard: (Global Reporting Initiative) szabványok a fenntarthatósági jelentéstétel legszélesebb körben használt keretét alkotják, a vállalkozások a GRI sztenderdek használatával hiteles módon tudják bemutatni az ESG törekvéseiket.

## Irodalomjegyzék

- Baranyi A., Siklósi V. & Széles Zs. (2022). A fenntarthatóság érvényesülése a pénzügyekben. *Acta Carolus Robertus*, 12(2), 48–59. <https://doi.org/10.33032/acr.2903>
- Benedek, A., & Takácsné György, K. (2016). A felelős vállalatirányítás személyi tényezői: A CSR-központ felelős vállalatvezetők attitűdjének vizsgálata a kis-és középvállalatok körében. *Vezetéstudomány*, 47(1), 58–67. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2016.01.05>
- Boros A., Lentner C., & Nagy V. (2022). A fenntarthatóság új szempontjai: A nem pénzügyi jelentések európai gyakorlatának elemzése. *Pénzügyi Szemle*, 67(2), 186–200. [https://doi.org/10.35551/PSZ\\_2022\\_2\\_2](https://doi.org/10.35551/PSZ_2022_2_2)
- Clark, W. C. & Harley, A. G. (2020). Sustainability Science: Toward a Synthesis. *Annual Review of Environment and Resources*, 45, 331–386. <https://doi.org/10.1146/annurev-environ-012420-043621>
- Cosma, S., Venturelli, A., Schwizer, P. & Boscia, V. (2020). Sustainable Development and European Banks: A Non-Financial Disclosure Analysis. *Sustainability*, 12(15), 6146. <https://doi.org/10.3390/su12156146>
- Friedman, M. (1970). A Friedman doctrine-- The Social Responsibility Of Business Is to Increase Its Profits. *The New York Times* (September 13, 1970). <https://www.nytimes.com/1970/09/13/archives/a-friedman-doctrine-the-social-responsibility-of-business-is-to.html>
- Gyulai I. (2013). Fenntartható fejlődés és fenntartható növekedés. *Statisztikai Szemle*, 91(8-9), 797–822.
- Hoffmann, E., Dietsche, C. & Hobelsberger, C. (2018). Between mandatory and voluntary: Non-financial reporting by German companies. *Sustainability Management Forum*, 26(1), 47–63. <https://doi.org/10.1007/s00550-018-0479-6>
- Lu, J., Ren, L., Zhang, C., Rong, D., Ahmed, R. R. & Streimikis, J. (2020). Modified Carroll's pyramid of corporate social responsibility to enhance organizational performance of SMEs industry. *Journal of Cleaner Production*, 271, 122456. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.122456>
- Matolcsy G. (2020). A versenyképesség mint a fenntarthatóság meghatározó feltétele. *Pénzügyi Szemle*, 65(2020/2 különszám), 7–24. [https://doi.org/10.35551/PSZ\\_2020\\_k\\_2\\_1](https://doi.org/10.35551/PSZ_2020_k_2_1)
- Szennay Á. & Szigeti C. (2019). A fenntartható fejlődési célok és a GRI szerinti jelentéstétel kapcsolatának elemzése. *Vezetéstudomány*, 50(4), 33–43. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2019.04.04>
- Tóth G. & Széles Zs. (2018). A beszámolási minőség alakulását befolyásoló tényezők. *Közgazdász Fórum*, 21(136), 3–32.
- Zsóka, Á. & Vajkai, É. (2018). Corporate sustainability reporting: Scrutinising the requirements of comparability, transparency and reflection of sustainability performance. *Society and Economy*, 40(1), 19–44. <https://doi.org/10.1556/204.2018.40.1.3>

### Jogsabályok:

2000. évi C. törvény a számvitelről

2013/34/EU irányelv

2014/95/EU Irányelv

2017/828/EU Irányelv

2019. évi LXVII. törvény

EU 2019/2088 rendelete

EU 2020/852 rendelete

## **A fenntarthatóság és az osztalékpolitika kapcsolata**

*The Relationship between Sustainability and Dividend Payout Policy*

**Dr. KUCSÉBER László Zoltán PhD**

adjunktus (*Assistant Professor*)

Budapesti Gazdasági Egyetem Pénzügyi és Számviteli Kar (*Budapest Business School, University of Applied Sciences - Hungary*)

**Dr. CSOMA Róbert PhD**

adjunktus (*Assistant Professor*)

Budapesti Gazdasági Egyetem Pénzügyi és Számviteli Kar (*Budapest Business School, University of Applied Sciences - Hungary*)

### **Absztrakt**

A kutatásunk fókuszában amerikai multinacionális technológiai cégek osztalékfizetési politikáinak elemzése áll. Vizsgálatunk első része egy ESG szempontú elemzés, amely alapján a vizsgált cégeket besoroljuk „fenntarthatóan” és „nem-fenntarthatóan működő” csoportokba. A cikk második részében a vizsgált cégek által közölt befektetői információk és a pénzügyi adatok alapján elemezzük a két létrehozott csoport osztalékfizetési politikáit, valamint kiterjesztjük vizsgálatunkat az elmúlt években megvalósult és a tervezett környezetvédelmi beruházások helyzetére.

*Kulcsszavak:* fenntarthatóság, osztalékpolitika, ESG

*JEL-kódok:* Q56, G35

### **Abstract**

The focus of our research is the analysis of the dividend payment policies of American multinational technology companies. In the first part of our study we classify the examined companies into sustainably and non-sustainably operating groups, on the basis of sustainability lists. In the second part of the article, we analyze the dividend payment policy and the environmental protection investments in recent years of the two created groups based on investor information and financial data.

*Keywords:* sustainability, dividend payout policy, ESG

*JEL Codes:* Q56, G35

### **1. Bevezetés**

Az osztalékpolitikával foglalkozó szakirodalom három iskolát különböztet meg. A jobboldali iskola az osztalékok pozitív hatását hangsúlyozza az árfolyamra, avagy a piaci értékre. A másik megközelítés szerint éppen ellenkezőleg, az árfolyamok negatívan korrelálnak az osztalékok szintjével. A harmadik, úgynevezett „középutas” irányzat szerint a vállalati osztalékpolitika irreleváns az értékelés szempontjából (Nagy, 2007). A fenntarthatóság kérdésköre, illetve a vállalatok, valamint az egyes államok, önkormányzatok szerepe az elmúlt években különös figyelmet kapott (Szeberényi & Bakos, 2022; Szennay, 2020). Cikkünkben azt vizsgáljuk, hogyan változtatták meg a fenntarthatósági szempontok a vállalatok osztalékfizetési karakterisztikáit.



## 2. Osztalékpolitika, CSR és fenntarthatóság

Ebben a fejezetben az osztalékpolitika, tulajdonosi értékelmélet és a fenntarthatóság kérdéskörének elméleti háttérét járjuk körbe, az elmúlt években publikált tudományos cikkek alapján.

A vállalati célok között már hosszabb ideje a figyelem középpontjában áll a fenntarthatósági szempontok érvényesülése. Ezek két elterjedt felfogás, a CSR (Corporate Social Responsibility) és az ESG (Environment, Social, Governance) köré csoportosulnak. E két megközelítésben nyilvánvalóak a közös érintkezési pontok, de ebben a munkában nem vállalkozunk arra, hogy megpróbáljunk teljes fogalmi elkülönítést adni, hanem vizsgálódásunk középpontjában olyan vállalati célok állnak, amelyek jelentőségük szempontjából túlmutatnak a szokásos vállalati nyereség és jövedelmezőség fogalmakon. Pontosabban éppen azt vizsgáljuk, hogy ezek a nem hagyományos célok hogyan hatnak a vállalatok pénzügyi teljesítményére, elsősorban osztalékpolitikájára.

A CSR és ESG hatások magyarázatára többféle elméleti felfogás is létezik: az „agency”, a „signaling” és a „stakeholder” elmélet. Ezek nem mondanak egymásnak ellent, inkább közös alapot jelenthetnek a megértéshez.

Az „agency” elmélet szerint azért, hogy a menedzserek túlzott mértékben ne investáljanak ESG és CSR tevékenységekbe, ezért a magas ESG és CSR pontszámú cégek nagyobb osztalékokat fizetnek, csökkentve az e speciális célok megvalósítására rendelkezésre álló cash flow-t. A „signaling” elmélet szerint az osztalékpolitika jelzés a részvényesek felé a vállalat jövedelemtermelő képességét illetően és arra vonatkozóan, hogy a fenntarthatósággal kapcsolatos befektetések nem emésztik fel a vállalat cash flow-ját. A „stakeholder” elmélet szerint a fenntarthatósággal kapcsolatos befektetések rövid távon cash flow csökkenéshez, de hosszú távon annak növekedéséhez vezetnek.

Azoknál a cégeknél, ahol a befektetési időhorizont hosszabb és többet fektetnek a CSR célokba, szignifikánsan magasabb részvényérték mutatható ki. Nem a jövedelmezőségük nagyobb, de annak volatilitása ~5%-kal kisebb a többi céghez képest. Ugyanez figyelhető meg eladásuk és költségeik vonatkozásában is. Részvényhozamaik volatilitása is kisebbnek mutatkozik a rövidebb befektetési időhorizontú cégekhez képest (Nguyen-Kecskés & Mansi, 2017).

Johansson és Fahlén (2019) a vállalati fenntarthatóság és osztalékpolitika közötti kapcsolatot vizsgálta az észak-európai országokban. Az ESG pontokat használták a fenntarthatóság mérésére és az osztalékfizetési rátát és az osztalékhozamot az osztalékpolitika minősítésére a 2008-2018 közötti időszakban, 117 vállalatot vizsgálva. Szignifikáns kapcsolatot találtak az ESG pontok és az osztalékfizetési ráta között, de csak az ESG pontok ún. „social” részpontszáma tekintetében. Összességében arra jutottak, hogy magasabb ESG ponttal rendelkező vállalatok több osztalékot fizettek (Az osztalékhozam és az ESG pontok között viszont nem volt kimutatható összefüggés.). Elemzéseik során a kutatók végül arra a következtetésre jutottak, hogy a túlzott mértékű befektetéstől való tartózkodásnak és a részvényesek felé történő jelzésnek lehet magyarázó ereje az osztalékpolitikát illetően. Ezekből az eredményekből az a következtetés is levonható, hogy a magas ESG pontszámú cégeknél a magas osztalékfizetési ráta hosszabb távú befektetésekben való érdekeltség esetén is kedvező jel lehet a befektetők számára, ellentmondva annak a felfogásnak, amely a magas rátát a vállalati életciklus hanyatló részéhez társítja. Itt szeretnénk az ESG egyes korlátait is megemlíteni: Napjainkban az ESG számítások (még) nem egységesek, a minősítő cégek eltérő módszertant alkalmaznak (Reizingerné Ducsay et al., 2022).

Salah és Amar (2020) a CSR hatását vizsgálták az osztalékpolitikára, 825 francia nem pénzügyi vállalat bevonásával a 2008 és 2018 közötti időszakban. Megállapították, hogy a jó CSR megoldásokat mutató vállalatok magasabb osztalékfizetési rátával rendelkeztek.

Chaudry és szerzőtársai (2021) 36 pakisztáni tőzsdei vállalatra elvégzett kutatása a 2009 és 2018 közötti időszakot ölelte fel. A CSR célok kinyilvánítása a vállalatok részéről szignifikáns pozitív hatással járt a tulajdonosi értékre, mind a részvényárat, mind az osztalékhozamot tekintve. Ugyanígy a vállalatméret és a részvényár között is pozitív kapcsolatot találtak. Véleményük szerint a CSR célok kinyilvánítása minimalizálja az információs aszimmetriát a részvényesek és a vállalati menedzserek között, amely a részvényárak emelkedéséhez vezet. Továbbá a CSR kezdeményezések maguk is olyan projektek, amelyek pozitív nettó jelenértékkel bírnak és így növelik a nyereséget és az osztalékfizetések mértékét.

Matos és szerzőtársai (2020) a Stoxx Euro 600 tekintetében a 2000 és 2019 közötti időszakra vonatkozóan vállalatok ESG pontjait hasonlították a vállalatok osztalékpolitikájához. Megállapították, hogy a nagyobb ESG pontszámmal rendelkező vállalatok stabilabb osztalékfizetési rátával rendelkeznek. Ezt az összefüggést az ESG egyes elemeivel való kapcsolat tekintetében is kimutatták. A tőkeáttétel növekedése viszont az osztalékfizetés mérséklődésével jár.

A tulajdonosi szerkezet is befolyásolja, hogy milyen kapcsolat alakul ki a fenntarthatósági célok és az osztalékpolitika között. Ha a vállalat tulajdonosi szerkezetében nagyobb a stratégiai befektetők aránya, akkor erősebbnek mutatkozik a vállalat környezetvédelmi proaktivitása. Pénzügyi befektetők túlsúlya esetén ez csak akkor mutatható ki, ha nagy a vállalat külpiaici kitettsége (Bueno-García et al., 2022).

Xu-Yin és Lou (2022) kínai, 2010–2018 közötti vállalati adatokat felhasználva arra a következtetésre jutottak vizsgálataik során, hogy a kisebbségi részvényesek nagyobb aránya a tulajdonosi szerkezetben javítja a vállalatok társadalmi felelősségvállalási (corporate social responsibility, CSR) teljesítményét. A hatás gyengült a szennyező iparágakban az új környezetvédelmi törvény elfogadása után, amiből arra a következtetésre jutottak, hogy az elfogadás előtt a kisebbségi részvényesek monitoring tevékenységükkel járultak leginkább hozzá a CSR fejlődéséhez, míg elfogadás után a törvény kényszeríti ki inkább a CSR aktivitást.

A hosszú távú befektetők biztosítani tudják a CSR olyan szintjét, ami maximalizálja a részvényesi értéket, amíg e befektetők nyomon követik a vállalati menedzserek tevékenységét. Ez nem a részvényeseknek jutó több cashflow-ban, hanem inkább a cashflow-hoz tartozó alacsonyabb kockázatban mutatkozik meg.

Chena-Dong és Lin (2019) vizsgálatai kimutatják, hogy az intézményi tulajdonlás magasabb szintje a CSR rangsorokban jobb besorolást eredményez. Kevesebb az ilyen tulajdonosi szerkezetű cégeknek az olyan peres ügye és a szabályozók által kirótt bírsága, amely a nemi diszkriminációval, nem biztonságos munkahelyekkel, a környezetvédelmi előírások be nem tartásával vagy a nem megengedett marketing technikákkal kapcsolatos.

Yilmaz és szerzőtársai (2022) 79, az isztanbuli tőzsdén jegyzett nem pénzügyi vállalat 2014–2020 közötti adatait elemezve arra a következtetésre jutnak, hogy a családi tulajdonlás jelentősen befolyásolja a vállalat fenntarthatósági teljesítményét és osztalékpolitikáját, míg a koncentrált intézményi tulajdonlás esetében nem figyeltek meg ilyen összefüggést. A családi tulajdonlás magas osztalékfizetési rátával jár, mivel csökkenti az ún. ügynök problémát és hatékonyabb tőkeallokációt eredményez.

Kong-Ji és Zhang (2022) tanulmányukban a kínai magánbefektetői osztalékadó reform hatásait vizsgálja a 2013 és 2015 közötti időszakban a vállalati CSR tevékenységre vonatkozóan. A magánbefektetői osztalékadó csökkentésének negatív hatása volt a CSR vállalásokra. Csökkentette a munkavállalók, a vevők és fogyasztók, a környezeti kapcsolatokat jelentő szereplők és a szociális partnerek felé irányuló vállalásokat, de nem volt jelentős hatása a részvényeseknek fizetendő osztalékra. A negatív hatás azon keresztül következett be, hogy az adócsökkentés nyomán nőtt a magánbefektetők és csökkent azoknak az intézményi befektetőknek az aránya a

vállalati tulajdonosi szerkezetben, amelyek a CSR vállalások monitorozását erőteljesebben végzik. A hatás azoknál a cégeknél a legerősebb, ahol korábban nagy volt a tulajdonosi koncentráció és alacsony a magánbefektetői részesedés mértéke.

Igen sok tanulmány foglalkozik a fenti összefüggések bemutatásával ország- illetve régióspecifikusan is. Niccoló és szerzőtársai (2020) kínai tőzsdei vállalatok ESG-vel kapcsolatos befektetéseinek és osztalékpolitikájának kapcsolatát vizsgálta. Kutatási eredményeik szerint az ilyen típusú beruházások csökkentették a vállalatok osztalékkifizetéseinek mértékét.

Indonéziai „zöld index” vállalatok COVID-19 válság alatti mutatóit vizsgálva a kutatók erős kapcsolatot találtak a vállalati jövedelmezőség és a kifizetett osztalékok között. Az előző évi osztalékpolitika és a vállalatméret is pozitív kapcsolatot mutatott az osztalékfizetésekkel, a tőkeáttétel növekedése viszont negatívan hatott az osztalékok nagyságára (Tinungki et al., 2022).

Ould és Ellili (2022) az ESG és az osztalékpolitika kapcsolatát a vállalatirányítás szempontjából vizsgálja az Egyesült Arab Emírátságok tőzsdéin kereskedett vállalatok esetében a 2010–2020 közötti időszakban. Pozitív kapcsolatot találtak a kinyilvánított ESG célok és az osztalékfizetések között. Ezen túlmenően a vállalatvezetők függetlenségét és a külföldi tulajdonlást találták fontos tényezőnek a fenti kapcsolat erősítésében. Az intézményi tulajdonlás viszont gyengítette azt.

Budhijana (2022) az osztalékpolitika, a pénzügyi és a környezetvédelmi teljesítmény hatását vizsgálta a befektetők eredményeit tekintve az indonéziai tőzsdén jegyzett 24 vállalatra a 2017 és 2021 közötti időszakra vonatkozóan. Az említett tényezők pozitív hatását mutatta ki, amely abnormális hozamokban testesült meg.

### 3. Empirikus kutatás

Kucséber (2022) munkájában arra kereste a választ, hogy a negyedik ipari forradalom meghatározó hardware gyártói fenntarthatóan működnek-e, és a fenntarthatóan működő cégek pénzügyi mutatói kedvezőbb értékeket mutatnak-e a többi (nem fenntarthatóan működő) társasághoz képest. Három különböző fenntarthatósággal kapcsolatos lista, és a Sustainability ESG pontszámainak elemzése alapján 6 társaságot – tehát a minta felét – lehetett fenntarthatóan működőként jellemezni, amelyek a következők voltak: Intel, a HP, az Analog Devices, a Cisco, a Texas Instruments, és az Applied Materials (1. táblázat). Ezt a számot azért lehet kedvezőnek tartani, mivel a háromból kettő hivatkozott listára is csak 100-100 cég kerülhetett fel.

#### 1. táblázat: A vizsgált cégek a fenntarthatósági rangsorokban

Cégnév/Felmérés neve	America's Most Responsible Companies	Corporate Knights's list	Barron's list
Adv Micro Devices	-	-	-
Alpha & Omega	-	-	-
Analog Devices	74	82	-
Applied Materials	21	-	90
Broadcom	117	-	-
ChipMOS	-	-	-
Cisco	4	4	31
IBM	126	-	-
Intel	20	81	47
Micron Technology	40	-	-
Texas Instruments	91	-	46

Forrás: Kucséber (2022)

A kalkulációk a P/E, a P/S, és a P/BV ráták 2019 és 2021 közötti alakulását tartalmazták. Az eredmények azt mutatják, hogy azok a társaságok, amelyek gazdálkodásukat fenntarthatóság központúan menedzselik, válságos helyzetekben kedvezőbb piaci és pénzügyi értékeket mutatnak. Ennek a tanulmánynak az empirikus részében a hivatkozott kutatás folytatásának eredményeit szeretnénk közölni. Munkánkban a közölt cégek pénzügyi beszámolóit alapján a 2018 és 2021 közötti időszakokra vonatkozóan az adózott eredmény és a kifizetett osztalék mennyiségét gyűjtöttük. A törzsrésztvényesek számára kifizethető adózott eredmény évenkénti alakulását a 2. táblázat tartalmazza, amelyben félkövérrel a fenntarthatónak számító társaságokat jelöltük.

**2. táblázat: Törzsrésztvényesek számára kifizethető adózott eredmény (ezer USD)**

Cégnév	2018	2019	2020	2021
Adv Micro Devices	337 000	341 000	2 491 000	3 162 000
Alpha & Omega Semiconductor	1 861	-6 596	58 116	453 163
<b>Analog Devices</b>	<b>1 359 782</b>	<b>1 220 761</b>	<b>1 390 422</b>	<b>2 748 561</b>
<b>Applied Materials</b>	<b>1 325 824</b>	<b>2 706 000</b>	<b>3 619 000</b>	<b>5 888 000</b>
Broadcom	n.a.	2 695 000	2 663 000	6 437 000
ChipMOS TECHNOLOGIES Inc ADR	1 325 824	2 508 574	2 378 978	4 937 267
<b>Cisco</b>	<b>11 621 000</b>	<b>11 214 000</b>	<b>10 591 000</b>	<b>11 812 000</b>
IBM	8 722 000	9 431 000	5 588 000	5 743 000
<b>Intel</b>	<b>21 053 000</b>	<b>21 048 000</b>	<b>20 899 000</b>	<b>19 868 000</b>
Micron Technology	6 301 000	2 683 000	5 861 000	8 687 000
<b>Texas Instruments</b>	<b>5 538 000</b>	<b>4 986 000</b>	<b>5 568 000</b>	<b>7 736 000</b>

Forrás: Saját szerkesztés és kalkuláció a yahoo.finance adatai alapján

A fenti táblázat alapján azt láthatjuk, hogy a fenntartható és a nem fenntartható módon működő vizsgált társaságok döntő részének adózott eredménye 1-1 vállalat kivételével a 2021-es évben meghaladja a COVID előtti értékeket.

Amennyiben az évenkénti relatív változásokat tekintjük (3. táblázat), akkor azt láthatjuk, hogy a nem fenntarthatóan működő vállalatok mind 2019-ről 2020-ra, mind 2020-ról 2021-re átlagosan nagyobb relatív növekedést tudtak elérni, mint a fenntarthatóan működő csoport.

**3. táblázat: Az adózott eredmény évenkénti relatív változása**

Cégnév	2019	2020	2021
Adv Micro Devices	1,19%	630,50%	26,94%
Alpha & Omega Semiconductor	-454,43%	881,08%	679,76%
<b>Analog Devices</b>	<b>-10,22%</b>	<b>13,90%</b>	<b>97,68%</b>
<b>Applied Materials</b>	<b>104,10%</b>	<b>33,74%</b>	<b>62,70%</b>
Broadcom	n.a.	-1,19%	141,72%
ChipMOS TECHNOLOGIES Inc ADR	89,21%	-5,17%	107,54%
<b>Cisco</b>	<b>-3,50%</b>	<b>-5,56%</b>	<b>11,53%</b>
IBM	8,13%	-40,75%	2,77%
<b>Intel</b>	<b>-0,02%</b>	<b>-0,71%</b>	<b>-4,93%</b>
Micron Technology	-57,42%	118,45%	48,22%
<b>Texas Instruments</b>	<b>-9,97%</b>	<b>11,67%</b>	<b>38,94%</b>

Forrás: Saját szerkesztés és kalkuláció a yahoo.finance adatai alapján

A vizsgálat folytatásában arra keressük a választ, hogy van-e különbség a két csoport osztalékfizetései között. A 4. táblázat tartalmazza a kifizetett osztalékok alakulását. A mintában szereplő cégek többsége (három cég kivételével) a vizsgált években fizetett osztalékot, még a COVID-19 évében is.

#### 4. táblázat: Kifizetett osztalékok (Ezer USD) a vizsgált időszakban

Cégnév	2018	2019	2020	2021
Adv Micro Devices	0	0	0	0
Alpha & Omega Semiconductor	0	0	0	0
<b>Analog Devices</b>	<b>777 481</b>	<b>886 155</b>	<b>1 109 344</b>	<b>1 544 552</b>
<b>Applied Materials</b>	<b>0</b>	<b>771 000</b>	<b>787 000</b>	<b>838 000</b>
Broadcom	n.a.	4 235 000	5 534 000	0
ChipMOS TECHNOLOGIES Inc ADR	n.a.	256 806	872 718	1 309 032
<b>Cisco</b>	<b>5 979 000</b>	<b>6 016 000</b>	<b>6 163 000</b>	<b>6 224 000</b>
IBM	5 666 000	5 707 000	5 797 000	5 869 000
<b>Intel</b>	<b>5 541 000</b>	<b>5 576 000</b>	<b>5 568 000</b>	<b>0</b>
Micron Technology	0	0	0	461 000
<b>Texas Instruments</b>	<b>2 555 000</b>	<b>3 008 000</b>	<b>3 426 000</b>	<b>3 886 000</b>

Forrás: Saját szerkesztés és kalkuláció a yahoo.finance adatai alapján

Ezt a (mindkét csoport számára) kedvező képet azonban árnyalja az 5. táblázat, amely tartalmazza a fizetett osztalékok éves relatív változásait. Ebből a nézőpontból szemlélve, viszont nincs éles különbség a két csoport osztalékfizetései dinamikájában: A fenntartható csoportban mindössze kettő cég növelte a kifizetett osztalék nagyságát, egy cég esetén stagnálás történt, míg a nem fenntarthatóan működő cégek csoportjában csak egy cég emelte az osztalék nagyságot, egy cég pedig szinten tartotta.

#### 5. táblázat: A kifizetett osztalék évenkénti relatív változása

Cégnév	2019	2020	2021
Adv Micro Devices	0	0	0
Alpha & Omega Semiconductor	0	0	0
<b>Analog Devices</b>	<b>13,98%</b>	<b>25,19%</b>	<b>39,23%</b>
<b>Applied Materials</b>	<b>0</b>	<b>2,08%</b>	<b>6,48%</b>
Broadcom	0	30,67%	-100,00%
ChipMOS TECHNOLOGIES Inc ADR	0	239,84%	49,99%
<b>Cisco</b>	<b>0,62%</b>	<b>2,44%</b>	<b>0,99%</b>
IBM	0,72%	1,58%	1,24%
<b>Intel</b>	<b>0,63%</b>	<b>-0,14%</b>	<b>-100,00%</b>
Micron Technology	0	0	0
<b>Texas Instruments</b>	<b>17,73%</b>	<b>13,90%</b>	<b>13,43%</b>

Forrás: Saját szerkesztés és kalkuláció a yahoo.finance adatai alapján

A kutatásunk utolsó elemét a 6. táblázatban található osztalékfizetési ráták alakulásának vizsgálata jelenti. Az adatok azt mutatják, hogy a fenntarthatónak jelölt társaságok nagyobb osztalékfizetési rátával rendelkeztek a vizsgált években, valamint növekvő trend figyelhető meg. Az eredményeink hasonlóak Johansson és Fahlén (2019) és Salah és Amar (2020) által publikált kutatásokhoz.

**6. táblázat: Osztalékfizetési ráták alakulása 2018 és 2021 között**

Cégnév	2018	2019	2020	2021
Adv Micro Devices	0,00	0,00	0,00	0,00
Alpha & Omega Semiconductor	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Analog Devices</b>	<b>0,57</b>	<b>0,73</b>	<b>0,80</b>	<b>0,56</b>
<b>Applied Materials</b>	<b>0,00</b>	<b>0,28</b>	<b>0,22</b>	<b>0,14</b>
Broadcom	n.a.	1,57	2,08	0,00
ChipMOS TECHNOLOGIES Inc ADR	n.a.	0,10	0,37	0,27
<b>Cisco</b>	<b>0,51</b>	<b>0,54</b>	<b>0,58</b>	<b>0,53</b>
IBM	0,65	0,61	1,04	1,02
<b>Intel</b>	<b>0,26</b>	<b>0,26</b>	<b>0,27</b>	<b>0,00</b>
Micron Technology	0,00	0,00	0,00	0,05
<b>Texas Instruments</b>	<b>0,46</b>	<b>0,60</b>	<b>0,62</b>	<b>0,50</b>

Forrás: Saját szerkesztés és kalkuláció a yahoo.finance adatai alapján

#### 4. Összefoglalás

A klímaváltozás a jövőnket alapvetően befolyásoló természeti kihívás. Cikkünkben arra kerestük a választ, hogy ebben a folyamatban a negyedik ipari forradalom meghatározó hardware gyártói fenntarthatóan működnek-e, és ezen cégek pénzügyi mutatói kedvezőbb értékeket mutatnak-e a többi társasághoz képest. Ez a tanulmány egy korábban megkezdett kutatásunk folytatásából származó eredményeket ismerteti. Jelenlegi munkánkban a vizsgált cégek elmúlt években folytatott osztalékfizetési karakterisztikáit szeretnénk volna görcső alá venni. A munkánk eredményeit összefoglalva azt találtuk, hogy a nem fenntarthatóan jelölt cégek 2020-ról 2021-re többségében nagyobb növekedést tudtak elérni, míg a fenntarthatóan működő cégek kisebb adózott eredmény növekedést mutattak, azonban nem csak az osztalékfizetési hajlandóságuk nem maradt el a másik csoporttól, hanem még növekedést is tapasztalhattunk. Egyik csoportra sem jellemző a nyereség teljes kifizetése osztalékként. Tulajdonosi szempontból kedvezőnek ítéljük, hogy a fenntarthatóan működő cégek is fizetnek osztalékot, azonban nyereségük egy részét vissza is forgatják, amely a további növekedés (belső) forrása. A kapott eredmények nem reprezentatívak, amely tanulmányunk egyik korlátja. Másik korlátozó tényezőként meg kell említenünk, hogy külső elemző szemszögéből nem tudjuk megállapítani, hogy valójában milyen tényezők álltak az osztalékfizetés, illetve a visszaforgatás háttérében, mivel nem ismerjük a vizsgált cégek osztalékfizetési politikáit. Emellett a vizsgált kérdések elméleti háttére is igen összetett, csak pénzügyi mutatók vizsgálatával az ESG és az osztalékpolitika kapcsolata nem érthető meg. Mindezen kihívások kezelése jövőbeli kutatásaink fókuszát jelenthetik.

#### Irodalomjegyzék

- Bueno-García, M., Delgado-Márquez, B., Georgallis, P. & Aragón-Correa, J. A. (2022). How do shareholders influence international firms' environmental strategies? The differential impact of strategic and financial investors. *Long Range Planning*, 55(6), 102183. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2022.102183>
- Budhijana, R. B. (2022). The Effect of Dividend Policy, Financial Performance and Environmental Performance on Investor Reactions. *Journal of Social Science*, 3(5), 1067–1081. <https://doi.org/10.46799/jss.v3i5.420>
- Chaudhry, A. A., Ramakrishnan, S., Ghazi, H., Sulimany, H. & Sharif, A. (2021). Enhancing Shareholder Value through Corporate Social Responsibility Disclosure in a Developing Country. *Studies of Applied Economics*, 39(4), 1–9. <https://doi.org/10.25115/eea.v39i4.4315>

- Chen, T., Dong, H. & Lin, C. (2020). Institutional shareholders and corporate social responsibility. *Journal of Financial Economics*, 135(2), 483–504. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2019.06.007>
- Johansson, A. & Fahlén, A. (2019). Does sustainability affect dividend policy?: A panel data study on Nordic firms. Dissertation. <http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:umu:diva-160497> Letöltve: 2022.11.22.)
- Kong, D., Ji, M. & Zhang, F. (2022). Individual investors' dividend tax reform and corporate social responsibility. *Journal of International Financial Markets, Institutions & Money*, 78, 101542. <https://doi.org/10.1016/j.intfin.2022.101542>
- Kucséber L. Z. (2022). Fenntartható technológiai vállalatok relatív értékelése a Covid tükrében. *Controller Info*, 10(2), 2–7.
- Matos, V., Pedro-Barros, V. & Joaquim, S. (2020). Does ESG Affect the Stability of Dividend Policies in Europe? *Sustainability*, 12, 8804. <https://doi.org/10.3390/su12218804>
- Nagy B. (2007). Az osztalékrajtély és viselkedéstani magyarázatai. *Hitelintézeti Szemle*, 6(6), 628–642.
- Ellili, N. O. D. (2022). Impact of environmental, social and governance disclosure on dividend policy: What is the role of corporate governance? Evidence from an emerging market. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 29(5), 1396–1413. <https://doi.org/10.1002/csr.2277>
- Niccolò, N., Battisti, E., Papa, A. & Miglietta, N. (2020). Shareholder value and dividend policy: the role of ESG strategies. *2020 IEEE International Conference on Technology Management, Operations and Decisions (ICTMOD), Marrakech, Morocco, 2020*, pp. 1–5. <https://doi.org/10.1109/ICTMOD49425.2020.9380585>
- Salah, O. B. & Amar, A. B. (2020). Does corporate social responsibility affect dividend policy? Empirical evidence in the French context. *Journal of Global Responsibility*, 13(3), 268–289. <https://doi.org/10.1108/JGR-10-2021-0082>
- Phuong-Anh, N., Kecskés, A. & Mansi, S. (2017). Does corporate social responsibility create shareholder value? The importance of long-term investors. *Journal of Banking and Finance*, 112, 105217. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2017.09.013>
- Reizingerné Ducai A., Hajdu T. & Gulyás É. (2022). ESG indikátorok a fenntarthatósági jelentésekben – mi lehet a szerepük a pénzügyi intézményeknek? In Csernicskó I., Bacsó, R., Pojda-Noszik N., Makarovics V., Loszkorih G., Sztojka N., Pataki G. & Kovács-Rump H. (szerk.), *II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola fennállásának 25. évfordulója alkalmából rendezett III. Nemzetközi Gazdaságtudományi Konferencia tudományos munkái* (pp. 311–313). II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola, Beregszász.
- Szeberényi, A. & Bakos, I. M. (2022). Examining the progress of the European Union and Hungary in the Aspect of Sustainable development goals. In Ün, C. & Kidiryuz, M. (Eds.), *Cukurova 9th International Scientific Researches Conference: Full Texts Book (Volume 2)* (pp. 1423–1433). Ankara: Iksad Publications.
- Szennay Á. (2020). A vállalati társadalmi felelősségvállalás megközelítései és a fenntartható fejlődés. *Közgazdasági Szemle*, 67(10), 1057–1074. <http://dx.doi.org/10.18414/KSZ.2020.10.1057>
- Tinungki, G. M., Hartono, P. G., Robiyanto, R., Hartono, A. B., Jakaria, J. & Simanjuntak, L. R. (2022). The COVID-19 Pandemic Impact on Corporate Dividend Policy. *Sustainability*, 14(10), 6152. <https://doi.org/10.3390/su14106152>
- Verga Matos, P., Barros, V. & Sarmento, J. M. (2020). Does ESG Affect the Stability of Dividend Policies in Europe. *Sustainability*, 12(21), 8804. <https://doi.org/10.3390/su12218804>
- Xu, S., Yin, B. & Lou, C. (2022). Minority shareholder activism and corporate social responsibility. *Economic Modelling*, 116, 106045. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2022.106045>

## **Pénzügyi és öngondoskodási ismeretek a magyar középiskolák végzős osztályaiban 2021-ben**

*Financial and Self-Care Skills in the Graduating Classes of Hungarian Secondary Schools in 2021*

**KOVÁCS Zoltán**

PhD-hallgató (*PhD Student*)

Soproni Egyetem, Széchenyi István Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola  
(*University of Sopron, István Széchenyi Economics and Management Doctoral School - Hungary*)

**TÖRÖNÉ Prof. Dr. DUNAY Anna PhD**

egyetemi tanár (*Full Professor*)

Neumann János Egyetem (*John von Neumann University - Hungary*)

### **Absztrakt**

Kutatásunkban végzős magyarországi középiskolások öngondoskodással kapcsolatos meglévő tudását vizsgáltuk konkrét pénzügyi eszközök ismereteinek a mérésével a 2020/2021-es tanév végén. Az előkészítő munka során összegyűjtöttük valamennyi olyan az életben előre várható és nem várható élethelyzetet, amelyek főleg pénzügyi öngondoskodással előre kezelhetők és ezekhez társítottunk ma elérhető pénzügyi eszközöket. Ezen túl rendszereztük a különböző középiskola típusok tanrendjeiben jelenleg elérhető, konkrét, öngondoskodáshoz kapcsolható pénzügyi ismereteket. Empirikus kutatásunkban kérdőíves módszer segítségével szolgáltattuk meg a vizsgált korosztály tagjait valamennyi középiskola típusban és kérdeztünk rá konkrét pénzügyi termékismereteikre. Kutatási eredményeinket összevetve a középiskolások tanórákon megszerezhető ismereteivel, megállapítható volt, hogy a végzős középiskolások pénzügyi eszköz ismerete gyenge, több termékkörrel még sokuk nem is hallott, amelyekről már hallottak, azok konkrét működését pedig a többség nem ismeri. Megállapítható továbbá, hogy a pénzügyi termékekhez kapcsolódó adóelőnyök vagy egyéb állami támogatások ismerete is csak felületesnek mondható.

*Kulcsszavak:* pénzügy, pénzügyi ismeretek, pénzügyi kultúra, öngondoskodás, középiskola

*JEL-kódok:* A21, G51, H24, I21

### **Abstract**

In our research, we were studying the existing knowledge of self-care among Hungarian high school graduates by measuring their awareness of specific financial tools at the end of the 2020/2021 school year. During the preparatory work, we collected all expected and unforeseen real-life situations which may be managed in advance mainly through financial self-care and associated them with financial tools available today. In addition, we have systematised the specific financial education regarding self-care currently available in the curricula of the different types of secondary schools. In our empirical research, we used a questionnaire method to address members of the affected age group in all types of secondary schools and questioned them about their on-hand knowledge of financial products. Comparing the results of our research to the knowledge gained in the classroom, it was concluded that the knowledge of financial instruments among graduate secondary school students is poor, the majority of them had no or subtle information of several product scopes, and the few who knew them were still not aware of the mechanism behind. Furthermore, it was also found that their awareness of the tax benefits or other government subsidies relating to financial products is also superficial.

*Keywords:* finance, financial literacy, financial culture, self-care, high school

*JEL Codes:* A21, G51, H24, I21



## 1. Bevezetés

A második világháború előtt a magyarországi pénzügyi intézményrendszer Európa legfejlettebbjei közé tartozott. A háború utáni években ez az intézményrendszer teljesen megszűnt, az egymással versengő bankok, biztosítók és egyéb vállalkozások helyébe állami tulajdonú monopóliumok léptek, amelyek a valós piaci versenyt kizárva központi tervutasításos, majd tervgazdálkodásos rendszerben működtek évtizedekig. A múlt század végén a rendszerváltozás után a pénzügyi intézmények piaca is megnyílt, azonban az újonnan piacra lépőknek szembesülnie kellett két komoly problémával. Egyrészt nem voltak pénzügyi szakemberek az országban mivel közel fél évszázadon át nem volt ilyen jellegű képzés, másrészt gyakorlatilag nem létezett lakossági pénzügyi kultúra, mivel több generáción át csak monopol termékekkel találkozhatott a lakosság. Az első problémát a külföldi tulajdonú pénzintézeteknek néhány éven belül saját erőből sikerült kezelniük, azonban a lakossági pénzügyi kultúra megteremtéséhez több időre volt szükség.

Adódik a kérdés, hogy egy mai fiatal átlagembernek mikor és honnan célszerű megszereznie azokat a pénzügyi ismereteket, amelyekre az élete során szüksége lesz? Az első válasz kézenfekvő: minél fiatalabb korban. A honnan kérdésre több válasz is adódhat: szüleitől, iskolai tanulmányai során vagy esetleg egyéb forrásból? És itt szembesülünk napjaink egyik nagy problémájával: a mai fiatal felnőtt generáció szülei, nagyszülei olyan korban szocializálódtak, ahol gyakorlatilag nem létezett pénzügyi piac és pénzügyi oktatás sem, emiatt nem alakulhatott ki ennek a generációknak a tudatos pénzügyi kultúrája, így ebből a forrásból a mai fiatalok nem juthatnak modern tudáshoz. A 2008-ban kirobbant, hazánkban 2009-2010-től egyre fokozódó hatásokat kiváltó világgazdasági válság egyértelművé tette, hogy az embereknek elmélyültebb pénzügyi ismeretekre, jártasságra és gondolkodásmód váltásra van szükségük mivel napjainkban egy pénzközpontú, piacgazdasági környezetben kell helytállniuk, és adekvát pénzügyi döntéseket hozniuk (Mészáros, 2012). Második forrásként felmerül, hogy az ismereteket az iskolai tanulmányok során lenne a legcélszerűbb megszerezni, hiszen minél korábban szerezzük meg és kezdjük a gyakorlatban alkalmazni a pénzügyi ismereteket, annál hasznosabbak lesznek azok a jövőben. Kérdés, hogy a mai magyar oktatási rendszer fel van-e készítve ennek a tudásanyagának az elméleti és gyakorlati átadására, illetve különböző iskola típusok képesek-e azonos minőségben átadni a pénzügyi ismereteket? Harmadik, egyéb forrásként az interneten megtalálható tartalmak, közösségi platformok és az online média információi szolgálhatnak ismeretekkel. Kovács és szerzőtársai (2021) kutatási eredményei alapján a kutatásban résztvevő végzős magyar középiskolások pénzügyi ismereteiket elsősorban szüleiktől, családjuktól, barátaiktól, másodsorban az internetről, online médiákból szerzik. Az iskolai tanórák, mint ismeretszerzési források csak a harmadik helyen szerepelnek náluk. Az ismeretszerzési módok között iskola típusonként nincs különbség azonban a szakiskolai tanulók alacsonyabb pénzügyi ismeretekkel rendelkeznek, mint gimnazista vagy technikumba járó társaik.

De miért fontosak a pénzügyi ismeretek már fiatal korban? Egy ember élete során rengeteg élethelyzetbe kerül. Ezek közül néhány először talán meglepő, néha ijesztő, de ha megismétlődnek, akkor már felkészültebben tud reagálni rájuk. Vannak rendszeresen ismétlődő, várható élethelyzetek és vannak olyanok, amelyek egy élet során általában csak egyszer fordulnak elő. Ha előre megismerjük ezeket az eseményeket, fel tudunk készülni rájuk, előre tudunk gondoskodni önmagunkról. Életünk során azonban sajnos több váratlan eseményre is számíthatunk. Bármikor érhet minket például baleset, lebetegedhetünk, vagy lerokkanhatunk, lakásunkban vagy egyéb vagyontárgyainkban is keletkezhet kár, de elveszthetjük munkahelyünket is. Ezek a váratlan, ritka élethelyzetek azáltal válnak kezelhetővé, hogy ismerjük őket és öngondoskodással fel tudunk készülni a kezelésükre (Kovács et al., 2021). Az öngondoskodásra számtalan különböző definíciót találunk, azonban az öngondoskodáshoz kapcsolódó talán leglényegesebb

kulcsszavak és gondolatelemek a következők: váratlan és tervezhető helyzetek kezelési feltételeinek megteremtése, megtakarítási hajlandóság és tudatos takarékoskodás (Makkai, 2020). Vagyis a jövőbeni várható és váratlan eseményekre való öngondoskodás eszközei többnyire valamilyen pénzügyi megoldások, leegyszerűsítve: az előbbire a megtakarítás alapú termékek, utóbbira a biztosítás alapú termékek.

Az öngondosodás több formáját az állam is direkt módon vagy adókedvezmények formájában támogatja, ezzel ösztönöz a jövőbeli saját célra szánt megtakarításokra és a szabad források tudatos felhasználására. Ezek az intézkedések indirekt módon fejlesztik a pénzügyi kultúrát a források tudatosabb felhasználásával, amelyek később az állam szociális terheit csökkenthetik, kiegészíthetik, így mindkét fél számára egy kiszámíthatóbb jövőt biztosítanak. A pénzügyi kultúra megítélése nem könnyű feladat, ugyanakkor egy gazdaságra és egy társadalomra nézve rendkívül fontos fejlettséget megítő mérce (Bárcki & Zéman, 2015). A különböző támogatott termékek ismeretének hiánya nem okoz problémát, amíg egy élethelyzet előtt állunk. Problémát akkor okoz, ha anélkül hozunk döntéseket, hogy ismertük volna a termékhez kötött támogatás rendszerét és ez később anyagi hátrányt, plusz terheket ró ránk. Szerencsés a helyzet, ha még valamilyen jövőbeli életesemény előtt állunk, hiszen ennek kezelésére még időben megtalálhatjuk a támogatott megoldásokat, de ha nem tudjuk, hogy mit keressünk és azt sem, hogy hol, akkor továbbra is hiányos információk birtokában hozunk döntéseket. Ez ellen kizárólag a pénzügyi ismereteink folyamatos fejlesztésével védekezhetünk. A várható élethelyzetek megismerése és a pénzügyi ismeretek megszerzése emiatt fontos minél fiatalabb korban.

Tanulmányunkban végzős középiskolások öngondoskodási és pénzügyi termék ismeretét és az azokhoz kapcsolódó támogatások ismertségét vizsgáljuk meg egy 2021 évben végzett primer kutatás adatai alapján. Az eredményeket összevetjük a magyarországi középfokú oktatási rendszer pénzügyi ismeretanyagának elemzése során kapott adatokkal és a hazai és közép-európai szakirodalmi forrásokkal.

## 2. A szakirodalmi források áttekintése

A különböző korosztályok gazdasági, pénzügyi tudatosságát már számos hazai és nemzetközi kutatás vizsgálta, de a téma mit sem veszített aktualitásából (Dunay et al., 2015). A fiatalok pénzügyi kultúrájának kialakulásához elengedhetetlen tudás és tapasztalat megszerzéséhez szükséges oktatási programok hatékonyságával kapcsolatban is születtek már kiváló tanulmányok, amelyek néha érintik az öngondoskodás eszközrendszerének elemeit is, azonban a teljes öngondoskodási eszközrendszer komplex ismeretét eddig kevés kutatás dolgozta fel. A pénzügyi tudatosság fejlesztése, a pénzügyi tudás elmélyítése többek között segít a felkészült, megfontolt választásban a versengő bankpiacon elérhető ajánlatok között, és segít, hogy a döntések ne a korábbi rutinok alapján történjenek (Kovács & Sütő, 2020), a bizalom és a pénzügyi ismeretek hiánya azonban korlátozza sok esetben a háztartások pénzügyi döntéseit. Ennek megoldása sürgető társadalmi érdek. (Horváthné Kökény & Horváth, 2014). A globális, pénzügyek által irányított világban már-már alapkompenciaként tekintenek a pénzügyi műveltségre. Mára már szinte nincs olyan ország, amely ne tett volna lépéseket a pénzügyi ismeretek fejlesztése, javítása terén, ezek a lépések zömmel azonban sajnos késve indult el (Csiszárík-Kocsir & Garai-Fodor, 2018).

Horváthné Kökény és Széles (2014) véleménye szerint a pénzügyi kultúránk még nincs megfelelően kialakulva, hiányzik a felelős öngondoskodási szemlélet az egyének és a háztartások többségének az életéből. Ugyanezt állapítja meg Horváthné Kökény, Horváth és Széles (2013) is, kiegészítve azzal, hogy hiányzik az emberek szemléletéből a hosszú távú felelős gondolkodás. Horváthné Kökény és Széles (2014) tanulmányában a vizsgált háztartások alacsony pénzügyi ismeretekkel rendelkeznek, körükben szükséges a pénzügyi kultúra fejlesztése, mert

nem ismerik megfelelően a különböző pénzügyi szolgáltatásokat és a hozzájuk kapcsolódó állami támogatási lehetőségeket. Eredményeik szerint a háztartások egyértelműen úgy gondolják, hogy kiemelten fontos a pénzügyi kultúrát fejleszteni a magyar lakosság körében. Dunay és szerzőtársai (2015) szerint a fogyasztók gazdasági és pénzügyi képzését a lehető leghamarabb, már az iskolákban meg kell kezdeni, és lehetőség szerint be kell építeni az általános tantervekbe. A pénzügyi tájékozottság, pénzügyi ismeretek megszerzésének szempontjából kiváló, ha a tanulók már középiskolás éveik során megismerik az alapvető pénzügyi fogalmakat, összefüggéseket, hiszen ezek alapján mérlegelve tudnak majd jó döntéseket hozni a jövőben (Hegedűsné Barna et al., 2017). Az oktatás sajátosságai szintén befolyásolják a fiatalok pénzügyi kultúrájának szintjét. A képzés formája és a tagozat jellege szerint szignifikáns különbségek mutatkoznak a tanulók pénzügyi ismereteinek szintjében (Luksander et al., 2014).

A fiatalok pénzügyi kultúrájának fejlesztése a társadalom fontos érdeke, hiszen ahhoz, hogy el tudják kerülni az előre nem látható gazdasági buktatókat, valamilyen alapszintű pénzügyi tudással, ismerettel rendelkezniük kell (Hegedűsné Barna et al., 2017). Ez ma is ugyanolyan fontos, hiszen a magyar háztartások nagy része nem rendelkezik megtakarításokkal, inkább hitelek vannak, amelyek törlesztése sokszor magas arányt képvisel a háztartás jövedelmében. Ez a probléma sokszor a pénzügyi kultúra elégtelen voltára vezethető vissza (Horváthné Kökény & Széles, 2014). A gazdasági válság hazai hatásai is megmutatták, hogy korábban a háztartások sokkal kevésbé foglalkoztak tudatosan a megtakarítási lehetőségekkel, mintsem érdemes lett volna (Horváthné Kökény et al., 2013). Baranyai és szerzőtársai (2019) vizsgálatai egyértelműen rámutattak, hogy a magasabb iskolai végzettség és havi nettó jövedelem pozitívan függnek össze a megtakarítással, vagyis a magasabb iskolai végzettséggel és jövedelemmel rendelkezők körében jellemzőbb, hogy rendelkeznek megtakarítással, illetve képesek és hajlandók jövedelmük egy részét félretenni.

Kilépve a hazai keretek közül, a Visegrádi Együttműködés (V4) országainak pénzügyi kulturális állapotát együtt is érdemes vizsgálni, mivel az országok történelme és pénzügyi intézményrendszereinek a fejlődése az elmúlt évtizedekben hasonlóan alakult. Gavurova és szerzőtársai (2019) kutatása szerint Szlovákiában a fiatalok pénzügyi műveltségének fontossága növekszik. Eredményeik alapján megállapítható, hogy a férfiak pénzügyi műveltsége magasabb, mint a nőké, a serdülők kevésbé jártasak a pénzügyekben, mint a végzős diákok. Érdekességként megállapítják, hogy a töbtagú családok tanulói pénzügyileg tájékozottabbak, mint a kevesebb tagú családok diákjai, azonban eredményeik gyengébbek, mint várták. A Cseh Köztársaságban az általános iskolai oktatás kötelező eleme a pénzügyi ismeretek. Az, hogy a pénzügyi műveltség és a cseh diákok pénzügyi termékhasználatára javul-e majd, az idő fogja megmutatni, de az már most is egyértelmű, hogy a pénzügyi ismeretek beillesztése az iskolai tantervbe szükséges volt (Opletalová, 2015). Belás és szerzőtársai (2016) a cseh és szlovák diákok pénzügyi ismereteinek szintjét vizsgálták. Szignifikáns eredményeket felmutató kutatásuk megmutatta, hogy a diákok gazdasági kérdések iránti érdeklődése mindkét országban alacsony, nem motiváltak eléggé az új ismeretszerzésre. Javaslatuk szerint nagyobb teret kell kapniuk a fejlett, interaktív, gyakorlatra épülő oktatási módszereknek a képzésük során. Osinska és Wasilewska (2020) a lengyelországi diákok megtakarítással és befektetéssel kapcsolatos attitűdjeinek kutatása során megállapította, hogy a legtöbb diák teljes mértékben tisztában van azzal, hogy a megtakarítások fontosak, azonban az általuk megtakarított összeg nem nagy, a diákok jellemzően készpénzben és bankszámlán tartják a pénzt. Ez talán abból is fakad, hogy a lengyel családok lényegesen alacsonyabb jövedelemmel rendelkeznek, mint a nyugat-európai országok családjai, fogyasztás szintjük azonban a közelmúltban már megközelítette az uniós átlagot. Pénzügyi megtakarításaik szintje viszont még mindig ötöde az uniós átlagnak (Wereda & Prokopowicz, 2017).

Továbblépve nyugatra Stolper és Walter (2017) megállapította, hogy a német polgárok pénzügyi műveltségi szintje ugyan a legmagasabbak közé tartozik a világon, azonban Németországban is a felmérésben résztvevők közel fele nem tud helyesen válaszolni pénzügyi alapkérdésekre. A pénzügyi műveltség nagyfokú heterogenitást mutat a lakosság körében, a gazdaságilag kiszolgáltatott csoportok további hátrányt szenvednek a pénzügyi ismeretek hiánya miatt. 2007-ben az Olasz Nemzeti Bank és az olasz oktatási minisztérium kísérleti programot indított a pénzügyi oktatásnak az iskolai tantervbe való beépítésére. A program évről évre növekvő érdeklődést váltott ki a tanárok és a tanulók körében, és bebizonyosodott, hogy hatékonyan javítja a tanulók pénzügyi ismereteit. Az empirikus eredmények alátámasztják az iskolai pénzügyi oktatás fontosságát, és különösen azt, hogy a pénzügyi oktatást minél korábban el kell kezdeni (Romagnoli & Trifilidis, 2013).

### **3. A magyarországi középfokú oktatási rendszer pénzügyi ismeretanyaga**

#### **3.1. Közoktatás**

Magyarországon a köznevelési törvény<sup>1</sup> nevezi meg a közoktatás hatálya alá tartozó oktatási intézményeket. Középfokon ezek lehetnek gimnáziumok, művészeti, pedagógiai, közművelődési képzést folytató szakgimnáziumok, illetve sajátos nevelési igényű tanulók középfokú iskolai nevelését végző szakiskolák. A közoktatási intézményekben a közismereti tárgyak oktatási tevékenységét a Nemzeti alaptanterv<sup>2</sup> (NAT) szabályozza. A NAT nem konkrét tanrendeket tartalmaz, hanem meghatározza a köznevelés feladatait, értékeit, fejlesztési területeit és nevelési céljait, stb. E 12 cél között szerepel a gazdasági és pénzügyi nevelés is. A NAT kimondja: „A felnövekvő nemzedéknek hasznosítható ismeretekkel kell rendelkeznie a világgazdaság, a nemzetgazdaság, a vállalkozások és a háztartások életét meghatározó gazdasági-pénzügyi intézményekről és folyamatokról. Cél, hogy a tanulók ismerjék fel saját felelősségüket az értékteremtő munka, a javakkal való ésszerű gazdálkodás, a pénz világa és a fogyasztás területén. Tudják mérlegelni döntéseik közvetlen és közvetett következményeit és kockázatát. (...) Ennek érdekében a köznevelési intézmény biztosítja a pénzügyi rendszer alapismereteire vonatkozó pénzügyi szabályok, a banki tranzakciókkal kapcsolatos minimális ismeretek és a fogyasztóvédelmi jogok tanítását.” (Melléklet a 110/2012. (VI. 4.) Korm. rendelethez, I/11.) A köznevelés feladatait és nevelési céljait rendeletileg<sup>3</sup> szabályozott kerettantervek bontják le és részletezik. Az egyes intézmények ezek alapján alkotják meg saját pedagógiai programjukat és készítik el saját helyi tanterveiket. A kiadott kerettantervekben jelenleg nincs a gazdasági és pénzügyi oktatásra szánt időkeret. Ezeket az ismereteket csak az órakeretek megmaradó szabad óraszámai terhére tudják az intézmények átadni.

A NAT 2020 évi módosítása<sup>4</sup> (NAT2020) az egységességről és a differenciálásról, valamint a módszertani alapelvekről szóló fejezetben csökkenti a törzsanyag megtanítására felhasználható óraszámot és az órakeret megmaradó 20%-a szabadon választott témák feldolgozására használható fel. Ezzel elvi lehetőség nyílt ugyan a gazdasági és pénzügyi ismeretek tanítására is, de a tanítandó tananyagot nem csökkenti, így féltő, hogy a szabadon felhasználható órakereteket is a tananyagok befejezésére fogják felhasználni az iskolák. Ezen túl a pénzügyi ismeretek tanításához még nem létezik egységesen használható tanári segédanyag és a tanárok felkészítése sem történt még meg.

---

<sup>1</sup> 2011. évi CXC. törvény a nemzeti köznevelésről

<sup>2</sup> 110/2012. (VI. 4.) Korm. rendelet a Nemzeti alaptanterv kiadásáról, bevezetéséről és alkalmazásáról, melléklete

<sup>3</sup> 51/2012. (XII. 21.) EMMI (Emberi Erőforrások Minisztériuma) rendelet a kerettantervek kiadásának és jóváhagyásának rendjéről

<sup>4</sup> 5/2020. (I. 31.) Korm. rendelet a Nemzeti alaptanterv kiadásáról, bevezetéséről és alkalmazásáról szóló 110/2012. (VI. 4.) Korm. rendelet módosításáról

### 3.2. Szakképzés

A 2020/2021. tanévtől kezdődően a szakképzés területén megváltoztak a képzési formák és a képzések követelményrendszerei is. Az új szakképzési törvény<sup>5</sup> és a végrehajtásáról szóló kormányrendelet<sup>6</sup> szakmajegyzéke 174 alapszakmára szűkítette a korábbi képzés kínálatot és egységesítette azok képzési követelményeit, amelyeket Programtervek határoznak meg. Két szakma kivételével sem a fejlesztendő kompetenciák, sem a tárgyi tematikák nem tartalmaznak pénzügyi ismereteket. Két szakma esetén lelhető fel ilyen jellegű ismeretek, azonban ezek is csupán szakmai specifikumként jelentkeznek. A Vállalkozási ügyviteli ügyintéző és a Pénzügyi-számviteli ügyintéző szakmák Üzleti adminisztráció, illetve Pénzügy tárgyai témái között található a Pénzügyi piacok és termékek, valamint Biztosítási alapismeretek témakörök. Előbbi szakma 18 és 12 tanóra, utóbbi szakma 57 és 10 tanóra keretben biztosít az ismeretek átadására. Ez az óraszám elegendő lehet az elméleti termékismereteken kívül gyakorlati ismeretek átadására is.

A tanulmány által vizsgált időpontban egy vegyes, felmenő rendszer működött a szakképzésben, a felsőbb osztályok még a régi, Országos Képzési Jegyzék (OKJ) szerinti irányelvek alapján tanultak kifutó jelleggel. Az OKJ-s szakképzés kerettantervei<sup>7</sup> sem tartalmaznak konkrét ismereteket, előírásokat az öngondoskodással, pénzügyi tudatossággal és általános pénzügyi ismeretekkel kapcsolatban, vagyis nincs érdemi különbség a két rendszerben tanulók pénzügyi képzésében.

### 3.3. Oktatási rendszeren kívüli programok

Megállapítható, hogy sem a közoktatásban sem a szakképzés területén nincs egységesen használható módszer a pénzügyi ismeretek egységes oktatására és a tudatos pénzügyi nevelésre. A NAT hiába írja ezt elő nevelési célként, intézményfüggő hogy hogyan építik azt be saját pedagógiai programjukba és mit valósítanak meg ebből a gyakorlatban egyes iskolák. A szakképzés esetén még ennél is rosszabb a helyzet, mivel ott még elvi szinten sincs szabályozás a témában. Gyakorlatilag az osztályfőnökök és egyes szaktanárok lelkiismeretétől függ a középiskolás tanulók pénzügyi nevelése, az hogy miképpen mutatják be, dolgozzák fel a pénzügyi alapismeretekhez tartozó eszközök, így az öngondoskodás egyes elemeit.

Egységes oktatási anyagok és útmutatók hiányában tanári segédanyagokhoz főleg különböző iskolán kívüli támogató programok segítségével jutnak a pedagógusok. Ezen programok szervezői kreatív, újszerű megoldásokkal, gyakorlatorientált módszerekkel segítik a pedagógusokat, például a matematika és a történelem tárgyak oktatásával kombinálják a pénzügyi ismereteket. Mára már akkreditált tankönyvek és ingyenes továbbképzések is elérhetők vállalkozó kedvű középiskolai tanároknak. Tankönyveket és tanári segédanyagokat a Pénziránytű Alapítvány is biztosít **pénzügyi tudatosságot fejlesztő programjai** megvalósítása során, amelyeket civil szervezetekkel és a piaci szereplőkkel együttműködve szervez alapítványi céljai megvalósítása érdekében.<sup>8</sup>

Szerencsére, több olyan program is rendelkezésre áll ma már Magyarországon, amely céljaként tűzte ki a fiatalok tudatos pénzügyi nevelését és pénzügyi kultúrájának fejlesztését. A PÉNZ7 programot a Magyar Bankszövetség a Pénziránytű Alapítvánnyal együttműködésben indította el 2015-ben az Emberi Erőforrások Minisztériumának (EMMI) szakmai támogatásával. Célja, hogy felhívja a figyelmüket a mindennapi pénzügyi tudatosságra és már fiatal kortól segítse a pénzügyek iránt érdeklődő diákokat ismereteik bővítésében. 2017-től a program a

<sup>5</sup> 2019. évi LXXX. törvény a szakképzésről

<sup>6</sup> 12/2020. (II. 7.) Korm. rendelet a szakképzésről szóló törvény végrehajtásáról

<sup>7</sup> 5/2018. (VII.9.) ITM (Innovációs és Technológiai Minisztérium) rendelet

<sup>8</sup> Forrás: <https://penziranytu.hu>

tanév hivatalos rendjébe is beillesztésre került.<sup>9</sup> A PénzSztár Hazai és Külhoni Magyar Középiskolák Pénzügyi, Gazdasági és Vállalkozási Versenye **a pénzügyi műveltség fejlesztésére létrehozott kezdeményezés, átfogja a gazdaság és a pénzügy világ minden fontosabb szegmensét.** A PénzSztár egy nagyszabású, évente megrendezésre kerülő játékos pénzügyi műveltségi verseny. Elsődleges célja, hogy **felkeltse a középiskolás korosztály érdeklődését a gazdaság és a pénzügyek iránt, illetve mérje és tovább bővítse ilyen jellegű ismereteiket.** A verseny győztesei évenként értékes jutalmakban részesülnek.<sup>10</sup> A **United Way Magyarország a LifeChanger saját fejlesztésű** pénzügyi oktatási programjával **arra törekszik, hogy a gyerekek és a fiatalok kibontakoztathassák a bennük rejlő tehetséget és megalapozzák későbbi pénzügyi stabilitásukat, jólétüket.** Programjuk során a gyerekek játékos formában, valós élethelyzeteket tükröző pénzügyi döntési helyzeteket modellezve ismerkednek a családi költségvetés felelősségteljes beosztásának kihívásaival. Népszerű négyrekeszes malacperselyük arra ösztönzi a gyerekeket, hogy mélyebben elmerüljenek a bevétel, a kiadás, a megtakarítás és a jótékony fogalomköreinek tanulmányozásában.<sup>11</sup> Az Önkéntes Pénztárak Országos Szövetsége által szervezett Pénzmesterek verseny célja, hogy élményszerűen, interaktív módon adják át az ismereteket a diákoknak a pénzügyi kultúra fejlesztése érdekében, legyenek bárhol az országban. Céljuk a pénzügyi tudatosság növelése, hasznos információk eljuttatása. A verseny célcsoportja a hazai középiskolás 9–11. évfolyamos korosztály. A Pénzmester akadémia anyagai mindenki számára elérhetők.<sup>12</sup>

Társadalmi felelősségvállalási tevékenységük keretében számos pénzintézet is indít saját programokat a fentiekén túl a pénzügyi kultúra bővítése, a gyakorlati pénzügyek és mai modern pénzügyi eszközök megismertetése céljából. Ilyen többek közt az OTP Bank Nyrt. OTP Fáy András Alapítványa, amelynek központjában az általános és középiskolás diákok pénzügyi, gazdasági és gazdálkodási ismereteinek bővítése, valamint a tudatos életpálya- és karriertervezés állnak. 1992 óta tartanak programjaik, amelyeken évente több tízezer fiatal vesz részt<sup>13</sup>. Hasonló célokkal indította 2010-ben a K&H Bank Zrt. „Vigyázz, kész, pénz!” versenyét, ahol naprakész pénzügyi tudást adnak át évente több ezer diák számára<sup>14</sup>.

#### **4. Kutatási célok, módszerek és a minta**

A hazai és európai szakirodalmi források és a magyarországi középfokú oktatási rendszer elemzése során kapott adatok alapján a jelen tanulmányunkban a végzős középiskolások konkrét öngondoskodási termékismeretére és a termékekhez kapcsolódó állami támogatások ismertségének mérésére tesszük a hangsúlyt. Kutatási hipotéziseink a következők:

**H1:** *A végzős középiskolások ismeretei hiányosak az öngondoskodáshoz kapcsolódó konkrét pénzügyi termékek ismeretében.*

**H2:** *A végzős középiskolások ismeretei hiányosak az egyes konkrét pénzügyi termékekhez kapcsolódó állami támogatások (adó, kamat) ismeretében.*

##### **4.1. Az adatgyűjtés módszertana és korlátai**

A végzős középiskolások öngondoskodással kapcsolatos aktuális ismereteinek megismerése céljából deduktív jellegű kutatás keretében a 2021-ben végző középiskolásokat kérdeztük meg. A primer adatgyűjtést kérdőíves megkérdezéssel végeztük. Ennek előnye, hogy könnyen kivitelezhető, mivel nem terheli túl a megkérdezetteket és egyértelmű és releváns információkhoz

<sup>9</sup> Forrás: <https://penz7.hu>

<sup>10</sup> Forrás: <http://penzsztar.hu>

<sup>11</sup> Forrás: <http://www.unitedway.hu/tevekenysegunk/penzugi-stabilitas/lifechanger-program-gyerekeknek/>

<sup>12</sup> Forrás: <https://penzmesterek.hu>

<sup>13</sup> Forrás: <https://www.otpfayalapitvany.hu>

<sup>14</sup> Forrás: <https://www.kh-vigyazzkeszpenz.hu>

juthatunk. Hátránya a résztvevők szubjektivitása, az esetleges értelmezési problémák és néha az őszinteség hiánya is. Célunk a nagyszámú, széles körben lefolytatott adatgyűjtés volt, emiatt kvantitatív kutatást végeztünk, mennyiségi, egységesen mérhető és számszerűsíthetőség adatokat várva. Nem volt cél a válaszok háttérének megismerése, így kvalitatív folytatás nem követte kutatásunkat.

Több akadály is felmerült az információk megszerzésében. Egyrészt a végzős középiskolások ebben az időszakban már az érettségire, szakvizsgákra koncentráltak, ezért a válaszadási hajlandóságuk alacsony volt. Másrészt a kutatás időszakában tombolt a COVID19<sup>15</sup> járvány, emiatt a tanulók távoktatásban tanultak, így a kutatásban való részvétel plusz önálló feladatot rótt rájuk és elvonta a figyelmüket a tanulástól. További akadály volt, hogy nem tudtuk közvetlenül megszólítani a kutatásba bevonni kívánt fiatalokat csak az iskolájukon keresztül, így előfordulhatott, hogy elveszhet a kutatásra való felkérés, vagy leragadt az iskolák titkárságain esetleg az osztályfőnököknél. A kutatási minta tervezése során számolnunk kellett ezekkel, valamint a megszólított tanulók érdektelenségével is.

A kutatás 2021. április 15-30 között zajlott le, a Google kérdőív készítő űrlapja (Google Form) segítségével összeállított és megjelentetett, online kitölthető kérdőív segítségével. A mintában meghatározott célcsoport tagjainak a kérdőív linkjét küldtük el elektronikus levélben egy felkérő és tájékoztató levél kíséretében.

A kutatás időpontjában a Magyarországon működő 41 szakképzési centrum<sup>16</sup> közül 22 részére került kiküldésre a kérdőív. Megyéenként 1-1, a magasabb lakosságszám miatti kompenzáció célból Pest megyében és Budapesten 2-2 szakképzési centrum került kiválasztásra. A kiválasztott szakképzési centrumokhoz összesen 225 iskola tartozott. Mivel a szakképzési centrumok nem ágazati, hanem általában területi felosztás szerint működnek, ezért valamennyi ágazat számára elérhető volt a kérdőív.

Az Oktatási Hivatal honlapjának nyilvántartásában a kutatás indulásakor tagiskolák nélkül 636 közoktatáshoz tartozó gimnázium, szakgimnázium, szakközépiskola és szakiskola volt található Magyarországon<sup>17</sup>, ezek közül 188 budapesti székhelyű. Megyéenként átlagosan 15, Budapesten kerületenként átlagosan 5, összesen 398 iskolának került kiküldésre a kérdőív. Voltak olyan megyék és kerületek, ahol nem volt 15 illetve 5 a célcsoportban meghatározott intézmény, emiatt az átlag eléréséhez a hiányzó intézményszámot lakosságszám arányosan a nagyobb megyékben és kerületekben található iskolákkal pótoltuk.

A kutatásban való részvételre szóló felkérő és tájékoztató leveleket az intézményvezetőknek, szakképzési centrumok esetén a főigazgatóknak címeztük. A levélben kifejezetten kértük, hogy a kérdőív linkjét csak a végzős osztályok tanulóikhoz juttassák el.

Figyelembe véve az adatgyűjtés korábban leírt korlátait, nagyszámú minta került kiválasztásra. A szakképzési ágazathoz tartozó összesen 361 darab tagiskola közül 225-öt (62,3%) szólítottunk meg, a közoktatáshoz tartozó 636 oktatási intézmény közül pedig 398 (62,6%) intézményt kértünk fel a kutatásban való együttműködésre. Ez összesítve a középfokú oktatási intézmények 62,5%-a.

Az alapos kiválasztás és a magas kiküldési arány miatt a tervezett mintasokaság reprezentatívnak tekinthető, mivel a kitöltésre felkért iskolák tanulói létszámainak iskolatípusonkénti és ágazati arányai megegyeznek az egyes iskolatípusokba járó tanulók összlétszámainak arányaival. A Központi Statisztika Hivatal (KSH) oktatási országos adattábláinak<sup>18</sup> adataiból kalkulált 24 fős átlag osztálylétszámmal és iskolánként átlagosan 3 végzős osztállyal számolva

---

<sup>15</sup> Coronavirus disease 2019. Egy 2019. év végén kimutatott, addig nem ismert, rendkívül gyors terjedésű vírus, amely légúti megbetegedéssel és súlyos tüdőgyulladással járó járványt okozott világszerte.

<sup>16</sup> Forrás: <https://szakkepzes.ikk.hu/szakkepzesi-centrumok>. Lekérdezés ideje: 2021. április 15.

<sup>17</sup> Forrás: <https://www.oktatas.hu/koznevelés/intezmenykereso>. Lekérdezés ideje: 2021. április 15.

<sup>18</sup> Forrás: <http://ksh.hu/stadat?lang=hu&theme=okt>. Lekérdezés ideje: 2021. április 15.

a kutatás elvileg 45.144 potenciális kérdőív kitöltőt ért el. Meg kell jegyezni, hogy a kalkulációhoz felhasznált KSH adattáblák adatai a 2019/2020 tanévre vonatkoztak, mivel a 2021 évi táblák még nem voltak a kutatás időpontjában elérhetők. A táblákban csak a középfokú oktatási intézmények átlagos osztálylétszámai és összes osztályának számai találhatóak meg, évfolyamonkénti átlag osztályszámokról nincs elérhető statisztikai adat. Az intézmények 2021 évi adatainak súlyozott átlaga számításával kaptuk meg a kumulált átlag osztálylétszámot. A számítások során esetenként becslésekre is kellett hagyatkoznunk. Annyi biztosan kijelenthető, hogy a megcélzott célcsoport nagyságrendjét jó közelítéssel mutatja a számított adat.

#### 4.2. Az adatok feldolgozásának specialitásai

A kérdőíves megkérdezés lezárásáig 811 darab hiánytalan válasz érkezett. A beérkezett válaszok nem minősülnek reprezentatívnak, de lehetőséget nyújtanak egy későbbi reprezentatív kutatás megalapozására.

A kutatás időpontjában a közoktatási és szakképzési rendszer is átalakulóban volt. Az oktatási intézmények az új rendszer szerint indították osztályaikat felmenő rendszerben és már az új szakképzési rendszer szerint technikumoknak és szakképző iskoláknak nevezték magukat. A végzős tanulók azonban még szakgimnáziumi, szakközépiskolai és szakiskolai osztályokban tanultak a régi rendszer szerint. A közoktatásban is egyes iskolák esetén megmaradt még a szakgimnázium megnevezés is. Amiatt, hogy a kérdőív kitöltésénél ne lehessen félreértést, a válaszok között valamennyi iskola típust feltüntettük. Így az sem jöhetett zavarba, aki szakgimnáziumi osztályban tanult, de az oktatási intézménye már a technikum nevet viselte.

A pontos eredmények érdekében a kiértékelés során a fentiek miatt adatösszevonásokat alkalmaztunk az iskolatípus kategóriák között. Három alapkategóriára egyszerűsítettük az iskola típusokat: gimnáziumok, érettségit és szakmát is adó középiskolák (szakgimnázium, technikum) és kizárólag szakmát adó középiskolák (szakközépiskola, szakiskola, szakképző iskola).

Az adatokat feldolgozására a leíró statisztika módszereit alkalmaztuk., elsősorban a gyakoriság alakulására fókuszálva, hiszen tanulmányunk célja a vizsgált korosztály öngondoskodásra vonatkozó ismereteinek felmérése, kiértékelése volt. A kérdőív kérdéseire adott válaszok gyakorisága alapján megállapítható volt a vizsgált öngondoskodási eszközök és termékek ismertsége.

### 5. Eredmények

A válaszadók demográfiai jellemzői az 1. táblázatban láthatók. A 811 válaszadóból álló mintában a nők 56,7%-ot, a férfiak 43,3%-ot képviselnek. A tanulók 46,2%-a technikumban vagy szakgimnáziumban tanul, a szakközépiskolába, szakképző iskolába vagy szakiskolába járó diákok 27,7%-ot, a gimnáziumban tanulók pedig 26,1%-ot tesznek ki az összlétszámból. A megkérdezésben részt vett végzősök 59,3%-a megyei jogú városban tanul, 27%-uk egyéb településen és 13,7%-uk a fővárosban.

1. táblázat: A válaszadók demográfiai jellemzői, n=811

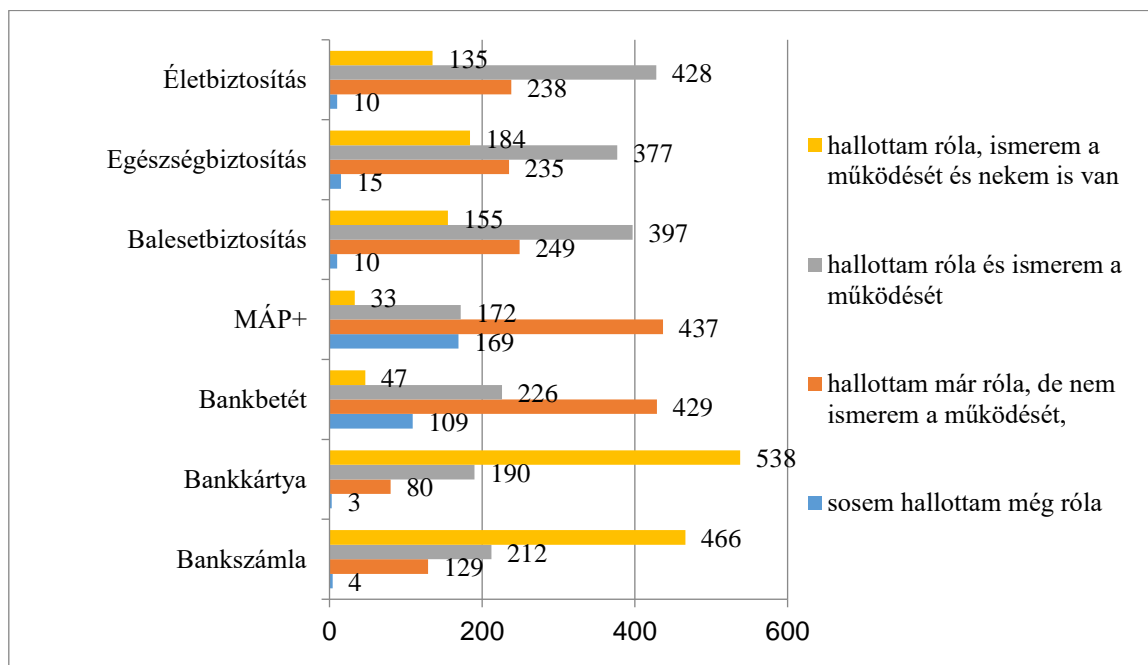
Változó	Kategória	Gyakoriság	Arány
<i>Válaszadó neme</i>	férfi	351	43,3%
	nő	460	56,7%
<i>Iskola települése</i>	főváros	111	13,7%
	megyei jogú város	481	59,3%
	egyéb település	219	27,0%
<i>Iskola típusa</i>	gimnázium	211	26,0%
	technikum, szakgimnázium	375	46,2%
	szakközépiskola, szakképző iskola, szakiskola	225	27,7%

Forrás: Saját szerkesztés (2021)



### 5.1. Az öngondoskodási termékek ismertsége

Az 1. ábrán a kérdőívet kitöltő korosztály által is elérhető öngondoskodási eszközök ismertsége látható. Ezek azok a kutatás időpontjában létező termékek, amelyeket a középiskolások koruknál és iskolás státuszuknál fogva már maguk is használhatnak.

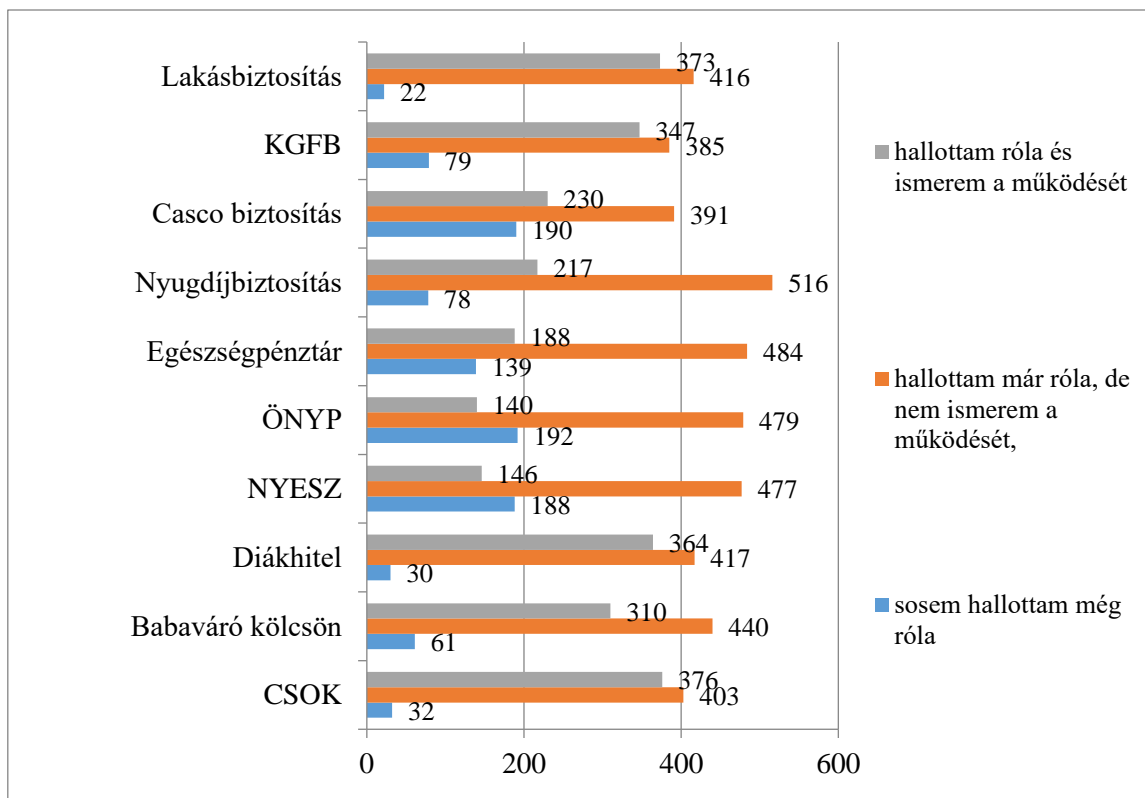


**1. ábra: A válaszadók öngondoskodási eszköztár ismerete olyan termékek esetén, amelyek elérhetők a korosztályukban**

Forrás: Saját szerkesztés (2021)

Az ábrán szembevetendő, hogy az egyszerű banki termékek, a bankkártya és a bankszámla gyakorlatilag minden kitöltő (95%) számára ismert és 66,3%-uk, illetve 57,4%-uk rendelkezik is vele. A biztosítási termékekkel átlag 20,3%-uk rendelkezik, továbbá átlag 49,9%-uk ismeri működésüket és csupán átlag 1,4%-uk nem hallott még róluk. A megtakarítási termékek ismertsége azonban minimális. A Magyar Állampapír Pluszt (MÁP+) csupán a kitöltők negyede (25,3%) ismeri, a bankbetét lehetőségét, amely szintén az egyik legegyszerűbb és leggyakoribb pénzügyi termék pedig csak harmaduk (33,6%).

Azon öngondoskodási termékek vizsgálatának az eredményei, amelyeknek használata még nem elérhető vagy nem jellemző a középiskolás korosztályra a 2. ábrán láthatók. Az ábrán jól látható, hogy ezekről a termékekről sokan hallottak már, de működésüket kevesen ismerik. Az is észrevehető hogy a közismert biztosítási termékek ismertsége itt is, hasonlóan az előző ábrához, magasabb a többinél. A lakásbiztosítások 46,0%-os ismertsége még a diákhitelénél (44,8%) is magasabb és a kötelező gépjármű-felelősségbiztosítás (KGFB) ismertsége (42,8%) is magas a felsoroltak között. A fiatal felnőttek számára hasznos, a továbbtanuláshoz, család-alapításhoz vagy babaváráshoz kapcsolható pénzügyi termékek átlagos ismerete 43,2%. Ez a szám elgondolkodtató. Az életbe kilépő vagy továbbtanuló fiataloknak szánt termékek ezek, amelyek használatára hamarosan szükségük lehet. Ebben a megvilágításban ez a 43,2%-os ismertség nagyon alacsony arány. A nyugdíj előtakarékossághoz köthető eszközök ismertsége átlagosan 21,3%-os, ez az érték ebben a korban még érthető.



**2. ábra: A válaszadók öngondoskodási eszköztár ismerete olyan termékek esetén, amelyek nem elérhetők a korosztályukban**

Forrás: Saját szerkesztés (2021)

A felmérést megelőző szekunder kutatások alapján kimondható, hogy a kutatás időpontjában elérhető és vizsgált 17 pénzügyi termék biztosítja a jövőbeli várható és váratlan valamennyi élethelyzet lefedésére, kezelésére az öngondoskodási eszközt. Ezek a termékek jól csoportosíthatók, öt olyan részre oszthatók, amelyek egymást fogják követni a felhasználásban az életkor előrehaladtával. Kezdvé a napi banki termékekkel (bankkártya, bankszámla), folytatva az életbe kilépő fiatalok termékeivel (diákhitel, Családi Otthontermelési Kedvezmény – CSOK, babaváró), az univerzális megtakarítási termékekkel (MÁP+, bankbetét) és befejezve az egészség és nyugdíj előtakarékosság eszközeivel (nyugdíjbiztosítás, egészségpénztár, Önkéntes Nyugdíjpénztár – ÖNYP, Nyugdíj Előtakarékossági Számla – NYESZ). Mindezek mellett a biztosítások (életbiztosítás, balesetbiztosítás, egészségbiztosítás, lakásbiztosítás, casco biztosítás, KGFB,) élethosszon át kezelik a váratlan eseményeket ötödik csoportként.

A 2. táblázatban láthatók az öt csoport egyedi és kumulált ismertségei. A termékek között súlyozást nem alkalmaztunk, a számításokba valamennyi termék azonos súllyal került be. Az 1. ábra termékei esetén a „hallottam már róla, ismerem a működését és nekem is van” és a „hallottam már róla, ismerem a működését” válaszok a számításnál összevonásra kerültek.

**2. táblázat: Az öngondoskodás termékeinek az ismertsége**

	sosem hallottam még róla	hallottam már róla, de nem ismerem a működését	hallottam róla és ismerem a működését
<i>Bankszámla, Bankkártya</i>	0,4%	12,9%	86,7%
<i>Diákhitel, Babaváró kölcsön, CSOK</i>	5,1%	51,8%	43,2%
<i>Bankbetét, MÁP+</i>	17,1%	53,4%	29,5%

<i>Egészségpénztár, Nyugdíjbiztosítás, ÖNYP, NYESZ</i>	18,4%	60,3%	21,3%
<i>Balesetbiztosítás, Egészségbiztosítás, Életbiztosítás, Casco biztosítás, Lakásbiztosítás, KGFB</i>	6,7%	39,3%	54,0%
<b>Összesen</b>	<b>9,7%</b>	<b>45,0%</b>	<b>45,3%</b>

Forrás: Saját szerkesztés (2021)

A termékek ismertsége csupán a napi banki termékek esetén elfogadható mértékű, a fiatalok termékeinek az ismeret hiánya kiugróan alacsony, ezeket a termékeket ismernie kellene már ennek a korosztálynak. A befektetési termékek ismertsége is nagyon alacsonynak mondható. A biztosítási termékeket is csak minden második végzős ismeri, ami gyenge eredmény. A nyugdíjhoz kapcsolódó termékek ismertsége talán az, ami ebben a korosztályban még elfogadható, bár az is alacsonynak számít.

*A H1 hipotézis a kutatási eredmények alapján bizonyítást nyert, a végzős középiskolások ismeretei valóban hiányosak az öngondoskodáshoz kapcsolódó konkrét pénzügyi termékek ismeretében, a tanulók kevesebb, mint fele (45,3%) ismeri csak ezeket a termékeket.*

### 5.2. Az öngondoskodási termékekhez kapcsolódó állami támogatások ismertsége

A kutatás eredményeit tovább vizsgálva a pénzügyi termékekhez kapcsolódó állami támogatások ismereteit a 3. táblázat foglalja össze. A táblázatban a helytelen válaszokat szürke színnel jelöltük.

### 3. táblázat: Az öngondoskodás termékeihez kapcsolódó állami támogatások ismerete termékenként

Ismeretei szerint az alábbiak közül melyek mellé társul adókedvezmény vagy állami támogatás?	társul		nem társul	
	válasz darabszám	válasz arány	válasz darabszám	válasz arány
<i>Bankszámla</i>	164	20,2%	647	79,80%
<i>Bankkártya</i>	171	21,1%	640	78,90%
<i>CSOK</i>	679	83,7%	132	16,30%
<i>Babaváró kölcsön</i>	658	81,1%	153	18,90%
<i>Diákhitel kedvezmények</i>	514	63,4%	297	36,60%
<i>Bankbetét</i>	256	31,6%	555	68,40%
<i>MÁP+</i>	453	55,9%	358	44,10%
<i>NYESZ</i>	422	52,0%	389	48,00%
<i>ÖNYP</i>	346	42,7%	465	57,30%
<i>Egészségpénztár</i>	372	45,9%	439	54,10%
<i>Nyugdíjbiztosítás</i>	458	56,5%	353	43,50%
<i>Egészségbiztosítás</i>	476	58,7%	335	41,30%
<i>Balesetbiztosítás</i>	419	51,7%	392	48,30%
<i>Életbiztosítás</i>	446	55,0%	365	45,00%
<i>Casco biztosítás</i>	248	30,6%	563	69,40%
<i>KGFB</i>	243	30,0%	568	70,00%
<i>Lakásbiztosítás</i>	351	43,3%	460	56,70%

Forrás: Saját szerkesztés (2021)

A termékek ismertsége mellett a táblázatban látható kérdéssel konkrétan is rákérdeztünk az állami támogatásokra. Ez a kérdés kontrollként is szolgált a termékismeretek kérdéseire. A kapott értékek nagy szórást mutatnak, ezért az elemzést megkönnyíti, ha a termékismertségnél felállított 5 csoportra bontva is vizsgáljuk az adatokat. Ezeket a 4. táblázat tartalmazza.

**4. táblázat: Az öngondoskodás termékeihez kapcsolódó állami támogatások ismerete termékcsoportonként**

	<b>helyes válasz</b>	<b>helytelen válasz</b>
<i>Bankszámla, Bankkártya</i>	79,3%	20,7%
<i>Diákhitel, Babaváró kölcsön, CSOK</i>	76,1%	23,9%
<i>Bankbetét, MÁP+</i>	62,1%	37,9%
<i>Egészségpénztár, Nyugdíjbiztosítás, ÖNYP, NYESZ</i>	49,3%	50,7%
<i>Balesetbiztosítás, Egészségbiztosítás, Életbiztosítás, Casco biztosítás, Lakásbiztosítás, KGFB</i>	58,6%	41,4%
<b>Összesen</b>	<b>62,3%</b>	<b>37,7%</b>

Forrás: Saját szerkesztés (2021)

Az adatokat vizsgálva azonnal feltűnik a fiatalok termékeihez kapcsolódó állami támogatások helyes ismertségének a magas aránya, ami jobb, mint a termékismeret és ugyan ez a helyzet a megtakarítási és nyugdíjcélú termékek esetén is. A biztosítások és napi termékek támogatásainak az ismertsége a termékismeretekhez hasonló.

*A H2 hipotézis a kutatási eredmények alapján szintén bizonyítást nyert, a végzős középiskolások ismeretei valóban hiányosak az egyes konkrét pénzügyi termékekhez kapcsolódó állami támogatások (adó, kamat) ismeretében, a tanulóknak csak a 62,3%-a ismeri csak ezeket az állami támogatás fajtákat.*

Fontos azonban kiemelni, hogy az állami támogatások összesített ismertsége jobb, mint az összesített termékismeret, vagyis a tanulók a termékeket elvben jobban ismerik, mint a gyakorlatban. A kutatás adatainak további strukturált elemzésével és a kutatás kvalitatív folytatásával a kapott eredményekből további összefüggések és következtetések vonhatók le. Ez a kutatás befejező szakaszának a feladata lesz.

**5.3. A kutatási adatok összevetése a szakirodalommal**

A kutatás eredményei egybevágóak Horváthné Kökény és Széles (2014) megállapításaival: szükséges a pénzügyi kultúra fejlesztése, mert a tanulók nem ismerik megfelelően a különböző pénzügyi szolgáltatásokat és a hozzájuk kapcsolódó állami támogatási lehetőségeket. Eredményeink alátámasztják Dunay és szerzőtársai (2015), valamint Hegedűsné Barna és szerzőtársai (2017) megállapításait: a fogyasztók gazdasági és pénzügyi képzését már az iskolákban meg kell kezdeni, és be kell építeni az általános tantervekbe, mert ezek alapján tudnak majd jó döntéseket hozni a jövőben. Horváthné Kökény és szerzőtársai (2013) megállapításához hasonló eredményt kaptunk, amely szerint korábban a háztartások sokkal kevésbé foglalkoztak tudatosan a megtakarítási lehetőségekkel, mintsem érdemes lett volna. Gavurova és szerzőtársai (2019) kutatásaival ellentétben a nők aktívabbak voltak kutatásunkban. Magyarországon. Opletalová (2015) cseh példájával szemben itthon nem kötelező eleme a pénzügyi oktatás az iskolai tananyagoknak. Osinska és Wasilewska (2020) lengyel példáját nem erősíti meg kutatásunk eredménye, a magyar diákok nincsenek teljes mértékben tisztában a megtakarításokkal.

A kutatás eredményeit összegezve egyértelműen megállapítható, hogy a középiskolát elvégzők pénzügyi termékismerete és a termékekhez kapcsolódó állami támogatások ismeretei

hiányosak. Ez különösen káros amiatt, hogy az életbe kilépve a tudáshiány hamarosan konkrét anyagi veszteségeket is okozhat nekik. Nem tudnak anyagilag jól felkészülni az élet várható kihívásaira, ha nem ismerik azokat a lehetőségeket, amik a rendelkezésükre állnak. A pénzügyi ismeretek átadása nem csak az iskola dolga, azonban a legmodernebb ismereteket itt nyílna lehetőségük egységesen, strukturált módon megszerezni a fiataloknak. Ehhez a pénzügyi elméleti és gyakorlati ismeretek tantervekbe történő kötelező beemelésére első lépésként azonnal szükség lenne. Ezek után a készségek átadásának a módszereit be kell építeni a tanárok képzési és továbbképzési lehetőségei közé is, majd a tanárok által használható tankönyvek, segédeszközök egységes kialakítása következhet. Ehhez a pénzügyi tudatosságot segítő iskolán kívüli programok szervezői már rendelkeznek működő megoldásokkal. Végezetül a szülők bevonásának kell megtörténnie a programokba, az ő fő feladatuk a támogatásban és a gyakorlati nevelésben lenne.

## Irodalomjegyzék

- Baranyai, Z., Csernák, J., Huzdik, K. & Széles, Zs. (2019). *Lakossági megtakarítások és befolyásoló tényezők – Empirikus kutatások tapasztalatai*. Nemzeti Közszerológati Egyetem, Budapest. <https://nkerepo.uni-nke.hu/xmlui/bitstream/handle/123456789/15960/Lakossagi%20megtakaritasok.pdf> (Letöltve: 2022.12.05.)
- Bárcki J. & Zéman, Z. (2015). A pénzügyi kultúra és annak anomáliái. *Polgári Szemle*, 11(1-3), 102–109.
- Belás, J., Nguyen, A., Smrčka, L., Kolembus, J. & Cipovová, E. (2016). Financial Literacy of Secondary School Students. Case Study from the Czech Republic and Slovakia. *Economics & Sociology*, 9(4), 191–206. <https://doi.org/10.14254/2071-789X.2016/9-4/12>
- Csiszárík-Kocsir, Á. & Garai-Fodor, M. (2018). Miért fontos a pénzügyi ismeretek oktatása a Z generáció véleménye alapján? *Polgári Szemle*, 14(1-3), 107–119. <https://doi.org/10.24307/psz.2018.0809>
- Dunay, A., Swadzba, U., Vinogradov, S., & Illés, B. Cs. (2015). Magyar egyetemi hallgatók pénzügyi tudatossága és vállalkozói attitűdje. In Veresné Somosi M. & Lipták K. (szerk.), *Mérleg és Kihívások” IX. Nemzetközi Tudományos Konferencia* (pp. 516–528). Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar, Miskolc-Egyetemváros.
- Gavurova, B., Kubak, M., Huculova, E., Popadakova, D. & Bilan, S. (2019). Financial Literacy and Rationality of Youth in Slovakia. *Transformations in Business & Economics*, 18(3), 43–53.
- Hegedűsné Barna, R., Hegedűs, S. & Molnár, P. (2017). Pénzügyi kultúra vizsgálata középiskolások körében. In Vágány J. & Fenyvesi É. (szerk.), *Multidiszciplináris Kiadványok Sokszínű Válaszok – 2. sz.* (pp. 72–91). Budapesti Gazdasági Egyetem, Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar, Közgazdasági Intézeti Tanszéki Osztály, Budapest.
- Horváthné Kökény A., Horváth M. & Széles Zs. (2013). Megtakarításhoz kapcsolódó elméletek. *Gazdaság és Társadalom*, 14(3), 109–124. <https://doi.org/10.21637/GT.2013.4.07>.
- Horváthné Kökény A. & Horváth, S. (2014). S.O.S. mit tegyek?- avagy a pénzügyi kultúra hiánya a magyar háztartásokban. *Economica*, 7(3), 116–121. <https://doi.org/10.47282/ECONOMICA/2014/7/3/4413>
- Horváthné Kökény A. & Széles Zs. (2014). Mi befolyásolja a hazai lakosság megtakarítási döntéseit? *Pénzügyi Szemle*, 59(2014/4), 457–475.
- Kovács L. & Sütő Á. (2020). Megjegyzések a pénzügyi kultúra fejlesztéséről. *Gazdaság és Pénzügy*, 7(1), 137–146. <https://doi.org/10.33926/GP.2020.1.6>

- Kovács Z., Dunay A., Vinogradov S., Nagy K. & Illés B. C. (2021). Végzős középiskolások pénzügyi kultúrával és öngondoskodással kapcsolatos ismeretei Magyarországon. *Gazdaság és Társadalom*, 14(3-4), 123–150. <https://doi.org/10.21637/GT.2021.3-4.07>
- Luksander A., Béres D., Huzdik K., & Németh E. (2014). A felsőoktatásban tanuló fiatalok pénzügyi kultúráját befolyásoló tényezők vizsgálata. *Pénzügyi Szemle*, 59(2014/2), 237–258.
- Makkai M. (szerk.). Elemzés – Nyugdíj, egészségügy, adózás. Állami Számvevőszék, 2020. augusztus.
- Mészáros A. (2012). Pénzügyi tudatosság képzés a gödöllői Szent István Egyetemen. In Fülöp M. & Szabó É. (szerk.), *A pszichológia mint társadalomtudomány: a 70 éves Hunyady György tiszteletére* (pp. 401–420). ELTE Eötvös Kiadó, Budapest.
- Opletalová, A. (2015). Financial Education and Financial Literacy in the Czech Education System. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 171, 1176–1184. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.229>
- Osinska, M. & Wasilewska, K. (2020). Students' Attitudes Towards Savings and Investment: The Case of Poland. *European Research Studies Journal*, 23(2), 1068–1085. <https://doi.org/10.35808/ersj/1926>
- Romagnoli, A. & Trifilidis, M. (2013). Does financial education at school work? Evidence from Italy. *Questioni Di Economia e Finanza*, 155, 1–26. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2260330>
- Stolper, O. A. & Walter, A. (2017). Financial literacy, financial advice, and financial behavior. *Journal of Business Economics*, 87(5), 581–643. <https://doi.org/10.1007/s11573-017-0853-9>
- Wereda, W. & Prokopowicz, D. (2017). Economic and financial situation of households in Poland – Analysis and diagnosis. *Zeszyty Naukowe SGGW, Polityki Europejskie, Finanse i Marketing*, 18(67), 240–258. <https://doi.org/10.22630/PEFIM.2017.18.67.37>

## A cégértékelés módszertani kihívásai

*Methodological Challenges of Company Valuation*

**FÁBIÁNNÉ JÁTÉKOS Judit Ilona**

PhD-hallgató (*PhD Student*)

Soproni Egyetem, Széchenyi István Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola

(*University of Sopron, István Széchenyi Economics and Management Doctoral School - Hungary*)

### **Absztrakt**

Emlékeznek az 1987-ben bemutatott, mára legendássá vált Tőzsdecápák című film főbb jeleneteire, a technikákra, amellyel cégeket emelnek fel, vagy tesznek tönkre, vagy hogyan manipulálják a részvények értékét? Vajon ez csak egy film, vagy van ebben valamennyi igazság? Jelen cikkben arra keresem a választ mennyit ér egy vállalat, egyáltalán meghatározható-e a vállalat értéke? Meg lehet-e határozni, ha eladásra kerül egy társaság, vagy részvények kerülnek a piacra, a tőzsdére, hogy mi az az összeg, amely mindezekért kifizethető, és a piac által meghatározott ár azonos-e az értékkel? Léteznek-e tudományosan alátámasztott módszerek, amelyek segítségével az érték meghatározható? És ha igen, akkor milyen pontossággal tudják ezek valaminek az értékét alátámasztani? Konklúzióként elmondható, hogy a modern értékelési szemlélet a modern vállalati pénzügyek, a vállalati stratégiák és a tőkepiaci elméletek fejlődése nyomán alakult ki, és ebből következik, hogy a vállalatértékelés nem csupán számviteli, hanem komplex közgazdasági feladat, amely magas szintű pénzügyi és közgazdasági ismereteket igényel.

*Kulcsszavak:* cégérték, számvitel, pénzügy, értékelési módszertan

*JEL-kódok:* G32, M41

### **Abstract**

Do you remember the main scenes and techniques featured in the legendary film Wall Street (1987) by which they elevate or destroy companies or manipulate share quotations? Is it only a film or is there some truth behind the scenes? In my dissertation I am looking for the answer to that, how much is a company's value? Can company value be defined at all? When a company or shares are offered for sale on the market or the stock market, can a reasonable price be determined and does the market price equal the company value? Are there scientifically substantiated methods to help define a value? And if so, how accurately can these methods evaluate something? We can draw the conclusion that the modern theory of valuation has evolved as a result of the advent of modern corporate finances, corporate strategies and capital market theories, and consequently, company valuation is not merely an accounting problem anymore, but a complex economic task that requires advanced financial and economic knowledge.

*Keywords:* company valuation, accounting, finance, valuation methodology

*JEL Codes:* G32, M41

## **1. Bevezetés**

A gazdasági és a piaci viszonyok változása, a magántőke térhódítása, a piacok globalizálódása, a nemzetközi verseny erősödése, és az információs forradalom új kihívást jelentenek a magyar és a nemzetközi vállalatok számára, valamint egyre nagyobb teret nyer napjainkban a tulajdonosi érték maximalizálását biztosító menedzsment gyakorlat, az értékközpontú vezetés. Ha egy

racionális, hozammaximalizáló befektető befektetési alaptéziséből indulunk ki, „*egy befektető soha nem fizet többet egy eszközért, mint amennyit ér.*” (Damodaran, 2006, p. 1.) A fenti tézisből kiindulva a tanulmány célja a cégértéket alakító tényezők, a cégérték lehetséges forrásainak részletes bemutatása, továbbá a különböző értékelési, mérési módszerek elemzése, azok előnyeinek és hátrányainak meghatározása a vállalat- és üzletrész-értékelés számviteli összefüggéseinek bemutatása és annak a – bizonyos körökben máig – kitartó hitnek a megdöntése, hogy csupán számviteli adatok alapján egy cégértékelés elvégezhető. Kutatásom a fellelhető releváns szakirodalom feldolgozásán alapul. A téma összetettsége miatt korántsem lehet vállalkozni egy cikk keretei között az egyes kérdéskörök, illetve az értékelés minden aspektusának bemutatására. Jelen cikkben az **elsődleges cél az értékelés eszköztárának, a számvitel adta lehetőségeknek a bemutatása és elemzése, elsősorban számviteli megközelítésben.**

## 2. Az értékelés eszköztára

Gyakran merül fel kérdésként, hogy meg lehet-e határozni, ha eladásra kerül egy társaság, vagy részvények kerülnek a piacra, a tőzsdére, hogy mennyi az az összeg, ami mindezekért kifizethető, és a piac által meghatározott ár azonos-e az értékkel? Mennyit ér egy vállalat, egyáltalán meghatározható-e a vállalat értéke? A fenti kérdésekből is látható, hogy az értéket, az „*értékről alkotott véleményt realitásokkal kell alátámasztani, amiből az következik, hogy bármely eszközért fizetett árnak tükröznie kell azt a pénzáramlást, amelyet attól elvárunk.*” (Damodaran, 2006, p. 1.) A fentiekre alapozva kijelenthető, hogy a cégértékelés egy rendkívül összetett feladat, amelynek elvégzéséhez számos eszközt kell igénybe vennie az értékelőnek ahhoz, hogy egy megalapozott, és a valós piaci értékhez közelítő értéket tudjon meghatározni, amelyről elmondható, hogy az a cég adott pillanatbeli értéke. Ezt a bonyolult feladatot milyen rendelkezésre álló eszköztárral tudjuk megvalósítani? Kezdjük a legkézenfekvőbb dologgal, a rendelkezésre álló adatokkal: az értékelés során kiindulópontként szükséges a múlt megismerése, amelynek adatbázisai az adott vállalkozás előző évi beszámolóinak, főkönyvi nyilvántartásainak adatai, az ezekből kiolvasható egyéb információk, a cég üzleti jelentése, az egyéb nyilvános adatbázisokban elérhető adatok, illetve a megbízott értékelő által a vezetéssel készített interjúk. De nem elegendőek csupán a múltbeli adatok, hiszen a cég mai értékét nem a múltja, hanem a jövője alapján lehet korrektül meghatározni.

## 3. Vagyoni, pénzügyi helyzet elemzése

Egy cég értékelésekor alapvető feladat, de működése során is gyakran adódhat olyan helyzet, hogy szükségessé válik a vállalat vagyoni és pénzügyi helyzetének a pontos ismerete. Egy cég vagyoni helyzetét a cég számviteli törvény alapján összeállított beszámolójának adataiból ismerhetjük meg, és ezekből az adatokból különböző elemzések végezhetők. De mit mutathat a mérlegből kiolvasható vagyoni érték? A piaci értéket? Ez is lehet egy megközelítése a cégértéknek, de véleményem szerint korántsem határozható meg kizárólag számviteli adatok alapján a piaci ár, annál is inkább, mert számos probléma merül fel a számviteli alapon történő értékeléssel szemben. Juhász (2004) szerint a könyv szerinti érték nem azonos a vállalat eszközei piaci értékével (*fair market value*). Hiszen a számviteli adatokkal kapcsolatban gyakran felmerülő probléma a számviteli adatok valóságának, hitelességének a kérdése, továbbá az értéket akár jelentősen befolyásolják az alkalmazott értékelési eljárások is. Hiányossága még, hogy nem tartalmaz a vállalat jövőjére vonatkozó információkat, valamint nem veszi figyelembe a mérlegen kívüli tételek értéket befolyásoló hatásait sem. Egy cégértékelés esetén a fentiekből következően az értékelő legelső feladata a vállalat pénzügyi helyzetének a feltérképezése és részletes elemzése, amelyhez részben különböző statikus és dinamikus mutatószámokat használ. A pénzügyi helyzet elemzése alapvetően két fő területre terjed ki, egyrészt vizsgálni kell a



cég eladósodottságának mértékét, azaz adósságállományát, másrészt a rövid távú fizető képességét, azaz a likviditását. A pénzügyi helyzet elemzése azért is kiemelten fontos feladat az értékelő számára, mert a vállalkozás által alkalmazott finanszírozási politika, azaz a tőkestruktúrára vonatkozó döntések és ebből fakadóan a tőkeáttétel nagysága szintén befolyásolja a cég értékét. A pénzügyi alaptétel és a pénzügyi stabilitás alapja, hogy a finanszírozási források lejáratára kialakítása során az eszközök finanszírozási igényéből kell kiindulni. Bradley és Myers (2011) megfogalmazása szerint *a tőkeszerkezet nem más, mint a pénzeszközök azon kombinációja, amelyekkel a vállalat reáleszközökbe történő beruházását finanszírozza*. A megfeleltetési szabályt az 1. ábra szemlélteti.

	Saját tőke	<b>T ő k e s z e r k e z e t</b>	<b>F i n a n s z i r o z á s i s z e r k e z e t</b>
Tartósan lekötött eszközök	Hosszú lejáratú források		
Rövid lejáratú eszközök, forgóeszközök	Rövid lejáratú források		

**1. ábra: Eszközök és források lejáratati szerkezete**  
 Forrás: Saját szerkesztés Ulbert (2018) alapján

A tőkeszerkezet azonban folyamatosan változó, a vállalatok beruházásait és működésüket nem mindig ugyanazon forráskombinációk felhasználásával finanszírozzák. Amennyiben a vállalkozás tőkeszerkezete megváltozik, változik az eladósodottság foka, ez egyben a kockázatok növekedését, vagy csökkenését is jelenti. Mit jelent a kockázat, és hogyan mérhető? A kockázat definíciója Damodaran A. (2006, p. 61.) szerint: „Azok a befektetők, akik eszközöket vásárolnak, azt várják, hogy az eszköz tartása során hozamokat érnek el. A tartási periódus alatt elért tényleges hozamaik eltérhetnek a várt hozamoktól, és a kockázat forrása éppen a tényleges és elvárt hozamok közötti eltérés.” A **tulajdonosok által elvárt hozam** az elméletek szerint két fő részből tevődik össze: a kockázatmentes hozam és a kockázati prémium összegéből, ezzel szemben a **külső finanszírozási források tőkeköltése**: a kockázatmentes hozam és a vállalat teljesítési kockázata, mínusz a hitelből származó adóelőnyök összege. A fenti mutatók kombinációjából számítható az átlagos tőkeköltés, ami nem más, mint a különböző finanszírozási elemek költségeinek súlyozott átlaga, ahol a számításhoz a piaci érték alapján határozzuk meg a súlyokat. Ezt a mutatót hívja a szakirodalom **súlyozott átlagos tőkeköltésnek** (*Weighted average cost of capital - WACC*).

A fenti összefüggésen alapul a tőkeszerkezet választásos (trade-off theory) elmélet, amely szerint a vállalat értéke egyenlő a tisztán saját tőkéből való finanszírozás melletti érték, plusz az adómegettakarítás jelenértéke, mínusz a pénzügyi nehézségek költségének jelenértéke, és az elmélet szerint létezik egy olyan hitel arány, amelynél a vállalat értéke a maximális. „Az elmélet szerint az optimum akkor következik be, amikor a pótlólagos hiteleknek köszönhető adómegetta-

karítások jelenértéke éppen megegyezik a várható nehézségek költségei jelenértékének növekményével.” (Bradley & Myers, 2011, p. 485.) A fentiekből az is látható, hogy egy vállalkozás pénzügyi stratégiájának akár jelentős szerepe is lehet a cég értékének alakításában. **A fenti elméletnek jelentősége lesz majd a diszkontált cash flow módszer bemutatásánál.**

Az elemzés és az értékelés során további fontos információkkal szolgálnak a jövedelmezőségi és a hatékonysági mutatók. Ulbert (2018. p.138.) megfogalmazása szerint a jövedelmezőségi ráták azt mérik, „*hogya a vállalat milyen mértékben képes profitot realizálni az értékesítési folyamatban, az összes eszköz segítségével a részvényesek, tulajdonosok befektetéseire.*” Továbbá „*a hatékonysági mutatók hasznossága abban áll, hogy a korábbi évek adataival összehasonlítva nyomon követhető a hatékonyság alakulása, valamint megfelelően megválasztott referencia-vállalatok adataival összemérve képet kaphatunk a vállalat iparági átlaghoz képesti helyzetéről.*” (Takács, 2015, p. 25.) **A hatékonysági elemzések mutatószámait használjuk majd a szorzószámú értékelés során.**

#### 4. Értékelési módszerek

A vállalat értékét többféleképpen is definiálhatjuk, meghatározhatjuk a **vállalat cégértékét** (Enterprise Value), illetve meghatározhatjuk a **tulajdonosi értékét** is (Equity Value vagy Shareholder Value). De nem csak különböző értékeket határozhatunk meg, hanem az utóbbi évtizedben a magyar és a nemzetközi szakirodalomban a különböző értékelési eljárások széles skálája került bemutatásra, amelyet a 2. ábra szemléltet. Az értékelési módszerek sokszínűsége azonban különböző, egymástól sok esetben jelentősen eltérő eredményre vezet, amely akár jelentős értékkülönbségeket okoz, ez növeli az értékelés bizonytalanságát, és a vele szembeni bizalmatlanságot. Elmondhatjuk azt is, hogy valamennyi módszer hasznos lehet számunkra, de nem ugyanazon célok érdekében. Ezért az **értékelést végzőnek mindig az az egyik alapvető feladata**, hogy az **alkalmazható módszerek közül kiválassza azt az egy, vagy ha lehetséges, néhány módszert, amely az elérendő cél megvalósítása érdekében a rendelkezésre álló adatok és információk alapján vélhetően a piaci értékhez a legközelebbi értéket adja.**

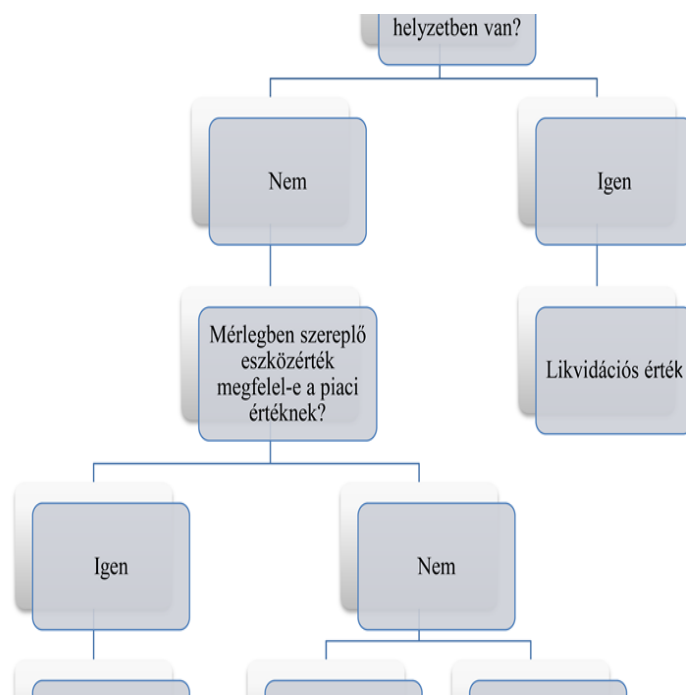


2. ábra: Vagyonértékelési módszerek

Forrás: Saját szerkesztés

#### Vagyonalapú értékelés

A vagyonérték koncepció szerint a vállalat tulajdonosi értéke azonos az összes eszköz és összes kötelezettség különbségével, amelyet nettó eszközértéknek is nevezünk. Hiányossága, hogy nem veszi figyelembe a különböző vagyonelemek jövedelemtermelő képességét, figyelmen kívül hagyja a humántőke értékét, a goodwillt és ezek jövedelemtermelő képességét.



### 3. ábra: Vagyonalapú értékelési módszer kiválasztása

Forrás: Saját szerkesztés Takács (2015) alapján

A megfelelő eljárás kiválasztása érdekében célszerű egy döntési fát felállítani a 3. ábra szerint, amely alapján könnyen kiválasztható az alkalmazandó eljárás. A döntési fa alapján látható, hogy az alkalmazandó módszer kiválasztása elsősorban azon múlik, hogy a vállalat csődhelyzetben van-e, vagy alkalmazható a vállalkozás folytatásának elve. Jellemzően azonban a piaci érték a könyvviteli nyilvántartásokból nem olvasható ki, hiszen a magyar számviteli szabályozás szerint az eszközöknek csak bizonyos csoportjai (befektetett eszközök, készletek, pénzügyi instrumentumok bizonyos köre) értékelhetők piaci értéken, illetve a szabályozás szerint a piaci értékelés fordulónapi értékelést jelent, viszont a vállalat és üzletresz-értékelés időpontja csak rendkívüli esetekben azonos a mérleg fordulónapjával. Az alábbi 1. táblázatban röviden bemutatott előnyök és hátrányok szerint azt is elmondhatjuk, hogy a **vagyonérték koncepció fő hátránya, hogy a múlt adataiból kiindulva és a választott számviteli politikától nem függetlenül határozza meg a vállalat értékét.**

#### 1. táblázat: Vagyonértékelés eljárások

Értékelési módszerek	Előnyei	Hiányosságai
<b>Könyv szerinti érték</b>	Az adatgyűjtés egyszerű, az adatok a számviteli nyilvántartásokból kinyerhetők, de nem a piaci értéket mutatja. Függ a számviteli politikától.	Nem veszi figyelembe a vállalkozás jövedelmezőségét és az értéket jelentősen befolyásolja az értékcsökkenési politika.
<b>Korrigált könyv szerinti érték</b>	Az adatgyűjtés viszonylag egyszerű, a számviteli adatokból indul ki, és egyes eszközök és kötelezettségek tekintetében a piaci értéket veszi figyelembe.	A magyar számviteli szabályozás szerint nem az összes, csak meghatározott eszközök értékelhetők át, továbbá ez a módszer sem veszi figyelembe a jövedelmezőséget.
<b>Rekonstrukciós érték</b>	Az adatgyűjtés a főbb vagyonelemek tekintetében viszonylag egyszerű, az értékelés időpontjában érvényes várható beruházási értéket veszi figyelembe.	Nem veszi figyelembe a vállalkozás jövőbeli jövedelemtermelő képességét és az értéket nagyban befolyásolja az alkalmazott értékcsökkenési politika.

Forrás: Saját szerkesztés Takács (2015) alapján

A vagyonerő koncepció alkalmazásával megállapított értéket az éppen alkalmazott számviteli politika akár jelentősen torzíthatja is, **emiat cégfelvásárlások, befektetői döntések megalapozására** véleményem szerint **nem alkalmas**. Azonban gyakran előtérbe kerül ez az értékelési módszer kisvállalkozások, családi vállalkozások értékelése esetén.

### *Piaci alapú értékelés*

A piaci alapú értékelés alapgondolata az, hogy a valós értéket csak a piac tudja meghatározni, és csak a piac rendelkezik az összes olyan releváns információval, amelyek alapján a valós érték meghatározható. A piaci alapú értékelés szempontjából a legfontosabb mutatószámok az úgynevezett összehasonlító mutatók, amelyeket három nagy csoportba sorolhatunk be, úgymint az **árbevétel-alapú szorzók, eredmény-alapú szorzók, könyvszerinti érték alapú szorzók**. Az összehasonlító mutatószámok alatt minden esetben valamilyen arányszámot értünk, és az értékelés során „*egy eszköz árát hasonló eszközök árából határozzuk meg, valamilyen közös mutatóval*”. (Damodaran, 2006, p.18.)

A relatív értékelés, vagy szorzószám módszer az, amely során az értékelő megfelelően megválasztott referenciaminta adataiból képzett szorzószám, például EV/EBIT, EV/EBITDA, EV/Árbevétel segítségével becsüli meg a vállalat aktuális piaci értékét. A 2. táblázatban tekintjük át röviden az eredmény alapú szorzók használatának jellemző tulajdonságait.

**2. táblázat: Értékelési eljárások - szorzószám**

<b>Értékelési módszerek</b>	<b>Előnyei</b>	<b>Hiányosságai</b>
<b><i>P/E</i></b>	A legegyszerűbb direkt módszer – tőzsdei cégek alkalmazzák.	Nem tükrözi pontosan az üzleti tevékenység jövedelmezőségét. (tőkeszerkezet függő)
<b><i>EV/EBIT</i></b>	A kalkulált cégérték független az adóhatástól és a tőkeszerkezettől. Kvázi cash-flowként működhet.	Nem veszi figyelembe az adókat és a tőkeigényt. Érzékeny az értékcsökkenés számviteli manipulációira.
<b><i>EV/EBITDA</i></b>	A kalkulált cégérték független a tőkeszerkezettől, a számviteli politikától és az adózási szabályoktól. Kvázi cash-flowként működhet.	Nem veszi figyelembe az adókat, az értékcsökkenési leírást, a beruházás mértékét és a tőkeigényt, ami torzító tényező a tőkeigényes vállalatok esetében.
<b><i>EV/Árbevétel</i></b>	A cégérték és a tőkeérték meghatározására is alkalmas negatív EBITDA mellett. Kevésbé érzékeny a manipulációkra, illetve a számviteli „trükkökre”.	Figyelmen kívül hagyja a vállalkozás jövedelmezőségét, ami az értékelés alapja. A vállalatok jövőbeli jövedelmezőségének bizonytalansága miatt pontatlan.

Forrás: Saját szerkesztés Almási (2019, 2000a) alapján

## Hozamalapú értékelés

A hozamalapú, azaz a diszkontált cash flow (*discounted cash flow, DCF*) értékelési koncepció alapvetően a tulajdonosi értékmaximalizáló elméleten alapszik, amely a jövőirányultsága, közgazdasági és matematikai megalapozottsága miatt a legnépszerűbb vagyoneértékelési eljárás. Alapjait Modigliani – Miller fektette le (1958) a híres Modigliani – Miller I. a „tőkestruktúra-irrelevancia” tételben, amely elmélet a későbbiekben általuk és több más kutató által is korrigálásra került. Az elméletek sorában a következő mérföldkő a tőkepiaci értékelés modellje, azaz a CAPM-modell (*capital asset pricing model*), amely Treynor, Sharpe, Lintner és Mossin nevéhez fűződik. A számítás képletében szerepel az eszköznek a nem diverzifikálható, vagyis a szisztematikus kockázatra vonatkozó érzékenységi mutatója, amely a béta-koefficiens ( $\beta$ ), melynek értéke függ: a portfólió egyedi kockázatától, szórásától, valamint a hozamok együtt mozgásától és annak irányától.

**Egy részvény elvárt hozama** = Kockázatmentes hozam +  $\beta$  \* Piaci kockázati prémium. Azaz minél nagyobb a kockázat, annál nagyobb az elvárt hozam. Egy vállalat bétáját három tényező befolyásolja: az üzletág kockázata, amelyben működik, a működési tőkeáttételek mértéke, a vállalat finanszírozási tőkeáttétele. A hetvenes évek végétől elterjedt elmélet szerint a vállalat célja a részvényesek vagyonának és a vállalat értékének maximalizálása, amely elmélet szerint a vállalat értékét a jövedelemtermelő képessége és az ebből származó szabad pénzáram határozza meg (Juhász, 2004). Ebből következően a diszkontált cash flow koncepció legnagyobb előnye a korábbi értékelési modellekkel szemben, hogy **figyelembe veszi a pénz időértékét**, és a vállalat értékének becslésekor **azt vizsgálja, hogy a vállalat a jövőben milyen mértékben lesz képes a befektetők által elvárt megtérülést teljesíteni**. Az elmélet szerint a vállalat értéke a DCF módszer alkalmazásával megegyezik a jövőbeli pénzáramok diszkontált jelenértékével,

$$V_0 = \frac{CF_1}{1+r} + \frac{CF_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{CF_i}{(1+r)^i} + \dots = \sum_{i=1}^{\infty} \frac{CF_i}{(1+r)^i}$$

ahol CF (*cash flow*) az adott periódus előre jelzett szabad pénzáramlását, „r” a megfelelően megválasztott diszkontrátát jelöli. A diszkontráta jellemzője, hogy a becsült pénzáramlások kockázatoságának függvényében változik, kockázatosabb befektetések esetén magasabb, biztonságosabb befektetés esetén alacsonyabb.

A DCF módszernek számos típusa létezik, de ezek közül kettő a legelterjedtebb, amelyek röviden bemutatásra kerülnek, ezek a **Free Cash Flow (FCF)** és az **Equity Cash Flow (ECF)** módszer.

### **Free Cash Flow módszer (FCF)**

A Free Cash Flow (vagy szabad cash flow) a működésből származó, adózás utáni pénzáramot fejezi ki, amelyet a társaság a szokásos működése során kitermel, és amelynek felhasználásáról a tulajdonosok dönthetnek. A szabad cash flow azonban nem azonos a számviteli cash flow-val, és a szabad cash flow több, mint a hagyományos cash flow, hiszen megmutatja a vállalat normál üzleti tevékenységének pénzáramát, amely a forrást biztosítók rendelkezésére áll. „A vállalatérték meghatározásához a Free Cash Flow értékeket jelenértékre kell diszkontálni. Ha hozamként az FCF értéket vesszük figyelembe, akkor ennek diszkontálásához a tőke súlyozott átlagköltségét (WACC) kell felhasználnunk.

$$WACC = w^E * R^E + w^D * R^D * (1 - T)$$

Tehát a WACC nem más, mint a saját tőke megkövetelt megtérülésének és az idegen tőkeadózás utáni költségének a tőkestruktúrával súlyozott átlaga.” (Takács, 2015, p. 45.) A Free Cash Flow-t az adózás és kamatfizetés előtti eredményből (EBIT) kiindulva számítjuk ki az 3. táblázatban leírtak szerint.

### 3. táblázat: Free Cash Flow meghatározása

= Kölcsöntőke hatásától megtisztított eredmény
+ Amortizáció
- Befektetett eszközök növekménye
- Forgótőke növekménye
+ Értékelési tartalék növekménye
= Free Cash Flow (FCF)

**Forrás:** Saját szerkesztés Takács (2015) alapján

A tapasztalatok azt mutatják, hogy míg az értékelők a szükséges pénzáramlás elveiben legtöbbször az elméleti módszertant szigorúan követik, a tőkeköltség (WACC) képletét gyakran nem igazítják az adott értékelési helyzethez, hanem az általános képlettel számolnak. Ez azonban korántsem helyes, ugyanis a helyzetet bonyolítja, hogy a finanszírozásnak a kamat mellett még további különböző tranzakciós költségei is vannak, amelyekhez különféle adóhatások kapcsolódnak, így nem elegendő csak a kamatfizetés és a hozzákapcsolódó adóhatások figyelembevétele, hanem vizsgálni szükséges a többi költséget/ráfordítást és azok adóhatásait is. A vállalatértéke az FCF módszer alkalmazásával legegyszerűbben az örökjáradék modellel írható fel az alábbiak szerint:

$$V_{firm}^0 = \frac{FCF}{WACC}.$$

A fenti képlet használatával kapcsolatban azonban az alábbi három alapvető problémára szükséges felhívni a figyelmet. Az **első probléma**, hogy csak a már lezárt időszakok adataival foglalkozik, és nem számol a jövőbeli időszakok FCF adataival. Ezt úgy lehet áthidalni, hogy az értékelő becsléssel állítja elő a jövőbeli adatokat, amennyiben rendelkezésre állnak belső stratégiai adatok, vagy ha nincs betekintése a belső adatokba, akkor ún. extrapolációval, a múltbeli adatok előrevetítésével tudja a jövőbeli adatokat megbecsülni. A **második probléma** a jövőbeli tőkeköltség becslése. Ennek lehetséges megoldása, hogy valamilyen referencia-kamatlábát vesznek figyelembe, amelyet a jövőbeli bizonytalanságok figyelembevétele érdekében kockázati prémiummal növelnek. A **harmadik probléma** a végtelen örökjáradék alkalmazása, hiszen ez túlzottan leegyszerűsíti a valóságot, mert az örökjáradék modell alkalmazásával kapott érték jelentős „súlyt” jelenthet a vállalat értékén belül s mivel ez csak becslés, kis eltérés is jelentős értékkülönbséget okozhat. Ezt a problémát lehet kezelni a konstans növekedési FCF modell vagy a többfázisú FCF modell alkalmazásával. A **többfázisú modellek** jellemzője, hogy több szakaszra bontják fel a jövőt, így lehetőség nyílik szakaszonként eltérő hozamfeltételek és a kockázatok figyelembevételével növekvő WACC értéket beépíteni, amely a kockázatok jobb kezelését teszi lehetővé. A gyakorlatban a két- vagy háromfázisú modellek a legelterjedtebbek.

#### **Equity Cash Flow módszer (ECF)**

*„Az Equity Cash flow azt a pénzáramot fejezi ki, amely a tulajdonosok számára a beruházások, a forgótőke-szükséglet kielégítése, az idegen tőke törlesztő részleteinek és kamatainak kifizetése, valamint az új adósság igénybevétele után elérhető.” (Takács, 2015, p. 48.)*



#### 4. táblázat: Equity Cash Flow meghatározása

- Kölcsöntőke utáni tárgyévi kamat
+ Kamat adóhatása (Kamat * Adóráta)
- Idegen tőketörlesztés
+ Új idegentőke-bevonás
= Equity Cash Flow (ECF)

Forrás: Saját szerkesztés Takács (2015) alapján

Az Equity Cash Flow meghatározása az 4. táblázat szerint történik. A jövőre előre jelzett Equity Cash Flow összegeket a saját tőke költségével, azaz a tulajdonosok által támasztott minimális megtérülési elvárással diszkontálva közvetlenül kapjuk a saját tőke becslött értékét. Az ECF azt a pénzmennyiséget fejezi ki, ami egy adott üzleti évben a tulajdonosok számára osztalékként kifizethető.

Összefoglalva elmondhatjuk, hogy a **DCF módszer a legátfogóbb módszer a cégérték meghatározására**, emiatt a gyakorlatban nagyon sokszor kerül alkalmazásra. Azonban a DCF modellnek is vannak hátrányai és hiányosságai, amelyet összefoglalóan az alábbi, 5. táblázat mutat be.

#### 5. táblázat: A DCF módszerek előnyei és hátrányai

Értékelési módszerek	Előnyei	Hiányosságai
<b>Diszkontált Cash Flow (DCF)</b>	A legátfogóbb módszer a cégérték meghatározására. A cégérték és a tőkeérték meghatározására is alkalmas.	Több szintű feltételrendszerre épül. A jövőbeli bizonytalanságok miatt jellemzően a tervezési időszak hosszával arányosan nő a pontatlansága.

Forrás: Saját szerkesztés Almási (2020c) alapján

#### Hozzáadott érték típusú eljárások

A hozzáadott érték típusú eljárások a vállalatértékelési módszertan legújabb megközelítését képviselik. Kifejlődésüknek az alapja az értékalközpontú vezetési szemlélet megjelenése, amely a vállalat hosszú távú értéknövelését támogató eljárásokat helyezi a középpontba és magában foglalja az értéknövelést támogató vezetési eljárásokat. A legismertebb hozzáadott érték alapú modellek a **gazdasági hozzáadott érték (Economic Value Added, EVA)**, a **piaci hozzáadott érték (Market Value Added, MVA)**, valamint a **befektetésre vetített megtérülési ráta (Cash Flow Return On Investment, CFROI)**. A koncepció szerint alapvetően a vállalat értéke három tényező függvénye: A meglévő eszközök pénzáram termelő képessége, a vállalat újrabefektetési hajlandósága a jövőbeli növekedés megteremtése érdekében, továbbá ezt befolyásolja még az újrabefektetések minősége és a tőkeköltség alakulása. Azonban azt is szükséges megemlítenünk, hogy ezek a módszerek különböző feltevésekkel élnek, és gyakran azt feltételezik, hogy a jelenlegi gazdasági növekedés nem a jövőbeli növekedés kárára vagy a befektetési kockázat növekedése mellett valósul meg. Amennyiben ezek a feltevések nem teljesülnek, lényeges értéktorzulásokhoz vezethet a mutatók alkalmazása. A 6. táblázat a módszer főbb előnyeit és hátrányait mutatja be.

Gyakran megfogalmazott kritika a módszerrel szemben a rövidtávú szemlélet, hiszen az EVA alapján ösztönzött menedzser a gyorsabban megtérülő és a nagyobb megtérülést produkáló projekteket részesítheti előnyben.

## 6. táblázat: Az EVA módszer előnyei és hátrányai

Értékelési módszerek	Előnyei	Hiányosságai
<b>Gazdasági hozzáadott érték (EVA)</b>	<p>Projekt szemlélete alapján a projektek értékelésével a hozzáadott érték mérhetővé válik és a vállalászási értékteremtés menedzselhető.</p> <p>Módszere lényegében az FCF módszer eszközoldali megközelítése. Számításainak alapja a jövőben megtermelhető pénzjövdelem jelenértéke.</p> <p>Ha a vállalkozás információs és kontrolling rendszere megbízható, akkor eredménye megbízhatóbb a cash flow alapú számításoknál.</p>	<p>Változó eszközszerkezetű, változó tevékenységű vállalkozások esetén nehezen alkalmazható.</p> <p>A sok változó miatt minden téves adat jelentős torzításokat okozhat.</p> <p>A jövőbeli hozzáadott érték becslése az időbeli távolság miatt többletkockázatot jelent.</p> <p>Megbecsülhetetlen a jövőbeli hozamelvárás, nagyon szubjektív a diszkontfaktor meghatározása.</p> <p>A hosszabb tervezési periódus változékony befektetési környezetben lényeges kockázatokat rejt.</p>

Forrás: Saját szerkesztés Takács (2015) alapján

Egy vállalat befektethet projektbe azzal a céllal, hogy növelje a gazdasági hozzáadott értéket, de ha ezek a beruházások növelik a működési kockázatát és ezen keresztül a tőkeköltséget, akkor végül úgy járhat, hogy csökken a vállalat értéke.

## 5. Nemzetközi értékelési standardok

A cégértékeléssel összefüggésben röviden szólnunk kell azokról az alapvető elvárásokról, amelyeket a vállalatértékeléssel szemben támasztanak, illetve amelynek a cégértékelés kapcsán meg kell felelni. A vállalatértékelésben legátfogóbb és nemzetközi viszonylatban leggyakrabban használt nemzetközi értékelési standard a *Nemzetközi Értékelési Standardok (International Valuation Standards, IVS)*, egy standard gyűjtemény, amelyet a Nemzetközi Értékelési Standard Tanács (*International Valuation Standard Council, IVSC*) bocsát ki. Az IVS azonban nem minősül jogszabálynak, csak ajánlásnak, így az alkalmazása a cégértékelésben nem kötelező, de a nemzetközi értékelési gyakorlatban alkalmazása alapvető elvárás. Az IVS 2020 szerkezete az alábbiak szerint épül fel: Bevezetés, Glosszárrium, IVS Keretelvek, Általános standardok, Konkrét eszközökre vonatkozó standardok (IVSC, 2019).

Röviden összefoglalva a fentiekben részletezett **IVS 2020** standard előírásait elmondható, hogy egységes, jól hasznosítható elveket és kereteket biztosít az értékelők számára. Takács (2021) véleménye szerint **előnye**, hogy alkalmazása és átvétele esetén az **értékelések egységes alapelvek alapján** készülhetnek. **Hátránya**, hogy **csupán ajánlásokat** tartalmaz, és **kereteket határoz meg**, amelyek alkalmazása **nem kötelező** az értékelőkre nézve, további hátránya még, hogy **a nemzetközi számviteli fogalmakat és elveket használja**, emiatt **megkövetel alapvető nemzetközi számviteli ismereteket** és a **magyar számviteli környezetben csak az adatok transzformációját követően alkalmazható**. Alkalmazása Magyarországon nem kötelező, így az értékelőre van bízva, hogy milyen értékelési elvek mentén végzi az értékelést. **Célszerű lenne Magyarországon is egységes cégértékelési gyakorlat és szabályok bevezetése**, úgy ahogy Németországban történt az Institut der Wirtschaftsprüfer in Deutschland (IDW) által összeállított IDW S1 (*Institut der Wirtschaftsprüfer in Deutschland Standard 1*) értékelési standardok bevezetésével.



## 6. A számviteli adatok korrekciói

A cégértékelést végző értékelők egy része kitarotán hisz abban, hogy a cég értékét csak a számviteli kimutatások adatai alapján lehet meghatározni. Abban alapvetően igazuk van, hogy egy cég elemzése során tudnunk kell, hogy milyen típusú eszközök vannak a társaság birtokában, mekkora ezeknek az eszközöknek az értéke, és mennyire bizonytalan ez az érték. Számviteli nézőpontból az eszköz értéke nagymértékben a bekerülési értéken alapszik, azonban az üzleti érték meghatározása szempontjából ez koránt sem helytálló szemlélet.

Azonban, ahogy a korábbiakban már szóltam róla, lehetnek esetek, amikor a cég értékét a könyv szerinti értékből kiindulva lehet és kell meghatározni, de szinte minden esetben szükséges korrekciós tételek alkalmazása. Véleményem szerint a vállalatértékelés kiindulópontjaként a legjobban a befektetői számvitel szemlélete használható, amely alapján a pénzügyi szemléletű vállalati mérleg a 4. ábra szerint írható fel.

Eszközök		Források	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Beruházások</li> <li>- Mai pénzáramlások generálása</li> <li>- Hosszú távú (fix) és rövid távú eszközök (működő tőke)</li> </ul>	} Már meglévő eszközök	Hitel	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rögzített pénzáramlás követelések</li> <li>- Nincs részvétel a vezetésben</li> <li>- Rögzített lejárat</li> <li>- Adócsökkentő hatás</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- A jövőbeli beruházások várható értéke</li> </ul>	} Eszközök növekedése	Saját tőke	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reziduális pénzáramlás követelések</li> <li>- Meghatározó részvétel a vezetésben</li> <li>- Nincs lejárata</li> </ul>

4. ábra: Pénzügyi szemléletű vállalati mérleg

Forrás: Damodaran (2006, p. 27.)

A mérleg alapján számos pénzügyi kérdés merül fel az eszközök értéke, a kockázatok, az eszköz növekmények becsült értéke, a hitelek és a saját tőke kockázat kérdéskörben, amelyekre az értékelés során választ kell keresni. Fontos megemlítenünk, hogy a mérlegadatokat és a számvitelből nyerhető egyéb információkat az értékelés szempontjából további korrekciós tényezők figyelembevételével szükséges módosítanunk. Ilyen további korrekciós tényezők: ország specifikus korrekciók, amelyek az eltérő jogrendből, a gazdaság eltérő állapotából és a történelmi különbségekből, a makrogazdasági különbségekből; az egyes ágazatok vagy vállalatok eltérő életciklusából, mérlegen kívüli tételekből fakadhatnak.

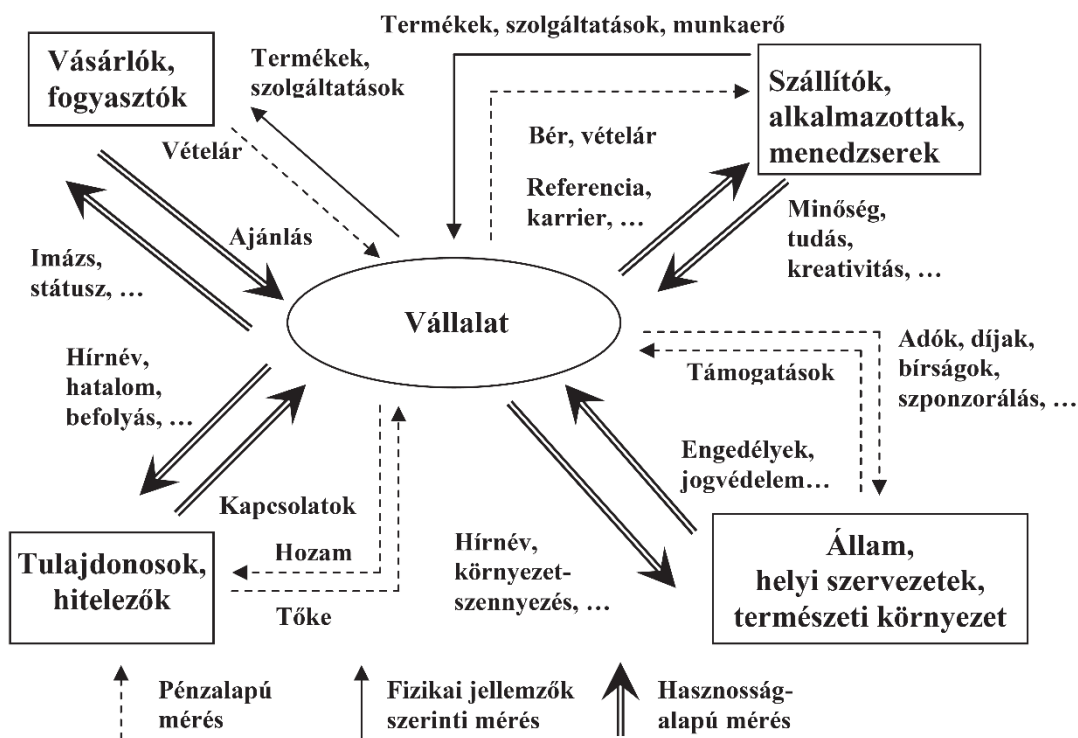
Arról is szükséges szót ejtenünk, hogy a bemutatott értékelési eljárásokat a nemzetközi szakirodalomban elsősorban amerikai szerzők jegyzik, ezért az Amerikai Egyesült Államokban általánosan elfogadott számviteli szabályok az US GAAP (*United States Generally Accepted Accounting Principle*), illetve a nemzetközi számviteli (IFRS - *International Financial Reporting Standards*) alapelvekre épül. A nemzetközi számvitelnek egyik fő ismertető jegye, és ez igaz az US GAAP és az IFRS szabályokra is, hogy a beszámolóban szereplő számviteli kimutatásokra nincsenek szigorú formai követelmények, mindössze a keretelvekben foglalt szabályokat kell betartani, és ettől eltekintve a vállalatok szabadon alakíthatják számviteli rendszerüket. Ezzel szemben a magyar számviteli törvény szigorú szabályokat fogalmaz meg és diktált

mérleg- és eredménykimutatás-séma alkalmazását követeli meg, amelyben a tételeket a megadott sorrendben és részletességgel kell bemutatni. A számviteli szabályozások jelentős eltéréseiből fakadóan az érték kategóriák meghatározásához kibővített adatokra és elemzésekre van szükségünk, figyelembe kell vennünk az eltérő adóztatás, a kutatás-fejlesztési (K+F) tevékenységek, az alapítás-átstrukturizálás értéke, a goodwill és a készletértékelési eljárások okozta torzulásokat.

Ezen kívül számos egyéb korrekciós tényezőt is alkalmaznunk kell. **Eszközoldali korrekciók** a teljesség igénye nélkül a befektetett eszközök, a forgóeszközök, a befektetett pénzügyi eszközök és forgatási célú értékpapírok korrekciói. **Forrásoldali főbb korrekciók** a szállítók, lízingdíjak, tulajdonosi kölcsönök, factoring, céltartalékképzési kötelezettségek, peres eljárások, halasztott adók, támogatott hitelek. További **egyéb speciális korrekciók** a beruházási hitelek pénzügyileg nem realizált árfolyam-különbözetének elhatárolása, támogatásból finanszírozott eszközök korrekciós tényezői. Az értékelés és a korrekt érték meghatározás szempontjából rendkívül fontos ezen tételek részletes feltárása, elemzése, a jelentésben történő bemutatása és a szükséges korrekciós tényezők alkalmazása az értékelés során.

## 7. A vállalati „többletérték” és „értékvesztés” forrásai

Damodaran A. (2015, p. 12.) véleménye szerint: „Az értékelési modelleket fel lehet tölteni rengeteg részlettel, de minden vállalat értéke pár értékezőlőn nyugszik, ami minden cégnél más és más.”



5. ábra: Értékmérési rendszerek

Forrás: Juhász (2004, p. 87.)

Itt szükséges említést tennünk még a szinergiahatásról, amely Chikán (2008. p. 464.) megfogalmazása szerint „a szinergia az együttes hatás mértéke, amely abból adódik, hogy az egész több mint a részek egyszerű összege.” A szinergiahatás elkülönített számszerűsítése a

gyakorlatban a vállalatfelvásárlások esetében történik meg. A szakirodalomban megjelenő nézetek szerint a szinergiahatás lehet egyrészt a goodwill forrása, de egyes kutatók négy versenyelőnyt teremtő tényezőcsoportot azonosítanak ezzel kapcsolatban: a méretnövekedésből adódó kombinációs előny, erőforrások megosztásának előnye, a funkcionális képességek átadásából, és az általános vezetési képesség átadásából származó előnyöket, amelyek a különböző területek vezetési hatékonyságának növelését szolgálják. Az 5. ábra jól szemlélteti azokat az összefüggéseket, amelyek a vállalat értékét akár pozitív, akár negatív irányban befolyásoló tényezők lehetnek.

Az elemzésük során megállapíthatjuk, hogy ezek között vannak szép számmal olyan elemek, amelyek valódi értéke a számviteli kimutatásokban nem jelenik meg. A felvázolt modellek és értékelési eljárások alapján felmerül a kérdés, milyen további tényezők, azaz értékvezérlők befolyásolhatják még a cég értékét? Ahogy a fentiekben is láthatjuk a vállalati többletérték olyan forrásokból is ered, amelyek az adott vállalathoz köthetők, de önállóan nem értékesíthetők. Csoportosításuk alapján ennek két fő oka lehet, vannak források, amelyek **nem képezik a vállalat tulajdonát**: alkalmazottak, menedzsment; és források, amelyek **az adott vállalattól elválaszthatatlanok**: stratégia, növekedési lehetőségek, szervezeti kialakítás, szerződésállomány. Ezeket hívjuk összességében a vállalat szellemi tőkéjének, amelynek értékét korántsem egyszerű megbecsülni. Alapvetően ezek többletértéke a goodwillben kerül realizálásra és kimutatásra.

Azonban lehetnek különböző élethelyzetekben egyéb cégértéket befolyásoló tényezők, amelyekről szintén szót kell ejtenünk. Ebben a témában az egyik kiemelkedő esetkör a **kisebbségi részvények** értékelésének problematikája és az ezekből eredő általában nem elhanyagolható értékvesztés mértéke. A tanulmányainkból és a gyakorlatból tudjuk, hogy a **kisebbségi tulajdonosok nem rendelkeznek megfelelő befolyással a cég stratégiájára és a jövőbeli működésére** vonatkozóan, ugyanakkor a cégérték meghatározása során a **cég 100%-os értékét határozzuk** meg, majd ebből kalkuláljuk az adott részesedés értékét. Azt is érezzük, hogy **a kisebbségi üzletrészek értéke néhány kivételtől eltekintve korántsem ér annyit, mint a részesedések arányos értéke**.

7. táblázat: Kisebbségi diszkontok alkalmazása a tranzakciós piacon

Üzletrész mértéke	Alkalmazott kisebbségi diszkont	Feltételek
<b>Speciális eset: 50%-50% („Deadlock”)</b>	<b>maximum 20 %</b>	2 egyenlő arányú tulajdonos megromlott kapcsolata, vagy az egyik fél eltérő stratégiaalkotása esetén akár 20% is lehet a diszkont mértéke
<b>26% - 49%</b>	<b>maximum 30 %</b>	Ha a kisebbségi részesedés nem jár döntési jogkörrel – akár 30%
<b>10% - 25%</b>	<b>maximum 45 %</b>	Portfólió befektetések, passzív befektetések esetén a megfelelő exit jogok megléte csökkentheti a diszkont mértékét
<b>10% alatt</b>	<b>maximum 50%</b>	Portfólió befektetések, passzív befektetések esetén a megfelelő exit jogok megléte csökkentheti a diszkont mértékét

Forrás: Almási (2020b)

A 7. táblázatból látható, hogy a különböző élethelyzetek jelentős értékcorrekciókat követelnek meg. Ezen kívül az értékelés szempontjából nem szabad szó nélkül hagynunk a jelenlegi

**COVID-19, a háború, az energiaválság és infláció okozta rendkívüli helyzetet, amelynek jelenlegi és jövőbeli hatásait még csak sejtjük,** és senki nem tudja megjósolni, hogy ennek milyen hatása lesz a jövőben a cégérték alakulására. Azt senki nem vitatja, hogy a fenti tényezők **nagymértékben befolyásolják a cégértéket,** a kérdés inkább az, hogy milyen módon lehet ezeket az egyszeri és jövőbeli veszteségeket megbecsülni, és milyen időtávra kell ezt a becslést elvégezni. Arról sem szabad azonban elfeledkeznünk, hogy a válságnak nem csak veszesei, hanem **nyertes ágazatai is vannak,** amelyek ezen időszakban extraprofitot termelnek, viszont ez a jövedelmezőségük a válság elmúltával nagy valószínűség szerint jelentősen csökken. További figyelembeveendő szempont, hogy a **válsággal leginkább sújtott ágazatok esetében az államok különböző támogatásokkal, adócsökkentésekkel próbálták** a válság hatásait ellensúlyozni. Az értékelések során jelenleg és a jövőben is, ezen torzító **hatásokat is figyelembe kell venni és korrigálni szükséges.**

## **8. Összefoglalás, konklúziók és javaslatok**

Összefoglalásként elmondható, hogy az értékelőnek kell minden esetben a szakmai szabályok és az értékelés célja alapján eldönteni, hogy melyek azok az input adatok és módszerek, amelyeket az értékelés során használ. A helyzetét nehezíti, hogy **Magyarországon nincs egységesen elfogadott iránymutatás, értékelési standard,** amely alapján egységes elvek mentén lehetne az értékeléseket elvégezni. Ennek hiányában azonban mindenki a saját tudása, elképzelése szerint végzi a vállalat- és üzletrész-értékelést, amely alapján azonban **nagyon gyakran hiányos, szakszerűtlen, a szakmai szabályoknak csak részben megfelelő és támadható értékmeghatározások születnek,** amelyekből aztán a későbbiek során számos további probléma adódhat. **További probléma,** amely a fenti hiányosság egyenes következménye, hogy a rendelkezésre álló, elsősorban **nemzetközi szakirodalom, és a nemzetközi standard (IVS) is a nemzetközi számviteli alapelvekre épül.** Ez mind elveiben, mind módszertanában jelentős mértékben eltér a hazai számviteli alapelvektől, így a magyar beszámolókból nyerhető adatok jelentős átalakítása szükséges ahhoz, hogy a szakmai előírásoknak, az elveknek és a standard elvárásainak mindenben megfelelő értékelések készülhessenek, erre azonban **szakmailag nem mindenki felkészült,** aki ma cégértékeléssel foglalkozik. Fontos lenne nevesíteni azokat a mérlegben nem szereplő egyéb forrásokat, amelyek **a vállalat birtokában vannak, jelentős többletértéket képviselnek,** és amelyek többletértéke a goodwillben kerül realizálásra és kimutatásra. Úgy gondolom, ezekre is szükséges lenne egységes módszertani ajánlások kidolgozása és kiadása. Azonban lehetnek **különböző élethelyzetekben egyéb cégértéket befolyásoló tényezők,** amelyekről szintén szót kell ejtenünk, amelyekre szintén szükséges egységes szemlélet és módszertan kialakítása. A fentiek alapján a véleményem és egyben javaslatom az, hogy **Magyarországon is szükséges egy, a németországi gyakorlathoz hasonló, az IVS standard elveinek megfelelő, a magyar számviteli szabályozáson alapuló részletes módszertan kidolgozása,** amelynek megvalósítása a terület hazai kutatói, a cégértékelési tevékenységet folytató vállalkozások, a BIG4 tanácsadó cégek és a felsőoktatási intézmények szakemberei közös szakmai munkája eredményeként jöhetne létre. Végző konklúzióként elmondható, s a cikk is ezt bizonyítja, hogy a modern értékelési szemlélet a modern vállalati pénzügyek, a vállalati stratégiák és a tőkepiaci elméletek fejlődése nyomán alakult ki, és ebből következik, hogy **a vállalatértékelés nem csupán számviteli, hanem komplex közgazdasági feladat, amely magas szintű pénzügyi és közgazdasági ismereteket igényel, így a tevékenység végzéséhez ezen speciális képzettségi követelmény alapvető elvárás kell, hogy legyen!** A végző konklúzió, amely egyben a mottóm is: **„Az értékelés – Több, mint egy szám!”** (Damodaran, 2015, p. 1.)

## Irodalomjegyzék

- Almási L. (2019): Túl az EBITDÁ-n – Alternatív értékelési módszerek. RSM Blog, 2019.10.03. <https://www.rsm.hu/blog/2019/10/tul-az-ebitda-n-alternativ-ertekelesi-modszerek> (Letöltve: 2022.09.10.)
- Almási L. (2020a): Mikor mutat torzított képet az EBITDA-alapú cégértékelés? RSM Blog, 2020.01.21. <https://www.rsm.hu/blog/2020/01/mikor-mutat-torzitott-kepet-az-ebitda-alapu-cegertekeles> (Letöltve: 2022.09.10.)
- Almási L. (2020b). Kisebbségi üzlet rész értékelése - diszkontok az értékeléseknél, RSM Blog, 2020.07.15. <https://www.rsm.hu/blog/2020/07/kisebbségi-uzletresz-ertekelese-diszkontok-az-ertekeleseknel> (Letöltve: 2022.09.10.)
- Almási L. (2020c): Már van COVID-os mutatószám a cégértékelésben is, RSM Blog, 2020.08.07. <https://www.rsm.hu/blog/2020/08/mar-van-covid-os-mutato-szam-a-cegertekelesben-is> (Letöltve: 2022.09.10.)
- Andor Gy. (2018). *Üzleti gazdaságtan*. Akadémia Kiadó, Budapest. <https://doi.org/10.1556/9789634540236>
- Brealey, R. A. & Myers, S. C. (2011). *Modern vállalati pénzügyek*. Panem Könyvkiadó, Budapest.
- Chikán A. (2008). *Vállalatgazdaságtan*. Aula Kiadó, Budapest.
- Damodaran, A. (2006). *A befektetések értékelése módszerek és eljárások*. Panem Könyvkiadó, Budapest.
- Damodaran, A. (2015). *A vállalatértékelés kézikönyve*. Alinea Kiadó, Budapest.
- IVSC (2019). Basis for Conclusions, Reflecting changes introduced to IVS (effective 31 January 2020). <https://www.ivsc.org/wp-content/uploads/2021/10/IVS-BasisforConclusions-1.pdf> (Letöltve: 2020.03.03.)
- Juhász P. (2004). *Az üzleti és könyv szerinti érték eltéréseinek magyarázata – Vállalatok mérlegen kívüli tételeinek értékelési problémái*. Doktori értekezés. Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástani Doktori Iskola, Budapest. <http://phd.lib.uni-corvinus.hu/176/> (Letöltve: 2022.09.05.)
- Juhász P. (2019). A súlyozott átlagos tőkeköltség alkalmazásának kihívásai, *Közgazdasági Szemle*, 66(július-augusztus), 805–823. <http://dx.doi.org/10.18414/KSZ.2019.7-8.805>
- Rappaport A. (2002). *A tulajdonosi érték*. Alinea Kiadó, Budapest.
- Reszegi L. & Juhász P. (2014). *A vállalati teljesítmény nyomában*. Alinea Kiadó, Budapest.
- Takács A. (2008). *A fundamentális vállalatérték és a tőkepiaci érték viszonya a magyar tőzsdei vállalatoknál*. Doktori értekezés. Pécsi Tudományegyetem Gazdálkodástani Doktori Iskola, Pécs. <https://pea.lib.pte.hu/handle/pea/15297> (Letöltve: 2022.09.04.)
- Takács A. (2008). A Free Cash Flow-tól a szabad pénzáramig. *Vezetéstudomány*, 39(10), 54–64. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2008.10.05>
- Takács A. (2015). *Vállalatértékelés magyar számviteli környezetben*. Perkeft Kiadó, Budapest.
- Takács A. (2019). Márkaértékelés pénzügyi szemmel. *Marketing & Menedzsment*, 45(4), 27–36. <https://journals.lib.pte.hu/index.php/mm/article/view/472>
- Takács A. (2021). *Modern vállalatértékelés*. Akadémiai Kiadó, Budapest. <https://doi.org/10.1556/9789634546634>
- Ulbert J. (2011): A dcf-modellcsalád védelmében. *Vezetéstudomány*, 42(7-8), 3–10. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2011.07.01>
- Ulbert J. (2018). *Vállalati pénzügyek kézikönyv*. Pécsi Tudományegyetem.
- Jogsabályok:*

1996. évi LXXXI. törvény a társasági adóról és az osztalékadóról  
2000. évi C. törvény a számvitelről

## **The Qualitative Characteristics of Accounting Information: A Literature Review**

**Asma MECHTA**

PhD Student

*University of Sopron, Alexander Lámfalussy Faculty of Economics, István Széchenyi Management and Organisation Sciences Doctoral School - Hungary*

**Prof. Dr. Zsuzsanna SZÉLES PhD**

Professor, Dean

*University of Sopron, Alexander Lámfalussy Faculty of Economics - Hungary*

**Dr. Ágnes SIKLÓSI PhD**

Associate Professor

*Budapest Business School - University of Applied Sciences, Department of Accounting - Hungary*

### **Abstract**

In light of recent changes in the global economic structure, the International Accounting Standards (IAS/IFRS) play an important role in unifying the accounting language at the international level, by paying more attention to the accounting information included in the published financial statements. In order to increase the quality of accounting information and the likelihood that internal and external users will be able to rely on it, the paper tries to clarify the qualitative qualities of the accounting information that are guaranteed by an efficient accounting information system. The study also focuses on how to prepare an accounting information and the characteristics that must be provided in order to make a qualitative accounting information.

*Keywords:* qualitative characteristics, quality of accounting information

*JEL Codes:* M40, M41

### **1. Introduction**

It is widely known that the financial statements are one of the primary outputs of any accounting information system. This highlights the significance of the numbers that are included in these financial statements as a summary of each of the financial events and operations that took place during a particular period. Because of this, these statements should be useful and help both current and potential investors and lenders figure out when the cash flows will happen (Palepu et al., 2020).

There are numerous purposes for which financial statements are compiled. The International Accounting Standards Board (IASB) has developed a document called the Conceptual Framework for Financial Reporting (Lennard, 2007). This document outlines the qualitative aspects of financial statements that are responsible for their utility to users because of the information that can be gleaned from these statements (Gray et al., 2011).

Therefore, accounting outcomes are financial reports designed to enlighten stakeholders. Furthermore, for this data to aid in decision making, it needs to exhibit certain qualitative features. In other words, the qualities that information should have been determined by its qualitative characteristics. According to the conceptual framework established by the bodies tasked

with issuing standards and defining characteristics connected to the quality of accounting information, these features are classified as either primary or secondary (Neogy, 2014).

Therefore, accurate accounting data is crucial for influencing capital expenditures, projections, and market effectiveness. Accounting information of higher quality is preferred by both investors and users. The phrase "accounting information quality" refers to the generalizability of the financial data included in financial reports (Alorabi & Qashi, n.d.). Evaluation approaches for the quality of accounting data are also in high demand around the world. Financial reporting by professional organizations should adhere to strict guidelines to ensure accuracy and usefulness. In 2010, the FASB and the IASB collaborated to establish a conceptual framework for financial reporting (Alasbahi & Iswhara, 2021). Strength was given to fundamental qualities. Fundamental characteristics included verifiability, timeliness, clarity, and comparability, while relevance and faithfulness were bolstered.

This study explains how qualitative characteristics increase the quality of accounting information and make it easier for internal and external users to trust it. It also analyses the relationship between accounting information and qualitative characteristics.

### ***Research objectives***

This study's primary objective is to explain and justify the quality features of accounting information made possible by qualitative characteristics, thereby enhancing the quality of accounting information and making it easier for internal and external users to trust it, and to examine the relationship between accounting information and qualitative characteristics. This study intends to improve the credibility of accounting information by examining the quality features made possible by qualitative characteristics as well as by analyzing the relationship between accounting information and qualitative characteristics. This will increase the quality and credibility of accounting information for both internal and external users.

## **2. Literature review**

The quality of the accounting data included in the financial statements is impacted by the accessibility of several characteristics and qualities to judge the benefit it provides to its users, as these characteristics distinguish between the less useful and more useful information for decision-making, as well as the accounting methods and the quantity and quality of information that must be provided and displayed. Many studies have discussed the qualitative characteristics of accounting information such as:

Obaidat et al. (2017) regarding the qualitative characteristics of accounting information. The study finds out that there is a gap, it demonstrates that auditors and investors agree on certain aspects but disagree on others, causing the gap. Investors care less about qualitative characteristics than auditors.

Neogy (2014) analyzed and examined the qualitative characteristics of accounting information of selected mobile telecommunication companies in Bangladesh have a relatively satisfactory level of quality, and each business must ensure the quality of accounting data generated by accounting information systems for the decision-making process and to achieve their goals.

Kythreotis et al. (2014) described the influence of the characteristics of the quality of accounting information on decision-making in the institutions of the Algerian economy and the conclusion that there is a correlation that is statistically significant between the qualitative characteristics of the quality of accounting information and decision-making in the economic institute were reached. In addition, the qualitative qualities of accounting influence the decision-making process within economic institutions.



Grigoras-Ichim and Morosan-Danila (2016) depicted a qualitative in character, focusing on the difficulties experienced by accountants in compiling financial reports. The article contrasts the Romanian accounting framework with those of Europe and the rest of the world with regards to the treatment of qualitative features of accounting information. According to research, the qualitative aspects of financial statements are critical since they expose the company's genuine financial situation, performance, and changes in financial circumstances to users.

Moradi et al. (2019) examined if the influence of accounting information quality on investment efficiency increases or decreases in the presence of a specialized auditor. The study found that the quality of accounting information seems to help with the problem of overinvestment. Similarly, it has been observed that the auditor's specialty can significantly improve investment efficiency while lowering the underinvestment problem. Moreover, the study revealed that accounting information quality and auditor specialization are two mechanisms with a degree of substitution in improving investment efficiency.

Appiah et al. (2016) aimed at highlighting the role played by both the fundamental properties of accounting information and the relative significance of this information in deciding the nature and magnitude of accounting information to be presented in financial statements. The study concluded that the concept of the quality of accounting information is comprehensive and not limited to qualitative characteristics without other aspects that are no less important and directly affect the achievement of the quality of this information, that the concept of information quality is dynamic and changes with the passage of time and place and clarified that appropriate accounting disclosure is the primary link between accounting information systems.

Bushman and Smith (2001) examined the financial system, which considers relevance and reliability to be the two characteristics that make accounting information useful for decision-making, these are the two most important qualitative characteristics of accounting information and have a significant impact on the quality of financial reports. According to research, in the face of intense competition, all economic institutions are focused on delivering the appropriate features and reliability of their services. This, in turn, has resulted in an increased focus on the quality of financial reports and laws that require the provision of qualitative characteristics of accounting information, both of which are extremely important to the success of any given institution. Moreover, the data showed that activating the quality of financial reports is directly related to their relevance and reliability (the more relevant and reliable, the higher the quality of financial reports).

Alasbahi & Iswhara (2021) clarification was provided regarding the dependability of qualitative aspects of accounting information as an indicator of the information's quality. Based on the findings of this research, qualitative aspects of accounting information were discovered to be reliable indicators of the quality of accounting information as well as helpful in the process of decision-making.

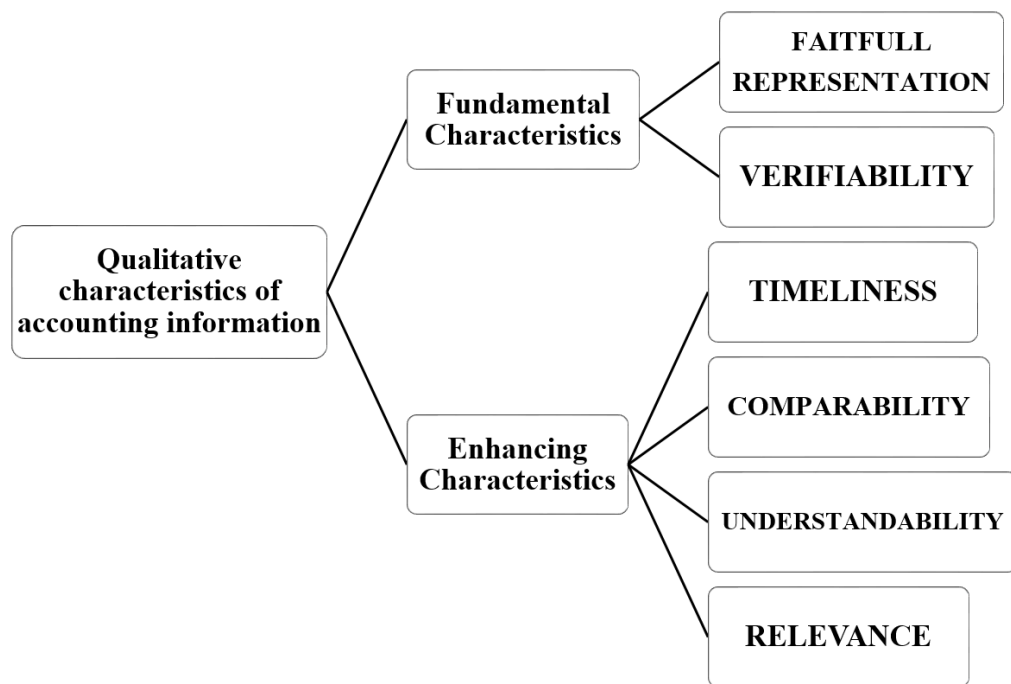
### **3. Methodology of the study**

In this study, the authors opted to use secondary data and adopt a historical methodology by conducting a literature review of some of the first accounting journals, dissertations, and papers ever written. In addition, to collect information on collection integration with the subject of the investigation, we read a variety of publications available online and compile the important indicators.

## 4. Conceptual framework

### *Qualitative characteristics of accounting information*

There is no doubt that accounting information, to be useful for the purpose for which it was prepared, which is to help decision-makers or users of accounting information to make rational decisions, must be characterized by several characteristics, and these characteristics are divided into main characteristics and secondary characteristics in Figure 1.



**Figure 1: Qualitative characteristics of accounting information**

Source: Own construction

#### *4.1. Fundamental qualitative characteristics*

##### ***Relevance***

The relevance characteristic it is meant that the presented financial information is relevance. Therefore, this information must influence the users' economic decisions and make a difference in those decisions. When omission or falsification of financial data affects economic decisions made by the users based on that data, it is regarded as being of relative importance (Kieso et al., 2019). In terms of relevance, this type of information assists the users in evaluating the past, present, and future events, improving or correcting their past evaluations, and improving their ability to predict events by enhancing or correcting their past evaluations (Al-Shatnawi, 2017).

##### ***Faithful representation***

In order to be faithfully represented, accounting information and events must be symmetrical, The faithful representation characteristic points to symmetry between the accounting information and the events (Mahdi dehdar al-aedi & Abadi, 2019). "For the information to assume the characteristic of credibility, it must reliably represent the financial operations and other events which it is understood to portray or is expected to express reasonably" (Al-Shatnawi, 2017). A reliable representation of the information must be complete, not deficient, neutral, not biased, and free of material errors.

## **4.2. Enhancing qualitative characteristics**

### ***Comparability***

It is the comparability of the current financial statements with previous years, or by comparing them with the financial statements of other companies in the same activity. Among the conditions for correct comparison, the institution must have consistency in the accounting policies and theories that it uses every year, and if there are changes in it, reference must be made in the disclosures (appendices) to these changes.

### ***Verifiability***

Users are assured that the information is credible and reliable because it is faithfully represented and verifiable, it means that we can verify and prove any information, directly or indirectly, using the same inputs that allow displaying the same outputs. For example, cash in a company can be verified directly by counting it or obtaining bank approval.

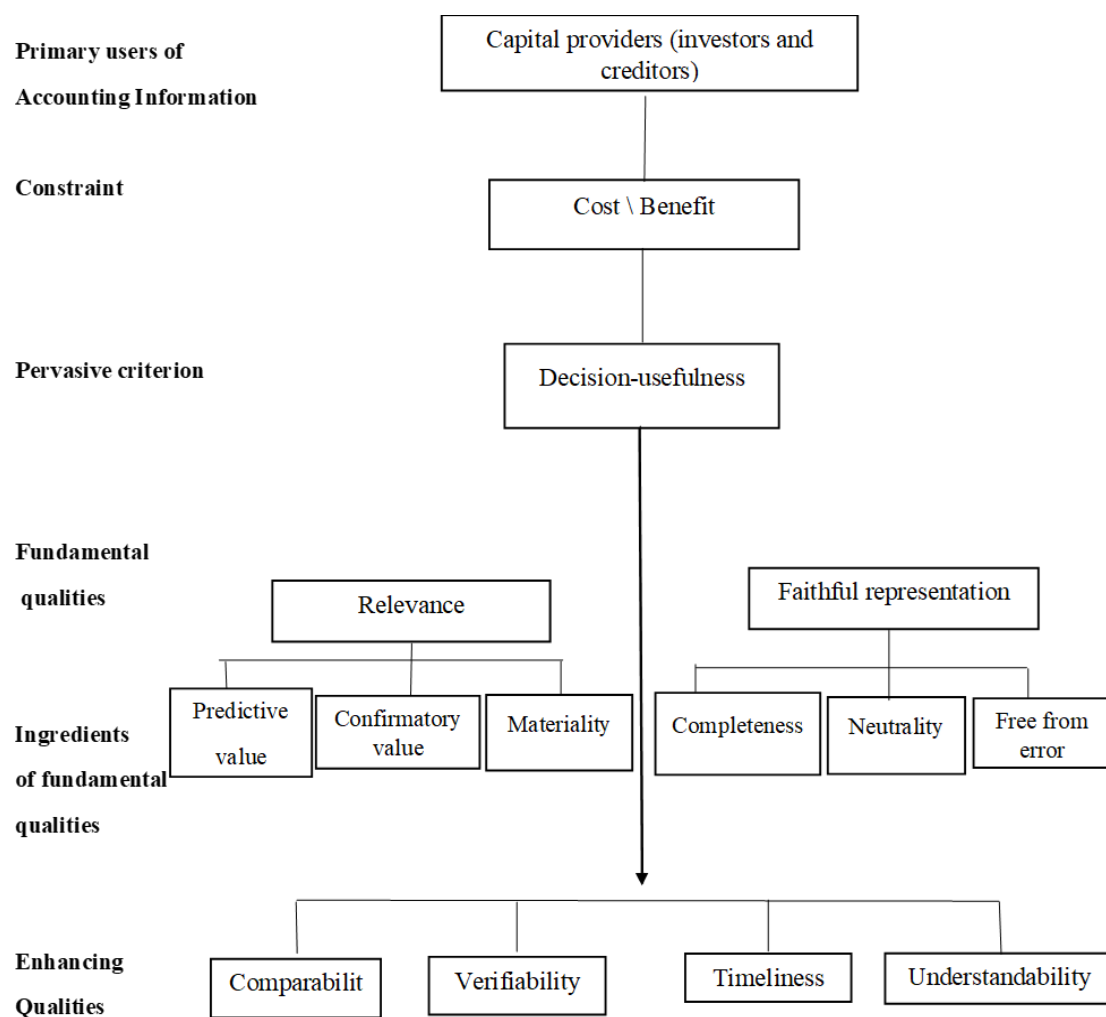
### ***Understandability***

The information is easily understandable by users due to its classification, characterization, and presentation. It means that the information must be presented in a clear and easy-to-understand manner. That is why we always find in the annual report a huge number of disclosures, tables and illustrations, and there is an index of difficult terms specific to each industry to make it more clear to its users.

### ***Timeliness***

Information is provided to users within a reasonable timeframe for them, to make a decision. It means that the financial information should be announced in a timely manner so that its users can decide, and the earlier information is announced, it is the more useful.

Therefore, based on their impact on decision-making, qualitative qualities are categorized in Figure 2 as core characteristics (consolidated) and basic characteristics (basic). Regardless of classification, financial reporting contains qualitative information that is useful for decision-making. Despite this, the provision of valuable financial information is constrained by a barrier to financial reporting and expenses that should not outweigh the benefits.



**Figure 2: Hierarchy of accounting Qualities**

Source: Kieso (2019)

## 5. Measuring the quality of accounting and financial information

Accountancy is “the art of communicating financial information about a business entity to users such as shareholders and managers” (Elliott & Elliott, 2007). Information is a collection of items that have been structured and interpreted to convey significance to users, and it is helpful for selection (Fitriati & Mulyani, 2015). Alsalim et al. (2018) said “the quality of accounting information indicates those characteristics that should assign the useful accounting information that is useful for the preparation of financial reports, because of its role in evaluating the quality of information that results from the application of accounting methods”. The characteristics that accounting data need to have to fulfill the requirements set forth by its users are collectively referred to as the quality of accounting data.

Those who rely on financial reports will be more likely to use resources wisely if they can trust that those reports are accurate and complete (Al-Dmour et al., 2018). Finally, financial reports should aid economic decision-making by providing trustworthy data on which to base decisions (Tian & Peng, 2020).

### ***Professional Bodies Responsible for issuing qualitative characteristics***

The qualitative characteristics of accounting data are addressed within the conceptual framework of the standard-setter, for whose work they are crucial. Professional bodies' roles in the formalization of qualitative characteristics include producing high-quality standards to provide useful financial reports. The most significant of these organizations are, but they are not limited to, those shown in Table 1.

**Table 1: Different types of professional bodies**

<b><i>GASB</i></b>	Governmental Accounting Standards Board
<b><i>IPSASB</i></b>	International Public Sector Accounting Standards Board
<b><i>AASB</i></b>	Australian Accounting Standards Board
<b><i>CICA</i></b>	Canadian Institute of Chartered Accountants
<b><i>IASC</i></b>	International Accounting Standards Committee
<b><i>ASSC</i></b>	Accounting Standards Steering Committee
<b><i>FASB</i></b>	Financial Accounting Standard Board
<b><i>IASB</i></b>	International Accounting Standards Board

Source: Own construction

According to Table 2, the features of understandability, relevance, and comparability are generally acknowledged by professional organizations. On the other hand, reliability, timeliness, verifiability, and completeness are less acceptable.

**Table 2: Qualitative Characteristics of Accounting Information Referred by Professional Bodies**

<b>Characteristics</b>	<b>GASB</b>	<b>IPSASB</b>	<b>AASB</b>	<b>CICA</b>	<b>IASC</b>	<b>ASSC</b>	<b>CF joint project IASB - FASB</b>
<b><i>Relevance</i></b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
<b><i>Understandability</i></b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
<b><i>Comparability</i></b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
<b><i>Timeliness</i></b>	✓	✓	-	-	-	✓	✓
<b><i>Consistency</i></b>	✓	-	-	-	-	-	-
<b><i>Reliability</i></b>	✓	-	✓	✓	✓	✓	-
<b><i>Faithful representation</i></b>	-	✓	-	-	✓	-	✓
<b><i>Verifiability</i></b>	-	✓	-	-	✓	-	✓
<b><i>Predictability Value</i></b>	-	-	-	-	✓	-	-
<b><i>Confirmatory Value</i></b>	-	-	-	-	-	-	-
<b><i>Completeness</i></b>	-	-	-	-	✓	✓	-
<b><i>Objectivity</i></b>	-	-	-	-	-	✓	-

Source: Cohen and Karatzimas (2017), Abkar and Saleh (2016)

## 6. Conclusion

As we can see, defining the goals of financial reports is the first step in applying the approach to the usefulness of accounting and financial information in rationalizing users' decisions, and the importance of the qualitative characteristics of accounting and financial information stems from the great importance that can be derived from financial reports and the objectives that they achieve for their users. Because users can have faith in the information provided in financial reports, good information is most useful in the field of rationalizing judgments. The decision of the users of the accounting information is affected by the qualities of the accounting information, whether they are primary or augmenting, and this in turn is reflected in the quality of the financial reports. So, the lack of certain things in financial reports has an indirect effect on the quality of accounting information, which in turn influences the decisions made and the profit that may be made as a result. Similarly, experts agree that credibility and accuracy are paramount, followed by readability and consistency. Finally, the qualitative parts of financial statements are important because they give all users the financial information they need and show how the finances are doing, how they are changing, and how they are doing over time.

## Bibliography

- Abkar, M. & Saleh, H. (2016). Internal Auditing Standards And Its Role In The Qualitative Characteristics Of Accounting Information In Predicting Financial Failure. In *Internal Auditing Standards And Its Role In The Qualitative Characteristics Of Accounting Information In Predicting Financial Failure*. Khartoum.
- Al-Dmour, A. H., Abbod, M. & Al-Balqa, N. (2018). The Impact of the Quality of Financial Reporting On Non-Financial Business Performance and the Role of Organizations Demographic' Attributes (Type, Size and Experience). *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*, 22(1), 1–18. <https://doi.org/10.4018/IJCF.A.2017070101>
- Al-Shatnawi, H. M. (2017). Measuring the Quality of the Interim Financial Reports Using the Qualitative Characteristics of the Accounting Information and its Effect on the Investment Decisions According to the "IAS 34.". *International Journal of Economics Finance*, 9(5), 159–170. <https://doi.org/10.5539/ijef.v9n5p159>
- Alasbahi, A. H. M. A. & Ishwara, P. (2021). Qualitative Characteristics as a Reliable Tool for Assessing the Quality of Accounting Information: An Overview Study. *International Journal of Research - GRANTHAALAYAH*, 9(5), 187–199. <https://doi.org/10.29121/granthaalayah.v9.i5.2021.3938>
- Alorabi, H. & Qashi, K. (n.d.). The new conceptual framework of the accounting issued by the IASB In light of convergence with the US FASB. *Journal Of Economic And Financial Studies*, 8(3), 54–74.
- Alsalam, M., Amin, H. & Youssef, A. (2018). The role of corporate governance in achieving accounting information quality (field study in the mishraq sulfur state co.). *Studies and Scientific Researches: Economics Edition*, 27, 1–24. <https://doi.org/10.29358/scoco.v0i0.399>
- Appiah, K. O., Awunyo-Vitor, D., Mireku, K. & Ahiagbah, C. (2016). Compliance with international financial reporting standards: the case of listed firms in Ghana. *Journal of Financial Reporting and Accounting*, 14(1), 131–156. <https://doi.org/10.1108/JFRA-01-2015-0003>
- Bushman, R. M. & Smith, A. J. (2001). Financial accounting information and corporate governance. *Journal of Accounting and Economics*, 32(1), 237–333. [https://doi.org/10.1016/S0165-4101\(01\)00027-1](https://doi.org/10.1016/S0165-4101(01)00027-1)
- Cohen, S., & Karatzimas, S. (2017). Accounting information quality and decision-usefulness of governmental financial reporting: Moving from cash to modified cash. *Meditari Accountancy Research*, 25(1), 95–113. <https://doi.org/10.1108/MEDAR-10-2015-0070>
- Elliott, B. & Elliott, J. (2007). *Financial Accounting and Reporting*. Pearson Education.

- Fitriati, A. & Mulyani, S. (2015). The Influence of Leadership Style on Accounting Information System Success and Its Impact on Accounting Information Quality. *Research Journal of Finance Accounting*, 6(11), 167–173.
- Gray, G. L., Turner, J. L., Coram, P. J. & Mock, T. J. (2011). Perceptions and misperceptions regarding the unqualified auditor's report by financial statement preparers, users, and auditors. *Accounting Horizons*, 25(4), 659–684. <https://doi.org/10.2308/acch-50060>
- Grigoras-Ichim, C.-E. & Morosan-Danila, L. (2016). Hierarchy of accounting information qualitative characteristics in financial reporting. *The USV Annals of Economics Public Administration*, 16(1(23)), 183–191.
- Kieso, D. E., Weygandt, J. J., Warfield, T. D., Wiecek, I. M. & McConomy, B. J. (2019). *Intermediate Accounting*. Twelfth Canadian Edition, John Wiley & Sons Canada. [https://media.wiley.com/product\\_data/excerpt/43/11194970/1119497043-2.pdf](https://media.wiley.com/product_data/excerpt/43/11194970/1119497043-2.pdf) (20 November, 2022)
- Kythreotis, A. (2014). Measurement of Financial Reporting Quality Based on IFRS Conceptual Framework's Fundamental Qualitative Characteristics. *European Journal of Accounting, Finance Business*, 2(3), 4–29.
- Lennard, A. (2007). Stewardship and the objectives of financial statements: a comment on IASB's preliminary views on an improved conceptual framework for financial reporting: the objective of financial reporting and qualitative characteristics of decision-useful financial reporting information. *Accounting in Europe*, 4(1), 51–66. <https://doi.org/10.1080/17449480701308774>
- Mahdi dehdar al-aedi, A. & Abadi, M. K. N. (2019). The impact of financial policy and financial analysis in the banking credit decision: An Analytical Study of Rafidain and Rasheed Banks (Model). *Al Kut Journal of Economics Administrative Sciences*, 1(31), 279–306.
- Moradi, M., Jafari, S. M., Ehteshamnejad, E. & Asaadi, A. (2019). Multi-criteria statistical-based analysis on the effect of accounting information quality on efficiency of investment by emphasizing upon auditor specialty in industry in accepted corporations in Tehran stock exchange. *International Transaction Journal of Engineering Management Applied Sciences Technologies*, 10(8), 1105–1114. <https://doi.org/10.14456/ITJEMAST.2019.105>
- Neogy, T. K. (2014). Qualitative Characteristics of Accounting Information: A Study on Mobile Telecommunication Companies in Bangladesh. *ASA University Review*, 8(1), 69–81. <https://doi.org/10.18034/gdeb.v3i1.170>
- Obaidat, A. N. (2007). Accounting Information Qualitative Characteristics Gap: Evidence from Jordan. *International Management Review*, 3(2), 26–32.
- Palepu, K. G., Healy, P. M., Wright, S., Bradbury, M. & Coulton, J. (2020). *Business Analysis and Valuation: Using Financial Statements*. Cengage.
- Tian, C. & Peng, J. (2020). An integrated picture fuzzy ANP-TODIM multi-criteria decision-making approach for tourism attraction recommendation. *Technological Economic Development of Economy*, 26(2), 331–354. <https://doi.org/10.3846/tede.2019.11412>

## **Tourism Development in Indonesia - Surakarta City Role Supporting National Tourism Planning**

**Rizky Arif NUGROHO M.T.**

Assistant Professor

*Institut Teknologi Kalimantan - Indonesia*

**Laura BAZSÓNÉ BERTALAN PhD**

Assistant Professor

*University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics - Hungary*

**Judit PAPPNÉ VANCSÓ PhD**

Associate Professor

*University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics – Hungary*

### **Abstract**

The tourism sector in Indonesia is considered a priority sector as in 2015, the tourism sector became the highest presentation in ASEAN for the contributor to the national Gross Domestic Product (GDP) constituting 10%. Based on the Long-Term National Tourist Development Plan for 2010-2025, the Indonesian government had been selected as many as 50 tourism destinations nationwide to be developed by 2025. Indonesia also has a broad diversity of cultural values to be the main tourist attraction. The optimism is raised as cultural-based tourism will continue to expand in the future. Cultural-based tourism could be seen as a local area development driver, although the human factor is still considered the key role. Knowledge, skills, motivations, and collaboration are the main factors. In addition, it is also important to highlight not individual offers, but the region as a whole connecting different tourism spots. Surakarta City offers several attractions for its tourism both tangible and intangible divided into different themes such as historical; cultural; natural, entertainment, and recreation; religious; handy craft art; transportation; shopping; and culinary. Regarding the potential possessed by the city, education tourists and individual mass tourists should be considered the most suitable target markets and additionally, the related tourism products and services to be applied aiming to support Indonesia's tourism planning.

*Keywords:* cultural-based tourism, Surakarta, tourism development planning

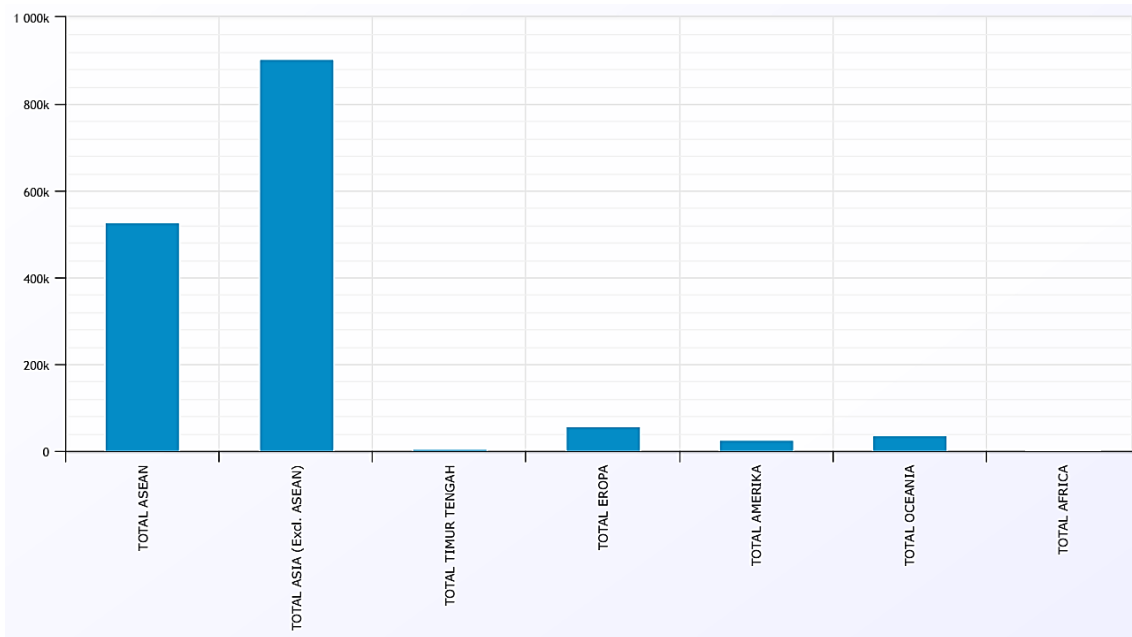
*JEL Codes:* L83, Z32

## **1. Introduction**

### **1.1. Research Background**

Tourism sector in Indonesia is considered as priority sector (Aldianto et al., 2020) as in 2015, tourism sector became the highest presentation among ASEAN countries for contributor of the national GDP constituting 10% (Alamsjah, 2016). The number of international tourists visit Indonesia during year 2021 are 528.226 (ASEAN), 904.841 (Asia), 5.639 (Middle East), 55.906 (Europe), 25.073 (America), 35.504 (Oceania), and 2.341 (Africa), as illustrated on the following graphic to demonstrate economic potential regarding tourism sector.

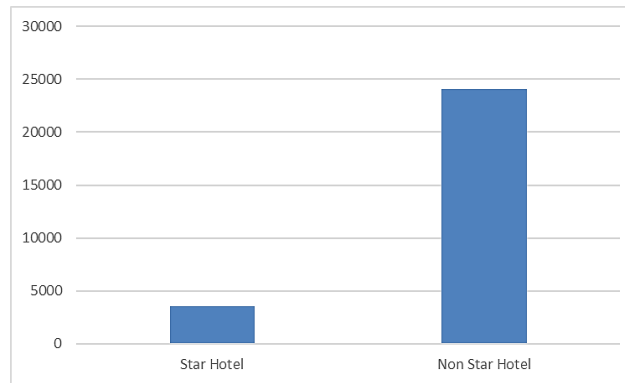




**Figure 1: International Tourists of Indonesia Tourism**  
Source: Badan Pusat Statistik (2021b)

Based on the Long-Term National Tourist Development Plan for 2010-2025, Indonesia government had been selected as much as 50 tourism destinations nationwide to be developed by 2025 (Ollivaud & Haxton, 2019). Indonesia also has broad diversity of culture to be main tourist attraction (Wilopo & Hakim, 2017). The optimism raise as cultural based tourism will continue to expand in the future (Richards, 2018). Cultural based tourism could be seen as local area development driver, although human factor still considered as the key role. The change of time also generates tourism activity pattern (Erwan et al., 2022). The knowledge, skills, motivations, and collaboration are the main factors. In addition, it is also important to highlight not individual offers, but the region as a whole connecting different tourism spots (Št'astná et al., 2020). However, the lack of cooperation between government, private sector, non-government organizations, academicians, and communities stalled the development of tourism sector (Cholik, 2017).

A numbers of issues regarding tourism in Indonesia could be describe as follows (1) safety, (2) sanitation, (3) Information and Communication Technology (ICT) preparation, (4) environment, and (5) infrastructure (Haryanto, 2019). Those issues may become obstacles to fulfill Indonesian tourism plan under high quality and sustainable concept. Tourism sector become crucial since able encouraging local economic development and improving social welfare (Aisyianita, 2021). In order to develop tourism, the component of tourist destination have to be considerate, namely attraction, accessibility, amenity, and ancillary (Andrianto & Sugiama, 2016). Even though, Indonesia owns vast number of accommodation (see Figure 2), for instance both star and non-star hotel, investment is still needed to support the whole tourism system (Cholik, 2017).



**Figure 2: The Number of Accommodation in Indonesia**  
Source: Badan Pusat Statistik (2021a)

Sustainability of tourism also important since enabling activity of tourism; namely the community, the destination, and the attraction; remains perfectly working for long period and harmless to the environment (Higgins-Desbiolles, 2018). Therefore, the effort to improve tourism sector would be more effective and efficient, since address directly to the key components.

Tourism development is not always had a positive impact towards community. Some of the negative impacts of tourism regarding to social are crowding and congestion, un-cleanliness, and environmental damage. In addition, even when tourism activity manage to keep local culture unharmed, but it has failed to gain position as tourism product, failing to gain benefit of economic aspect (Sawant, 2017). Furthermore, in order to gain sufficient benefit from tourism sector, community should possess adequate set of skills and knowledge to actively involved in tourism activity (Gnanapala & Sandaruwani, 2016).

Surakarta-Sangiran Region is one of 50 destinations for tourism development in Indonesia (National Tourism Masterplan Year 2010-2025, 2011). The planned region consist of four Regions of National Tourism Development and two Strategic Regions of National Tourism forming National Tourism Destination. As the core of the region, Surakarta City offers several attractions for its tourism both tangible and intangible divided into different themes such as historical; cultural; natural, entertainment, and recreation; religious; handy craft art; transportation; shopping; and culinary (Surakarta Tourism Office, 2019). Regarding the potential possessed by the city, education tourists and individual mass tourists should be considered the most suitable target markets and additionally, the related tourism products and services to be applied aiming to support Indonesia's tourism planning.

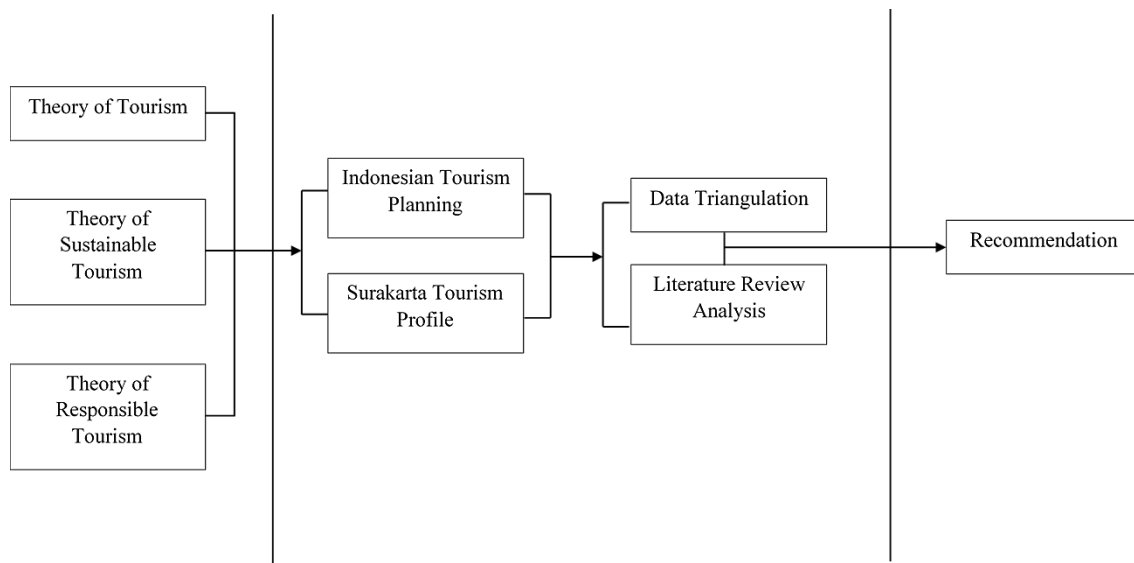
Based on those empirical evidences, it is clear that tourism sector in Indonesia has a strong capability as one of leading sector to increase social welfare of Indonesian. However, every stakeholders have to take account in regards to the sustainability of the sector. Thus, tourism in Indonesia will develop to create positive outcome for Indonesia economic well-being.

### ***1.2. Research Objective***

Research found that sustainability of tourism is essential solving problems in regards to community and environment, while at the same time is expected to make the activity last longer in time, and to improve the quality of tourism itself. The same method could be implemented for tourism sector in order to expand it. In order to understand the role of Surakarta City to support Indonesia planning on tourism, the research aims to these objectives.

1. To understand evolution of Indonesia tourism planning.
2. To understand Surakarta City tourism profile.
3. To formulate recommendations developing sustainable cultural tourism in Surakarta City.

The framework of the research could be as follow.



**Figure 3: Research Framework**  
Source: Own elaboration (2022)

## 2. Literature Analysis

### 2.1. Sustainable Tourism

Unregulated development of tourism causing negative impacts in social, economic, and environment due to air pollution, landscape degradation (Amuquandoh, 2010), destination's profit leakout (Lacher & Nepal, 2010), increasing price (Tkalec & Vizek, 2016), inadequate working condition (Cabezas, 2008), overcrowding, social strain between community and visitors, crime, or commodification of culture and tradition (Yang et al., 2013). Sustainable tourism not only belongs to key agenda points of Global Sustainable Development 2030 (SDGs) (Ullah et al., 2021), but also became one of main goals in many countries as fundamental tourism policy (Hall, 2019). Based on definition by The World Tourism Organization (WTO), sustainable tourism as something that not only meets the needs of present tourists or host region, but also protecting and enhancing opportunities in the future time. All aspects, for instance social, economic, and environment resources are managed to taken care of (Manente & Minghetti, 2006). In addition, most of sustainable development model include three principles, especially environmental sustainability, inclusive economic sustainability, and the inclusive social development (Basiago, 1998). Environmental sustainability means to protecting the biodiversity, while economic sustainability aims to provide economic benefits for all stakeholders, and inclusive social development based on assumption that economic growth constrained by equity, empowerment, cultural identity and institutional stability (Zhu et al., 2019). In achieving sustainability, partnership and collaboration among stakeholders is crucial (Roxas et al., 2020). This means extensive cooperation among tourist companies, tourist destinations, and authorities (national, regional, and local) is needed to be competitive and overcome challenge (Angelkova et al., 2012). Decision in regards to policy related to sustainable tourism is essential since affecting greatly on how tourism will developed (Bramwell, 2007). Therefore, good governance is critical to ensure all stakeholders shared equal contribution in developing tourism destinations (Geiger, 2017).

### 2.2. Responsible Tourism

Responsible tourism means about individual's social and environment concern toward tourist destinations (T.-M. Cheng & Wu, 2015), particularly by conserving local people way of live and benefit them socially and at the same time keeping negative impact of tourism in destinations minimally (Carasuk et al., 2016). Responsible tourism guidelines are following (Goodwin & Francis, 2003):

- Environment protection,
- Respecting locals,
- Local community beneficial,
- Natural resource conservation,
- Minimize pollution.

The guidelines resulting two perspectives, friendly environmental and ethical issues (Cheng et al., 2011). In terms of ecological friendliness, responsible tourism depicted as an action to protect natural environment. While ethical issues related to all stakeholders, including locals, are supporting and practicing responsible behaviour in tourism destinations. This concept is believed as a feasible alternative approach in tourism to get the best of economic and social benefit but safe to environment (Burrai et al., 2019). In the micro level, responsible tourism may encourage successful tourism management, local people well-being, and sustainability of destinations (Mathew & Sreejesh, 2017) to create positive correlation between local community satisfaction and destinations sustainability (Chan et al., 2021). Implementation of responsible tourism concept consists of three phases (Mihalic, 2016), for instance:

- Awareness → Social awareness of all sustainability issues, including behavioural aspect in the destinations.
- Agenda → Formulating relevant policy regarding sustainability.
- Action → Implementation of previous phases.

Responsible tourism in Indonesia considered as suitable concept to be implemented since the country faced issues namely spatial changes due to tourism activity and tourists behaviour affecting destinations quality to decline (Simatupang, 2022).

### ***2.3. Tourism in Indonesia***

Indonesia tourism development started in 1969 since policy about tourism development was released. The guidelines of national tourism development are stated as follow (Pedoman dalam Melaksanakan Kebijakan Pemerintah dalam Membina Pengembangan Kepariwisata Nasional, 1969):

- Reservation of not only beauty and diversification of natural resources of Indonesia, but also community culture as tourism attraction.
- Providing facilities to support tourism, including transportation, accommodation, entertainment, and other tourism hospitality services.
- Promoting Indonesia tourism actively and effectively.
- Ensuring continuity of tourism activity by administrative simplification.
- Encouraging air transportation as main transportation mode.

In 1969, the number of the international tourists were visited in Indonesia accounting at around 86.000 (Jafari, 2000). Therefore, The Government of Indonesia established Bali Tourism Development Corporation as the first master plan in regards to tourism development inspired by Hickman Powell's *The Last Paradise: An American's 'Discovery' of Bali in the 1920s* published in 1930. The book was driving the figure of international tourist increasing steadily from 11.278 in 1969 (Yamashita, 2013) to 2.114.991 by the year 2008. Thus, Bali becoming Indonesia main tourist attraction. Indonesia tourism branding had changed several times until today (Komsary, 2015), depicted on the Figure 4.



**Figure 4: Indonesia Tourism Branding**

Source: Komsary (2015)

The newest branding, Wonderful Indonesia, showing Indonesia has an outstanding natural environment and charming society as well (Satria & Fadillah, 2021). Moreover, Indonesia also rich with wonder, either its people as well as natural environment, which thrilling and promises a new pleasant experience (Mutma & Dyanasari, 2019). It is important to show international tourist that Indonesia has many attractive tourist destination other than Bali in order to avoid over tourism.

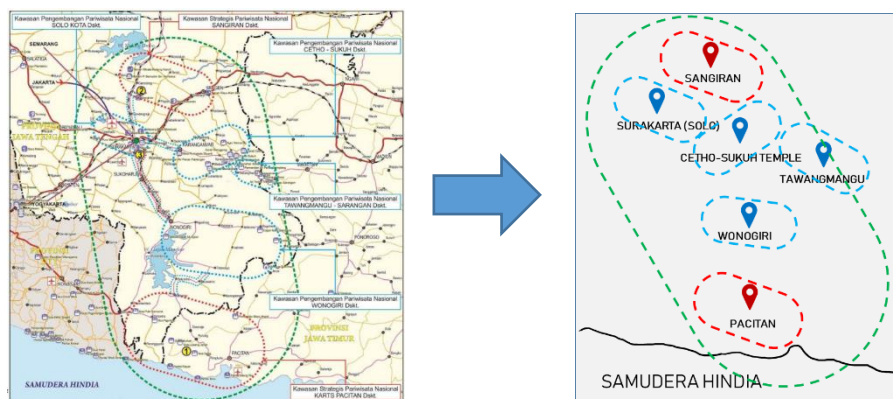
### 3. Discussion

#### 3.1. Methodology

This paper was conducted to produce recommendation in regards to develop Indonesia tourism by optimizing tourist destinations in the country utilizing literature review method. The database used are from SCOPUS, Google Scholar, and government documents. The next step was to analysis all of the information gathered using data triangulation in order to formulate recommendation. Data triangulation was used to ensuring the recommendations were in line according to the theory (Nugroho et al., 2019).

#### 3.2. Surakarta City Tourism Profile

The Government of Indonesia release the Long-Term National Tourist Development Plan for 2010-2025 in order to attract international visitors to enjoy the country tourism by developing fifty destinations, for instance Surakarta-Sangiran Region. The location of the destination illustrated in Figure 5.



**Figure 5: Surakarta-Sangiran Destination**

Source: National Tourism Masterplan Year 2010-2025 (2011)

Surakarta – Sangiran Regional Tourism Planning, as a national destination, consists of four regions of National Tourism Development and two strategic regions of National Tourism. Surakarta (Solo) City will be the core of the development of the tourist destination region. Tourism is often considered as a vehicle for regional development due to the positive economic impacts of the industry (Kauppila et al., 2009), thus developing Surakarta City tourism will drive whole region development as well.

Surakarta is located in Central Java-Indonesia; one hour from Bali, one hour from Jakarta by air, two hours from Kuala Lumpur, one and half hours from Singapore, or eight hours from Jakarta by train. Surakarta also able to reach via Yogya around 1 hour with commuter trains. International gateways and could be accessed directly from Kuala Lumpur and Singapore and could be accessed from Bali via Yogyakarta and Jakarta. The population of about 500.000 inhabitants. Surakarta is known as one of the core of Javanese culture that traditionally is one of the political center and the development of Javanese tradition. The prosperity of this region since the 19<sup>th</sup> century, encouraging the development of Java language literature, dance, culinary arts, fashion, architecture, and various other cultural expressions. The language used in Surakarta is a dialect of Javanese Mataraman (Middle Javanese) with a variant of Surakarta. However, the local variant of Surakarta is known as “soft variant” because the use of words in the widespread conduct everyday conversation, more extensive than in other places. Official language in Surakarta is Bahasa. Lastly, Surakarta has an equatorial climate, which is warm and humid all year round. The temperature averages around 28° Celsius daily, with abundant rainfall during the monsoon seasons from December to March approximately 11.65 mm (Badan Pusat Statistik Kota Surakarta, 2018).

Based on the data provided by Surakarta Tourism Office (2019), the visitors of Surakarta City could be divided into two categories, domestic and international. Both categories have detailed sub-category, namely gender, the number of tourist, age ranges, motivation, attraction, and transportation mode. The data were depicted on Table 1.

**Table 1: Surakarta Tourism Profile**

<b>National</b>	<b>Category (in Majority)</b>	<b>International</b>
352.700 tourists	<b>Number of Visitor</b>	1.406 tourists
Female (60.7%)	<b>Gender</b>	Female (53.4%)
Age between 21-24 (49%)	<b>Age Range</b>	Age between 35-44 (29.8%)
Vacation (49.2%)	<b>Motivation</b>	Vacation (48.2%)
Tourism Attraction (35%)	<b>Interest</b>	Tourism Attraction (48.2%)
Product Price (44.7%)	<b>Willingness to Pay Factor</b>	Product Price (19.9%)
Private Vehicle (25.6%)	<b>Transportation Mode</b>	Travel Agent Vehicle (35.6%)

Source: Surakarta Tourism Office (2019)

Surakarta City has numerous tourism objects clustered in several different themes, for instance:

- Historical Tourism consists of Kasunanan Surakarta Palace and many museums.
- Cultural Tourism consists of Javanese Dancing Drama, Javanese Traditional Performance, and Shadow Puppet.
- Natural, Entertainment, and Recreation Tour consists of Grojogan Sewu Waterfall, Batik Village, Jurug Zoo, and so on.
- Religious Tourism consists of Great Mosque of Surakarta Palace.
- Handycraft Art Destination consists of Gamelan Making Gallery and Glass Making Workshop.

- Transportation Tourism consists of Double Decker Bus and Steamed Locomotive Train.
- Shopping Tourism consists of Klewer Market, Gede Hardjonagoro Market, and other shopping destinations.
- Culinary Tourism consists of Timlo, Selat, Soto, Bakso, and other variety of traditional culinary.

### 3.3. Surakarta City Role Supporting National Tourism Planning

In order to understand the way Surakarta City may supporting national tourism planning, first the target group have to be determined by comparing theoretical aspect, national regulation, and Surakarta City tourism profile. The results showed in the following table:

**Table 2: Surakarta City Tourism Target Market**

Theoretical	Regulation	Surakarta Tourism Profile	Target Market
Individual mass tourist main motivation is recreation (Yiannakis & Gibson, 1992)	Providing facilities to support tourism, including transportation, accommodation, entertainment, and other tourism hospitality services.	Most tourist, both national and international, come to Surakarta for vacation.	Individual Mass Tourist
In order to develop tourism, the component of tourist destination have to be considerate, namely attraction, accessibility, amenity, and ancillary (Andrianto & Sugiama, 2016)	Providing facilities to support tourism, including transportation, accommodation, entertainment, and other tourism hospitality services.	Surakarta has international gateways.	National and International Visitors
Leisure activities is important, including tourism, in building healthy relationships among family members (Wu & Wall, 2016).	Ensuring continuity of tourism activity by administrative simplification.	Many attractions or tourism products promoting family togetherness.	Families
Educational tourism can be viewed as “general interest learning while traveling” to “purposeful learning and travel” (Ritchie et al., 2003).	Promoting Indonesia tourism actively and effectively.	Many tourist objects offering knowledge about culture or history.	Education Tourist

Source: Pedoman dalam Melaksanakan Kebijakan Pemerintah dalam Membina Pengembangan Kepariwisata Nasional (1969); Yiannakis & Gibson (1992); Andrianto & Sugiama (2016); Wu & Wall (2016); Ritchie et al. (2003)

Based on the target market of Surakarta City Tourism as showed on Table 2, recommendations in order to develop tourism in the city could be explained as follow:

- Optimizing public transportation system since data showed that majority of tourists, both domestic and international, had not using public transportation. Instead they were using private vehicle and travel agent vehicle.
- Creating tour package as Surakarta City has many tourist attractions, thus all destinations could be visited and developed equally.
- Arrange regulation to limit visitor on certain tourist object since many tourist attractions have small area and historical relics of the past to be preserved.
- Responsible tourism may help the sustainability of Surakarta tourism due to local people still practiced their culture strongly.

#### **4. Conclusion**

Surakarta (Solo) City will be the core of the development of the Surakarta-Sangiran tourist destination region. Furthermore, Surakarta is known as one of the core of Javanese culture that traditionally is one of the political center and the development of Javanese tradition, encouraging the development of Java language literature, dance, culinary arts, fashion, architecture, and various other cultural expressions. Individual mass tourist, both national and international, was recommended as target market along with educational and family tourism concept. All in all, the role of Surakarta City to support National Tourism Development could be explained into three aspects.

Firstly, developing tourism in Surakarta City may help Indonesia promoting diversity of culture in the country. Surakarta City possess vast variety of cultural theme tourist object heavily influenced by Javanese culture. The culture itself entirely different compared to people culture in Bali, the most famous tourist destination in Indonesia, ranging from traditional clothing to traditional culinary. Furthermore, the different in culture could be encouraging more enthusiasm from international tourists to visit Indonesia as Surakarta City may offer new authentic and exciting experience for the tourists. Thus, the diversity of culture could becoming Indonesia potency in regards to tourism.

Secondly, most of the tourist objects in Surakarta City presenting exposure to local culture rather than enjoying natural environment. Indonesia, especially Bali, is famous for its natural destinations notably the beach for surfing or enjoying sunset. However, considering Indonesia also has rich variety of culture, this potential aspect could be an alternative way for tourists to enjoy tourism in the country. Since Surakarta City offers nothing but traditional culture as its strength on the term of tourism, then developing the city tourism may help Indonesia to broaden national tourist destinations. Therefore, Indonesia able to unlock new market for its tourism in the future.

Lastly, The Government of Indonesia plan to develop fifty tourism destinations around the country while Surakarta-Sangiran Region is among them. Surakarta City would be becoming the development core of the planning since transportation hubs are located in the city, namely bus station, train station, and airport. Tourists will come to the region through Surakarta City in order to visit other tourist destinations spot around the city in the region. To develop the region, Surakarta City as the core, have to be able attracting more visitors to come. Then, those visitors could be directed to visit another objects around in the region. As a consequence, trickle-down effect will occurs developing Surakarta-Sangiran Region based on the development of Surakarta City tourism. Thus, the region will be fully developed as stated on The Government of Indonesia National Tourism Masterplan document.



## Bibliography

- Aisyianita, R. A. (2021). Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan di D. I. Yogyakarta Melalui Pendekatan Kewirausahaan Sosial (Sociopreneurship). *Media Wisata*, 15(2). <https://doi.org/10.36276/mws.v15i2.114>
- Alamsjah, M. I. (2016, September 22). Paparan kementerian Pariwisata RI untuk KIDI ke-6 2016. Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia.
- Aldianto, L., Novani, S., Anggadwita, G., Budi, A. A. & Wirawan, C. (2020). Soft System Methodology Approach: Tourism Conceptual Model As The Identity Of Bandung, Indonesia. *Business: Theory and Practice*, 21(1), 282–292. <https://doi.org/10.3846/btp.2020.11038>
- Amuquandoh, F. E. (2010). Residents' Perceptions of The Environmental Impacts of Tourism in The Lake Bosomtwe Basin, Ghana. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(2), 223–238. <https://doi.org/10.1080/09669580903298531>
- Andrianto, T. & Sugiama, G. (2016). The Analysis of Potential 4A's Tourism Component in the Selasari Rural Tourism, Pangandaran, West Java. In *Proceedings of the Asia Tourism Forum 2016 - the 12th Biennial Conference of Hospitality and Tourism Industry in Asia (ATF-16)* (pp. 138–144). Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/atf-16.2016.21>
- Angelkova, T., Koteski, C., Jakovlev, Z. & Mitrevska, E. (2012). Sustainability and Competitiveness of Tourism. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 44, 221–227. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.05.023>
- Badan Pusat Statistik (2021a). Grafik Jumlah Akomodasi, Kamar, dan Tempat Tidur yang Tersedia pada Hotel Bintang Akomodasi Tahun 2021, INDONESIA [Indonesia Statistic Database]. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/subject/16/pariwisata.html#subjekViewTab5>
- Badan Pusat Statistik (2021b). Grafik Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia Menurut Kebangsaan Tahun 2021, 7 Kebangsaan (dalam Kunjungan) [Indonesia Statistic Database]. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/subject/16/pariwisata.html#subjekViewTab5>
- Badan Pusat Statistik Kota Surakarta (2018). Banyaknya Curah Hujan dan Hari Hujan 2015-2017 [Indonesia Statistic Database]. Badan Pusat Statistik Kota Surakarta. <https://surakarta-kota.bps.go.id/indicator/151/113/1/banyaknya-curah-hujan-dan-hari-hujan.html>
- Basiago, A. D. (1998). Economic, Social, and Environmental Sustainability in Development Theory and Urban Planning Practice. *The Environmentalist*, 19(2), 145–161. <https://doi.org/10.1023/A:1006697118620>
- Bramwell, B. (2007). Critical and Normative Responses to Sustainable Tourism. *Tourism Recreation Research*, 32(3), 76–78. <https://doi.org/10.1080/02508281.2007.11081544>
- Burrai, E., Buda, D.-M. & Stanford, D. (2019). Rethinking The Ideology of Responsible Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(7), 992–1007. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1578365>
- Cabezas, A. L. (2008). Tropical Blues: Tourism and Social Exclusion in the Dominican Republic. *Latin American Perspectives*, 35(3), 21–36. <https://doi.org/10.1177/0094582X08315765>
- Carasuk, R., Becken, S. & Hughey, K. F. D. (2016). Exploring Values, Drivers, and Barriers as Antecedents of Implementing Responsible Tourism. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 40(1), 19–36. <https://doi.org/10.1177/1096348013491607>
- Chan, J. K. L., Marzuki, K. M. & Mohtar, T. M. (2021). Local Community Participation and Responsible Tourism Practices in Ecotourism Destination: A Case of Lower Kinabatangan, Sabah. *Sustainability*, 13(23), 13302. <https://doi.org/10.3390/su132313302>
- Cheng, T., Woon, D. K. & Lynes, J. K. (2011). The Use of Message Framing in the Promotion of Environmentally Sustainable Behaviors. *Social Marketing Quarterly*, 17(2), 48–62. <https://doi.org/10.1080/15245004.2011.570859>

- Cheng, T.-M. & Wu, H. C. (2015). How Do Environmental Knowledge, Environmental Sensitivity, and Place Attachment Affect Environmentally Responsible Behavior? An Integrated Approach for Sustainable Island Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(4), 557–576. <https://doi.org/10.1080/09669582.2014.965177>
- Cholik, M. A. (2017). The development of tourism industry in Indonesia: Current problems and challenges. *European Journal of Research and Reflection in Management Sciences*, 5(1), 49–59.
- Erwan, F., Lufika, R. D., Dewi, C., Muhammad, S., Muslim, M. & Ilyas, S. (2022). Perancangan Daya Tarik Wisata untuk Pengembangan Desa Wisata dan Inovasi Nilam di Desa Ranto Sabon Kabupaten Aceh Jaya. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 9(1), 82–96. <https://doi.org/10.24843/JUMPA.2022.v09.i01.p04>
- Geiger, O. C. E. (2017). The Impact of Stakeholder Relations on The Sustainability of Tourism Development. An Indonesian Case Study. Master Thesis. UiT The Arctic University of Norway.
- Gnanapala, W. K. A. & Sandaruwani, J. A. R. C. (2016). Socio-economic impacts of tourism development and their implications on local communities. *International Journal of Economics and Business Administration*, 2(5), 58–67.
- Goodwin, H. & Francis, J. (2003). Ethical and Responsible Tourism: Consumer Trends in The UK. *Journal of Vacation Marketing*, 9(3), 271–284. <https://doi.org/10.1177/135676670300900306>
- Hall, C. M. (2019). Constructing Sustainable Tourism Development: The 2030 Agenda and The Managerial Ecology of Sustainable Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(7), 1044–1060. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1560456>
- Haryanto, J. T. (2019). Kesesuaian Kegiatan Dana Alokasi Khusus (DAK) Pariwisata dan Permasalahan Pariwisata di Indonesia. *Matra Pembaruan*, 3(1), 25–36. <https://doi.org/10.21787/mp.3.1.2019.25-36>
- Higgins-Desbiolles, F. (2018). Sustainable tourism: Sustaining tourism or something more? *Tourism Management Perspectives*, 25, 157–160. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.11.017>
- Jafari, J. (Ed.). (2000). *Encyclopedia of Tourism*. Routledge.
- Kauppila, P., Saarinen, J. & Leinonen, R. (2009). Sustainable Tourism Planning and Regional Development in Peripheries: A Nordic View. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 9(4), 424–435. <https://doi.org/10.1080/15022250903175274>
- Komsary, K. C. (2015). *Perkembangan Pariwisata Indonesia*. Bina Nusantara. <https://hotel-management.binus.ac.id/2015/11/18/perkembangan-pariwisata-indonesia/>
- Lacher, R. G. & Nepal, S. K. (2010). From Leakages to Linkages: Local-Level Strategies for Capturing Tourism Revenue in Northern Thailand. *Tourism Geographies*, 12(1), 77–99. <https://doi.org/10.1080/14616680903493654>
- Manente, M. & Minghetti, V. (2006). Destination Management Organizations and Actors. In *Tourism Business Frontiers* (pp. 228–237). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-7506-6377-9.50032-8>
- Mathew, P. V. & Sreejesh, S. (2017). Impact of Responsible Tourism on Destination Sustainability and Quality of Life of Community in Tourism Destinations. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 31, 83–89. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2016.10.001>
- Mihalic, T. (2016). Sustainable-Responsible Tourism Discourse – Towards ‘Responsustable’ Tourism. *Journal of Cleaner Production*, 111, 461–470. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.12.062>
- Mutma, F. S. & Dyanasari, R. (2019). Perencanaan Komunikasi Pemasaran Wonderful Indonesia Sebagai Place Branding Indonesia. *Communicare: Journal of Communication Studies*, 5(2), 61–80. <https://doi.org/10.37535/101005220185>
- National Tourism Masterplan Year 2010-2025, no. 50, Ministry of Tourism (2011).

- Nugroho, R. A., Santoso, E. B. & Susetyo, C. (2019). Konsep Manajemen Trans Batik Solo sebagai Pendukung Sektor Pariwisata di Kota Surakarta. *Jurnal Manajemen Aset Infrastruktur & Fasilitas*, 3(1), 49–58. <https://doi.org/10.12962/j26151847.v3i1.5162>
- Ollivaud, P. & Haxton, P. (2019). Making the most of tourism in Indonesia to promote sustainable regional development (OECD Economics Department Working Papers No. 1535). OECD Publishing. [https://www.oecd-ilibrary.org/economics/making-the-most-of-tourism-in-indonesia-to-promote-sustainable-regional-development\\_c73325d9-en](https://www.oecd-ilibrary.org/economics/making-the-most-of-tourism-in-indonesia-to-promote-sustainable-regional-development_c73325d9-en)
- Pedoman dalam Melaksanakan Kebijakan Pemerintah dalam Membina Pengembangan Kepariwisata Nasional, no. 9 (1969).
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12–21. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005>
- Ritchie, B. W., Carr, N. & Cooper, C. (2003). *Managing Educational Tourism*. Channel View Publications. <https://doi.org/10.21832/9781873150528>
- Roxas, F. M. Y., Rivera, J. P. R., & Gutierrez, E. L. M. (2020). Mapping Stakeholders' Roles in Governing Sustainable Tourism Destinations. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45, 387–398. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.09.005>
- Satria, F. & Fadillah, F. (2021). Konsep City Branding dan Identifikasi Nilai Lokal pada Kota-Kota Indonesia dalam Mendukung Nation Branding Indonesia. *Jurnal Desain*, 8(2), 147–158. <https://doi.org/10.30998/jd.v8i2.8118>
- Sawant, M. (2017). Socio-economic impacts of tourism development at Aurangabad district. In *Research & Consultancy* (pp. 1–8). Marathwada University: Aurangabad.
- Simatupang, W. (2022). Responsible Tourism in Indonesia: Multiple Choices, Open Ended Answers. In "6th Conference of the International Forum on Urbanism (IFoU): TOURBANISM, Barcelona, 25-27 gener". Barcelona: IFoU, pp. 1–10.
- Šťastná, M., Vaishar, A., Ryglová, K., Rašovská, I. & Zámečník, S. (2020). Cultural Tourism as a Possible Driver of Rural Development in Czechia. Wine Tourism in Moravia as a Case Study. *European Countryside*, 12(3), 292–311. <https://doi.org/10.2478/euco-2020-0017>
- Surakarta Tourism Office. (2019). Profil Pariwisata Surakarta 2019. Surakarta Tourism Office.
- Tkalec, M. & Vizek, M. (2016). The Price Tag of Tourism: Does Tourism Activity Increase the Prices of Goods and Services? *Tourism Economics*, 22(1), 93–109. <https://doi.org/10.5367/te.2014.0415>
- Ullah, Z., Naveed, R. T., Rehman, A. U., Ahmad, N., Scholz, M., Adnan, M., & Han, H. (2021). Towards the Development of Sustainable Tourism in Pakistan: A Study of the Role of Tour Operators. *Sustainability*, 13(9), 4902. <https://doi.org/10.3390/su13094902>
- Wilopo, K. K., & Hakim, L. (2017). Strategi pengembangan destinasi pariwisata budaya (Studi kasus pada kawasan Situs Trowulan sebagai Pariwisata Budaya Unggulan di Kabupaten Mojokerto). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 41(1), 56–65.
- Wu, M.-Y., & Wall, G. (2016). Chinese Research on Family Tourism: Review and Research Implications. *Journal of China Tourism Research*, 12(3–4), 274–290. <https://doi.org/10.1080/19388160.2016.1276873>
- Yamashita, S. (2013). The Balinese Subak as World Cultural Heritage: In The Context of Tourism. *Jurnal Kajian Bali*, 3(2), 39–68.
- Yang, J., Ryan, C. & Zhang, L. (2013). Social Conflict in Communities Impacted by Tourism. *Tourism Management*, 35, 82–93. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.06.002>
- Yiannakis, A. & Gibson, H. (1992). Roles Tourists Play. *Annals of Tourism Research*, 19(2), 287–303. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(92\)90082-Z](https://doi.org/10.1016/0160-7383(92)90082-Z)

Zhu, H., Zhang, J., Yu, X. & Hu, S. (2019). Sustainable Tourism Development Strategies and Practices of World Heritage Sites in China: A Case Study of Mt. Huangshan. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 14(04), 297–306. <https://doi.org/10.2495/SDP-V14-N4-297-306>

## **Green Manufacturing Practices Towards Sustainable Development in the Ready-Made Garments (RMG) Industry of Bangladesh**

**Md. Sadrul Islam SARKER, MBA**

PhD Student

*University of Sopron, István Széchenyi Economics and Management Doctoral School - Hungary*

Academic Staff Member

*Begum Rokeya University, Department of Management Studies, Rangpur - Bangladesh*

**Dr. K. M. Faridul HASAN PhD**

Postdoctoral Researcher

*University of Sopron, Faculty of Wood Science and Creative Industries - Hungary*

**Dr. István BARTÓK PhD**

Associate Professor

*University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics - Hungary*

### **Abstract**

In recent years, green manufacturing practices have gained significant attention in academia and industry. The ready-made garments (RMG) industry, the second-top industrial polluter in the world, is incorporating green manufacturing practices to reduce the negative impacts on the environment of the RMG industry and sustainable development for experiencing increased pressures from the stakeholders. The RMG industry in Bangladesh, being the world's second-largest garment exporter, has become the leading sector in the country's economy. However, the RMG industry is generating several environmental challenges like global warming, CO<sub>2</sub> emissions, climate change, etc. Thus, the RMG sector in Bangladesh is adopting green manufacturing practices to save the environment and attain sustainable development. The available literature needs a structured analysis of the issues despite the significance of the green development area. This study aims to represent the framework of green approaches in the RMG sector of Bangladesh and to construct the linkages between green manufacturing tactics and sustainable development of the Apparel industry in the country. This study adopts a systematic literature review to explore green manufacturing strategies such as organic materials, green building, green innovation, green supply chain, social issues, etc., which businesses are integrating for sustainability.

*Keywords:* green manufacturing practices, ready-made garments industry, sustainable development

*JEL Codes:* L67, Q56, Q57

### **1. Introduction**

The ready-made garments (RMG) business is recognized as one of the world's top industrial sectors and the most crucial contributor to Bangladesh's economy in employment, export earnings, and women empowerment (Habib et al., 2021). The sector employs about 4.1 million people, 65% of women, and accounts for 84% of Bangladesh's exports (BGMEA, 2020). The textile industries of Bangladesh are responsible for environmental and social issues like water pollution and unhealthy working conditions despite the crucial contributions they provide to the country's economy (Khan & Islam, 2015; Komal et al., 2020; Schiros et al., 2021). Every

textile-manufactured product contaminates the environment in some way, whether during production, consumption, or landfill. The fashion industry causes ecological catastrophes such as greenhouse gas emissions, water pollution, and waste generation for enormous consumption of resources, energy, and freshwater. Because of these problems, the fashion industry is under intense criticism from various groups, including the United Nations, governments, customers, and employees (Schaltegger et al., 2019; Schmitz et al., 2019; United Nations Global Compact, 2022). From this perspective, adopting green manufacturing practices (GMPs) in the textile sector is a valuable strategy for lowering adverse effects on the environment and society while simultaneously boosting the sector's profitability (Sangwan, 2011; Digalwar et al., 2017; Sharma et al., 2021).

Green manufacturing is an eco-friendly product and process design mode that minimizes waste and pollution and saves energy and resource consumption. According to Al-Hakimi et al., (2022), green manufacturing strategies lead to production efficiency, such as less energy and water consumption, lesser raw material costs, such as recycling and reuse rather than purchasing virgin materials, reduced environmental and occupational safety expenses, for example, and reduced regulatory compliance costs and potential liabilities, as well as an improved corporate image, such as a reduction in adverse environmental impact perceived by the public. Many researchers (Alay et al., 2016; Deif, 2011; Dilip Maruthi & Rashmi, 2015; Sarkar et al., 2020). Worldwide have worked on green manufacturing practices. However, the existing literature still needs a systematic explanation of the green manufacturing issues toward sustainable development of the apparel industry in Bangladesh. Hence, to fill this gap, the main objective of this paper is to identify green manufacturing approaches to promote the sustainability of Bangladesh's RMG sector.

## **2. Literature review**

### ***2.1. Sustainable development of the apparel industry***

The announcement of the Sustainable Development Goals (SDGs) by the United Nations (UN) in September 2015 has shifted the focus of governments, policymakers, scholars, and practitioners worldwide to sustainable development (D'Angelo et al., 2022). Sustainability focuses on meeting present needs without risking future generations' ability to do the same (Purvis et al., 2019). The phrase "triple bottom line (TBL)" is a well-known term in business that paved the way for the three aspects of sustainable development: societal, ecological, economic or people planet, and profit (Macchion et al., 2018). Sustainable development is currently a top priority for many companies, particularly apparel manufacturing companies, disreputable for carbon emissions and other forms of pollution. More and more businesses are publicly committing to sustainability initiatives, including recycling more, switching to renewable energy, and funding groups working to make society more environmentally friendly (Faysal et al., 2022). Sustainable development aims to address environmental, social, and economic issues. Environmentally, development should not threaten the atmosphere, water, soil, or living things. Environmental sustainability compares the tradeoff between financial benefit and ecological effect as the manufacturing process of textile products requires many resources and can cause critical environmental problems (Islam et al., 2021). By adopting initiatives such as the green button, 3R policy, sustainable energy, water, and chemical management approach, Bangladesh's textiles and apparel factories are striving to promote environmental sustainability (BGMEA, 2020). Economic dimensions of sustainability entail developing long-term competitiveness, controlling, and predicting long-term risks, generating earnings, attracting customers, lowering expenses, and creating jobs (Wong & Ngai, 2021). Apparel sustainability practices can bring competitive benefits such as greater employee recruitment and retention, cost reductions, improved employer brand, stakeholder interactions, and returns on capital. Social sustainability in

the RMG industry is concerned with ensuring social issues, for instance, workplace safety, hygiene and health, well-being, quality of life, access to training and education, and equity (Negrete & López, 2020). Addressing social issues from a supplier perspective can help achieve social sustainability. However, most development scholars, researchers, and professionals use the term "sustainable development" to mean improving and maintaining an economic, environmental, and sociocultural system that works for human progress (Mensah, 2019). Press (2021) pointed out that apparel sustainability is relevant to weak sustainability because it is micro-focused and examines on tiny subsets of economic activity whereas strong sustainability incorporates multiple stakeholders. However, the most difficult aspect of achieving apparel sustainability is managing all three challenges such as excessive consumption of scarce resources, industrial waste, and hazardous working conditions (Negrete & López, 2020). Therefore, integrating economic, social, and environmental dimensions is essential for sustainable development of textile industry.

## **2.2. Concept of green manufacturing practices**

Although the idea of green manufacturing dates to the 1990s (Sezen & Çankaya, 2013), in the recent two decades, it has got substantial attention from scholars, policymakers, and practitioners because of growing consciousness among stakeholders concerning sustainability (Rehman et al., 2016; Bai et al., 2019). Toke & Kalpande (2019) defined *green manufacturing* as a strategy of a manufacturing system that minimizes carbon footprint through the reduction of toxic pollutants and waste, the efficient use of materials and energy, and the application of a life cycle assessment (LCA), closed loop, and end-of-life (EOL) strategy. Clean manufacturing, environmentally conscious manufacturing, ecologically benign manufacturing, environmentally responsible manufacturing, sustainable manufacturing, and sustainable production are common synonyms for green manufacturing (Rehman & Shrivastava, 2013). Regardless of the terminology, the objective is the same: producing and distributing products that reduce the adverse impact on the environment because of their production, usage, and disposal (Hassan & Jaaron, 2021). Based on current research, this study believes green manufacturing is a manufacturing system that minimizes greenhouse gas emissions through the optimal and effective use of resources, energy, and water and increases social and economic resilience.

## **2.3. Green manufacturing practices towards apparel sustainability in Bangladesh**

Several authors have used the term "green manufacturing practices" (Govindan et al., 2015; Hassan & Jaaron, 2021). Green manufacturing processes refer to business procedures that uphold the three pillars of the sustainable development framework. Reducing manufacturing waste and using scarce natural resources are two of the primary goals of "green manufacturing techniques," which also seek to avoid trash sent to landfills. Thus, it safeguards workers and the environment while boosting operational efficiency, profitability, and productivity (Mukonzo, 2017). Green manufacturing processes include pro-environmental design, environmentally sustainable raw materials, environmental packaging, delivery, and disposal beyond the product's useful life (Rehman et al., 2016). However, green initiatives in the manufacturing industry are significant. Due to the need for a well-defined green business strategy, only some producers in emerging countries care much about environmental protection (Yasir et al., 2020). Many apparel firms in Bangladesh are reluctant to apply green manufacturing techniques in their operations, but interest groups, including buyers, compel manufacturers to implement green technology. Bangladesh has been taking a leading position in the green industrialization process. As a representative body, Bangladesh Garment Manufacturers and Exporters Association (BGMEA) founded the RMG sustainability council (RSC) in 2019 to achieve sustainable development. Realizing the gravity of the situation, BGMEA has joined the global fashion industry charter for climate change as a supporting body to cut the sector's greenhouse gas (GHG)

emissions by thirty percent by the year 2030, compared to the business as usual (BAU) level (BGMEA, 2020). In recent years, many apparel firms in Bangladesh have adopted green approaches such as the national 3R policy, organic raw materials usage, renewable energy, water, and chemical management to promote sustainability (Islam et al., 2018). Consequently, Bangladesh has the world's greenest apparel factories, with 91 LEED (Leadership in Energy and Environmental Design)-certified plants. Bangladesh is also home to 24 of the world's platinum-rated garment manufacturers, the highest amount in the world. Twenty-five Bangladeshi manufacturers have earned the US Green Building Council's (USGBC) highest certification, with six of the top ten LEED-certified factories in the world being in Bangladesh. Many RMG companies in Bangladesh are now using green practices such as green materials, green innovation, green energy, green building, waste management, green supply chain, and corporate social responsibility to reduce stress and make their businesses more sustainable (Chowdhury & Yasmin, 2018; BGMEA, 2020; Kaizer, 2020; Sarkar et al., 2020; Sabuj et al., 2021; Shamsuzzaman et al., 2021; Khairul Akter et al., 2022).

### 3. Research methodology

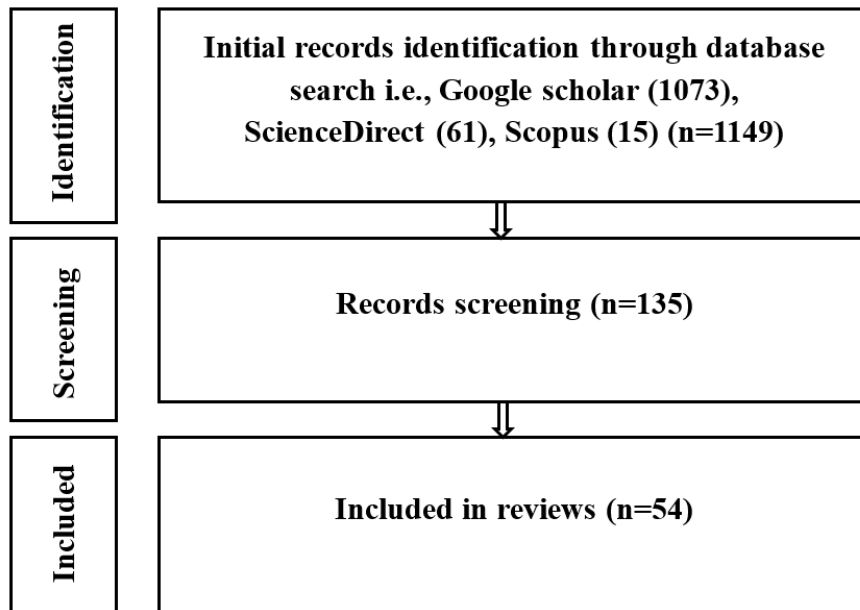
This study is based on a systematic review of the literature on green manufacturing practices and sustainability in manufacturing sectors. This study incorporates the most recent literature on different dimensions of green manufacturing practices and sustainable development, including theses (MS and Ph.D.), journal articles, review articles, conference proceedings, reports, books, and web materials. Google Scholar, Scopus, and Science Direct were only a few databases and journals that were searched to find the necessary articles. The relevant literature review helped to identify "green manufacturing practices" and demonstrate how they contribute to Bangladesh's sustainable development of the RMG industry. "Green manufacturing practices," "Sustainable development," "Fashion industry" were used as keywords to search for relevant articles to build a conceptual model. Table 1 demonstrates the literature search procedure. The study considers research papers which are published between 2011 and 2022 and in English language only. Though primarily 1147 records were identified through three databases, Google scholar (1073), Science Direct (61) and Scopus (15) and then by reading title and abstract 135 records were screened. Finally, the paper includes 54 studies, and a few papers were picked randomly based on the study's needs. A technique described in Fig. 1 was used to exclude inappropriate papers from the literature. Information gathered from reviewed literature was consolidated and recorded. The green manufacturing and sustainability-related publications were evaluated using a content analysis approach. This paper developed a green manufacturing practices framework for fashion sustainability in Bangladesh based on a content analysis of evaluated literature.

**Table 1: The literature search process**

<b><i>Research Protocol</i></b>	Description of details
<b><i>Research databases</i></b>	Google Scholar, ScienceDirect, and Scopus
<b><i>Publication Type</i></b>	Research articles, review articles, theses (MS and Ph.D.), conference proceedings, reports, books, and web materials
<b><i>Language</i></b>	Only English-language publications were considered
<b><i>Timeframe</i></b>	Studies published between 2011 and 2022
<b><i>Search boxes</i></b>	Abstracts, titles, and keywords
<b><i>Phrases used in search engines</i></b>	"Green manufacturing practices", "Sustainable development", "Fashion industry"

Source: Authors' clarification



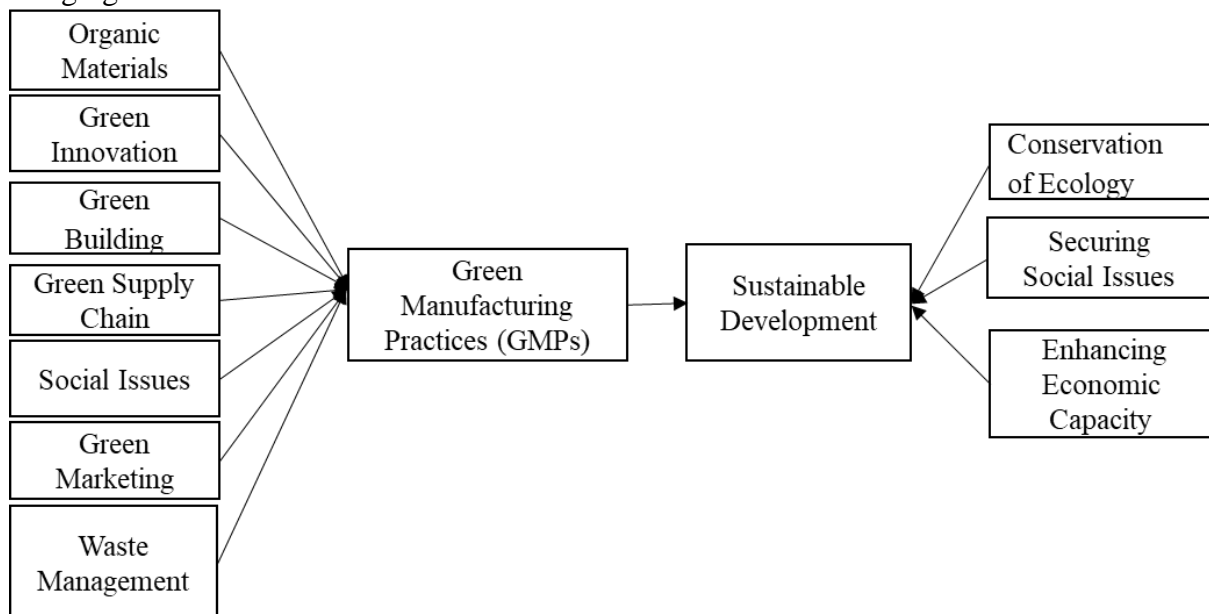


**Figure 1: Article selection procedure**  
Source: Authors' clarification

#### 4. Findings and discussion

##### 4.1. Development of research framework

In this model, the green manufacturing approaches directly affect sustainability in the apparel industry. According to the study, the propounded model provides ease in systematically bringing the outcomes of this research.



**Figure 2: The proposed research framework: Sustainable development through green manufacturing practices**

Source: Authors' clarification

The research framework illustrates how green manufacturing approaches promote environmental, social, and economic sustainability of the fashion industry in Bangladesh. As the literature states, all green issues are connected to the theme of sustainable development. Therefore, based on a literature review, this study makes a theory about the role of green manufacturing approaches and suggests that green manufacturing strategies can help make clothing more sustainable. The authors find that existing green manufacturing practices induce the pillars of sustainable development such as conserving ecology through cleaner production, ensuring social security through social compliance and enhancing economic capacity through increasing profitability. More clearly, when the apparel firms use organic materials and other green approaches in the apparel industry minimize wastage and maximize the use of natural resources and finally promote to achieve environmental sustainability. This impact is not confined to ecology but also the financial and social environment. Therefore, integrating green practices in the apparel manufacturing industry, sustainable development can be attained easily.

#### 4.2. Result of relevant variables

Based on this review, Table 2 presents the GMPs emphasized in recent literature from all three dimensions of sustainability.

**Table 2: List of identified green manufacturing practices toward textile sustainability in Bangladesh from literature**

<b>Green Manufacturing Practices</b>	<b>References</b>
<i>Organic materials</i>	Eryuruk (2012), Khan & Islam (2015), Kaizer (2020), Hasan et al. (2022), Khairul Akter et al. (2022)
<i>Green innovation</i>	Sezen & Cancaya (2013), Kaizer (2020), Islam et al. (2021), Khan et al. (2022)
<i>Green building</i>	Kaizer (2020), Nath et al. (2021)
<i>Green supply chain</i>	Green et al. (2012), Tumpa et al. (2019), Kumar et al. (2020), Islam et al. (2021), Shamsuzzaman et al. (2021)
<i>Social issues</i>	Huq et al. (2014), Munny et al. (2019), BGMEA (2020)
<i>Green marketing</i>	Saari et al. (2018), Ara et al. (2019)
<i>Waste management system</i>	Kaizer (2020), Islam et al. (2021), Pervez et al. (2021), Khairul Akter et al. (2022)

Source: Authors' clarification

Based on the content analysis of reviewed papers, this study has identified seven green manufacturing practices in the RMG industry of Bangladesh for meeting the research question raised in the introduction chapter. Green material is the first approach to promote sustainability in the apparel sector. Organic textile materials are eco-friendly resources (e.g., organic fibers and leather) characterized renewability of the raw materials and ecological footprints of the resources that can produce sustainable apparel products(Khan & Islam, 2015; Hasan et al., 2022; Khairul Akter et al., 2022). Most of Bangladesh's RMG factories exclusively use organic cotton textiles validated by Global Organic Textile Standard-certified (GOTS)(BGMEA, 2020). Green material is not enough for sustainability. Thus, green innovation is necessary to design process and product innovation. Green innovation refers to adopting technological, organizational, and social practices that create less or have no harmful environmental impacts (Sezen & Çankaya, 2013; Khan et al., 2022). Green innovation is the combination of green products and

green process innovation. To achieve long-term success in economic and environmental spheres, "green innovation" is the cornerstone strategy (Ikram, 2022).

Green building means constructing buildings and utilizing eco-friendly and resource-efficient methods throughout the entire building's lifespan (Kaizer, 2020). It includes building design plans, operation, construction, deconstruction, maintenance, development, and reconstruction. 123 RMG factories in Bangladesh have also been certified by LEED (Leadership in Energy and Environmental Design). These factories consume 40% less water compared to conventional factory buildings.

The green supply chain comprises green procurement, green logistics, green dealer awareness, and reverse logistics (Green et al., 2012). They are innovating sustainable, biodegradable products and packaging and designing an energy-efficient transportation network. A green supply chain yields better environmental and economic performance in the individual supply chain partners, which results in the overall improvement of the business organization (Islam et al., 2018; Habib et al., 2021).

The social aspect evaluates how the actions affect society and can be used to "improve the benefits and welfare of workers." Many RMG firms in Bangladesh actively engage in community and environmental improvement projects, such as employee training and education programs, ensuring workplace safety and fair wages (Munny et al., 2019; BGMEA, 2020; Fontana et al., 2021). They also take measures to protect and secure the rights of their employees by introducing certification compliance with workers' rights.

Green marketing is nothing but an ecological marketing activity. It promotes sustainability in the apparel manufacturing industry (Ara et al., 2019). In Bangladesh the RMG industry have started environmentally friendly marketing (BGMEA, 2020).

Garment manufacturing factories utilize various toxic chemicals, groundwater, and power for manufacturing and operation (Kaizer, 2020). Material waste in the textile-apparel production cycle can reduce value and economic opportunities and harm the environment. Effective ETP plants, recycling, and reusing wastewater water conservation, harvesting of water, and hazardous and non-hazardous substance reduction are examples of waste management (Gupta et al., 2022; Khairul Akter et al., 2022). The 75 Bangladeshi factories that are part of the Partnership for Cleaner Textiles (PaCT) have improved water efficiency, decreased energy consumption, and increased chemical control by adopting best production practices (BGMEA, 2020). In 2019, these factories saved 20 billion liters of water (Gupta et al., 2022; Singh & Ambika, 2022).

## **5. Conclusion, limitations, and future research directions**

This article's principal objective was to provide a comprehensive report on green manufacturing techniques in the fashion industry. This paper analyzed green manufacturing processes and RMG industries of Bangladesh. The review of the relevant literature assisted in elucidating the concepts of sustainable development, green development, and green manufacturing, as well as how green manufacturing practices contribute to the global and Bangladeshi apparel industries capacity for long-term sustainability. Based on the literature, this study demonstrates a substantial contribution of green manufacturing approaches to the RMG businesses, which is mainly responsible for negative environmental and social impact and is facing pressures for carbon emissions minimization and other crises. This study proposes a framework for implementing green manufacturing techniques for the RMG industries sustainable development and firm performance by identifying green practices. Even though this study has numerous vital implications, it has limitations. The lack of actual data is the study's most significant shortcoming. These constraints might be regarded as an existing gap of this research. Therefore, in future considering this study gap an empirical study could be undertaken in the fashion industry of Bangladesh.

Moreover, future research could be conducted in other sectors, such as leather, the pharmaceutical industry, and service industries, still need to be explored by adopting green manufacturing techniques.

## Bibliography

- Alay, E., Duran, K. & Korlu, A. (2016). A sample work on green manufacturing in textile industry. *Sustainable Chemistry and Pharmacy*, 3, 39–46. <https://doi.org/10.1016/j.scp.2016.03.001>
- Al-Hakimi, M. A., Al-Swidi, A. K., Gelaidan, H. M. & Mohammed, A. (2022). The influence of green manufacturing practices on the corporate sustainable performance of SMEs under the effect of green organizational culture: A moderated mediation analysis. *Journal of Cleaner Production*, 376, 134346. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.134346>
- Ara, H., Leen, J. Y. A. & Hassan, S. H. (2019). GMS for Sustainability Performance in the Apparel Manufacturing Industry: A Conceptual Framework. *Vision*, 23(2), 170–179. <https://doi.org/10.1177/0972262919850931>
- Bai, C., Satir, A. & Sarkis, J. (2019). Investing in lean manufacturing practices: an environmental and operational perspective. *International Journal of Production Research*, 57(4), 1037–1051. <https://doi.org/10.1080/00207543.2018.1498986>
- BGMEA (2020). BGMEA SUSTAINABILITY REPORT 2020 Go human go green. 52. [www.bgmea.com.bd](http://www.bgmea.com.bd)
- Chowdhury, N. & Yasmin, J. (2018). *Munich Personal RePEc Archive A Study On Sustainable Manufacturing Practices In RMG Industries Of Bangladesh*. <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/87104/>
- D'Angelo, V., Cappa, F. & Peruffo, E. (2022). Green manufacturing for sustainable development: The positive effects of green activities, green investments, and non-green products on economic performance. *Business Strategy and the Environment*, 2022, 1–14. <https://doi.org/10.1002/bse.3226>
- Deif, A. M. (2011). A system model for green manufacturing. *Journal of Cleaner Production*, 19(14), 1553–1559. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2011.05.022>
- Digalwar, A. K., Mundra, N., Tagalpallear, A. R. & Sunnapwar, V. K. (2017). Road map for the implementation of green manufacturing practices in Indian manufacturing industries: An ISM approach. *Benchmarking*, 24(5), 1386–1399. <https://doi.org/10.1108/BIJ-08-2015-0084>
- Dilip Maruthi, G. D. & Rashmi, R. (2015). Green Manufacturing: It's Tools and Techniques that can be implemented in Manufacturing Sectors. *Materials Today: Proceedings*, 2(4–5), 3350–3355. <https://doi.org/10.1016/j.matpr.2015.07.308>
- Eryuruk, S. H. (2012). Greening of the Textile and Clothing Industry. *FIBRES & TEXTILES in Eastern. Fibres & Textiles in Eastern Europe*, 20(6A(95)), 22–27.
- Fontana, E., Atif, M. & Gull, A. A. (2021). Corporate social responsibility decisions in apparel supply chains: The role of negative emotions in Bangladesh and Pakistan. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 28(6), 1700–1714. <https://doi.org/10.1002/CSR.2139>
- Govindan, K., Kannan, D. & Shankar, M. (2015). Evaluation of green manufacturing practices using a hybrid MCDM model combining DANP with PROMETHEE. *International Journal of Production Research*, 53(21), 6344–6371. <https://doi.org/10.1080/00207543.2014.898865>
- Green, K. W., Zelbst, P. J., Meacham, J. & Bhadauria, V. S. (2012). Green supply chain management practices: Impact on performance. *Supply Chain Management*, 17(3), 290–305. <https://doi.org/10.1108/13598541211227126>
- Gupta, R., Kushwaha, A., Dave, D. & Mahanta, N. R. (2022). Chapter 10 - Waste management in fashion and textile industry: Recent advances and trends, life-cycle assessment, and circular economy. In Hussain, C. M., Singh, S. & Goswami, L. (Eds.), *Emerging Trends to Approaching Zero Waste:*

- Environmental and Social Perspectives* (pp. 215–242). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-323-85403-0.00004-9>
- Habib, M. A., Bao, Y., Nabi, N., Dulal, M., Asha, A. A. & Islam, M. (2021). Impact of strategic orientations on the implementation of green supply chain management practices and sustainable firm performance. *Sustainability (Switzerland)*, 13(1), 1–21. <https://doi.org/10.3390/su13010340>
- Hasan, M. M., Cai, L., Ji, X. & Ocran, F. M. (2022). Eco-Friendly Clothing Market: A Study of Willingness to Purchase Organic Cotton Clothing in Bangladesh. *Sustainability (Switzerland)*, 14(8), 1–13. <https://doi.org/10.3390/su14084827>
- Hassan, A. S. & Jaaron, A. A. M. (2021). Total quality management for enhancing organizational performance: The mediating role of green manufacturing practices. *Journal of Cleaner Production*, 308, 127366. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.127366>
- Ikram, M. (2022). Transition toward green economy: Technological Innovation's role in the fashion industry. *Current Opinion in Green and Sustainable Chemistry*, 37, 100657. <https://doi.org/10.1016/J.COAGSC.2022.100657>
- Islam, M. M., Perry, P. & Gill, S. (2021). Mapping environmentally sustainable practices in textiles, apparel and fashion industries: a systematic literature review. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 25(2), 331–353. <https://doi.org/10.1108/JFMM-07-2020-0130>
- Islam, M. S., Tseng, M. L., Karia, N. & Lee, C. H. (2018). Assessing green supply chain practices in Bangladesh using fuzzy importance and performance approach. *Resources, Conservation and Recycling*, 131, 134–145. <https://doi.org/10.1016/J.RESCONREC.2017.12.015>
- Kaizer, T. H. M. (2020). Green garment factories in Bangladesh: motivation and challenges. <https://jyx.jyu.fi/handle/123456789/69301%0Ahttps://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/69301/1/URN:NBN:fi:juu-202005283558.pdf>
- Khairul Akter, M. M., Haq, U. N., Islam, M. M. & Uddin, M. A. (2022). Textile-apparel manufacturing and material waste management in the circular economy: A conceptual model to achieve sustainable development goal (SDG) 12 for Bangladesh. *Cleaner Environmental Systems*, 4(March 2022), 100070. <https://doi.org/10.1016/j.cesys.2022.100070>
- Khan, M. A. S., Du, J., Malik, H. A., Anuar, M. M., Pradana, M. & Yaacob, M. R. bin. (2022). Green innovation practices and consumer resistance to green innovation products: Moderating role of environmental knowledge and pro-environmental behavior. *Journal of Innovation and Knowledge*, 7(4), 100280. <https://doi.org/10.1016/J.JIK.2022.100280>
- Khan, M. M. R. & Islam, M. M. (2015). Materials and manufacturing environmental sustainability evaluation of apparel product: knitted T-shirt case study. *Textiles and Clothing Sustainability*, 1, 8 (2015). <https://doi.org/10.1186/s40689-015-0008-8>
- Komal, Gupta, K., Kumar, V., Tikoo, K. B., Kaushik, A. & Singhal, S. (2020). Encrustation of cadmium sulfide nanoparticles into the matrix of biomass derived silanized cellulose nanofibers for adsorptive detoxification of pesticide and textile waste. *Chemical Engineering Journal*, 385(November 2019), 123700. <https://doi.org/10.1016/j.cej.2019.123700>
- Kumar, A., Moktadir, M. A., Khan, S. A. R., Garza-Reyes, J. A., Tyagi, M. & Kazançoğlu, Y. (2020). Behavioral factors on the adoption of sustainable supply chain practices. *Resources, Conservation and Recycling*, 158(July 2020), 104818. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2020.104818>
- Macchion, L., da Giau, A., Caniato, F., Caridi, M., Danese, P., Rinaldi, R. & Vinelli, A. (2018). Strategic approaches to sustainability in fashion supply chain management. *Production Planning and Control*, 29(1), 9–28. <https://doi.org/10.1080/09537287.2017.1374485>
- Mensah, J. (2019). Sustainable development: Meaning, history, principles, pillars, and implications for human action: Literature review. *Cogent Social Sciences*, 5(1), 1–21. <https://doi.org/10.1080/23311886.2019.1653531>

- Mukonzo, S. (2017). Green Manufacturing and Operational Performance of a Firm: Case of Cement Manufacturing in Kenya Contemporary issues OPSCM View project. Article in International Journal of Humanities and Social Science. [www.ijbssnet.com](http://www.ijbssnet.com)
- Munny, A. A., Ali, S. M., Kabir, G., Moktadir, M. A., Rahman, T. & Mahtab, Z. (2019). Enablers of social sustainability in the supply chain: An example of footwear industry from an emerging economy. *Sustainable Production and Consumption*, 20, 230–242. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2019.07.003>
- Nath, S. D., Eweje, G. & Bathurst, R. (2021). The Invisible Side of Managing Sustainability in Global Supply Chains: Evidence from Multitier Apparel Suppliers. *Journal of Business Logistics*, 42(2), 207–232. <https://doi.org/10.1111/jbl.12230>
- Negrete, J. D. C. & López, V. N. (2020). A Sustainability Overview of the Supply Chain Management in Textile Industry. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 11(5), 92–97. <https://doi.org/10.18178/ijtef.2020.11.5.673>
- Pervez, M. N., Mondal, M. I. H., Cai, Y., Zhao, Y. & Naddeo, V. (2021). 21 - Textile waste management and environmental concerns. In Mondal, M. I. H. (Ed.), *Fundamentals of Natural Fibres and Textiles: The Textile Institute Book Series*, 719–739. Woodhead Publishing. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-821483-1.00002-4>
- Press, M. (2021). Developing a strong sustainability research program in marketing. *AMS Review*, 11(1–2), 96–114. <https://doi.org/10.1007/s13162-020-00185-6>
- Purvis, B., Mao, Y. & Robinson, D. (2019). Three pillars of sustainability: in search of conceptual origins. *Sustainability Science*, 14(3), 681–695. <https://doi.org/10.1007/s11625-018-0627-5>
- Rehman, M. A. A., & Shrivastava, R. L. (2013). Development and validation of performance measures for green manufacturing (GM) practices in medium and small scale industries in Vidharbha region, India. *International Journal of Society Systems Science*, 5(1), 62–81. <https://doi.org/10.1504/ijsss.2013.052007>
- Rehman, M. A., Seth, D. & Shrivastava, R. L. (2016). Impact of green manufacturing practices on organisational performance in Indian context: An empirical study. *Journal of Cleaner Production*, 137, 427–448. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.07.106>
- Saari, U. A., Fritz, M. M. C., Mäkinen, S. J. & Baumgartner, R. J. (2018). Designing Green Marketing Across Industries: A Conceptual Framework and Implications for Consumers and Transdisciplinary Research. In Filho, W. L. (Ed.), *Handbook of Sustainability Science and Research*. World Sustainability Series. Springer, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-63007-6\\_36](https://doi.org/10.1007/978-3-319-63007-6_36)
- Sabuj, S. U., Ali, S. M., Hasan, K. W. & Paul, S. K. (2021). Contextual relationships among key factors related to environmental sustainability: Evidence from an emerging economy. *Sustainable Production and Consumption*, 27, 86–99. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2020.10.026>
- Sangwan, K. S. (2011). Development of a multi criteria decision model for justification of green manufacturing systems. *International Journal of Green Economics*, 5(3), 285–305. <https://doi.org/10.1504/IJGE.2011.044239>
- Sarkar, A., Qian, L. & Peau, A. K. (2020). Overview of green business practices within the Bangladeshi RMG industry: competitiveness and sustainable development perspective. *Environmental Science and Pollution Research*, 27(18), 22888–22901. <https://doi.org/10.1007/s11356-020-08816-y>
- Schaltegger, S., Hörisch, J. & Freeman, R. E. (2019). Business cases for sustainability: A stakeholder theory perspective. *Organization and Environment*, 32(3), 191–212. <https://doi.org/10.1177/1086026617722882>
- Schiros, T. N., Mosher, C. Z., Zhu, Y., Bina, T., Gomez, V., Lee, C. L., Lu, H. H. & Obermeyer, A. C. (2021). Bioengineering textiles across scales for a sustainable circular economy. *Chem*, 7(11), 2913–2926. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chempr.2021.10.012>

- Schmitz, E. A., Baum, M., Huett, P. & Kabst, R. (2019). The contextual role of regulatory stakeholder pressure in proactive environmental strategies: An empirical test of competing theoretical perspectives. *Organization and Environment*, 32(3), 281–308. <https://doi.org/10.1177/1086026617745992>
- Sezen, B. & Çankaya, S. Y. (2013). Effects of Green Manufacturing and Eco-innovation on Sustainability Performance. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 99, 154–163. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.10.481>
- Shamsuzzaman, M., Kashem, M. A., Muhammad Sayem, A. S., Khan, A. M., Shamsuddin, S. M., & Islam, M. M. (2021). Quantifying environmental sustainability of denim garments washing factories through effluent analysis: A case study in Bangladesh. *Journal of Cleaner Production*, 290, 125740. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.125740>
- Sharma, V., Sharma, V., & Karwasra, K. (2021). A decision framework for green manufacturing indicators using fuzzy AHP - ELECTRE I: a case study of the steering system manufacturer. *International Journal of Sustainable Engineering*, 14(6), 1332–1341. <https://doi.org/10.1080/19397038.2021.1970272>
- Singh, P. P. & Ambika, S. (2022). Chapter 13 - Solid waste management through the concept of zero waste. In Hussain, C. M., Singh, S. & Goswami, L. (Eds.), *Emerging Trends to Approaching Zero Waste: Environmental and Social Perspectives* (pp. 293–318). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-323-85403-0.00009-8>
- Toke, L. K. & Kalpande, S. D. (2019). Critical success factors of green manufacturing for achieving sustainability in Indian context. *International Journal of Sustainable Engineering*, 12(6), 415–422. <https://doi.org/10.1080/19397038.2019.1660731>
- Tumpa, T. J., Ali, S. M., Rahman, M. H., Paul, S. K., Chowdhury, P., & Rehman Khan, S. A. (2019). Barriers to green supply chain management: An emerging economy context. *Journal of Cleaner Production*, 236, 117617. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.117617>
- United Nations Global Compact (2022). Making Global Goals Local Business. UN Global Compact Office. <https://www.unglobalcompact.org/sdgs>
- Wong, D. T. W. & Ngai, E. W. T. (2021). Economic, organizational, and environmental capabilities for business sustainability competence: Findings from case studies in the fashion business. *Journal of Business Research*, 126(April 2019), 440–471. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.12.060>
- Yasir, M., Majid, A., & Qudratullah, H. (2020). Promoting environmental performance in manufacturing industry of developing countries through environmental orientation and green business strategies. *Journal of Cleaner Production*, 275, 123003. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.123003>

## **Drivers and Barriers of GSCM Practices Implementation: Literature Review**

**Khouloud CHALLOUF<sup>1</sup>**

PhD Student

*University of Sopron, István Széchenyi Economics and Management Doctoral School - Hungary*

**Dr. Nikoletta NÉMETH PhD<sup>2</sup>**

Assistant Professor

*University of Sopron, Alexandre Lámfalussy Faculty of Economics - Hungary*

### **Abstract**

The establishment of a Green Supply Chain (GSC) is thus a genuine strategic decision that will provide the company with long-term financial benefits. Companies that focus on product quality and sustainability can significantly improve their brand image and differentiate themselves from their direct competitors by investing in reducing their environmental impact. A thorough understanding of the factors and the barriers that influence Green Supply Chain Management (GSCM) adoption is required for the successful incorporation of green initiatives into a company's supply chain activity. Our study contributes to the literature and aims to investigate the drivers and barriers that companies face when implementing GSCM practices.

*Keywords:* Green Supply Chain Management, implementation, enablers, barriers, companies

*JEL Codes:* L60, Q01, Q57

### **Introduction**

The implementation of GSCM in organizations enables them to achieve sustainable benefits that can be sustained in the long run as well as maximizing productivity. In light of this, numerous authors have emphasized the importance of implementing GSCM within the organization and how it is strategically relevant to address environmental concerns (Gandhi et al., 2015). Modern organizations are committed to developing sustainable industries.

An important part of GSCM is to ensure that products meet regulatory guidelines and predefined standards in an environmentally friendly manner, in which companies need to work together to find ways to resolve environmental challenges (Taghavi et al., 2021).

In order for organizations to achieve greater sustainability objectives, they must play a crucial role and show concern for the external environment, also known as 'going green' (Bansal & Roth, 2000; Tseng et al., 2019). In green thinking, things are done in a manner that considers the environment.

Studies find that research on drivers or barriers analysis of green supply chain management reveals a declining trend (Ming-Lang Tseng, 2019). In this study, we aim to fill this gap. We conducted a systematic literature review with the aim of identifying and categorizing the major factors and barriers influencing the implementation of GSCM in industry firms between 2017 and 2022.

---

<sup>1</sup> [khouloud.challouf@phd.uni-sopron.hu](mailto:khouloud.challouf@phd.uni-sopron.hu)

<sup>2</sup> [nemeth.nikoletta@uni-sopron.hu](mailto:nemeth.nikoletta@uni-sopron.hu)

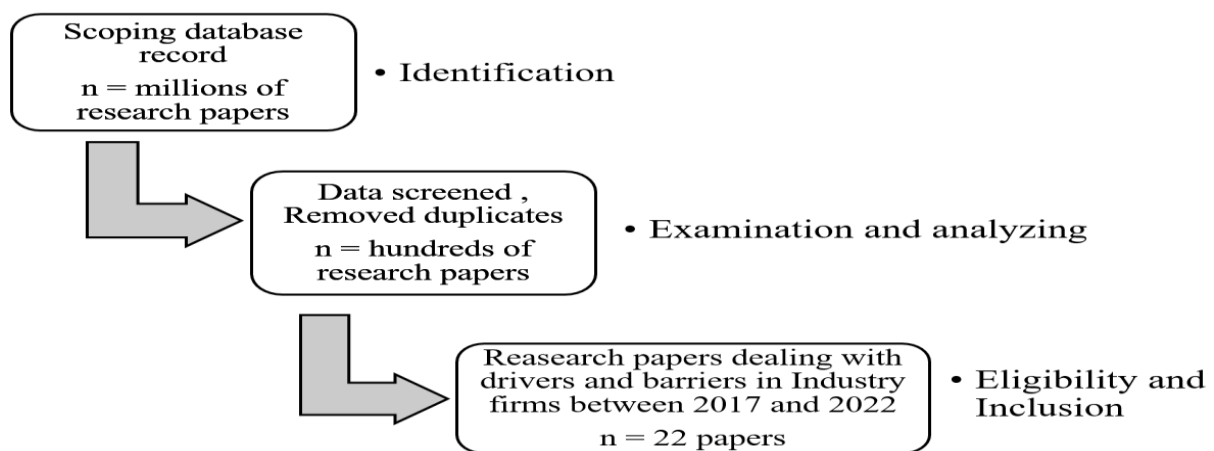


In chapter 1, a methodology is presented, while in chapter 2, factors and barriers related to GSCM implementation are discussed. Our findings and discussion are presented in chapter 3, and our conclusions are presented at the end.

## 1. Methodology

For this study, a systematic procedure was followed to collect data from reliable sources. A systematic method is employed in this study in order to retrieve data and classify the literature according to content analysis of the literature. This is done in order to identify the drivers and barriers that companies face when implementing GSCM practices.

Using the notion of the present study, a systematic method is employed to retrieve data and classify the literature based on content analysis (Figure 1). Using a similar approach inspired by (Ming-Lang Tseng, 2019), the study involved the identification of data, Examination of initial data, finally determining eligibility and inclusion of the data.



**Figure 1: Analyzer diagram for study methods**

Source: Own construction

Several Scopus integrated databases were used in the compiling of the data, including Emerald, Springer, and Elsevier. Among the papers covered by the search are those that were published between 2017 and 2022. In this study, terms such as 'green supply chain', 'supply chain', 'drivers', and 'barriers' are used. In the beginning, only the title and keywords of the paper were entered into the search engine. Three keyword combinations were initially used to generate millions of papers.

Then after removing duplicates in the initial search result that includes conference papers, books, and book chapters we can generate hundreds of articles, as part of our research, we are focusing on the studies that become relevant when it comes to barriers and drivers in industry firms. A total of 22 papers from influential journals were selected for this study based on their relevance and scientific merit.

## 2. Drivers and barriers for GSCM implementation

### 2.1. Drivers for GSCM implementation

There is an increasing amount of theoretical and empirical research dedicated to exploring the drivers (motivations or pressures) for adopting and applying GSCM practices.

According to our literature review, the following factors have been identified in Table 1.

**Table 1: Drivers of GSCM implementation**

Drivers	Agi and Nishant (2017)	Taghavi et al. (2021)	Siddique et al. (2022)	Wang et al. (2018)	Scur and Barbosa (2017)	Muchaendepia et al. (2019)	Zhang et al. (2019)
<i>The size of the company</i>	✓			✓			
<i>Technical capacities</i>	✓						
<i>Top management commitment</i>	✓		✓			✓	
<i>Stakeholders behaviours</i>	✓	✓	✓	✓			✓
<i>Government Regulations and Standards</i>		✓			✓	✓	
<i>Financial factors</i>			✓	✓			✓
<i>Employees' education and training</i>	✓	✓					
<i>Monitoring performance</i>		✓			✓		✓
<i>Resource efficiency</i>		✓				✓	✓

Source: Own construction

A number of researchers have studied the relationship between the factors of implementing GSCM, identifying those mentioned most frequently in the literature review and utilizing methods to determine and extract the relationship, such as ISM technique (Sage, 1977) and MICMAC analysis (Duperrin & Godet, 1973 by Agi & Nishant, 2017), they found that the level of dependence, trust, and durability of the partnership with SC partners significantly impacted the performance of the organization.

Thus A number of factors play a role in the successful implementation of GSCM practices, including the size of the organization, the top management's commitment, quality management, and the training of the employees.

As part of their analysis of the interrelationships among criteria in multicriteria decision problems (Gandhi et al., 2015) the DEMATEL method was employed (Lin, 2013) which concluded that top management commitment, technical skills of employees, and financial factors were determined to have the greatest influence on GSCM adoption success.

As it mention, there is a strong correlation between drivers and successful implementation of GSCM (Diabat & Govindan, 2011). Furthermore, Taghavi et al. (2021) demonstrate the importance of external factors in GSCM, including cooperation with suppliers, government involvement, community involvement, creating awareness and creating a culture around it.

Based on real database study taken in a study involving sustainable supply chain management (SSCM) of the Brazilian coffee industry, social responsibility, economic performance and improvement, environmental and regional regulations, and innovative business models are the main drivers (Guimarães et al., 2022).

There is also another perspective on a driver from that of Siddique et al. (2022) which focuses on different aspects such as owner's demand, commitment from top management, and pressure from customers. The authors believe that the study will serve to provide an insight into the shortcomings in energy management within the paper and pulp industries for industrialists, governmental institutions, researchers, and policymakers.

Wang et al. (2018) examined the drivers of GSCM practices, including customer and cost factors, and the results of the analysis indicated that these factors differ significantly between GSCM practices in small businesses versus large businesses in terms of cost and customer factors. The authors also confirmed that costs play an important role in GSCM when customer pressure is present. Instead of Scur et al. (2017) approved that green practices are implemented in accordance with market trends.

## 2.2. Barriers for GSCM implementation

Although sustainable supply chain innovation can be challenging to implement, most firms are having difficulty implementing it. These organizations face lots of barriers when attempting to innovate for sustainability. Depending on the situation, certain barriers might drive and influence other barriers, while others might do the reverse. A thorough assessment of barriers to implementing a sustainable supply chain is critical for the sector to address the issues (Govindan et al., 2013).

As shown in Figure 2, the barriers we studied are listed below. Depending on the situation, certain barriers might drive and influence other barriers, while others might do the reverse. A thorough assessment of barriers to implementing a sustainable supply chain is critical for the sector to address the issues (Govindan et al., 2013).



**Figure 2: Barriers of GSCM implementation**

Source: Own construction

The ability to think outside the box can help managers and employees make clear and rational decisions regarding technology changes and new innovations. Rakesh & Ravi (2021) analysis eleven barriers to sustainable supply chain implementation in India's electronics industry and they find that a lack of awareness of sustainability benefits, a lack of regulations and enforcement of environmental standards, and a lack of commitment from top management are significant barriers to implementing sustainable supply chains.

As another approach to barriers was presented by Agyemang et al. (2018) a robust multicriteria decision making method revealed a number of fundamental obstacles to the implementation of GSCM by the focal enterprise as well as the entire supply chain. The highest level of organization commitment, an integrated management information and traceability system, and uncertainty about economic impact must be overcome.

By utilizing the ISM model, the paper of Lamba and Thareja (2020) attempts to provide a close insight into the identified barriers, it was found that the GSCM pathway, Supplier audits by external agencies, and organizational culture are the dependence barriers that directly or

indirectly depend on each other. A total of ten barriers have been identified as linking barriers, which means that they are both drivers and dependent variables.

Several barriers are found in the study of Siddique et al. (2022), including governmental indifference, inadequate staff awareness, and a lack of capital resources to enable the adoption of energy management practices.

Instead of Scur and Barbosa (2017) revealed that Green practices, such as environmental management, are found to be associated with a higher investment cost, in part, this is due to a lack of customer awareness and pressure regarding GSCM systems.

Based on the findings of the study of Muchaendepia et al. (2019), it was determined that structural organizational changes and poor legal and regulatory frameworks negatively impacted the implementation of SSCM. In addition, Muchaendepia et al. (2019) stressed that insufficient commitment from top management to environmental responsibilities will result in businesses experiencing inconvenience in making their operations more sustainable.

### **3. Findings and discussion**

With the growing concern about environmental impacts faced by organizations and their stakeholders, sustainability has also become an issue that has gained increasing importance over the years. Due to this, organizations strive to maintain a sustainable level.

Our study yielded Ten common drivers which are the most important factors are discussed in this literature review and eight barriers that are common across different industries.

These findings assist the organization in providing a good overview of how they and their supply chain are progressing environmentally.

A key finding of our study is that the dependence behaviour of the stakeholders seems to have a great deal of influence on GSCM implementation, highlighting the importance of customers and suppliers in the implementation of GSCM practices (Simpson et al., 2007).

Aside from that drivers related to competitors and suppliers play a significant role in the implementation of GSCM. The following is explained through supplier collaboration in the delivery of environmentally friendly products and services to the customer. At the same time, businesses all over the world are constantly looking for new and innovative ways to boost their competitiveness.

Meanwhile, one of the common barriers in various industries, financial and cost considerations, it plays an important role in the implementation of GSCM practices. This could be explained by the fact that GSCM implementation leads to cost reduction by minimizing resources and waste, which follows the main goal of companies, which is to generate higher profits while reducing costs in order to gain a competitive advantage

Organizations that operate in manufacturing or operations often face challenges in adopting, implementing, and scaling sustainability innovations. Moreover, a better understanding of the main drivers, challenges and barriers to innovating for sustainability (Saeed & Kersten, 2019; Himanshu Gupta, 2020) could therefore assist managers in driving companies and supply chains toward a more sustainability-oriented state.

### **4. Conclusion**

The research we conducted contributes towards this understanding by revealing the structural factors influencing GSCM and the barriers to its development

There is no doubt that the GSCM model is a powerful tool that can be of great importance to companies that are seeking ways to improve the performance of their companies. Our extensive literature review identified the common barriers and drivers in literature and the challenges

they face. As a result of our results, managers gain insight into the feasibility of applying GSCM practices, thereby enhancing their ability to make informed decisions

Moreover, this research will take into account the successful implementation of GSCM in a real-world case study in an organization in the future. Future studies might also examine the barriers and drivers associated with GSCM implementation, as well as Industry 4.0.

## Bibliography

- Agi, M. A. N. & Nishant, R. (2017). Understanding influential factors on implementing green supply chain management practices: An interpretive structural modelling analysis. *Journal of Environmental Management*, 188, 351–363. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2016.11.081>
- Bansal, P. & Roth, K. (2000). Why Companies Go Green: A Model of Ecological Responsiveness. *Academy of Management Journal*. 43(4), 717–736. <https://doi.org/10.2307/1556363>
- Diabat, A. & Govindan, K. (2011). An analysis of the drivers affecting the implementation of green supply chain management. *Resources, Conservation and Recycling*, 55(6), 659–667. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2010.12.002>
- Gandhi, S., Mangla, S., Kumar, P. & Kumar, D. (2015). Evaluating factors in implementation of successful green supply chain management using DEMATEL: a case study. *International Strategic Management Review*, 3(1-2), 96–109. <https://doi.org/10.1016/j.ism.2015.05.001>
- Govindan, K., Khodaverdi, R. & Jafarian, A. (2013). A fuzzy multi criteria approach for measuring sustainability performance of a supplier based on triple bottom line approach. *Journal of Cleaner Production*, 47, 345–354. <https://doi.org/10.1016/J.JCLEPRO.2012.04.014>
- Guimarães, Y. M., Eustachio, J. H., Filho, W. L., Martinez, L. F., Valle, M. R., & Caldan, A. C. (2022). Drivers and barriers in sustainable supply chains: The case of the Brazilian coffee industry. *Sustainable Production and Consumption*, 34, 42–54. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2022.08.031>
- Himanshu Gupta, S. K.-S. (2020). Barriers and overcoming strategies to supply chain sustainability innovation. *Resources, Conservation and Recycling*, 161, 104819. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2020.104819>
- Kusi-Sarpong, S. & Sarkis, J. (2019). Sustainable supply chains and emerging economies. *Resources, Conservation and Recycling*, 143, 239–243. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2019.01.016>
- Lamba, N. & Thareja, P. (2020). *Modelling of barriers pertaining to implementation of green supply chain management using ISM approach*. <https://doi.org/10.1016/j.matpr.2020.09.488>
- Lin, R.-J. (2013). Using fuzzy DEMATEL to evaluate the green supply chain management practices. *Journal of Cleaner Production*, 40, 32–39. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2011.06.010>
- Muchaendepia, W., Mbowab, C., Kanyepc, J. & Mutingi, M. (2019). Challenges faced by the mining sector in implementing sustainable supply chain management in Zimbabwe. *Procedia Manufacturing*, 33, 493-500). <https://doi.org/10.1016/j.promfg.2019.04.061>
- Rakesh, R. M. & Ravi V. (2021). Analysis of barriers of sustainable supply chain management in electronics industry: An interpretive structural modelling approach. *Cleaner and Responsible Consumption*, 3, 100026. <https://doi.org/10.1016/j.clrc.2021.100026>
- Saeed, M. A. & Kersten, W. (2019). Drivers of Sustainable Supply Chain Management: Identification and Classification. *Sustainability*, 11(4), 1137. <https://doi.org/10.3390/su11041137>
- Scur, G. & Barbosa, M. E. (2017). Green supply chain management practices: Multiple case studies in the Brazilian home appliance industry. *Journal of Cleaner Production*, 141, 1293–1302. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.09.158>
- Siddique, M. N., Hasan, A. S., Kabir, M. A., Prottash, F. Z., Samin, A. M., Soumik, S. S. & Trianni, A. (2022). Energy management practices, barriers, and drivers in Bangladesh: An exploratory insight

- from pulp and paper industry. *Energy for Sustainable Development*, 70, 115–132. <https://doi.org/10.1016/j.esd.2022.07.015>
- Simpson, D., Power, D. & Samson, D. (2007). Greening the automotive supply chain: a relationship perspective. *International Journal of Operations & Production Management*, 27(1), 28–48. <https://doi.org/10.1108/01443570710714529>
- Taghavi, E., Fallahpour, A., Wong, K. Y. & Hoseini, S. A. (2021). Identifying and prioritizing the effective factors in the implementation of green supply chain management in the construction industry. *Sustainable Operations and Computers*, 2, 97–106. <https://doi.org/10.1016/j.susoc.2021.05.003>
- Tseng, M-L., Islam, M. S., Karia, N., Fauzi, F. A & Afrin, S. (2019). A literature review on green supply chain management: Trends and future challenges. *Resources, Conservation and Recycling*, 141, 145–162. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2018.10.009>
- Wang, Z., Wang, Q., Zhang, S. & Zhao, X. (2018). Effects of customer and cost drivers on green supply chain management practices and environmental performance. *Journal of Cleaner Production*, 189, 673–682. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.04.071>
- Zhang, Q., Oo, B. L. & Lim, B. T. H. (2019). Drivers, motivations, and barriers to the implementation of corporate social responsibility practices by construction enterprises: A review. *Journal of Cleaner Production*, 210, 563–584. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.11.050>

## **Impact of COVID-19 Pandemic on Tourism Sector in Vietnam**

**Thi Thuy Sinh TRAN**

PhD Student

*University of Sopron, István Széchenyi Economics and Management Doctoral School – Hungary*

**Dr. Nikoletta NÉMETH PhD**

Assistant Professor

*University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics - Hungary*

**Dr. Thai Thuy PHAM**

*Department of Planning and Investment of Phu Tho Province - Vietnam*

**Nhat Anh NGUYEN**

*University of Hung Vuong, Faculty of Economics & Business Administration - Vietnam*

### **Abstract**

The tourism industry contributes significantly to the growth of the national economy, making it a leading industry in many nations across the world. With a focus on investment and a favorable impact on the expansion of the entire economy, tourism is currently one of the three main economic sectors in Vietnam. In 2015, the tourism industry contributed 6.3% directly to the GDP; its contribution peaked in 2019 at 9.2%. However, one of the industries most vulnerable to the epidemic is tourism. Vietnam's tourism industry has been severely impacted by the Covid-19 pandemic, leading to a sharp decline in tourists (international visitors in 2020 only reached 3.8 million arrivals, a decrease of 78.7% compared to 2019, domestic tourists also fell by nearly 50%, and the tourism sector's share of GDP decreased by 3.58% (in 2020) and 1.97% (in 2021). Additionally, 90% of businesses in the tourism industry were severely impacted; 40% of jobs in the industry were lost, and laborers' pay was 40% lower than it was before to the Covid-19 pandemic. The purpose of this study is to assess and analyze the current state of Vietnam's tourism industry both before and after the COVID-19 pandemic. The paper also focuses on examining the effects and reactions of the tourism sector in order to provide suitable, modified methods for future sustainable tourism development.

*Keywords:* Tourism, enterprises, Covid 19 pandemic, Vietnam

*JEL Codes:* I39, L83, O5, I15

### **1. Introduction**

Tourism is a broad economic sector that is becoming increasingly important in socio-economic development. Tourism is one of Vietnam's three key economic sectors, focusing on investment, constant development, and making positive contributions to the national economy, such as contributing more than 9.2% of the national GDP and creating 2.9 million jobs, including 927 thousand direct jobs. The tourism industry grew at a rapid pace of 22.7% between 2015 and 2019. The world has praised Vietnam's tourism achievements and efforts; the World Tourism Organization (UNTWO) ranked Vietnam sixth among the ten countries with the fastest tourism growth in the world. In 2019, Vietnam tourism also won many prestigious awards of continental and world stature (General Statistics Office, 2020).

However, it's also believed that one of the industries most vulnerable to the epidemic is tourism (Chen et al., 2007). Early in 2020, the Covid-19 infection (also known as SARS-CoV-

2) became a serious global pandemic with the worst severity in the previous 100 years. One of the industries that will likely be most impacted is tourism. Many nations have devised quick fixes to save their economies in the face of a catastrophic global epidemic, like decreasing interest rates, providing company bailout packages, boosting spending, etc (General Statistics Office, 2022). The Vietnamese government has also moved swiftly to develop plans for particular legislation and assistance programs for firms, especially those in the tourism sector. The pandemic scenario has, however, had a significant negative impact on Vietnam's economic situation; specifically, there were 2.3% fewer newly registered firms in 2020 than there were in 2019 and 13.9% more businesses stopped operations while awaiting the start of dissolution processes, suspended operations for a set period, or completed such procedures (General Statistics Office, 2020). Most of the enterprises had to suspend their business and have dissolved their activities in the field of commerce and services; Larger firms withdraw from the market more. In particular, the extent of the epidemic's impact on the tourism industry is increasingly extensive and long-term. Therefore, more recent and thorough evaluations and analyses of the effects of the Covid-19 outbreak on the travel and tourism sector in Vietnam are required. To take a methodical and strategic response to a long-term issue like the Covid-19 pandemic, it is also necessary to specifically examine the Covid-19 epidemic's evolution and impact scenarios in the tourism sector.

This study attempts to assess and analyze the current state of Vietnam's tourism industry both during and before the COVID-19 pandemic. The paper also focuses on examining the effects and reactions of the tourism industry to provide suitable, modified methods for future sustainable tourism development. Next, the study proposes directions for tourism development of Vietnamese tourism enterprises in the post-Covid pandemic.

## **2. Literature review**

### ***2.1. Define tourism***

Nowadays tourism has become a popular socio-economic phenomenon. The International Travel Association has recognized tourism as the largest economic sector in the world, surpassing automobile manufacturing, electronic steel, and agriculture. Therefore, tourism has become a spearhead economic sector of many countries around the world. The definition of tourism has also become quite common and varied, according to different approaches. Tourism is associated with rest and entertainment, but due to different circumstances, times, and regions, under different research angles, the concept of tourism is not the same:

To facilitate comparisons between worldwide data, the League of Nations (LON) published the first official definition of "tourist" in 1937 (Cunha, 2012). In order to do this, the term "tourist" was then used to describe someone traveling for a minimum of 24 hours in a nation other than their home country. The LON's Council decided to list the kinds of persons regarded to be tourists and those who were not in order to make the notion more widely applicable (IUOTO, 1973), although they did not impose a maximum time limit for the journey.

However, it is crucial to emphasize the UNWTO's "official" notion, which is the one that is currently most widely used "tourism comprises the activities of persons traveling to and staying in places outside their usual environment, for not more than one consecutive year, for leisure, business, and other purposes" (United Nations, 1994). It should be noted that this notion relates to both "tourists" and "same-day visitors," and that it encompasses both international and domestic travel. The UN emphasizes that the motivations (purposes) it refers to are not those of persons who decide to travel, but rather those of those who select the particular location or nation visited, classifying these motivations into 1. Leisure, recreation, and holidays; 2. Visiting relatives and friends; 3. Business or professional; 4. Health treatment; 5. Religion, pilgrimage; 6. Others.



The primary characteristics of tourism fit into a set of characteristics of a service offering. The four characteristics are the following: instability, impermanence, diversity, and unity (Ventura-dias, 2011; Lóke et al., 2018). The expansion of the tourism industry may have a favorable impact on economic growth because tourism is a significant contributor to economic development in the global economy. Many earlier researchers have thought about the important role that the tourist sector plays in economic development (Gamage et al., 2020). The World Tourism Organization (WTO) claims that one of the main factors promoting economic growth is tourism. The greatest foreign exchange, job prospects, and revenue-generating potential are provided by tourism for economic growth (Steiner, Planning et al., 2006). According to Gamage, tourism is the sector with the quickest rate of growth in both developed and emerging nations. Tourism is also regarded as the economy's main source of employment opportunities and top revenue generator (Gamage et al., 2020).

## ***2.2. Impact of the epidemic on the global tourism industry***

Nearly all nations' economic development was severely hampered by the COVID-19 epidemic. It led to the biggest economic collapse in history. The predicted value of tourism's economic contribution in 2021 (measured in terms of tourist direct gross domestic product) is US\$1.9 trillion, up from US\$1.6 trillion in 2020 but still much below the US\$3.5 trillion pre-pandemic level (UNWTO, 2022). The spread of COVID-19 also caused the economies of more developed nations, including the USA, UK, Japan, and Europe to collapse. Due to measures are taken to stop the virus from spreading further, including the lockdown policy, travel restrictions, supply chain problems, and low demand, the economy has performed poorly. These limitations can put a strain on global economic expansion. According to the International Labor Organization (ILO), the COVID-19 pandemic will result in an increase in unemployment of 5.3 million to 24.7 million people worldwide (ILO, 2020). As a result, economic activity declines, and jobs are lost. The COVID-19 outbreak has had an influence on all economic sectors, including manufacturing, tourism, finance, insurance, trade, transportation, and people in all occupations in all nations experiencing increasingly severe economic shocks. Due to the uncertainty and dread of the pandemic, most businesses are more likely to experience low earnings because individuals are urged to stay at home, events are canceled and travel is prohibited, and big gatherings are not permitted (Hoque et al., 2020). Demand and supply shocks from the COVID-19 pandemic generate abrupt economic disruptions in practically every economic sector (El-Erian, 2020).

The COVID-19 pandemic is more likely to have an impact on the tourism industry (Shretta, 2020). The world's tourism industry contributes more than 10% of the global GDP and 30% of services exported globally (World Bank, 2017). Among all economic sectors, the tourism industry is one that has the most economic impact because of numerous travel restrictions, travel bans, airport closures, and mass passenger cancellations that are enacted by various governments. As a result, the COVID-19 epidemic cost the global tourism industry about US\$ 820 billion in lost income (Ozili and Arun, 2020). Additionally, the stay-at-home and social withdrawal rules imposed by the majority of governments, as well as booking cancellations, which may result in costs of up to US\$ 150 billion globally, have had a significant negative impact on the hotel sector. According to Hoque, the coronavirus had a major impact on the Chinese travel and tourism sector (Hoque et al., 2020). The COVID-19 pandemic delayed the majority of foreign visitors to China, severely harming the country's tourism business, which typically generates enormous revenues (Aljazeera, 2020). Additionally, it was disclosed how well hotels, bars, restaurants, and other travel businesses were affected.

The economic and tourist sectors have been studied in relation to previous outbreaks. According to past research, these pandemics have a far smaller effect than the COVID-19 outbreak in 2020. H1N1 flu, SARS, the HIV/AIDS pandemic, the Ebola and Zika viruses, and now COVID-19, are major epidemics and pandemics that have had an impact on the global economy. Globally, these pandemics and epidemics cause enormous economic losses. Due to its six-month impact on international air travel, the SARS outbreak had the greatest impact on the tourism sector (IATA, 2020).

However, compared to other recent pandemics, the COVID-19 outbreak may have significantly bigger effects. In 2021, total export profits from international tourism—including receipts from passenger transportation—amounted to US\$ 728 billion, a real-term rise of 4% from 2020, but a decline of 61% from 2019, when export revenues exceeded US\$ 1.7 trillion. This comes after a 63% decline in 2020, the pandemic's first year. As a result, the overall loss in tourism-related revenue for 2020 and 2021 exceeds US\$ 2 trillion. This has ten times the financial impact on the world as the SARS pandemic did (Shretta, 2020). In light of this, it can be said that the COVID-19 outbreak, in contrast to earlier pandemics and outbreaks around the world, is predicted to have a significant negative influence on global tourism.

The decline of the tourism sector may have devastating effects on employment and income from the supply chain. Countries that depend on tourism a lot may have big drops in their GDP and job market. The tourist sector primarily consists of the following subsectors: health, finance, construction, trade, aviation, lodging, food and beverage, transportation, and communication. Therefore, the loss of the tourism sector has a negative effect on all of these subsectors (UNCTAD, 2020). The WTTC (2020) expects that the tourist industry will recover less quickly than other economic sectors because it took more than 19 months for it to bounce back from prior pandemics (Gössling, Scott et al., 2020).

Based on the previously described theoretical and empirical data about COVID-19 and the tourism industry, the study's main argument might be formed as follows: The COVID-19 epidemic has been most frequently connected to every nation in the world as a catastrophic economic shock. Travel restrictions, social segregation, and quarantine policies—common features of large nations—put international tourism in the most perilous situation during the epidemic. In this sense, it is possible to identify the tourism industry as the one that has been most significantly and adversely impacted by the unexpected economic shocks in several nations, including Vietnam. This study, therefore, focuses on examining the effects and reactions of the tourism industry in order to provide suitable, modified methods for future sustainable tourism development. The research then suggests ways that Vietnamese tourism businesses can grow in the post-Covid pandemic.

### **3. Data and methodology**

Desk research was used to conduct analyses, come to findings, and meet study goals on the pandemic crisis' effects on Vietnam's tourism businesses (the acceptable research method represents the kind of quantity approaches taking the source of information into account). This review used secondary data for analysis.

- *Research question:* As the first step of the secondary research, the study developed a research question; “What is the impact of the COVID-19 outbreak on the tourism sector in Vietnam?”
- *Data collection and processing:* Data on Vietnam's tourism industry (the number of visitors, revenue, expenditures, GDP growth, and employment rate) were collected during the epidemic-free period (between 2015 and 2021) and the epidemic period (between 2020 and 2021) from Vietnam National Administration of Tourism (VNAT), the General

Statistics Office (GSO), and Ministry of Culture, Sports and Tourism (MCST). The Ministry of Health provided the number of confirmed COVID-19 cases from 2020 to December 2021 (MOH). After collecting data, it is classified, aggregated, cleaned, and entered into Excel software to calculate the necessary criteria and draw illustrative charts.

- *Data analysis:* The study used descriptive statistics and comparative analysis to see the fluctuations of the analytical criteria.

## 4. Research findings

This section highlights the most important results regarding the potential for tourist development in Vietnam. In addition, the overall effects that the COVID-19 pandemic has had on the tourism industry in Vietnam, in particular the impact that the pandemic has had on various aspects of the tourism business and that of tourism enterprises, as well as the overall response of businesses in dealing with the pandemic.

### 4.1. Overview of Vietnam tourism

Vietnam's tourist industry is ripe for growth thanks to the country's advantageous location, climate, and natural circumstances. These advantages include a temperate climate, abundant greenery, and a lengthy coastline. Vietnam's tourism is considered a spearhead economic sector because Vietnam has rich and diverse tourism potential.

#### 4.1.1. Tourism potential of Vietnam

Vietnam boasts a wealth of tourist attractions, including historical sites that are part of the World Heritage List, traditional temples and handicraft villages, scenic natural landscapes, and ethnic settlements on varied geographical features (plain, coastal, and mountain areas). Many efforts are being done right now to redirect tourist traffic to new tourist resources in addition to popular tourist locations. These attractions can be divided into the following groups:

**Vietnamese Heritage:** By 2020, Vietnam will have over 41,000 monuments and landscapes, more than 4,000 of which will be designated as national monuments and more than 9,000 of which will be ranked at the province level. In 11 provinces in the Red River Delta, which together account for nearly 56% of Vietnam's relics, the density and quantity of relics are at their highest (Vietnam Ministry of Foreign Affairs, 2018). Vietnam also has 117 museums, of which 38 are managed by ministries and branches and 79 are by municipalities.

**Tourist attraction:** UNESCO has recognized Vietnam for its eight world biosphere reserves, 400 hot springs ranging in temperature from 40 to 120 degrees, and national parks. Due to the concentration of several limestone mountains in the northern portion of the nation, Vietnam's caves are mostly found there. Vietnamese caves are typically found in limestone mountains with highly developed karst landscapes. Having 125 beaches, the majority of which are stunning, Vietnam is ranked 27th out of 156 countries with seas in the globe. Ha Long Bay and Nha Trang Bay are two of the world's most picturesque bays, and Vietnam ranks twelfth among those nations (Vietnam Ministry of Foreign Affairs, 2018).

**UNESCO awards:** Vietnam has received UNESCO accolades for several things, including world heritage sites, biosphere reserves, documentary heritage, global geological parks, and the intangible cultural heritage of humanity. World heritage is the oldest and most prestigious prize in the UNESCO system. Vietnam was awarded nine global biosphere reserves and thirteen intangible cultural heritage designations by UNESCO in 2019 (Vietnam Ministry of Foreign Affairs, 2018; Viet Nam Que Huong Toi, 2021).

**Vietnamese festivals:** As of 2009, there were 7,966 festivals held in Vietnam, of which 7,039 were folk celebrations (representing 88.36%), 332 were historical celebrations (representing 4.17%), and 595 were religious celebrations (representing 7.47%).

ting 4.16%), 544 were religious celebrations (representing 6.28%), 10 were celebrations brought in from abroad (representing 0.12%), and the remaining 0.5% were other celebrations. Vietnam will have 28 festivals on its list of national intangible cultural assets by the end of 2014 (Vietnam Ministry of Foreign Affairs, 2018).

#### 4.1.2. Tourist areas and tourist centers

Vietnam is already a popular travel destination worldwide. Tourism-related spending and earnings have been expanding rapidly for years, significantly boosting the nation's GDP growth (9.2% in 2019). Vietnam's position in the process of growth and global integration has been strengthened by the preservation and promotion of the value of its natural resources and cultural heritage. Vietnam is a nation with a broad and abundant tourist potential and numerous strengths across the nation (Figure 1).



**Figure 1: Vietnam tourist attractions**  
Source: Amo Travel Team (2018)

Vietnam has 24 tourist attractions spread throughout 7 tourist regions:

**North mountains and midlands:** The terrain is mainly midland and mountainous areas, so the difference in climate by altitude is relatively clear. To develop resort and discovery tourism with Fansipan peak, O Quy Ho pass, and Hoang Lien Son national park. At the same time, promote the exploitation of cultural tourism in villages and border gate tourism in Lao Cai.

**The Red River Delta:** In the tourist areas of Vietnam, the Red River Delta region has diverse natural conditions, with a tropical monsoon climate, divided into four distinct seasons, creating beautiful natural landscapes. In addition, this place also preserves many attractive historical and cultural relics. In particular, in this area, there is Ha Long Bay - one of the 7 natural wonders of the world and many other beautiful beaches. The most ideal time to explore the Red River Delta and Northeast Coast in the list of Vietnam tourist areas is around April - August (summer).

**North Central Coast:** In the tourist areas of Vietnam, the North Central region has full mountainous terrain, plains, and coastal areas; At the same time, there are many beautiful historical sites such as Hue Ancient Capital, Ho Dynasty Citadel.

**South Central Coast:** Possesses many beautiful beaches and a tropical climate characterized by two distinct rainy and dry seasons. This place is likened to the island paradise of Vietnam with many of the most beautiful beaches such as Vinpearl Nam Hoi An, Ba Na Hills, Asia Park - Asia Park, etc. In particular, the South Central Coast is also the only tourist area in Vietnam tourist areas where visitors can experience sand dunes and sub-deserts in the middle of the S-shaped strip of land.

**Central Highland:** In the tourist areas of Vietnam, the Central Highlands has a typical tropical savanna climate that is cool all year round and the unique "sunshine" has turned this place into a paradise for relaxation and travel experiences. Visitors can come to this tourist area of Vietnam at any time of the year.

**South-east region:** The sub-equatorial monsoon tropical climate is divided into two distinct rainy and dry seasons, with an average annual temperature of about 25°C, which is a favorable condition for the development of marine tourism. Where visitors can experience eco-tourism, river tourism, cultural and historical relic tourism, and discovery tourism in the same place.

**Mekong Delta:** In the tourist areas of Vietnam, the Mekong Delta has a dense canal system, visitors coming here will be completely impressed by the unique culture of this Vietnamese tourist area. Garden tourism, eco-tourism, and floating market discovery - are one of the most unique forms of the market in Vietnam. In the tourist areas of Vietnam, coming here, visitors will experience traditional craft village tourism or enjoy unique local specialties (Viet Nam Que Huong Toi, 2021)

**Table 1: Most popular destinations in Vietnam**

City	Tourists	Rank	Change
<i>Ho Chi Minh</i>	8,208,000	#30	+14.0%
<i>Ha Long</i>	6,247,900	#42	+18.0%
<i>Ha Noi</i>	5,132,300	#51	+9.5%
<i>Da Nang</i>	2,880,800	#83	+15.0%

Source: Worlddata (2022)

Four Vietnamese cities are among the top 100 tourist destinations in the world. With 8.21 million visitors in 2019, Ho Chi Minh City climbed to the thirtieth spot. All foreign visitors who spent at least one night in the country were counted, according to Euromonitor.

#### **4.2. Impact of the COVID-19 pandemic on the tourism sector in Vietnam**

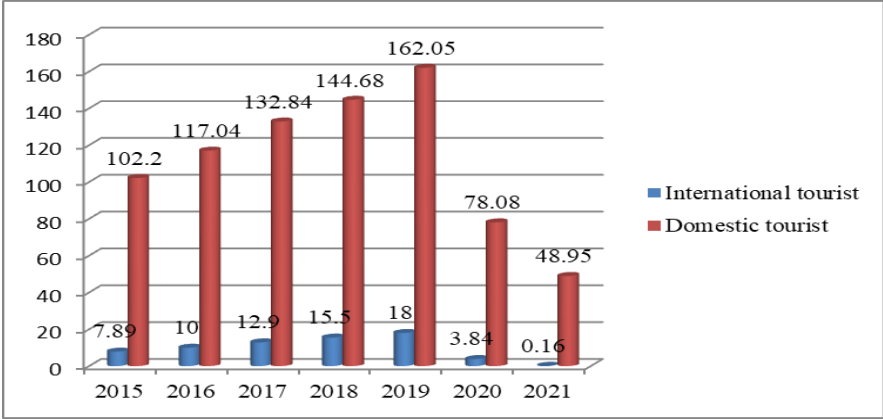
The effects of the COVID-19 pandemic on the tourism sector, such as visitor numbers, revenue, and other metrics, have been the subject of mixed research findings.

##### **4.2.1. Impact on tourists**

Vietnam is “one of the most dynamic emerging countries in East Asia”. Over the past years, the tourism and travel industry has significantly increased its contribution to Vietnam's GDP from 6.3% in 2015 to 9.2% in 2019 (Statista, 2022). With this contribution and relationships with other industries such as retail and hospitality, the tourism industry is prioritized by the Government of Vietnam as a key role in promoting economic growth and socio-economic development.

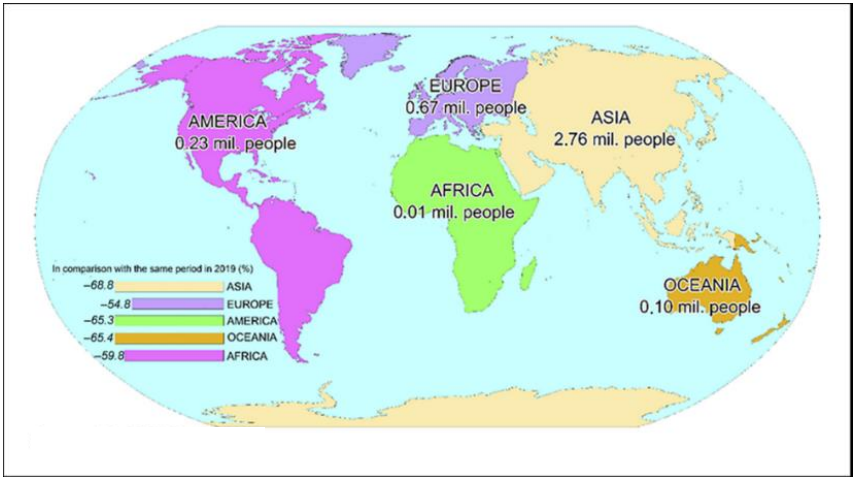
The global tourism industry, in general, and Vietnam in particular, sustained significant losses as a result of the Covid-19 outbreak. Many of the objectives for Vietnam's tourism industry that are outlined for 2020 are nearly difficult to carry out, and the goals are lowered drastically. The overall number of foreign travelers that entered Vietnam in 2021 was around 0.16 million. Before the COVID-19 epidemic, Vietnam attracted 18 million foreign visitors in 2019, with an average annual growth rate of 22.7% from 7.9 million visitors in 2015 to 18.1

million visitors in 2019 (Figure 2). The COVID-19 pandemic's effects and associated travel restrictions caused a significant drop in foreign visitor arrivals to Vietnam in 2020 and 2021. Only 3.8 million tourists visited Vietnam in 2020, a drop of 78.7% from the same period in 2019. Following the declining trend from 2020, it was predicted that just 0.16 foreign visitors arrived in Vietnam in 2021, a 95.83% decrease from the same period the previous year (Statista, 2022).



**Figure 2: Number of tourist arrivals in Vietnam from 2015 to 2021 (in millions)**  
Source: Statista (2022a)

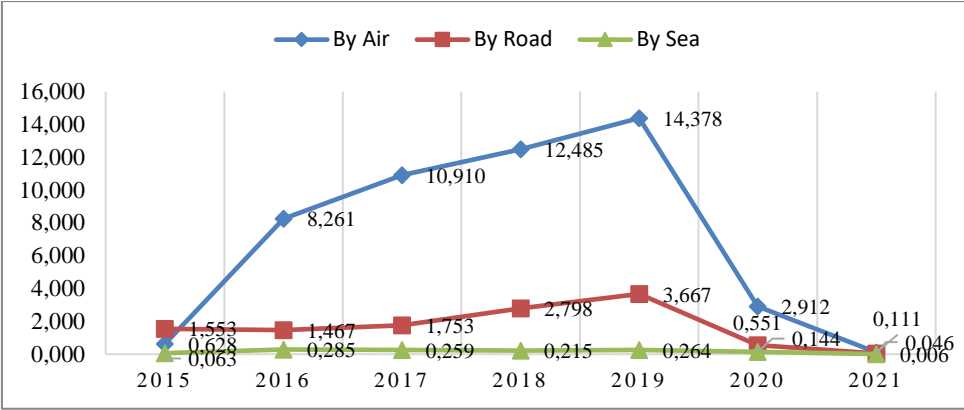
The tourism sector's attention has been forced to change to promoting and increasing domestic travel as a result of the mounting challenges. This has made it possible for travel companies to thrive during the epidemic time. The domestic tourism stimulus program was twice introduced by the tourism sector, once in May 2020 with the topic "Vietnamese travel to Vietnam" and once in September 2020 with the theme "Safe and appealing Vietnam tourism." (General Statistics Office, 2022). Prior to the COVID-19 pandemic, Vietnam had a 1.5-fold surge in domestic tourism, from 102.2 million arrivals in 2015 to 162.05 million arrivals in 2019, a growth rate of 10.5% annually. Vietnam's domestic tourism fell by 51.8% in 2020 compared to 2019 because of the pandemic, from 162.05 million (2019) to 78.08 million (2020) (see Figure 2). Around 49 million domestic tourists visited Vietnam in 2021, a huge drop of 37.3% from the year before (Statista, 2022a).



**Figure 3. Number of international visitors to Vietnam in 2020 by continent**  
Source: Vu et al. (2022)

Asia accounted for 73.3% of all overseas arrivals to Vietnam in 2020, a decline of 68.8% from the previous year (see Figure 3). All major markets had a dramatic decline in visitors: China dropped by 83.5%, Korea by 80.4%, Japan by 78.4%, Taiwan by 78.8%, Cambodia by 46.6%, and Malaysia by 80.7%. In contrast, visitors from the Americas and Europe declined by 65.3% and 54.8%, respectively, in 2020 as compared to 2019 (Vu et al., 2022)

Before the COVID-19 epidemic, there were 14.3 million international arrivals by air, which was 79.83% of all arrivals and 15.2% more than in 2018. Visitors who came by road reached 3.7 million, which is 20.03 % and 31.08 % more than in 2018. And only 0.3 million people arrived by sea, which is 1.4% of all arrivals and is 22.6% more than in 2018 (see Figure 4).



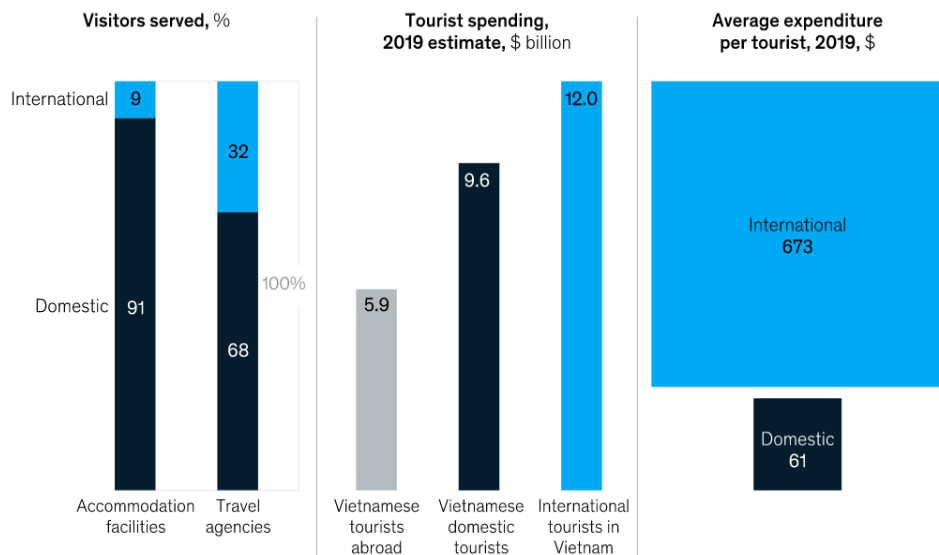
**Figure 4: Number of international visitors to Vietnam, by means of transport (in millions)**  
Source: VNAT (2022)

However, the number of international visitors to Vietnam in 2020 dropped dramatically compared to 2019. By air, the number of visitors fell by 79.7%, by road by 84.9%, and by sea by 45.4% (VNAT, 2022).

4.2.2. *Impact on expenditures*

Due to the fact that foreign visitors spend substantially more than Vietnamese visitors, the sudden decline in their numbers has had a huge impact on tourist spending as well as Vietnam's overall economy. International visitors made up only 17 percent of all tourists in Vietnam in 2019, but they were responsible for more than half of all tourism spending, spending an average of \$673 per traveler compared to \$61 spent by domestic visitors. Tourism expenditures made up 9.2 percent of the country's GDP in 2019 (see Figure 5). Between 2014 and 2019, the country's retail and food and beverage industries lost ground, while the tourist sector added 660,000 employees (Margaux et al., 2021).



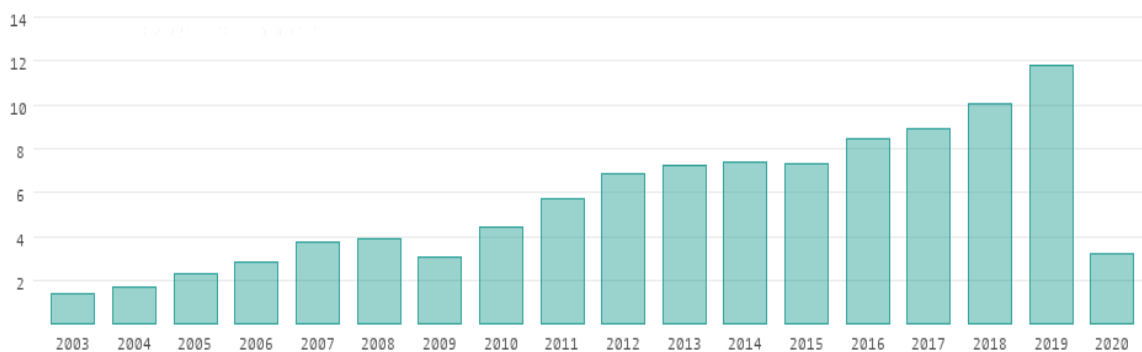


**Figure 5: Comparison between expenditures of international and Vietnamese tourists**

Source: Margaux et al. (2021)

#### 4.2.3. Impact on revenue

3.5% of the nation's gross domestic product, or 1.40 billion USD, was generated by tourism in 2003. At the time, this amounted to approximately 2.43 million tourists and 576 USD per individual. The nation is now significantly more dependent on tourism than it was 17 years ago. Sales totaled \$11.83 billion, or 3.6 percent of the GDP, prior to the Covid-19 pandemic's onset. As a result, each traveler spent \$657 on their trip to Vietnam. Tourism revenue fell precipitously in 2020 as a result of the Covid-19 outbreak. Only \$3.23 billion of the \$11.83 billion (2019) was left (see Figure 6). Vietnam has experienced a 73% decline in this (Worlddata, 2022).



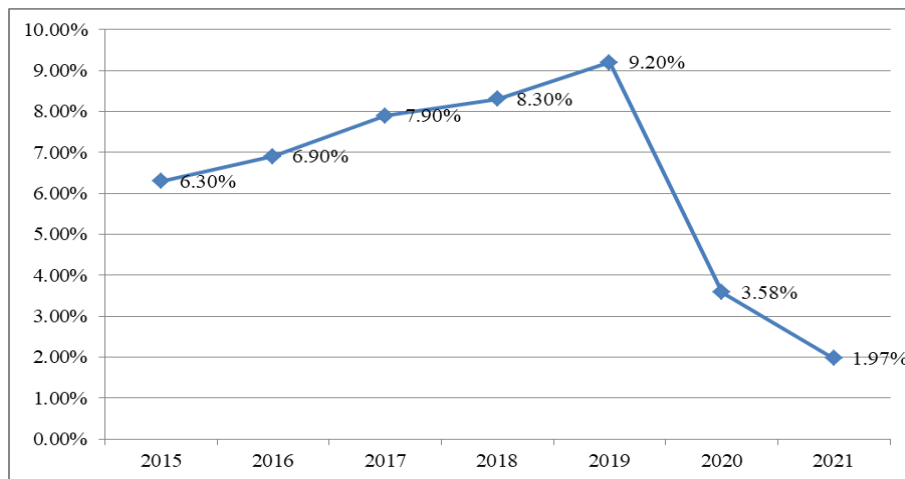
**Figure 6: Tourism revenues in Vietnam (in billion U.S. dollars)**

Source: Worlddata (2022)

#### 4.2.4. Impact on GDP

Vietnam's tourist industry contributed little under two percent to the GDP in 2021, a significant decline from the previous years. The contribution of the tourist industry to GDP increased by an average of 6.3% from 2015 to 9.2% in 2019. However, the COVID-19 pandemic's effects in 2020 and 2021 had a significant negative influence on the tourism industry. Only 3.58% of the GDP was contributed by the tourist industry in 2020, a decrease of 1.97% from the same period in 2021 (see Figure 7).





**Figure 7: Share of direct GDP contribution from the tourism sector in Vietnam from 2015 to 2021**

Source: Statista (2022b)

#### 4.2.5. Impact on tourism employees

The COVID-19 epidemic has had the greatest impact on tourism industry workers, according to the GSO. In 2020, the COVID-19 outbreak-related border closures and restrictions on domestic travel resulted in the loss of employment for around 60% of the workforce in Vietnam's tourism sector. There are relatively small fluctuations in the sector's employment, between 30% and 40% (General Statistics Office, 2020). In 2021, the unemployment rate in the tourism sector grew further, reaching almost 90% of all employees in the travel industry and 70% to 80% of staff in the lodging sector (Vu et al., 2022).

### 4.3. Impact and strategic responses of Vietnam's tourism enterprises during the COVID-19 pandemic

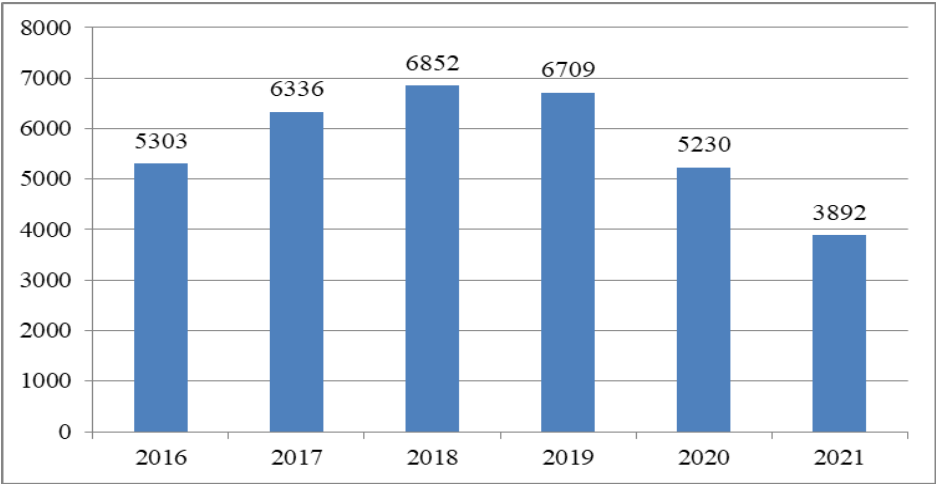
The effects of the COVID-19 epidemic on various sectors of the tourism industry seem to vary, according to the available research. Additionally, the research reveals the tactical measures taken by companies during the outbreak.

#### 4.3.1. Impact on Vietnam's tourism enterprises

About 90–95 percent of *tour operator enterprises* must shut down (except for very few businesses that organize intra-provincial tours). 90% of the 338/2,519 enterprises engaged in international travel that are asking to have their licenses revoked in 2020 will shut down. Over 35% of the total number of licensed rest stops will be operating in 2021, according to the number of tour operators requesting the cancellation of their travel business licenses. Due to the lack of customers, businesses that transport tourists also stopped operating (Nam, 2022).

In 2020, the nation's average occupancy rate will drop by 70-80% from 2019 in *accommodation, food, and beverage enterprises*. Hotels will have essentially no visitors in 2021, with the exception of a few isolation facilities. There are 38 thousand tourist lodging facilities around the country, with 780 thousand rooms, and an estimated 5% occupancy rate on an annual basis. The majority of the workforce in the tourism sector no longer works, and the remaining handful does so part-time. To make a living, workers must change their line of work. Businesses must reduce personnel by 70–80% starting in 2020. By 2021, there are only 25% fewer full-time workers than in 2020, with 30% of workers departing their jobs or ending their contracts, 35% of workers being temporary, and 35% of workers earning a moderate 10% wage (Nam, 2022).

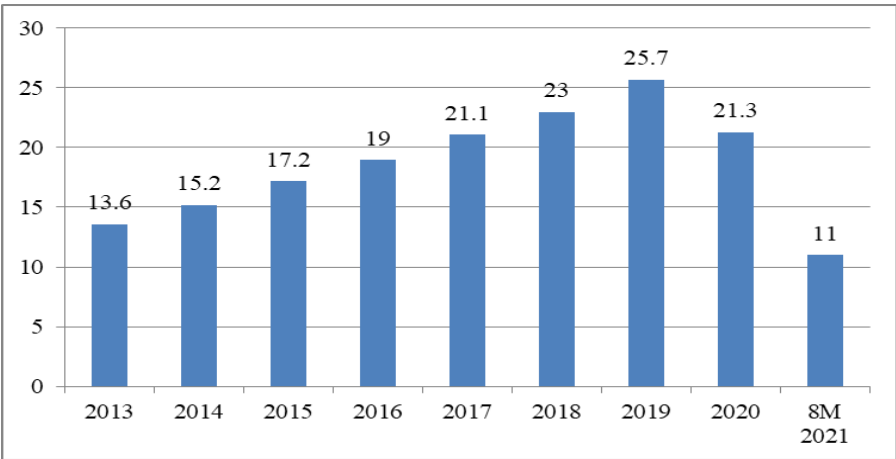
Thousands of Vietnamese tourism enterprises have been severely impacted by the protracted COVID-19 outbreak. The resources required to maintain the bare minimum of operating conditions are no longer available to tourism businesses due to their exhaustion. When hospitality, food, and beverage businesses owe money to banks and are on the verge of being unable to pay them back now, problems mount (Vu et al., 2022) period 2016-2021, the numbers of accommodation, food, and beverage enterprises applying for new licenses tend to decrease in number to 3,892 enterprises in 2021, compared to 26.6% in 2016 compared to 2016 (see Figure 8).



**Figure 8: Accommodation, food and beverage enterprises apply for new licenses (in enterprises)**

Source: General Statistics Office (2022)

However, Vietnam's lodging, food, and beverage industries generated 11 billion US dollars in income in the first eight months of 2021 (see Figure 9). Prior to the COVID-19 pandemic, this industry experienced revenue growth year over year. Since 2020, the epidemic has stifled this expansion, in part as a result of restrictions on foreign travel to the nation and numerous lockdowns in various parts of Vietnam.

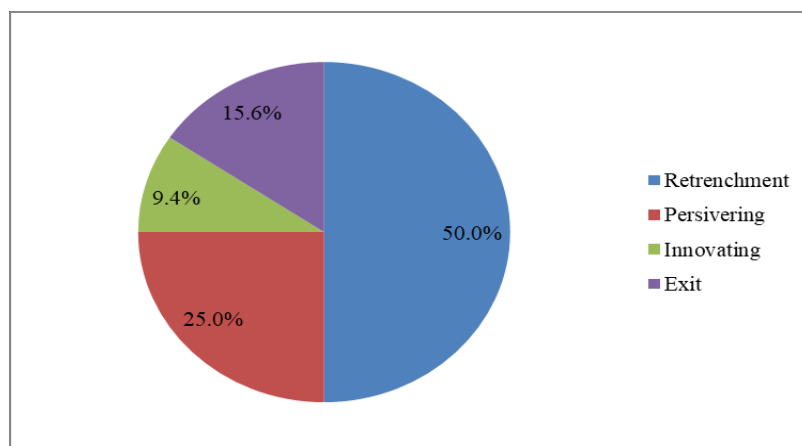


**Figure 9: Revenue from accommodation, food and beverage services in Vietnam from 2013 to the first eight months of 2021 (in billion U.S. dollars)**

Source: Statista (2021)

#### 4.3.2. Strategic responses of Vietnam's tourism enterprises during the covid 19 pandemic

Most businesses have adopted one or more measures to minimize the negative impact of the Covid-19 epidemic. Many businesses are forced to change industries, change business models or cut most of their staff. When analyzing the strategic response of Vietnam's tour operators during the COVID-19 period, Do et al found that the retrenchment strategy was most adopted by tour operators (50%) in response to COVID-19, persevering (25%), exit (15.6%), and innovating (9.4%) (Do et al., 2022), respectively (see Figure 10).



**Figure 10: Strategic responses to COVID-19**

Source: Do et al. (2022)

*Retrenchment strategy* is the most popular strategic response during the epidemic period (accounting for 50%). This strategy focuses on domestic tourism activities and postpones domestic and foreign tours. The main goal of this strategy is to help businesses reduce costs and/or product flow in the short term by narrowing their business (Do et al., 2022). According to ILO (2020) found that the majority of tourism firms (67.2%) affected by Covid-19 had implemented steps to cut labor expenses. This method is also widely used in many future types of research (ILO, 2020). A Survey of VCCI shows that 75% of enterprises have cut labor (Mai, 2022); According to a survey of the National Economics University, 35% of enterprises had to cut labor and 34% reduce wages (NEU-JICA, 2020).

All the solutions that have been applied can see that cost-cutting measures have a great impact on the lives of employees. According to the ILO assessment, workers most vulnerable to the economic impacts of the pandemic are older workers, women, young workers, informal workers, workers in unstable jobs, and migrant workers (ILO, 2020)

#### 4.4. Recommendations to restore and develop sustainable Vietnam's tourism sector post-COVID pandemic

From the beginning of 2022 until now, the tourism industry has served nearly 72 million domestic tourists (the full-year plan is 60 million), and 733,000 international visitors. Total revenue reached 12.7 billion USD. The number of tour operators returning to operation and issuing new licenses has increased again, with 2,563 international travel businesses, and 1,060 domestic travel businesses. After the pandemic, 90% of accommodation establishments returned to operation, reaching over 55% of room capacity with weekdays and weekends reaching over 95%, especially destinations with great attraction (Government News, 2022). Transport and aviation activities meet the needs of foreign tourists quite well.

Therefore, the urgent goal of the tourism industry is to recover and develop tourism activities after the epidemic. The authors propose the following recommendations as references to the government, relevant agencies, and tourism businesses:

***Firstly, for the Government and relevant authorities***, under the negative impact of the Covid-19 pandemic, Vietnam's tourism industry needs the cooperation and contribution of the whole political system to remove difficulties, restore tourism, develop sustainably, and become an important economic sector. The government and relevant authorities should:

(1) Completing the system of legal documents to ensure uniformity and consistency. Reviewing and completing mechanisms and policies to encourage investment incentives, giving priority to strategic investors to implement key projects.

(2) Implement the policy of reducing VAT for tourism business activities; electricity price adjustment for tourist accommodation establishments; prolong the policy of reducing land rent; adjust the time of restructuring the repayment term; supplement a credit package for businesses and tourism business owners to borrow some loans with preferential interest rates to pay salaries and pay insurance for employees (to retain skilled workers); maintenance and repair of accommodation establishments, tourist attractions (degraded due to long closure).

***Secondly, for tourism enterprises five fields have to be mentioned:***

(1) *Focus on boosting demand-stimulating activities and recovering domestic tourism nationwide:* Enterprises need to have guidelines to welcome and serve tourists safely after the epidemic (tourism departments, tourism business units, and tourists) and organize communication, advertising, and promotion to reopen domestic tourism. At the same time, tourism activities must comply with epidemic prevention regulations under the guidance of the health sector and according to the issued set of criteria to gradually welcome international tourists to Vietnam.

(2) *Accelerating the digital transformation process in the tourism industry:* Formulate a digital tourism development plan for the period of 2021-2025. Apply information technology, digitize information and data to serve the management of accommodation establishments, travel agencies, tour guides, destinations, and tourist service establishments; database for market research, and tourism promotion. Strengthen close cooperation between the tourism industry and technology. Build a multi-utility integrated platform such as a secure tourist digital map to connect medical data and information about safe travel service facilities, discover destinations, manage tours, etc.

(3) *Diversify and improve the quality of tourism products:* Vietnam's tourism products after the pandemic should focus on developing nature tourism products such as sea tourism, unspoiled islands, ecotourism, and community tourism. In addition, businesses need to renew their existing tourism products in line with the changing needs due to the impact of the COVID-19 epidemic such as developing different types of night economic activities. Develop various types of tourism such as culinary tourism, shopping tourism, waterway tourism, eco-tourism, medical tourism, tourism around the city, excursion tourism associated with new agriculture and countryside...

(4) *Developing high-quality tourism human resources in the context of international integration:* After the pandemic, there is an urgent need for the development and repair of tourism human resources, particularly those of tourist lodging facilities. Therefore, to maintain and develop high-quality human resources, enterprises need to have good remuneration policies; training skills, and knowledge about digital transformation; actively connect with tourism human resource training institutions; improve management capacity; actively connect to participate in high-quality human resource training with international training systems. In addition, the training institution must attract investment in the training system, and physical facilities of the teaching staff; put into the training program new knowledge about new types of tourism, etc.

(5) *Developing tourism toward green growth*: Vietnam can pilot the model of energy efficient and economical destination at the destination scale of islands. Prioritize the development of tourism types that promote green growth (ecotourism, community tourism, agricultural and rural tourism, sea and island resort tourism associated with blue sea economic development, tourism extreme sports ensure standards, green criteria...).

## 5. Conclusion

In this research, the authors analyze and evaluate the tourism business in Vietnam during the covid 19 pandemic. Simultaneously, the article also focuses on analyzing the impacts and responses of businesses operating in the field of tourism to propose appropriate recovery strategies.

The study has generalized Vietnam's great potential for tourism development due to its favorable location in terms of geography, climate, and natural conditions, including heritage sites, tourist attractions, and UNESCO awards. At the same time, the study uses secondary data sources from previous studies and General Statistics Office to analyze the impact of the COVID-19 pandemic on Vietnam's tourism industry. The authors also pointed out the significant impact of the COVID-19 pandemic on Vietnam's tourism business before and during the pandemic. Indicators in the tourism business (number of arrivals, expenditures, GDP growth, revenue, and employment rate) tend to decline compared to before the pandemic. As a result, the overall economic efficiency and the contribution of the tourism industry to economic growth are reduced. The analysis results also show that the contribution of the tourism industry to GDP growth is significantly reduced compared to before the pandemic.

Research has also shown the impact of the COVID-19 pandemic on accommodation, tour operators, and food and beverage services enterprises lead to an increase in the number of tour operator enterprises revoking licenses and closing down. At the same time, the numbers of accommodation, food, and beverage enterprises applying for new licenses tend to decrease significantly. The study summarizes four strategies chosen by Vietnam's tour operators to respond to the pandemic, including retrenchment, persevering, innovating, and exiting. Among them, the strategy most applied by these travel companies is retrenchment. This shows that the majority of tour operators in Vietnam focus on developing short- and medium-term crisis response strategies rather than the long-term. Therefore, This causes the greatest economic impact of the pandemic on older workers, women, and young workers.

At the same time, the study has shown recommendations for the government and relevant authorities, and tourism enterprises to recover the tourism business after the pandemic. The authors emphasized that to promote tourism to restart, it is necessary to quickly innovate, adapt and increase the use of information technology applications to understand the needs of visitors and understand new products and tourism markets via the internet to gradually restore the tourism industry in an efficient and safe direction. The introduction of information technology applications into tourism activities contributes to the introduction and widespread promotion of safe destinations. These are the solutions to recover soon and become the driving force for the tourism industry to develop after the covid epidemic period.

## Bibliography

- Aljazeera (2020). *China coronavirus outbreak: All the latest updates*. <https://www.aljazeera.com/news/2020/1/25/china-coronavirus-outbreak-all-the-latest-updates>
- Amo Travel Team (2018). *Map of regions of Vietnam – Vietnam, Destination and Travel Tips*. <https://amotravel.com/map-of-regions-of-vietnam/>

- Chen, M.-H., Jang, S. S. & Kim, W. G. (2007). The impact of the SARS outbreak on Taiwanese hotel stock performance: an event-study approach. *International Journal of Hospitality Management*, 26(1), 200–212. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2005.11.004>
- Cunha, L. (2012). The definition and scope of tourism: A necessary inquiry. *Cogitur: Journal of Tourism Studies*, no. 5., 91–114. <http://hdl.handle.net/10437/5239>
- Do, B., Nguyen, N., D’Souza, C., Bui, H. D. & Nguyen, T. N. H. (2022). Strategic responses to COVID-19: The case of tour operators in Vietnam. *Tourism and Hospitality Research*, 22(1), 5–17. <https://doi.org/10.1177/1467358421993902>
- El-Erian, M. A. (2020). The COVID Silver Linings Playbook. *The International Economy*, 4(3), 44–45. [http://www.international-economy.com/TIE\\_Su20\\_ElErian.pdf](http://www.international-economy.com/TIE_Su20_ElErian.pdf) (Last accessed on 5 December 2022.)
- Gamage, S. K. N., Illangarathne, S. K., Kumudumali S. H. T. & Nedela, A.-M. (2020). Terrorism and tourism: a systematic review of empirical literature. *Journal of tourism – studies and research in tourism*, 29, 77–86. <http://revistadeturism.ro/rdt/article/view/473>
- General Statistics Office (2020). Tourism in 2020 declines because of COVID-19. Access 2020, from <https://www.gso.gov.vn/du-lieu-va-so-lieu-thong-ke/2021/01/du-lich-nam-2020-lao-dao-vi-covid-19/>.
- General Statistics Office (2022). Report on the impact of the covid-19 epidemic on the labor situation, employment in the first quarter of 2022. <https://www.gso.gov.vn/du-lieu-va-so-lieu-thong-ke/2022/04/bao-cao-tac-dong-cua-dich-covid-19-den-tinh-hinh-lao-dong-viec-lam-quy-i-nam-2022/>
- Gössling, S., Scott, D. & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1–20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- Government News (2022). Implement synchronously many solutions to quickly recover the tourism industry. <https://baochinhphu.vn/trien-khai-dong-bo-nhieu-giai-phap-de-nganh-du-lich-nhanh-chong-phuc-hoi-102220817142719184.htm>
- Hoque, A., Shikha, F. A., Hasanat, M. W., Arif, I. & Hamid, A. B. A. (2020). The effect of Coronavirus (COVID-19) in the tourism industry in China. *Asian Journal of Multidisciplinary Studies*, 3(1), 52–58. <https://asianjournal.org/online/index.php/ajms/article/view/213/96>
- IATA. (2020). What can we learn from past pandemic episodes? <https://www.iata.org/en/iata-repository/publications/economic-reports/what-can-we-learn-from-past-pandemic-episodes/>
- ILO (2020). Report of the International Labor Organization in Vietnam, 2020, Rapid assessment of the impact of the COVID-19 pandemic on businesses and workers in some key economic sectors: Response, adjustment and resilience. [https://www.ilo.org/hanoi/Whatwedo/Publications/WCMS\\_757928/lang--vi/index.htm](https://www.ilo.org/hanoi/Whatwedo/Publications/WCMS_757928/lang--vi/index.htm)
- IUOTO (1973). International Travel Statistics. International Union of Official Travel Organizations.
- Lőke, Z., Kovács, E. & Bacsi, Z. (2018). Assessment of service quality and consumer satisfaction in a Hungarian spa. *Deturope*, 10(2), 124–146. <https://www.deturope.eu/pdfs/det/2018/02/08.pdf> (Last accessed on 5 December 2022.) <https://doi.org/10.32725/det.2018.017>
- Mai, N. T. (2022). Impact of the covid-19 crisis on the Vietnamese labor market and policy response of the government. *Journal of Science and Technology*, 5(2), 137–146.
- Margaux, C., Francois, M. & Thao, L. (2021). Reimagining tourism: How Vietnam can accelerate travel recovery. McKinsey (March 19, 2021). <https://www.mckinsey.com/featured-insights/asia-pacific/reimagining-tourism-how-vietnam-can-accelerate-travel-recovery>
- Nam, T. (2022). Tourism finds a way to overcome difficulties to overcome the pandemic. <https://special.nhandan.vn/dulichvuotdich/index.html>

- NEU-JICA (2020). Report assessing the impact of Covid-19 on the economy and policy recommendations. <https://trungtamwto.vn/file/19344/bao-cao-danh-gia-tac-dong-covid-19-den-nen-kinh-te.pdf> (Last accessed on 5 December 2022.)
- Ozili, P. & Arun, T. (2020). Spillover of COVID-19: Impact on the Global Economy. *MPRA Paper 99850*. University Library of Munich, Germany. <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/99850/> <https://doi.org/10.2139/ssrn.3562570>
- Shretta, R. (2020). *The economic impact of COVID-19*. University of Oxford Website (7 April, 2020). <https://www.research.ox.ac.uk/Article/2020-04-07-the-economic-impact-of-covid-19>
- Statista (2021). Revenue from accommodation, food and beverage services in Vietnam from 2013 to the first eight months into 2021. <https://www.statista.com/statistics/1287708/vietnam-accommodation-food-and-beverage-services-revenue/>
- Statista (2022a). Number of domestic tourist arrivals in Vietnam from 2010 to 2021. <https://www.statista.com/statistics/1211507/vietnam-number-of-domestic-tourist-arrivals/>
- Statista (2022b). Share of direct GDP contribution from the tourism sector in Vietnam from 2015 to 2021. <https://www.statista.com/statistics/1077200/vietnam-share-tourism-sector-direct-gdp/>
- Steiner, C. (2006). Tourism, Poverty Reduction and the Political Economy: Egyptian Perspectives on Tourism's Economic Benefits in a Semi-Rentier State. *Tourism and Hospitality Planning & Development* 3(3), 161–177. <https://doi.org/10.1080/14790530601132286>
- UNCTAD (2020). Impact of the Coronavirus Outbreak on Global FDI. [https://unctad.org/system/files/information-document/diae\\_gitm34\\_coronavirus\\_8march2020.pdf](https://unctad.org/system/files/information-document/diae_gitm34_coronavirus_8march2020.pdf)
- United Nations & World Tourism Organization (1994). *Recommendations on Tourism Statistics*. United Nations, New York. [https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm\\_83e.pdf](https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_83e.pdf) (Last accessed on 5 December 2022.)
- UNWTO (2022). Impact assessment of the covid-19 outbreak on international tourism. <https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism>
- Ventura-dias, V. (2011). A service-based economy: where do we stand? Notes on structural change and economic development. <https://idl-bnc-idrc.dspacedirect.org/bitstream/handle/10625/48706/IDL-48706.pdf> (Last accessed on 5 December 2022.)
- Viet Nam Que Huong Toi (2021). Overview of Vietnam tourism. <http://vietnamquehuongtoi.net/gioi-thieu-tong-quan-ve-du-lich-viet-nam/>
- Vietnam Ministry of Foreign Affairs (2018). Tourist Potential of Vietnam. Permanent Mission of Vietnam to the United Nations, World Trade Organization and other international organizations in Geneva. <https://tinyurl.com/49dm3rnv>
- VNAT (2022). Number of international visitors to Vietnam, by means of transport. Vietnam National Administration of Tourism. <https://tinyurl.com/39jjnmdc>
- Vu, H. D., Nguyen, A. T. N., Nguyen, N. T. P. & Tran, D. B. (2022). Impacts and restoration strategy of the tourism industry post-COVID-19 pandemic: evidence from Vietnam. *Journal of Tourism Futures*, 2022, 1–13. <https://doi.org/10.1108/JTF-09-2021-0218>
- World Bank (2017). World Bank Annual Report 2017 (English). <http://documents.worldbank.org/curated/en/143021506909711004/World-Bank-Annual-Report-2017>
- Worlddata (2022). Tourism in Vietnam. <https://www.worlddata.info/asia/vietnam/tourism.php>

## **Tourism in Troubled Times: the Economic and Social Effects of Short- and Expected Long-Term Changes**

**Dr. habil. Tamás SZEMPLÉR PhD**

Head of Institute, Associate Professor

*Budapest Business School, Faculty of Commerce, Hospitality and Tourism, Institute of Economics, Department of Economics and Business Studies - Hungary*

### **Abstract**

The COVID-19 pandemic has changed our everyday life, including the functioning of our economies. Though by now, the limitations caused by the pandemic have been cancelled or eased in most countries of the world, many of the changes have stayed with us. In 2022, the war of Russia in Ukraine has caused new, for a long time unseen economic problems, first of all, but not only for Europe. This contribution, focuses on one of the most visible changes that occurred in the economy, raising the question how much of the changes after the pandemic and the effects of the war (including security considerations, energy prices) will remain with us on the long run, and how the tourism sector can adapt to this „new world”. The general conclusion is that at least some elements of the changes will remain and should be considered as a transformation of the sector. For this reason, the changes should be dealt with by corresponding steps in economic policies, especially in those countries where tourism is an especially important sector of the economy.

*Keywords:* tourism, crisis, economic policy

*JEL Codes:* Z30, E32, E61

### **1. Introduction**

The 2020s have brought dramatic – and for most people, unforeseen – changes in our life. The COVID-19 pandemic has, among others, very much narrowed the possibilities of mobility of people. While the situation has substantially improved in 2021 and 2022, its consequences are still with us. In addition to them, in 2022, the Russian invasion in Ukraine has added another factor which, beyond its tragic direct consequences, has caused additional uncertainty worldwide.

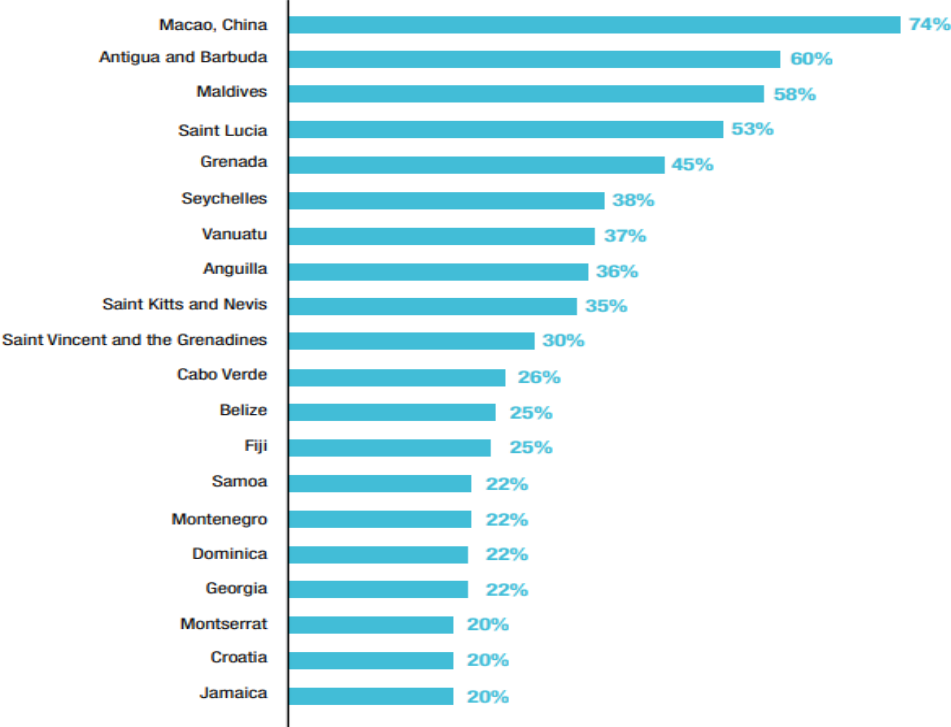
Tourism, and especially international tourism is one of the economic sectors that have suffered most of these dramatic events. In this paper, I provide a brief description of the changes and a reflection on the short- and potential long-run consequences of the changes on international tourism. First, I outline the economic importance of the sector using official data of the United Nations World Tourism Organisation (UNWTO) database. Following this, I present the effects of the COVID-19 pandemic on international tourism from the outbreak of the pandemic to mid-2022 and discuss the short- and the potential long-run effects of the pandemic on the sector. After that, I tackle the effects of the Russian invasion of Ukraine from the point of view of international tourism. I conclude the paper with some summary remarks and open questions.

### **2. The economic importance of tourism**

Services play a very important role in modern economies. In recent decades, international trade in services has increased more rapidly than international trade of goods. International tourism is one of the sectors behind this development: in some countries in a specific situation – these



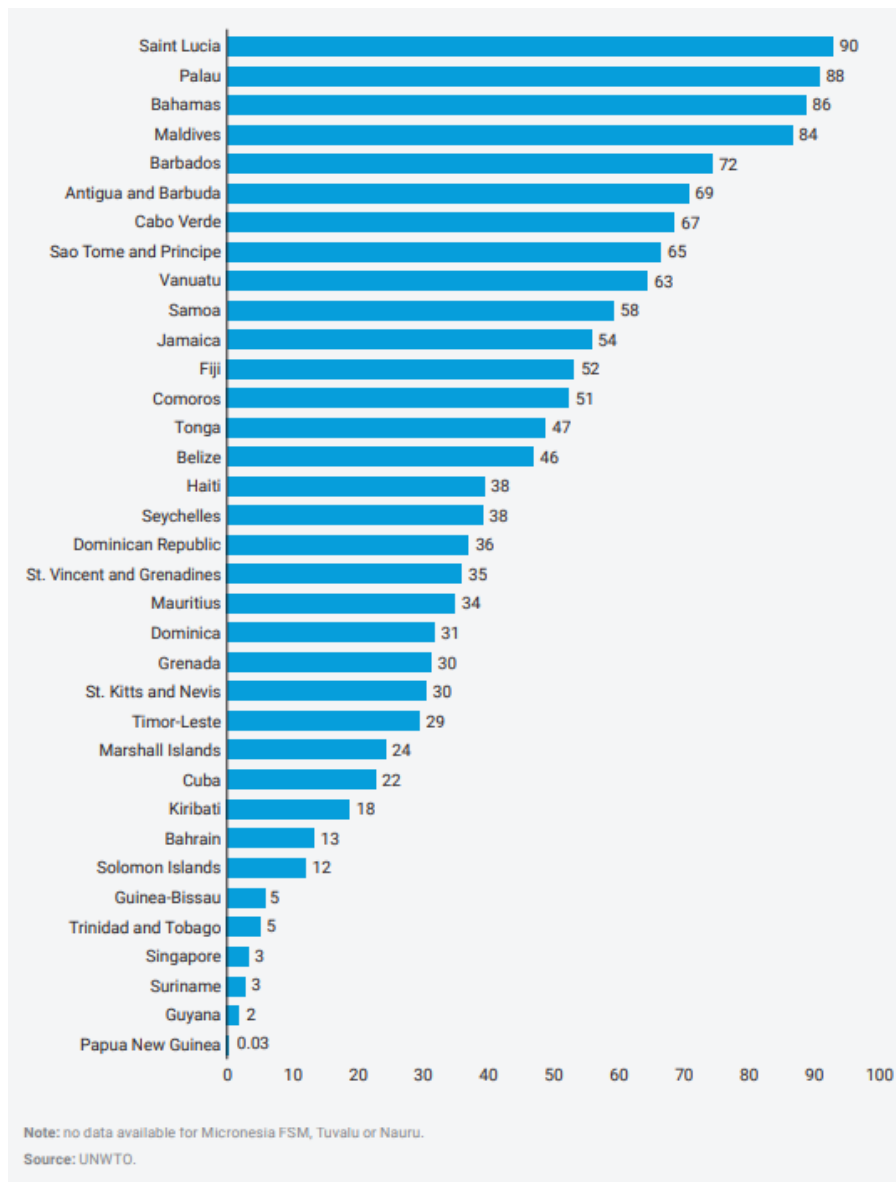
countries are categorised as ‘Small Islands Developing States’ (SIDS) – tourism can even provide (including direct and indirect effects) over half of the GDP, but its contribution can be important in other countries, with an advantageous, but still less specific situation for tourism (see Figure 1); the figure for Hungary was 10.2% in 2017 (OECD, 2020).



**Figure 1: Inbound tourism expenditure as a percentage of GDP (selected economies, 2018)**

Source: UNWTO, in: UNCTAD (2020, p. 8.)

One can also express the importance of international (inbound) tourism as the share of revenues from it in total exports. As the data in Figure 2 demonstrate it, some of the SIDS – some of which are worldwide known tourism destinations – are really heavily dependent on the sector, especially because they do not possess any other comparable export revenue sources. For Hungary, we have a figure on the share of travel exports in total service exports – being 23.5% – for the year 2018 (OECD, 2020).



**Figure 2: International tourism revenues as share (%) of total exports in SIDS**

Source: UNWTO, in: United Nations (2020, p. 10.)

The importance of the sector can also be seen in the number of jobs related to tourism. Figure 3 presents the related figures for the countries where employment in tourism and related sectors is over 1 million persons.<sup>1</sup> Beyond these countries, there are several others with hundreds of thousands of employees (based on the same dataset, the figure for Hungary was 443 thousand, referring to the year 2019; this meant roughly 10% of total employment in the country)<sup>2</sup>. Despite the heterogeneity of the data (country methodologies can differ to a great extent), employment figures confirm th that tourism is an important economic sector in many countries.

<sup>1</sup> The figure is based on UNWTO data; among other countries, for Canada, China, Germany and Turkey (countries where one would expect a high figure) there were no data in the source.

<sup>2</sup> The OECD data for Hungary for 2018 are 418 thousand, meaning 9.6% of total employment (OECD, 2020).

Country	Employees in thousand	Latest data
India	38 691	2018
United States	6 115	2019
Japan	5 889	2019
Philippines	4 681	2020
Thailand	4 258	2016
Malaysia	3 458	2020
United Kingdom	2 743	2016
Spain	2 334	2020
Brazil	2 192	2019
Indonesia	2 058	2020
Mexico	2 006	2020
Egypt	1 993	2015
Nigeria	1 429	2016
France	1 368	2018
Türkiye	1 355	2020
Russian Federation	1 338	2015
Argentina	1 260	2019
Uganda	1 173	2015

**Figure 3: Total employment in tourism industries, in thousand; selected countries**  
Source: UNWTO<sup>3</sup>

It is obvious that if such an important sector is heavily hit, the effects are very painful for the whole economy. This is exactly what we have witnessed since the COVID-19 pandemic broke out in 2020. In 2022, another major uncertainty factor added to the decreasing, but in some regions of the world still important effects of the pandemic: the Russian invasion in Ukraine has deteriorated the situation in the countries of the region (including Central and Eastern Europe) as well as contributed to the general uncertainty, having a negative effect, among others, on international tourism. In the following points of this paper, I will concentrate on the effects of these major negative events.

### 3. COVID-19 and international tourism

The COVID-19 pandemic has hit the world early 2020 in a way we haven't seen before: the connections that are so important for the functioning of the global economy, have been mostly cut. Especially, the movement of people has been severely limited – and this had a very direct and severe effect on tourism, especially on international tourism. In this section, these effects and the related measures will be discussed.

#### 3.1. The effects of the pandemic on international tourism

As a consequence of the COVID-19 pandemic, after the last “normal” year of 2019, the results in 2020 have signalled a huge drop in international tourism. According to UNWTO data, international tourist arrivals have decreased by 71% from 2019 to 2020 – in other words, the

<sup>3</sup> <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance> (Downloaded on 3 Dec. 2022.)

number of international tourist arrivals in 2020 has been just a bit more than a quarter of the 2019 figure. All regions have been severely hit: in Africa, the decline was 75%, in the Americas 67%, in Asia and the Pacific 80% (the highest percentage change), in Europe 66%, in the Middle East 73%. Regarding subregions, the smallest decline was 60% (in Western Europe and in the Caribbean), the biggest one was 88% (in North-East Asia).

Regarding the (overall) change by month, while in February 2020 the decline was 12% compared to February 2019, in March, the change compared to the same month of the previous year, the decline was already 65% – the figure reflects the spread of the pandemic and the resulting strict limitations in the movement of people. April, May and June 2020 have brought the biggest decline: in each of these three months, the number of international tourist arrivals was been 90% less than in the same month of 2019; in other words, international tourist arrivals have shrunk to one-tenth of their previous-year number. July, August and September 2020 were somewhat better – but this is to understand only in relative terms: the declines compared to the same months of the previous year have been 75%, 72% and 76%, respectively. October, November and December 2020 have brought another wave of worsening, with 82%, 86% and 84% declines compared to the same months of 2019.

With the beginning of vaccination worldwide, there was much hope that 2021 would be substantially better than 2020. Indeed, in 2021, we could witness a certain reopening of the world, but with steps forward and backward, and also with substantial regional differences (depending on the different ways selected in different countries to handle the pandemic as well as the huge differences in vaccination rates).

For 2021 (and later also for 2022), the UNWTO has chosen 2019 as the basis for comparison. The logic behind this choice is that 2019 was the last “normal” year from the point of view of tourism (and also from many other aspects – but this goes beyond the scope of the present paper). According to UNWTO statistics, the number of international tourist arrivals in 2021 was still 70% lower than in 2019 – meaning that the overall picture in this respect remained about the same as in 2020.

Among the regions, in 2021, Asia and the Pacific was hit the hardest (with 94% decline in international tourist arrivals compared to 2019), Africa followed with 74% decline, the Middle East with 71% decline, the Americas with 62% decline, Europe with 59% decline. Among the subregions, South-East Asia (98% decline) South America (85% decline) and South Asia (82% decline) were hit the hardest, while Western Europe, Central America, Southern/Mediterranean Europe and especially the Caribbean had better results (57%, 55%, 54% and 35% decline, respectively, compared to 2019).

Despite these still gloomy figures, a clear positive trend could be seen in the development of overall figures (on international tourist arrivals) during the year. In January, February and March, the decline rates compared to the same months of 2020 were 86%, 87% and 85%; in April, May and June, there was already some positive change (with decline rates 86%, 82%, 77%, respectively). July, August and September were clearly better than in 2020; compared to the same months of 2019, the decline rates were 61%, 56% and 56%, respectively. In October, November and December, the decline rate reached during the summer seemed stabilised (with 54%, 58% and 60% declines, respectively). All in all, 2021 has brought some positive changes compared to 2020, but in most regions, we could not witness a real breakthrough.

2022 has already brought in many regions the promise of a breakthrough: while international tourist arrivals figures are still lagging behind those in 2019, the positive trend is clear (at least until July 2022, the last month for which UNWTO data were available). The overall decline in January-July 2022 compared to the same period of 2019 was 43%, showing a big difference from the figures of 2020 and 2021. Regarding the regions, South East Asia was still severely hit (86% decline), but Africa, the Americas, Europe and the Middle East showed far

better results than in the two previous years (40%, 35%, 26% and 24% decline rates, respectively, compared to 2019 international tourist arrivals). Regarding subregions, North-East Asia, South Asia and Oceania were hardest hit (93%, 85% and 75% declines, respectively), while Southern/Mediterranean Europe, the Caribbean and Central America performed best (15%, 18% and 20% declines, respectively). In Europe (beyond Southern/Mediterranean Europe) subregions Western Europe and Northern Europe also registered good results (26% and 27% decline, respectively). The situation of Central and Eastern Europe has also improved compared to 2020 and 2021: in the first seven months of 2022, the decline compared to the same period of 2019 was 45%, against the decline rates of 70% in 2020 and 65% in 2021, but the position of the subregion within Europe has deteriorated – the feeling of insecurity on potential visitors caused by the war in the direct neighbourhood of the region from late February 2022 could have an effect in this quite remarkable – and for the subregion, very negative – change.

According to UNWTO figures (including collected statistical data and estimations), the overall consequences of the above changes resulted in the loss of 2.1 billion international tourist arrivals (total for 2020 and 2021), causing a loss of over USD 2 trillion of export revenues from tourism and putting 100 to 120 million jobs at risk.

### ***3.2. Measures to mitigate the negative effects of the pandemic***

Being aware of the importance of the sector as well as of the magnitude of the harmful effects of the pandemic, policymakers have worldwide initiated several types of measures. The UNWTO has collected and grouped these measures in a special section of its website (UNWTO, n.d. a) and in a publication prepared at the relatively early stage of the pandemic (UNWTO, 2020); according to this collection, the following main groups/types of measures can be identified:

- Monetary policy measures: in general, more flexibility has been applied with regard to the specific circumstances. In Europe, the change in the approach of the European Central Bank (ECB) in this respect has been remarkable, the treatment of non-performing loans and the provision of liquidity in a time of crisis being crucial elements of this change.
- Jobs and skills: measures aiming at preserving jobs and helping the adaptation of employees to the new circumstances have been applied in many countries. Measures varied to a great extent; among others, they often included the partial financing of wages by the state, grants and direct subsidies (especially for small and micro-enterprises), financial assistance for keeping people employed, easing of some contributions, encouraging on-line activities, including telework and training to digital transformation.
- Market intelligence: the analysis of the changes and the preparations for the fulfilment of new requirements (including health safety) have been very important practically everywhere. Of course, the result of the analysis has led in many cases to decisions that have changed earlier practice – but this was a necessary reaction to the dramatically changing situation.
- Public-private partnership: joint efforts of private entrepreneurs and public actors (state, local municipalities, etc.) have been important, as the preserving economic activity and the related jobs have been crucial for all of them. As a result of their joint actions, partners have been able to divide their costs and risks, while – in case of success – all of them could enjoy the results. The creation of specific funds as well as the elaboration of crisis management strategies have been key elements of such public-private partnership.
- Restarting tourism: after the first months of (almost) total deadlock, measures have been applied in many countries – depending, of course, on the situation in the given country – in order to revitalize the sector. Measures included in many countries health safety labelling, the introduction of specific vouchers, the introduction of digital immunity passports.

- Fiscal policy: easing in this respect has been introduced in most countries – in general and also specifically for the tourism sector. Exemptions/reductions/deferrals of taxes and other social contributions have been applied, with special regard to small and micro-enterprises. Discount on utility expenses as well as cash-flow assistance have also been important elements in many countries.
- Health and safety: the introduction of health safety protocols, certifications and labels has been an important step for regaining the confidence of the public after the shock of the pandemic. While differences between various parts of the world can be observed, we can say that these measures have become an important element everywhere.
- Domestic tourism: promoting domestic tourism has been a logical reaction to partially compensate for the absence of most of international tourism. Holiday vouchers, promotion campaigns, the development of supply have been widely used instruments.

The above measures have contributed to a great extent to the changes that the tourism industry went through. International tourism has been partially replaced by domestic tourism. Internet-based tourism-related services have developed further and thus the role of tour operators has continued to diminish (or at least change). Health safety has become a new key issue in tourism.

While these effects can be clearly seen by now, questions about longer-term and even broader effects arise logically: Will there be a shift from mass tourism towards greener tourism? Will there be shift between domestic/international/inter-continental tourism? Will the role of the various service providers (agencies, tour operators, carriers, websites, etc.) change further? For the moment, these are open questions.

Regarding the development of tourism, the United Nations (UN) have proposed “A Roadmap Towards a More Sustainable and Inclusive Tourism Sector” with the following objectives:

- “Managing the crisis and mitigating the socio-economic impacts on livelihoods
- Boosting competitiveness and building resilience
- Advancing innovation and the digitalization of the tourism ecosystem
- Fostering sustainable and inclusive green growth
- Strengthening coordination, partnerships and solidarity for socio-economic recovery” (United Nations, 2020, p. 16.).

The objectives set in the document have been in line with the needs of the sector, and also the experiences during the pandemic have shown that the sector (of course, not without substantial losses and sacrifices) was able to adapt to the changing environment.

By early 2022, with the decline of the pressure of the pandemic (in most, but not all regions of the world), one could even question whether a kind of “new normal” – sustainable, environment-conscious tourism, in line with the above UN roadmap, but also with the Global Code for Ethics for Tourism (UNWTO, 1999) existing since 1999 (!) – could be established. Unfortunately, beyond the recent tourism development trends that did not fully confirm these hopes, a new dramatic event has changed the environment again, when Russia launched its invasion in Ukraine in February 2022.

#### **4. The Russian invasion in Ukraine and international tourism**

This section tackles the already tangible effects of the Russian invasion in Ukraine on international tourism and the measures that have been used in various countries to mitigate the negative economic effects.

#### ***4.1. The effects of the Russian invasion in Ukraine on international tourism***

The Russian invasion in Ukraine, beginning on 24 February 2022 happened at a moment when the international economic environment, with all the current troubles, has been on the way towards more optimism as the restrictions because of the pandemic have been lifted or eased in most regions of the world. The war has substantially changed this situation.

UNWTO has assessed since the very early stage of the war its effects on international tourism. Based on these assessments (UNWTO, n.d. b), the effects can be summarised as follows:

- The war caused added risks in general and for tourism in particular – at a time when the recovery of the sector from the effects of the pandemic was still weak and uneven. Beyond the countries directly involved in the war, these effects can mostly be felt in Europe, especially in Central and Eastern Europe which is geographically close to the armed conflict (and the distance seems to be even smaller if the observer looks at it from another continent).
- Regarding Russia and Ukraine, the most important direct effect on international tourism is the disruption of outbound tourism from the two countries (inbound travel into these countries, though existed, had a smaller role in world tourism). This disruption means ca. 3% of global spending on international tourism; the estimated loss for 2022 is USD 14 billion. The loss is not equally distributed; some countries (e.g. tropical islands, many of them being SIDS, where Russian tourists had a considerable share in international arrivals) have lost much (in absolute, but even more in relative terms).
- The uncertainty caused by the war had a negative effect on consumer confidence, especially in more risk averse markets and population segments. As already mentioned, the effects of the added risk are not the same for all countries (countries geographically close to the war experience considerable negative effects).
- As a result of the above factors, the impact on destinations – both on traditional and emerging ones – is complex. Not surprisingly, it is smaller countries (in many cases, but not exclusively SIDS) where international tourist arrivals from Russia (and Ukraine) were important before the war that suffer most.
- Economic problems caused or aggravated by the war also cause additional difficulties. Weaker economic growth (or even recession) and – at the same time – higher inflation curbs the demand side on the international tourism market. At the same time, higher oil prices, as well as generally higher prices and interest rates increase travel costs, thus making supply more expensive. Micro-, small and medium enterprises are especially severely hit by these factors – at a time when many of them has not yet fully recovered from the economic effects of the COVID-19 pandemic.

All the above problems cause a real threat to many tourism-related jobs and businesses. Bearing in mind the importance of tourism outlined in section 1 of this paper, one can say that the potential effects are not only important for the sector but are considerable at the level of the national economies, as well.

#### ***4.2. Measures and outlook***

As a reaction to staggering economic growth and increasing inflation, many countries have introduced measures to mitigate the negative effects. It is important to emphasise here that these measures are not limited to tourism, but, via their (expected) effects, they can contribute to easing the situation of the service providers and consumers of the sector.

On the website of Bruegel, a regularly refreshed dataset and information catalogue on national fiscal policy responses to the energy crisis has been established in November 2021

(Sgaravatti et al., 2021). In the dataset and catalogue, actions are divided into the following main categories:

- “Reduced energy tax/VAT,
- Retail price regulation,
- Wholesale price regulation,
- Transfers to vulnerable groups,
- Mandate to state-owned firms,
- Windfall profits tax/regulation,
- Business support,
- Other” (Sgaravatti et al., 2021).

The use of the various instruments shows big differences across countries; elements that can directly affect tourism are similar to some of those applied to mitigate the effects of the COVID-19 pandemic. A similarity with the pandemic is that the situation can only stabilise if the original source of the turmoil (in the case of the pandemic, the mortal spread of the virus (via vaccination), in the case of the war, Russia’s invasion in Ukraine) is stopped.

Until that does not happen, the outlook of international tourism remains quite gloomy. Despite the (of course, still relative) positive changes in 2022, the scenarios of the UNWTO still calculate with no rapid catching up to the 2019 results of the sector; the scenarios established (although still during spring 2022) in the latest available edition of a specific UNWTO document dealing with the effects of the war on international tourism (UNWTO, 2022) estimated international tourist arrivals in 2022 being 50% to 63% inferior to their number in 2019. Of course, in some regions, especially in some parts of Asia, restrictions due to the pandemic still play an important role in that; changes concerning the sector (both demand and supply) during the pandemic also contribute to this picture; still, the effects of the war, and of the complex economic crisis (to a great extent linked to the war) are manifest.

## **5. Concluding remarks – open questions**

The recent years have been very difficult for international tourism: due to some of its specific features (most importantly: movement of people from one country to another), this sector was extremely heavily hit by the limitations during the COVID-19 pandemic. As a result of the pandemic, the sector went through a certain transformation, it began to increase again, but it is still far from its pre-pandemic results. In such a situation, the Russian invasion in Ukraine created an additional factor of instability, not only regarding security, but also with major economic effects.

In this situation, questions logically arise regarding the short-term survival of firms in the sector, but also regarding their long-term viability and the prospects of the sector as a whole on the long run. While present measures (aimed to mitigate the negative economic effects of COVID and of the war) have to concentrate on short-term survival (e.g., for financial reasons), they also have to take into account (as we have seen it, they partially do it) long-term effects, including potential long-term changes. Many of these potential changes are not yet clear – will there be major shifts in destinations, in the share of various types (including eventual new types) of services? Among other things, the prospects (and the role on the market) of big firms and micro-, small and medium enterprises depend to a great extent of such changes.

More broadly, the role of tourism in the economy on the long run is also at stake. We could see that today international tourism plays a very important role in the economies of many countries – this is reflected in shares in GDP, exports and employment, as well. If in the future this role decreases substantially, important structural changes – concerning not only the tourism sector, but the whole economy – will be necessary. These changes can mean a transformation



of the existing sectors (digitalisation has a key importance in that), the change in the weights of the existing sectors, and also the eventual emergence of new, for now unknown or marginal economic activities. Right now, such a reflection is part of the open questions – for those actors of the sector that hope to be there to address them properly, the present critical phase has to be successfully overcome.

## Bibliography

- OECD (2020). *OECD Tourism Trends and Policies 2020 – Hungary*. <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/6b3a24f7-en/index.html?itemId=/content/component/6b3a24f7-en> (Last accessed on 3 December 2022.)
- Sgaravatti, G., Tagliapietra, S. & Zachmann, G. (2021). *National policies to shield consumers from rising energy prices*. Bruegel Datasets (first published on 4 November 2021). <https://www.bruegel.org/dataset/national-policies-shield-consumers-rising-energy-prices> (Last accessed on 5 December 2022.)
- UNCTAD (2020). *COVID-19 and Tourism: Assessing the Economic Consequences*. United Nations Conference on Trade and Development. [https://unctad.org/system/files/official-document/ditcinf2020d3\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/ditcinf2020d3_en.pdf) (Last accessed on 2 December 2022.)
- United Nations (2020): *COVID-19 and Transforming Tourism*. UN Policy Brief, August 2020, [https://unsdg.un.org/sites/default/files/2020-08/sg\\_policy\\_brief\\_covid-19\\_tourism\\_august\\_2020.pdf](https://unsdg.un.org/sites/default/files/2020-08/sg_policy_brief_covid-19_tourism_august_2020.pdf) (Last accessed on 2 December 2022.)
- UNWTO (n.d. a). *Measures to Support Travel and Tourism*. <https://www.unwto.org/tourism-data/covid-19-measures-to-support-travel-tourism> (Last accessed on 5 December 2022.)
- UNWTO (n.d. b). *Impact of the Russian Offensive in Ukraine on International Tourism*. <https://www.unwto.org/impact-russian-offensive-in-ukraine-on-tourism> (Last accessed on 3 December 2022.)
- UNWTO (1999). *Global Code of Ethics for Tourism*. [https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/imported\\_images/37802/gcetbrochureglobalcodeen.pdf](https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/imported_images/37802/gcetbrochureglobalcodeen.pdf) (Last accessed on 5 December 2022.)
- UNWTO (2020). *How are countries supporting tourism recovery?* UNWTO Briefing Note – Tourism and COVID-19, Issue 1, June 2020. <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284421893> (Last accessed on 5 December 2022.)
- UNWTO (2022). *The impact of the Russian offensive in Ukraine on international Tourism*. UNWTO Tourism Market Intelligence and Competitiveness Department, Issue 4 · 16 May 2022. <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2022-05/16-05-22-impact-russia-ukraine.pdf> (Last accessed on 5 December 2022.)

## **Application Areas of Drones: Exploratory Research from Residential and Corporate Perspectives**

**Bendegúz Richárd NYIKOS**

PhD Candidate

*University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics - Hungary*

**Astrid IONESCU**

PhD Student

*University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics - Hungary*

### **Abstract**

UAVs (Unmanned Aerial Vehicles), aerial robots, drones - whatever you call them, there is no doubt that their popularity has grown at an astonishing rate in recent years. Although for a very long time they were only seen at military bases and in movies, drones have now conquered the consumer market and revolutionised many industrial sectors. Today, drones are frequently used not only for military missions but also for simple everyday tasks. Whether it's for rapid parcel delivery, aerial damage assessment or even scientific projects, these remote-controlled flying devices offer a whole new range of possibilities for both everyday users and specialists. The paper is based on the review of the relevant literature and aims to explain the fields of application regarding the various flying devices.

*Keywords:* UAV, drone, logistics, military

*JEL Codes:* L62, L91, L93, O18

This article was made in frame of the project TKP2021-NVA-13 which has been implemented with the support provided by the Ministry of Innovation and Technology of Hungary (successor: Ministry of Culture and Innovation of Hungary) from the National Research, Development and Innovation Fund, financed under the TKP2021-NVA funding scheme.

### **1. Introduction**

There are several definitions of drones. According to the NMHH, a drone, i.e. an unmanned aerial vehicle (Unmanned aerial vehicle), is an aircraft that travels in the airspace without a crew on board, under ground control or autonomously (Bodzsák, 2019). The use of drones in many areas has spread in recent years, mainly due to the technological progress and developments. Private individuals mainly use it for entertainment purposes or for security tasks, but many people also create businesses based on this device or supplement their range of services with it.

The use of drones dates back to the early 1900's. When it comes to the application of a new technological advancement for civilian purposes, there is a fairly high chance for it to be originated from military use. The earliest significant deployment of an early version of radio-controlled drones occurred in the middle of World War I in 1916, when the DH82B Queen Bee aircraft were initially used as aerial targets and soon after as Hewitt-Sperry automatic aircraft torpedoes. In the years following World War I, more and more emphasis was placed on the development of unmanned aircraft, as it was quickly realized that various combat tasks could be performed without the sacrifice of a pilot.

## 2. Classification of drones

Drones can be grouped according to different aspects. In their study, Füzési et al. (2018) classifies them according to the following criteria:

**Table 1: Classification of drones**

<b>Classification criteria</b>	<b>Structure</b>	<b>Weight</b>	<b>Performance</b>
<b>1</b>	Fixed-wing	Very heavy weight	High performance
<b>2</b>	Unmanned helicopter	Heavy weight	Medium performance
<b>3</b>	Tilt-wing	Medium weight	Low performance
<b>4</b>	Multicopter	Light weight	
<b>5</b>		Micro weight	

Source: Füzési et al. (2018)

Drones can be also distinguished by the method of take-off and landing (HTOL – horizontal; VTOL – vertical), or according to the location and number of wings and control planes, or even based on the body of the aircraft structure and the design of its landing gear (Békési & Seres, 2020).

The civil application of unmanned aerial vehicles can be divided into three large groups:

- Unmanned toy aerial vehicles,
- Unmanned aerial vehicles,
- Unmanned governmental aircraft.

The first group includes aircraft belonging to the toy category. The second group includes all civil drones that perform recreational, hobby or commercial activities. The third group includes applications and tasks performed by governmental bodies and organizations in the public interest. These are collectively called public service applications. The use of state aircraft can be aimed at performing a specific task more efficiently, such as law enforcement, environmental protection, border protection, assistance, disaster prevention. The tasks of the second and third groups are not sharply separated from each other, there may be overlaps to be noticed (Füzési et al., 2014).

Depending on the area in which such a system is used, its building blocks will differ greatly, from the type, structure, and size of the drone to accessories suitable for the task, such as sensors and cameras, but this also includes software support. A drone system and its complexity can range from a very simple leisure system, through aircraft performing commercial activities and public duties, to a structure with special knowledge applied to various scientific researches. Thus, the field of application greatly influences how complicated a system is required to be, how many components it will be built from, what tasks it will have to perform and with what accuracy it will solve the goal set for it. That is why unmanned aerial vehicles can be classified and grouped according to many different parameters. In many cases, there is no clear definition of terms for each property or function by which the primary grouping is formed.

## 3. Application of drones

### 3.1. Security and protection

A site is defined as an object within which protected material such as equipment, process or person are located, and the boundaries of which are well defined. In the event of a security incident involving a site (whether a peaceful demonstration or an armed attack), the success of

the response may depend on the commander's understanding of the area of operations, the location and movement of the perpetrators. This requires the premises to be covered by CCTV, which can be extremely costly over large areas. This system usually consists only of normal CCTV cameras, so they are not usable in limited visibility conditions and may even provoke protests from employees or trade unions (due to the lack of continuous surveillance and privacy in the workplace). In the case of a more serious prepared attack, the operational capability of the existing CCTV system cannot necessarily be counted on, as the initial step may be to disable or disrupt it. These problems can be overcome by deploying one or more UAVs, similar to military applications (Kovács-Viplak, 2017).

At the start of the incident, a drone controlled from the watch centre (or from a deployed command post) drone sent from the command post towards the area of operations, the perpetrators and their clothing, equipment and weapons can be identified. Their movements can be tracked, if necessary using infrared or thermal cameras. The image can be relayed to the commander of the intervention force on the ground, making it easier for him to identify the target to be neutralised (in the case of a demonstration, the people to be extracted from the crowd). In addition to the perpetrators, the movement of the own forces can be monitored, ensuring that they are deployed in the right place. The footage, if recorded, can be used for subsequent investigation and evidence, and can also be replayed for evaluation and training purposes in the case of exercises. An exercise using unmanned aerial vehicles for this purpose was carried out in the United States in 2004, where more than a hundred law enforcement and emergency response professionals were able to see the use of drones in various scenarios (Herwitz et al., 2004). Industrial facilities and sites are often established far from settlements, which results in them being surrounded by areas that are difficult to walk, but an invading force can approach the protected object, even through hidden routes or paths. That is why it may be necessary to develop some kind of detection.

An extreme example of this in Canada, the building on the shores of Lake Huron, the nuclear power plant operated by Bruce Power is considered one of the largest in the world with its eight units. Its area is 932 hectares and mainly pine forest is surrounded (Global Security, 2002).

Another problematic area is the control of borders between countries, where often not only the difficult terrain, but also the large area to be controlled causes problems. Drones can help deal with these problems. In the designated areas, depending on the facility and protection purpose, regular or periodic patrolling is required at a higher level of defence readiness. Drones are able to fly under human control or on a pre-programmed route, to find, detect or identify persons appearing in areas. The recording can be recorded and retrieved later if necessary. In the case of programmed patrolling, continuous manpower is not required control, if the image of the infrared camera installed in the vehicle is analysed by video analytics and indicates if it finds a heat source similar to the human body. With proper programming, the drones detect a low battery charge and automatically fly back to the charging point, from where another UAV can take off and start patrolling. With this solution, it is enough to increase the presence of manpower in the monitored area or introduce other temporary measures in case of bad weather conditions when the drones cannot fly safely. In the early 2000s, the United States already used UAVs to control its borders for testing purposes. Although the technological development at the time and the operating costs did not yet justify the use of drones, due to their inherent potential, a 2010 report for Congress urged the initiation of extensive investigations in order to integrate the machines into border protection (Haddal-Gertler, 2010).

An example of its use is when a forcible intrusion into the area of a protected object leads to a firefight, during which a member of the repelling forces is hit by a shot. As long as the area cannot be secured, the workers of the rescue service cannot go near it. An unfortunate occurrence is the Los Angeles International airport was attacked on November 1, 2013, when a lone

gunman opened fire, during which a member of airport security was shot. Due to the poor coordination between the ambulances and the police, as well as the slow securing of the area, the wounded agent bled to death 90 meters from the ambulances (Pauli et al., 2004).

A drone in such a situation can deliver a first aid kit to the injured person without endangering the lives of others (the aircraft can also help the prevention forces by confusing and distracting the perpetrators). The injured person or his partner who is next to him can treat the wounds and stabilize his condition. In this way, not only equipment for treating the injured can be transported through the operational area, but also other vital equipment and items.

At a site, the first aid stations are not located at equal distances and facility ambulance services are not available everywhere. If someone is injured or knocked unconscious on the job, a high-speed drone can reach them with equipment faster than any patrol or paramedic. It can be seen from this that this method of use can be useful not only during extraordinary periods, but also during everyday life, thereby increasing the sense of security and satisfaction of employees (Herwitz et al., 2004).

### **3.2. Agriculture**

Companies now offer a wide range of drones for agriculture. By introducing drone technology, farms can improve their long-term economic results. Drones can be very well used to collect a variety of image-based data that can be used to determine the condition of crops, fields and livestock. The most commonly monitored variables for crops include plant height, plant number, plant health, water supply, nutrient availability, disease presence, weed presence, wildlife damage, storm damage and internal water damage. With the help of high-capacity drones, fast and precise work can be carried out including spraying and spreading fertilizers. By flying unmanned systems at low altitude, the farmers can obtain reliable data at low operating costs, and the use of these devices also helps the planning and monitoring processes (Zhang & Kovacs, 2012).

UAV systems significantly contribute to the revolution of crop protection technology in agriculture. Devices equipped with microcontrollers, sensors, NIR and multispectral cameras, and GPS support the farmer in the effective use of plant protection agents, taking into account the properties and types of soil and plants. Thanks to the vertical movement, UAV devices can also fly into hard-to-reach locations (Anderson, 2012). According to the earliest reports of agricultural utilization, hobby-quality models were used, later, in the 1980s, they experimented with uniquely designed and built drones. Based on the pioneering researches of Tomlins and Lee (1983), Hardin and Hardin (2010) managed to identify more than 46 environmental applications where smaller drones could be useful.

The DJI Phantom 4 Multispectral is the most commonly used UAV in agriculture, given the fact that this high-precision drone of the Chinese company DJI was developed for mainly agricultural purposes. The new data collection drone with its built-in stabilized integrated multispectral imaging system can be used very efficiently for agricultural tasks, environmental monitoring and other purposes.

The UAV is built with 6 cameras, visible light (RGB), red edge (RE), near infrared (NIR), green (G), red (R) and blue (B) sensors, which makes it possible to take pictures with high resolution. Easy access to the aerial data produced in the production area and, after their processing, the application of plant-specific indicators and parameters can facilitate the implementation of more economical crop production (DJI, 2022).

American Robotics also develops drones specialized in agricultural automation. The ScoutSystem offers a fully automated drone solution for agricultural data collection from take-off to landing, from data collection to data processing, from drone storage to charging. After installation of the ScoutSystem, the data collection drone performs its task independently, ac-

ording to its programming, without any human control. Scout drones can even stay at a Scout-Base located near the crop area. Upon command, the top of the charging and data processing base opens, the drone flies out and performs its data collection task, after which it flies back and lands on the base. The processed data are sent to the office of the large agricultural company for further use and analysis through Internet. One or more independent, autonomous drones can be operated separately and they can be instructed to perform data collection and data processing tasks at any time, even on a daily basis (Accesswire, 2022).

Infrared camera recordings are very beneficial for monitoring plant populations. With their help, among other things, plant diseases can be detected in time, the vigour of germination can be judged, or the recordings make the yield estimate more grounded. Irrigation irregularities can also be easily detected with infrared camera recordings. During the movement of the drone, a mechanism constantly adjusts the position of its camera so that the recording is perpendicular to the surface (ortho recording). On request, a picture from a different angle can be produced at any times. The use of drones in carrying out various agricultural technological operations, mainly material application, is already starting to go beyond the experimental phase. In addition to the significant advantages and opportunities provided by monitoring, there are also limitations. The measurement and data collection technology used does not allow viewing under the leaf or canopy. Drones are often supplemented with other microbots. The mobile microbots developed and manufactured for agricultural use are equipped with wheels, so they can also perform surveying and monitoring work in the area under the leaf or canopy. Robots equipped with a robotic arm can also perform other tasks. Such a task can be, for example, the installation and collection of wireless network units (Mote), as well as the collection of soil or plant samples.

The method of precision crop production has been widely recognised and applied, the size of the crop area, the intensity and efficiency of cultivation fundamentally affect production costs and economic efficiency. With the spread of mass production of technical devices, it is expected that the price of measuring devices, instruments and machines will decrease, which will contribute to the spread of farming methods that take quality and environmental conditions into account (Rodriguez et al., 2012).

### ***3.3. Logistics processes***

The use of drones in the field of logistics and transportation can be a solution for improving environmental protection effects or alleviating labour shortages and by avoiding traffic within a given range, drones are able to deliver packages with a weight corresponding to their capacity in a shorter time, and can even easily deliver their shipment to locations that are difficult to access, all in a contactless manner, and moreover, more cost-effectively (Francuz & Bányai, 2021). The use of drones can also have beneficial effects from an environmental protection point of view, the energy consumption of vehicles and the emission of harmful substances can be reduced (Füzesi et al., 2018).

The research of Restás (2021) points out that the use of drones can also play an important role in the health sector, for example small packages - medicines, bandages, etc. – residential or institutional home delivery, or disinfection of public areas by drone spraying. Part of the transport of blood products and laboratory samples can also be solved with the help of drones (Trencsányi, 2019). Füzesi et al. (2018) emphasized that ready-made food delivery can be carried out using drones. Several companies have already used pilot systems in the last mile delivery of goods, in which they successfully tested the application possibilities of drones in their work processes. Most of these are shipping companies, such as Amazon, which successfully tested home delivery of packages weighing a maximum of 2.25 kg, or DHL, which was able to deliver medicine to Ukerewe Island in Tanzania in 4 kg packages. However, the tests of Daimler are also worth mentioning, where using a hybrid version, trucks and drones worked together to

deliver packages weighing a maximum of 2 kg. Based on the application, a table was created (Table 2) in order to summarise the concepts by region, nature of package, weight, mass and range of the drone (Bóna & Sárdi, 2021).

**Table 2: Current application of drones in logistics**

	System name	Concept, nature of package delivery	Drone mass	Drone capacity	Drone range
Delivery of food	Yonghui, China	Traditional (package delivery)	n.i.	5 kg	19 km
	Tesco, Oranmore, Ireland	Traditional (package drop)	n.i.	4 kg	n.i.
	AHA, Reykjavik, Iceland	Traditional (package drop)	10 kg	3 kg	10 km
	Walmart, Fayetteville, USA	Traditional (package drop)	n.i.	2,9 kg	n.i.
	Uber Eats, San Diego, USA	Combined with passenger cars	n.i.	n.i.	10 km
	Pizza Hut, Bnei Dror, Israel	Traditional	n.i.	n.i.	n.i.
Delivery of medicines and health products	DHL Paketkopter, Tanzania	Traditional (package delivery)	n.i.	4 kg	65 km
	UPS-CVS, USA	Traditional (package drop)	9,5 kg	4 kg	20 km
	Health Service Executive, Moneygall, Ireland	Traditional (package drop)	n.i.	4 kg	n.i.
	DHL Paketkopter, Norddeich-Just, Germany	Traditional (package delivery)	n.i.	1,2 kg	12 km
	DHL Paketkopter, Bonn, Germany	Traditional (package delivery)	n.i.	1,2 kg	1 km
	Walmart, USA	Traditional (package drop)	n.i.	n.i.	1,61 km
Mixed delivery of food and medicine	EASE Drones, USA	Traditional	10 kg	2,9 kg	10 km
	Google Project Wing, Christiansburg, USA	Traditional (package drop)	n.i.	1,3 kg	19,3 km
	Google Project Wing, Canberra, Australia	Traditional (package drop)	n.i.	1,5 kg	14 km
Delivery of small packages	UPS International	Traditional (package drop)	12 kg	6 kg	45 km
	DHL, Guangzhou, China	Combined with a parcel machine	n.i.	5 kg	8 km
	Amazon Prime Air, Cambridge, England	Traditional (package drop)	n.i.	2,25 kg	16 km
	Daimler, Vans&Drones, Zürich, Switzerland	Combined with trucks	9,5 kg	2 kg	20 km
	DHL Paketkopter, Reit im Winkl-Winklmoosalm	Combined with a parcel machine	n.i.	2 kg	8,3 km

Source: Füzesi et al. (2018)

#### 4. Data protection and other issues

Even though drones and various UAV's are widely used on an international basis, the legal requirements highly vary by region and state, therefore, the acquisition of a permission could be difficult in some cases.

Several legal issues arise in connection with the use of drones, including a number of data protection issues that await a clear settlement. Although a comprehensive legislation has not yet been enacted in Hungary on the subject, the National Authority for Data Protection and Freedom of Information summarized in a recommendation the most important data protection aspects related to the use of drones for state, commercial and private purposes in 2014 (NAIH, 2014).

In general, the use of drones is not a data protection problem, but rather the data management carried out with accessories that can be mounted on drones. The main issue arises from the fact

that even the intended use can represent a very strong intrusion into the private sphere of the person, since the device is able to indiscriminately collect data on everything that comes into its view, a view that is unusual compared to the experience of using similar technologies. Although the use of drones is not primarily problematic from a data protection point of view, the use of complementary devices that are also suitable for recording personal data at the same time bears with a significant impact beyond specific data management as they can have an effect on the private sphere, since the perception of their presence alone can create a feeling of intrusion into the private sphere, therefore data management can even be implemented without the person concerned noticing or being aware of it (Haddal & Gertler, 2010).

Besides the privacy and data protection issues, the application of drones on a wider scale highly depend on a range of technological factors: the capacity is considered as the main hurdle. Even though users can already choose from a wide variety of devices, short battery life and inconstant location data still remain obstacles to be tackled. UAV's are heavily threatened by external forces such as extreme weather conditions, animals and other environmental factors. The weight of payload has been considered as an additional source of issue, however, there are already drones available that are able to carry more than 2 metric tonnes of supply in war zones, which means that based on the technological capabilities, it should not pose and issue.

However, it must be mentioned in connection with heavy payloads, that using drones for logistics in heavily populated areas raise questions regarding safety requirements (Ballve, 2015).

## **5. Conclusion**

The application of drones can be already seen on an international basis, for a wide range of different purposes. Even though their military use still remains prevalent, they can be clearly seen to be applied in both residential and corporal purposes. The advantages have been recognised in various industries, however, there are several disadvantages and barriers users have to face.

The use of unmanned aerial vehicles also has its dangers and limitations. The biggest problem is the regulatory system, the lack of legal framework, its inaccuracy, its differences from country to country, and in some cases its obsolescence. Another extremely important source of danger is the issue of flight safety. Not all models have an object avoidance function, therefore, it can easily happen that the drones collide with something, collide with another aircraft, crash, causing damage to both the transport device and package, as well as to the environment (people, animals, plants, buildings, means of transport, etc.). In light of these, it is not surprising that their insurance is not smooth either, and controlling and professionally handling these flying robots is not an easy tasks. The limits of the use of drones include the finiteness of their capacity, the parameters of the packages (weight, size), and the distance to the destination. Last but not least, the issue of personal rights is also problematic for the models making the recording.

Even though there is a wide range of obstacles drone users face when it comes to their applications, based on the literature review, their use is prospected to become parts of our everyday life, once the main legal and technological hurdles can be resolved.

## **Bibliography**

Accesswire (2022). Ondas Holdings' American Robotics to Add New Artificial Intelligence Anomaly Detection Capabilities to its Scout System. <https://www.accesswire.com/709730/Ondas-Holdings-American-Robotics-to-Add-New-Artificial-Intelligence-Anomaly-Detection-Capabilities-to-its-Scout-System>



- Anderson, C. (2012). *Here Come the Drones!* Wired Magazine, August 2012 (pp. 102–111). <https://www.wired.co.uk/article/here-come-the-drones>
- Békési, B. & Seres, J. (2020). Drónok alkalmazásának lehetőségei. *Repüléstudományi Közlemények*, 32(3), 5–19. <https://doi.org/10.32560/rk.2020.3.1>
- Bóna, K. & Sárdi, D. L. (2021). Áruszállító drónok alkalmazása a városi koncentrált igénypont-halmazok city logisztikai rendszerében. *Közlekedéstudományi Szemle*, 71(4), 19–38. <https://doi.org/10.24228/KTSZ.2021.4.2>
- DJI (2022). P4 – Multispectral. <https://www.dji.com/hu/p4-multispectral>
- Francuz, Á. & Bányai, T. (2021). Drón alapú last-mile logisztika járattervezési feladatainak megoldása. *Multidiszciplináris tudományok*, 11(3), 175–183 <https://doi.org/10.35925/j.multi.2021.3.20>
- Füzesi, I., Preznyák, Sz., Szilágyi, R. & Lengyel, P. (2018). Drónos logisztikai megoldások vizsgálata a kiskereskedelemben. *International Journal of Engineering and Management Sciences*, 3(4), 48–61. <https://doi.org/10.21791/IJEMS.2018.4.6>
- Global Security (2002). *Environmental Assessment Study Report*. Bruce Heavy Water Plant Decommissioning. Ontario Power Generation. Canada. [http://www.globalsecurity.org/wmd/library/news/canada/01\\_e.pdf](http://www.globalsecurity.org/wmd/library/news/canada/01_e.pdf) (Last accessed on 5 December 2022.)
- Grand View Research (2020). Commercial Drone Market Size, Share & Trends Analysis Report By Product (Fixed-wing, Rotary Blade, Hybrid), By Application, By End-use, By Region, And Segment Forecasts, 2021 – 2028. <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/global-commercial-drones-market>
- Haddal, C. C. & Gertler, J. (2010). *Homeland Security: Unmanned Aerial Vehicles and Border Surveillance*. Congressional Research Service, USA. <https://apps.dtic.mil/sti/pdfs/ADA524297.pdf> (Last accessed on 5 December 2022.)
- Hardin, P. J. & Hardin, T. J. (2010). Small-Scale Remotely Piloted Vehicles in Environmental Research. *Geography Compass*, 4(9), 1297–1311. <https://doi.org/10.1111/j.1749-8198.2010.00381.x>
- Herwitz, S., Berthold, R., Dunagan, S., Sullivan, D., Fladeland, M. & Brass, J. (2004). *UAV Homeland Security Demonstration*. AIAA 3rd “Unmanned Unlimited” Technical Conference, Workshop and Exhibit, 20-23 September 2004, Chicago, Illinois. <https://doi.org/10.2514/6.2004-6473>
- Kovács, T. & Viplak, A. M. (2017). Drónok a biztonságtechnikában. *Hadmérnök*, 2(2), 7–13. [http://hadmernok.hu/172\\_01\\_kovacs.pdf](http://hadmernok.hu/172_01_kovacs.pdf) (Last accessed on 5 December 2022.)
- NAIH (2004): A Nemzeti Adatvédelmi és Információszabadság Hatóság ajánlása a drónokkal megvalósított adatkezelésekről. [https://www.naih.hu/files/ajanlas\\_dronok\\_vegleges\\_www1.pdf](https://www.naih.hu/files/ajanlas_dronok_vegleges_www1.pdf) (Last accessed on 5 December 2022.)
- Pauli, M., Seisler, W., Prince, J., Williams, A., Maraviglia, C., Evans, R., Moroz, S., Ertem, M. C., Heidhausen, E. & Burchick, D. A. (2004). Infrared Detection and Geolocation of Gunfire and Ordnance Events from Ground and Air Platforms. NATO Research and Technology Organisation, RTO-MP-SCI-158. <https://www.sto.nato.int/publications/STO%20Meeting%20Proceedings/RTO-MP-SCI-158/MP-SCI-158-17.pdf> (Last accessed on 5 December 2022.)
- Restás, Á. (2017): A drónok közszolgálati alkalmazásának lehetőségei. *Új Magyar Közigazgatás*, 10(3), 49–63. [https://kozszov.org.hu/dokumentumok/UMK\\_2017/3/05\\_Dronok\\_a\\_kozszolgalatban.pdf](https://kozszov.org.hu/dokumentumok/UMK_2017/3/05_Dronok_a_kozszolgalatban.pdf) (Last accessed on 5 December 2022.)
- Restás, Á. (2021): A drónok alkalmazásának lehetőségei a COVID-19 elleni küzdelemben. In *Pécsi Határőr Tudományos Közlemények*, 23. kötet (pp. 105–110). <http://www.pecshor.hu/periodika/XXIII/restas.pdf> (Last accessed on 5 December 2022.)

- Rodríguez, A., Negro, J. J., Mulero, M., Rodríguez, C., Hernández-Pliego, J. & Bustamante, J. (2012). The Eye in the Sky: Combined Use of Unmanned Aerial Systems and GPS Data Loggers for Ecological Research and Conservation of Small Birds. *PLOS ONE*, 7(12), 1–6. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0050336>
- Szalkai, I. (2021). Drónok alkalmazásának lehetőségei a napelem erőművek ellenőrzésében. *Védelem Tudomány*, 6(1), 122–136. <https://www.vedelemtudomany.hu/articles/VI/1/2021-06-01-06-szalkai.pdf> (Last accessed on 5 December 2022.)
- Tomlins, G. F. & Lee, Y. J. (1983). Remotely Piloted Aircraft — an Inexpensive Option for Large-Scale Aerial Photography in Forestry Applications. *Canadian Journal of Remote Sensing*, 9(2), 76–85. <https://doi.org/10.1080/07038992.1983.10855042>
- Trencsányi, A. (2019). Életmentő drónok; a pilóta nélküli repülő robotok felhasználási lehetőségei az egészségügyben, különös tekintettel a sürgősségi vérszállításra. Szakdolgozat. Szegedi Tudományegyetem, Általános Orvostudományi Kar, Szeged. [http://web.med.u-szeged.hu/he-althecon/images/szakdolgozat/Trencsanyi\\_Attila.pdf](http://web.med.u-szeged.hu/he-althecon/images/szakdolgozat/Trencsanyi_Attila.pdf) (Last accessed on 5 December 2022.)
- Zhang, C. & Kovacs, J. M. (2012). The application of small unmanned aerial systems for precision agriculture: a review. *Precision Agriculture*, 13, 693–712. <https://doi.org/10.1007/s11119-012-9274-5>

## Németország elektromos személygépjármű exportja az Európai Unió tagállamaival<sup>1</sup>

*Electric Passenger Vehicles Exports of Germany with the Member States of the European Union*

**Dr. KONKA Boglárka PhD<sup>2</sup>**

adjunktus (*Assistant Professor*)

Pannon Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Nemzetközi Gazdaságtan Intézeti Tanszék (*University of Pannonia, Faculty of Business and Economics, Department of International Economics - Hungary*)

### **Absztrakt**

Az Európai Unió célja, hogy 2050-re elérje a klímasemlegességet, vagyis olyan gazdasággá váljon, amelyben a nettó üvegház hatású gázok kibocsátása nulla. A statisztikák alapján a közlekedési szektor felelős az Európai Unió szén-dioxid emissziójának egy negyedéért, ezért ez a terület kiemelt figyelmet igényel. Jelen kutatás a legjelentősebb járműgyártó országot (ACEA, 2022 alapján) vizsgálja az Európai Unió tagállamai közül. Bemutatja Németország személygépjármű gyártásának fejlődési pályáját az elektromobilitás területén. Az elemzés arra a kérdésre keresi a választ a gravitációs modell segítségével, hogy vajon milyen tényezők ösztönzik a német személygépjármű exportot az Európai Unión belül. A tanulmány az EUROSTAT és az ACEA adatbázisa alapján készül.

*Kulcsszavak:* Németország, autógyártók, elektromos személygépjármű export, gravitációs modell

*JEL-kódok:* L62, O25, O30

### **Abstract**

The goal of the European Union is to achieve climate neutrality by 2050 becoming an economy with zero net greenhouse gas emissions. Based on statistics, the transport sector is responsible for a quarter of the European Union's carbon dioxide emissions, so this area requires special attention. This research highlights the most significant vehicle manufacturing country (based on the 2022 ACEA Pocket Guide) among the member states of the European Union. It presents the development path of German passenger vehicle production in the field of electromobility. With the help of a gravity model, the analysis looks for the answer to the question of what factors encourage German passenger car exports within the European Union. The study is based on the EUROSTAT and ACEA databases.

*Keywords:* Germany, car manufacturers, electric car export, gravity model

*JEL-Codes:* L62, O25, O30

---

<sup>1</sup> A kutatás a Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Hivatal által biztosított forrásból RRF-2.3.1-21-2021 számú "Éghajlatváltozás Multidiszciplináris Nemzeti Laboratórium létrehozása" című projekt támogatásával valósul meg.

<sup>2</sup> [konka.boglarka@gtk.uni-pannon.hu](mailto:konka.boglarka@gtk.uni-pannon.hu)

## 1. Bevezetés

Kutatásom fókuszában az elektromobilitás, azon belül is az elektromos autók állnak. A témakör igen nagy népszerűségnek örvend, mivel az országok döntéshozói és lakosai gyakran a környezetszennyezés mérséklésének eszközét látják bennük.

Az Európai Unió „A European Green Deal” stratégiájában is megjelennek az elektromos autók (European Commission, 2019). A dokumentum célkitűzése, hogy 2050-re az üvegházhatású gázok közlekedéshez kapcsolódó kibocsátása 90 százalékkal csökkenjen (European Commission, 2022). Mivel a közlekedési szektor felelős az Európai Unió szén-dioxid emissziójának egy negyedéért, ezért jelentős kihívások várnak az autóiiparra. Az Európai Bizottság által megfogalmazott mérőföldkő szerint, a cél, hogy 2030-ban legalább 30 millió zéró-emissziós elektromos autó közlekedjen az utakon (European Commission, 2020).

A nevesített számok elérése érdekében igen nagy és gyorsütemű fejlődés lenne szükséges az elektromos autóiiparban, annak érdekében, hogy egyre többen vásárolják ezeket a személygépjárműveket. Ugyanis 2010 és 2021 között még csak kicsivel több mint kettő millió darab ilyen típusú autó volt használatban az Európai Unióban (European Environment Agency, 2022). Habár évről évre nő az új elektromos autó regisztráció az integrációban – 2020-ban 536 486, még 2021-ben 876 527 új tisztán elektromos autót regisztráltak a hatóságok – növekedési üteme még mindig alacsonynak mondható (European Environment Agency, 2022). Ezért az autógyártókra és beszállítóikra igen nagy nyomás helyezkedik.

Az Európai Unió legjelentősebb autógyártója Németország. Így a tanulmány e tagállam elektromos autó exportját elemzi 2017 és 2021 között, amely partnerországai az Európai Unión belül találhatóak. A kutatási kérdés arra keresi a választ, hogy vajon ezt a kivitelt, milyen számszerűsíthető tényezők befolyásolhatják a vizsgált időintervallumban. Ebből kifolyólag a 2. fejezetben az elektromos autók, valamint Németország autóiiparának bemutatása kapott helyett. A 3. fejezet ismerteti a gravitációs modellt, amely megjeleníti mely kvantitatív változók gyakoroltak hatást Németország elektromos személygépjármű exportjára 2017 és 2021 között az európai integráción belül. Végül a tanulmány a következtetések összefoglalásával záródik.

## 2. A téma felvezetése

Az elektromos járműipar több okból is kardinális az Európai Unió számára. Nemcsak új piaci lehetőségeket és munkahelyeket jelenthet, de ugyanakkor csökkentheti az üvegházhatású gázok kibocsátását. Emellett az elektromos autók előtérbe kerülése komoly hatással lehet a már amúgy is átalakulóban lévő autóiiparra. Példa erre a Tesla, amely számos innovatív értékesítési és marketing módszert alkalmaz (Falát & Holubcík, 2017; Thomas & Maine, 2019).

Ugyanakkor az autóiipar alapvető gazdasági szereplő az Európai Unióban, hiszen jelentős exportőr és munkaadó, valamint GDP-hez hozzájáruló. Így a vizsgált ország jólétét erősen befolyásolhatja az autóiiparának versenyképessége. Egy további statisztikai érv is alátámasztja az autóiipar elemzésének fontosságát: az életszínvonal és az autók száma között összefüggés feltételezhető (Fleischer, 2011; Szalavetz, 2013).

Az elektromos autók értékesítésének, valamint nemzetközi kereskedelmének elemzését nehezíti a kategória eltérő meghatározása. Vagyis egyes adatforrások csak a tisztán elektromos autót, még mások több típust (plug-in hibrid, hibrid) is e fogalom alá sorolnak.

A tisztán elektromos autóban (battery electric car) csak elektromos motor található, így a menet közbeni CO<sub>2</sub> kibocsátása nulla lehet. Használatuk lokálisan környezetsemleges lehet (Gopal et al., 2018; Federal Ministry for the Environment, Nature Conservation and Nuclear Safety, 2019; Milev et al., 2021). Mivel gyártásuk, elhasznált akkumulátoruk és töltésük is negatívan hathat a környezetre, folyamatos fejlesztések és innovációk szükségesek ahhoz, hogy a jövőben zéró emisszióssá váljon a technológia (Kasti, 2017; Hussain et al., 2020; Nanaki, 2021).

Az elektromos autó kategóriába szokták sorolni a plug-in hibrideket is, amelyekben elektromos és belső égésű motor is található. Tehát benzinkúton is tankolhatók, valamint tölthetők is. Az ACEA számításai alapján az ilyen típusú autók menet közbeni CO<sub>2</sub> kibocsátása 50-75 százalékkal alacsonyabb a hagyományos társaiknál (ACEA, 2020b).

A harmadik kategória, amely gyakran az elektromos autók között kap helyet a hibrid verzió, amely a hagyományos személygépjárműtől annyiban tér el, hogy egy villanymotor segíti a belső égésű motor működését. A plug-in hibriddel ellentétben ezt a típust nem lehet külső elektromos hálózatról tölteni. Ennek megfelelően az akkumulátor a belső égésű motor által generált energiát, valamint a regeneratív fékezéssel keletkezett áramot tárolja el. Az ACEA adatai alapján ezen típus menet közbeni CO<sub>2</sub> kibocsátása 10-40 százalékkal lehet alacsonyabb a hagyományos verzióknál (ACEA, 2020b). Vagyis menet közbeni CO<sub>2</sub> kibocsátás alapján, ez a típus továbbra is jelentős hatást gyakorol a környezetre.

A negyedik autótípus az üzemanyagcellás, amelyben elektromos motor található, azonban azt hidrogén hajtja. Habár ez a fajta egyáltalán nem elterjedt, mégis kiemelendő, mivel ellenben a többi elektromos társával a fogyasztóknak kisebb mértékben kellene módosítaniuk szokásaikon. Például az üzemanyagcellás elektromos autó pár perc alatt tankolható az üzemanyag-töltő állomáson, ahogy a belső égésű motorral felszerelt autók.

Az Európai Unión belül 2018 és 2021 között 32,7 százalékkal bővült az új autókban az alternatív meghajtásúak aránya. Ez elsősorban kedvező adatnak tűnhet, azonban inkább kedvezőtlen, mivel a legnagyobb részesedése az új hibrid autókban van, 2021-ben már közel 20 százalék. Még a tisztán elektromos autók értékesítése lassabb ütemben növekszik, 2018 és 2021 között csak közel 8 százalékkal bővült. Így 2021-ben az értékesített új autók 8,9 százalékát adta ez a kategória (ACEA, 2022 adatbázisa alapján).

Az elemzés a tisztán elektromos autók nemzetközi kereskedelmére helyezi a hangsúlyt. Azon belül is Németország exportját és befolyásoló tényezőit vizsgálja. Németország azért kiemelendő az Európai Unió autógyártói közül, mivel az integráció legjelentősebb autógyártója. Közel kétszer annyi személygépjárművet gyártott 2021-ben, mint a második legnagyobb európai autógyártó, vagyis Spanyolország (ACEA, 2022 adatai alapján). Németország autóipara 786 100 ember számára biztosított munkát 2021-ben, amely munkaerő közel 6 százaléka az elektromos hajtásúakon dolgozott. Ez a szám viszonylag alacsonynak ítélni lehet, annak fényében, hogy az egyéb rendszereken a foglalkoztatotti állomány 67 százaléka munkálkodott (German Trade & Invest, 2022).

Nemcsak gyártásban, de autógyárak számában is kiemelkedő Németország, mivel az Európai Unióban a legtöbb autógyár (41 üzem) ott található 2021-ben (ACEA, 2022). Sőt 2022-ben tovább bővült a Németországban működő autógyárak listája, hiszen többek között a Tesla is elindította a termelését az első európai gyárában (Origo, 2022). Ugyanakkor a meglévő gyárak közül is egyre több áll át elektromos autó gyártásra. Például a Volkswagen a 2-2 amerikai és kínai gyára mellett már 2 német üzemében is elektromos személygépjárműveket gyárt. Célja, hogy 1,2 millió elektromos autót gyártson a 6 üzemében (Hill, 2022).

Németországban 2021-ben 328 000 tisztán elektromos autó gördül ki a gyárakból. Ez az adat 88 százalékos bővülést mutat az előző évhez képest (Statistisches Bundesamt, 2022). A tagállam terve, hogy 2030-ig 15 millió tisztán elektromos autó lesz az ország útjain és vezető pozíciót szerez e-mobilitásban (German Trade & Invest, 2022).

A cél elérése érdekében Németország 220 milliárd eurót investál az elektromobilitásba 2022 és 2026 között (VDA, 2021). Ez évenként 44 milliárd eurónyi beruházást jelent, amely több mint a költségvetésben a gazdaságra és energiára (10,6 milliárd euró), az oktatásra és kutatásra, beleértve az úrhajózást (20,2 milliárd euró), valamint a nemzetközi együttműködésre (10,8 milliárd euró) irányított összeg 2022-ben (VDA, 2021).

A német autóipar elkötelezettségét az elektromos autók irányában az is szemlélteti, hogy a tagállam szabadalmi ezen a területen jelentős mértékben emelkedtek 2017 és 2020 között

(Konka & Veres, 2022). Ugyanakkor jelentős számú publikáció foglalkozik az elektromos autók elterjedésével (például Propfe et al., 2013; Stauch, 2021) vagy éppen elfogadottságával (például Jakobsson, 2016; Bobeth & Kastner, 2020; Künle & Minke, 2022) Németországban, valamint a német autóipar és az elektromos autók kapcsolatával (Upham & Gathen, 2021; Bohn & Rogge, 2022).

### 3. Módszertan

A gravitációs modell az általános tömegvonzás törvényét gondolta tovább és alkalmazza a nemzetközi kereskedelem területén (Tinbergen, 1962; Pöyhönen, 1963). Segítségével feltérképezhető, hogy a kereskedelmi áramlásokat milyen számszerűsíthető tényezők befolyásolhatják. A magyar szakirodalomban először Nagy András publikációiban tűnt fel a modell (Nagy, 1977).

A gravitációs modell általános alakját mutatja a következő képlet:

$$\ln \text{ÁRAMLÁS}_{ij} = \ln A + \beta_1 \ln \text{GDP}_i + \beta_2 \ln \text{GDP}_j - \beta_3 \ln \text{TAV}_{ij}$$

A képlet jól szemlélteti, hogy a hagyományos gravitációs modell a kereskedelmi áramlást az ország méretével (pl.: GDP, népesség) és a két ország közötti távolsággal magyarázza. Az eredeti koncepciót több kutató kibővítette a nemzetközi kereskedelmet befolyásoló tényezőkkel, például a közös földrajzi határral (Lohmann, 2011; Arita et al., 2017; Erdey & Pöstényi, 2017; Doan & Xing, 2018), a gyarmati kapcsolatokkal (Lohmann, 2011; Hornok & Koren, 2015), az azonos hivatalos nyelvvel (Augier et al., 2005; Lohmann, 2011; Hornok & Koren, 2015), vagy az azonos időzónával (Egger & Larch, 2013).

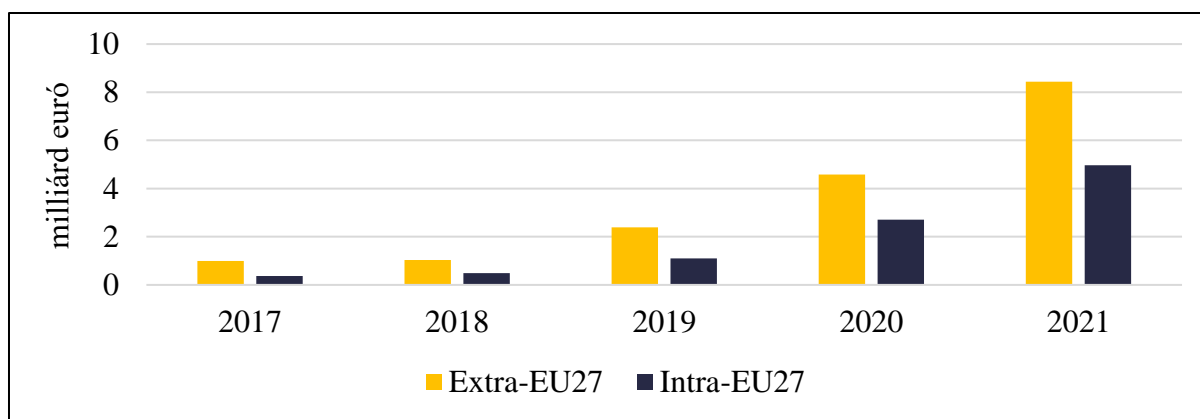
A gravitációs modell multiplikáltív alakja egy hatványkitevős regresszió, vagyis logaritmus segítségével lineáris egyenletté transzformálható. Ezen alakja látható a fentebb található képletben. A regressziós paraméterek becslése során a legkisebb négyzetek módszere alkalmazható. Ennek megfelelően a modell alkalmazásakor bizonyos feltételeknek meg kell felelni. Ezek a kritériumok az alábbiak:

- A magyarázó változók (a fentebbi képletben a GDP és a távolság) nem tartalmazhatnak mérési hibákat, valamint egymástól lineárisan függetleneknek kell lenniük. A multi-kollinearitás megléte például a variancia infláló faktor (VIF) mutatóval tesztelhető (Kehl & Sipos, 2010; Minitab, 2013; Salmerón Gómez et al., 2016).
- A hibatényezők várható értéke és varianciája nulla, normális eloszlásúak, valamint nem autokorreláltak. Utóbbi a Durbin – Watson teszttel (Durbin & Watson, 1951; Kehl & Sipos, 2010) ellenőrizhető. A hibatagok varianciájának állandósága olyan próbákkal vizsgálható, mint a Breusch–Pagan–Godfrey-próba (BPG) vagy a Koenker–Bassett-próba (KB) (Goldfeld & Quandt, 1965; Godfrey, 1978; Breusch & Pagan, 1979; Gujarati & Porter, 2003; Ramanathan, 2003; Maddala, 2004; Field 2009).

### 4. Kutatási eredmények

A tanulmány arra keresi a választ, hogy milyen számszerűsíthető tényezők befolyásolhatják Németország új, elektromos személygépjármű exportját 2017 és 2021 között. A kutatási kérdés megválaszolásához az Eurostat és az ACEA adatbázisaiból dolgoztam, valamint a ccpi.org és a distanceform.com honlapról gyűjtöttem információkat, amelyek segítségével gravitációs modellt készítettem. A kutatás korlátja, hogy viszonylag kevés, megbízható, számszerűsített adatforrás áll rendelkezésre, amelyek beépíthetők a modellbe.

Az elemzésben a magyarázott változó (y) Németország Európai Unió tagállamaiba irányuló új elektromos személygépjármű export értéke 2017 és 2021 között (euróban kifejezve). Az adatsort az Eurostat (2022a) adatbázisból töltöttem le.

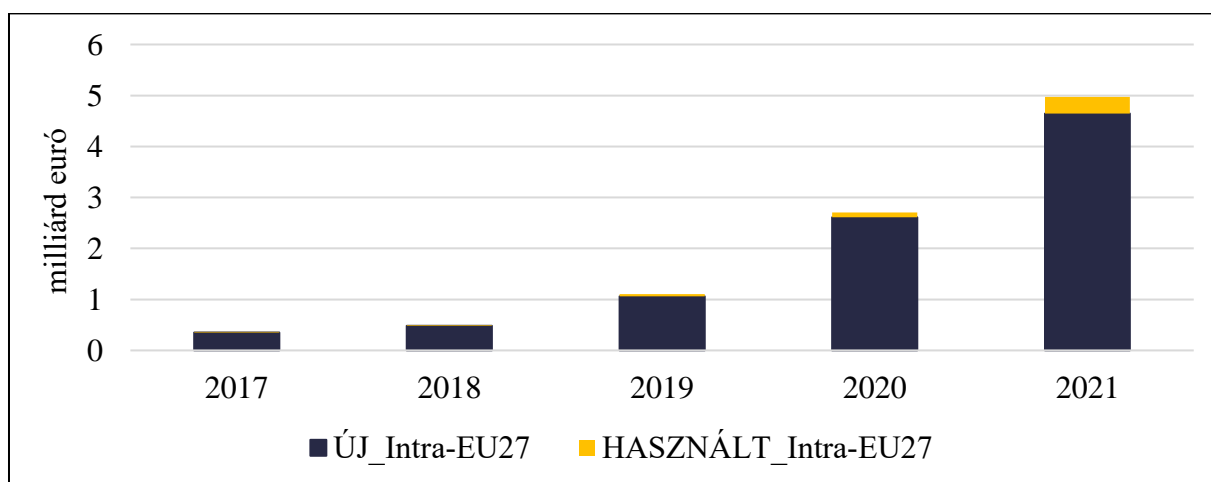


**1. ábra: Németország elektromos személygépjármű exportértéke az Európai Unió tagállamaival (Intra-EU-27), valamint az Európai Unión kívüli országokkal (Extra-EU27)**

Forrás: Eurostat (2022a) alapján saját szerkesztés

Németország egyik legjelentősebb kereskedelmi partnere az elemzett piacon az Európai Unió. Elektromos autó exportjának jelentős hányada irányul a tagállamokba, sőt ez az arány folyamatosan emelkedett, hiszen 2017-ben 27 százalék, még 2021-ben már 37 százalékos volt. Az EU-n belüli exportot támogatja az egységes piac, valamint az unió elkötelezettsége az elektromos autók irányába. Az 1. ábra alapján megállapítható, hogy a Covid-19 vírusához kapcsolódó pandémia ellenére is tovább emelkedett Németország elektromos személygépjármű exportja. Habár 2020-ban a német autóexport az Európai Unión belül 15 százalékkal, az Európai Unión kívül 17 százalékkal esett vissza többek között a chiphiánynak köszönhetően (Statistisches Bundesamt, 2021), az elektromos autók kiáramlása továbbra is növekvő tendenciát folytatott. Ezek alapján felvethető az a jövőbeli kutatási kérdés, hogy vajon az elektromos autók értékesítése, kereskedelme gyengébb kapcsolatban áll-e a gazdasági indikátorokkal (például GDP növekedési üteme), mint ami a belső égésű motorral rendelkező autók esetében megfigyelhető volt.

Az Európai Unión belül 2017-ben a legfőbb export célországok Hollandia, Franciaország és Ausztria volt, még 2021-re ez a rangsor Hollandiára, Svédországra és Franciaországra változott. A 2017 és 2021-es időintervallum alatt a német elektromos autó export Hollandiában közel 11-szeresére emelkedett, míg Svédországba szállított érték 26-szorosára nőtt.



**2. ábra: Új és használt elektromos személygépjárművek exportja Németországból az Európai Unió tagállamaiba**

Forrás: Eurostat (2022a) alapján saját szerkesztés

A 2. ábra kiemeli, hogy Németország elektromos személygépjármű exportjában az új autók játszottak főszerepet. Habár a használt elektromos autók is megjelentek az adatsorban, árnyuk alacsony volt. Így a következőkben az új elektromos autók exportjának elemzésére térek ki. Az adatsort olyan számszerűsített változókkal magyarázható, mint az alábbi indikátorok, amelyek értékeit a 2017 és 2021 közötti időintervallumra gyűjtöttem össze:

- Az egy főre eső GDP a partnerországban (GDPPC), valamint Németországban (GDPPC\_DE). Ez az indikátor alapját képezi a gravitációs modelleknek. Az egy főre kalkulált GDP kiszűri a mutatóból a népességszám által okozott torzításokat. Mivel az elektromos autók ára magasabb lehet a hagyományos társainál (Goetzel & Hasanuzzaman, 2022), így valószínűsíthető, hogy azokban a tagállamokban exportál többet Németország, ahol magasabb az egy főre eső GDP értéke. Az egy főre eső GDP forrása az Eurostat (2022b) adatbázisa.
- A partnerország népessége (POP) és Németország lakossága (POP\_DE) a GDP-hez hasonlóan a gazdaságok méretét prezentálják a modellben, feltételezve, hogy minél több lakos él egy országban, annál nagyobb az elektromos autó kereslete, ezáltal az importja. Valamint, minél nagyobb a német lakosság, annál több elektromos autót exportálhat az ország. A népességhez kapcsolódó adatsort az Eurostat (2022c) adatbázisa tartalmazza.
- A távolság (DIS) a GDP-hez hasonlóan alapindikátor a modellben, azt feltételezve, hogy a két ország közötti távolság meghatározója a kereskedelmi áramlásoknak. Habár a szakirodalom szemlélteti, hogy általánosan (Khanna, 2016) és az autóiparon belül (Konka, 2020) is csökkenhet a távolság szerepe a kereskedelemben, ennek ellenére még mindig szignifikáns tényezője. A távolság jelen kutatásban a 2 tagállam fővárosa közötti légvonalbeli távolságot (km-ben) jelöli a `distancesfrom` honlap számítása alapján.
- Németország exportja a partnerországba (TOT\_EX) elnevezésű indikátor azért kapott szerepet a modellben, mivel valószínűsíthető, hogy abba az országba áramlik a legmagasabb értékű elektromos autó export Németországból, amely egyébként is jelentős mennyiségű német terméket vásárol. Az adatsor forrása az Eurostat (2022a) adatbázisa.
- A partnerország (CCPI), valamint Németország Climate Change Performance Index pontjai (CCPI\_DE) is megjelennek a modellbe (CCPI, 2022a). Mivel feltételezhető, hogy a német elektromos autó export főleg azon tagállamokba irányul, amelyek elkötelezettebbek a környezetvédelem mellett. A Climate Change Performance Index 14 indikátor segítségével pontozza az országokat (CCPI, 2022b). A mutatószámok az alábbi 4 csoportba sorolhatók: üvegházhatású gázok kibocsátása (a teljes pont 40 százalékát adja), megújuló energiaforrások használata (a teljes pont 20 százaléka), energiafelhasználás (a teljes pont 20 százaléka), és klímavédelemhez kapcsolódó politikák (a teljes pont 20 százaléka).
- Németországgal közös határ (B) dummy változóként jelenik meg a modellben. Az adott ország 1-es értéket kap, ha van közös határa Németországgal és 0 értéket, ha nincs. Feltételezhető, hogy a szomszédos országok között erősebb a kereskedelem.
- A partnerország által biztosított adókedvezmény szintén ösztönzően hathat Németország elektromos autó exportjára. A tagállamokban háromfajta adókedvezmény jelenhet meg az elektromos autókhoz kapcsolódóan: vásárlásakor (T\_PUR), tulajdonlásakor (T\_OWN), vagy elektromos céges autóra (T\_CC) kapható adókedvezmény. Ezek a tényezők szintén dummy változóként kerültek be a modellbe: 1-es értéket kapott az a tagállam, amelyik a vizsgált évben, az adott adókedvezményt alkalmazta, ellenkező esetben 0 érték került rögzítésre az ACEA Pocket Guide dokumentumai alapján (ACEA, 2017, 2018, 2019, 2020a, 2021, 2022).
- Egyes tagállamok az elektromos autó kereslet élénkítésére pénzügyi ösztönzőket (I\_PUR) dolgoztak ki, amely szintén hatást gyakorolhat az elemzett változóra. Dummy változóként



1-es értékkel szerepelnek azok az államok, amelyek alkalmaztak ilyen pénzügyi ösztönzőket, és 0 értékkel azok, akik nem. Az értékek megállapítása az ACEA Pocket Guide dokumentumai alapján (ACEA, 2017, 2018, 2019, 2020a, 2021, 2022) történt.

A gravitációs modell Varianciaanalízisének eredményeit foglalja össze az 1. táblázat, amelyből jól látszik, hogy a modell szignifikáns. A korrigált  $R^2$  mutatja, hogy Németország elektromos személygépjármű export variációjának 80 százalékát magyarázzák a modellben bent maradt, szignifikáns változók. A fennmaradt 20 százalékot egyéb, akár nem számszerűsíthető tényezők befolyásolhatják.

A standard hiba (s) 0,95, amelyből kiszámítható a relatív hiba. Utóbbi értéke 5,70 százalék, amely alacsonyabb 15 százaléknál, vagyis a regressziós függvény illeszkedése megfelelő. Az n jelöli a megfigyelések számát. Mivel 2017-től 2021-ig bezárólag található adatok a fentebb megnevezett indikátorokról az EU-27 tagállamai esetében, így összesen 130 soros a vizsgált adatbázis.

**1. táblázat: Varianciaanalízis és regressziós statisztika**

	df	SS	MS	F	p-érték	Regressziós statisztika	
<b>Regresszió</b>	6	446,1	74,3	<b>86,8</b>	<b>0,00</b>	<b>R<sup>2</sup></b>	<b>0,80</b>
<b>Maradék</b>	123	105,4	0,9			<b>s</b>	0,95
<b>Összesen</b>	129	551,4				<b>n</b>	130

Forrás: Eurostat (2022a, 2022b, 2022c), ACEA (2017, 2018, 2019, 2020a, 2021, 2022), CCPI, (2022a) és a distancesfrom honlap adatbázisa alapján saját szerkesztés

A 2. táblázat mutatja a gravitációs modell szignifikáns, magyarázó változóit. Érdekes, hogy a modelltől kiesett a vásárláskor és tulajdonláskor kapott adókedvezmény, valamint a pénzügyi ösztönző is. Vagyis ezen változók nem gyakoroltak szignifikáns hatást Németország elektromos személygépjármű exportjára.

**2. táblázat: A gravitációs modell regressziós együtthatóinak ismertetése**

	Együttható	Stand. hiba	t-érték	p-érték	Alsó 95%	Felső 95%
<b>ln<math>\beta_0</math></b>	-6598,32	644,50	-10,24	0,00	-7874,07	-5322,57
<b>lnGDPPC</b>	1,13	0,15	7,49	0,00	0,83	1,42
<b>lnDIS</b>	-0,50	0,16	-3,20	0,00	-0,82	-0,19
<b>lnPOP</b>	0,93	0,07	14,06	0,00	0,80	1,06
<b>lnPOP_DE</b>	355,39	34,10	10,42	0,00	287,89	422,88
<b>lnCCPI_DE</b>	27,82	10,12	2,75	0,01	7,79	47,85
<b>T_CC</b>	0,63	0,19	3,22	0,00	0,24	1,01

Forrás: Eurostat (2022a, 2022b, 2022c), ACEA (2017, 2018, 2019, 2020a, 2021, 2022), CCPI, (2022a) és a distancesfrom honlap adatbázisa alapján saját szerkesztés

A 2. táblázatban szereplő szignifikáns változók együtthatója az alábbiak szerint értelmezhető: ha a partnerország egy főre eső GDP-je 1 százalékkal nő, akkor Németország elektromos autó exportjának értéke az adott partnerországba 1,13 százalékkal emelkedett. Amennyiben a távolság 1 százalékkal növekedett a két ország között, Németország elektromos autó exportjának értéke az adott tagállamba 0,5 százalékkal mérséklődött.

Meglepő eredmény, hogy a partnerország népességénél és környezettudatos viselkedésénél sokkal nagyobb hatást gyakorol az elemzett magyarított változóra Németország népessége és annak környezetvédelemhez kapcsolódó attitűdje. Ezen két együttható értéke a legmagasabb. Értékük az alábbiak szerint interpretálható: ha 1 százalékkal növekszik Németország népessége, akkor az exportja 355,39 százalékkal gyarapodik. Míg, ha 1 százalékkal magasabb pontot kap a CCPI indexben Németország, akkor 27,82 százalékkal bővül az elektromos autó exportja. Vagyis minél magasabb Németország lakossága, és minél inkább környezettudatos, annál több elektromos autót exportálhat az uniós tagállamokba.

Az utolsó szignifikáns magyarító változó a céges elektromos autókhoz kapcsolódó adókedvezmény. Tehát a döntéshozóknak célszerű lehet a céges elektromos autóflották kiépítésére koncentrálni, mivel a vállalkozások nyitottabbak az ilyen típusú személygépjármű vásárlására (valószínűleg a kedvezőbb adózás miatt), mint a lakosság. Például Magyarország esetében a top10 értékesített elektromos autómárkánál 1 597 céges, míg 1 155 magán vásárlás történt (Lencsés, 2022 adatai alapján kalkulált). Az elektromos autók elfogadottsága is növelhető ezáltal, hiszen, ha a cég által birtokolt elektromos autóval elégedettek a munkavállalók, akkor az autóvásárlásuk során előnyben részesíthetik ezt a járműtípust.

A kapott modell multikollinearitását tesztelő VIF teszt eredményei alapján megállapítható, hogy a magyarító változók egymástól függetlenek. A Durbin-Watson próba ellenőrizte a modell autokorrelálatlanságát, azonban a próba alapján pozitív autokorreláció figyelhető meg, amely gyakori a gazdasági idősoroknál. Vagyis egy regressziós egyenes hozzáadásával megfigyelhető, hogy a pozitív hibát egy másik pozitív, a negatív hibát egy másik negatív követi.

## 5. Összefoglaló

Mivel az Európai Unión belül a közlekedés okozza a CO<sub>2</sub> kibocsátás negyedét, ezért ez a terület igen nagy figyelmet kap a klímasemlegességet előirányzó stratégiákban. A megoldást 2020-as évek elején az elektromos autókban látják a döntéshozók. Azonban klímasemlegességük és fogyasztóbarát jellemzőik elérése érdekében még igen sok kutatást és fejlesztést igényelnek ezzel kihívás elé állítva az európai integráció járműiparát, azon belül is a legjelentősebb autógyártó országot, Németországot.

Kérdéses, hogy vajon milyen tényezők ösztönözhetik a fogyasztókat az elektromos autóvásárlásra, valamint milyen faktorok befolyásolhatják az elektromos személygépjárművek kereskedelmét. Jelen tanulmány ezen elemzési kör kis szegletével, Németország elektromos autó exportjával foglalkozik, azon belül is azt vizsgálja, milyen tényezők hathatnak rá.

Az eredmények alapján az elektromos autók német exportját befolyásoló változók között szerepelhet a partnerország jövedelmi helyzete, piaci mérete, valamint Németország népessége és annak környezetvédelem melletti elköteleződése. Érdekes, hogy a modellben nem lettek szignifikáns változók a partnerországok által biztosított vásárlási és tulajdonlási adókedvezmények, valamint a pénzügyi ösztönzők sem. Ellenben a céges autókhoz kapcsolódó adókedvezmény ösztönzően hatott a német elektromos autó exportra. Vagyis a jövőben a döntéshozók számára célszerű lehet nagyobb figyelmet fordítani a céges autóflottákra.

## Irodalomjegyzék

ACEA (2017). Automobile Industry Pocket Guide 2017-2018. Brussels: ACEA.

ACEA (2018). Automobile Industry Pocket Guide 2018-2019. Brussels: ACEA.

ACEA (2019). Automobile Industry Pocket Guide 2019-2020. Brussels: ACEA.

ACEA (2020a). Automobile Industry Pocket Guide 2020-2021. Brussels: ACEA.

ACEA (2020b). Making the Transition to Zero-emission Mobility, 2020 október. Brussels: ACEA.

- ACEA (2021). *Automobile Industry Pocket Guide 2021-2022*. Brussels: ACEA.
- ACEA (2022). *Automobile Industry Pocket Guide 2022-2023*. Brussels: ACEA.
- Arita, S., Beckman, J. & Mitchell, L. (2017). Reducing transatlantic barriers on U.S.-EU agri-food trade: What are the possible gains?? *Food Policy*, 68, 233–247. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2016.12.006>
- Augier, P., Gasiorek, M. & Lai Tong, C. (2005). The Impact of Rules of Origin on Trade Flows. *Economic Policy*, 20(43), 567–624. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0327.2005.00146.x>
- Bobeth, S. & Kastner, I. (2020). Buying an electric car: A rational choice or a norm-directed behavior? *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*, 73, 236–258. <https://doi.org/10.1016/j.trf.2020.06.009>
- Bohn, S. & Rogge, J.-C. (2022). The framing of green innovations—a comparative topic modeling study on the public frames of the electric vehicle in Germany and UK. *Journal of Cleaner Production*, 364, 132499. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.132499>
- Breusch, T. S. & Pagan, A. R. (1979). Simple Test for Heteroscedasticity and Random Coefficient Variation. *Econometrica (Econometric Society)*, 47(5), 1287–1294. <https://doi.org/10.2307/1911963>
- CCPI (2022a). Downloads. <https://ccpi.org/downloads/> (Letöltve: 2022.05.26.)
- CCPI (2022b). Methodology behind the CCPI. <https://ccpi.org/methodology/> (Letöltve: 2022.10.15.)
- Doan, T. N. & Xing, Y. (2018). Trade Efficiency, Free Trade Agreements and Rules of Origin. *Journal of Asian Economics*, 55, 33–41. <https://doi.org/10.1016/j.asieco.2017.12.007>
- Durbin, J. & Watson, G. S. (1951). Testing for Serial Correlation in Least Squares Regression. II. *Biometrika*, 38(1-2), 159–177. <https://doi.org/10.2307/2332325>
- Egger, P. H. & Larch, M. (2013). Time Zone Differences as Trade Barriers. *Economics Letter*, 119, 172–175. <https://doi.org/10.1016/j.econlet.2013.02.016>
- Erdey, L. & Pöstényi, A. (2017). Determinants of the exports of Hungary: Trade theory and the gravity model. *Acta Oeconomica*, 67(1), 77–97. <https://doi.org/10.1556/032.2017.67.1.5>
- European Commission (2019). A European Green Deal. [https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal\\_en](https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en) (Letöltve: 2022.11.01.)
- European Commission (2020). Factsheet - The Transport and Mobility Sector. [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/fs\\_20\\_2350](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/fs_20_2350) (Letöltve: 2022.11.01.)
- European Commission (2022). Transport and the Green Deal. [https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal/transport-and-green-deal\\_en](https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal/transport-and-green-deal_en) (Letöltve: 2022.11.01.)
- European Environment Agency (2022). New registrations of electric vehicles in Europe. <https://www.eea.europa.eu/ims/new-registrations-of-electric-vehicles> (Letöltve: 2022.11.01.)
- Eurostat (2022a). EU trade since 1988 by HS2-4-6 and CN8 [DS-045409\_\_custom\_3567231]. <https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/DS-045409/default/table> (Letöltve: 2022.10.12.)
- Eurostat (2022b). Real GDP per capita [SDG\_08\_10\_\_custom\_3594261]. [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/SDG\\_08\\_10\\_\\_custom\\_3594261/default/table](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/SDG_08_10__custom_3594261/default/table) (Letöltve: 2022.10.15.)
- Eurostat (2022c). Population on 1 January [TPS00001\_\_custom\_3594278]. [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/TPS00001\\_\\_custom\\_3594278/default/table](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/TPS00001__custom_3594278/default/table) (Letöltve: 2022.10.15.)
- Falát, L. & Holubčík, M. (2017). The influence of marketing communication on financial situation of the company – a case from automobile industry. *Procedia Engineering*, 192, 148–153. <https://doi.org/10.1016/j.proeng.2017.06.026>
- Federal Ministry for the Environment, Nature Conservation and Nuclear Safety (2019). *How Eco-Friendly Are Electric Cars? A Holistic View*. Berlin: Federal Ministry for the Environment, Nature Conservation and Nuclear Safety.

- Field, A. (2009). *Discovering Statistics Using SPSS* (and sex and frugs and rock'n'roll). London: SAGE Publications Ltd.
- Fleischer, T. (2011). Közlekedés és fenntarthatóság – különös tekintettel az EU 2011-es közlekedési fehér könyvére. *Európai Tükör*, 16(5), 23–38.
- German Trade & Investment (2022). The Automotive Industry in Germany. Industry Overview. Issue 2022/2023. Berlin: German Trade & Investment.
- Godfrey, L. (1978). Testing for Multiplicative Heteroscedasticity. *Journal of the American Statistical Association*, 8(2), 227–236. [https://doi.org/10.1016/0304-4076\(78\)90031-3](https://doi.org/10.1016/0304-4076(78)90031-3)
- Goetzel, N. & Hasanuzzaman, M. (2022). An empirical analysis of electric vehicle cost trends: A case study in Germany. *Research in Transportation Business & Management*, 43, 100825. <https://doi.org/10.1016/j.rtbm.2022.100825>
- Goldfeld, S. M. & Quandt, R. E. (1965). Some Tests for Homoscedasticity. *Journal of the American Statistical Association*, 60(310), 539–547. <https://doi.org/10.1080/01621459.1965.10480811>
- Gopal, A. R., Park, W. Y., Witt, M., & Phadke, A. (2018). Hybrid- and Battery-electric Vehicles Offer Low-cost Climate Benefits in China. *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 62, 362–371. <https://doi.org/10.1016/j.trd.2018.03.014>
- Gujarati, D. N. & Porter, D. C. (2003). *Basic Econometrics*. New York: McGraw-Hill Higher Education.
- Hill, J. S. (2022. május 25.). Volkswagen launches second all-electric car plant in Germany. The Driven. <https://thedriven.io/2022/05/25/volkswagen-launches-second-all-electric-car-plant-in-germany/> (Letöltve: 2022.11.01.)
- Hornok, C. & Koren, M. (2015). Administrative Barriers to Trade. *Journal of International Economics*, 96(1), 110–122. <https://doi.org/10.1016/j.jinteco.2015.01.002>
- Hussain M. Z., Ranganathan Anbalagan, D. Jayabalakrishnan, D. B., Muruga, N., Prabhakar, M., Bhaskar, K. & Sendilveland, S. (2020). Charging of Car Battery in Electric Vehicle by Using Wind Energy. *Materials Today: Proceedings*, 33(1), 1–5.
- Jakobsson, N., Gnann, T., Plötz, P., Sprei, F. & Karlsson, S. (2016). Are multi-car households better suited for battery electric vehicles? – Driving patterns and economics in Sweden and Germany. *Transportation Research Part C: Emerging Technologies*, 65, 1–15. <https://doi.org/10.1016/j.trc.2016.01.018>
- Kasti, N. A. (2017). Ranges of Applicability of a Solar-battery Car with Single and Double Solar-trailers. *Solar Energy*, 144(1), 619–628. <https://doi.org/10.1016/j.solener.2017.01.051>
- Kehl, D. & Sipos, B. (2010). Regressziós modellek becslése és tesztelése Excel-parancsfájl segítségével. *Statisztikai Szemle*, 88(7-8), 833–855.
- Khanna, P. (2016). *Konnektográfia. A globális civilizáció jövőjének feltérképezése*. HVG Kiadó, Budapest.
- Konka, B. & Veres, A. (2022). Overview of European patents in Germany, France and Spain, with a potential application to the development of electric vehicles. In Juhász, J. (Ed.), *Proceedings of the European Union's Contention in the Reshaping Global Economy* (pp. 265–284). SZTE GTK Közgazdaságtani Doktori Iskola, Szeged. <https://doi.org/10.14232/eucrge.2022.17>
- Konka, B. (2020). Változó versenykörnyezetben a brit autóipar, avagy egy „footloose”-nak minősített iparág kilátásai az Egyesült Királyságban. Doktori értekezés. Pannon Egyetem Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola, Veszprém. <https://doi.org/10.18136/PE.2020.736>
- Künle, E. & Minke, C. (2022). Macro-environmental comparative analysis of e-mobility adoption pathways in France, Germany and Norway. *Transport Policy*, 124, 160–174. <https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2020.08.019>

- Lencsés, Cs. (2022). Másfélszeresére ugrott a hazai villanyautó-értékesítés. <https://www.vezess.hu/magazin/2022/01/08/elektromos-auto-villanyauto-ertekesites-2021/> (Letöltve: 2022.12.03.)
- Lohmann, J. (2011). Do Language Barriers Affect Trade? *Economics Letters*, 110, 59–162. <https://doi.org/10.1016/j.econlet.2010.10.023>
- Maddala, G. S. (2004). *Bevezetés az ökonometriába*. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest.
- Milev, G., Hastings, A. & Al-Habaibeh, A. (2021), The Environmental and Financial Implications of Expanding the Use of Electric Cars - A Case Study of Scotland. *Energy and Built Environment*, 2(2), 204–213. <https://doi.org/10.1016/j.enbenv.2020.07.005>
- Minitab (2013). Enough Is Enough! Handling Multicollinearity in Regression Analysis. <https://blog.minitab.com/blog/understanding-statistics/handling-multicollinearity-in-regression-analysis> (Letöltve: 2019.01.03.)
- Nagy, A. (1977). *A világkereskedelem struktúrája és jövője*. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest.
- Nanaki, E. A. (2021). Climate Change Mitigation and Electric Vehicles. In: Evanthia A. Nanaki, Electric Vehicles for Smart Cities, Trends, Challenges, and Opportunities, Amsterdam: Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-815801-2.00002-2>
- Origo (2022 március 22.). Megnyitotta első európai üzemét a Tesla – képek. Origo. <https://www.origo.hu/gazdasag/20220322-termeles-uzem-tesla-megnyito-nemetorszag.html> (Letöltve: 2022.11.01.)
- Pöyhönen, P. (1963). A Tentative Model for the Volume of Trade between Countries. *Weltwirtschaftliches Archive*, 90(1), 93–99.
- Propfe, B., Kreyenberg, D., Wind, J. & Schmid, S. (2013). Market penetration analysis of electric vehicles in the German passenger car market towards 2030. *International Journal of Hydrogen Energy*, 38(13), 5201–5208. <https://doi.org/10.1016/j.ijhydene.2013.02.049>
- Ramanathan, R. (2003). *Bevezetés az ökonometriába alkalmazásokkal*. Budapest: Panem Kiadó.
- Salmerón Gómez, R., García Pérez, J., López Martín, M. D. M. & García, C. G. (2016). Collinearity Diagnostic Applied in Ridge Estimation through the Variance Inflation Factor. *Journal of Applied Statistics*, 43(10), 1831–1849. <https://doi.org/10.1080/02664763.2015.1120712>
- Schwabe, J. (2020). Risk and counter-strategies: The impact of electric mobility on German automotive suppliers. *Geoforum*, 110, 157–167. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2020.02.011>
- Statistisches Bundesamt (2021). Exports of passenger cars down 17.2% in the 3rd quarter of 2021 year on year. Press release No. 540 of 29 November 2021. [https://www.destatis.de/EN/Press/2021/11/PE21\\_540\\_51.html](https://www.destatis.de/EN/Press/2021/11/PE21_540_51.html) (Letöltve: 2022.10.16.)
- Statistisches Bundesamt (2022). Production of electric cars up 86% in 2021 year on year. Press release No. N 030 of 19 May 2022. [https://www.destatis.de/EN/Press/2022/05/PE22\\_N030\\_51.html](https://www.destatis.de/EN/Press/2022/05/PE22_N030_51.html) (Letöltve: 2022.10.16.)
- Stauch, A. (2021). Does solar power add value to electric vehicles? An investigation of car-buyers' willingness to buy product-bundles in Germany. *Energy Research & Social Science*, 75, 102006. <https://doi.org/10.1016/j.erss.2021.102006>
- Szalavetz, A. (2013). Az autóipar szerkezeti átrendeződése – Vállalati stratégiák és a válság hatásai. *Vezetéstudomány*, 44(6), 14–22. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2013.06.02>
- Thomas, V. J. & Maine, E. (2019). Market entry strategies for electric vehicle start-ups in the automotive industry – Lessons from Tesla Motors. *Journal of Cleaner Production*, 235, 653–663. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.06.284>
- Tinbergen, J. (1962). *Shaping the World Economy: Suggestion for International Trade Policy*. London: The Macmillan Press.

- Upham, P. & Gathen, L. (2021). Actors in transitions: narratives of roles and change in the German e-mobility transition. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 40, 450–460. <https://doi.org/10.1016/j.eist.2021.09.009>
- VDA (2021). German auto industry will invest more than €220bn in research and development by 2026. VDA. [https://www.vda.de/en/press/press-releases/2021/2112\\_German-auto-industry-will-invest-more-than--220bn-in-research-and-development-by-2026](https://www.vda.de/en/press/press-releases/2021/2112_German-auto-industry-will-invest-more-than--220bn-in-research-and-development-by-2026) (Letöltve: 2022.11.01.)

## Fenntartható design - új megközelítések a terméktervezésben

*Sustainable Design - New Approaches in Product Design*<sup>1</sup>

**NÁDAS Gergely** formatervező művész (MA), doktorandusz<sup>2</sup>  
adjunktus (*Assistant Professor*)

Budapesti Metropolitan Egyetem, Művészeti és Kreatívipari Kar, Építészet és Design Tanszék (*Budapest Metropolitan University, Faculty of Art and Creative Industries, Department of Architecture and Design - Hungary*)

**Dr. habil. MOLNÁR László PhD**<sup>3</sup>

egyetemi docens (*Associate Professor*)

Soproni Egyetem, Faipari Mérnöki és Kreatívipari Kar, Alkalmazott Művészeti Intézet (*University of Sopron, Faculty of Wood Engineering and Creative Industries, Institute of Applied Art - Hungary*)

### Absztrakt

Világunkat sorozatos válságok rázzák meg, melyek életünk minden területére kihatnak, az egészségügytől kezdve az energia kérdésén át egészen a mindennapok gazdasági kihívásainak leküzdéséig. A kialakuló új helyzetek új megközelítéseket és új megoldásokat kívánnak, melyek fókuszában a környezetet kímélő, könnyen újrahasznosítható alapanyagok és az energia-takarékos, költségkímélő technológiák állnak. Ebben a világméretű szemléletváltásban mind a termék tervezője és előállítója, mind a fogyasztó kölcsönösen érintett. Fontos feladat tehát megvizsgálni, hogy milyen területeken segíthetik egymást a hatékonyság növelésében és milyen eszközök és lehetőségek állnak a rendelkezésükre. Ebbe a folyamatba illeszkedik a hétköznapi termékekkel kapcsolatos fogyasztói preferencia kialakulásának vizsgálata, melynek segítségével tudatosabb, célorientáltabb termékfejlesztési és tervezési irányok jelölhetőek ki. Az elvégzett kísérletek alapján joggal gondolhatjuk, hogy érdemes többféle összefüggést keresni a formatervezett tárgyak plasztikai felépítése és a befogadók választása között.

*Kulcsszavak:* terméktervezés, fenntarthatóság, technológia, vizuális észlelés, preferencia

*JEL-kódok:* A12, A13, A19, O14, O30

### Abstract

Our world is being rocked by a series of crises that affect every aspect of our lives, from health through energy to everyday economic challenges. These new situations call for new approaches and new solutions, focusing on environmentally friendly, easily recyclable raw materials and energy-saving, cost-effective technologies. Both the designer and manufacturer of the product and the consumer are mutually involved in this global shift in approach. It is therefore important to look at where they can help each other to improve efficiency and what tools and opportunities are available to them. This process includes an examination of the evolution of consumer preferences for everyday products, which can help to identify more informed and goal-oriented product development and design directions. Based on the experiments carried out, it is reasonable to think that there are several correlations between the plasticity of designed objects and the choices of their recipients.

*Keywords:* product design, sustainability, technology, visual perception, preference

*JEL Codes:* A12, A13, A19, O14, O30

---

<sup>1</sup> A kutatást az MMA Ösztöndíjprogramja támogatta.

<sup>2</sup> gnadas@metropolitan.hu

<sup>3</sup> molnar.laszlo@uni-sopron.hu

## 1. Bevezetés, célok

Amikor válságról beszélünk, nagyon fontos, hogy az adott jelenséget sok szempontból vizsgáljuk meg: minden válság ugyanis az egyéntől a közösségeken át az egész társadalomig terjed oda- és visszafelé egyaránt.

*„Gyakran nagyfokú leegyszerűsítés jellemzi az arra a kérdésre adott válaszokat, hogy voltaképpen mi van válságban, illetve, hogy milyen a válság természete. (...) Nyilvánvalóan különbséget kell tenni a különféle, időről-időre visszatérő, és persze egymással is összefüggő, sőt globalizálódó parciális válságok, és az ezek alapjául szolgáló tartós és globális gazdasági válság között. ... De nem kevésbé fontos felismerni azt a tényt, hogy a globális válság nemcsak az adott gazdasági rendszernek és az azt alkalmazó országok (ma már gyakorlatilag szinte minden ország) gazdaságának a válsága, hanem annál sokkalta több.”* (Szentés, 2009)

Ez utóbbi alapján talán megkockáztatható az a gondolat, hogy a válságot úgy is leírhatjuk, hogy az a változásokkal szembeni egyfajta rugalmatlan viselkedés, merev ragaszkodás a már ismert és bejárt úthoz. Ez fakadhat a rendszerek tehetetlenségéből, az elkényelmesedésből, de származhat a változás gyorsulásából is. Ez utóbbi jelenség az, ami az elmúlt évtizedekben ijeszítően felerősítette a generációk közötti különbségeket. A felnövekvő új nemzedékek már teljesen máshogy viszonyulnak az új technológiákhoz és az azokon keresztül érkező impulzusokhoz. Néhány évtizednyi korkülönbség hatalmas szakadékot jelenthet a felhasználásban és az információ fogyasztásban, mely az oktatásban is új kihívásokat jelent. Jerome S. Brunner szerint: *“az oktatásban a hangsúlyt a készségekre - a manipulációban, a vizuális felfogásban és elképzelésben, továbbá a szimbolikus műveletekben való műveletekre kell helyezni. (...) A mai értelemben vett művelt ember az, aki képes megérteni, értelmezni és felhasználni a környezetében jelen lévő hatások óriási tömegét”* (Karvalics, 1995)

Az előrelépés egyik nagy lehetősége a mennyiségek növelése helyett a hatékonyság erősítése, ami egyfelől gazdaságosabban gyártható, energiatakarékosabb és főleg tartósabb termékek tervezését jelenti, amik teljesítik a fenntartható design kritériumait. Másfelől azonban ez a folyamat a felhasználók preferenciájának fókuszáltabb meghatározását is feltételezi, azaz a fogyasztó célzottabb, személyre szabottabb és egyénibb elérését. Ennek alapvető feltétele a preferencia kialakulásának vizsgálata, működésének feltárása, melyhez a vizuális figyelem tudatos és célzott vizsgálata szükséges. Jelen kutatás célja egyrészt az, hogy összefüggést keressünk a tárgypreferencia kialakulása és egy absztrakt ábra megítélése között, másrészt mindezt szeretnénk alátámasztani az ezek észlelésénél mutatott szemmozgás mintázatokkal, különösen a fixációk vonatkozásában. Utóbbiak száma mellett különösen érdekes azok helyzete a vizsgált tárgyak plasztikai felépítésének, formai csomópontjainak viszonylataiban.

## 2. Irodalmi áttekintés

Ha a válság egyik mozgatórugója lehet a gyors változás, akkor az ennek nyomán kialakuló társadalmi változások is érdekesek ebből a szempontból, melynek kutatása már jó ideje foglalkoztatja a szakembereket, így jelentős irodalma van. A posztindusztriális társadalom jelene és főleg jövőbeli lehetséges fejlődési irányai a mindennapok égető kérdései közé kerültek. *“A globális kiterjedéssel, valamennyi kommunikációs eszköz integrálásával és interaktív potenciáljával jellemezhető új kommunikációs rendszer örökre megváltoztatja kultúránkat.”* (Castells, 2006). Castells (2006) szerint a valóság virtuális kultúrája az elektronikus kommunikáció integrálódása. Marshall McLuhan (2001) erről így ír: *“Az azonban bizonyos, hogy az elektromágnetikus felfedezések újra létrehozták minden emberi viszonylatban az egyidejűség „mezőjét”, úgy, hogy a mai emberiség családja most a „globális falu” állapotában él. Az egyetlen korlátozott térben élünk, amelyben a törzsek dobjai visszhangzanak.”* (McLuhan, 2001).



“Miénk a vadonatúj egyszerremindenütt világ. Az "idő" megszűnt, a "tér" elenyészett. Globális faluban élünk... Egy szimultán happeningban. Visszatértünk az akusztikus térbe. Elkezdjük újjáalkotni azt az ősi érzést, azokat a törzsi érzelmeket, melyektől az alig pár évszázados írástudás elválasztott minket.” (McLuhan, 2012) Castells szerint a hálózatok kialakulásával, az internet terjeszkedésével kialakult egy új közösségi forma, a “személyi közösség”, ami “az egyén informális, interperszonális kötődéseinek társadalmi hálózata.” (Castells, 2006). A virtuális közösségek a személyi közösségeknek a hálózatából állnak. Ezek is közösségek, csak más mintákkal és szokásokkal rendelkeznek, szemben a hagyományos találkozásokon alapuló közösségekkel. Létezésük ugyanúgy valós, csak más dimenzióban realizálódik.

*Immaterial Labour (Anyagtalan munka)* című tanulmányában Maurizio Lazzarato bevezeti az esztétikai termelés fogalmát: „Ha megkíséreljük megragadni a társadalmi kommunikáció kialakulása, illetve a ‘gazdaságinak’ való alárendelődése folyamatának lényegét, hasznosabbnak tűnik a termelés ‘materiális’ modellje helyett az ‘esztétikai’ modell alkalmazása, amely feltételez szerzőt, reprodukciót és befogadást. (...) A ‘szerző’ el kell veszítse individuális dimenzióit és át kell változnia iparilag szervezett termelési folyamattá (munkamegosztással, befektetéssel, megrendeléssel és így tovább), a ‘reprodukcióból’ a profitképzés imperatívuszainak megfelelően szervezett tömeges reprodukció lesz, a közönség (‘befogadás’) pedig hajlik arra, hogy fogyasztóvá/kommunikátorrá váljon.” (Lazzarato, 1996). Az anyagtalan munkából hálózatok és áramlások kollektív formái képződnek, tehát az esztétikai alapú termelés maga lesz a társadalmi hálózatot konstituáló erő. “A látás és tudás új módjai keresletet támasztanak az új technológiákra, az új technológiák keresletet támasztanak a látás és tudás új formáira” (Lazzarato, 1996).

A változások a társadalmon keresztül a tárgyak világát is alaposan megváltoztatják. A tömegtermelést és a túlfogyasztást fel kell cserélni a fenntarthatósággal, ami rendkívül bonyolult feladat a design területén is: „... a fenntartható tervezésről alkotott értelmezésünk folyamatosan változik – mivel minden alkalommal új részletei tárulnak fel ennek az összetett kérdésnek, valahányszor új nézőpontból közelítjük meg.”<sup>4</sup> (Walker, 2006).

Erre a kihívásra már sok tervező csoport válaszolt, így alakult meg a Design for All alapítvány, vagy a Kenji Ekuan alapította Design for the World, melyeknek közös motivációja az erkölcsi felelősségvállalás és az az elképzelés, hogy a design hidat építhet a jelen és a jövő dimenziói közé. Horányi Attila így összegzi ezt a folyamatot: „Az iparművészet/a design ma már nem egyszerűen tárgyak előállításának egy – az ipar eszközeit felhasználó és/vagy iparilag rentábilis – iránya, hanem emberi viszonyok létrehozásának módja, hiszen emberi viszonyaink alakulásában jelentős szerepük van a tervezők által létrehozott tárgyaknak, tereknek, képeknek és szolgáltatásoknak: formálják és fenntartják, segítik, vagy éppen korlátozzák azokat.” (Antalóczy & Kapitány, 2006). A változást jó jelzi az inclusive design csoportok megjelenése, ahol több ágazat szakemberei dolgoznak együtt, illetve az „ökodesign” szemlélet térhódítása. Szentpéteri Márton így foglalja össze a kihívásokat a „Kortárs design dilemmái” című írásában: „A designerek legnagyobb felelőssége pedig abban áll most, e korszak küszöbén, hogy az „új design” (new design) valóban a társadalom gondjainak megoldását tűzze ki célul maga elé, s ne csupán a profitnövelés és az új piacok megteremtésének újabb marketing- és PR-trükkjévé legyen.” (Antalóczy & Kapitány, 2006).

A válsággal szemben alkalmazható egyik lehetséges stratégiának a felhasználói preferencia fókuszáltabb meghatározását feltételezzük. Ennek egyik pillérét a fogyasztás és a vásárlás kategóriáinak, valamint jellemzőinek megismerése adja, ahol meg kell különböztetnünk a feladat orientált és az élmény alapú vásárlást. Utóbbit a hangsúlyok alapján folyamat központú, vagy eredmény orientált céllal választhatjuk ketté (Töröcsik & Szücs, 2021). A fogyasztói ma-

---

<sup>4</sup> „... our understanding of sustainable design will vary depending on our perspective – because new aspects of this complex subject are revealed each time we change our angle of view.” (Walker, 2006)

gatartás dinamikus modelljét nehéz ábrázolni, mert mind társadalmi-kulturális tényezők (kultúra és értékek, társadalmi osztály, életstílus, referencia csoport, család), mind egyéni tényezők (percepció, tanulás, motiváció, személyiség, attitűd) nagyban befolyásolják (Hofmeister-Tóth, 2017). A vásárlás folyamata igazi versenykörnyezet, ahol ki kell tűnni a tömegeből: „Ezért a „láthatóságért” sokat tehet a reklám, hiszen így a „sok ismeretlen” között „ismerősre” lelhet a vásárló, de a vonzó csomagolás (a „néma eladó”), a szemképráztaó design, a termékprezentálás profi eszközei is.” (Töröcsik & Varsányi, 1998). A termék és a fogyasztó interakcióját a használhatóság és az ár mellett még sok érzés és érzelem is átszövi, melyek összessége jelenti a termékélményt. „A meghatározóan pozitív termékélmény biztosítása sokkal nehezebb és összetettebb feladat, mint az elfogadható használhatóság nyújtása.” (Izsó & Becker, 2016).

Egy másik megközelítés szerint a személy és a tárgy közötti kölcsönhatás a tranzakció révén alakul ki, ahol három különböző módot figyelhetünk meg az esztétikai minőség, a figyelem és a cél alapján megkülönböztetve: „A tárgyak nem statikus egységek, amelyeknek jelentése az agy kognitív funkciói révén, kivetítéssel jön létre, nem is a kultúra elvont fogalmi rendszeréből ered. Ezek önmagukban jelek, a pszichikus energia tárgyasult formái.” (Csíkszentmihályi & Halton, 2011). Ezek mellett mindennapi életünk tárgyai egyfajta szimbólumként is szerepet kapnak, melyek a következő elemekből épülnek fel: forma, anyag, méret, szerkezeti jellemző, minőség, állapot. (Kapitány, Kapitány, 2014) Fenti folyamatok összekötő kulcsa lehet a vizuális észlelés, hiszen ezek elsődleges érzékelése ezen a csatornán történik. „A vizuális észlelés (sőt általában minden észlelés) egyáltalán nem passzív, befogadó jellegű feladat, hanem aktív, konstrukciós tevékenység, melynek során számos agyi terület interakciójában épül fel elménkenben a világ modellje.” (Izsó, Becker, 2016).

A vizuális észlelésről és az emberi szem működéséről nagyszámú könyv íródott főleg angol nyelven (Van Gompel et al., 2007), melyek mellett hazai szerzőktől is megjelent már több szakirodalmi mű (Tóth, 2002; Csépe, 2006; Steklács, 2013). Az eye tracking-nek, azaz a szemmozgás követésnek a kutatása már több mint 100 évre vezethető vissza. Ennek ellenére az elnevezés nem pontos, hiszen nem csak a szem mozgását vizsgáljuk, hanem a tekintet (nézés) egyéb paramétereit is. Így a ritkábban használt „gaze tracking” (tekintet-, nézésekövetés) jobban ki is fejezi ezt a jelenséget, mint a gyakrabban előforduló „eye tracking” (Steklács, 2014). A reklám- és a marketingipar a szemmozgás-követést már jó ideje használja (Duchowski, 2007), ezzel szemben viszonylag kevés kutatást végeztek ezzel a technikával tárgytervezési kérdések megválaszolására. A kutatások fókuszában általában nem a termék, hanem annak sikere áll. (Postrel, 2001). Ez utóbbi mérésére sokan próbáltak már megfelelő eljárást kidolgozni (Zain et al., 2008), ami komoly kihívás, hiszen több nagyon különböző tudásterület és gyakorlat összevetése szükséges hozzá, mint a művészet, a mérnöki szemlélet és a pszichológia (Khalid & Helander, 2006). Izgalmas példa a Helsinki University of Art and Design által 2005-ben készített kutatás, melyben a kis mintavétel ellenére figyelemre méltó eredményekről számoltak be, főleg a tesztalanyok kiválasztására nézve, ahol megkülönböztettek szakmai és nem szakmai alanyokat. A különbség a tudatosságban volt tetten érhető: a szakmai alanyok azt nézték, amit kiválasztottak, míg a nem szakmai alanyok preferenciái és tekintet mintázat nagyságrenddel kevésbé volt szinkronban (Kukkonen, 2005).

### **3. Az alkalmazott módszerek**

#### **3.1. Mintavételi terv, módszertan**

Az előbb említett kutatás alapján jutottunk arra a megoldásra, hogy kettébontjuk a mérés célcsoportját és első körben a szakmai alanyokat vizsgáljuk. A döntést alátámasztotta az a megfontolás, hogy a tervező helyzetben lévőknek kell elsősorban tudatosítani a befogadás folyamatát és csak utána kell a nem szakmai fogyasztók felé fordulni. A döntést az a tény is meg-

könnyítette, hogy a szemmozgás követéses mérést így jóval kisebb csoportban lehetett fókuszáltan elvégezni. A mérés célcsoportja így a magyar művészeti felsőoktatás egy tanévében egyszerre jelen lévő formatervező hallgatóinak és szakmai oktatóinak csoportja lett. Mivel konkrét létszámadatokat nem tudtunk beszerezni, így a célsokaság meghatározására két közelítést is alkalmaztunk: egyrészt megvizsgáltuk a 2020-21-es tanév művészeti hallgatóinak létszámát és azt szakirányra bontva elosztottuk. A másik megközelítésben azoknak a magyar felsőoktatási intézményeknek a számát vettük, ahol formatervezés oktatás zajlik és azt az átlagos végzős hallgatói létszámmal felszoroztuk. Mindkét esetben közel azonos végeredményt kaptunk, melyet végül 250 főben határoztunk meg, a mintanagyságot pedig 100 mérésben. A kellő reprezentativitás elérésére több helyszínen (vidéken és Budapesten), mind az alap-, mind a mesterképzés összes évfolyamán végeztünk méréseket.

### ***3.2. A vizuális észlelés mérése***

A vizuális figyelem mérésére és objektív, mérhető adatok megszerzésére a szemmozgás követést alkalmaztuk, egy egyszerű kétdimenziós teszt használatának segítségével. A mérés folyamata a következő volt: a mérni kívánt tesztalanyok különböző képeket mutattunk a számítógép képernyőjén egységnyi ideig. A kliens minden képhez feladatot kapott: verbálisan értékelnie kellett a látottakat adott instrukciók alapján, melyet a tesztet végző feljegyzett. Mindeközben a képernyő alá helyezett mérőműszer követte és tárolta a mért személy szemmozgását. A felvett adatokból utólag elemezni lehet, hogy a mért személy tekintete az egyes képnek mely pontjaira, milyen sűrűn és mennyi ideig fókuszált. A kapott (nem tudatos) eredményeket a verbálisan (azaz tudatosan) adott válaszokkal egybevetve mód nyílik a preferencia kialakulásának útját feltérképezni.

### ***3.3. A mérés eszközei***

A mérések egy hordozható szemmozgás-követés vizsgáló műszer segítségével készültek. A kis méretű készülék szabványos USB csatlakozó aljzaton kapcsolódik egy hagyományos asztali vagy hordozható számítógéphez. Az adatfelvételhez szükség volt egy olyan segédprogram beszerzésére is, mely kezeli a készüléket és fel tudja dolgozni az abból származó adatokat. Ehhez a Berliini Egyetemen fejlesztett Ogama<sup>5</sup> programot használtuk. A készülék beüzemelésére és kipróbálására egy egyszerű, pár képből álló teszt sor készült, amin a működést lehetett tesztelni. A próbák során alkalmazott teszt sorban egy képkockát (frame) 10 másodpercig láttak a tesztalanyok, így a legfeljebb 10-15 képből álló sorozat végignézése nem haladta meg a 3 percet. Ehhez hozzászámolva az alapadat felvételét és minden személy külön kalibrálását (ami nagyjából összesen 1 percet vett igénybe), személyenként legfeljebb 5 perces mérési idővel lehetett számolni, ami ideális a nagyobb mérési sorozatok felvételéhez.

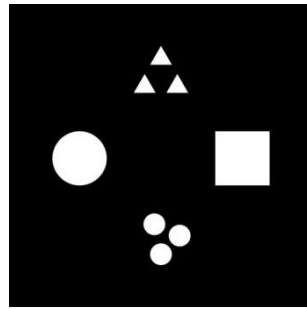
### ***3.4. A méréshez használt teszt***

A tapasztalatok figyelembevételével a végleges teszt sor összeállításánál alapvető szempont volt az egyszerűség és a gyorsaság. A tudatos preferencia vizsgálatához felhasználtuk a „Kansei”<sup>6</sup> módszert, melynek lényege, hogy a célzott felmérések során a bemutatott termék mellé érzelmi ellentétpárokat kapnak a vizsgált személyek, melyeken keresztül könnyebben körvonalazni lehet viszonyulásukat a bemutatott objektumhoz. Ennek tükrében a teszt összeállítására a következő célt tűztük ki: egy általános megközelítés mellett konkrét és megjelenésükben, anyaghasználatukban egymáshoz közel álló tárgyakat fogunk összehasonlítani olyan kulcsszavakkal kiegészítve, melyek segítségével egyértelmű vizuális észlelési profilokat tudunk megkülönböztetni. Mindezt olyan modellbe szerettük volna sűríteni, melyek gyorsan átláthatóak és értékelhetőek. Ennek eredményeként a teszt két jól elkülöníthető részre épült:

<sup>5</sup> OGAMA Version 5.1.7759 ©Dr.Adrian Voßkübler 2021

<sup>6</sup> Japán, eredeti jelentése „érzékenység”, lényege az érzelmek felhasználása a termékfejlesztésben.

Az első képen egy absztrakt ábrát látott a vizsgált személy, mely egy négy részre (égtájra) osztható fekete-fehér síkbeli ábra volt. (1. ábra)

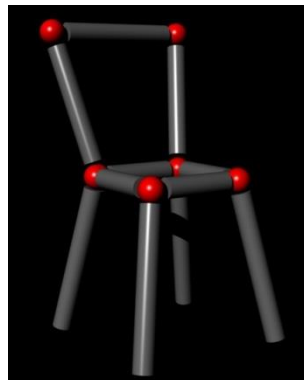


**1. ábra: Négy részre osztott 2D ábra**

Forrás: Saját ábra

A függőleges és vízszintes tengelyre felépített grafika négy különböző motívumot foglalt magába: egy szabályos kört (Nyugat), egy szabályos és teli négyzetet (Kelet), egy három kis háromszögből álló nagy "gestalt"<sup>7</sup> háromszöget (Észak) és egy három szabályos körből álló szabálytalan halmazt (Dél).

A teszt első részének második diáján a vizsgálandó tárgy archetípusának modellje szerepelt. Mivel a tesztben négy egymáshoz hasonló széket használtunk, így itt egy szék leegyszerűsített térbeli modelljét használtuk, melyet egyfajta ráhangolásként használtunk a második sorozat megkezdése előtt. (2. ábra)



**2. ábra: Archetípus**

Forrás: Saját ábra

A teszt második felében, a harmadik diasorozatban a vizsgált tárgy típus négy egymáshoz képest csak kis különbségeket mutató változatát mutattuk be a mért személynek. (3–6. ábra)

---

<sup>7</sup> Gestaltpsychologie: alaklélektan. Alapgondolata: az egész alak észlelete több a részek egyszerű összegénél



**3. ábra: Tárgy 1-es típus**

Forrás: <https://mindigbutor.hu/k303-szek-bezs-31340> (Letöltve: 2022.12.05.)



**4. ábra: Tárgy 2-es típus**

Forrás: <https://www.nabytokmirek.sk/pohodlna-stolicka-vintage-malmo.html> (Letöltve: 2022.12.05.)



**5. ábra: Tárgy 3-es típus**

Forrás: <https://www.perfect-design.hu/lakberendezes-sousa-modern-szek-szurke-ulobutor-p1253351> (Letöltve: 2022.12.05.)



**6. ábra: Tárgy 4-es típus**

Forrás: <https://www.butormirek.hu/ebedlo-szekek/1046-designove-calounena-zidlara.html?guid=thumbnails&mid=1> (Letöltve: 2022.12.05.)

A kliensnek ezekhez a képekhez kapcsolódva három emocionális („kansei”) jellemzőt kellett értékelnie egy 1-től 9-ig terjedő skála segítségével: Dinamikus – Statikus, Nőies – Férfias, Puha – Kemény. Az értékelésnél a „0” érték jelentette a semleges középértéket, a két ellentétes fogalom nagyságát pedig egy 1-től 4-ig terjedő skálán kellett meghatározni.

#### **4. A kutatás eddigi tapasztalatai**

##### **4.1. A mért és felvett adatok**

Az adatfelvétel teljesen anonim módon történt, így a mérések eredményeibe nem kerülhetett semmilyen személyes információ. A felvett adatokat egy terjedelmes táblázatban összesítettük, mely a következő információkat tartalmazza:

A mért személy:

- kora,
- neme,
- jobb- vagy balkezes.

Az absztrakt ábra kiválasztása (É-D-K-Ny)

A tárgy archetípus felismerése (Igen-nem)

Az összehasonlításra kijelölt négy tárgy mindhárom „kansei” ellentétpár értéke (1-9)

Míndeközben a szemmozgás követéssel mérjük:

- Az egyes mérések indítása az aktuális sorozat kezdetétől számítva (ms-ban),
- Az egyes mérések hossza személyenként (ms-ban),
- Az aktuális képen történt összes fixációk számát (db),
- Az aktuális képen történt 1 másodpercre eső összes fixációk számát (db/s),
- Fixációk hosszának átlagát (ms),
- Fixációk hosszának középértékét 50%-nál (ms),
- Fixációk/szakkádok arányát,
- Szakkádok átlaghosszát (pixel),
- Szakkádok átlagsebességét (pixel/s),
- Fixációk összes hosszát (pixel),
- Összes szemmozgás átlagsebességét (pixel/s).

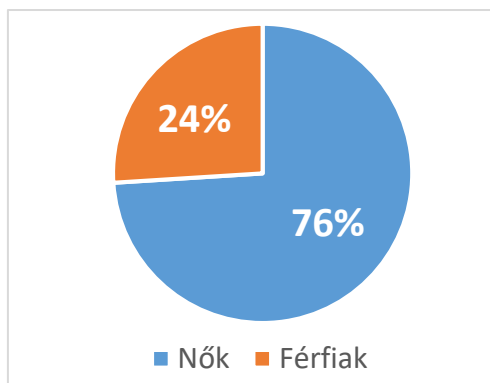
Ez összesen 127 adat mért személyenként. A célul kitűzött 100 mérést meghaladva, 105 hibátlan mérést sikerült teljesíteni, ami összesen 13020 db adat, így látható hogy már ekkora tartomány is hatalmas adatmennyiséget eredményezett.

##### **4.2. A mérés általános adatai**

A mérések nyers adatainak statisztikai elemzése még nem történt meg, így eredményekről még nem, összefüggésekről is csak fenntartásokkal beszélhetünk. Ezzel együtt is sok érdekes részlet már felfedezhető a pillanatnyi állapot alapján, ami a munka folytatására ösztönöz. A következőkben bemutatott összesítések a felvett adatok egyszerű, táblázatból leszűrhető kimutatások, melyeket figyelem

re méltónak tartottunk a bemutatásra. Értékelhető eredményt majd az összes mérés és szóbeli preferencia pontos elemzéseinek összevetéséből lehet majd levonni.

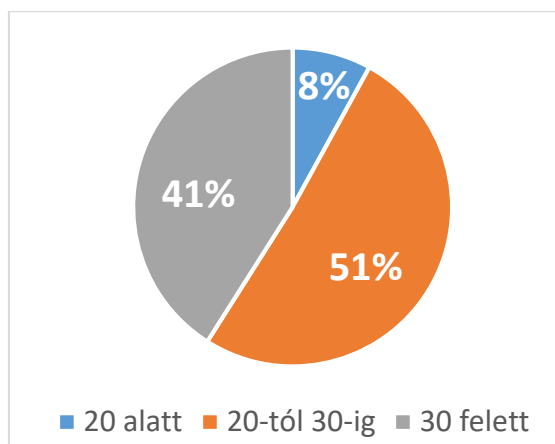
Az egyik ilyen érdekes adat például a nemek megoszlása a mért csoportban. Látható, hogy napjainkban a nők jóval nagyobb létszámban vannak jelen a művészeti felsőoktatás formatervezési szegmensében, mely az ezredforduló előtt még döntően férfi szakmának számított. (7. ábra)



**7. ábra: A teljes mérés megoszlása nemek szerint**

Forrás: Saját mérés

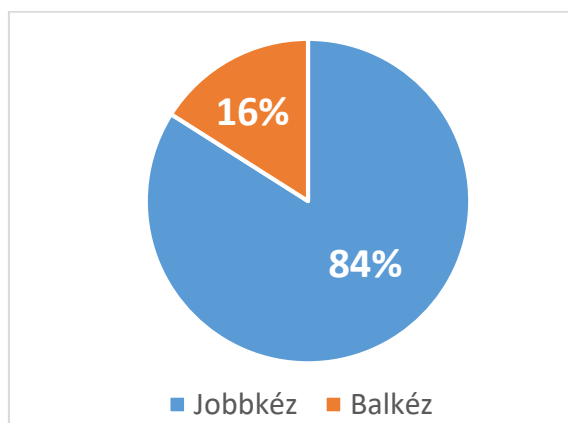
A kor szerinti megoszlás fakad az egyetemi képzés alapvető korosztályi felépítettségéből, melyet némileg árnyal a mesterképzésben részt vevő, a már munka tapasztalatból visszatérő korosztály és az oktatók szükségszerűen magasabb életkora. (8. ábra)



**8. ábra: A teljes mérés megoszlása kor szerint**

Forrás: Saját mérés

A balkéz orientáció magasan reprezentált jelenléte magyarázható a művészeti ágazat sajátosságaként is, de mindenképpen figyelemre méltó. (9. ábra)



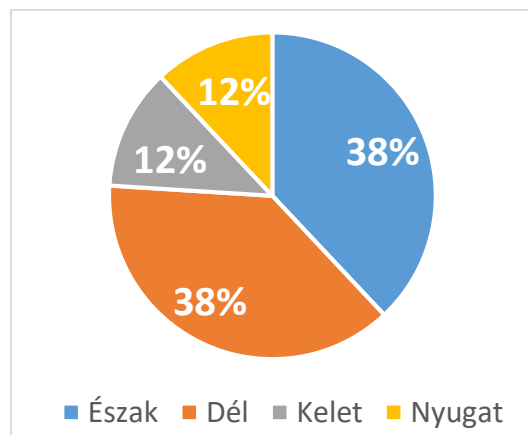
**9. ábra: A teljes mérés megoszlása a jobb kéz és bal kéz orientációja szerint**

Forrás: Saját mérés

### 4.3. Teszt első részének adatai

A teszt első részében az absztrakt jelet mutattuk be a mért személynek, ahol a szóbeli preferenciáknál (kiválasztás) született eredmény az alábbiak szerint alakult a következő bontásokban: teljes csoport, kor, nemek és kéz orientáció szerint. Bár (ahogy már említettük) a mérések nyers adatainak statisztikai elemzése még nem történt meg, azért az előzetes adat vizualizációkból már látható, hogy a szemmozgás mintázata és a fixációk eloszlása alátámasztja és megerősíti a szóban mért preferenciákat, tehát a tudatos (kimondott) választás és a nem tudatos (szemmozgásból mért) figyelem jól megfeleltethetőek egymásnak. Későbbiekben majd az első mérésorozat eredményeit szeretnénk összevetni a második sorozat eredményeivel összefüggéseket keresve közöttük.

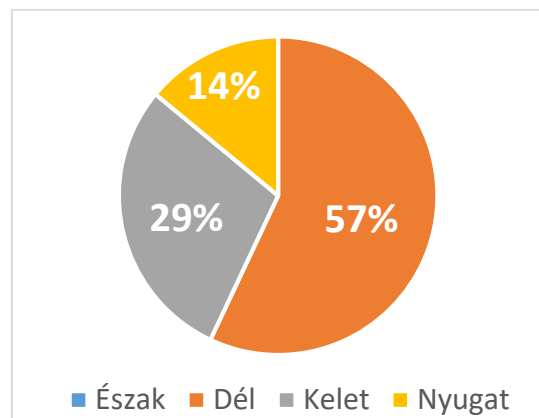
A megoszlás a teljes mérés tartományban az észak-dél tengelyen mért preferencia jelentős dominanciáját mutatja egyenlő arányban megosztva a két érték között. A kelet-nyugat tengely jóval kisebb mértékben, de szintén egyenlő arányban jelenik meg. (10. ábra)



10. ábra: Az absztrakt jel kiválasztásának megoszlása a teljes mérési tartományban

Forrás: Saját mérés

Korcsoport szerint bontásban már átalakul a kép, a 20 év alattiak csoportjában a dél preferenciája megnő és eltűnik az északi pólus kiválasztása. (11. ábra)

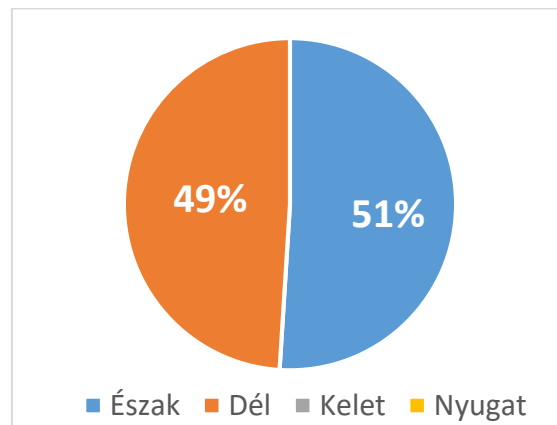


11. ábra: Az absztrakt jel kiválasztásának megoszlása a 20 év alattiak csoportjában

Forrás: Saját mérés



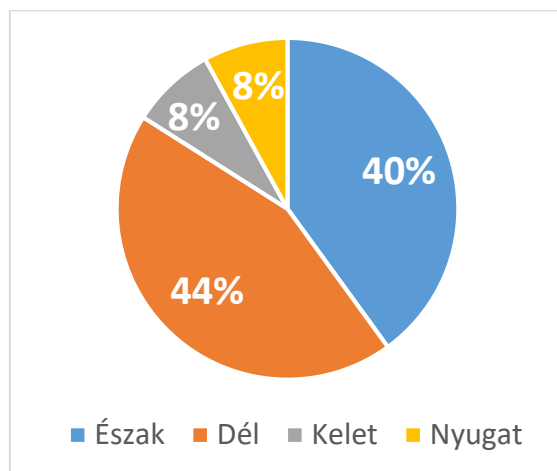
A 30 év felettiéknél az észak-déli preferencia minden mást kizárva egyeduralgkódó. (12. ábra)



**12. ábra: Az absztrakt jel kiválasztásának megoszlása a 30 év felettek csoportjában**

Forrás: Saját mérés

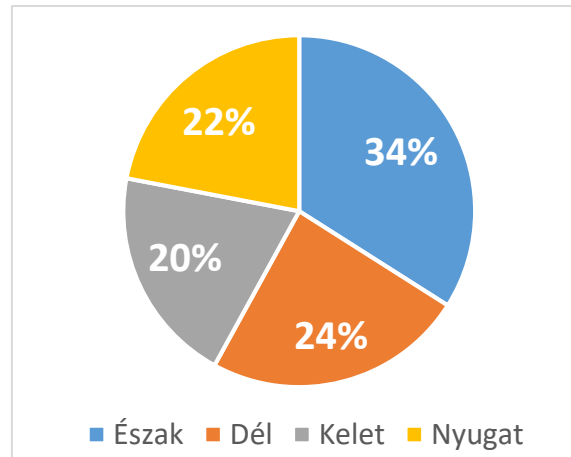
Nemek szerinti bontásban vizsgálva a szóbeli preferencia alakulását azt látjuk, hogy a nők csoportjában is az észak-déli preferencia vezet, enyhén dél felé billenő túlsúllyal. (13. ábra)



**13. ábra: Az absztrakt jel kiválasztásának megoszlása a nők csoportjában**

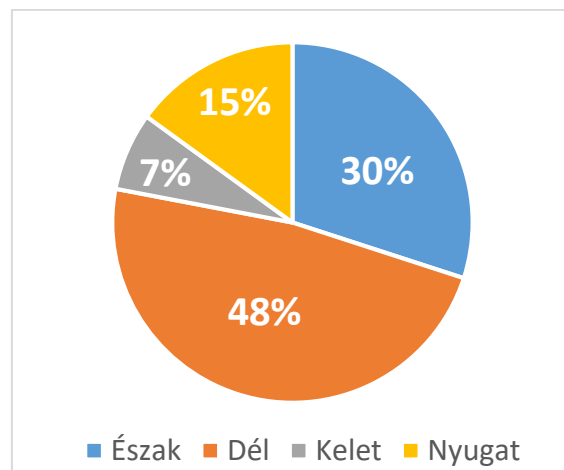
Forrás: Saját mérés

Ezzel szemben a férfiaknál szembetűnő az egyenletes eloszlás, enyhe északi súllyal. (14. ábra)



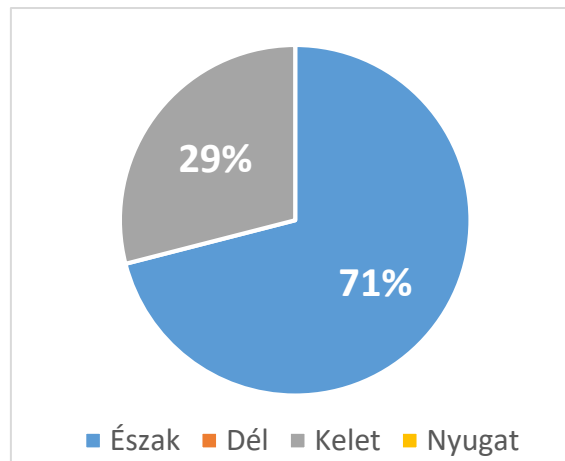
**14. ábra: Az absztrakt jel kiválasztásának megoszlása a férfiak csoportjában**  
 Forrás: Saját mérés

A kéz orientáció szerinti megoszlásnál a jobbkezesek csoportja jelentős déli fölényvel ugyan, de a függőleges tengelyen mért észak-déli tengely preferenciáját mutatja. (15. ábra)



**15. ábra: Az absztrakt jel kiválasztásának megoszlása a jobbkezesek csoportjában**  
 Forrás: Saját mérés

Ezzel szemben a balkezesek csoportjában az északi irány magabiztosan dominál, alig hagyva helyet a keleti pólusnak. (16. ábra)



16. ábra: Az absztrakt jel kiválasztásának megoszlása a balkezesek csoportjában

Forrás: Saját mérés

#### 4.4. Teszt második részének mérési eredményei

A teszt második szakaszában az összehasonlításba bevont tárgyak kerültek bemutatásra egyenként. A nézők a látott tárgyakat a már említett „kansei” fogalompárok segítségével, szóban értékelték. A kapott pontszám átlagok a mellékelt táblázatban a következő bontásokban találhatóak meg (1. táblázat): teljes mérésstartomány, 20 év alattiak – 30 év felettiak, nők – férfiak, jobbkezesek – balkezesek.

1. táblázat: A különböző csoportokban mért preferencia sorrendek és pontszámaik

	Teljes mérés		20 év alatti		30 év feletti		Nők		Férfiak		Jobbkezesek		Balkezesek	
	típus	pont	típus	pont	típus	pont	típus	pont	típus	pont	típus	pont	típus	pont
<b>Legstatikusabb:</b>	4	3,9	4	5,1	4	3,3	4	4,1	4	3,3	4	4,2	4	2,9
<b>Legdinamikusabb:</b>	3	5,7	3	7,1	1-2	5,3	1	5,5	3	6,6	3	6,1	1	5,9
<b>Legnőiesebb:</b>	1	3,0	1	3,3	1	2,5	1	2,6	1	4,1	1	3,0	1	3,0
<b>Legférfiasabb:</b>	4	6,3	4	6,7	4	6,0	4	6,4	4	6,0	4	6,3	4	6,4
<b>Legpuhább:</b>	1	3,7	2	4,0	1	3,5	1	3,8	1	3,7	1	4,1	1	2,4
<b>Legkeményebb:</b>	4	5,0	3-4	4,9	3	4,3	4	5,2	4	4,7	4	5,0	3	5,0

Forrás: Saját mérés

Az értékelésből kitűnik, hogy a legnőiesebb és legpuhább az 1-es típus, míg a legelegánsabb, legférfiasabb és legkeményebb a 4-es típus lett a teljes csoportban. A 20 év alattiak értékelése a markánsabb pontszámokban és a nagyobb szórásban nyilvánult meg, míg a 30 év feletti csoportja közel jár a teljes mérés eredményéhez. Az értékelésnél a nők számottevően visszafogottabbnak bizonyultak, a férfiak értékelése viszont némileg markánsabb volt. A jobbkezesek is a teljes mérés standardjához közelítettek, a balkezesek viszont eltértek több ponton is az eredményektől. A legfiatalosabbnak az 1-es típust, míg a legkeményebbnek a 3-ast választották, viszont az értékelésben illeszkedtek a standard értékek sorába.

Itt is meg kell említeni, hogy a mérések nyers adatainak statisztikai elemzése még hátravan, így az adatokból kinyerhető megállapítások még alátámasztásra szorulnak. A cél az, hogy a két sorozat szóbeli és mért eredményeit összehasonlítva összefüggéseket keressünk és mutassunk ki köztük.

## 5. Összefoglalás

Napjaink szakirodalma alapján kitapintható egyfajta útkeresés, ami a jelen válságokkal kapcsolatban kialakult gazdasági és társadalmi helyzetet is jellemzi. A klasszikus folyamatok már alaposan fel lettek dolgozva, de érezhetően valami olyan alapvetően új megoldásra vár mindenki, amit még kevésbé, vagy egyáltalán nem ismerünk. Mivel egy újabb technológiai váltás korát éljük, kiemelt feladat a következmények megértése is. Maurizio Morgantini szerint az emberiség története során a technológiai generációk harmadik korszakát éljük napjainkban. Az első generációs technológia az ember végtagjait, testi eszköztárát bővítette ki a marokkótól a gyorsvágóig, a rézbaltától a lézerkardig. A második generációs technológia az emberi érzékszervek számára nyújtott többletlehetőségeket, a fényképezőgéptől a filmen át a rádióig és televízióig. Ide tartozik minden olyan eszköz, amely képes rögzíteni, reprodukálni és továbbítani képeket és hangokat. A harmadik generációs technológia az elmúlt fél évszázad terméke. Sajátossága abban áll, hogy nem a test vagy az érzékek, hanem az emberi értelem számára nyújt korábban ismeretlen támaszt. Ez a mesterséges intelligencia, amelynek világa igen ambivalens értelmezéseket hív elő (Morgantini, 1989). Ebben a helyzetben nagy előnyt jelenthet a designerek problémafelismerő és megoldási utakat összekötő képessége, melyekkel gyorsabban utat lehet törni egy elsöre ismeretlen területen. Ehhez persze új megoldások és eszközök is kellenek, amiben segítség lehet a vizuális észlelés plasztikai szempontból történő vizsgálata, melybe jelen kutatás is tartozik. Célunk az, hogy összefüggéseket keressünk és tárjunk fel az absztrakt jelek és szimbólumok és a bonyolult plasztikai jellemzőkkel rendelkező tárgyak preferenciájával kapcsolatban. A primer kutatás most a szakértő, tervező közeget célozta, de a következő lépcsőben a nem szakértő fogyasztók preferenciájának feltérképezése a cél. Ha ez a feladat sikerrel zárul, akkor kulcsot kaphatnak a tervezők a saját és a fogyasztók preferenciájának gyorsabb és egyszerűbb megértéséhez, melynek segítségével célzottabb és így fenntarthatóbb tárgyak szülehetnek.

## Irodalomjegyzék

- Antalóczy T. & Kapitány Á. (szerk.) (2006). *Az iparművészet változó szerepe az átalakuló vizuális kultúrában. Tanulmányok az iparművészet helyzetéről*. Moholy-Nagy Művészeti Egyetem.
- Castells, M. (2005). *Az információ kora. Gazdaság, társadalom, kultúra 1. kötet. A hálózati társadalom kialakulása*. Gondolat – Infonia, Budapest.
- Csépe V. (2006). *Az olvasó agy*. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Csikszentmihályi M. & Halton E. (2011). *Tárgyaink tükrében. Az vagy amit használsz*. Libri Kiadó, Budapest.
- Duchowski, A T. (2017). *Eye Tracking Methodology. Theory and Practice*. Switzerland: Springer Nature. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-57883-5>
- Hofmeister-Tóth Á. (2017) *A fogyasztói magatartás alapjai*. Akadémiai Kiadó, Budapest. <https://doi.org/10.1556/9789630598897>
- Izsó L. & Becker Gy. (szerk.) (2016). *Termékélmény*. Akadémiai Kiadó, Budapest. <https://doi.org/10.1556/9789630597791>
- Kapitány Á. & Kapitány G. (2014). *A mindennapi élet jelrendszereiről. Szoció-szemiotikai tanulmányok*. Loisir Könyvkiadó, Budapest.
- Z. Karvalics, L. (1995). *Információs társadalom (A technikától az emberig)*. Műegyetemi Kiadó, Budapest.
- Khalid, H. M. & Helander, M. G. (2006). Customer emotional needs in product design. *Concurrent Engineering*. 14(3), 197–206. <https://doi.org/10.1177/1063293X06068387>

- Kukkonen, S. (2005). Exploring eye tracking in design evaluation. *Joining Forces*, Helsinki.
- Lazzarato, M. (2006). Immaterial Labour. In Virno, P. & Hardt, M. (Eds.), *Radical Thought in Italy. A Potential Politics* (pp. 133–150). University of Minnesota Press, Minneapolis.
- McLuhan, M. (2001). *A Gutenberg-galaxis: A tipográfiai ember létrejötte*. Trezor Könyv- és Lapkiadó, Terjesztő Bt., Budapest.
- McLuhan, M. & Fiore, Q. (2012). *Médiamasszázs, egy rakás hatás*. Typotex Kiadó, Budapest.
- Morgantini, M. (1989). Man Confronted by the Third Technological generation. In V. Margolin (Ed.), *Design Discourse* (pp. 43–49). The University of Chicago Press, Chicago.
- Postrel, V. (2001). *Can Good Looks Guarantee a Product's Success*. The New York Times, "Economic Scene", July 12, 2001.
- Steklács J. (2013). *Olvasási stratégiák tanítása, tanulása és az olvasásra vonatkozó meggyőződés*. Nemzedékek Tudása Kiadó, Budapest.
- Steklács J. (2014). A szemmozgás vizsgálatának lehetőségei az olvasás és a vizuális információfeldolgozás képességének a megismerésében. *Anyanyelv-pedagógia*, 7(3), 1–12.
- Szentes T. (2009). Válság és válságviták. *Köz-Gazdaság*, 4(3), 46–68.
- Tóth L. (2002). *Az olvasás pszichológiai alapjai*. Pedellus Kiadó, Debrecen.
- Törőcsik M. & Szűcs K. (2021). *Fogyasztói magatartás. Mintázatok, trendek, alkalmazkodás*. Akadémiai Kiadó, Budapest. <https://doi.org/10.1556/9789634546351>
- Törőcsik M. & Varsányi J. (1998). *Termékstratégia emocionális és racionális közelítésben*. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest.
- Van Gompel, R.P.G., Fischer, M. H., Murray, W. S. & Hill, R. (Eds.) (2007). *Eye Movements: a Window on Mind and Brain*. Elsevier, London.
- Zain, J. M., Tey, M. & Soon, G. Y. (2008). *Using Aesthetic Measurement Application (AMA) to measure aesthetics of web Page interfaces*. In 2008 Fourth International Conference on Natural Computation, Jinan, China (pp. 96–100). <https://doi.org/10.1109/ICNC.2008.764>
- Walker, S. (2006). *Sustainable by Design: Explorations in Theory and Practice*. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781849772747>

## **Challenges of the Adaptation Planning – Evolution of the Vulnerability Assessment Methodologies**

**Pál SELMECZI**

PhD Student

*Corvinus University of Budapest, Doctoral School of International Relations and Political Science - Hungary*

### **Abstract**

The climate change is one of the greatest global challenges of our time. In the past, climate policy focused primarily on preventing and reducing greenhouse gas emission: that is mitigation policy. In the last decade, the adaptation to the impacts of climate change has become critical due to the accelerating weather extremities. There is significant difference between mitigation and adaptation policies. The later focuses on local impacts and responses, while the mitigation sets global goals for reduction of greenhouse gas emission. In 2007, the IPCC 4th Assessment Report defined the concept and methodological framework for vulnerability assessment, and in the last decade many countries and regions developed their adaptation strategies based on this framework. In 2014, the IPCC 5th Assessment Report, and after the IPCC 6th Assessment Report modified the vulnerability assessment framework. In this study, I examine the latest approaches of climate change vulnerability assessment methods and how this methodology has evolved in the last decades.

*Keywords:* climate change, climate adaptation, adaptation policy, vulnerability assessment

*JEL Codes:* Q54, Q58, R58

### **1. Objective of the research topic**

In this study I would like to examine the latest approaches and practices of regional and sectoral climate change vulnerability assessment. As part of the research, I will evaluate adaptation policies and possible interventions, and introduce the importance of local adaptation against global mitigation efforts. In this review I focused on the evolution of the vulnerability assessment methods. To achieve this goal I concentrate on the following main research questions:

- What are the newest methods of climate change vulnerability assessment?
- How they developed through the IPCC 4th, 5th and 6th Assessment Reports? Through these I try to identify both the evolution of the methodology and the methodological problems and gaps.

### **2. Development of vulnerability methodologies**

FitzGibbon and O. Mensah (2012) have made a comparative analysis of Ritter and Weber's (1973) characteristics of wicked problems and the extent of their manifestation in climate change vis-à-vis water management in Ghana. Based on this, it can be concluded that climate change is a wicked problem. Therefore, climate change adaptation planning needs a tool to help avoid maladaptation and find right solutions of adaptation. Vulnerability assessments are the main tool for this through this solution.

To secure (or at least facilitate) sustainable development of given territories, considering both the aspects of environmental, social and economic factors of sustainability, is a complex development policy challenge. It is even more complex when the territory is affected by the impacts of the climate change, which issue, as we saw earlier, can be classified as a wicked problem. To find proper responses for these challenges, it is inevitable to study the local environmental and climatic circumstances and the potential social/economic answers. Vulnerability assessments make us capable of finding these answers, hopefully the proper ones.

The development of vulnerability assessment methodologies can be observed in several areas (food security, disaster management, climate change adaptation). Methods of these analysis are mostly based on the observation that external change in a system usually does not affect different actors of the system equally or uniformly (different regions, sectors, and social groups are affected differently). These differences are caused by factors introduced below.

The change in the state of the environment and the direct factors of the changes (*exposure*) will be different in each area. For example, the amount and distribution of precipitation can change in different ways, even within a smaller country, like in Hungary.

Another cause of the differences is that individual regions, sectors, or social groups (“affected system”) can withstand the changes to varying degrees. This is measured by *sensitivity*, the weather dependent behaviour of the affected system. It is easy to see, for example, that the effects of heatwaves can have severe consequences for older age groups but at the same time they mean a significantly lower risk for the younger ones (Páldy & Bobvos, 2008). In some valley or foothill located areas, the increased precipitation may result in a significant municipal rainwater inundation and thus a loss of yield, depending on the geological and soil conditions. In contrast, in other areas, the yield of agricultural production may even improve because of more precipitation.

The third factor that can have a decisive impact on the vulnerability of a given area is the quality and strength of the social/economic responses to change and the ability of a given site to cope with the adverse effects of climate change (*adaptive capacity*). In this respect, the level of socio-economic development of each region and their regional differences can be crucial. For example, unfavorable income and/or infrastructure conditions may hinder the stakeholders of an underdeveloped area to take effective adaptive measures of adaptation to the effects of climate change (Rotárné et al., 2016).

Adequate knowledge about these three factors (exposure, sensitivity, adaptive capacity) and detailed exploration, evaluation, and understanding of the relationship between them provides an opportunity to determine the vulnerability of regions to climate change. At the same time, it is essential to mention that in this respect, differences in the methodologies of vulnerability assessments can be observed between the different research communities and schools.

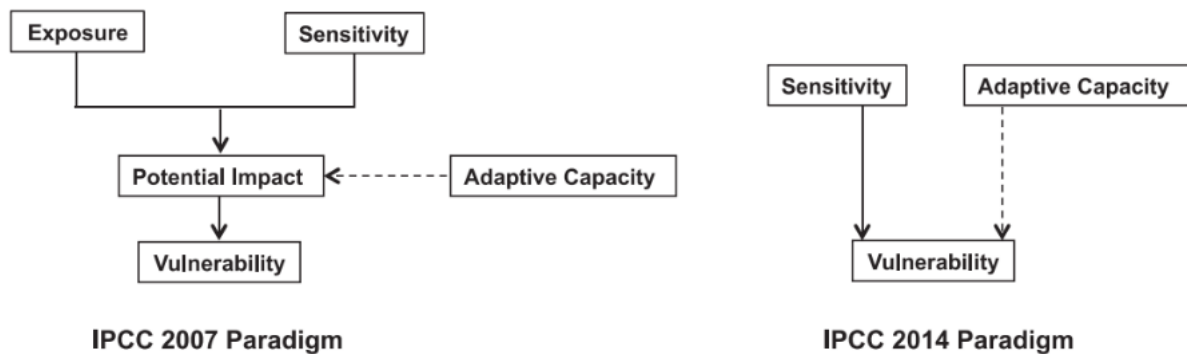
### **3. Development in the conceptual approach and assessment methodologies for vulnerability since the 1980s**

The concept of vulnerability has been widely used since the 1980’s to study environmental issues such as disaster risks, global environmental impacts, or impacts of climate change. This issues influence the sustainable development exceptionally, so their use can help to move environment and climate change policies in a sustainable direction. At the same time, the concept has been applied in the social sciences, too. In their work on the evolution of vulnerability studies, Füssel and Klein (2006) identify three fundamentally different approaches in this area:

- The **risk- and hazard-based approach** is most prevalent in the technical sciences’ risk assessments and disaster analyses. In this approach, vulnerability means the threat that an external source poses to the investigated system. It basically examines the relationship

between the magnitude of the impact and the responsiveness of the affected system. This approach focuses on the sensitivity parameter of the aforementioned IPCC methodology.

- The **social science approach** examines social vulnerability, focusing on the household and the community, which are fundamentally influenced by socio-economic and political factors. In this approach similarities with the IPCC methodology's adaptation capacity pillar can be observed.
- According to the **integrated approach** developed by the IPCC, vulnerability "*refers to the degree of vulnerability, and to the lack of adaptation to adverse climatic effects. It depends on the nature and extent of climate change affecting the system and the sensitivity and adaptability of the system*" (IPCC, 2007). This approach is emphasized further in the IPCC 5<sup>th</sup> Assessment Report, which claim that the risks of climate change stem from the interactions of climate-related threats (including hazardous events and trends) with vulnerable anthropogenic and natural systems, taking into account the latter's ability to adapt (IPCC, 2014). The IPCC 6<sup>th</sup> Assessment Report uses also the framework of the 5<sup>th</sup> Assessment Report (IPCC, 2022).

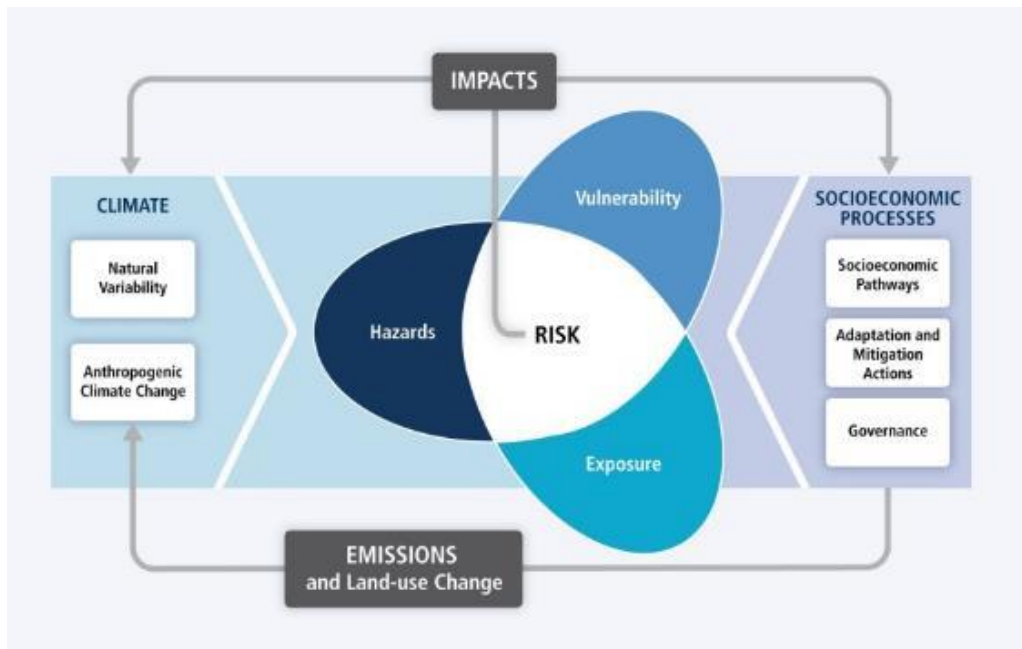


**Figure 1: The concept of vulnerability is presented in the IPCC 4<sup>th</sup> and 5<sup>th</sup> Assessment Reports**

Source: Sharma et al. (2019)

The new assessment framework introduced in the IPCC 5th Assessment Report focuses on risks, as opposed to the previous methodology, which puts vulnerabilities at the center (IPCC, 2014; IPCC, 2022). A further difference is that while previous assessments have taken into account exposure (namely the direct effects of climate change) in determining vulnerability, the newer methodology only takes this into account at the level of risk.





**Figure 2: Illustration of the core concepts of the IPCC 5th Assessment Report**  
Source: IPCC (2014)

However, this approach is problematic in several aspects. The primary question for the evaluators and planners is: to what the settlements or areas are vulnerable. However, omitting the exposure does not provide an answer to this question in the vulnerability study. The methodology only takes sensitivity and adaptability into account: Vulnerability in IPCC 6<sup>th</sup> Assessment Report „is defined as the propensity or predisposition to be adversely affected and encompasses a variety of concepts and elements, including sensitivity or susceptibility to harm and lack of capacity to cope and adapt” (IPCC, 2022)

Another problem is that risk is in the center the concept, but by definition it does not take into account the damage, only the probability of the occurring effects. Risk is defined in the IPCC 6<sup>th</sup> Assessment Report „as the potential for adverse consequences for human or ecological systems, recognising the diversity of values and objectives associated with such systems” (IPCC, 2022). However, the common definition of risk states that risk is the result of probability and damages (Kerekes, 1998). Due to methodological inconsistencies and difficulties of the newer methodologies it is used in assessments and planning, the vulnerability assessment framework introduced in the IPCC 4<sup>th</sup> Assessment Report is still used (Sharma, 2019) in practice (e.g. COPERNICUS, NAGiS).

The vulnerability assessment concept has undergone significant development since its first appearance. Moreover, this development is still ongoing today. Methodologies based on the IPCC 4<sup>th</sup> Assessment Report methodology are currently the most widely used in climate vulnerability studies.

The structure of climate vulnerability assessments is not entirely uniform, and even there are special analytical pathways (strategies) for assessing impacts and adaptation options that cannot be integrated into the basic structure of vulnerability analyses. The most important types of analysis developed during the evolution process of climate vulnerability assessments are as follows (Füssel & Klein, 2006):

- **Impact assessments** model the direct impact of one or more climate scenarios according to impact mechanisms without considering the possible adaptation of the studied objects. They typically consist of only a quantitative component and are often entirely neglect non-climatic factors. This analysis path is most common for smaller modeling studies within a single sector.

- **Vulnerability assessments (sensu stricto):** in addition to taking stock of the expected effects, these analyses also consider the adaptability of the objects and, through this, seek to assess the vulnerability. It is currently the most widely used analytical strategy of the comprehensive, interdisciplinary studies of climate change consequences.
- **Adaptation assessments:** While the primary purpose of impact assessments and vulnerability assessments is to make the most realistic estimation of climate risks associated with each site and object, adaptation analyses aim to optimize possible adaptation (and sometimes mitigation) strategies. To this end, interdisciplinarity, broad stakeholder involvement, and a multi-circular, iterative analysis are its most essential aspects.

Some authors consider only the second type in the list, specifically focusing on vulnerability assessment, to be a real "vulnerability" analysis. Meanwhile, others use the term in a broader sense to include several related techniques for assessing effects, sensitivity, vulnerability, and adaptability.

In Hungarian practice and climate policy, the second approach is widely used. The National Adaptation Geoinformational System (NAGiS) and the National Adaptation Strategy are also based on this. They follow the CIVAS model, which is based on the definition published in IPCC AR4 (Selmeczi et al., 2016). Accordingly, the territorial effects of climate change are examined in the context of exposure → sensitivity → expected impact → adaptive capacity → vulnerability (Pálvölgyi & Czira 2011)

The biggest challenge in vulnerability assessments is the evaluation of adaptability. Pappné Vancsó and her co-authors in 2016 examined the methods of estimating adaptability. They found that most adaptability studies use widely available big databases to determine adaptability. However, this data does not take into account adaptation practices. They came to the conclusion that the most important element of the adaptation complex indicators should be data and information on adaptation practices, and for this, questionnaires and fieldwork are essential (Pappné Vancsó et al. 2016).

In the longer term, the evolution of vulnerability assessments clearly points to the direction of adaptation analyses, directly addressing the relevance of most critical policy issues (UNDP, 2003) and recognizing the importance and complexity of the interactions between biophysical and socio-economic systems. In addition to and instead of linear, single-sector-focused climate impact assessments, complex multisectoral or integrated analyses are gaining ground and role. I also consider this direction to be followed for analyses to be developed within the framework of local and regional climate strategies. The report of the second working group of the IPCC 4<sup>th</sup> Assessment Report also underlines the importance of cross-sectoral and integrated analyses and identifies their development as a priority in climate policy assessment activities (Carter et al., 2007; Fischlin et al., 2007). However, even the most complex and integrated models are relatively more straightforward sub-models focusing on specific issues, and the development of models on topics is also one of the research priorities recommended by the IPCC (Carter et al., 2007). Integrated assessment models can also increase the effectiveness of responses by facilitating and applying relevant tools, designing appropriate governance structures, and adequate institutional and human capacities. Integrated answers are particularly relevant in energy infrastructure planning and implementation for interactions between environmental elements/systems and infrastructure or urban planning (IPCC, 2014).

#### 4. Conclusions

The adaptation is a constantly developing field of research during the recent decades. Its importance has been significantly growing in the international climate policy, especially since the Paris Agreement, when it was declared as an equal counterpart of mitigation. Adaptation to unavoidable impacts is very important for states, as impacts occur locally and regionally. In

Hungary where GHG emissions are not significant, but impacts of climate change are present and will be present for centuries, adaptation will be more important task of climate policy than mitigation. Vulnerability assessments are essential for the development of adaptation strategies and measures and find sustainable solutions in regional development policies. Evolution of these vulnerability assessment methodologies show a perpetual development. Currently the most frequently applied approaches as follows:

- Impact assessments model: the direct impact of one or more climate scenarios according to impact mechanisms without considering the possible adaptation of the studied objects.
- Vulnerability assessments: in addition to taking stock of the expected effects, these analyses also take into account the adaptability of the objects and, through this, seek to assess the vulnerability.
- Adaptation assessments: While the primary purpose of impact assessments and vulnerability assessments is to make the most realistic estimation of climate risks associated with each site and object, adaptation analyses aim to optimize possible adaptation strategies.

In IPCC 4<sup>th</sup> Assessment Report, the standard vulnerability assessment methodology was used, but the IPCC 5<sup>th</sup> Assessment Report has moved towards a methodology for adaptation assessments. This methodology puts risk at the center. According to this, the risk is determined by exposure, vulnerability and hazard, however, the damage cannot be properly identified in this approach, so the risk cannot be determined. The practical evaluations in recent years continue to use the IPCC 4<sup>th</sup> Assessment Report methodology. This is true even for Hungary, where the NAGiS system as the leading climate policy decision supporting and vulnerability assessment tool of the country, uses IPCC 4<sup>th</sup> Assessment Report definition as its methodological basis.

## Bibliography

- Carter, T.R., Jones, R.N., Lu, X., Bhadwal, S., Conde, C., Mearns, L.O., O'Neill, B.C., Rounsevell, M.D.A. & Zurek, M.B. (2007). New assessment methods and the characterisation of future conditions. In Parry, M.L., Canziani, O.F., Palutikof, J.P., van der Linden, P.J. & Hanson, C.E. (Eds.), *Climate Change 2007: Impacts, Adaptation and Vulnerability. Contribution of Working Group II to the Fourth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change* (pp. 133–171). Cambridge University Press, Cambridge, UK.
- Fischlin, A., Midgley, G.F., Price, J.T., Leemans, R., Gopal, B., Turley, C., Rounsevell, M.D.A., Dube, O.P., Tarazona, J. & Velichko, A.A. (2007). Ecosystems, their properties, goods, and services. In Parry, M.L., Canziani, O.F., Palutikof, J.P., van der Linden, P.J. & Hanson, C.E. (Eds.), *Climate Change 2007: Impacts, Adaptation and Vulnerability. Contribution of Working Group II to the Fourth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change* (pp. 211–272). Cambridge University Press, Cambridge, UK.
- FitzGibbon, J. & Mensah, K. O. (2012). Climate Change as a Wicked Problem: An Evaluation of the Institutional Context for Rural Water Management in Ghana. *SAGE Open*, 2(2). <https://doi.org/10.1177/2158244012448487>
- Füssel, H.M. & Klein, R.J.T. (2006). Climate change vulnerability assessments: An evolution of conceptual thinking. *Climatic Change* 75(3), 301–329. <https://doi.org/10.1007/s10584-006-0329-3>
- IPCC (2007). *Climate Change 2007: Impacts, Adaptation and Vulnerability*. Contribution of Working Group II to the Fourth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change. Parry, M.L., Canziani, O.F., Palutikof, J.P., van der Linden, P.J. & Hanson, C.E. (Eds.). Cambridge University Press, Cambridge, UK.

- IPCC (2014). *Climate Change 2014: Impacts, Adaptation, and Vulnerability*. Part A: Global and Sectoral Aspects. Contribution of Working Group II to the Fifth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change. Field, C.B., Barros, V.R., Dokken, D.J., Mach, K.J., Mastrandrea, M.D., Bilir, T.E., Chatterjee, M., Ebi, K.L., Estrada, Y.O., Genova, R.C., Girma, B., Kissel, E.S., Levy, A.N., MacCracken, S., Mastrandrea, P.R. & White, L.L. (Eds.). Cambridge University Press, Cambridge, United Kingdom and New York, NY, USA.
- IPCC (2022). *Summary for Policymakers* [Pörtner, H.-O. Roberts, D.C. Poloczanska, E.S. Mintenbeck, K., Tignor, M., Alegria, A., Craig, M., Langsdorf, S., Löschke, S., Möller, V. & Okem, A. (Eds.)]. In Pörtner, H.-O., Roberts, D.C., Tignor, M., Poloczanska, E.S., Mintenbeck, K., Alegria, A., Craig, M., Langsdorf, S., Löschke, S., Möller, V., Okem, A. & Rama, B. (Eds.), *Climate Change 2022: Impacts, Adaptation, and Vulnerability. Contribution of Working Group II to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change* (pp. 3–33). Cambridge University Press. In Press. Cambridge University Press, Cambridge, UK and New York, NY, USA.
- Kerekes, S. (1998): *A környezetgazdaságtan alapjai*. Közgazdaságtudományi Egyetem, Budapest.
- Meehl, G.A., Stocker, T.F., Collins, W.D., Friedlingstein, P., Gaye, A.T., Gregory, J.M., Kitoh, A., Knutti, R., Murphy, J.M., Noda, A., Raper, S.C.B., Watterson, I.G., Weaver, A.J., Zhao, Z.-C. (2007). In Solomon, S., Qin, D., Manning, M., Chen, Z., Marquis, M., Averyt, K.B., Tignor, M. & Miller, H.L. (Eds.), *Climate Change 2007: The Physical Science Basis. Contribution of Working Group I to the Fourth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change* (pp. 747-845). Cambridge University Press, Cambridge, United Kingdom and New York, NY, USA.
- Pappné Vancsó, J., Hoschek, M. & Jankó, F. (2016). Climate Change in Hungarian Rural Society: Assessment of Adaptive Capacity. *Acta Silvatica et Lignaria Hungarica*, 12(2), 105–116. <http://doi.org/10.1515/aslh-2016-0009>
- Pálvölgyi, T. & Czira, T. (2011). Éghajlati sérülékenység a kistérségek szintjén. In Bulla, M. & Tamás, P. (Eds.), *Sebezhetőség és adaptáció: a reziliencia esélyei* (pp. 237–253). MTA Szociológiai Kutató Intézet, Budapest.
- Páldy, A. & Bobvos, J. (2008). A 2007. évi magyarországi hőhullámok egészségi hatásainak elemzése - előzmények és tapasztalatok. *Klíma-21 Füzetek*, 52, 3–15.
- Rotárné Szalkai, Á., Homolya, E. & Selmeczi, P. (2016). Ivóvízbázisok klíma-sérülékenysége. *Hidrológiai Közöny*, 96(2), 21–32.
- Selmeczi, P., Pálvölgyi, T. & Czira, T. (2016). Az éghajlati sérülékenységvizsgálat elemzésiértékelési módszertana. In Pálvölgyi T., Selmeczi P. (szerk), *Tudásmegosztás, alkalmazkodás és éghajlatváltozás* (pp. 25–30). Magyar Földtani és Geofizikai Intézet, Budapest.
- Sharma, J. & Ravindranath, N. (2019). Applying IPCC 2014 framework for hazard-specific vulnerability assessment under climate change. *Environmental Research Communication*, 1(5), 1–7. <http://doi.org/10.1088/2515-7620/ab24ed>

## **Szisztematikus irodalmi áttekintés a személygépjárművekbe épülő elektromos hajtáslánc gyártásáról a fenntarthatóság szempontjából**

*Systematic Literature Review on Electric Powertrain Manufacturing from Passenger Cars in Relation to Sustainability*

**Dr. TÓTH Árpád<sup>1</sup>**

gazdasági vezető (*Business Leader*)

Járműipari Kutatóközpont - Széchenyi István Egyetem (*Vehicle Industry Research Center, Széchenyi István University - Hungary*)

**BEGE András<sup>2</sup>**

PhD-hallgató (*PhD Student*)

Széchenyi István Egyetem, Regionális- és Gazdaságtudományi Doktori Iskola (*Széchenyi István University, Doctoral School of Regional- and Business Administration Sciences - Hungary*)

### **Absztrakt**

Az autóiparban az elmúlt években az innováció magas szintje az elektromos (valamint az alternatív) meghajtású járművek kifejlesztését és széles körű gyártását eredményezte, amely egyelőre nem tekinthető befejezett folyamatnak az akkumulátor gyártásával fellépő károsanyag kibocsátása miatt. A tanulmány a jelenlegi elektromos hajtásláncokra és a lehetséges jövőbeli alternatívákra helyezi a hangsúlyt azok fenntarthatóságának vizsgálatát megcélözva. A témával kapcsolatos eddigi releváns (a mainstream által elismert) kutatási eredmények megértéséhez szisztematikus irodalmi áttekintést kell végezni, amelyet a PRISMA-módszer könnyít meg, és amelynek középpontjában a jármű akkumulátorok fenntarthatósága áll. A tanulmány tartalmazza a jelenleg gyártásban lévő és a jövőben kilátásban lévő akkumulátorok elemzését rendszertechnikai szempontból. Emellett a technológia gazdasági és műszaki szempontú elemzése elősegíti a fenntarthatóságot a gyártási kapacitás és a költségek figyelembe vétele mellett.

*Kulcsszavak:* elektromos hajtás, fenntartható közlekedés, környezetvédelem

*JEL-kódok:* L62, O14, O44, O57

### **Abstract**

The high level of innovation in the automotive industry in recent years has led to the development and widespread production of electric (and alternative) vehicles, which cannot yet be considered a complete process due to the emissions associated with battery production. The focus of the study is on current electric powertrains and possible future alternatives, with a view to examining their sustainability. A systematic literature review, facilitated by the PRISMA methodology and focusing on the sustainability of vehicle batteries, is needed to understand the relevant (mainstream) research results on the subject to date. The study includes a systems engineering analysis of batteries currently in production and those foreseen for the future. In addition, the analysis of the technology from an economic and technical point of view will facilitate sustainability while taking into account production capacity and costs.

*Keywords:* electric drive, sustainable transport, environmental protection

*JEL Codes:* L62, O14, O44, O57

### **1. Bevezetés, Célok**

---

<sup>1</sup> [totha@ga.sze.hu](mailto:totha@ga.sze.hu)

<sup>2</sup> [beger.andras@gmail.com](mailto:beger.andras@gmail.com)

A fenntartható közlekedés iránti törekvések az elmúlt években tapasztalt megnövekedett károsanyag kibocsátás és az ezzel járó környezetvédelmi hátrányok miatt hangsúlyossá váltak. A globális szén-dioxid kibocsátás közel 22%-a a közlekedésből adódik (EDGAR/JRC, 2021), így érthető, hogy a jelenlegi tendencia szerint a társadalom a „zéró kibocsátást” hirdető elektromos járművekben látja a kiutat a fenntartható közlekedés felé. Ezen felül számos város vezetett be különböző korlátozó intézkedéseket a belsőégésű motorral meghajtott járművekre, az elektromos és a hibrid meghajtású járművek fogyasztását ösztönözve. Ezen intézkedések bevezetésének egyik célja a dekarbonizációs ráta folyamatos növelése, elérve a legalább évi 12,9%-ot, mellyel az előttünk álló katasztrofális éghajlatváltozás elkerülése a cél. A 2020-as évben globális szinten mért dekarbonizációs ráta például 2,5% volt (amely 5-szöröse a célérték 12,9%-nak), holott a COVID-19 világválság miatt javában olyan intézkedések bevezetése történt, mely során a személy és áruszállítás ezen évben mérséklődött, de ezen érték messze elmarad attól a céltól, amely másrészt a Párizsi éghajlatvédelmi egyezményben szereplő hőmérséklet emelkedés 1,5°C alatt tartásához szükséges (Milborrow et al., 2021).

Az autóiipari szereplők jelentős törekvéseket tesznek arra, hogy elektromos jármű palettájukat szélesítsék, melyekben napjainkban legnagyobb százalékban lítium-ion energiatároló rendszerek találhatóak. (Leonie & Dev, 2022) A környezeti szennyezést tekintve az elektromos járművek hasznos élettartama során bár megvalósul a „zéró kibocsátás”, az akkumulátorok gyártását tekintve azonban különböző hátrányokba ütközhet ezen technológia. Az autóiipar ezen kihívásokkal szembenézve arra kényszerül, hogy zöldebb járművek gyártására (azaz kevésbé szennyező járművekre) fókuszáljon úgy, hogy már azok gyártási folyamatában is megvalósuljon a károsanyag kibocsátás minimalizálása. (Lin et al., 2014) Ezenfelül egyik fő feladattá vált, hogy csökkentsék a járműgyártás során keletkező hulladékokat is (Kushwaha & Sharma, 2016). A szükséges akkumulátorok jövőbeli mennyisége számos kihívást jelent a nyersanyagok elérhetősége és fenntarthatósága szempontjából. Emiatt számos alternatív kémiai megoldáson dolgoznak a járműgyártók és azok beszállítói a lítium más, nagyobb mennyiségben előforduló elemekkel, például nátriummal való helyettesítésén (Lombardo et al., 2022). Mivel a Li-ion akkumulátorok olyan kritikus fémekből állnak, amelyek esetében középtávon fennáll az ellátás megszakadásának veszélye (Langkau & Erdmann, 2021), ezen tanulmány két lehetséges útvonalat tárgyal. Az egyik az említett más alternatív energiatárolók fejlesztési szakaszainak áttekintése, a másik pedig az élettartamukat megélt akkumulátorok újrahasznosítási lehetőségei, melyek hozzájárulhatnak a fenntartható jövőért tett lépésekhez.

## 2. Az alkalmazott módszerek

Az elektromos járművek alternatív energiatároló rendszereinek megismeréséhez szükséges az eddig e-témában íródott szakirodalom áttekintése, rendszerezése. Ahhoz, hogy a szakirodalmi bázis terjedelmét képesek legyünk szűkíteni, a PRISMA SLR<sup>3</sup> módszer elemei kerültek alkalmazásra. Az SLR definíciója alapján a szisztematikus irodalmi áttekintést úgy határozzák meg, mint a közzétett elsődleges tanulmányok azonosításának, értékelésének, elemzésének módszerét egy adott kutatási kérdés megválaszolása érdekében (Leonie, & Dev, 2022).

Az autóiiparban született kutatásokra igaz, hogy megannyi megközelítésből vizsgálták az elektromos járművek hatékonyságát és versenyképességét a belsőégésű motorral szerelt járművekkel szemben, így az elmúlt években a környezetvédelmi kérdések növekvő jelentősége végett számos tanulmány foglalkozott a zöld innovációval szemben támasztott kihívásainak elemzésével (Balon et al., 2016; De Oliveira et al., 2018).

---

<sup>3</sup> SLR = "Systematic Literature Review", azaz szisztematikus szakirodalmi recenzió (Tóth, 2022).

Ugyanakkor fontos megjegyezni, hogy a tanulmányok leginkább egy-egy rész témára koncentráltak az elektromos gyártás témakörében, de olyan tanulmányt nem találtunk, amely során kifejezetten az energiatároló rendszerek fenntarthatóságát vizsgálták volna olyan szempontokat összefoglalva mint az újrahasznosítási, újrafelhasználási lehetőségek, vagy éppen a más típusú akkumulátorok hatékonyságának elemzése. A fent említettek alapján ezen tanulmány főként az elektromos járművek energiatároló rendszerét hivatott elemezni a jelenleg elérhető lítium-ion akkumulátorokra fókuszálva, ezenkívül más, az autópárhazban lehetséges alternatívaként felmerülő akkumulátor technológia hatékonysági elemzése kíván keretet adni a kutatásnak.

### **2.1. Cél és kutatási kérdések**

A tanulmány célja: az elektromos járművek akkumulátoraival kapcsolatban íródott meglévő szakirodalomak összegzése az említett témában lévő ismeretek azonosítását, feltérképezését és szintézisét javasolva. Ezen cél elérése érdekében a következő kutatási kérdések kerültek megfogalmazásra:

- Vannak-e és ha igen, melyek azon akadályok, melyek a jelenleg elektromos személygépjárművekbe telepített lítium-ion akkumulátorok fenntarthatóságát befolyásolják?
- Léteznek-e olyan megoldási javaslatok, melyek a lítium-ion akkumulátorok összetételének javítását, a felhasználandó nyersanyagok csökkenését célozzák?
- Találunk-e új fejlesztési útvonalakat az energiatároló rendszereket illetően?
- Milyen törekvések léteznek az akkumulátorok szekunder felhasználására?

### **2.2. Szűrési kritériumok és lokalizációs stratégia**

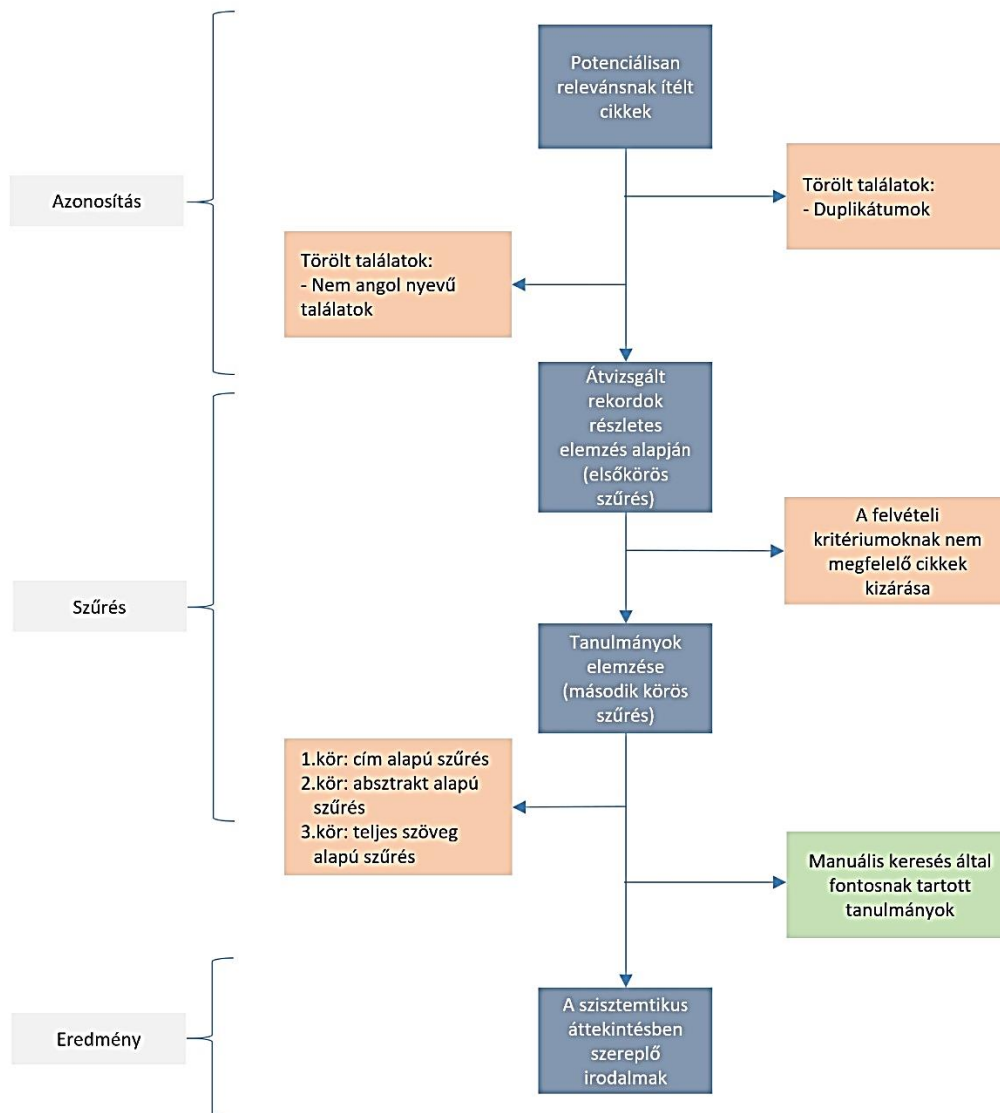
A szisztematikus elemzésbe azon irodalmak kerülnek, melyek a zöld innovációval kapcsolatos fenntartható gyártást vizsgálták az elektromos járművek energiatároló rendszereit illetően.

Ezenkívül további, kiegészítő befogadási és kizárási kritériumok alkalmazására is sor kerül. Ami a tanulmányok időbeli keretét illeti, a lítium-ion akkumulátorral kapcsolatos irodalmak tekintetében a 90-es évekig nyúltak vissza a találatok feldolgozása, melyet ezen akkumulátor típus összetételének viszonylag nagy múltjának figyelembe vétele magyarázza. Az új technológiák fejlesztési és gyártási elemzésekor azonban szigorúan a 2011 és azt követően íródott tanulmányok elemzésére került sor a technológia robbanásszerű/folyamatos fejlődése révén, amely az autópárhaz általánosan is jellemző.

Az adatkivonás, vagy lokalizációs stratégia elemei meghatározzák, hogy az egyes primer tanulmányokhoz szükséges információk beszerzése milyen formában történik. Ezen tanulmányban a Scopus adatbázisban elérhető tanulmányokat vizsgáltuk, amely során a következő keresőkifejezések és azok szinonimái alapján történt a keresés: "electric", "passenger car", "powertrain", "production", "sustainability". Ilyen formában az elektromos személygépjárművek gyártási hatékonyság elemzése volt a fő keresési irány, amelybe beletartozik a meghajtás energiatároló rendszerének elemzése is fenntarthatósági szempontokból. A keresés folyamatábráját az 1. ábra mutatja be.

Az első szűrés nélküli keresést követően az adatbázis összesen 221 db tanulmányt listázott ki, mely során a duplikátumokat (23 db) és a nem angol nyelvű találatokat (19 db) kiszűrve 179 találat esett a következő felülvizsgálat alá. A felvételi kritériumok alá nem sorolható tanulmányok (mint például más típusú járművek -mint elektromos kisteherautó, e-bike-, vagy más meghajtású járművek -mint például hibrid, hidrogéncellás járművek-) elemzésekor további 86 db találat esett ki, mely során összesen 93 db tanulmány került be a cím, absztrakt, majd maga a tanulmány alapú szűrésbe. Cím és absztrakt alapú szűrést követően 53 db találat, majd tanulmány alapú szűrés alapján (beleértve a manuális keresés alapján további fontosnak tartott irodalmakat) összesen 37 db találat adta e tanulmány irodalmi bázisát, mely a témakört illetően megfeleltek a meghatározott kritériumoknak. A módszertan következő lépéseként a fő cél ezen

irodalmak gondos feldolgozását követően a kutatási kérdéseknek megfelelő adatok kinyerése, az információk rendszerezése és keretbe foglalása volt.



**1. ábra: A szisztematikus szakirodalmi áttekintés PRISMA SLR munkafolyamatának a tanulmányra optimalizált bemutatása**

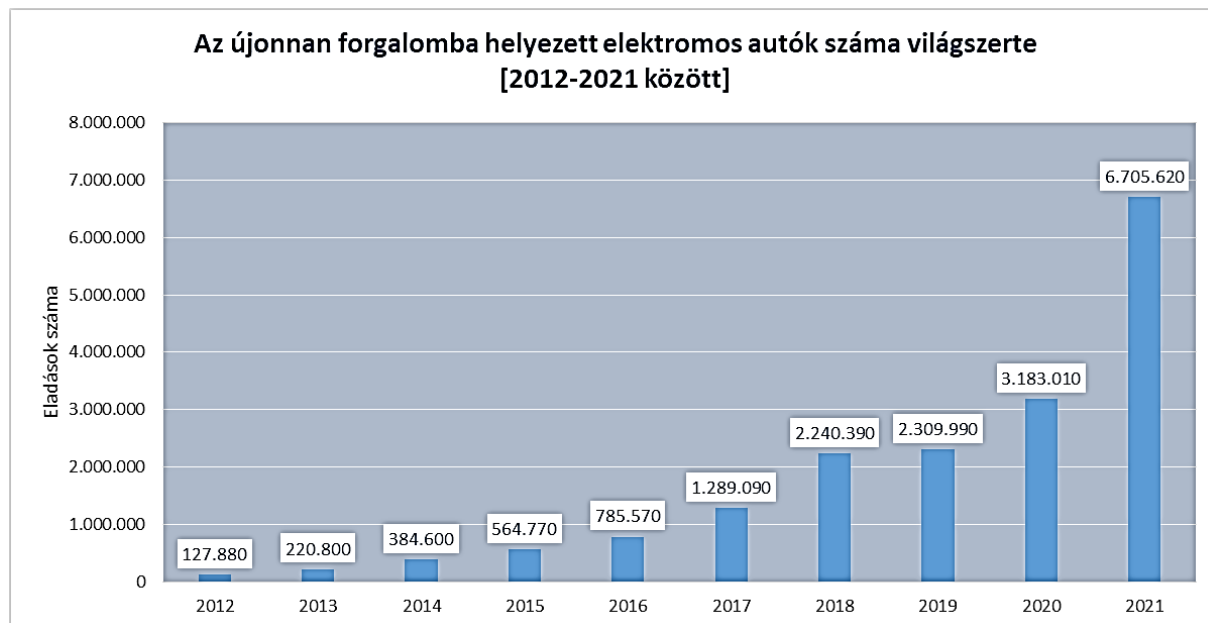
Forrás: Moher et al. (2009), PRISMA (2021) és Tóth (2022) alapján saját szerkesztés

### 3. Az elektromos járművek energiatároló rendszerei

Az utóbbi időben folyamatosan növekedésen megy keresztül a pusztán elektromos motorral meghajtott járművek iránti igény környezetvédelmi tudatosságból, vagy a kormányok különböző korlátozásainak köszönhetően. Amint az a 2. ábrán látható az újonnan bejegyzett elektromos járművek száma 2021-ben mintegy 6,7 millióra növekedett világszerte, szemben a 2012-es 127.880-as darabszámhoz képest (Ajanovic & Haas, 2019).



2021-ben például összesen 17,4 millió elektromos autót regisztráltak világszerte (kétszer annyit, mint 2 évvel korábban). Az elektromos járművek iránti igény folyamatos növekedését magyarázhatja például egy 2021-es németországi felmérés, melyben a válaszadók egyharmada szerint volt döntő szempont a környezetvédelem új járművük vásárlásakor (Fotouhi et al., 2016; Ajanovic & Haas, 2019).



## 2. ábra: Az elektromos járművek iránti igény folyamatos növekedése az elmúlt 9 évben

Forrás: Ajanovic & Haas (2019) alapján saját szerkesztés

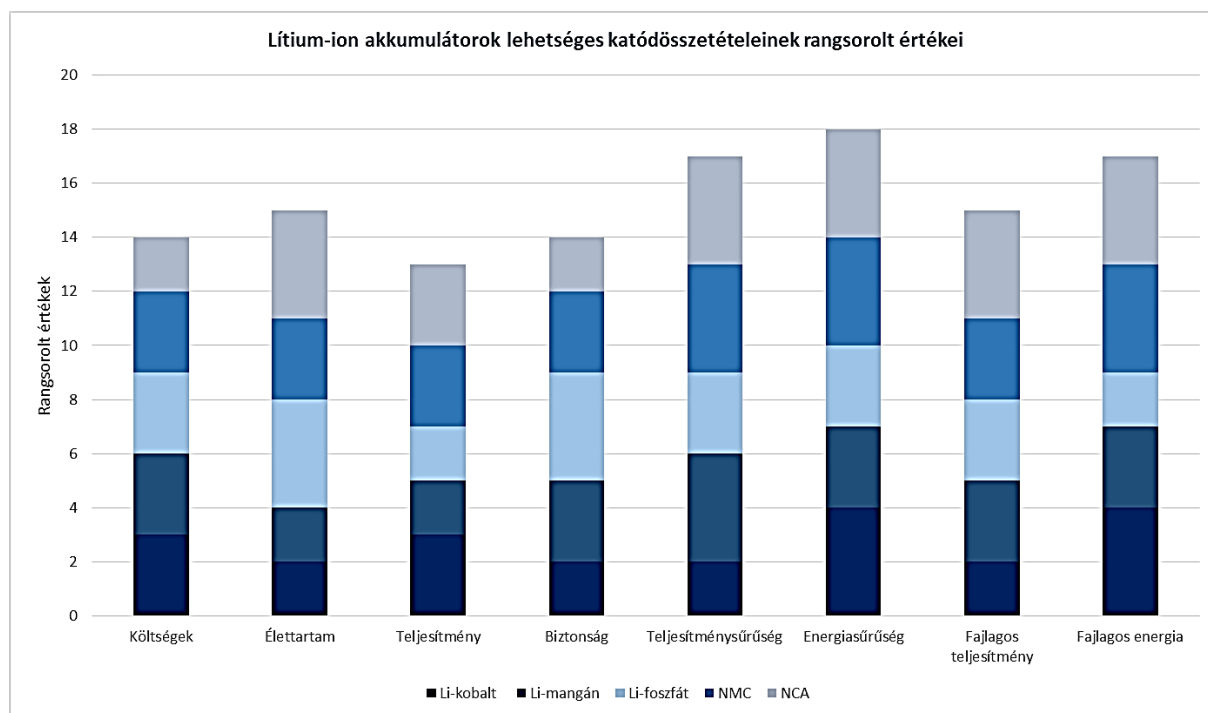
Az elektromos járművek eladásait tekintve Kína jár az élen, így 2021-ben több, mint 51%-os értékesítési részesedést ért el (több, mint 3,3 millió elektromos gépjármű eladással). Az Egyesült Államokban és Németországban is egységesen 10%-os volt ez az arány szintén a 2021-es évben. Norvégiában a 12%-os értékesítési arány rendkívül magasnak tekinthető, mivel a teljes lakosság alig több, mint 5 millió volt 2021-ben, így a 152.000db eladott elektromos jármű jelentős előrelépésnek tekinthető ezen járműtípus piacát tekintve (Population.City, 2022; Martin, 2022).

A mai elektromos járművek legnagyobb része Li-ion tartalmú akkumulátorral kerülnek a végfelhasználóhoz, mert ezen akkumulátor típusok magas energiahatékonysággal és teljesítménysűrűséggel rendelkeznek, amelyek mellett széles hőmérsékleti működési tartományban is képesek működni. Hosszú a ciklus életkoruk és emellett alacsony önkisülési ráta jellemzi az energia-, töltési-, és feszültség hatékonyság mellett. Ezen jellemzők miatt uralják jelenleg az autópárt az elektromos járművek területén. A Li-ion akkumulátorra jellemző negatívumok azonban, hogy viszonylag lassú a töltési ideje, nagy maga az akkumulátor mérete és súlya, valamint kapacitása korlátozott, így a nagy autógyártók különböző akkumulátortípusok fejlesztésén dolgoznak, amelyekről a későbbiekben lesz szó (Lai et al., 2013; Fotouhi et al., 2016).

A lítium-ion akkumulátorok nagyobb energiátárolási potenciállal rendelkeznek, mint például az ólomsavas akkumulátorok, amelyek a kis energiátároló kapacitáshoz képest realizálható nagy súlyuk végett nem felelnek meg az elektromos járművekbe való telepítésnek. Emellett a Li-ion akkumulátoroknak számos kémiai kombinációi léteznek. Ezen akkumulátor típusoknak 4 fő összetevője van: két elektróda (pozitív töltésű katód és negatív töltésű anód), elektrolit és szeparátor, amely hozzájárul a rövidzárlat elkerüléséhez (Parajuly et al., 2020).

Az akkumulátor töltési fázisában a lítium-ionok az anód elektródába vándorolnak, az akkumulátor használatakor (azaz kisülés következtében történő merülésük során) fordított ciklust követve az anódból a katód elektródába vándorolnak. Az akkumulátorok cellákból állnak, melyek jellemzői a katód kémiai összetételétől függően változnak. A Li-ion akkumulátorral szerelt járművekben gyakori katód kémiai összetételek lehetnek a lítium-kobalt, lítium-mangán, lítium-foszfát, lítium-nikkel-mangán-kobalt-oxid (NMC) és a lítium-nikkel-kobalt-alumínium-oxid (NCA). Ezen összetételek alapján a katód anyaga igen változatos lehet a költségek és az igények függvényében (Gong et al., 2016).

A 3. ábra tartalmazza a fent említett katód összetételek rangsorolt értékeit, melyek az egymáshoz viszonyított hatékonyságok alapján kerültek meghatározásra olyan ismérvek szerint, mint a költségek, élettartam, teljesítmény, vagy akár a biztonság.



**3. ábra: A katód összetételek rangsorolt értékei**  
 Forrás: Hannan et al. (2018) alapján saját szerkesztés

A lítium-kobalt oxid kémiai összetételű katódot nagy fajlagos energiája miatt az elektronikai eszközök mellett az elektromos járművekbe is telepítették, de a kobalt korlátozott hozzáférhetősége miatt magas költségek jellemzik (Kim et al., 2016). Az energiasűrűsége körülbelül 150-190 Wh/kg 500-1000 ciklus mellett. Emellett előnyeihez sorolható a technológiai érettség, az alacsony önkisülés, amely mellett a rendszer alacsony saját biztonsága hátrányként kezelendő (Stampatori et al., 2020). A lítium-kobalt akkumulátorok alapjaiban véve reaktívak és rossz hőstabilitás mutatnak, valamint a rendszer már említett labilis önbiztonsága miatt működésük során figyelmet igényelnek ahhoz, hogy a biztonságos használat garantálva legyen. (Miao et al., 2019) Ezenkívül rövid élettartam jellemzi őket, korlátozott terhelhetőséggel a fent említett okok miatt (Zhang et al., 2015; Lee et al., 2016). Az említett negatívumok ellenére ezen típus a Tesla Roadster, illetve a Smart Fortwo elektromos modellekben is helyet kapott korábban (Miao et al., 2019).

A lítium-mangán-oxid energiasűrűsége 100-140 Wh/kg-ra tehető 1000-1500 ciklus mellett. Nagyon magas az eredendő biztonsága és nem tartalmaz kobaltot, amely a költségek szempontjából előnyös. Az alacsony energiasűrűsége azonban a lítium-kobalthoz képest elmarad,

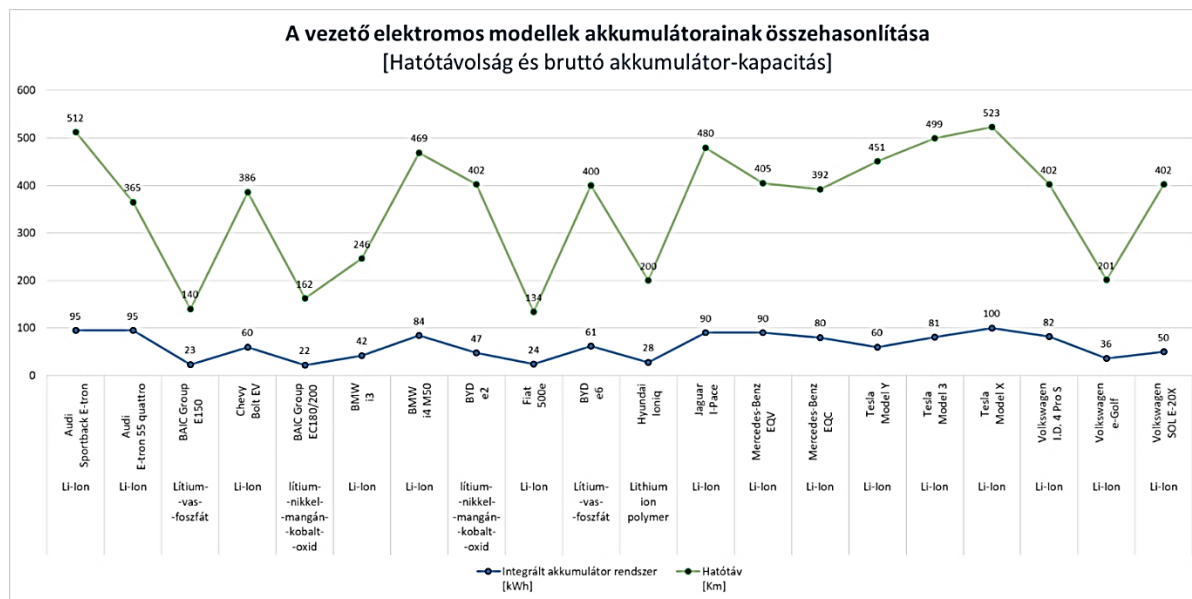
viszont fajlagos teljesítménye magasabb. (Stampatori et al., 2020) Ezen kémiai összetétel hőstabilitása erősebb, mint a lítium-kobalt-oxidé, de körülbelül 33%-al alacsonyabb kapacitást és rövidebb élettartamot eredményez (Battery University, 2022). A legtöbb li-mangán akkumulátor li-mangán-kobalt-oxiddal keveredik annak érdekében, hogy a fajlagos energia és az élettartam javítható legyen. Ezen típusú akkumulátort több ismert járműgyártó vállalat is használta, mint például a BMW i3 vagy a Chevy Volt (Miao et al., 2019).

A lítium-vasfoszfvát kémiai összetétel alacsony ellenállás mellett jó elektrokémiai teljesítményt nyújt, mindemellett hosszú ciklus élettartammal és nagy áramerősséggel rendelkezik. (Chunwen et al., 2011) Maximum 2000 ciklus mellett 90-140 Wh/kg energiasűrűség jellemzi magas biztonsági tényező mellett. Hátránya, hogy a fent említett energiasűrűség alacsonynak tekinthető vetélytársaival szemben (Stampatori et al., 2020). A lítium-vasfoszfvátnak nagyobb az önkisülése, mint más Li-ion akkumulátoroknak, ami az öregedés során kiegyensúlyozási problémákat okozhat. Ezt a problémát kifinomult vezérlőelektronika alkalmazásával lehet enyhíteni, ami azonban megnöveli az akkumulátorcsomag költségeit. Úgy tűnik továbbá, hogy a nedvesség jelentősen korlátozza az akkumulátor élettartamát, de így is népszerű választás a lakóautók gyártóinak körében (Hannan et al., 2018).

Az elektromos járművekbe akkumulátort gyártó vállalatok elsősorban a lítium-nikkel-mangán-kobalt-oxid katód keverék fejlesztésére, gyártására koncentráltak (Thackeray et al., 1983), mert a mangán és a nikkelt egyesítése jó összteljesítményt mutat, mivel ki tudja hozni a nikkelt magas fajlagos energiáját és a mangánt alacsony belső ellenállási hatását. Ezzel szemben a mangánt alacsony fajlagos energiát biztosít, a nikkelt pedig alacsony stabilitást. (Thackeray et al., 1983) Ezen katód típus energiasűrűsége a középmezőnyben van (140-200 Wh/kg) 1000-2000 ciklus mellett. Alacsony kobalt tartalma (1/3) a költségek tekintetében jelentős előnyt hordoz, viszont biztonsággal kapcsolatos hátrányokat fedeztek fel a nikkeltben gazdag akkumulátor típusokban (Stampatori et al., 2020). A különböző fémek (nikkelt és mangánt) keveréke gyártónként változik, melyet nagyon szigorúan őrzött képlettel állítanak elő (Miao et al., 2019).

A lítium-nikkel-kobalt-alumínium-oxid a lítium-nikkel-mangán-kobalt-oxidhoz hasonlóan nagy fajlagos energiát és fajlagos teljesítményt, valamint hosszú élettartamot kínál. (Hannan et al., 2018) Ezen katód típus rendelkezik a legnagyobb energiasűrűséggel (200-250 Wh/kg) 1000-1500 ciklus mellett. Itt szintén a körülbelül 1/3 kobalt tartalom miatt a költségek tekintetében jelentős előnyt hordoz az összetétel, de kapacitása a magas hőmérséklet függvényében csökkenhet (Stampatori et al., 2020).

A különböző katód összetételű lítium-ion akkumulátorok fejlesztési előrelépéseinek köszönhetően a járműgyártó vállalatok nagy számban használják a Li-ion akkumulátorokat járműveikben. Mindennek igazolásául a 4. ábrán látható összeállításban a vezető elektromos járműgyártó vállalatok egyes típusainak hatótávolsága és a járműbe épített akkumulátorszintű összefoglalását vizsgálhatjuk a teljesség igénye nélkül. Látható, hogy kivétel nélkül az összes jármű lítium-ion akkumulátorral rendelkezik, ezek közül a Tesla a világ egyik legismertebb elektromos jármű márkája, mely kifejezetten elektromos járművek fejlesztésével és gyártásával foglalkozik. A Model 3 és Y együttes eladásai közel 1 millió (911.208 db) jármű volt 2021-ben világszerte. Ezenkívül forgalmát tekintve a BYD versenytársnak tekinthető, mivel ez a márka generálja az egyik legnagyobb forgalmat Kínában úgy, hogy a nemzetközi piacra csak korlátozottan koncentrált. Így például a kimutatásban is látható (4. ábra) BYD e2-es típus csak Kínában érhető el (Leonie & Dev, 2022).



**4. ábra: Elektromos járművek áttekintése akkumulátoruk típusa és hatótávolságuk szerint**  
Forrás: Leonie és Dev (2022) alapján saját szerkesztés

Az egyik legnagyobb németországi konzern a VW-t tekintve 2021-ben összesen 452.900 db elektromos járművet értékesített, amely 96%-os növekedést jelentett a 2020-ban eladott darabszámhoz képest. A lítium-ion akkumulátorok az elektromos járművekben világszerte a legszélesebb körben használt energiatároló rendszerek. Ennek oka az, hogy a jelenleg elérhető összes többi technológiával összehasonlítva ezen energiatároló rendszerek biztosítják a legnagyobb hatótávolságot a legalacsonyabb költségek mellett. Előnyeik közé sorolandó a nagyfokú ciklikusság, az alacsonyabb karbantartási igény, az alacsony önkisülési arány és a korábban említettek szerint a gyors technológiai fejlődés, mely a megnövekedett keresletből adódó fejlesztési intenzitásnak köszönhető (Leonie & Dev, 2022).

Ami a lítium-ion akkumulátorok árát illeti ezen komponens jelenleg az elektromos jármű legdrágább alkatrészre. Ez azt jelenti, hogy a járműgyártók által 2019-ben még átlagosan 139 €/kWh ár volt az irányadó a teljes "akupack"-ra vonatkozóan. Ez az összeg 2022-re azonban 92 €/kWh-ra csökkent, amely például a 2017-es 171 €/kW összegnek majdnem a felét jelenti a lítium-ion akkumulátor kilowattóránkénti árát tekintve. Ha ezen 2022-ben meghatározott összeggel számolunk, akkor a 4. ábrán látható 100kWh Tesla Model X akkucsomagja például 9.200 € összeget tesz ki a teljes jármű árából. Ezen kilowattóránkénti összeg kalkulálásakor azonban fontos figyelembe venni, hogy az összeg az akkumulátorban található összetételek és az akkumulátorok minőségének függvényében változhat (Horváth&Partners, 2020).

A lítium-ion akkumulátornak a fent említett előnyeinek felül számos hátránya merül fel, mint például a külső hőmérséklet ingadozástól erősen függő hatótáv, amely az elektromos jármű tulajdonosaiban úgynevezett "hatótáv-szorongást" kelt a felmérések alapján, illetve a lassú töltési idő, mely nem tud versenyre kelni a belsőégésű motorral szerelt járművek gyors tankolási folyamatával (Deloitte, 2022).

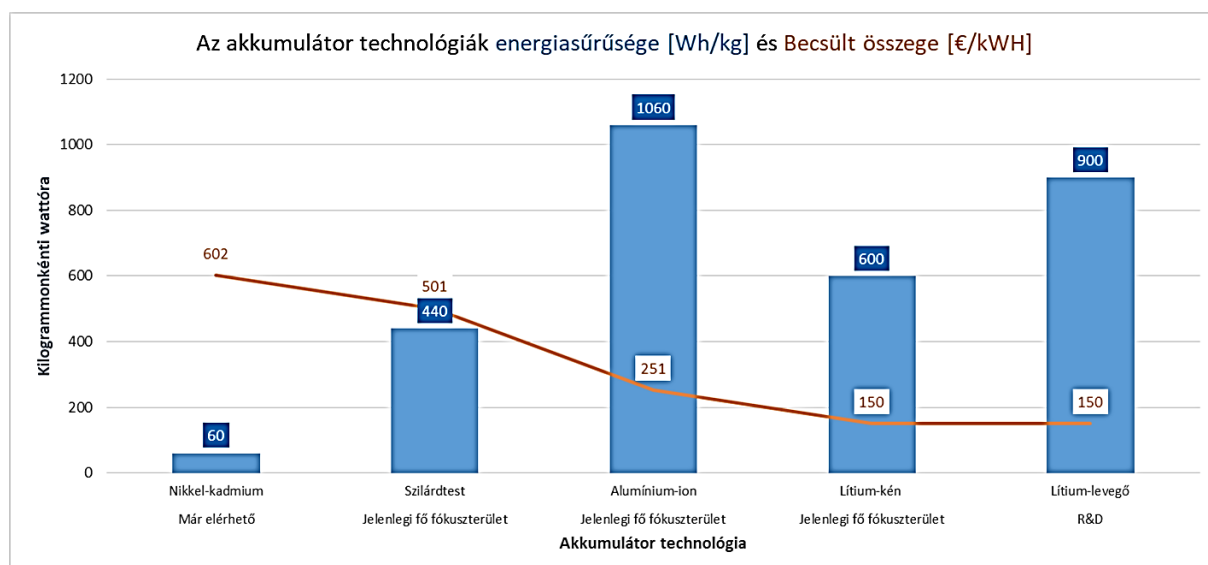
Ami az elektromos járművek energiatároló rendszeréhez szükséges nyersanyag bányászataát illeti olyan hátrányt kell kiemelni, amely a végfelhasználó számára az esetek nagyobb százalékában ismeretlen marad, ez pedig a lítium bányászataához szükséges nagy mennyiségű vízfelhasználás. A lítium készlet a folyamatos feltárásoknak köszönhetően világszerte növekedett, amely összesen 2019-ben csaknem 62 millió tonnát tett ki. Az Egyesült Államokban azonosított lítium készletek – a kontinentális sós vizek, a geotermikus sók, hektorit, olajmezők sói

és pegmatitok – 6,8 millió tonnát tesznek ki, Dél-Amerikában, Argentínában az azonosított lítium készletek 14,8 millió tonna volt 2019-ben, Bolíviában 9 millió tonna, míg Chilében 8,5 millió tonna volt ugyancsak 2019-ben (U.S. Geological Survey, 2019). A fentiek ismeretében fontos tudni, hogy Dél-Amerikában rendkívül vízigényes módszert dolgoztak ki ezen értékes nemesfém bányászatára, mely során 1 tonna lítium kinyeréséhez közel 500.000 gallon (körülbelül 1,89 millió liter) édesvíz felhasználása szükséges egy olyan régióban, ahol az édesvíznek különösen fontos szerepe van. Ez a vízmennyiség egyébként a chilei régió vízkészletének csaknem 65%-át emésztette fel, amely a helyi gazdákat arra kényszeríti, hogy más régiókból hozzanak vizet állataiknak (Amit, 2018). Mindennek ismeretében egy elektromos autó átlagos akkumulátorában található (körülbelül 8-10 kilogrammnyi) lítium előállításához körülbelül 18.000 liter édesvíz felhasználása tapad járművenként (Rónay, 2021).

A Li-ion akkumulátorok mellett a nagy ismert autógyártók és energiatároló gyártó cégek új kémiai összetételű akkumulátorok fejlesztésén dolgoznak, melyek nem a korábbi fejezetben említett Li-ion akkumulátorok katód összetételének további kémiai fejlesztését szorgalmazzák, hanem más, új alternatív útvonalak keresését, melyekkel a lítium-ion akkumulátorokkal kapcsolatos nehézségek, mint például az alacsony tárolható töltési mennyiség, a biztonság kérdése, a nagy súly vagy a hűtéshez szükséges drága és nehéz hűtőközegek szükségessége javítható lenne.

Ezen tanulmányban így rövid elemzés keretén belül megvizsgáljuk a 3 jelenleg fókuszpontban lévő (szilárdtest, alumínium-ion, lítium-kén) és 1 kutatási, fejlesztési fázisban található (lítium levegő) akkumulátor típusokat. Ezen akkumulátorok energiasűrűség és becsült kilowattóránkénti ár szerinti kimutatása az 5. ábrán látható.

2016 novemberében a Toyota megtalálta a módját annak, hogy a lítium-ion akkumulátorok folyékony elektrolit komponensének eltávolításával sokkal stabilabb energiaforrást hozzon létre. Az új akkumulátorok várhatóan több mint kétszer akkora energiasűrűséget biztosítanak, mint a lítium-ion cellák, és egyetlen feltöltéssel több mint 300 mérföldet tudnak megtenni az elektromos járművek számára. Emellett a Volkswagen, a Tesla, illetve a Renault-Nissan Szövetség is nagymértékben kezdtek az úgynevezett szilárdtest akkumulátorokba beruházni, mely típus a Li-ion akkumulátorokban ismert folyékony elektrolit helyett szilárd anyagot használ fel. További előnye, hogy nem gyúlékony és a szilárd testnek köszönhetően a Li-ion akkumulátorból ismert szivárgás (mely az akkumulátor élettartamát folyamatosan csökkenti) megszüntethető. Másik előnye, hogy az elektromos járművek drága hűtőrendszerének szükségessége is kérdésessé válik, ugyanis ezen technológia csökkenti a hűtőközeg iránti igényt. Ezen ismert okokból a Toyota nem titkolt célja, hogy 2025-re minden sorozatgyártású járművébe ezen akkumulátor típust kívánja beépíteni. A szilárd test lehet például üveg-elektrolit, mely költségghatékonyabb is lehet a lítium-ion akkumulátornál, mivel lehetővé tenné a tengervízből kinyert olcsóbb nátrium használatát elektrolitként. Az alumínium-ion akkumulátorokat tekintve a biztonság lehet az a döntő ismérv, mely során ezen energiatároló rendszerek felvehetik a versenyt a lítium-ion összetételű társaikkal szemben, emellett a töltési idő és a ciklusidő tekintetében is előnyöket képes felmutatni. Az eddig ismert hátránya a csekély energiasűrűség volt, amely életképtelenné tette az alumínium-ion akkumulátorokat az elektromos járművek használatához. Azonban 2016-ban egy kínai kutatócsoport olyan technológiát fejlesztett ki, mely során egy alumínium-grafitos kétionos akkumulátor nagyobb energiasűrűséget, kisebb súlyt, kevesebb térfogatot és alacsonyabb gyártási költséget kínált. Ezen akkumulátor típus 50%-al alacsonyabb gyártási költséget, legalább 1,3-szor nagyobb fajlagos sűrűséget és legalább 1,6-szor nagyobb energiasűrűséget kínál a Li-ion akkumulátorokkal szemben. További előnye a technológiának, hogy alacsonyabb a környezetre gyakorolt negatív hatása (Leonie & Dev, 2022).



### 5. ábra: Akkumulátortechnológiák, melyek megoldást jelenthetnek a Li-ion akkumulátor által ismert problémákra

Forrás: Leonie és Dev (2022) alapján saját szerkesztés

A lítium-kén akkumulátor fejlesztési törekvései magasabb ciklus tartamot eredményeznek és emellett nem gyúlékony összetételről beszélünk. A kén nem mérgező és olcsó, így a jóslat összege ezen akkumulátornak kilowattóránként kevesebb a Li-ionhoz képest (a számítások alapján kevesebb, mint 150€/kW). A fő problémát a kapacitás okozta, mivel ezen akkumulátorok már néhány töltési ciklus után tönkrementek. Ennek kiküszöbölésére a kaliforniai Lawrence Berkeley laboratórium kutatócsoportja a cellák kialakításához grafén-oxidot használt, melynek eredményeképpen a kapacitásuk legalább 1500 ciklusra nőtt meg, anélkül, hogy az akkumulátor tönkrement volna (Leonie & Dev, 2022).

A Li-ion akkumulátorokkal kapcsolatos hátrányok kiküszöbölésére, nem csak az új energiatároló rendszerek felé nyitásával reagálnak a technológiai vállalatok, hanem számos vállalat dolgozik azon, hogy a járművekben már korukat megélt akkumulátorok újra visszakerüljenek a felhasználói körforgásba, alacsonyabb károsanyag kibocsátást és hulladékkezelési eljárást megcélözva.

Ennek megvalósítása érdekében léteznek olyan eljárások, melyek a lítium-ion akkumulátorok újrahasznosítását célozzák 3 fő útvonalon. Erről lesz szó a következő fejezetben.

### 4. Újrahasznosítási módszerek

Az elmúlt 20 évben az akkumulátorral működő készülékek és járművek számának nagymértékű növekedése miatt a különböző nagyvállalatok erőfeszítéseket tettek az akkumulátorok és alkatrészek csökkentésének vagy újrafelhasználásának módjainak meghatározására. A korábbi ólom-sav akkumulátorokkal kapcsolatos újrahasznosítási programok például több éve működőképesnek mondhatóak. Az Egyesült Államokat tekintve az elhasznált akkumulátorok újrahasznosítási aránya megközelíti a 99%-ot (Miao et al., 2019). A Li-ion akkumulátorok megnövekedett igényéből fakadó újrahasznosítási technológia még viszonylag új keletű, ezért az infrastruktúra még nem áll teljeskörűen rendelkezésre az ólom-sav akkumulátorok nagy sikeréhez képest. Az elektródok gyártása során felhasznált anyagok nagy része újrahasznosítható, egyes tanulmányok az akkumulátorok részeként felhasznált réz esetében közel 96%-os hasznosítási arányt mutattak ki (Zhou et al., 2010). Az Európai Unió a nikkel-kadmium akkumulátorok ese-

tében 75%-os, az ólom-sav akkumulátorok esetében 65%-os, az összes többi akkumulátor esetében pedig 50%-os újrahasznosítási arányt tűzött ki célul (Miao et al., 2019). Mivel a lítium-ion akkumulátorok esetében a katód anyagok értéke az akkumulátor teljes értékének közel 40%-át teszi ki, az újrahasznosítási folyamat 3 útvonala elsősorban a katód anyagokban lévő nagy értékű fémekre, például a kobaltra, lítiumra és a nikkellel összpontosít (Zheng et al., 2018; Chen et al., 2019). Ezen 3 fő eljárás a fémek lítium-ion akkumulátorokból való kinyerését célozzák pirometallurgiai (salak leválasztása a felhasználható anyagokról), hidrometallurgiai (fémek alacsony koncentrációban való visszanyerése) valamint biohidrometallurgiai (leválasztás gombák/baktériumok útján) útvonalak segítségével (Harper et al., 2019; Bai et al., 2020; Yang et al., 2020).

#### **4.1. Pirometallurgiai módszer**

A pirometallurgiai technológia hőkezeléses eljárás segítségével az alkotó fémoxidokat ötvözzé redukálja. A művelet egyszerűségének és a nagy feldolgozási kapacitásnak köszönhetően széleskörben alkalmazzák a lítium-ion ipari újrahasznosításának területén (Martins et al., 2021).

Ezen technológia azonban alacsony visszanyerési aránnyal és magas energiafogyasztással jár, amely korlátozza alkalmazásukat. A feldolgozási minőség függ a hőmérséklettől, az időtől, a tisztítógázoktól és a fluxus hozzáadásától (Martins et al., 2021). A pirometallurgiai eljárást általában 3 fő csoportra szokás osztani: előmelegítés, műanyag égetés és az értékes fémek redukciója. Az előmelegítési szakasz fő célja az elektrolit lassú elpárologtatása, ezzel csökkentve a robbanás veszélyét. Ezt követően az olyan szerves anyagok, mint a műanyagok égetésével segítik a magas hőmérséklet fenntartását. Végül az anyagok olvasztásával és redukálásával az értékes fémek (mint a vas, nikkellel, kobalt és réz) kinyerésével fejeződik be a folyamat. Az eljárás során a 150 °C alatti hőmérsékleten fellépő gázok elsősorban elektrolitból és a kötőanyag komponensekből származó illékony szerves anyagokból állnak (Harper et al., 2019). A pirometallurgiai módszer 150 °C-nál jelentősen magasabb hőmérsékleten zajló redukációs reakciókkal nyeri vissza az értékes anyagokat, de mivel jelentős az energiafogyasztás, így ezen tényező figyelembevételé miatt a napjainkban ismert legtöbb újrahasznosítási módszer célja a hagyományos pirometallurgiai eljárások hőmérsékletének 500-1000 °C-ra való csökkentése (Yang et al., 2020). A további hátrányokat tekintve a pirometallurgiai folyamat során általában nem veszik figyelembe az elektrolitok és az akkumulátorokban található rendkívül nagy arányban megtalálható műanyagok (40-50% az akkumulátor teljes tömegéhez viszonyítva) vagy más összetevők, például a lítiumsók visszanyerését. Az említett renkívül magas hőmérsékleten történő kezelés során olyan környezeti hátrányok realizálhatóak, mint a mérgező gázok keletkezése, illetve a magas energiaköltségek, de ennek ellenére a rendkívül értékes fémek, mint a nikkellel és a kobalt kinyerése miatt gyakran alkalmazott eljárásnak tekinthető, holott az összességében visszanyerhető anyagok száma korlátozott (Harper et al., 2019).

#### **4.2. Hidrometallurgiai módszer**

A hidrometallurgiai technológia hatékony módszer az értékes fémek vizes közegből történő oldására és kinyerésére. A hidrometallurgiai módszer előnye ellentétben a pirometallurgiai folyamattal az alacsony energiafelhasználás és a nagy visszanyerési tisztaság, ennek ellenére igen bonyolult folyamatról beszélünk (Hua et al., 2020). A hidrometallurgiai kezelések során vizes oldatokat használnak a kívánt fémek katódanyagból történő kimosásár (Harper et al., 2019). Ellentétben egyes pirometallurgiai eljárásokkal, amelyekben az elhasznált Li-ion akkumulátorokat gyakorlatilag szétszerelés nélkül közvetlenül nagyon magas hőmérsékletű feldolgozásnak vetik alá, a hidrometallurgiai eljárást szinte kivétel nélkül előkezelési feladatok előzik meg (Bai et al., 2020).

Egy tipikus ipari méretű hidrometallurgiai eljárás során a fémek kinyerésének oldott fémoldatokból való megkönnyítésének érdekében kioldás segítségével a salakokból vagy ötvözetekből származó fémfrakciókat szelektíven oldják vagy ötvözetmentesítik (Lai et al., 2013). A fémoldatokat ezután szétválasztási folyamatoknak vetik alá, amelyek során a megfelelő fémeket, például kobaltot, nikkelt, vasat, rézt és alumíniumot nyerik ki (Bai et al., 2020). Az akkumulátorok aprítási eljárása így gyors és hatékony módszer az akkumulátorok anyagainak biztonságossá tételére, de az anód- és katódanyagok keveredése az újrahasznosítási folyamat kezdetén megnehezíti a későbbi feldolgozást. Az anyagok elkülönítését jelentősen javítaná egy olyan módszer, amelyben az anód- és katódszerelvényeket is szét lehetne választani a mechanikus vagy oldószeres elkülönítés előtt. Ez az egyik olyan kulcsfontosságú terület, ahol az életciklus végi újrahasznosítás tervezése valódi hatást ígér. A napjaink elektromos járműveiben található akkumulátorok cella kialakítása rendkívül bonyolulttá teszi az újrahasznosítást, és jelenleg sem a hidro-, sem a pirometallurgia nem kínál olyan útvonalakat, melyek tiszta anyagáramokhoz vezetnének (Harper et al., 2019).

### **4.3. Bio-hidrometallurgiai módszer**

A bio-hidrometallurgiai technológia környezetbarát volta miatt kiegészítheti a hagyományos pirometallurgiai vagy hidrometallurgiai módszereket, mivel az elhasznált Li-ion akkumulátorokból történő értékes anyagok kioldására mikrobiális metabolizáció során keletkező savakat használ. A bio-hidrometallurgiai eljárást (hulladékanyagból történő értékes fémek kinyerését mikrobiális savtermelés vagy mikrobiális anyagcsere segítségével) az alacsony költségek mellett nagy hatékonysággal kapcsolatos előnyei miatt alternatív módszerként fogadták el az értékes anyagok Li-ion akkumulátorokból történő kinyerésére (Hua et al., 2020). A biolazítást követő további elválasztási technikák nagyjából megegyeznek a hidrometallurgiai útvonallal (Martins et al., 2021). Ezen figyelemreméltó hidrometallurgiai kioldási eljárás fémemésztő baktériumokat használ, mely folyamatot széles körben vizsgálták az elmúlt években, elősorban az alacsony kezelési és visszanyerési igénye, a környezetre gyakorolt csekély hatása (szemben a pirometallurgiai és hidrometallurgiai folyamatokkal) és az alacsony működési költsége miatt a lítium-ion akkumulátorok szervesen és szervesen kioldási eljárásaihoz képest. A fémemésztő baktériumokat és gombákat széles körben vizsgálják a Li-ion akkumulátorok fémkomponenseinek újrahasznosítására (Martins et al., 2021).

A fent említett pozitívumok mellett, (mint a költség- és környezetvédelmi előnyök) az alacsony átteresztőképességgel és a lassú bioreakció kinetika miatti alacsony kioldási sebességgel kapcsolatos aggályok – mivel a biohidrometallurgiai folyamat napokat emészt fel ugyanazon hatékonyság eléréséhez, mint a savas kioldás (Martins et al., 2021) – e technológia életképes kereskedelmi alkalmazását hátrányosan befolyásolják (Bai, 2020).

## **5. Következtetések / Összefoglaló**

A tanulmány fő célja a jelenleg nagy népszerűségnek örvendő elektromos járművek háttérének vizsgálata volt a rendelkezésre álló szakirodalom alapján. A szakirodalmi bázis szűkítéséhez a szisztematikus irodalomkutatás (PRISMA SLR) elemeit hívtuk segítségül.

A Scopus adatbázisban szűkített elérhető tanulmányok alapján elemzésre került a ma kapható elektromos járművekben legnagyobb számban megtalálható lítium-ion akkumulátorok előnyei, kémiai fejlesztési lehetőségeinek előrelépései valamint hátrányai, amely által választokat kaphattunk a tanulmányban feltett kutatási kérdésre a lítium-ion akkumulátorokkal kapcsolatos fenntarthatósági akadályokra vonatkozóan. Így azon – a felhasználó számára ismert – aggályok, mint a hosszú töltési idő, az alacsony energiasűrűség (például a külső környezet alapján változó hatótáv), illetve a biztonság kérdése mellett globális szintű akadályok is megjelölésre kerültek, amelyek bár a felhasználók számára közvetlenül nem érzékelhetőek, mégis a lítium-



ion akkumulátorok fenntarthatóságát kihívások elé és megoldási javaslatok kidolgozására kényszerítik. A tárgyalt aggályokra reagálva a tanulmány második szakaszában a lítium-ion akkumulátoroktól eltérő, más összetételű energiatároló rendszerek fejlesztési fázisai, főbb ismérvei kerültek bemutatásra, válaszokat keresve az új, lehetséges alternatív útvonalakra, melyek a hatékonyabb energiatároló rendszerek megvalósítását célozzák. Az elemzésből kiderült, hogy a lehetséges jövőbeli energiatároló rendszerek összetételei közül érezhetően a szilárdtest akkumulátorok lehetnek a legnagyobb vetélytársai a lítium-ion akkumulátoroknak, mivel biztonságban, stabilitásban és energiasűrűségben is nagyobb hatékonyságot ígérnek. A tanulmány az elektromos járművekben használt, már korukat megélt, kapacitásukat elvesztett lítium-ion akkumulátorok 3 újrahaznosítási útvonalának bemutatásával zárult.

A kutatás további fejlesztéseként az új akkumulátor technológiák gyártását övező fenntarthatósági vizsgálata hozhat majd olyan kézzelfogható eredményeket, melyekkel összehasonlíthatóvá válhat a jelenlegi Li-ion akkumulátorok fenntartható gyártása. Ezen adatokra azonban egyelőre várni kell, mert a korábban említett akkumulátor típusok nagyrésze még a fejlesztési szakaszuk különböző fázisait élék meg.

## Irodalomjegyzék

- Ajanovic, A. & Haas, R. (2019). On the environmental benignity of electric vehicles. *Journal of Sustainable Development of Energy, Water and Environment Systems*, 7(3), 416–431. <https://doi.org/10.13044/j.sdewes.d6.0252>
- Amit, K. (2018). *The spiralling environmental cost of our lithium battery addiction*. <https://www.wired.co.uk/article/lithium-batteries-environment-impact> (Letöltve: 2022.12.01.)
- Bai, Y., Muralidharan, N., Sun, Y. K., Passerini, S., Whittingham, M. S. & Belharouak, I. (2020). Energy and environmental aspects in recycling lithium-ion batteries: Concept of Battery Identity Global Passport. *Materials Today*, 41, 304–315. <https://doi.org/10.1016/j.mattod.2020.09.001>
- Balon, V., Sharma, A.K. & Barua, M.K. (2016). Assessment of barriers in green supply chain management using ISM : a case study of the automobile industry in India. *Global Business Review*, 17(1), 116e135. <https://doi.org/10.1177/0972150915610701>
- Battery University (2022). *BU-205: Types of Li-Ion*. <https://batteryuniversity.com/article/bu-205-types-of-lithium-ion> (Letöltve: 2022.12.01.)
- Chen, M., Ma, X., Chen, B., Arsenault, R., Karlson, P., Simon, N. & Wang, Y. (2019). Recycling End-of-Life Electric Vehicle Lithium-Ion Batteries. *Joule*, 3(11), 2622–2646. <https://doi.org/10.1016/j.joule.2019.09.014>
- Chunwen, S., Shreyas, R., John, B. G. & Feng, Z. (2011). Monodisperse Porous LiFePO<sub>4</sub> Microspheres for a High Power Li-Ion Battery Cathode. *American Chemical Society*, 133(7), 2132–2135. <https://doi.org/10.1021/ja1110464>
- De Oliveira, U. R., Espindola, L. S., Da Silva, I. R., Da Silva, I. N., Rocha, H. M. (2018). A systematic literature review on green supply chain management: research implications and future perspectives. *Journal of Cleaner Production*, 187, 537–561. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.03.083>
- Deloitte (2022). *2022 Global Automotive Consumer Study*. Key findings: Global focus countries. <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/Consumer-Business/us-2022-global-automotive-consumer-study-global-focus-final.pdf> (Letöltve: 2022.12.05.)
- EDGAR/JRC (2021). Verteilung der CO<sub>2</sub>-Emissionen weltweit nach Sektor bis 2021. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/167957/umfrage/verteilung-der-co-emissionen-weltweit-nach-bereich/> (Letöltve: 2022.12.05.)

- Fotouhi, A., Auger, D.J., Propp, K., Longo, S. & Wild, M. (2016). A review on electric vehicle battery modelling: From Lithium-ion toward Lithium–Sulphur. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 56, 1008–1021. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2015.12.009>
- Gong, C., Xue, Z., Wen, S., Ye, Y. & Xie, X. (2016). Advanced carbon materials/olivine LiFePO<sub>4</sub> composites cathode for lithium ion batteries. *Journal of Power Sources*, 318, 93–112.
- Hannan, M. A., Hoqou, M. M., Hussain, A., Yusof, Y., Ker, P. J. (2018). State-of-the-Art and Energy Management System of Lithium-Ion Batteries in Electric Vehicle Applications: Issues and Recommendations. *IEEE Access*, 6, 19362–19378. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2018.2817655>
- Harper, G., Sommerville, R., Kendrick, E. et al. (2019). Recycling lithium-ion batteries from electric vehicles. *Nature*, 575, 75–86. <https://doi.org/10.1038/s41586-019-1682-5>
- Horváth&Partners (2020). Status quo der E-Mobilität in Deutschland. <https://www.horvath-partners.com/de/media-center/studien/faktencheck-e-mobilitaet-status-quo-der-e-mobilitaet-in-deutschland-update-2020/> (Letöltve: 2022.11.26.)
- Hua, Y., Zhou S., Huang, Y., Liu, X., Ling, H., Zhou, X., Zhang, C. & Yang, S. (2020). Sustainable value chain of retired lithium-ion batteries for electric vehicles. *Journal of Power Sources*, 478, 228753. <https://doi.org/10.1016/j.jpowsour.2020.228753>
- Kim, H., Lee, K., Kim, S. & Kim, Y. (2016). Fluorination of free lithium residues on the surface of lithium nickel cobalt aluminum oxide cathode materials for lithium ion batteries. *Materials & Design*, 100, 175–179. <https://doi.org/10.1016/j.matdes.2016.03.121>
- Kushwaha, G.S. & Sharma, N.K. (2016). Green initiatives: a step towards sustainable development and firm's performance in the automobile industry. *Journal of Cleaner Production*, 121, 116–129. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.07.072>
- Lai, Q, Zhang, H., Li, X., Zhang, L. & Cheng, Y. A novel single flow zinc-bromine battery with improved energy density. *Journal of Power Sources*, 235, 1–4. <https://doi.org/10.1016/j.jpowsour.2013.01.193>
- Langkau, S. & Erdmann, M. (2021). Environmental impacts of the future supply of rare earths for magnet applications. *Journal of Industrial Ecology*, 25(4), 1034–1050. <https://doi.org/10.1111/jiec.13090>
- Lee, J.H., Yoon, C.S., Hwang, J.Y. Kim, S.J., Maglia, F., Lamp, P., Myungd, S.T. & Sun Y.K. (2016). High-energy-density lithium-ion battery using a carbon-nanotube–Si composite anode and a compositionally graded Li[Ni<sub>0.85</sub>Co<sub>0.05</sub>Mn<sub>0.10</sub>]O<sub>2</sub> cathode. *Energy & Environmental Science*, 9(6), 2152–2158. <https://doi.org/10.1039/C6EE01134A>
- Leonie, S.-K. & Dev, M. (2022). eMobility – In-depth Market Insights & Data Analysis. Statista. <https://de.statista.com/statistik/studie/id/49256/dokument/emobility-market-insights-und-analysis/>
- Lin, R.-J., Chen, R.-H. & Huang, F.-H. (2014). Green innovation in the automobile industry *Industrial Management & Data Systems*, 114(6), 886–903. <https://doi.org/10.1108/IMDS-11-2013-0482>
- Lombardo, T., Lambert, F., Russo, R., Zanotto, F., M., Frayret, C., Toussaint, G., Stevens, P., Becuwe, M. & Franco, A.A. (2022). Experimentally Validated Three-Dimensional Modeling of Organic-Based Sodium-Ion Battery Electrode Manufacturing. *Batteries & Supercaps*, 5(8), e202200116. <https://doi.org/10.1002/batt.202200116>
- Martin, K. (2022). *Absatz von Elektroautos weltweit bis 2021*. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/406683/umfrage/anzahl-der-verkaeufe-von-elektroautos-weltweit-prognose/> (Letöltve: 2022.10.07.)
- Martins, L.S., Guimarães, L.F., Junior, A.B.B., Tenório, J.A.S., Espinosa, D.C.R. (2021). Electric car battery: An overview on global demand, recycling and future approaches towards sustainability. *Journal of Environmental Management*, 95, 113091. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2021.113091>

- Miao, Y., Hynan, P., Von Jouanne, A. & Yokochi, A. (2019). Current Li-Ion Battery Technologies in Electric Vehicles and Opportunities for Advancements. *Energies*, 12(6), 1074. <https://doi.org/10.3390/en12061074>
- Milborrow, I. P., Suran, K., Monkhouse, C., Gilbert, M. & Huntle, J. (2021). *Net Zero Economy Index 2021: Code Red To Go Green*. PwC, UK. <https://www.pwc.com/hu/hu/kiadvanyok/assets/pdf/net-zero-economy-index-2021.pdf> (Letöltve: 2022.12.02.)
- Moher, D., Liberati, A., Tetzlaff, J., Altman, D. G. & The PRISMA Group (2009). Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses: The PRISMA Statement. *Annals of Internal Medicine*, 151(4), 264–269. <https://doi.org/10.7326/0003-4819-151-4-200908180-00135>
- Parajuly, K., Ternald, D. & Kuehr, R. (2020). *The Future of Electric Vehicles and Material Resources: A Foresight Brief*. UNU/UNITAR - SCYCLE (Bonn) & UNEP-IETC (Osaka).
- Population.City (2022). *Norway Population*. <http://population.city/norway/> (Letöltve: 2022.10.07.)
- PRISMA (2021). *Welcome to the Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses (PRISMA) website!* <http://www.prisma-statement.org/> (Letöltve: 2022.11.09.)
- Rónay P. (2021). *A lítium jelenti a jövőt? Vannak hátrányai is a használatának?* <https://xforest.hu/litium/> (Letöltve: 2022.12.05.)
- Stampatori, D., Raimondi, P. P. & Noussan, M. (2020). Li-Ion Batteries: A Review of a Key Technology for Transport Decarbonization. *Energies*, 13(10), 2638. <https://doi.org/10.3390/en13102638>
- Staples, M. & Niazi, M. (2006). Experiences using systematic review guidelines. *Journal of Systems and Software*, 80(9), 1425–1437. <https://doi.org/10.1016/j.jss.2006.09.046>
- Thackeray, M.M., David, W.I.F., Bruce, P.G. & Goodenough, J.B. (1983). Lithium insertion into manganese spinels. *Materials Research Bulletin*, 18(4), 461–472. [https://doi.org/10.1016/0025-5408\(83\)90138-1](https://doi.org/10.1016/0025-5408(83)90138-1)
- Tóth Á. (2022). *A Comprehensive, Automated, and Systematic Literature Review on Applied P-graph Research with a Focus on Sustainability and Resilience*. Conference presentation. The 6th Sustainable Process Integration Laboratory Scientific Conference (SPIL'22), Brno, Csehország.
- U.S. Geological Survey (2019). *Mineral commodity summaries 2019*. National Minerals Information Center, Reston, VA. <https://doi.org/10.3133/70202434>
- Zhang, Z., Zhang, Q., Chen, Y., Bao, J., Zhou, X., Xie, Z., Wei, J. & Zhou, Z. (2015). The First Introduction of Graphene to Rechargeable Li–CO<sub>2</sub> Batteries. *Angewandte Chemie*, 54(22), 6550–6553. <https://doi.org/10.1002/anie.201501214>
- Zheng, X., Zhu; Z., Lin; X., Zhang, Y., He; Y., Cao; H. & Sun, Z. (2018). A Mini-Review on Metal Recycling from Spent Lithium Ion Batteries. *Engineering*, 4(3), 361–370. <https://doi.org/10.1016/j.eng.2018.05.018>
- Zhou, X., He, W.-z., Li, G.-m., Zhang, X.-j., Huang, J.-w. & Zhu, S.-g. (2010). Recycling of Electrode Materials from Spent Lithium-Ion Batteries. In *2010 4th International Conference on Bioinformatics and Biomedical Engineering, Chengdu, China, 18-20 June 2010* (pp. 1–4). <https://doi.org/10.1109/ICBBE.2010.5518015>

## Németország az európai labdarúgás térképén – jogi és sportföldrajzi megközelítés<sup>1</sup>

*Germany on the Map of European Football – a Legal and Sports Geography Approach*

**Dr. ENGELBERTH István PhD** egyetemi docens (*Associate Professor*)

Budapesti Gazdasági Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Kar (*Budapest Business School, University of Applied Sciences Faculty of Finance and Accountancy - Hungary*)

**Dr. VIRÁGH Árpád PhD** főiskolai docens (*College Associate Professor*)

Budapesti Gazdasági Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Kar (*Budapest Business School University of Applied Sciences, Faculty of Finance and Accountancy - Hungary*)

### **Absztrakt**

Németország Európa vezető gazdasági hatalma, centrumállam sok szempontból. Célunk bemutatni, hogy ez a szerep hogyan jelentkezik a társadalmi és gazdasági aktivitás egyre fontosabb területén, a sportban illetve a labdarúgásban? Hogyan változott az ország szerepe az európai futball térképén? A vizsgált periódus az 1960 és 2021 közötti évek, a labdarúgó-Európa-bajnokságok időszaka. 16 kontinenstorna statisztikáinak segítségével igyekszünk megválaszolni azt, hogy Európa első gazdasági hatalma a futballban is az élen áll-e? A játékosmigráció adatai alapján arra is választ adunk, hogy milyen vonzereje van a német futballgazdaságnak a földrészen, ebben milyen regionális különbségek mutathatóak ki? Kiemelt kérdés, mennyire érvényesül a földrajzi közelség, a hasonló kultúra a sportolói vándorlásban? A vizsgálatok szempontjából fontos a téma nemzetközi és német jogi környezetének feltárása, hiszen ezek a játékosáramlást befolyásolják. A jogi környezet változásaiban van számos csomópont, melyek összefüggnek Európa jelenkori történetével. Az integráció bővülése és mélyítése is fontos változásokat hozott a kontinensen, de a sportban illetve a sportgazdaságban is. Így ezeknek a vizsgálatával arra is választ kapunk, hogy az EU, illetve önmagában Európa expanzióját (európaizáció) hogyan segítették a kontinens labdarúgó életének változásai. A tanulmány alapján elmondható, hogy Németország az eredményesség tekintetében az elmúlt évtizedekben egyértelműen a kontinens labdarúgásának centrumállama volt. A centrumszerep, fogadóállamként a játékosmigrációban is érvényesült, igaz a német futball vonzerője kisebb mint az angolé, és nem is terjed ki minden régióra a kontinensen.

*Kulcsszavak:* centrum-periféria elmélet, Európa, labdarúgás, migráció, Németország, sportföldrajz

*JEL-kódok:* F22, J61, N44, O52, Z22,

### **Abstract**

Germany is Europe's leading economic power, the centre state of the continent in many ways. The presentation will show how this role is reflected in the increasingly important area of social and economic activity, and within that football? How has Germany's role changed on the map of the football? The examined period is the years between 1960 and 2021, the period of the

---

<sup>1</sup> A tanulmány végső szerkesztésének időpontjában derült ki, hogy Németország csapata – hasonlóan a 2018-as Vb-hez – nem jutott tovább az ún. csoportküzdelmekből a 2022-es katarai világbajnokságon. Csak a 2018-as és 2022-es világtornán fordult az elő az, hogy a Nationalelf nem jutott a Vb egyenes kieséses szakaszába.

European Football Championships. Using statistics from the 16 tournaments that took place during this period, we try to answer the question: is Europe's number one economic power also at the forefront of football? Using data on player migration, we will also try to find the answer for the questions: what kind of attractive force has the German football economy on the continent and what regional differences can be identified in this attractive force? An important question is: to what extent does geographical proximity and similar culture influence the migration of footballers? The legal environment of the topic is crucial for the analysis, as it has a significant impact on player flows. There are many nodes in the changes in the legal environment which are linked to the contemporary history of Europe. The widening and deepening of EU have also brought important changes on the continent, but also in sports. Thus, by examining these, we can also answer how the expansion of the EU, and the „Europeanization”, has been facilitated by changes in the continent's football life.

*Keywords:* centre-periphery model, Europe, football, Germany, migration, sports geography  
*JEL Codes:* F22, J61, N44, O52, Z22,

## **1. A tanulmány céljai, értelmezési keretei**

A migráció, az ember földrajzi térben történő helyváltoztatása, vándorlása egyidős magával az emberiséggel, így régóta a gondolkodás, illetve a tudományos vizsgálatok tárgya. Tanulmányunkban a társadalmi és gazdasági aktivitás egy jellemző szeletébe tekintünk be, a sportolók, ezen belül is a labdarúgók migrációjába. Vizsgálatunk helye a földrajzi térben Európa, illetve Németország. A folyamatok ismertetéséhez a labdarúgó-Európa-bajnokság (Eb) nyilvánosan is elérhető statisztikai adatait használjuk fel. Bár a fenti behatárolás szűknek tűnhet, a kapott eredmények hozzá tudnak járulni az sportolói migráció pontosabb megismeréséhez.

Németország Európa vezető hatalma, számos szempontból is a kontinens centruma. Vajon ez a szerep milyen módon és mértékben jelentkezik a labdarúgásban? Hogyan változott az évtizedek alatt? A játékosmigráció segítségével igyekszünk arra is választ adni, hogy milyen vonzereje van a német futballgazdaságnak a földrészen, és ebben milyen regionális különbségek vannak?

A hagyományos meghatározás szerint (Wallerstein, 1983) a centrum az a térség, mely gazdag, innovatív, önálló fejlődési utat jár, képes az önkorszerűsítésre, és ezek segítségével képes lépést tartani a versenytársakkal is. Képes az erőforrásokat magához vonzani a periféria- és félperiféria térségeiből. A tanulmányunkban a centrum értelmezése részben eltér az általánostól, és a következő szempontokból vizsgáljuk: a játékosok vonzása (játékosvándorlás mint erőforrások elszívása), a nemzeti válogatottak eredményességének mutatói, államok részvétele az Eb-ken és a tornarendezések. Ezek jól nyomon követhetőek a hivatalos statisztikákban (pl. UEFA, Transfermarkt), így megbízható alapot adnak a vizsgálatokhoz. Ezen keretek között nem érintjük a pénzügyi-gazdasági oldalát a kérdéskörnek. Ám fontos megjegyezni, hogy minél nagyobb pénzmozgásokat tapasztalunk egy adott sportágban, annál jellemzőbb rá a sportolói migráció. Ezek a populáris sportágak (látványsportok), melyeket nagyfokú érdeklődés követi az emberek, a szurkolók részéről. Ilyenek a labdajátékok általában, kiemelten a labdarúgás (Ács, 2009).

Kitekintésünk földrajzilag túlmutat Európán. Ugyanis a kontinenstornákat szervező Európai Labdarúgó Szövetség (UEFA) kiterjedése átlépi a földrész földrajzi határait. A szervezetnek 55 tagállama van, melyek között számos csak részben európai (Oroszország vagy Törökország), míg mások ázsiai országok (pl. posztszovjet államok, Izrael). A vizsgált periódus az 1960 és 2021 közötti évek, amikor is 16 kontinenstorna zajlott le, 8 az ún. rendszerváltás előtt, 8 pedig utána. Így alkalmunk van a két, közel azonos hosszúságú periódus összehasonlítására is.

A sportban jelentkező vándorlási folyamatok nagyfokú hasonlóságot mutatnak a munkavállalási célból történő migrációval. A sportcélú vándorlást azonban csak egy bizonyos minőség, azaz sportolói szint felett érdemes vizsgálni (Ács, 2009). Mi ezt a minőséget a labdarúgó Eb-k szintjénél húztuk meg, így a kontinens legkiválóbb, legtehetségesebb, válogatott játékosainak statisztikái alapján mutatunk rá a folyamatokra. A migráció annál jellemzőbb, minél magasabb színvonalat képvisel egy sportoló.

A sportolói vándorlás vizsgálata során további értelmezési kereteket jelöltünk ki. Az első, hogy mit tekintünk labdarúgó-migrációnak a tanulmányban? Ki számít ún. idegenlégiósnek? Általánosan bevett jogi definíció nincs, azonban a sportszakma szerint, idegenlégiós az, aki egy állam nemzeti válogatottjában úgy szerepel, hogy egy másik ország bajnokságában szereplő klubcsapat igazolt játékosa, munkavállalója. Ez alapján az általunk vizsgált migráció egy ún. külső (extern) migráció (külföldi sportolói vándorlás). Ez az államhatár átlépésével valósul meg, ami a fogalom közjogi értelmezése. Ebből következően szükségesnek tartjuk a játékosvándorlás és az Európa-bajnokságokhoz kapcsolódó jogi keretek vizsgálatát is. A társadalomföldrajzi megközelítés alapján a migráció során a helyváltoztató személy gyakran – nem feltétlenül – egy másik szociokulturális, illetve gazdasági közegbe kerül. A migráció iránya alapján egyrészt beszélhetünk sportolói bevándorlásról, ha egy külföldi személy sportolási célból hazai egyesület színeiben az országhatáron belül sportol. Kivándorló sportolók azok, akik a sporttevékenységüket külföldön végzik (Ács, 2009).

A játékosvándorlás során kialakulnak ún. migrációs csatornák, melyeket a szakirodalom „tehetségcsatornáknak” is nevez. Ezek az útvonalakon áramlik a sportoló két pont, a donor (kibocsajtó) és a host (befogadó) államok között. A donor országok adják a tehetséget és munkaerőt, melyet a befogadók bizonyos időszakra megvásárolnak, vagy kibérelnek (Molnár & Gál, 2008.) A sportolói munkaerő-áramlásra jellemző, hogy a szegényebb donor országok felől a gazdag befogadó országokba irányul. Így a tehetségek a centrum térségekben koncentrálnak. A donor térségek közé sorolhatók Közép- és Kelet-Európa országai, míg Nyugat-Európa elsősorban befogadó államokból áll (Maguire & Pearton, 2000).

A migrációban, így a sportolók vándorlásában is, meghatározó szerepük van a különböző húzó és taszító tényezőknek. Ács (2009) szerint a közelebbi munkahelyet választó sportolókat elsősorban az anyagi lehetőségek vezérlik. A távolabbra igazolóknak a sportszakmai szempontok már fontosabbak, bár esetükben is a pénzügyek a dominánsak. (Ács kutatása Magyarországra vonatkozik, ám élünk a feltételezéssel, hogy ez a volt európai szocialista államokra is jellemző. A régió futballistái pedig – ahogy tanulmányunk mutatja – nagy számban igazoltak Németországba.)

### 1. táblázat: Az európai futballrégiók

Futballrégiók	Országok (példák)
<i>Dél-Kelet-Európa (Balkán)</i>	Görögország, Törökország, jugoszláv utódállamok
<i>Észak-Európa</i>	Skandináv-államok, Finnország, Izland
<i>Kelet-Európa</i>	Szovjetunió utódállamai (Oroszország, Ukrajna)
<i>Közép-Európa</i>	Visegrádi-országok, Balti-államok
<i>Latin-Európa</i>	Olaszország, Portugália, Spanyolország
<i>Nyugat-Európa</i>	Egyesült Királyság, Franciaország, Németország

Forrás: saját szerkesztés

Másik értelmezési keret az ún. európai futballrégiók (1. táblázat). A migráció és a regionális különbségek feltárását az országok egyenkénti összevetése nehezzé tenné, ezért – a kutatás céljából – megalkottuk az ún. európai futballrégiókat (Engelberth et al., 2022). Kialakításukban a földrajzi fekvés, a társadalom- és kultúrföldrajzi jellemzők mellett az önálló futballkultúra, a

játék meghatározó tradicionális és gazdasági súlya is figyelmet kapott. A kategorizálás vitatható, azonban szemléletesebbé teszi a folyamatokat. Németország a nyugat-európai futballrégióhoz tartozik, ahogy a többi német nyelvű állam is. Ennek a régiónak a keleti határa a közép-európai futballrégió, melyhez tartozó országok eltérő gazdasági- és társadalmi fejlettsége, történelmük indokolják a két régió közötti határ megvonását. Így Németország – a különbségek ellenére – egy régióba került más európai futballnagyhatalmakkal, például Angliával. A nyugati futballrégió másik focihatalma Franciaország, amit nem Latin-Európához soroltunk. Ennek a régiónak a tagjai az ún. latin labdarúgás országai (Olaszország, Portugália, Spanyolország). Az elnevezést motiválta, hogy 1949 és 1957 között létezett egy Latin Kupa nevű sorozat, melyen Spanyolország, Olaszország, Portugália és Franciaország csapatai vettek részt (Stokkermans & Gorgazzi 2015). A latin kifejezés megjelenik a sportszakmában, a foci szellemessége, a technika labdarúgás kapcsolódik a jelzőhöz. Franciaország azonban, mely földrajzilag inkább nyugat-európai állam, és a futballkultúrája is részben más, jelentős donor állam, miközben befogadó is, a nyugati kategóriában kapott helyet.

A vizsgált korszak első felében meghatározó volt a hidegháborús szembenállás, melynek hatása volt a versenysportra. A „keleti és nyugati blokk” megközelítés a mai napig jelentkezik a nemzetközi életben, elegendő csak az EU-n belüli törésvonalakra gondolni. Hagyományosan a blokkok határa az ún. Vasfüggöny volt, az Elba-Adria vonal. Az ettől keletre fekvő volt szocialista országok a keleti blokk, nyugatra a nyugati blokk, az 1990 előtti kapitalista államok.

A labdarúgás regionális különbségeinek keretében fontos vizsgálni a kontinens legjelentősebb futballéletével (gazdaságaival) rendelkező államainak szerepét. Az európai futballnagyhatalmak (TOP-4 államok) közé a következő országokat soroltuk: Anglia, Németország, Olaszország és Spanyolország. Ezek az földrész futballjának legeredményesebb államai.<sup>2</sup> Csak az ún. TOP-4 országok – kiegészülve Franciaországgal (TOP-5) – nyertek világbajnokságot, és a klubfutball terén is a legeredményesebbek, például az 1992 óta zajló Bajnokok Ligájában (UEFA).

Az értékelésben fontos szempont, hogy az Eb-ken folyamatosan emelkedett a csapatok és a játékosok száma. Ezzel együtt az idegenlégiósok szerepe is folyamatosan nőtt (2. táblázat). A tanulmányban gyakran játékosok számának alakulása kerül említésre, de ez pontosan az Eb-kre történt nevezések számát jelöli.

**2. táblázat: A labdarúgó-Európa-bajnokságok a statisztikai adatok tükrében**

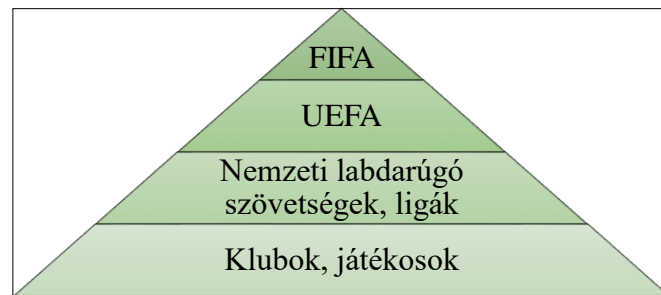
	1960	1964	1968	1972	1976	1980	1984	1988	1992	1996	2000	2004	2008	2012	2016	2021
<b>1</b>	70	75	88	70	70	176	160	160	160	352	352	368	368	368	552	620
<b>2</b>	0	2	0	0	8	8	19	43	53	106	172	170	177	170	341	399
<b>3</b>	0	2,6	0	0	11,4	4,5	11,9	26,9	33,2	30,1	58,9	46,2	48,1	46,2	61,8	64,4
<b>4</b>	4	4	4	4	4	8	8	8	8	16	16	16	16	16	24	24
<b>5</b>	0	1	0	0	2	3	5	5	8	13	14	15	16	15	23	24
<b>6</b>	-	-	-	-	-	-	1	2	2	4	9	9	7	7	16	19

Forrás: UEFA.com, weltfussball.de, saját szerkesztés

Magyarázat: 1. Játékosnevezések száma (fő), 2. Idegenlégiósok száma (fő), 3. Idegenlégiósok aránya (%) 4. Nemzeti csapatok száma az Eb-n, 5. Nemzeti csapatok száma az Eb-n, melyekben szerepeltek idegenlégiós (min. 1 fő), 6. Légiódominanciájú nemzeti csapatok száma (játékosok több mint 50%-a légiós)

<sup>2</sup> Az ún. UEFA-együttható alapján az angol Premier League-et, a spanyol La Ligát, az olasz Serie A-t, a német Bundesligát – az ún. TOP-4 ligákat – tartják a legszínvonalasabb bajnokságoknak.

## 2. A labdarúgók jogi helyzetének változása az EU-ban



1. ábra: A labdarúgás nemzetközi szervezeti felépítése

Forrás: García (2007)

A labdarúgás egységes szabályozása már a kezdetekben megkívánta, hogy egy nemzeteken átnyúló szervezet gondoskodjon az egységes szabályokról, a játékok szervezéséről. A FIFA (Fédération Internationale de Football Association) az 1904-es megalakulásától ezt a szerepet tölti be, és egyfajta piramisszerű hierarchikus rendszerben szabályozza világszinten a futballt: a játékszabályoktól kezdve, a játékosok, az egyesületek, a szövetségek jogállásán keresztül a nemzetközi versenyek megrendezéséig. A FIFA alá tartoznak a kontinensek labdarúgását felügyelő szervezetek (ún. konföderációk), mint Európában az UEFA, valamint országonként egy labdarúgó szövetség („egy szövetség elv”), kivéve Nagy-Britanniát (FIFA, 2022). Ezek a szervezetek a FIFA tagjai, azonban jogilag függetlenek egymástól. A hierarchiát közöttük az biztosítja, hogy az egyes szervezetek, szövetségek szabályzatai nem állhatnak ellentmondásban a FIFA ún. „statutumával”. A FIFA szabályzatoknak tehát – figyelembe véve az egyes nemzeti karakterisztikákat és jogi előírásokat – meg kell feleljenek az UEFA és az egyes nemzeti (pl. a német) labdarúgó szövetségek szabályzatai.

Történelmileg vissza kell tekinteni egy kicsit ahhoz, hogy megértsük a mai szabályozás lényegét, ami nemcsak sportjogi, hanem gazdasági és politikai kérdéssé is vált Európában. A kontinensen az átigazolások szabályozásának fejlődésében öt fontos eseményt lehet kiemelnünk:

- 1980-as évek: UEFA szabályozás.
- 1994: FIFA Regulations on the Status and Transfer of Players.
- 1995: EUB C415/93. számú ügyben hozott ítélete („Bosman-döntés”).
- 2000-es évek eleje: FIFA/UEFA 6+5 szabály elvetése.
- 2003: ún. Kolkpak-ügy.

A FIFA minden kontinentális szövetségnek megengedte, hogy a nemzetközi szabályozás mellett saját átigazolási rendjét is megalkossa. Az UEFA először a '80-as években alkotott az átigazolására vonatkozó szabályzatot. Ennek kiváltó oka az ekkor megélnéknülő játékos migráció, amelyet az Eb statisztikákban is nyomon lehet követni. Ezt alapul véve a FIFA a '90-es évek közepére kidolgozott egy, a játékosok státuszára és átigazolására vonatkozó szabályzatot, amely a mai napig változó tartalommal, de hasonló névvel és struktúrával érvényben van. A '90-es évek elejéig a két szervezet alapvetően a klubok megegyezésére bízta az átigazolások lebonyolítását. A nemzeti szövetségen belüli átigazolásokat az adott szövetség szabályzata rendezte, ezek pedig országonként eltérőek voltak. A FIFA – az 1994-ben először így nevezett – „Regulations on the Status and Transfer of Players” (RSTP) szabályzatában szabályozta az amatőr és a profi játékosok státuszát – alapvetően a labdarúgásból keletkező jövedelmük alapján, viszont nem érintette a más nemzeti szövetségnél nyilvántartott játékosok hazai kluboknál történő foglalkoztatását (külföldi játékosok). Ezt a kérdéskört az UEFA a '90-es évek elején az



Európai Bizottsággal hallgatólagos egyezségben – mivel korábban volt már az Európai Bíróságnak egy olyan ítélete, amely szerint az EK-n belüli, de más nemzetiségű labdarúgók alkalmazásának korlátozása ellentétes a közösségi joggal (C-13/76, ECR [1976] 1333) – 3+2 főben limitálta. Az 1994-es RSTP az UEFA-tól átvettek alapján a nemzetközi átigazolásnál kompenzációs díj fizetését írta elő. A játékos szerződtetéséhez szükséges volt a korábbi nemzeti szövetségtől egy olyan igazolást is beszerezni, hogy minden díj kifizetésre került. Így a játékosok a nemzeti szövetségeknek és kluboknak erősen kiszolgáltatott helyzetbe kerültek.

A FIFA – monopolhelyzetben lévén – másra tekintet nélkül alkothatta meg a szabályzatait, amelyek azonban sok esetben nem szolgálták a játékosok érdekeit, de főleg nem voltak összeegyeztethetők az adott térségben érvényes jogi szabályokkal, elsősorban Európában. Ez legpregnansabban két területen jelentkezett: a labdarúgók átigazolásokor a szerződésük lejártá után is kértek igazolási díjat, illetve más európai uniós országban való munkavállalásuk korlátozásában. Ebben a két ügyben hozott az EU ítéletet az ún. Bosman-ügyben 1995-ben, amely alapjaiban változtatta meg az kontinens futballjában a viszonyokat. Először is a Bíróság megállapította az ügyben a hatáskörét a FIFA szabályai alapján. E szerint profi az a játékos, akinek írásos szerződése van egy klubbal, és a labdarúgással kapcsolatos tevékenységéért több pénzt kap, mint amennyi költséget ténylegesen visel. Másrészt úgy ítélte meg, hogy a sportolók a kereső tevékenységük miatt gazdasági tevékenységet végeznek. Ezek alapján született meg a döntés az ügyben, mely szerint egyrészt a labdarúgó szerződésének lejártá után nem kérhet a korábbi klub átigazolási díjat, másrészt az EU-n belül nem lehet korlátozni a munkavállalókat abban, hogy szabadon vállalhassanak munkát bármelyik tagállamban (Európai Unió Bírósága, 1995).

A labdarúgók európai migrációja szempontjából több további fontos perről is szót kell ejteni, melyek a közép-kelet-európai labdarúgók áramlása, illetve a kvóták eltörlése szempontjából hangsúlyosak. Balog Tibor 1997-ben indított pert a magas „lelépési díj” miatt – ami a munkaerő szabad áramlásához való jogát korlátozta – a Charleroi ellen. Ez szintén az Unió Bíróságára került, ahol Balogot ugyanaz az ügyvéd képviselte a perben, aki korábban Bosmant. Az ügyben egyezség született (Tóth, 2014), de az Európai Bizottság ekkorra már magáévá tette a labdarúgásban is alkalmazandó szabad munkaerő áramlás elvét. Így azonban a FIFA és az UEFA nem tudták érvényesíteni azon szándékukat a Bizottsággal szemben, mely szerint a külföldi labdarúgók alkalmazására az ún. 6+5-ös szabály (6 hazai és 5 külföldi játékos) vonatkozik. Később a Malaya (lengyel kosárlabdázó) és Kolpak (szlovák kézilabdázó) ügyeiben hozott döntésekkel (Van den Bogaert, 2004) a sportolók szabad áramlására vonatkozó, addig csak az EU tagállamokra érvényes szabályozást a társult tagállamokra is kiterjesztette a Bizottság. A döntések megkönnyítették Európa keleti feléből a labdarúgók áramlását a centrum, így Németország felé.

### **3. Németország a labdarúgó Európa-bajnokságokon**

A nemzeti csapatok minden alkalommal ún. selejtezők során harcolták ki a részvétel lehetőségét a labdarúgó-Európa-bajnokságokra. 1960-ban és 1964-ben ezek még oda-visszavágós, egyenes kieséses párharcok voltak, ezt követően már a selejtezőkben csoportmérkőzések, illetve pótselejtezők döntöttek. (A selejtezők értékelése nem tartozik a tanulmány vizsgálati körébe.)

#### **3.1. Részvétel az Eb-ken**

Az eddigi 16 tornán 35 ország válogatottja szerepelt (3. táblázat). Németország, mely 1972 óta folyamatosan 13-szor vett részt, csak az első három, még 4 csapatos viadalokat hagyta ki. (Az egykori NDK sosem vett részt Eb-n. A mai Németországot az NSZK utódjának tekintjük a tanulmányban.) A listán meglepetésre Oroszország a második, mely különböző neveken (1988-ig Szovjetunió, 1992 Független Államok Közössége) 12-szer volt a legjobbak között. Ezt követi

Spanyolország, majd Anglia, Franciaország, Hollandia, Portugália. A sorban első „keleti” csapat, a csehek-csehszlovákok. A lista végén általában a kis népességű államok állnak, Közép- és Észak-Európából, illetve a Balkánról. Sosem voltak résztvevők a miniállamok és öt szovjet utódállam (Fehéroroszország, Kazahsztán, Grúzia, Moldova, Örményország). A baltiak közül csak Lettországnak sikerült a tornára jutnia, 2004-ben.

### 3. táblázat: A labdarúgó Eb-ken részt vevő néhány állam és eredményeik

	Ország	Részvétel száma	Mérkőzések száma	Győzelem	Döntetlen	Vereség	Gól-különbség	Pont
1	Németország	13	53	27	13	13	23	94
2	Olaszország	10	45	21	18	6	21	81
3	Spanyolország	11	46	21	15	10	26	78
4	Franciaország	10	43	21	12	10	19	75
5	Hollandia	10	39	20	8	11	24	68
6	Portugália	10	39	19	10	10	18	67
7	Anglia	10	38	15	13	10	14	58
8	Csehország	10	37	15	7	15	1	52
9	Oroszország	12	36	13	7	16	-12	46
20	Magyarország	4	11	2	4	5	-6	10
35	É-Macedónia	1	3	0	0	3	-6	0

Forrás: [https://www.weltfussball.de/ewige\\_tabelle/em/](https://www.weltfussball.de/ewige_tabelle/em/)

### 3.2. Eredményesség

Az eredményesség több szempontból vizsgálható (4. táblázat). Az aranyérmek alapján a legsikeresebb válogatottak az ún. futballhatalmak, kivéve a játék őshazáját, Angliát, mely sosem nyert még Eb-t. 16-ból 10 alkalommal a TOP-5 valamelyik állama nyert. 3-3 alkalommal a német és a spanyol válogatott diadalmaskodott. Ez utóbbi, melynek egyedülként sikerült megvédenie címét. Franciaország és Olaszország is kétszer nyert. Rajtuk kívül sikerült a dobogó tetejére állnia az első tornán a Szovjetunióknak, majd Csehszlovákiának, Hollandiának, Dániának, Görögországnak, és Portugáliának. A viadalokon tehát a kicsinek számító államok is el tudtak jutni a csúcsra, szemben a világbajnokságokkal, ahol a kontinens államai közül csak a nagyok – angolok, franciák, németek, olaszok, spanyolok – tudtak első helyet szerezni. A futballrégiónak összevetésben, a nyugatiak mellett a latin-európaiak is hat alkalommal nyerték el a trófeát. Figyelemre méltó, hogy a legutóbbi négy tornát a latin csapatok valamelyike nyerte. Sőt, ha a 2004-es görög, és a 2000-es francia sikert is figyelembe vesszük, akkor a mediterrán térség messze a legsikeresebb a XXI. századi viadalokon.

A bajnokságok története során Németország 3 alkalommal lett ezüstérmes, akárcsak a Szovjetunió. A torna elődöntőjébe 2021-ig összesen 17 állam válogatottja jutott el, a legtöbb-ször, 9 alkalommal éppen a Nationalelf. Ezzel alaposan megelőzi a vetélytársakat.<sup>3</sup>

A német válogatott 1972 óta folyamatosan résztvevője a kontinenstornáknak, miközben állandóan jelen volt a világbajnokságokon is. Mindössze két olyan periódus volt, amikor a Nationalelf nem jutott kétszer egymás után valamelyik világeseményen az elődöntőbe (1998 és 2000, illetve 2018 és 2021).

Elmondható, hogy a német a legeredményesebb nemzet az Eb-ken, egyértelműen a kontinens labdarúgásának centruma. A legtöbb mérkőzést is a német válogatott játszotta, a legtöbb-

<sup>3</sup> A 3. hely sorsát 1980-ig az elődöntő vesztesei között döntötték el. 1984-ben eltörölték a bronzmérkőzést, a veszteseket 3-diknak könyvelik el. Ténylegesen csak 2008-ban és 2012-ben kaptak bronzérmeket az elődöntőben kiesők.

bet is nyerte és a legtöbb pontot szerezte az Eb-k eddigi történelmében (4. táblázat). Kontinentális, vezető szerepét hosszú távon alátámasztja az is, hogy a világbajnoki eredményességet tekintve is megelőzi az európai országokat. Világszinten csak Brazília eredményesebb nála.

#### 4. táblázat: A legeredményesebb államok a labdarúgó Európa-bajnokságokon

Ország	Aranyérem (száma és a győzelmek éve)	Ezüstérem (száma és a megszerzés éve)	Elődöntők száma
<i>Németország/NSZK</i>	3 (1972, 1980, 1996)	3 (1976, 1992, 2008)	9
<i>Olaszország</i>	2 (1968, 2021)	2 (2000, 2012)	6
<i>Szovjetunió/Oroszország/FAK</i>	1 (1960)	3 (1964, 1972, 1988)	6
<i>Spanyolország</i>	3 (1964, 2008, 2012)	1 (1984)	5
<i>Franciaország</i>	2 (1984, 2000)	1 (2016)	5
<i>Portugália</i>	1 (2016)	1 (2004)	5
<i>Csehszlovákia/Csehország</i>	1 (1976)	1 (1996)	5
<i>Hollandia</i>	1 (1988)	–	5
<i>Dánia</i>	1 (1992)	–	4
<i>Görögország</i>	1 (2004)	–	1

Forrás: UEFA.com

### 3.3. A rendezés

1976-ig az Eb rendezője mindig a tornán részt vevő négy csapat valamelyike volt. Ezután már a selejtezőket megelőzően döntött az UEFA, hogy mely ország a rendező. Ez az állam selejtezők nélkül kvalifikálta magát a tornára. A rendezés terén egyértelműen Európa nyugati és déli államai (a nyugati blokk), elsősorban a futballhatalmak, domináltak. A TOP-5 országai a 16-ból 8 Eb-nek adtak helyszínt, 3-nak Franciaország (1960, 1984, 2016), 2-nek Olaszország (1968 és 1980), 1-1-nek Anglia (1996), Spanyolország (1964) és Németország 1988-ban. A nyugati dominanciát mutatja, hogy Belgium is kétszer volt helyszín, 1972-ben önállóan, 2000-ben Hollandiával együtt. A kisebb országok jellemzően közösen rendeztek Eb-t, a 2000-es torna mellett 2008-ban Ausztria és Svájc, 2012-ben Lengyelország és Ukrajna. Az egykori keleti blokkban csak Jugoszlávia adott önállóan helyszínt a bajnokságnak, 1976-ban. Ezenkívül Svédország (1992) és Portugália (2004) volt még házigazda. A pandémia miatt végül 2021-ben megrendezett Euro 2020 rendezője 11 nagyváros lett, a „nyugatiak” és „keletiek” egyaránt szerepet kaptak. Így jutottak rendezéshez olyan államok, melyeknek egyébként kis esélyük volt erre, például Azerbajdzsán, Románia vagy Magyarország. 2021-ben a rendező városok sorában ott volt München is. Így a következő 2024-es viadal során már harmadszor térhet vissza az Európa-bajnokság Németországba.

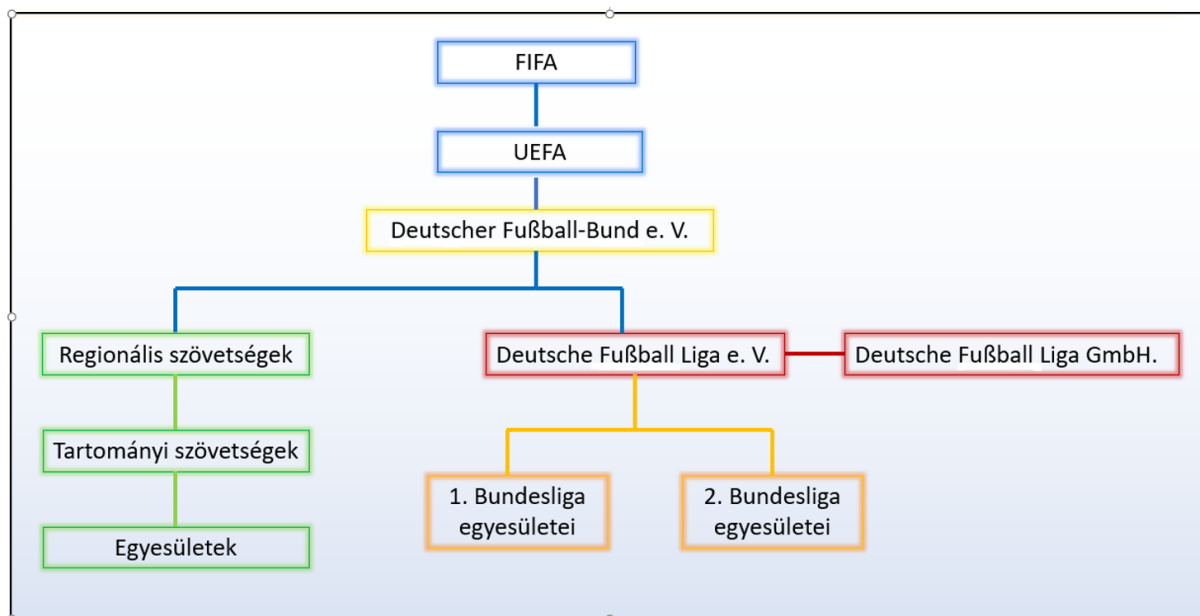
## 4. Németország szerepe az európai játékosmigrációban

Németország szerepe egyértelműen befogadó a labdarúgó-vándorlásban, melyben a legjelentősebb súlyt a megszerzhető jövedelem játszik, és mint a kontinens vezető gazdasága erre remek lehetőségeket biztosít. Ács (2009), Havran (2017) és Fűrész (2021) munkái alapján úgy véljük, a külföldre, így a Bundesligába szerződő futballisták döntéseiben is különböző mértékben, de fontos szerepet játszanak az országban elérhető magas életminőség, a földrajzi közelség, és a hasonló kultúra (nyelv) is. De nem szabad lebecsülni a sportszakmai, karrierépítési motivációkat sem.

### 4.1. A német labdarúgást meghatározó egyedi szabályozás

Az 1900-ban született Német Labdarúgó Szövetség (Deutscher Fußball Bund, DFB) a II. világháború után, 1949-ben alakult újjá. A legfontosabb döntéseit az ún. szövetségi üléseken hozza

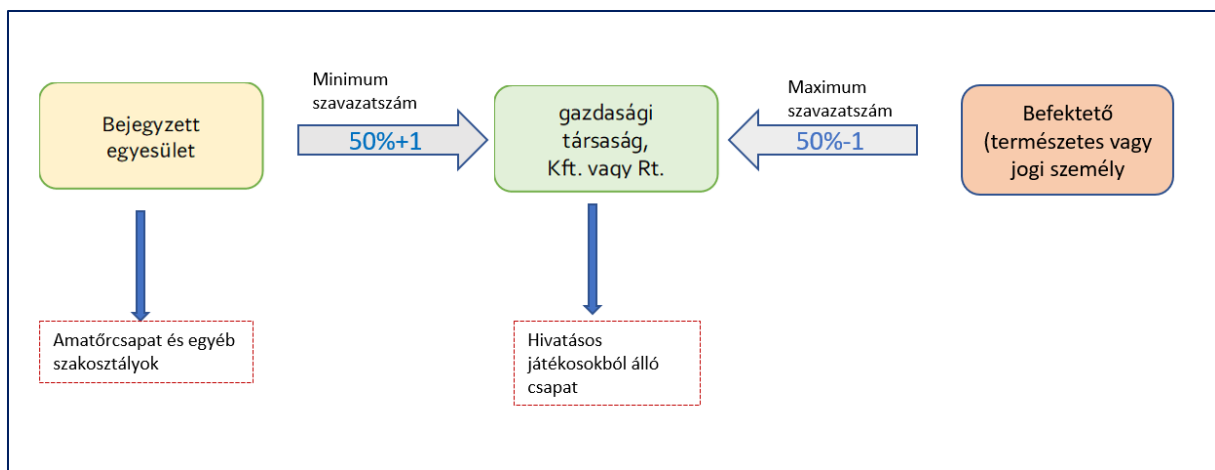
(DFB-Bundestag). A Szövetség a nemzetközi szabályzatok már említett hierarchikus elve alapján szabályozza a játékosok státuszát, az átigazolások feltételeit (DFB, 2022). Természetesen vannak olyan nemzeti sajátosságok, amelyek ha nem is közvetlenül, de kihatnak az átigazolások feltételeire. A futballban tapasztalható jelentős változások miatt a DFB a Bundesliga 1. és a Bundesliga 2. egyesületeinek megengedte (36. Bundestag kongresszus, 1998), hogy az ún. engedélyköteles játékosokat foglalkoztató részlegeiket gazdasági társaságokba szervezhessék (Scheid, 2020). Majd ezt követően 2000-ben megalakult a profi futballt képviselő Német Ligaszövetség, (DFL Deutsche Fußball Liga e.V.), melynek az 1. és 2. Bundesliga csapatai lettek a tagjai (DFL, 2022a). E kettő jelentős változást a labdarúgás gazdasági súlyának folyamatos növekedése idézte elő. Ugyanis a labdarúgásban már az ezredfordulót megelőzően olyan gazdasági potenciál összpontosult, hogy ennek kiaknázásához biztosítani kellett a megfelelő gazdasági kereteket. Így azután, hogy lehetővé tették a gazdasági társaságok részvételét a bajnokságban, értelemszerűen szükségessé vált a szervezeti feltételek igazítása a változáshoz. A DFL – a DFB tagjaként – felelős azóta a német első és második liga szervezéséért, működtetéséért. A DFL legutóbbi üzleti jelentése szerint, ma már igen jelentős összegekről van szó: a két liga több mint 4 milliárd eurós forgalmat bonyolított a 2020/21-es bajnoki évben. Ez mintegy 750 millió euróval elmaradt az utolsó pandémia előtti idény árbevételétől (DFL, 2022b).



**2. ábra: A német labdarúgás szervezeti felépítése**  
 Forrás: Littkemann, et al. (2003) alapján, saját szerkesztés

Van azonban egy jelenleg is érvényes, de igen vitatott szabály a német labdarúgásban, amely következtében a német sportszervezetek más pozícióból indulva tudnak működni, mint a többi, gazdaságilag és renoméjában is jelentős bajnokság. Ez az ún. 50+1 szabály, amely ugyan közvetve, de hatással van a játékosok migrációjára is. Ezt akkor hozták, amikor a DFB lehetővé tette, hogy gazdasági társaságok is versenyjogot szerezhessenek a Bundesligában. Erre a lépésre 1998-ban a többi európai nagy ligákhoz képest relatív későn került sor. Az angol, spanyol, olasz és francia ligákban már jóval korábban lehetőséget biztosított a szövetség és a jogalkotó az egyesületek gazdasági társaságokká alakulására, illetve ilyen formában a bajnokságban való részvételre. A lépés szükségszerű volt, mivel a német jog szerint az egyesület célja nem lehet gazdasági tevékenység végzése nyereség szerzése céljából. Viszont a tőkebefektetők

értelemszerűen szerették volna, ha a befektetésük eredményt hoz (Stopper, 2009). Az átalakulással tehát az volt a cél, hogy egy olyan konstrukciót találjanak, ami lehetővé teszi az egyesületeknek a tőkebevonást, de megtartja az egyesületek közötti relatív egyensúlyt, azaz, hogy egyrészt ne lehessen a pénz függvényében néhány egyesület kvázi „külön kaszt” a ligában, másrészt magában az egyesületben se érvényesülhessen egy döntéshozó kizárólagos akarata. Ezért azokban a gazdasági társaságokban, amelyek az 1. és 2. Bundesligában versenyjoggal rendelkezhetnek, a szavazatok többségével az anyaegyesületnek kell rendelkezni. A gyakorlatban ez azt jelenti, hogy az egyesületek a labdarúgó szakosztályait egy gazdasági társaságba szervezték ki, amelyben a szavazati súlyuk 50 %-a plusz egy szavazat. Természetesen az ilyen gazdasági társaságoknak is teljesíteni kell a bajnoki induláshoz szükséges egyéb liga és szövetségi előírásokat. E rendszer mellett és ellene is jelentős érvek szólnak, akár szurkolók, akár a szakosztályok vezetői, akár a jog képviselők részéről (Wirtschaftliche Freiheit, 2021; Stopper, 2021). Egy azonban biztos, a többi TOP-ligával szemben ez a rendszer megnehezíti a sportszervezetek számára a tőkebevonást, ami a jelenlegi átigazolási díjak mellett hátrányt jelenthet, elsősorban a nemzetközi kupákban történő sikeres szereplés terén (3. ábra).



**3. ábra: Gazdasági társaságok a Bundesligában**  
 Forrás: Hasler & DFL (2015), idézik Zülch & Pieber (2020)

A német labdarúgás – ahogy a korábbiakban kiemeltük – úgy a nemzeti válogatottnak, mint az egyesületek szintjén elért eredmények alapján Európa legsikeresebbjei közé tartozik. Többek között ezért is jelentős a Bundesligába tartó játékosokmigráció. A német első és második liga klubjai, a DFL és a DFB tagjaként, ezek szabályzatait alkalmazzák az átigazolások során, amely szabályzatok alapvetően a FIFA előírásait követik. Ez azt jelenti, hogy egy idényben kettő átigazolási időszakot rögzítenek, általában a szezon felénél, január 1-től 31-ig, valamint a nyári szünet idején július 1-től augusztus 31-ig. Ettől eltérés akkor lehetséges, ha a FIFA azt rögzíti. A játékosokkal főszabályként legalább 1 idényre kötik a szerződéseket (DFB, 2022). A kölcsönzés szintén átigazolásnak számít. A FIFA előírásai szerint egy játékos egy idényben legfeljebb 2 különböző nemzeti szövetségnél kaphat versenyengedélyt, továbbá a nemzetközi átigazolások esetében szükség van annak a szövetségnek az engedélyére is, amelynél a játékos játékkengedélye volt. A nemzetközi átigazolásokat az ún. TMS rendszeren kell rögzíteni és ez ad a játékosnak egy ún. E-ITC-t (Electronic International Transfer Certificate / Elektronikus nemzetközi játékkengedély). Ezen túlmenően szükséges bizonyos összegek megfizetése, melyek azokat a sportszervezeteket illetik meg, amelyek a labdarúgó nevelésében meghatározók voltak. Ezeket kompenzációkat a FIFA az ún. utánpótlás képzési kártalanítás (Training compensation) és a szolidaritási mechanizmus (solidarity mechanism) keretében határozza meg (FIFA, 2022).

Természetesen nem szabad figyelmen kívül hagyni az átigazolási díjakat sem, amelyek az igazán tetemes összegek, ám azokat – a Bosman-döntés óta – csak abban az esetben kérhet az átadó, ha még nem járt le a játékos szerződése. A Bundesliga 1-be és 2-be történő és ezekből induló nemzetközi átigazolásoknak a labdarúgó szervezetek részéről más szabálya, korlátozása nincsen. Azonban figyelembe kell venni a belső munkajogi előírásokat is, ha egy labdarúgó az EU-n kívülről érkezik, illetve a német labdarúgók esetében, ha az unión kívülre szerződnek.

#### ***4.2. A Németországból kiinduló játékosmigráció***

Az európai labdarúgóéletben a játékosok mozgása nem friss dolog, és nem kizárólag az elmúlt évtizedek globalizációs trendjeinek a következménye. Már a XX. század elejétől, a foci hódító útjának kezdetétől találkozunk ezzel. Sokáig jellemző volt, hogy a nemzeti csapatban szereplő játékosok döntően hazájuk valamelyik klubcsapatában játszottak, mivel a szigorú nemzeti határok nehezítették a mobilitásukat. Különösen igaz volt ez a rendszerváltás előtt a szocialista államokban, ahol döntően a belföldi sportolói vándorlás volt a jellemző. A '90-es évek elejéig külföldre csak az ún. mesterséges sportolói migráció irányult, ami valamely kényszerítő körülményt követett. Önkéntes, spontán sportolói migráció nem volt jellemző, tilos volt.

Az első 8 Európa-bajnokság a hidegháborús évtizedekben zajlott, 1960 és 1988 között, majd az ezt követő 8 egy már integrálódó és táguló Európában. 1988-ig az idegenlégiósok száma nem is volt túl magas, bár némi növekedés megfigyelhető volt. 1960-ban Franciaországban 4 ország – a szovjet, a csehszlovák, a jugoszláv és a francia – vett részt a viadalon. Ez volt az egyetlen torna, melyen több állam szerepelt a keleti blokkból, mint a nyugatiból. 1964-ben a spanyolországi tornán, a hazai keretben voltak először idegenlégiósok a torna történetében: Luis Suárez a milánói Internazionale-ből, Luis del Sol a torinói Juventusból. Az 1968-as olasz és 1972-es belgiumi Eb-ken minden játékos hazája klubjaiban rúgta a labdát. Utóbbin a német (NSZK) csapat először vett részt a tornán. Az első 8 csapatos torna 1980-ban Itáliában volt. Az NSZK csapatában ekkor vett részt az első kettő, nem a Bundesligában szereplő játékos Eb-n. Uwe Stielike a Real Madrid és Rainer Bonhof a Valencia alkalmazásában álltak. 1984-ben Spanyolországban rendezték a bajnokságot, így Stielike szinte hazai körülmények között segíthette a válogatottat. 1988-ban, a hazai rendezésű viadalon Rudi Völler Rómából és Thomas Berthold Veronából erősítette a Nationalelfet.

A Vasfüggöny megszűnése aztán alapvetően alakította át a kontinensen a sportolók migrációs lehetőségeit, ami az 1992-es svédországi Eb-vel kezdődően egyre nagyobb mértéket öltött. A folyamatot segítette, hogy az Európai Unió egyre tágabb lehetőségeket biztosított az országok közötti szabad mozgásra, munkavállalásra. Az 1992-es tornán a 20 tagú német válogatottból már 8-an játszottak az olasz bajnokságban, a keret 40%-a idegenlégiós volt. 1996-ban csak ketten voltak „külföldiek”. 2000-ben a keretben 4 légiós szerepelt, köztük Lothar Matthäus a MetroStars (USA) csapatából. Ő az első német játékos, aki hazája válogatottjába másik földrész klubjából érkezett egy Európa-bajnokságra. Ahogy az 5. táblázat mutatja, a válogatottban szereplő légiósok száma a legutóbbi két tornán látványosan nőtt, 2016-ban 9-en voltak, 2021-ben már 12-en, ami már 46%-os arány. A legjobb német labdarúgók jellemzően egy TOP-ligával rendelkező országba szerződnek. Ha összevetjük a Nationalelfet más, hasonló centrumállamok nemzeti csapataival, akkor a következők állapíthatók meg. Egyrészt a többi TOP-ligával bíró ország legjobb (válogatott) játékosai is döntően egy másik TOP-liga klubcsapatához szerződnek. Másrészt az olasz és angol idegenlégiósok – 16-16 fő – kisebb eséllyel szerződnek külföldre, mint a németek (46). Spanyolország esetében pedig 33 ilyen labdarúgó volt 1960 és 2021 között az Eb-statisztikák alapján.

**5. táblázat: A labdarúgó Eb-ken résztvevő német válogatott légiósainak megoszlása klubcsapatuk országa szerint**

Ország	1988-ig	1992	1996	2000	2004	2008	2012	2016	2021	1992-2021
<i>Anglia</i>				2	3	2	1	3	9	<b>20</b>
<i>Franciaország</i>									1	<b>1</b>
<i>Olaszország</i>	2	8	1	1			1	1	1	<b>13</b>
<i>Spanyolország</i>	3					2	2	3	1	<b>8</b>
<i>Törökország</i>			1					2		<b>3</b>
<i>USA</i>				1						<b>1</b>
<b>Összesen</b>	<b>5</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>12</b>	<b>46</b>

Forrás: Transfermarkt.com és UEFA.com alapján, saját szerkesztés

Miközben a nagy európai változások önmagukban (Vasfüggöny leomlása, Bosman-szabály, EU bővítése és mélyülése) döntően gyorsították fel a labdarúgók vándorlását Európában, ez a Nationalelfben szereplő légiósok számára nem volt különösebb hatással. Kezdetben Olaszország volt a legfontosabb célpont számukra, majd az ezredforduló után Anglia, másodsorban Spanyolország. Az angol pontvadászat a 2000-es években lett fokozatosan a kontinens legszínvonalasabb és gazdaságilag is legerősebb bajnoksága. A német játékosok munkavállalása török klubcsapatokban azt jelezte, hogy Törökország a '90-es évektől egyfajta alcentrummá tudott válni az európai labdarúgásban. Számos játékos igazolt az egyre színvonalasabb török liga klubcsapataihoz, melyek vonzerője nemcsak a perifériális helyzetű futballrégiókra terjedt ki (Közép- és Dél-Kelet-Európa) hanem kis mértékben Nyugat-Európára is.

**4.3. A Németországba irányuló játékosmigráció**

Az Európa-bajnokságok történetében az első német klubban játszó idegenlégiósok a jugoszláv válogatottban tűntek fel 1976-ban, 3 játékosnak is az NSZK-ban volt szerződése. A szocialista Jugoszlávia, el nem kötelezett politikájának köszönhetően aktív munkaerő-kibocsájtó volt Nyugat-Európa felé, és ez jelent meg a sportolói migrációban is. Az 1980-as viadalon az angol válogatottban volt két, az NSZK-ban alkalmazott profi.

1984-ben a dán válogatott szereplése történelmi áttörést hozott. Ez volt az első olyan nemzeti csapat, mely többségében légiósokból állt, a 20-ból 14 fő. Ebből ketten a Bundesligában szerepetek. A belga keretben szintén két „bundesligás” volt. Az Eb abban is fordulópont volt, hogy a 8 résztvevő válogatott többségében voltak légiósok, és csak háromban nem. (Portugália, Románia, Spanyolország.)

1988-ban, az NSZK-ban rendezett kontinensviadalon, a 8 csapatból már kettőben is a külföldről érkezők domináltak. Dánia együttesében volt csak a Bundesligában játszó légiós (2 fő). Írország lett az első olyan válogatott – mely ekkor először vett részt Eb-n – melynek egyetlen tagja sem játszott a hazai bajnokságban. (A 20 játékosból 16-an az angol pontvadászatban szerepeltek. Az írek eddigi 3 Eb-szereplésük során egyetlen hazai klubban igazolt játékost sem neveztek!)

Az 1992-es Eb után azonban rendkívül megélénkült a német játékospiac, a fentebb is említett európai változások hatásaként. A Vasfüggöny lebomlása után földrajzi közelsége, gazdasági prosperitása miatt Németország lett az egyik legfontosabb desztináció a volt keleti blokk országainak játékosai számára. Az Eb expanziója – emelkedő csapat- és játékoszám – megteremtette a lehetőséget számos „keleti” ország számára is, hogy szerepelhessenek a kontinentális viadalokon, így be tudtak kapcsolódni a nemzetközi és az európai sportolói migrációba. Jól mutatta a változó viszonyokat, hogy még az 1988-as szovjet Eb-keretben csak hazai játékosok kaptak helyet, addig az 1992-ben, a Szovjetunió utódként fellépő Független Államok Közösségének csapatában már csak kilencen szerepeltek a hazai (orosz vagy ukrán) bajnokságban, tizenegyen pedig valamelyik nyugat-európai pontvadászatban, egy fő Németországban

Az Eb-k történetében összesen 291 Bundesliga légiós – nem német válogatott – szerepelt valamelyik nemzeti válogatottban. Az 1960 és 1988 közötti 8 tornán összesen csak 11-en, majd 1992 után – folyamatosan emelkedve – 280-an voltak (6. táblázat). Ebben nagy szerepet játszott, hogy a tornák mezőnye – csapatok és játékosok száma – folyamatosan bővült. Megjegyzendő, hogy a légiósok számának és arányának emelkedése jóval dinamikusabb volt ezeknél.

Az Eb-ken szereplő 35 nemzetből 28 olyan van – a németen kívül – amelyek válogatottjában valamelyik Eb-n szerepelt a német ligákból játékos. Csak a lett, a norvég, illetve a „szigetországi” csapatokban (Írország, Skócia, Wales, Észak-Írország) nem játszott egyetlen alkalommal sem Bundesliga-légiós.

**6. táblázat: A labdarúgó Eb-k német bajnokságban szereplő idegenlégiósainak száma a futballrégiók szerint, 1992-2021.**

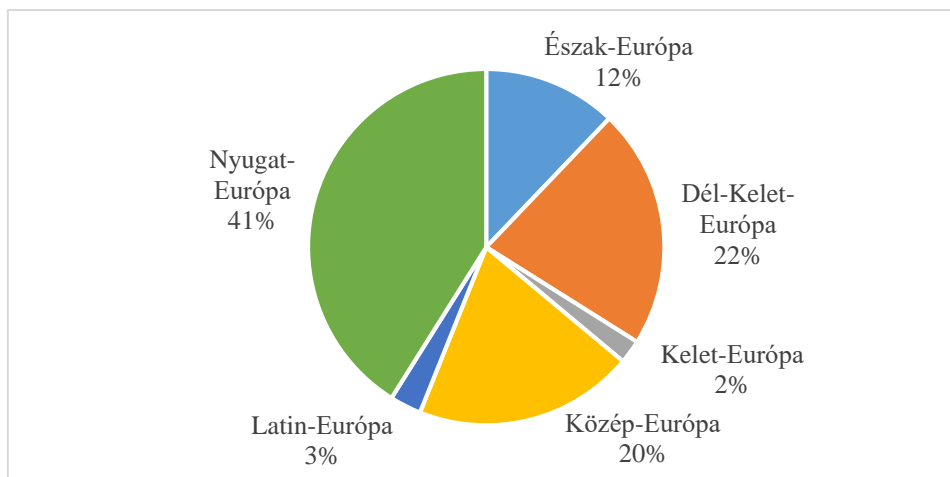
Futballrégiók	1992	1996	2000	2004	2008	2012	2016	2021	1992-2021
<i>Észak-Európa</i>	5	1	6	5	1	1	4	11	<b>34</b>
<i>Dél-Kelet-Európa</i>	-	13	6	11	12	8	7	4	<b>61</b>
<i>Kelet-Európa</i>	1	2	-	-	1	1	1	-	<b>6</b>
<i>Közép-Európa</i>	-	5	3	5	7	12	11	13	<b>56</b>
<i>Latin-Európa</i>	-	-	-	-	3	-	2	3	<b>8</b>
<i>Nyugat-Európa</i>	1	4	6	9	12	4	36	43	<b>115</b>
<b>Összesen</b>	<b>7</b>	<b>25</b>	<b>21</b>	<b>30</b>	<b>36</b>	<b>26</b>	<b>61</b>	<b>74</b>	<b>280</b>

Forrás: Transfermarkt.com és UEFA.com alapján, saját szerkesztés

A játékosmigrációt bemutató adatok alapján kijelenthető, hogy Németország kimondottan centrumpozíciót tölt be az európai futballban, befogadó szerepe többszöröse a donor szerepének. (Tekintettel arra, hogy a német válogatottban a tornákon 46 légiós játszott, miközben 280 olyan sportoló volt, aki más nemzeti csapatból a Bundesliga valamely klubjában szerepelt. Utóbbi azt jelenti, hogy a 16 labdarúgó-Európa-bajnokságon részt vett 3939 játékos (pontosabban ez játékosok nevezését jelenti), kb. 7% volt Bundesligából érkező idegenlégiós. Ez a mutató 11,7% az angol, 5,4% az olasz és 4 % spanyol bajnokságok esetében.

Amíg a legjobb német játékosok más centrumtérsegekbe igyekeznek, addig a Bundesligák elszívó hatása más, jobbra a periférikus helyzetű államokra, illetve futballrégiókra terjed ki. A balkáni és a közép-európai futballrégió játékosai számára a legjelentősebb célpont Németország. Az 1992 és 2021 közötti tornákon a balkáni válogatottak idegenlégiósainak mintegy 20%-a érkezett Németországból. Közép-Európa esetében ez az arány 24%. Az észak-európai futballrégió játékosai számára ugyanakkor nem a Bundesligák a legfontosabb célpontok, – hanem az angol bajnokság. 1992 és 2021 között az észak-európai válogatottakban szereplő légiósoknak a 21%-a szerepelt angol klubcsapatban, míg 12% németben. Latin-Európára is csekély a német bajnokság vonzereje. 1992 után a latin válogatottak idegenlégiósainak mindössze 6% volt Bundesliga játékos, ezzel szemben 39% Angliában volt igazolt sportoló. Németország népszerűségét megelőzték a francia, olasz és spanyol ligák is. (UEFA Statisztikák alapján, saját számítások.) A kelet-európai futballrégió és Németország kapcsolata is szűk. Egyik oka, hogy a régió a 2000-es évektől más utat jár a játékosmigrációban, mint a többi perifériális térség. Más térségek játékosai igyekeznek inkább ide. A régió egyéni útja jól látszik abban is, hogy mind az orosz, mind az ukrán válogatottak az Eb-ken egyre inkább a nemzeti bajnokságaikból nevezett játékosokkal szerepeltek. Ez teljesen eltérő tendencia más államokhoz képest. Oroszországról kijelenthető az, hogy Törökországhoz hasonlóan egyfajta alcentrummá vált az európai futballtérképen.





**4. ábra: A labdarúgó-Eb-k Németországban játszó idegenlégiósai az európai futballrégiókból (% , 1992-2021)**

Forrás: UEFA, saját számítások

Németország befogadó szerepe erősen érvényesül saját futballrégióján belül (4. ábra). Egy állammal, Angliával szemben játszik donor szerepet. Más országokból viszont nagy számban érkeznek a labdarúgók. Ki kell emelni Ausztriát és Svájcot, ahol az Eb-n szereplő válogatottakban 1992 és 2021 között 37 illetve 36 játékos szerepelt németföldről. 2016-ban Svájc keretében a 23 játékosból 18 volt légiós, melyből 11-en érkeztek a német pontvadászatokból. Ausztria válogatottjában 15-en voltak ilyenek. Az Euro 2020-on Svájc csapatában 4-en játszottak otthon, és 22-en idegenben, melynek fele, 11 fő a német Bundesliga-ban. Ausztria 2 hazai játékos mellett 24 légióssal lépett fel, melyből 21-en – többen, mint a Nationalelf-ben – a német bajnokságban „dolgoztak”. Az adatok alátámasztják, hogy a játékosmozgásban szerepet játszanak a kultúrföldrajzi hasonlóságok és a földrajzi közelség is. E tényezők Csehország (30 légiós 1992 és 2021 között), Dánia (18 fő), de Horvátország (25 fő) esetében is meghatározóak.

A TOP-4 államok viszonylatában Németország inkább donor szerepet tölt be. 1992 és 2021 között 5 olyan Eb-részteveő labdarúgó volt, akik az angol, olasz vagy spanyol válogatottban játszottak a Bundesliga-ból. Ezzel szemben 41 német focista volt alkalmazott más TOP-4 állam klubjaiban. A TOP-5 kategóriát vizsgálva az arány viszont 17-42. Franciaországgal szemben ugyanis nem donor, hanem a befogadó szerep érvényesül (12-1).

**7. táblázat: A TOP-4 ligákban alkalmazott és az Eb-n résztvevő légiósok száma<sup>4</sup>**

Ország	1964	1976	1980	1984	1988	1992	1996	2000	2004	2008	2012	2016	2021
<i>Anglia</i>			1		17	10	23	39	37	48	56	111	122
<i>Németország</i>		2	2	3	2	7	25	21	30	36	26	61	74
<i>Olaszország</i>	2			4	7	16	20	28	28	17	11	41	50
<i>Spanyolország</i>			2	2	2	4	15	32	14	21	14	21	36
<b>Összesen</b>	2	2	5	9	28	37	83	110	109	122	107	234	282
<b>arányuk, összes (%)</b>	2,6	2,5	2,8	5,6	17,5	23,1	23,6	31,3	29,6	33,1	29,1	42,4	45,5

Forrás: Transfermarkt.com és UEFA.com alapján, saját szerkesztés

Történetiségében tekintve a folyamatokat, az megállapítható, hogy az 1990-es években az olasz, illetve a német ligák bírtak a legnagyobb kontinensre kiterjedő vonzerővel. 2000 után

<sup>4</sup> „A TOP-ligákban és az elődbajnokságokban a résztvevő csapatok létszáma hasonló volt az 1960 és 2021 között. Elsősorban 18-20, néha 16 vagy 22 csapat szerepelt.” (UEFA)

azonban a fő célpont az angol bajnokság lett (7. táblázat). A legutóbbi két tornán már 6-6 német játékos is Angliában játszott. A spanyol válogatottban 2021-ben pedig már 10-en a Premier League-ből érkeztek, ugyanannyian, mint a hazai klubokból. (A 7. táblázat értékelésekor figyelembe kell venni természetesen azt, hogy az egyes ligákban hány játékos játszott az elmúlt évtizedek folyamán.)

A 2000-es Eb-n fordult elő először, hogy a legtöbb légiós a Premier League-ből érkezett. 2000-ben 39-en voltak (11%), 2021-ben már 122-en (19,7%). Az angol bajnokság vonzereje kihat az egész kontinensre, interregionális jellegű. Centrumjellegét az is mutatja, hogy a többi TOP-ligás ország sportolói is egyre inkább a szigetországba szerződnek az utóbbi években. Kontinentális viszonylatban a játékosok célpontjai alapján 2000 után a Bundesliga volt a 2. helyen, a 3. és 4. pozícióban a Serie A és a La Liga osztozott felváltva. Ezek a bajnokságok (államok) szintén bírnak kontinensre kiterjedő vonzerővel.

## 5. Következtetések

Németország gazdasági pozíciójához hasonlóan, centrumszerepet tölt-e be az európai labdarúgásban is. Ugyanakkor szerepe nem az első, ebben Anglia egyértelműen megelőzi. A német labdarúgás növekvő szerepében jelentős hatással volt, egyrészt az EU egyre erőteljesebb szerepvállalása a profi sport területén: az Európai Unió Bíróságának a határozatai alapján a profi sportban a migráció keretfeltételeit a munkavállalás szabályai szerint kell az érintett szövetségeknek meghatározni, melynek következménye a kvóták megszűnése volt. Másrészt fontos kiemelni a hazai egyesületekre vonatkozó speciális német szabályozást (50+1 szabály), melynek következménye a többi TOP-ligához képest korlátozottabb anyagi lehetőségek, amelyek közvetve a nem elhanyagolható hatással bírnak a Németország felé irányuló labdarúgó-migrációban.

Ha az elért eredményeket tekintjük, akkor a vezető szerep egyértelmű, az Európa-bajnokságokon elért sikerek, eredmények terén Németország a kontinens vezető állama. A játékosmigráció statisztikái alapján az állapítható meg, hogy Németország, bár a centrum része, korántsem a legközpontibb tagja az európai futballnak. Befogadó szerepe nem minden futballrégió viszonylatában érvényesül. Dél-Kelet- és Közép-Európa számára egyértelműen a német futballgazdaság a legfontosabb, viszont alig van vonzereje Kelet-és Latin-Európa irányába, Észak-Európában pedig megelőzi Anglia. Saját régiójában Anglia a fő vetélytárs, mely felé kimondottan donor szerepe van. 2000 után a kontinens labdarúgásának egyértelműen vezető bajnokságává a Premier League vált, a legjobb játékosok egyértelműen ide igyekeznek.

## Irodalomjegyzék

- Ács P. (2009). A sportolók területi mozgásai, avagy a sportoló vándorlás. *Tér és Társadalom* 23(3), 147-159. <https://doi.org/10.17649/TET.23.3.1262>
- DFB (2022). *Spielordnung – Schiedsrichterordnung*. [https://www.dfb.de/fileadmin/\\_dfbdam/270541-Heft\\_04\\_Spielordnung\\_Schiedsrichterordnung\\_20220930.pdf](https://www.dfb.de/fileadmin/_dfbdam/270541-Heft_04_Spielordnung_Schiedsrichterordnung_20220930.pdf) (Letöltve: 2022.10.04.)
- DFL (2022a). *Erfolgsstory mit Anlauf: Die Historie der DFL*. Letöltve: 2022.október 4. <https://www.dfl.de/de/ueber-uns/die-geschichte-der-dfl/> (Letöltve: 2022.10.04.)
- DFL (2022b). *Wirtschaftsreport 2022*. <https://www.dfl.de/de/?s=WIRTSCHAFTSREPORT+2022&submit=> (Letöltve: 2022.10.10.)
- Engelberth, I. & Fajt, B. (2022). *The geography of the European Football Championships*. Közép-Európa a globális térben nemzetközi konferencia.
- Európai Unió Bíróságának 1995. december 15-i ítélete a C 415/93. sz. ügyben. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A61993CJ0415> (Letöltve: 2022.06.15.)

- FIFA (2022). *Statutes*. May 2022 Edition. [https://digitalhub.fifa.com/m/3815fa68bd9f4ad8/original/FIFA\\_Statutes\\_2022-EN.pdf](https://digitalhub.fifa.com/m/3815fa68bd9f4ad8/original/FIFA_Statutes_2022-EN.pdf) (Letöltve: 2022.10.11.)
- Fűrész D. I. (2021). *Sztárigazolások eredményességre gyakorolt hatásának modellezése az európai labdarúgás példáján keresztül*. Doktori értekezés. Pécsi Tudományegyetem Egészségtudományi Kar Egészségtudományi Doktori Iskola, Pécs. [https://doktoriiskola.etk.pte.hu/public/upload/files/Doktoriiskola/Tezisfuzetek/FDI\\_Disszertacio\\_final\\_m\\_ikt.pdf](https://doktoriiskola.etk.pte.hu/public/upload/files/Doktoriiskola/Tezisfuzetek/FDI_Disszertacio_final_m_ikt.pdf) (Letöltve: 2022.10.04.)
- García, B. (2007). UEFA and the European Union: From Confrontation to Cooperation. *Journal of Contemporary European Research* 3(3), 202–223. <https://doi.org/10.30950/jcer.v3i3.52>
- Havran Zs. (2017). *A játékosok vásárlásának és képzésének jelentősége a hivatásos labdarúgásban. A közép-kelet-európai és a magyarországi játékospiac sajátosságai*. Doktori értekezés. Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástani Doktori Iskola, Budapest. [http://phd.lib.uni-corvinus.hu/978/1/Havran\\_Zsolt\\_dhu.pdf](http://phd.lib.uni-corvinus.hu/978/1/Havran_Zsolt_dhu.pdf) (Letöltve: 2022.10.05.)
- Littkemann, J. et al. (2003). Neuordnung des verbandsrechtlichen Rahmens für die Fußball-Bundesliga. *Wirtschaftswissenschaftliches Studium*, 32(7), 415–418. <https://doi.org/10.15358/0340-1650-2003-7>
- Maguire, J. & Pearton. R. (2000): The impact of elite labour migration on the identification, selection and development of European soccer players. *Journal of Sport Sciences*, 18(9), 759–769. <https://doi.org/10.1080/02640410050120131>
- Molnár Gy. & Gál A. (2008). A sporttal kapcsolatos migráció általános áttekintése. *Sporttudományi Szemle*, 9(35), 12–15.
- Stokkermans, K. & Gorgazzi, O. J. (2015). *Latin Cup*. Rec.Sport.Soccer Statistics Foundation (RSSSF). <https://www.rsssf.org/tables/l/latin.html>. (Letöltve: 2022.10.05.)
- Scheid, F. (2020). *Die „50+1” Regel der DFL – Alleinstellungsmerkmal oder Unionsrechtswidriges Relikt?* Diplomarbeit. Johannes Kepler Universität Linz. <https://epub.jku.at/obvulihs/download/pdf/5493058?originalFilename=true> (Letöltve: 2022.10.06.)
- Stopper, M. (2009). Die 50+1-Regel im deutschen Profi-Fußball. *WRP – Wettbewerb in Recht und Praxis*, 2009(4), 413–421.
- Tóth N. Á. (2014). *A sportjog, mint sajátos szakjog*. Doktori értekezés. Miskolci Egyetem. Állam- és Jogtudományi Kar. Deák Ferenc Állam és Jogtudományi Doktori Iskola, Miskolc. <https://doi.org/10.14750/ME.2015.011>
- Transfermarkt.com. Transfermarkt GmbH, Hamburg. [www.transfermarkt.com](http://www.transfermarkt.com) (Letöltve: 2022.11.05.)
- UEFA.com. The official website of European football. [www.uefa.com](http://www.uefa.com) (Letöltve: 2022.11.05.)
- Van den Bogaert, S. (2004). Case Comment. And another uppercut from the European Court of Justice to nationality requirements in sports regulations. *European Law Review*, 2(2), 267–275.
- Wallerstein I. (1983.) *A modern világgazdasági rendszer kialakulása*. Gondolat Kiadó, Budapest.
- Wirtschaftliche Freiheit (2021). *Pro & Contra. 50+1-Regel im deutschen Profifußball?* <http://wirtschaftlichefreiheit.de/wordpress/?p=29883> (Letöltve: 2022.10.08.)
- Weltfussball.de. HEIM:SPIEL Medien GmbH, Münster. [www.weltfussball.de](http://www.weltfussball.de) (Letöltve: 2022.11.05.)
- Zülch, H. & Pieper, H. (2020). Ist die 50+1-Regel noch zeitgemäß? Ein Meinungsbild zur umstrittenen Regelung im deutschen Profifußball. *HHL Working Paper*, Nr. 186 (June 2020). <https://dnb.info/1223944743/34>

## A körforgásosság mérési lehetőségeinek vizsgálata a szállodaüzemeltetésben

*Investigating the Possibilities of Measuring Circularity in Hotel Operation*

**KARAKASNÉ Dr. MORVAY Klára PhD<sup>1</sup>**

*főiskolai docens (Associate Professor)*

*Budapesti Gazdasági Egyetem, Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar (Budapest Business School, Faculty of Commerce, Hospitality and Tourism - Hungary)*

### **Absztrakt**

Az 1970-es évek óta a világ népessége megkétszereződött, miközben a globális GDP a négyszeresére nőtt<sup>2</sup>. Ez a hatalmas fogyasztás növekedés döntően a lineáris gazdaság alapelveivel valósult meg, melyben az elsődleges nyersanyagokból előállított termékek a felhasználás után hulladékká válnak a bennük lévő értékkel együtt. A körkörös gazdaság koncepciója a jelenlegi környezetvédelmi, gazdasági és ipari stratégiák és politikák kulcsfontosságú elemévé vált. Számos kutatás rámutatott arra, hogy a körforgásos gazdaságra való átállás jelentős gazdasági előnyökkel járhat. A körforgásos gazdaság célja, hogy a termék értékét a lehető leghosszabb ideig és a lehető legmagasabb értéken tartsa meg. A piacon számos – a körkörös gazdaság mérésére szolgáló – indikátor-keretrendszer és értékelési eszköz áll rendelkezésre, azonban a szolgáltatás-orientált vállalkozások, különösen a szállodák számára ilyen eszköz még csak kísérleti fázisban létezik. Ez a cikk a szállodai működés körkörösségének mérhetőségét vizsgálja és áttekinti a lehetséges mutatószámok körét.

*Kulcsszavak:* körkörös gazdaság, körkörösségi indikátorok, mérési lehetőségek, szálloda  
*JEL-kódok:* F64, Q56, Z3

### **Abstract**

Since the 1970s, the world's population has doubled, while global GDP has quadrupled. This huge increase in consumption was mainly realized with the basic principles of the linear economy, in which the products produced from primary raw materials become waste after use along with the value they still contain. The concept of the circular economy has become a key element of current environmental, economic and industrial strategies and policies. Many researches have pointed out that the transition to a circular economy can bring significant economic benefits. The aim of the circular economy is to keep the value of the product as long as possible and at the highest possible value. There are many indicator frameworks and assessment tools for measuring the circular economy available on the market, but for service-oriented businesses, especially hotels, such a tool only exists in an experimental phase. This article examines the measurability of the circularity of hotel operations and reviews the range of possible indicators.

*Keywords:* circular economy, circular metrics, measuring circularity, hotel  
*JEL Codes:* F64, Q56, Z3

---

<sup>1</sup> karakasnemorvay.klara@uni-bge.hu

<sup>2</sup> Forrás: IRP (2019).

## 1. Bevezetés és célkitűzések

Éppen ötven évvel ezelőtt 1972-ben a Stockholmi Konferencián<sup>3</sup> fogalmazták meg elődeink a környezetvédelem lényegét (UNEP)<sup>4</sup>. Az alapelvek már akkor tartalmazták, hogy az emberi tevékenységeket tudatosan kell megszervezni ahhoz, hogy a természetes (talaj, levegő, vizek, növény- és állatvilág) és az épített környezet károsítását elkerüljük. Az elmúlt időszakban beépült a köztudatba a fenntarthatóság keretrendszere is. Számos intézkedés történt, de az idei konferencián ismét le kellett szögezni, hogy nem elég csak a szlogenek szintjén megmaradni, a cselekedetek nem várhatnak tovább. „*A nagy hatású ágazatokban (élelmiszeripar, energia szektor, építőipar, termelés és közlekedés) a zéró kibocsátásra kell törekednünk. Itt a körforgásról, az erőforrás-hatékonyságról, a természet alapú megoldásokról van szó. És a lényeg: a dekarbonizáció nem várhat tovább*” (Andersen, 2022).

A körforgásos gazdálkodásra való áttérés fontossága ma már egyértelmű, mely a nehézségek (beruházás, innováció, átalakulás) mellett változatos lehetőségeket kínál a vállalkozások számára. Az előnyök között szerepel az erőforrás-hatékonyság és az innovációs képesség növekedése, a versenyképesség javulása, a vásárlói lojalitás emelkedése, az új ügyfélszegmensekhez való hozzáférés lehetősége, valamint a várható körkörös szabályozási követelményeknek való megfelelés elérése.

A körkörös vállalkozássá válás erőteljes stratégiai döntéshozatalt és tervezést igényel, amely a belső kapacitások, az anyag- és energiaáramlások, illetve a környezeti és társadalmi hatások alapos ismeretéből fakad. Mivel az átláthatóság és a hitelesség kulcsfontosságú a vállalkozások számára, a vállalatok érdekeltek a körkörösségük mérésében (WBCSD, 2018). Szükséges, hogy ismerjék tevékenységeik hatását, és igazolják az elért eredményeket a külső érintettek felé, mint a vevők, befektetők, szabályozó-, ellenőrző és jelentéstevő szervek, szállítók és civil szervezetek.

Ehhez nélkülözhetetlen a mérő rendszer, a mutatószámok és a mérési módszerek kialakítása és alkalmazása. Jelen tanulmány az eddig tett lépéseket vizsgálja, és bemutat néhány keretrendszert. A célok között szerepel, hogy a szállodai szolgáltatások esetében megvizsgálja a lehetséges mutatószámokat és javaslatot tegyen a legfontosabb mutatószámok meghatározására.

## 2. A körkörös gazdasági modell értelmezése

A természeti erőforrásokat az infrastruktúra kiépítésére és a gazdasági fejlődés ösztönzésére használják fel, de ezeknek a környezetre és az emberi jólétre gyakorolt negatív hatásai is vannak. A körkörös gazdaság (CE)<sup>5</sup> koncepciója világszerte egyre nagyobb figyelmet kap a döntéshozók és az érdekelt felek között.

A termelés és a fogyasztás lineáris modellje olyan „*take-make-waste*” mintát feltételez, amelyben energiával, munkával és tőkével egyetlen életciklussal természeti erőforrásokból nyert javakat és szolgáltatásokat állítanak elő. Az erőforrásokat a földből veszik (take), feldolgozzák (make), majd felhasználás után kidobják (waste). Ezt hívják a „*bölcsőtől a sírig*” elvnek (McDonough & Braungart, 2010). A lineáris gazdasági modell tehát az erőforrásokat korlátlannak tekinti, és feltételezi, hogy a bolygó szemét befogadó képessége szintén végtelen. A körforgásos gazdaság gondolata az elmúlt években egyre nagyobb figyelmet kapott, de a koncepció nem új. A CE kifejezés eredete az 1920-as évekre nyúlik vissza, különböző nézőpontokon és

<sup>3</sup> Az ENSZ konferenciája az emberi környezetről

<sup>4</sup> UNEP – United Nations Environmental Program – Az ENSZ Környezetvédelmi Programja

<sup>5</sup> Circular Economy

irányzatokon keresztül fejlődve napjainkig (Rodriguez et al., 2020). Az a hiedelem, hogy a lineáris fogyasztás eléri határait, abból fakad, hogy a felhasználható erőforrások mennyisége a következő években, évtizedekben folyamatosan csökkenni fog. A körkörös gazdaságban a termékek, anyagok és erőforrások értéke a lehető leghosszabb ideig megmarad, és a hulladékképződés minimálisra csökken (1. ábra).



**1. ábra: A körkörös gazdasági modell lényege**

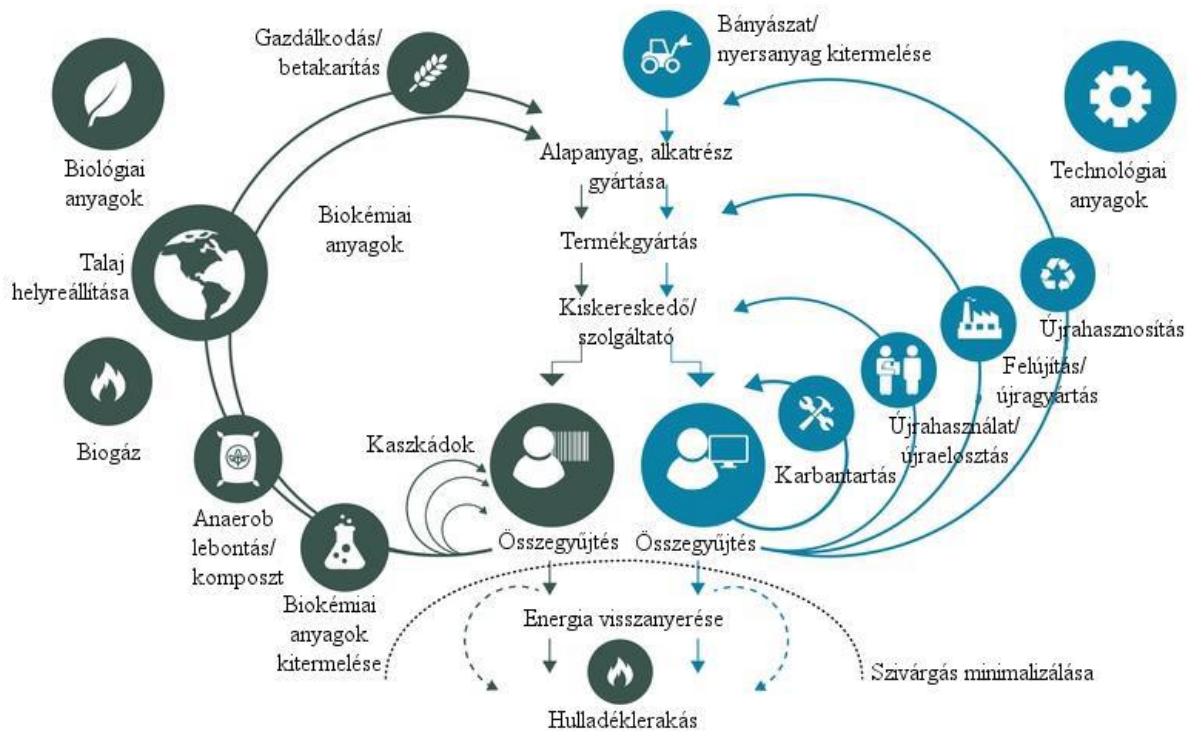
Forrás: Európai Bizottság (2014, p. 6.)

Rizos et al. (2017) áttekintette a körforgásos gazdaság különböző elérhető definícióit, és az értelmezések két fő kategóriáját azonosította:

- erőforrás-orientált értelmezések, amelyek hangsúlyozzák az anyagáramlások zárt hurkainak létrehozását és az alap erőforrás felhasználás csökkentésének szükségességét
- olyan értelmezések, amelyek megpróbálnak túllépni az anyagi erőforrásokkal való gazdálkodás fogalmán, és további dimenziókat építenek be.

Nyolc folyamatot határoznak meg a körkörös gazdaságban: újrahasznosítás; az erőforrások hatékony felhasználása; megújuló energiaforrások hasznosítása; termékek és alkatrészek újragyártása, felújítása és újrafelhasználása; a termék élettartamának meghosszabbítása; termék, mint szolgáltatás; megosztásos lehetőségek; és a fogyasztási szokások megváltoztatása (Rizos et al. 2017).

A körkörös gazdasági modell (Ellen MacArthur Foundation, 2019) két egymást kiegészítő hurkon (2. ábra) alapul, amelyek biológiai (élő szervezetek képesek lebontani) és technikai ciklusokból (amelyet élő szervezetek nem tudnak lebontani) állnak.



**2. ábra: A körforgás „Pillangó” modellje (Ellen MacArthur Foundation)**

Forrás: Horváth (2019, p. 18.)

Ennek a modellnek négy lényeges jellemzője van:

- A termék tervezés során és a termelési ciklus végén a zéró hulladékra törekvés.
- Anyag és energia körforgás (hurkok) kialakítása, ahol a hulladékban rejlő érték más folyamatban hasznosul.
- Innovatív üzleti modell bevezetése, mely nem a termékek birtoklására, hanem a használatára fókuszál.
- Szektorokon átívelő együttműködések közös alapanyag vagy energia beszerzéssel, információ megosztással, képzési vagy marketing programokkal.

### **2.1. A körforgásos gazdaság pozitív hatásai**

Az Európai Parlament (2015) öt fő lehetőséget emelt ki a körkörös gazdaságra való áttérés pozitív hatásaként, melyek már mérhető eredményt hoztak: a hulladék mennyiségének jelentős csökkenése, az üvegházhatású gázok (ÜHG) kibocsátásának csökkenése 39%-kal (McGinty, 2021), az elsődleges alapanyagok felhasználásának csökkentése 28%-kal (Eurostat, 2020), az emberi egészség és a biológiai sokféleség védelme (WHO, 2018) a levegő- és vízszennyező anyagok csökkentése révén.

A körkörös gazdaság jelentősen fellendítheti a gazdaságokat és munkahelyeket teremthet. Az Accenture (2015) becslése szerint 4,5 billió dollárnyi gazdasági növekedés generálható potenciálisan körkörös üzleti modelleken keresztül. A Nemzetközi Munkaügyi Szervezet (2018. évi World Employment and Social Outlook) kimutatása szerint 6 millió munkahely teremthető a körforgásos gazdaságra való átállással, amely magában foglalja az olyan tevékenységeket, mint az újrahasznosítás, javítás, bérbeadás és újragyártás.

A vállalatoknál megjelenő előnyök között említhető a megnövekedett erőforrás-hatékonyság, innovációs képesség, versenyképesség, vásárlói lojalitás, az új ügyfélszegmensekhez való hozzáférés, valamint a várható körkörös szabályozási követelményeknek való megfelelés.

A körkörös gazdaság képes csökkenteni a kkv-k kitettséget az emelkedő energia- és ingadozó erőforrások kockázatának.

## 2.2. Körkörös turizmus

A turizmus lényegében több eszköz és tevékenység komplex hálózata, mely tartalmazza a szállást, étkezést, a kiindulóponttól a célállomásig történő szállítást és a helyi közlekedést, valamint számos szabadidős, sport, kulturális és üzleti tevékenységet. A működésnek sajnos sok negatív környezeti hatása is van, mint például a víz (Alonso-Almeida, 2012), az energia (Girard & Nocca, 2017) magas felhasználása, valamint a szilárd hulladék és szennyvíz jelentős kibocsátása. Ezenkívül a turizmus felelős a globális CO<sub>2</sub>-kibocsátás körülbelül 5%-áért (UNWTO, 2008), elsősorban a közlekedés miatt. Egy másik, a turizmusból származó probléma a „*túlturizmus*”, amely negatív hatást gyakorol a biológiai sokféleségre, a kulturális és történelmi örökségre (Bremser & Alonso-Almeida, 2019). Ezenkívül negatív érzéseket ébreszt a helyi lakosokban, elsősorban az üdülőhelyek túlszűfolttsága, a zajszennyezés, valamint az alapvető infrastruktúra és közművek szűkössége miatt.

Tekintettel a turizmus világszerte fennálló jelentőségére, egyes szerzők elkezdtek tárgyalni a körkörös turizmust, amely a problémák enyhítésének megoldása lehet. A „*kék turizmus*” fogalma a tengerparti és tengeri turizmusra mutat rá, ami különösen jól profitálhat a körforgásos gazdaságra való átállásból (Manniche et al., 2017). A „*zöld turizmus*” mozgalom magában foglalja a felelősségteljes utazást a természeti területekre, amely megőrzi a környezetet, fenntartja a helyi emberek jólétét, és oktatást foglal magában (The International Ecotourism Society, 2015).

## 2.3. Körkörös szállodaipar

A szállodaipar általában pozitív hatással van a munkahely- és a bevételteremtésre, ugyanakkor negatív társadalmi és környezeti hatásokkal is összefüggésbe hozható. Tekintettel a szálláshelyek nagy környezeti lábnyomára, az iparág szereplőinek reagálniuk kell az utazók növekvő környezettudatosságára. A Booking.com 2021-es Fenntartható Utazási Jelentése, amely több mint 29 000 vendég visszajelzésén alapul, azt mutatja, hogy a válaszadók 83%-a jelenleg létfontosságúnak tartja a fenntartható utazást és szállást. Több mint fele csalódott, ha turisztikai célpontja nem támogatja, vagy szálláshelye megakadályozza őket abban, hogy fenntartható módon cselekedjenek (Booking, 2021).

A szállodák már 2017 óta foglalkoznak iparági szinten<sup>6</sup> a „*net-zero*”, azaz a karbonsemlegesség felé elmozdulással, melyet a Sustainable Hospitality Alliance szorgalmaz. A jelentésük megállapítja, hogy a 2010-es szinthez képest a szállodaiparnak csökkentenie kell az üvegházhatású gázok szobánkénti kibocsátását 2030-ra 66%-kal, 2050-re pedig 90%-kal. E dokumentum megjelenése óta számos szálloda vállalat megfogalmazta erre irányuló céljait.

Az alkalmazható körkörös stratégiák és üzleti modellek eltérőek lesznek a szervezeti és piaci kontextustól függően például a nagy vagyonnal működő vállalkozások (mint a szállás, a fürdők vagy a közlekedés) és a kevés eszközt igénylő szolgáltatások (például utazási ügynökségek) esetében.

A körkörös alapelveket gyakran fogalmazzák meg „R”-ek formájában. Jelenleg már „9R” létezik (Potting et al., 2017):

- Refuse-lemondás a vásárlásról,
- Reuse-újra felhasználás,
- Reduce-csökkentés,
- Recycle-újrahasznosítás,
- Redesign-újratervezés,

---

<sup>6</sup> The Global Hotel Decarbonization Report



- Remanufacture-újragyártás,
- Recover-helyreállítás,
- Refurbish-felújítás,
- Repurpose-más célra hasznosítás.

Ezen elvek nagy részét a szállodák már alkalmazzák. Sorin és Einarsson (2020) átalakította a pillangó ábrát és a szállodákra adaptálta. Ennek lényege, hogy már az épület tervezésekor figyelembe kell venni annak energia igényét, a működés körköröségét, a felújítási és újra hasznosítási lehetőségeket, illetve az életciklus végén a lebontás és értékmentés körülményeit. A technológiai és biológiai anyagok körforgása a környezeti hatások csökkentése érdekében történik. Ez a körkörös megközelítés – hatékony kommunikációval – támogathatja az előnyös piaci megkülönböztetést és az elkötelezett szolgáltatóként való pozicionálást.

### 3. Kutatási módszer

Ebben a tanulmányban főként az eddig megjelent szakirodalom rendszerezése történik. A források széleskörű merítésében a tudományos cikkek és a szakmai szervezetek anyagai is megtalálhatók. A kulcsszavas keresések a körkörös gazdaság és a mérési lehetőségek feltárására irányultak. A szerző igyekezett a hazai és nemzetközi forrásokat széles körben megtalálni, és tartalmukat tárgyilagosan összefoglalni. A kutatás eredménye egy olyan elméleti munka, amelynek célja elsősorban a jelenségek vagy a megfigyelhető tények háttérével kapcsolatos új ismeretek megszerzése és szintetizálása. A kutatás főként arra keresi a választ, hogy:

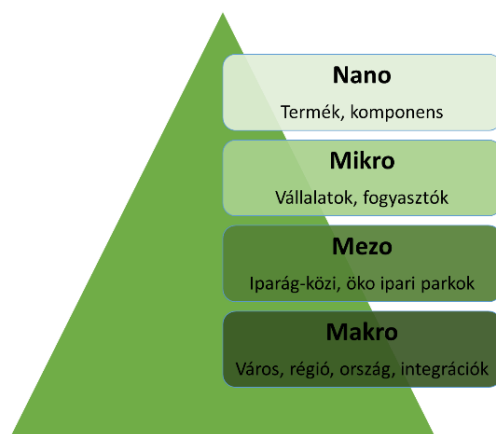
- K1: Miért fontos a körköröség mérése a vállalatok esetében?
- K2: Milyen területekre irányulnak a mérések?
- K3: Milyen mérőszámok használhatók?
- K4: Milyen módon adaptálhatók a létező mérőszámok a szállodák körköröségének mérésére?

### 4. A körköröség mérési lehetőségei

A fentiek tükrében egyértelművé vált, hogy a körköröség nagyon komplex kérdéskör. Több elméleti koncepciót és gyakorlati megoldást ötvöz: az ipari ökológiától a „*bölcsőtől a bölcsőig*” (Braungart & McDonough, 2002) és a kék gazdaság (Pauli, 2010; Manniche et al., 2017) koncepciót át a biomimikriig. „*A körforgásos gazdaság – az eddigi környezet alapú kezdeményezésekkel ellentétben – tehát nem csupán egyetlen ökológiai aspektust képvisel (például klímavédelem), sokkal inkább egy új fejlesztési paradigmát jelent (Horváth, 2019), amelynek a holisztikus látásmódja sokoldalúan integrálja a fenntarthatóság pilléreinek (gazdaság, társadalom és környezet) különböző alrendszeit*” (Németh, 2021, p. 18.).

Ahhoz, hogy megérthessük hogyan épülhet be a mindennapok gyakorlatába, először is bizonyítani kell a jótékony hatásokat. Fel kell ismerni, hogyan teremthet többletértéket és hogyan teheti hatékonyabbá a gazdaságot. A teljesítmények mérése elengedhetlenné válik, mert „*amit nem tudunk mérni, azt menedzselni sem tudjuk*” (Peter F. Drucker).

A „*cirkularitás*” mérése több szinten is lehetséges (3. ábra):



### 3. ábra: A körkörösség mérési szintjei

Forrás: Saját szerkesztés

Az országok, régiók (makro) szintjén a körforgásos stratégiák megvalósítása jelentősen hozzájárulhat a klímacélok eléréséhez és a globális felmelegedés mérsékléséhez, melyre az országok vállalásokat tettek. A körforgásos gazdaságban való előrehaladás és a teljesítmény mérése nehéz feladat, melyhez az Európai Bizottság (2018) megalkotott egy nyomon követési keretrendszert, ami egy erőforrás-hatékonysági és egy nyersanyag eredménytáblán alapul. A rendszer tíz mutatóból áll, amelyek a körforgásos gazdaság négy szakasza, illetve szempontja szerint csoportosíthatók: (1) termelés és fogyasztás, (2) hulladékgazdálkodás, (3) másodlagos nyersanyagok és (4) versenyképesség és innováció. Ez nagyjából követi a körforgásos gazdaságra vonatkozó cselekvési terv logikáját és szerkezetét (Európai Bizottság, 2018).

A körforgásos gazdasági stratégiák alkalmazási szintjét mérő mutatókra vonatkozó kutatások mutatják, hogy az igyekezetek ellenére sem használ minden ország ugyanolyan indikátorokat a mérésre (Elia et al., 2017). A leggyakoribb makro mérőszámok közé a hulladék lerakás nagyságrendje és aránya, az elsődleges és másodlagos erőforrások felhasználása és az újrahasznosítás hatékonysága tartozik (Parchomenko et al., 2019), miközben például a természeti értékek megőrzését kevéssé mérik. Sok mutatószám került kialakításra, melyek céljaiban, hatókörében és lehetséges alkalmazásában még vannak következetlenségek (Kozma et al., 2021).

Az Európai Unió Fenntartható Finanszírozási Akciótervének keretében 2020-ban életbe lépett a fenntartható tevékenységek egységes osztályozása. Az ebben foglalt zöld tevékenységek segítik a hat környezeti célkitűzés elérésének egyikét: éghajlatváltozás mérséklése, éghajlatváltozáshoz való alkalmazkodás, vízi és tengeri erőforrások fenntartható használata és védelme, a körforgásos gazdaságra való átállás, a szennyezés megelőzése és csökkentése, a biológiai sokféleség és az ökoszisztémák védelme és helyreállítása.

2022-től a taxonómia rendelet hatálya alá eső vállalatoknak<sup>7</sup> (mikro szinten) közzé kell tenni, hogy tevékenységük mennyire fenntartható (Szabó & Rudas, 2022), azaz a vállalatok a szabályozó rendszer előírásai miatt is kell, hogy mérjék a teljesítményüket. Újra kell gondolniuk a termékek életciklusát a tervezéstől kezdve a gyártáson, a csomagoláson, a szállításon, a fogyasztáson keresztül egészen a hulladékkezelésig. Törekedni kell a hasznos élettartam maximalizálására és ennek végén a visszajuttatására a gazdasági körforgásba – például újrahasznosítással - vagy arra, hogy biológiailag lebomoljon (Szabó & Rudas, 2022).

A körkörös gazdaság fellendülésével egyre több mérési keretrendszer alakult ki, melyekből néhányat az 1. táblázat szemléltet.

<sup>7</sup> Jelentési kötelezettsége azon vállalatoknak van, ahol az üzleti évben a foglalkoztatottak száma 250 fő fölötti, a mérlegfőösszeg meghaladja a 6 milliárd forintot és/vagy az árbevétel a 12 milliárd forintot.

**1. táblázat: Eltérő szintű fenntarthatósági és körkörösségi mérő rendszerek**

<b>Szint</b>	<b>Eszköz</b>	<b>Jellemző</b>
<b>Ország</b>	European Commission Monitoring Framework for the Circular Economy	EU tagállamok körforgásosságának nyomonkövetése. Négy terület: termelés és fogyasztás, hulladékgyűjtés, másodnyersanyagok, versenyképesség és innováció.
<b>Város</b>	EU Urban Agenda Partnership for the Circular Economy – Indicators	Az Európai Bizottság megfigyelési keretrendszeréhez igazodó mutatókészlet, mely városok előrehaladását méri a CE-ben.
<b>Város</b>	Circle City Scan by Circle Economy	Az anyagáramlás-elemzés áttekintést nyújt egy város erőforrás-felhasználásáról és hulladéktermeléséről. Ezt követi a körkörös stratégia és cselekvési terv kidolgozása. Fizetett szolgáltatás.
<b>Vállalat</b>	CYRKL circular waste scans	Az infoszkenelés ingyenes, a cég éves hulladékbevallása alapján számítják ki. A hulladékáramok és a lehetséges megtakarítások részletesebb áttekintése, a pénzügyi és CO2-megtakarítások konkrét számítása nem ingyenes.
<b>Vállalat, termék</b>	CTI Tool by WBCSD	Kvantitatív mutatókon alapuló ingyenes önértékelő eszköz, felméri az anyag be- és kiáramlást, a víz körforgását és a megújuló energiát.
<b>Vállalat, termék</b>	Circulytics by Ellen MacArthur Foundation (EMF)	Ingyenes önértékelő eszköz három kategóriában: stratégia, innováció és anyagáramlás. Az eredménymutatókat ágazatonként benchmark-olják (anyagáramlás, szolgáltatások, tárgyi eszközök, víz-áramlás, energia és a pénzügyek).
<b>Vállalat</b>	Circle Assessment by Circle Economy	Online önértékelő eszköz, pontozza a vállalatokat a jelenlegi gondolkodásmódjuk alapján, valamint tréningezi az alkalmazottakat a körkörös lehetőségekről.
<b>Termék</b>	Material Circularity Indicator tool by EMF	Egy termék körforgási szintjét méri a gyártási folyamatok bemeneti tényezőinek, a felhasználási szakasz hasznosságának, az élettartam végi rendeltetésnek és az újrahasznosítás hatékonyságának megértésével.
<b>Termék értéklánc</b>	Circular IQ	Fizetett felhő alapú platform, amely támogatja a vállalkozásokat a CE teljesítménykritériumok azonosításában, a beszállítók és ellátási láncuk teljesítményadatainak összegyűjtésében, összehasonlításában és elemzésében egészen a nyersanyaggyártóig.
<b>Termék</b>	LCA - Life Cycle Assessment	Egy termék életciklus szakaszainak vizsgálata (a nyersanyagtól az újrahasznosításig) a környezeti hatások mérésével, mely minden szakaszban vizsgálja a nyersanyag és energia felhasználást, valamint a hulladék kibocsátást. Javaslatokkal zárul.
<b>Termék</b>	CET - Circular Economy Toolkit	Egy termék életciklus szakaszainak vizsgálata (a termék tervezéstől az újrahasznosításig) 33 kérdés megválaszolásával. Cél a potenciális fejlesztési lehetőségek feltárása, melyre javaslatokat tesznek.
<b>Termék</b>	CEIP - Circular Economy Indicator Prototype	Egy termék életciklusának vizsgálata körkörösségi szempontból, 15 kérdés megválaszolásával, melynek eredményeképpen egy % és egy radar diagram készül.
<b>Város</b>	GDS Index by Global Destination Sustainability Movement	Fenntarthatósági benchmarking és fejlesztési program a desztinációk számára. Egy desztináció jelenlegi társadalmi és környezeti teljesítményének felmérésére, majd a teljesítmény javítására használják. 70 kritériumot vizsgál, összhangban az ENSZ fenntarthatóság fejlesztési céljaival (SDG).
<b>Vállalat</b>	CIRCelligence by Boston Consulting Group	A BCG által kialakított átfogó önértékelési rendszer, mely a vállalatok körkörösségét teszteli mennyiségi és minőségi indikátorok-

		kal. 50 kérdéskör, 2500 adat az anyag be- és kiáramlásról, csomagolás, vízfelhasználás. A minőségi kérdések a szervezetről, az együttműködésekről és a stratégiáról szólnak.
<i>Vállalat</i>	GRI – Standard (Global Reporting Initiative)	A Global Sustainability Standard Board által kidolgozott rendszer, mely a fenntarthatóság gazdasági (200), környezeti (300) és társadalmi (400) szempontjait vizsgálja. A GRI 306 pl. csak a hulladékkal foglalkozik.

Forrás: Saját szerkesztés

Látható, hogy a források másra fókuszálnak (ország, város, vállalat, termék) és a körkörség méréséhez is sok eltérő kritériumot vizsgálnak. A szóhasználatot érdemes tisztázni, hogy könnyebben eligazodhassunk az eltérő kifejezések között.

- Mérés – átfogó kifejezés, mely magában foglalja a módszereket és a kapott vagy kiszámított értékeket. Lényeges, hogy az eltérő időben végzett mérések összehasonlíthatók.
- Mutató – a mérések egyedi eleme, aminek mértékegysége van és a nevében foglalt jelenségre egyértelműen utal.
- Eszköz – részben vagy teljesen automatizált, online vagy offline alkalmazások, melyek egyszerűsítik a mérést és csökkentik a hibalehetőségeket.
- Standard – ellenőrzött, tesztelt és szabványosított mérési módszerek, melyeket hivatalosan dokumentáltak és publikáltak egy szervezet.
- Tanúsítvány – a szabvány olyan speciális formája, amelyet egy harmadik fél által lefolytatott vizsgálat eredményeként lehet megszerezni általában valamilyen (termék)címke formájában. (BCG, 2020)

Az EU közleményekben olvasható, hogy érdemes iparág specifikus mérési rendszereket kialakítani.

#### **4.1. A mikroszintű mérési rendszerek és a szállodai környezetvédelmi tanúsítványok**

Jelenleg viszonylag kevés tudományos értékű tanulmány összpontosított arra, hogy hogyan lehet hatékonyan mérni egy termék, ellátási lánc vagy szolgáltatás cirkularitását (Rocchi et al., 2021). Ez a hiány különösen mikroszinten szembetűnő, hiszen így a termelő és szolgáltató vállalkozások nem képesek mérni a körkörségüket, a fogyasztók pedig nem tudják döntéseik előtt figyelembe venni ezeket az indikátorokat (Kristensen & Mosgaard, 2020).

A körforgásos gazdaság mérésére nincs egységes, általánosan elfogadott megközelítés mikroszinten (Kristensen & Mosgaard, 2020). Néhány próbálkozás történt az elmúlt években (például a kiemelt témákban, mint agrárium vagy csomagoló vállalatok). A szakirodalom elemzése azonban azt mutatja, hogy a figyelembe vett mutatók köre nagyon szűk, általában a termelési ciklus bemeneteire és a kimeneteire szorítkoznak, vagy csak a körkörség néhány szempontját veszik figyelembe (Moraga et al., 2019). Áttekintésükben Kristensen és Mosgaard (2020) az újrahasznosítást, az életciklus végi kezelést és a regenerációt azonosította, mint a körkörség trendmutatói, míg kevesebben foglalkoztak a szétbontással, az élettartam meghosszabbításával, az erőforrások hatékonyságával vagy az újrafelhasználással. Scheepens et al. (2016) egy LCA-alapú mérőszámot javasolt a termékekhez a körkörség mutatójaként; a javasolt módszer azonban az externáliák csökkentésével foglalkozik, és nem a körkörség mértékének mérésével.

Di Maio és Rem (2015) kidolgozta a Circular Economy Indexet (CEI), kifejezte a körkörség mértékét az érték tekintetében a vegyiparban és az élelmiszer-ágazatban, kiemelve a különbséget egy folyamat és egy termék erőforrás-hatékonysága között az ellátási láncokon belül, az életciklus szempontjából. Franklin-Johnson et al. (2016) egy teljesítménymutatót dolgoztak ki, amely a hosszú élettartamon, vagyis azon az időn alapul, ameddig egy erőforrást

használatban tartanak. Zhijun és Nailing (2007) egy több mutatóból álló rendszert javasolt a körköröség mértékének értékelésére és a nemzeti politikák nyomán követésére.

Az Ellen MacArthur Foundation (2015) javasolt Material Circularity Indicator (MCI) lehetővé teszi a termékeket alkotó anyagok „körköröségi fokának” jelzését. Az MCI kizárólag műszaki ciklusokhoz és nem megújuló forrásokból származó anyagokhoz készült. Van némi hasonlóság az életciklus-értékeléssel (LCA), de inkább az anyagok áramlására összpontosít, ezért az LCA kiegészítőjének tekinthető.

A szállodák már a 80-as évektől alkalmaznak olyan mérő rendszereket, amellyel a fenntarthatóságukat vizsgálhatják. Ezek nagyrészt harmadik fél által lefolytatott vizsgálatok, melyeknél – gyakran egyszeri vagy rendszeres díj ellenében – tanúsítványt kapnak, ha a kritériumoknak valamilyen szinten megfelelnek. A széleskörű kritérium rendszerben sok társadalmi kérdés helyet kap, mint a helyi kultúra tiszteletben tartása, a dolgozók igényes munkakörülményeinek biztosítása, a biodiverzitás megtartása és szociális/társadalmi felelősség vállalás. A környezetvédelmi témakörök magukban foglalják az energia menedzsmentet, a vízfelhasználást, a szennyvízkezelést, és mindenhol kiemelt téma a hulladék kibocsátás csökkentése. A 2. táblázat szemlélteti, hogy ezek a kritériumok már tartalmazznak körköröségi témákat is, ám még nem tudatosan erre koncentrálnak.

**2. táblázat: Fenntarthatósági tanúsítványok a szállodai működés vizsgálatára**

Program neve	Pályázat elérhető	Részt vehet	Magyarországon elérhető?	Előfeltétel	A pályázat díja	A címkeviselés joga	Kritériumok
<b>Green Globe</b>	Világ szerte	Turisztikai szolgáltatók	igen, 1 db szálláshely	Regisztráció éves díj, jogi megfelelés	2000 EUR / év	1 év mínusz 1 nap	környezetvédelem, fenntartható menedzsment, szociális-gazdasági témakör, kulturális örökség
<b>Green Key</b>	56 országban	Szálláshelyek, éttermek, attrakciók	nem	Regisztráció kritériumtábla kitöltése	1000 EUR/év auditálási költség: 500 EUR+utazási költség	12 hónap	a személyzet bevonása, a környezetközpontú menedzsment, a vendég informálása, a víz-, energia- és hulladékmenedzsment, a mosás és takarítás szabályai, a környezetbarát alapanyagok beszerzése, a belső légkörre és berendezésekre, a zöld övezetek, a vállalati felelősségvállalás, a zöld tevékenységek és az adminisztráció eszközei
<b>Global Sustainable Tourism Council</b>	Tanúsító testülettől függ	desztináció döntéshozók szállodák és utazásszervezők	nem	Regisztráció éves díj, jogi megfelelés	Éves díj: 750 dollár	Tanúsító testülettől függ	környezetközpontú menedzsment, a társadalmi és gazdasági előnyök maximalizálása a helyi közösség számára és az őket érintő negatív hatások minimalizálása, a kulturális örökségek zavartalansága, a természeti erőforrások megőrzése, a szennyezés minimálisra csökkentése, biodiverzitás, ökoszisztémák megővése
<b>Green Leaders</b>	66 országban	Csak szálláshelyek	nem	Felmérés kitöltése	ingyenes	1 év	ágynemű és törülköző újrahaználási terv, az energiafelhasználás mérése, újrahaznosítás és újrafelhasználás, energiatakarékos izzók használata, a személyzet és a vendégek oktatása, a szennyvíz szervezett kezelése
<b>EU Ecolabel</b>	Az Európai Unió területén	Szálláshely és sok más termékcsoport	igen, 1 db szálláshely	Díjak megfizetése	Kérelmezési díj: 140.000 Ft + ÁFA, Éves díj: 200.000 Ft + ÁFA, Szemledíj: 20.000 Ft + ÁFA	20 hónap	a menedzsmentre, az energia és vízhasználatra, a szennyvíz- és hulladékkezelésre, de a kulturális örökség és szociális-gazdasági témakörre vonatkozó elemeket nem tartalmaznak
<b>Green Tourism Active</b>	ENSZ országok	Szálláshelyek, tour operator, éttermek, borászatok, boltok	igen, 0 db szálláshely	Online önértékelés, díj megfizetése	mérettől függő díjak, ingyenes szállás az auditoroknak	2 év	energia- és vízgazdálkodás, hulladék, újrahaznosítás, minőség menedzsment, beszerzés
<b>Zöld szálloda</b>	Magyarországon	MSZÉSZ tagok	igen, 130 szálloda	Tagság, jogszabályok betartása	ingyenes	2 év	energia, tájékoztatás/CSR, víz, szennyvíz, hulladék gazdálkodás, ózonréteg védelme, zöld beszerzés, zöld iroda

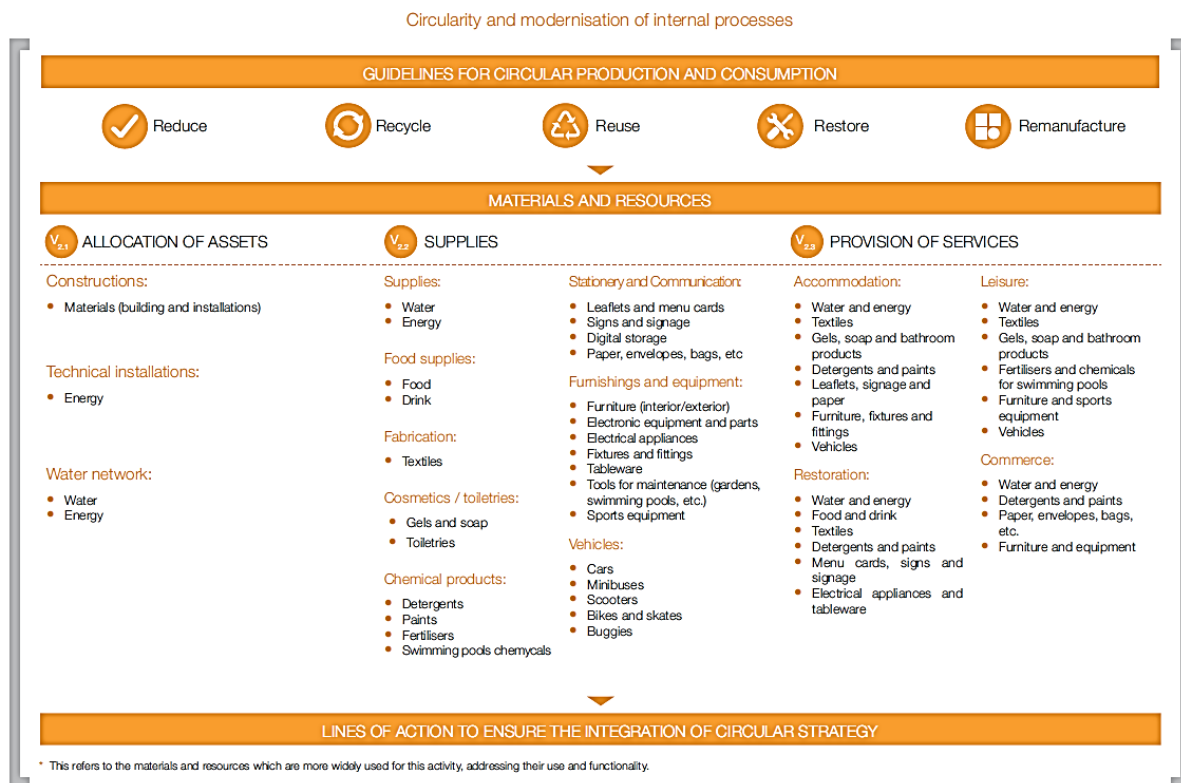
Forrás: Saját szerkesztés

A jelenleg legmélyebben átgondolt és kidolgozott mutatószámrendszer 2020-ban készült az UNWTO<sup>8</sup> és az Iberostar szállodacsoport összefogásával és az Impulsa Balear Alapítvány

<sup>8</sup> United Nations World Tourism Organisation – Turisztikai Világszövetség

finanszírozásával. Az éppen 75. jubileumát ünneplő UNWTO meghirdette a „Decade of Action”<sup>9</sup> programját, melynek célja, a turisztikai szereplők aktivitásának emelése az SDG<sup>10</sup> célkitűzések elérésére. Zurab Poloikashvili főtitkár úr az előszóban a felelősség vállalására szólítja a szállásadókat (és egyéb turisztikai szereplőket), és bátorítja arra, hogy jelentős lépéseket tegyenek a fenntarthatóság terén, valamint a vendégek és dolgozók szemléletének formálására. A rendszer részletes segítséget ad a szállodáknak a körkörösség alapelveinek implementálására. Három területen fogalmazza meg a szükséges teendőket:

- A meglévő források áttekintése: megvizsgálni, hogy mely területeken van lehetőség a CE<sup>11</sup> elvek alkalmazására hosszú vagy rövid távon.
- Belső folyamatok áttekintése: a minőséget megtartva csökkenteni (Reduce) a felhasznált anyagokat, újrahasznosítani (Recycle, Repurpose) a forrásokat, tovább használni (Reuse), karbantartani (Restore, Replace, Repair) az eszközöket, újra felhasználni (Remanufacture) a még hasznosítható részeket.
- Az érintettek bevonása: a stakeholderek tájékoztatása, felhatalmazása, bevonása és tetteinek elismerése.



**4. ábra: Egy oldal a kézikönyvből**  
Forrás: Impulsa Balears (2020, p. 41.)

A keretrendszer részletes útmutatót (Guideline) ad minden ponthoz, hogyan kell tervezni és megvalósítani a lépéseket, milyen protokollok vezethetők be a működésbe, mik a prioritások és hogyan kell koordinálni a szereplőket. A mélyreható instrukciók minden témára kiterjednek,

<sup>9</sup> A cselekvés évtizede

<sup>10</sup> Sustainable Development Goals – az ENSZ fenntarthatósági céljai 17 pontban megfogalmazva

<sup>11</sup> Circular Economy – körkörös gazdaság

pontosan leírják, hogy hogyan lehet például a papír használatot csökkenteni, újrahasznosítani a szürke vizet, száműzni a műanyagokat vagy mit kell tenni a megmaradt ételekkel.

Az útmutató komplexitását szemlélteti a 4. ábra, amely csak egyetlen oldalt mutat a 64-ből. Látható a logikus struktúra, ami könnyen érthetővé teszi a szállodai szakemberek számára a teendőket.

Jelen cikk szempontjából lényeges kérdés a használt mutatószámok vizsgálata. A monitoring rendszernek része a célkitűzések számszerűsítése, a teljesítmények mérésére és összehasonlítására szolgáló mutatószámkör és a vezetés számára visszajelzést biztosító metrikák.

Az információkat vállalati és akár részlegenkénti szinten is meg lehet határozni, melyek minőségi és számszerűsített adatokat szolgáltatnak, mint például:

- vállalati szinten: a körkörös stratégia elkészítésébe bevont dolgozók száma (fő),
- részlegenként: az egy szobaéjszakára jutó átlagos vízfogyasztás (m<sup>3</sup>/éj),
- kvantitatív: a személyzetnek tartott hulladékkezelési tréningre fordított óraszám (óra),
- kvalitatív: a körköröség mely tényezőire tért ki az éves tréning.

A megfogalmazott mutatószámkör több már létező – és a 2. táblázatban említett - rendszerrel kompatibilis, például a GRI<sup>12</sup>, az ISO 14001<sup>13</sup>, EMAS<sup>14</sup>.

A hatalmas mennyiségű indikátorból ismét csak szemléltetésként szerepeljen itt néhány példa:

### 3. táblázat: Körköröségi mutatószámok a szállodák fogyasztási szerkezetének vizsgálatához

Fogyasztás	Jellemző mutatók (KPIs)
<b>Reduce</b>	A megújuló energiaforrások (típusonként: nap, szél, biomassa) aránya a teljes fogyasztásból összesen és egy éjszakára levetítve
	Vízfogyasztás összesen és éjszakánként (típusonként: saját kút, szürkevíz, hálózatról)
	A szennyező, nem környezetbarát vagy veszélyes anyagok mérési módja és gyakorisága (textil, vegyszer, kozmetikai termékek, irodaszerek, kommunikációs anyagok és elektronikai termékek esetében)
	A helyi beszállítók aránya; Zero food miles
	A beszerzett termékek csomagolásának vizsgálata (arány típusonként: gyűjtő csomagolás, egyedi kiserelés, egyszer használatos vagy újrahasznosítható tárolók)
	A bérelt (és nem megvásárolt) eszközök, bútorok aránya
<b>Recycle</b>	A tisztított (visszakeringtetett) víz aránya
	Az újrahasznosított textilek minimális aránya
<b>Reuse</b>	A több célra is használható eszközök/bútorok beszerzésének aránya
<b>Restore</b>	Hány javításon esett át az eszköz, mielőtt felújították vagy lecserélték
<b>Remanufacture</b>	A beszerzéskor mennyire fontos kritérium az eszközök energia hatékonysági osztálya, a garancia időtartama, a javíthatóság, az újrahasznosíthatóság, a bérelhetőség, az alkatrészek újrahasznosíthatósága

Forrás: Impulsa Balears (2020) kézikönyv alapján saját szerkesztés

<sup>12</sup> Global Reporting Initiative

<sup>13</sup> International Organization for Standardization – Nemzetközi Szabványügyi Szervezet Környezetirányítási modul

<sup>14</sup> Eco-Management and Audit Scheme – az EU önkéntes környezetvédelmi vezetési és hitelesítési rendszere

## 5. Következtetések

A kutatási kérdések megválaszolásával kerülnek megfogalmazásra a következtetések, melyek a szakirodalom áttanulmányozásán alapulnak.

- *K1: Miért fontos a körkörösség mérése a vállalatok esetében?*

Minden kutató és szakmai szervezet egyetért abban, hogy a vállalatok (és egyéb szintek, szereplők, folyamatok, értékláncok) teljesítményét mérni szükséges. Mivel hamarosan a vállalatoknak jelentést kell tenniük a fenntarthatósági intézkedéseikről - a téma aktualitása nem kérdőjelezhető meg -, ezért a körkörösség mérését külső körülmények (közös célkitűzések, vállalatok, jogszabályok) is kikényszerítik. A vállalatok érdekeltjeit (tulajdonosok, vezetők, dolgozók, beszállítók, hatóságok) szintén tájékoztatni kell az eredményekről, ami csak számszerűsített formában tehető objektívvé és összehasonlíthatóvá. Az elkötelezett vezetés csak a mutatószámok értékelésével nyerhet képet a célkitűzéseik eredményéről, összehasonlíthatják teljesítményüket a céljaikkal, a korábbi évek adataival és a versenytársak vagy más vállalatok teljesítményével is.

- *K2: Milyen területekre irányulnak a mérések?*

A szakirodalom alapján a mérések több szinten történhetnek (nano-mikro-mezo-makro). Egyelőre még problémát jelent a CE összetettsége, mert rengeteg folyamatot kell számbavenni. Az körkörösség témaköre szervesen illeszkedik a fenntarthatóság széles kontextusába, sok az átfedés. Ha leválasztanánk a cirkularitást, akkor főleg a biológiai és technológiai anyag áramokra kell koncentrálni. Kiemelt szerepe van az energia hatékonyságnak (megújuló források és takarékoság), a víz fel- és újrahasználásának, a gyártási folyamatok átvizsgálásának, a hulladékkezelésnek és csökkentésnek.

- *K3: Milyen körkörösségi mérőszámok használhatók?*

A legtöbb használt mutatószám egy-egy mozzanatot vizsgál, de léteznek kompozit mutatók, amelyek igyekeznek magukba építeni több mutatószámot és ezt egy átfogó mutatóval jellemezni. A mérőszámok zömében százalékos értékeket képeznek, azaz az összteljesítmény %-ában határozzák meg a körkörösségi témát. A turizmusban még nem, de más iparágakban (vegyipar, élelmiszeripar, agrárium) már komplex képletekre is van példa. Jellemzőek a kritériumoknak való megfelelést mutató számok, mert például az auditszerű értékelés (igen vagy nem) mellett eltérő fokozatokat is meg lehet különböztetni a megfelelésben.

- *K4: Milyen módon adaptálhatók a létező mérőszámok a szállodák körkörösségének mérésére?*

A szállodák sok területen érintettek és képesek változtatni az eddigi lineáris viselkedésükön, és áttérni a körkörösségre. A szolgáltatási folyamat kevésbé kézzelfogható indikátor rendszert igényel, mint az anyagáramokat tartalmazó termelési tevékenység. Mivel a szállodákban is vannak energiahordozók, alapanyagok és eszközök, ezért könnyen adaptálhatók például az épületre, az energia hatékonyságra és a hurok bezárásának mérésére szolgáló mutatószámok. A 4. táblázatban a legáltalánosabban bevezethető és mérhető mutatószámokból kiragadott példák találhatók.



**4. táblázat: Példák a szállodai körkörösségi mutatószámokra**

Belső tényezők	Aspektusok	Lehetséges mérőszámok
<i>Szálloda épülete</i>	Több funkció	Hányféle hasznosítás lehetséges: Hosszú nyaralás, rövid pihenés, munka. Átalakíthatóság más funkcióra (iroda, lakóház)
	Újrahasznosított építőanyagok	Az újrafelhasznált (bontott?) termékek %-os aránya
	Káros anyagok	Beépített káros, veszélyes, sugárzó, mérgező anyagok %-a
<i>Energia</i>	Hűtés, fűtés	A szigeteléssel, árnyékolással megtakarított energia %-a
	Áramellátás	A megújuló energia használat aránya (nap, szél, geotermikus, biomassza)
	Víz, esővíz	Esőgyűjtő tartályok kapacitása (köbméter)
<i>Hulladék, szemét</i>	Szelektálás	Szemét újrahasznosítási aránya (biogáz)
	Élelmiszer pazarlás	A kidobott élelmiszer mennyisége vendégenként
	Komposztálás	Komposztált szerves hulladék aránya
	Szürkevíz	Szürkevíz újrahasznosítás aránya
	Hulladék kezelés	Intézkedések száma (és hatékonysága?)
<i>Felújítás</i>	Bútor	Tanúsítvánnyal rendelkező berendezések aránya
	Szőnyeg	Újrahasznosított szőnyegek, textilek %-a
	Tapéta	Újra festés vagy újrahasznosított anyagok %-a, vagy négyzetméter
	Fürdőszoba	Nagy kiszerelesű bekészítések (szappan) aránya
<i>Készletek</i>	Textil	Innovációk száma az újrahasznosításhoz
	Csomagolás	A visszaváltható csomagolás aránya
	Üveg, palack, műanyag	Egyszerhasználatos műanyag palackok %-a
	Papír	Újrahasznosított vagy digitálisra cserélt papírfelhasználás mértéke
<i>Humán tényezők</i>	Vendégek bevonása	Megvalósított programok száma és hatása
	Partnerek	Helyi beszállítók aránya; B Corp Certification
	Személyzet	Körköröségi tréningek száma
	Management	Körkörös auditok eredménye

Forrás: Saját szerkesztés

Láthatóan nem sikerült egy komplex mutatószámot kialakítani vagy teljes mélységig áttekinteni és rendszerezni a körkörösségi és ezen belül a szállodai mutatószámok kört, ami egy későbbi kutatás tárgya lehet. Azt viszont sikerült bizonyítani, hogy minden vállalatnak a saját tevékenységére kell kialakítani a mérési kereteket, ami viszont az objektivitást és az összehasonlíthatóságot nehezíti a körkörösség kérdéskörében. Személyes megjegyzés, hogy a szállodaipar nincsen lemaradva a fenntarthatósági, körkörösségi intézkedésekben, sőt rendelkezik egy mélyen kidolgozott útmutatóval és részletes mutatószám rendszerrel, amit a méret és a működési sajátosságok függvényében sikeresen adaptálhat.

## Irodalomjegyzék

- Accenture (2015). *The Circular Economy Could Unlock \$4.5 trillion of Economic Growth, Finds New Book by Accenture*. <https://newsroom.accenture.com/news/the-circular-economy-could-unlock-4-5-trillion-of-economic-growth-finds-new-book-by-accenture.htm>
- Alonso-Almeida, M.d.M. (2012). Water and waste management in the Moroccan tourism industry: The case of three women entrepreneurs. *Women's Studies International Forum*, 35(5), 343–353. <https://doi.org/10.1016/j.wsif.2012.06.002>
- Andersen, I (2022). *Stockholm+50: Action can wait no longer*. Closing plenary speech. <https://www.unep.org/news-and-stories/speech/stockholm50-action-can-wait-no-longer>
- BCG (2020). *Circular metrics for business – Finding opportunities in circular economy*. <https://www.circle-economy.com/resources/metrics>
- Booking (2021). *Sustainable Travel Report 2021*. <https://global-news.booking.com/download/1037578/booking.comsustainabletravelreport2021.pdf> (Letöltve: 2022.12.05.)
- Braungart, M. & McDonough, W. (2002). *Cradle to Cradle: Remaking the Way We Make Things*. North Point Press, New York.
- Bremser, K. & Alonso-Almeida, M.d.M. (2019). *'Overtourism'? Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions*. Volume 2: Case Studies. World Tourism Organization (UNWTO): Madrid, Spain.
- Elia, V., Gnoni, M. G. & Tornese, F. (2017). Measuring circular economy strategies through index methods: A critical analysis. *Journal of Cleaner Production*, 142(Part 4), 2741–2751. <http://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.10.196>
- Ellen MacArthur Foundation (2015): *Circularity Indicators - An Approach to Measuring Circularity: Methodology*. Cowes: Ellen MacArthur Foundation Publishers.
- Ellen MacArthur Foundation (2019). *Circular economy system diagram*. <https://ellenmacarthurfoundation.org/circular-economy-diagram>
- Európai Bizottság (2014). *Úton a körkörös gazdaság felé: „Zéró hulladék” program Európa számára*. [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/?uri=CELEX:52014DC0398R\(01\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/?uri=CELEX:52014DC0398R(01))
- Európai Bizottság (2018). *Közlemény a körforgásos gazdaság nyomonkövetési keretrendszeréről*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/ALL/?uri=CELEX%3A52018DC0029>
- Európai Parlament (2015). *Körforgásos gazdaság: mit jelent, miért fontos és mi a haszna?* <https://www.europarl.europa.eu/news/hu/headlines/economy/20151201STO05603/korforgasos-gazdasag-mit-jelent-miert-fontos-es-mi-a-haszna>
- Európai Parlament (2016). *Closing the loop – New circular economy package*. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2016/573899/EPRS\\_BRI%282016%29573899\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2016/573899/EPRS_BRI%282016%29573899_EN.pdf) (Letöltve: 2022.12.05.)
- Eurostat (2020). *Circularity rate*. [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Circular\\_economy\\_-\\_material\\_flows&stable=0&redirect=no#Circularity\\_rate](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Circular_economy_-_material_flows&stable=0&redirect=no#Circularity_rate)
- Girard, L. F. & Nocca, F. (2017). From linear to circular tourism. *Aestimum*, 70, 51–74.
- Horváth B. (2019). *Körforgásosság gazdasági modellek és hatékonyságuk mérése*. Doktori értekezés. Szent István Egyetem Gazdálkodás és Szervezéstudományok Doktori Iskola, Gödöllő. 2019. [https://archive2020.szie.hu/sites/default/files/horvath\\_balint\\_ertekezés.pdf](https://archive2020.szie.hu/sites/default/files/horvath_balint_ertekezés.pdf) (Letöltve: 2022.12.05.)
- Impulsa Balears (2020). *Circularity in the hotel industry and competitiveness: a manual for implementing good practices*. i|dossiers, Impulsa Balears Foundation. [https://www.impulsabalears.org/pdf/idossiers/i\\_dossier\\_3\\_EN.pdf](https://www.impulsabalears.org/pdf/idossiers/i_dossier_3_EN.pdf) (Letöltve: 2022.12.05.)

- International Labour Organisation (2018). *World Employment Social Outlook 2018: Greening with Jobs*. [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms\\_628654.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_628654.pdf) (Letöltve: 2022.12.05.)
- IRP (2019). *Global Resources Outlook 2019: Natural Resources for the Future we Want*. A Report of the International Resource Panel. United Nations Environment Programme. Nairobi, Kenya. <https://www.resourcepanel.org/reports/global-resources-outlook>
- Kozma D. E., Molnárné Barna K. & Molnár T. (2021). Rangsoroljunk vagy nem? – A körforgásos gazdaság mérési lehetőségei és azok összehasonlítása az EU tagországokban. *Vezetéstudomány*, 52(8-9), 63–77. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2021.09.05>
- Manniche, J., Larsen, K.T., Broegaard, R.B. & Holland, E. (2017). *Destination: A circular tourism economy. A handbook for transitioning toward a circular economy within the tourism and hospitality sectors in the South Baltic Region*. Centre for Regional & Tourism Research (CRT), Denmark. [https://circulareconomy.europa.eu/platform/sites/default/files/cirtoinno-handbook\\_eng-rev.-4.pdf](https://circulareconomy.europa.eu/platform/sites/default/files/cirtoinno-handbook_eng-rev.-4.pdf) (Letöltve: 2022.12.05.)
- McDonough, W. & Braungart, M. (2010). *Cradle to Cradle: Remaking the Way We Make Things*. North Point Press: New York.
- McGinty, D. B. (2021). 5 Opportunities of a Circular Economy. <https://www.wri.org/insights/5-opportunities-circular-economy> (Letöltve: 2022.12.05.)
- Németh K. (2021). *A körforgásos gazdaság alapjai*. Egyetemi jegyzet. Pannon Egyetemi Kiadó, Veszprém.
- Pauli, G. A. (2010). *The blue economy: 10 years, 100 innovations, 100 million jobs*. Taos, NM, Paradigm Publications.
- Parchomenko, A., Nelen, D., Gillabel, J. & Rechberger, H. (2019). Measuring the circular economy – A Multiple Correspondence Analysis of 63 metrics. *Journal of Cleaner Production*, 210, 200–216. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.10.357>
- Rocchi, L., Paolotti, L., Cortina, C., Fagioli, F. F. & Boggia, A. (2021). Measuring circularity: an application of modified Material Circularity Indicator to agricultural systems. *Agricultural and Food Economics*, 9(9), 1–13. <https://doi.org/10.1186/s40100-021-00182-8>
- Rizos, V., Tuokko, K. & Behrens, A. (2017). The Circular Economy: A review of definitions, processes and impacts. CEPS Research Report, No 2017/08, April 2017. [https://www.ceps.eu/system/files/RR2017-08\\_CircularEconomy\\_0.pdf](https://www.ceps.eu/system/files/RR2017-08_CircularEconomy_0.pdf) (Letöltve: 2022.12.05.)
- Rodriguez, C., Florido, C. & Jacob, M. (2020). Circular Economy Contributions to the Tourism Sector: A Critical Literature Review. *Sustainability*, 12(11), 4338. <https://doi.org/10.3390/su12114338>
- Rodríguez-Antón, J. M. & Alonso-Almeida, M. M. (2019). The Circular Economy Strategy in Hospitality : A Multicase Approach. *Sustainability* 11(20). 5665. <https://doi.org/10.3390/su11205665>
- Sorin, F. & Einarsson, S. (2021). Circular Economy in Travel and Tourism: A conceptual framework for a sustainable, resilient and future proof industry transition. CE360 Alliance. <https://circulareconomy.europa.eu/platform/sites/default/files/circular-economy-in-travel-and-tourism.pdf> (Letöltve: 2022.12.05.)
- Szabó I. & Rudas D. (2022). *Körforgásos gazdasági megoldások – olcsóbb finanszírozás*. Világgazdaság online (2022.01.07). <https://www.vg.hu/velemeney/2022/01/korforgasos-gazdasagi-megoldasok-olcsobb-finanszirozás>
- The International Ecotourism Society (2015). *Ecotourism definitions and principles*. [https://bsc.smebg.net/ecotourguide/best\\_practices/articles/files/TIES.pdf](https://bsc.smebg.net/ecotourguide/best_practices/articles/files/TIES.pdf) (Letöltve: 2022.12.05.)
- UNWTO (2008). *Climate Change and Tourism – Responding to Global Challenges*. [https://stg-wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/25945/climate\\_tourism.pdf?sequence=1](https://stg-wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/25945/climate_tourism.pdf?sequence=1)

- UNWTO (2021). *Circularity in the hotel industry and competitiveness: A manual for implementing good practices. Transforming Vision Into Action - Guidelines and Tools*.  
<https://www.unwto.org/covid-19-oneplanet-responsible-recovery-initiatives/circularity-in-the-hotel-industry-and-competitiveness-a-manual-for-implementing-good-practices>
- WBCSD (2018). *Circular Metrics – Landscape Analysis*.  
[https://docs.wbcd.org/2018/06/Circular\\_Metrics-Landscape\\_analysis.pdf](https://docs.wbcd.org/2018/06/Circular_Metrics-Landscape_analysis.pdf) (Letöltve: 2022.12.05.)
- WHO (2018). *World Health Organization Regional Office for Europe - Circular Economy and Health: Opportunities and Risks*. [https://www.euro.who.int/\\_\\_data/assets/pdf\\_file/0004/374917/Circular-Economy\\_EN\\_WHO\\_web\\_august-2018.pdf](https://www.euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0004/374917/Circular-Economy_EN_WHO_web_august-2018.pdf) (Letöltve: 2022.12.05.)

## Az állami nyugdíjrendszerek fenntarthatóságának kihívásai

*The Challenges of the Sustainability of State Pension Systems*

**SZABÓ Zsolt Mihály**

doktorandusz (*PhD Student*)

Óbudai Egyetem, Biztonságtudományi Doktori Iskola (*Óbuda University, Doctoral School on Safety and Security Science - Hungary*)

### **Absztrakt**

Napjainkban a pénzügyi ismeretek és a pénzügyi műveltség alapvető kérdés a mindennapi beszédben, mivel a válságok és azok következményei rávilágítottak a pénzügyi ismeretek hiányosságaira. Amikor a válságok okairól beszélünk, mindig a háztartások, a vállalatok és a bankok felelősségét említjük, a kormányok felelőssége mellett. Ezeknek egyik fő oka a pénzügyi ismeretek és a pénzügyi tudatosság hiánya lehet. A pénzügyi kultúra fontosságával és szerepével ma sok cikk és tanulmány foglalkozik. E tanulmányok mindegyike rámutat a pénzügyi ismeretek fontosságára. A pénzügyi műveltséget csak az oktatás fejlesztheti. Az állami nyugdíjrendszer reformja kardinális és figyelemre méltó téma az Európai Unió minden országában, és gyakran megvitatják különböző tudományos értekezleteken. Az előadás és hozzá kapcsolódó tanulmány a nemzetközi és a magyar nyugdíjrendszer jelenlegi pilléreit ismerteti, és demográfiai és statisztikai adatok felhasználásával részletesen kitér a kötelező társadalombiztosítási rendszer problémáira, mint például a jelenlegi rendszer fenntarthatósági kérdéseire. A kutatás fő célja, hogy bemutassa a magyarországi nyugdíjuttatások változásának lehetséges forgatókönyvét. Különböző statisztikákat és a gazdasági attitűdök kérdőívén alapuló kutatást alkalmazva.

*Kulcsszavak:* pénzügyi válságok, állami nyugdíjrendszerek fenntarthatóság és modellezése, nyugdíj megtakarítások, nyugdíjbiztonság, pénzügyi kultúra szerepe az oktatásban

*JEL-kódok:* E21, F61, F62, H55, J32

### **Abstract**

Nowadays, financial knowledge and financial literacy are a fundamental issue in everyday speech, as the crises and their consequences have highlighted the shortcomings of financial knowledge. When we talk about the causes of crises, we always mention the responsibility of households, companies and banks, in addition to the responsibility of governments. One of the main reasons for this may be a lack of financial knowledge and financial awareness. Many articles and studies deal with the importance of financial culture today. All of these studies point to the importance of financial literacy. Financial literacy can only be developed through education. The reform of the state pension system is a cardinal and noteworthy topic in all countries of the European Union and is often discussed at various scientific meetings. The presentation and related study describe the current pillars of the international and Hungarian pension system, and using demographic and statistical data, address the problems of the mandatory social security system in detail, such as the sustainability issues of the current system. The main goal of the research is to present the possible scenario of changes in pension benefits in Hungary. Using a variety of statistics and research based on a questionnaire of economic attitudes.

*Keywords:* financial crises, sustainability and modeling of state pension systems, pension savings, pension security, the role of financial culture in education

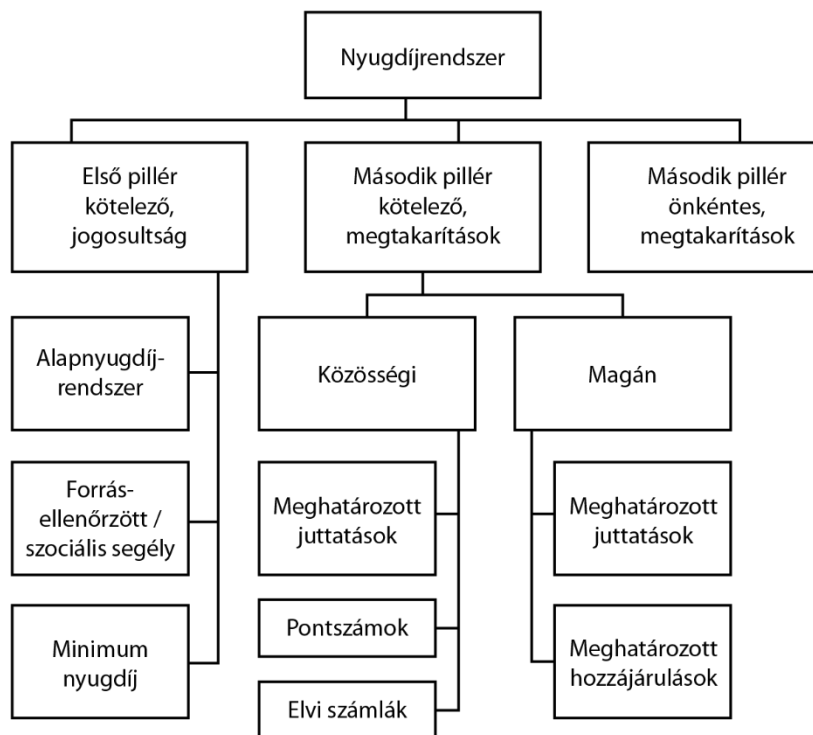
*JEL Codes:* E21, F61, F62, H55, J32

## 1. Bevezetés

Az Egyesült Nemzetek Szervezete (ENSZ) számítása szerint a világ össznépessége 2022. november 15-én túllépte a 8 milliárdos mérföldkövet (UN, 2021). A világ népességének több mint fele (51,6 százalék/4,11 milliárd fő) a hét legnépesebb országban él: Kínában, Indiában, az Egyesült Államokban, Indonéziában, Pakisztánban, Nigériában és Brazíliában. Több mint 50 000 év kellett ahhoz, hogy a világ népessége elérje az 1 milliárd főt. 1960 óta egy-két évtizedenként egymást követő milliárdokat adtunk hozzá. A világ lakossága 3 milliárd fő volt 1960-ban; 2000 körül elérte a 6 milliárdot, és az ENSZ előrejelzései szerint 2037-re meghaladja a 9 milliárdot. A népességnövekedés üteme azonban az 1960-as évek végén tapasztalt, 2 százalékos meghaladó éves csúcsról jelenleg körülbelül 1 százalékra lassul 2050-re. A népesség előregedése a huszonegyedik század domináns demográfiai tendenciája – a növekvő élettartam, a csökkenő termékenység és a nagy csoportok idős korba való előrehaladása. Soha ilyen nagyszámú ember nem érte el a 65 év feletti életkort (a hagyományos öregségi küszöböt). Várakozásaink szerint a következő három-négy évtizedben egymilliárd idős emberrel bővül majd a ma élő több mint 700 millió idős emberhez képest. Az idősebb lakosság körében a 85 év feletti csoportja különösen gyorsan növekszik, és az előrejelzések szerint a következő 80 évben meghaladhatja a félmilliárdot. Ez a tendencia azért jelentős, mert a 85 év feletti igényei és kapacitásai általában jelentősen eltérnek a 65 és 84 év közöttiekétől. Egy népesség korszerkezete elsősorban termékenységi és halandósági történetét tükrözi. A magas mortalitású populációkban a túlélés javulása aránytalanul fordul elő a gyermekek körében. Ezzel hatékonyan baby boom jön létre. Végül a fellendülés akkor ér véget, amikor a termékenység lecsökken a gyermekek túlélésének javulásával kapcsolatos elképzelések hatására, és a termékenység a gazdasági fejlődéssel kívánatos módon csökken. A 7 milliárdról 8 milliárdra való növekedés mindössze 12 évig tartott, ami régóta fennálló félelmeket idézett elő a gyors népességnövekedéssel kapcsolatban, beleértve az élelmiszerhiányt, a burjánzó munkanélküliséget, a népesség kimerülését, a természeti erőforrások, valamint a környezet ellenőrizetlen rombolása. A Föld eltartóképessége kb 5 milliárd fő a jelenlegi társadalmi és gazdasági szerkezet mellett, mivel a népesség leggazdagabb egy százaléka birtokolja a világ vagyonának felét (Credit Suisse, 2017), és ez az egyenlőtlenség folyamatosan növekszik (Credit Suisse, 2022). Tehát a jelenleginél 3 milliárddal kevesebb ember számára képes a Föld megfelelő mennyiségű erőforrást (pl. termőtalajt, ivóvizet) biztosítani, ha marad a jelenlegi társadalmi és gazdasági egyenlőtlenség. Továbbá a korábban említett okok miatt kérdéses, hogy lesz-e megfelelő nyugdíjszínvonal az előregedő társadalmakban.

## 2. Nyugdíjrendszerek az OECD-országokban

A Gazdasági Együttműködési és Fejlesztési Szervezet (angolul Organisation for Economic Co-operation and Development, OECD) párizsi székhelyű nemzetközi gazdasági szervezet, melynek Magyarország 1996 óta a tagja, egy globális szervezet, melynek célja az, hogy segítse a tagállamok kormányait a lehető legjobb gazdasági és szociális politika kialakításában és értékelésében. Az OECD alapján a nyugdíjrendszerek általában „három pillér”-ből állnak (1. ábra).



**1. ábra: A különböző nyugdíj-finanszírozási rendszerek összegző keretrendszere**

Forrás: OECD (2018, 2021), Novoszáth (2014)

Az „első pillér” (állami) nyugdíjakat az állam által kezelt, általában társadalombiztosítási járulékokból és/vagy általános adóbevételekből felosztó-kirovó elv (pay-as-you-go, PAYG) alapon finanszírozott, törvényes állami nyugdíjak alkotják. Egyes országokban a törvény által finanszírozott egyedi terveket vezettek be az első pillér mellé. A „második pillérű” (foglalkoztatói) nyugdíjak a munkaviszonyhoz kapcsolódó magán kiegészítő programok. Végül a „harmadik pilléres” (személyi) nyugdíjakat a személyi nyugdíjak, azaz előre finanszírozott magán önkéntes kiegészítő programok jelentik, amelyekben a befizetéseket nyugdíjalap vagy pénzügyi intézmény által vezetett egyéni számlára fektetik be.

A nyugdíjrendszerek finanszírozási elv és működési elv alapján csoportosíthatóak. A nyugdíjrendszerek finanszírozását tekintve létezik folyó finanszírozási- és tőkefedezeti elv alapján felálló, továbbá három fő típus különböztethető meg: a felosztó-kirovó, a tőkefedezeti és a várományfedezeti rendszer. Finanszírozási forma alapján ugyancsak két típus van: a felosztó-kirovó (pay-as-you-go, PAYG), más elnevezéssel folyó finanszírozású rendszer és a tőkefedezeti rendszer (funded). A nyugdíjrendszer működési elvét tekintve két típus létezik: a szolgáltatással/járadékkal meghatározott (defined benefit, DB) és a befizetéssel/hozzájárással meghatározott (defined contribution, DC) nyugdíjrendszer.

**1. táblázat: A nyugdíjrendszerek finanszírozási és működési elvei**

Országok	Nyugdíjrendszer		Magánnyugdíj-biztosítás	
	állami	magán	kötelező	önkéntes
	<i>típus</i>	<i>típus</i>	%	%
<i>Ausztrália</i>		DC	85	18
<i>Ausztria</i>	DB			13.9
<i>Belgium</i>	DB			55.6

<i>Kanada</i>	DB			39.4
<i>Dánia</i>	DB+DC	DC	>90	
<i>Finnország</i>	DB			8.7
<i>Franciaország</i>	DB+Points			15
<i>Németország</i>	Points			64
<i>Magyarország</i>	DB	DC	74	31
<i>Izland</i>		DB	>90	
<i>Írország</i>	DB			42.9
<i>Olaszország</i>	NDC			10.6
<i>Japán</i>	DB			45
<i>Mexikó</i>		DC	34.5	
<i>Hollandia</i>		DB	>90	
<i>Új Zéland</i>				32.6
<i>Norvégia</i>	Points		>90	60
<i>Lengyelország</i>	NDC	DC	71.7	1
<i>Szlovák Köztársaság</i>	Points		65.8	
<i>Spanyolország</i>	DB			8.7
<i>Svédország</i>	NDC	DB+DC	>90	
<i>Svájc</i>	DB		>90	
<i>Egyesült Királyság</i>	DB			47.1
<i>Egyesült Államok</i>	DB			46

Forrás: OECD (2018, 2021), saját szerkesztés (2022)

Időben előbb a tőkefedezeti elven alapuló DB nyugdíj finanszírozási rendszerek alakultak ki, és a második világháború következményei és tapasztalatai vezettek a felosztó-kirovó elven alapuló DB rendszerekre történő áttérésre. Később, a tőkepiacok megerősödésével párhuzamosan alakultak és fejlődtek ki a tőkefedezeti elven alapuló, immár DC rendszerek, az 1990-es évektől kezdődően pedig - a fejlett országokban - egyre inkább a rendszerek folyó finanszírozású DC rendszerekké történő átalakítása figyelhető meg. A felosztó-kirovó nyugdíjrendszer az egymás után következő nemzedékek szolidaritására épül, ezzel szemben a tőkefedezeti rendszer lényege az öngondoskodás (Dezse, 2022).

Korábban az 1950-es évek idején még nem tettek különbséget a járadékkal (DB) és a járulékkal (DC) meghatározott nyugdíjrendszerek között. Valamivel később, amikor már felismerték e két rendszer közötti különbözőséget, úgy vélték, hogy a járadékkal meghatározott a felosztó-kirovó finanszírozás szinonimája, a járulékkal meghatározott pedig megfeleltetető a tőkefedezeti finanszírozásnak. Az 1990-es évek derekán azonban Svédország újragondolta az addigi felosztó-kirovó nyugdíjrendszerét, és a reform eredményeként egy eszmei járulékkal meghatározott (notionaldefined contribution, NDC) rendszert vezettek be, ez pedig rávilágított arra, hogy a tőkefedezeti rendszert a járulékkal meghatározott szinonimájaként kezelni - ha nem is feltétlenül helytelen - de mindenképpen túlzó leegyszerűsítés (Dezse, 2022). A pontrendszer és az alapnyugdíj rendszere (DB+Points) abban különbözik a tiszta pontrendszertől (Points), hogy a teljes nyugdíjnak egy része, mondjuk a fele, minden öregségi nyugdíjjasnak egyformán jár, és csak a másik felét osztják el a szerzett nyugdíjpontok arányában (Simonovits, 2010).



Az 1. táblázat az OECD-országok nyugdíjrendszereinek finanszírozási és működési elveit foglalja össze. Magyarországon az állami nyugdíjrendszer DB alapú, továbbá a nyugdíjjáradékok arányában 74% tesz ki, ami azt jelenti, hogy nagy a függőség az állami nyugdíjrendszertől. Az OECD ajánlása alapján, fontos lenne az öngondoskodási részre nagyobb hangsúlyt fektetni, mellyel csökkenteni lehetne az állami nyugdíjrendszertől való nagy függőséget. A foglalkoztatói nyugdíjrendszerek nem minden OECD-országban vannak jelen, és ha vannak, akkor lehetnek önkéntesek vagy kötelezőek, míg néhány országban mindkettő létezik. Ezen a vonalon a nyugdíjrendszerek szerkezeti különbségei és különféle reformjai különböző nyugdíjrendszerekhez vezettek az egyes országokban. A nyugdíjrendszerek túlnyomó többsége állami. Ugyanakkor több országban bevezettek foglalkoztatói nyugdíjrendszereket és/vagy magán kötelező és önkéntes rendszereket. A legtöbb országban a keresethez kapcsolódó, öregségi, állami nyugdíjrendszerek jelentik a biztosítás fő típusát, kivéve például Dániát, Görögországot, Írországot és Hollandiát. Az európai országok túlnyomó többsége minimális garanciális nyugdíjat is biztosít, amely rendszerint rászorultságtól függ, hogy minden nyugdíjas számára biztosítsa a minimális megfelelést. Ellenkezőleg, néhány más országban, például Dániában, Írországon, Hollandiában és az Egyesült Királyságban a minimális garanciális nyugdíjat átalánynyugdíj biztosítja, amely minden nyugdíjasnak ugyanannyit fizet (Európai Bizottság, 2021).

A legtöbb nyugdíjrendszer állami (keresetalapú) nyugdíjrendszerre támaszkodik. A nyugdíjrendszer nagylelkűségének alapvető mutatója a helyettesítési ráta, vagyis a munkavállalók százalékos aránya nyugdíj előtti havi jövedelem, amelyet havi nyugdíjba vonulás után kapnak. A legújabb bizonyítékok azt mutatják, hogy a kötelező rendszerekből származó elméleti nettó helyettesítési arány átlagosan 59%, és ez a tartomány Litvániában és az Egyesült Királyságban csaknem 30%, míg Ausztriában, Olaszországban és Portugáliában csaknem 90% között van (OECD, 2019). Ezért alapvető fontosságúvá válik annak vizsgálata, hogy elég-e tájékoztatást nyújtanak az embereknek, hogy megértsék, tisztában vannak-e a nyugdíjrendszer saját országukban történő működésével.

### **3. Az állami nyugdíjrendszerek fenntarthatóságának vizsgálata**

A társadalombiztosítási rendszerek fenntarthatósága és megfelelése elsősorban attól függ, hogy a foglalkoztatás szintje és a foglalkoztatottak jövedelméből levont járulékok, adók és nyugdíj célra félre tett megtakarítások hogyan alakulnak, és milyen befolyással vannak rá (Augustinovics, 2014). A társadalombiztosítási rendszerek fenntarthatósága és megfelelése elsősorban attól függ, hogy a foglalkoztatás szintje és a foglalkoztatottak jövedelméből levont járulékok, adók és nyugdíj célra félre tett megtakarítások hogyan alakulnak, és milyen befolyással vannak rá (Holtzer, 2010; Mészáros, 2014; Banyár, 2016). A finanszírozási szabályokat, a jogosultság feltételeit és a munkaerő-piaci feltételeket úgy kell hangolni, hogy kiegyensúlyozott kapcsolat legyen a járulékok és a jogosultságok, az aktívan közreműködő foglalkoztatottak és a nyugdíjas ellátottak száma között (Novoszáth, 2017).

Az 1. ábra az OECD alapján a különböző nyugdíj-finanszírozási rendszerek összegző keretrendszerét foglalja össze. A magyar nyugdíjrendszert jelenleg két pillér alkotja, a kötelező tb-rendszer („óriás”) és az önkéntes magánnyugdíj-rendszer („törpe”) (Holtzer, 2010; ONYF, 2015). A 30 OECD-ország közül kizárólag Magyarországon, Új-Zélandon és Írországon nem működik kötelező jellegű második pillér, melyhez közösségi és magánrendszerek tartoznak alá (Novoszáth, 2014). A korábban említett demográfiai nyomást gazdasági-társadalmi hatásvizsgálatokkal lehet modellezni. Európa országaiban, így Magyarországon is az állami nyugdíjrendszer felosztó-kirovó elv alapján működik különböző finanszírozási elvek alapján és a nyugdíjrendszer fenntarthatósága végett előszámításokat végeznek. A felosztó-kirovó elv lényege, hogy kirovó: a nyugdíjjárulékot kiróják (kivetik) az aktív munkavállalókra, és felosztó: a munkavállalóktól beszedett nyugdíjjárulékokat felosztják a mindenkori nyugdíjasok között, mint

nyugdíjjaradék. A felosztó-kirovó rendszerekben a gazdaságilag éppen aktív munkavállalók befizetéseiből fedezik a mindenkori nyugdíjadiadásokat (Samuelson, 1958).

**2. táblázat: A nyugdíjas- és a dolgozókorúak aránya Magyarországon, %**

	1970	1980	1990	2000	2010	2020	2030	2040	2050
<i>Nyugdíjas- és dolgozókorúak aránya</i>	22,4	26,9	27,2	23,6	24,6	30,2	33,7	38,6	47,7

Forrás: KSH (2015), saját szerkesztés (2022)

Az Európai Unió hivatalos honlapján jelentette meg az Unióban élők számának változásával kapcsolatos jelentését (Eurostat, 2015). A jelentésben foglaltak nem túl pozitívak a Magyarország számára. A populáció csökkenésének arányát figyelembe véve, Magyarország lakossága 1995-ben még az európai Unió 2,1%-át adta, 2015-re már csak az Unió lakosságának az 1,9%-a mondhatja magáról, hogy ő magyar állampolgár. A felosztó-kirovó nyugdíjrendszer fenntarthatóságának az alapja, hogy a keresőkorúak jóval többen legyenek, mint a nyugdíjkorúak, különben a rendszer egyensúlya felborul (Holtzer, 2010). Az előszámításai alapján Magyarországon a foglalkoztatottak és a nyugdíjasok aránya nem megfelelő irányba fog változni, mivel az idősek száma növekedni fog és a munkaképes korúak száma csökkenni fog melyeket a 2. táblázat foglal össze.

Az előrejelzések azt mutatják, hogy a nyugdíjasok és a munkaképes korúak aránya az 1970-es 22,4%-ról enyhén emelkedett 2000-ben 22,4%-ra, de 2050-re 47,7%-ra emelkedhet. Ez azt jelenti, hogy 1970-ben egy nyugdíjast öt munkavállaló tartott el, míg 2050-ben egy nyugdíjast két dolgozó járuléka tart el (Simonovits, 2002). A Pénzügyminisztérium 2019 végi középtávú makrogazdasági előrejelzése szerint a gazdasági növekedés várhatóan 4 százalék körül marad, az infláció pedig a 3 százalékos cél körül marad. Emellett 2023-ig magabiztos költségvetési hiánycsökkenést, csökkenő államadósságot és szűkös költségvetési mozgásteret prognosztizálnak. A PM szerint a munkaerő-piaci folyamatok 2019 és 2023 között valószínűleg továbbra is a kedvező tendenciát fogják folytatni, mivel a foglalkoztatás növekedése alacsony munkanélküliséggel jár. Az átlagkeresetek 2019-ben 10,8%-kal, 2020-ban 9,3%-kal emelkedhetnek. Emellett az infláció 2019-ben elérheti a 3,4%-ot, 2020-ban a 2,8%-ot, azt követően pedig 3%-ot. A már érvényben lévő és a tervezett gazdaságvédelmi intézkedések valószínűleg hozzájárulnak az elért eredmények megóvásához és az uniós átlag feletti növekedés fenntartásához (PM, 2019). Az állami nyugdíj és a hozzá tartozó nyugdíjszint az előrejelzések szerint rövidtávon többnyire változatlan marad, ami továbbra is indokolja az öngondoskodás erősítésének szükségességét a megfelelő nyugdíj hosszú távú eléréséhez.

#### **4. Öngondoskodás, mint a nyugdíjbiztonság egy lehetősége**

A pénzügyi kultúra meghatározása és jelentősége napjaink egyik népszerű témája. A pénzügyi válság rávilágított arra, hogy mekkora károkat okozhat a pénzügyi kultúra hiánya, és mekkora pusztítást okozhatnak a felelőtlen pénzügyi döntések miatt bekövetkezett események. Ennek ellenére nem kellett volna közel tíz évet várni a pénzügyi kultúra fejlődésével, hanem rögtön a válság után kellett volna elkezdni világszerte. Az alacsony tudásszint Európában és az Amerikai Egyesült Államokban sem volt ismeretlen tény, hiszen erre már jóval a válság előtt több cikk, tanulmány is felhívta a figyelmet (Van Els et al., 2007). A pénzügyi műveltség hiánya vagy elégtelensége károkat okoz a gazdaságnak, felelőtlen döntésekhez vezet, amelyeket sok esetben a kormányoknak kell megoldaniuk, akárcsak Magyarországon a devizahitelek kimenetelével kapcsolatban.

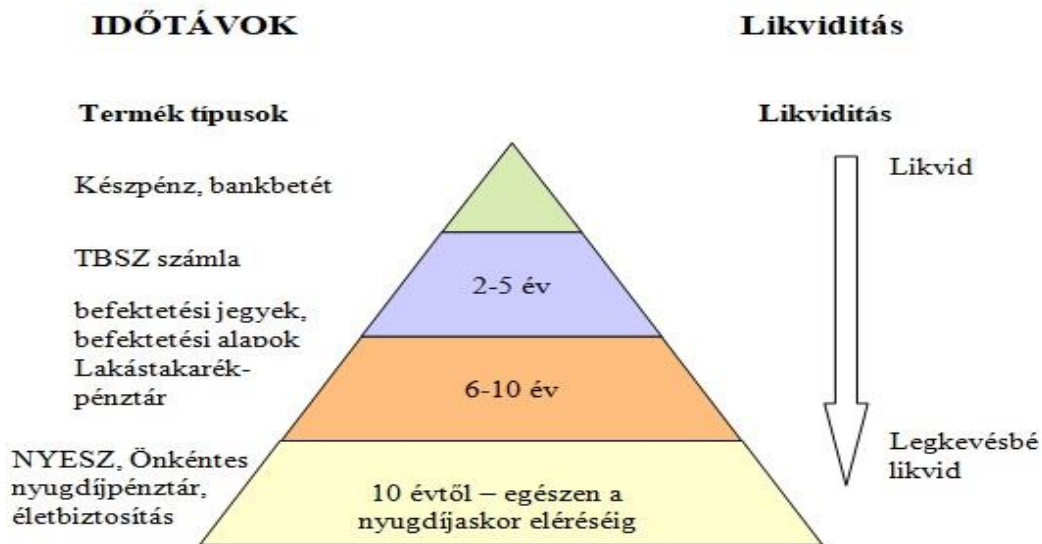
Számos kutató próbálkozott már a pénzügyi kultúra definíciójának megfogalmazásával, de ez a tanulmány a Magyar Nemzeti Bank által használt definícióra épít. A pénzügyi kultúra

szó szoros értelmében a pénzügyi olvasás- és íráskészséget jelenti, amelyhez speciális szakmai tudás szükséges. Az általánosan elfogadott definíció szerint „olyan szintű pénzügyi ismeretek és készségek, amelyek segítségével az egyén képes azonosítani a tudatos és körültekintő döntéseikhez szükséges alapvető pénzügyi információkat, azokat megszerzésük után értelmezni, és alapján képesek a tényleges döntéseket meghozni, felmérve azok esetleges jövőbeni pénzügyi és egyéb következményeit” (MNB - PSZÁF, 2008). Atkinson és Messy (2012) definíciója alapján a pénzügyi kultúra olyan ismeretek, készségek, képességek, attitűdök és viselkedési minták kombinációja, amelyek elengedhetetlenek a megfelelő pénzügyi döntések meghozatalához személyes és társadalmi szinten egyaránt. A pénzügyi kultúra birtokában a jólét növelhető, javítható, ami nemcsak mikro-, hanem makroszinten is érezhető. Luksander et al. (2014) véleménye szerint a pénzügyi kultúra alapvetően a pénzügyi információk feldolgozásának és a megfelelő pénzügyi döntések meghozatalának képessége.

Angus Deaton Nobel díjas brit közgazdász a fogyasztásról, jólétről és szegénységről szóló kutatásainak megállapításai alátámasztja, hogy a pénz igenis boldoggá tesz akkor, ha az ember a nélkülözésből a megélhetésbe, majd a biztonságba kerül általa. Egy szint fölött azonban a több pénz már nem okoz jelentős élet-minőségjavulást (Steptoe et al., 2015). Meg kell még említeni a világban létező extrém szegénység, a kevesebb mint napi egy vagy két dollárból élők felmérésének technikájáról és az adatok megbízhatóságáról folytat kutatásokat, különös tekintettel az indiai National Sample Survey (NSS) által végzett háztartási felmérésekre. Kutatásai emellett kiterjednek a társadalmi helyzet, az egészség, a jövedelem és a végzettség összefüggéseire és nemzetgazdasági hatásaira is. Angus Deaton (2017) által megalkotott Almost Ideal Demand System (AIDS) az első globálisan alkalmazható módszer a szegénység felmérésére. Az úgynevezett Deaton-paradoxon fogalma is tőle származik, vagyis az, hogy a fogyasztás szintje általában nem változik a jövedelem gyors emelkedése és csökkenése idején sem. A Maslow-szükséglet-hierarchia szintjeit, ha nézzük az első két szintnél igenis a jövedelem, a pénz szükséges, hogy élelmiszert tudjunk venni, legyen hol aludni, élni, ezeket szinte kizárólagosan a pénz hozzájárulásával tudunk elérni. Természetesen hosszú távon is ki kell ezeket az igényeket elégíteni, így egyértelmű, hogy a második szinthez is a pénz, mint eszköz a hosszú távú fenntarthatóságunknak a kulcsa szükségessé válik. Ahogy a piramison felfelé haladva az ember egyre boldog és elégedett a saját életével szemben. Ez a szint után a pénz, mint érték nem tud többet tenni a boldogságunkhoz, mivel a szeretetet, az elfogadást nem lehet megvásárolni értelemszerűen (Kahneman & Deaton, 2010). Maslow által elképzelt hierarchia nem minden esetben érvényesül, mint ahogy ezt számos kutatás megerősítette (Wahba & Bridwell, 1976).

Az előrejelzések alapján a nyugdíjasok száma drasztikusan nőni fog, ezen nem lehet rövid távon változtatni. A magyar nyugdíjrendszer jelenleg két pilléren támaszkodik. Az I. pillér: az állami nyugdíjrendszer felosztó-kirovó módon működik és a II. pillér, mely tőkefedezet elven működik (Novoszáth, 2014). A jelenlegi nyugdíjrendszerben az időskori megélhetés biztosításának egyik kiegészítő eleme lehet, önkéntes nyugdíjpénztár választása. Az önkéntes nyugdíjpénztár lehetővé teszi azt, hogy a nyugdíjba vonuláskor képesek legyünk megőrizni az aktív éveinkben megszokott életszínvonalat. Ezek az intézmények egészítik ki az egyéb nyugdíjcélú megtakarításokat, mint például a nyugdíjbiztosítást. A nyugdíj az általános közfelfogásban az a járadék, amelyet egy ország időskorú polgárai alanyi, tehát nem rászorultsági alapon kapnak. Összege függ a szolgálati időtől, azaz a munkával (jövedelemszerzéssel) töltött évek számától és a korábbi jövedelemtől (Matits, 2016). Ez a meghatározás jól tükrözi a közvélekedést, amely szerint a nyugdíj fogalma kizárólag a társadalombiztosítási ellátáshoz kapcsolódik. Pedig nyugdíjnak tekinthető minden olyan rendszeres időskori jövedelem, amire aktív korunkban jogot szerzünk. Így nyugdíj lehet vagy lehetne valamely nyugdíjcélú megtakarításból származó időskori jövedelmünk is. Tudatosítani kellene, hogy nincs és nem is lehet olyan állami ellátási forma, amely mindenkinek, minden esetben megfelelő nyugdíjat ígérhetne. Vagyis, ha mi azt szeretnénk, hogy valóban biztonságban legyünk idős korunkban, akkor bizony magunknak is

sokat kell tennünk. Az adó- és járulékemelés, illetve a nyugdíjkorhatár kijebb tolása mellett létezik egy hatékonyabb és fenntarthatóbb megoldás is, amit öngondoskodásnak hívnak. Ez azt jelenti, hogy az emberek saját maguk számára teremtik meg azt a privát nyugdíjalapot, ami lehetővé teszi, hogy idősen is teljes életet élhessenek. Ezzel az államot is tehermentesítik, mert bár állami segítséggel, de magánúton tesznek félre pénzt. A saját vagyonukkal gazdálkodnak, és nem a közösbe fizetnek be még többet.



**2. ábra: A pénzügyi megtakarítások likviditása**

Forrás: Saját szerkesztés (2022)

Sokféle nyugdíjcélú megtakarítási lehetőség létezik. A megfelelő megtakarítási termék kiválasztása előtt előre el kell döntenünk, hogy az időtáv és a likviditás milyen mértékben számít majd a megtakarítási forma kiválasztásában (ld. 2. ábra). Az állam háromféle nyugdíjcélú elő-takarékossági megoldást támogat: az önkéntes nyugdíjpéztár (ÖNYP), a nyugdíj-előtakarékossági számla (NYESZ) és az nyugdíjbiztosítások. Ezeknél minimum 10-20 éves távokban érdemes gondolkodni. A felhalmozott privát nyugdíjtőkét a nyugdíjkorhatár elérésekor lehet felvenni, bizonyos megkötésekkel korábban is hozzá lehet férni.

## 5. Az öngondoskodás szerepe döntéseinkben

### 5.1. Viselkedési gazdaságtan és döntéshozó tipológia

Öngondoskodás, azaz nyugdíjcélú megtakarítások (önkéntes nyugdíjpéztár, biztosítás, más megtakarítás stb.) jelent. Nem könnyű kiválasztani, melyiket vagy melyikeket szeretnénk, hogy a jövőbeni elvárt nyugdíjszínvonalunkat biztosítsa. A döntések általában, például milyen „pénzügyi befektetési formát válasszunk” döntés esetében az ember ésszerűsége, preferenciái alapján való döntést nem lehet alátámasztani, ezt pszichológiai kutatások is igazolják, mert az egyéb nem racionális megfontolások írják felül. Kutatások kimutatták, hogy a racionális és ettől eltérő irracionális információk feldolgozása az agyféltekékkel áll kapcsolatban. A bal agyfélteke a tudatos, a domináns, a logikus, a racionális, az elemző, a pozitív gondolkodó, a jobb agyfélteke pedig a tudattalan működés feleltethető meg, az irracionális, érzelmi, negatív gondolkodás. A pozitív illetve negatív információ feldolgozási mód szilárd, bár befolyásolható személyiségvonás (Fodor, 2013).

Az emberek többségénél a bal agyfélteke működése a meghatározó, amely jellemzője a pozitív információfeldolgozás (Fodor, 2013). Pozitivitása abban rejlik, hogy bízik, az események jó irányú kimenetelében éppen ezért nehezen viseli a krízishelyzeteket, amelyek veszélyeztetik pozitív világképét, elvárásait. A bal félteke jellemzője a módszeres, analitikus probléma megközelítés, a kutatás és listakészítés. A jobb félteke inkább a negatív információ feldolgozásra alkalmas, vagyis egy adott helyzetben várható végkifejletekkel játszik, elképzei a kimeneteleket, ezért egy adott helyzet bekövetkeztekor aktivizálódik inkább. Közgazdaságtani szempontból fontos, hogy kutatások igazolták, miszerint az egyéni preferenciarendszer alakításában is a jobb félteke a meghatározó. Problémamegoldás szempontjából a jobb félteke tapasztalatot gyűjt az egyes kimenetelekről. A döntéshozatalt tehát sokban befolyásolja, hogy az egyén döntéseiben mely agyféltekére támaszkodik. A döntéshozatal egy másik meghatározó tényezője, a döntéshozó határozottsága. A határozott ember gyorsabban dönt kevésbé határozott társánál. A határozottság és az agyfélteke alapján négyféle döntési stílust, személyiségjegyet különböztethetünk meg.

### 5.2. Pénzügyi tudatosság szerepe döntéseinkben

A primer kutatás a közvetlen személyek jelenlegi és jövőbeni állapotára is irányul. Kíváncsiak vagyunk, hogy a válaszadókat mi irányítja az öngondoskodás döntésig, milyen szokások, folyamatok befolyásolták a döntését, pontosabban mi motiválta a vizsgált megtakarítási forma kiválasztása mellett. A kérdőíves kutatás segítségével megvizsgáltuk a válaszadókat viselkedésgazdasági alapok és faktoranalízis módszertanával, hogy milyen döntési lehetőségek állnak rendelkezésünkre a jövőben elvárt nyugdíjszínvonallal kapcsolatban. A kutatás vizsgálja, hogy az öngondoskodás, mint nyugdíjkiegészítő pillér mennyire kap szerepet ma a köztudatban és döntéseinkben, továbbá milyen lehetséges nyugdíjrendszert tartanak kívánatosnak a jövőben, miből fog állni a jövő nemzedéknek nyugdíja, hányan fognak dolgozni és hogyan a jövőben. A kutatás abból az alapvető feltételezésből indul ki, hogy az emberek a nyugdíjjal kapcsolatban félelemmel, bizonytalansággal gondolnak. Az előző fejezetek alapján belátható, hogy a felosztó-kirovó rendszer válságban van, így a nyugdíjrendszer II. pillére, az öngondoskodás napjainkban egyre nagyobb figyelmet kap.



### 3. ábra: Válaszok a nyugdíjrendszerekkel kapcsolatban

Forrás: Sajat szerkesztés (2022)

A kérdőív adatainak feldolgozása statisztikai módszerekkel történt. Az online kérdőíves kutatás 2020. április 26. és 2020. május 23. között történt. A válaszadók száma összesen 1410 fő (n=1410) volt. A kérdőívet bárki kitölthette, de alapvetően főiskolák és egyetemek voltak megszólítva, ahol gazdasági és pénzügyi ismeretekkel rendelkeztek a hallgatók és az oktatók.

A kutatáshoz párhuzamosan kapcsolódott egy nemzetközi kutatás is, ahol az online kérdőívet európai és amerikai egyetemeken pénzügyi és gazdasági hallgatói és oktatói voltak megszólítva. A válaszadók száma összesen 127 fő (n=127) volt. A nemzetközi kutatás kiértékelése és publikálása még folyamatban van.

Alapvető kérdések, amire kerestük a válaszokat a nyugdíjrendszerek, nyugdíj célú megtakarítási formák és öngondoskodás, nyugdíjbiztonság tervezéséhez kapcsolódtak, mivel ezek az elemek, amik meghatározzák jövőbeni egzisztenciánk pénzügyi háttérét, vagyis az öngondoskodásunk mértékét. A kérdőíves felmérés az alábbi csoportokba lettek osztva a kérdések:

- Pénzügyi és gazdasági ismeret (pl. gazdasági vagy pénzügyi végzettség),
- Nyugdíjrendszerekről ismeret (pl. kötelező, önkéntes),
- Öngondoskodás szerepe (pl. előtakarékoskodás),
- Pénzügyi előtervezés (pl. tanácsadás igénybe vétele),
- Kiberbiztonsági kérdések (pl. adatvédelem, információbiztonság szerepe életünkben),
- Személyiségi jegyek feltérképezése (pl. optimista, maximalista),
- Milyen célokat szeretnénk megvalósítani (pl. saját cég alapítása, gyermekvállalás).



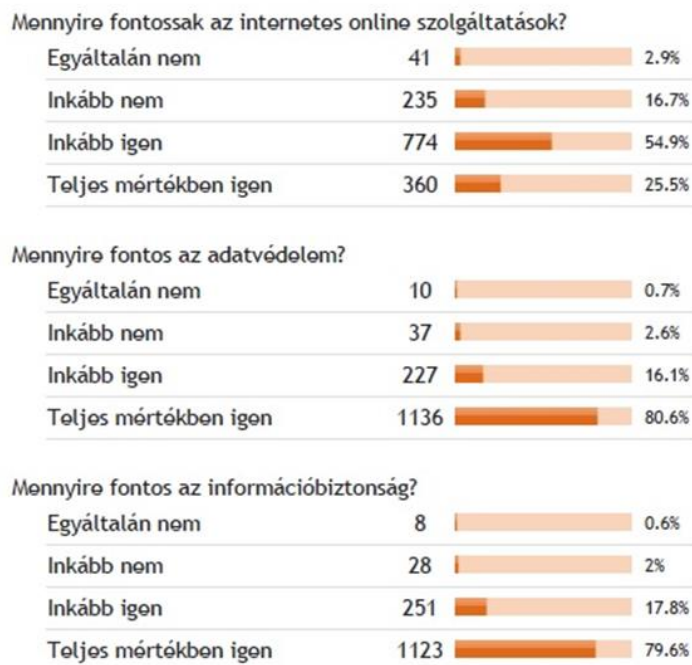
#### 4. ábra: Válaszok a nyugdíjcélra szánt pénzügyi megtakarítással kapcsolatban

Forrás: Saját szerkesztés (2022)

A csoportokat számos statisztikai értékelésnek vetettük alá, hogy megvizsgáljuk a demográfiai hatásokat a kérdésekre, mint például átlagok, gyakoriság, keresztábra. Jelen tanulmányban csak az állami nyugdíj és az öngondoskodás szerepét, továbbá az adat- és információbiztonság fontossága az online szolgáltatások esetén vizsgáljuk meg. A kérdőív kérdéseire adott válaszok és a 3., a 4. és az 5. ábrák alapján a válaszadók alapvetően tájékozottak a nyugdíjrendszerekkel kapcsolatos kérdésekkel kapcsolatban, de a jelenlegi állami nyugdíjrendszert a válaszadók 40,2% nem tartja stabilnak az állami nyugdíjrendszert. Ezzel szemben a nyugdíjcélú elő-takarékoszámban inkább bíznak, a válaszadók 47,4% igen válasza alapján. Az eredmények azt is mutatják, hogy a pénzügyi megtakarítások fontosak a válaszadók számára. A kérdőívet kitöltők átlagéletkora alapján (átlagéletkor: 30,6 év) a megtakarítások fontosak. A további elemzések további belső kapcsolatokat mutatnak, mint például az optimizmus szerepe a nyugdíj



megtakarításokban. A nyugdíjjal kapcsolatos megtakarítások sokkal fontosabbak az optimista nők számára, mivel az igen válaszok nagyobb, mint a hasonló jellemzőkkel rendelkező férfiak esetében. Továbbá a megtakarítások biztonsága mellett, a válaszadók fontosnak tartják az online elérhető szolgáltatásokat, az adatvédelmet, és az információbiztonságot a nyugdíjrendszerrel és az öngondoskodással kapcsolatban is.



### 5. ábra: Válaszok a biztonsággal kapcsolatban

Forrás: Saját szerkesztés (2022)

## 6. Összefoglalás

A jelenlegi nyugdíjrendszer a társadalom nagyfokú elöregedése miatt, és az előrejelzések alapján az aktív keresők és nyugdíjasok arányának drasztikusan változása nagy valószínűséggel a jövőben társadalmi, gazdasági és egyéb problémákat fog okozni globálisan és hazánkban is. Az időskori megélhetés, a nyugdíjas társadalom biztonságérzetének megőrzése kiemelt társadalmi érdek. A legtöbb Európai Unió országban az állami rendszerek központi szerepet töltenek be abban, hogy ésszerű mértékben lehetővé tegyék az emberek számára, hogy fenntartsák életszínvonalukat aktív éveikben, és a nyugdíjba vonulásukat követően is. A tagállamok nyugdíjpolitikai előtt álló kihívás, hogy olyan rendszereket hozzanak létre, amelyek hosszú-távon pénzügyileg fenntarthatók és eleget tesznek a nyugdíjrendszerek alapvető céljának nevezetesen, hogy megfelelő jövedelmet és életszínvonalat tegyenek lehetővé az idős embereknek, valamint biztosítsák gazdasági függetlenségüket. Olyan intézményrendszert hozzanak létre, amely hosszú-távon képes megteremteni a kellő fedezetet a nyugdíjas társadalom biztonságának megteremtéséhez.

A jelenlegi nyugdíjrendszer a társadalom nagyfokú elöregedése miatt, és az előrejelzések alapján az aktív keresők és nyugdíjasok arányának drasztikusan változása nagy valószínűséggel a jövőben társadalmi, gazdasági és egyéb problémákat fog okozni globálisan és hazánkban is. A szakemberek a vegyes rendszer mellett érvelnek, de nincs még elfogadott koncepció, amit mindenki jónak látna. Az állami nyugdíj kötelező jellege miatt választási lehetőség nincs.

A szakirodalmi feldolgozás és a kutatás alapján nem tudtuk biztosan igazolni, hogy anyagi jólét nélkül is lehet harmonikus öregség és nyugdíjbiztonság, de azt sikerült megvilágítani, hogy a jelenlegi életszínvonalunk nyugdíjas korunkban való fenntartásához szükséges magunkról valamilyen pénzügyi formában a jövőben gondoskodni. Erre három államilag támogatott lehetőségünk már adódik, a választás rajtunk múlik, hogy melyiket vagy melyikeket választjuk. A nyugdíjcélú megtakarítási lehetőségeknél alapvetően jövedelmünk mértéke és emocionális döntéseink határozzák meg, melyik megtakarítási formát vagy formákat választunk.

## Irodalomjegyzék

- Augusztinovics M. (2014): Egy értelmes nyugdíjrendszer (Konceptióvázlat). *Közgazdasági Szemle*, 61(10), 1219–1239.
- Atkinson, A. & Messy, F. A. (2012). *Measuring Financial Literacy: Results of the OECD / International Network on Financial Education (INFE) Pilot Study*. OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions, No. 15. OECD Publishing, Paris. <https://doi.org/10.1787/5k9csfs90fr4-en>
- Banyár J.(2016). *Model Options for Mandatory Old-Age Annuities*. Gondolat Kiadó, Budapest.
- Credit Suisse (2017): *Global Wealth Report 2017*. <https://www.credit-suisse.com/media/assets/corporate/docs/about-us/research/publications/global-wealth-report-2017-en.pdf> (Letöltve: 2023.01.08.)
- Credit Suisse (2022). *Global Wealth Report 2022*. <https://www.credit-suisse.com/media/assets/corporate/docs/about-us/research/publications/global-wealth-report-2022-en.pdf> (Letöltve: 2023.01.08.)
- Kahneman, D. & Deaton, A. (2010). High income improves evaluation of life but not emotional well-being. Center for Health and Well-being. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 107(38), 16489-16493. <https://doi.org/10.1073/pnas.1011492107>
- Deaton, A. S. (2017): *A nagy szökés - Egészség, gazdagság, és az egyenlőtlenségek eredete*. Corvina Kiadó, Budapest.
- Dezse T. (2022). *A kötelező állami nyugdíjrendszeren kívüli, kiegészítő nyugdíjintézmények lehetséges szerepe az állami nyugdíjrendszerek finanszírozásában és fenntarthatóságában*. Doktori értekezés. Miskolci Egyetem Állam- és Jogtudományi Kar Deák Ferenc Állam- és Jogtudományi Doktori Iskola, Miskolc. [https://jogikar.uni-miskolc.hu/files/19409/ert\\_mv\\_fin\\_dezse.pdf](https://jogikar.uni-miskolc.hu/files/19409/ert_mv_fin_dezse.pdf) (Letöltve: 2022.10.20.)
- European Commission (2021). *The 2021 Ageing Report: Economic and Budgetary Projections for the EU Member States (2019-2070)*. [https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/economy-finance/ip148\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/economy-finance/ip148_en.pdf) (Letöltve: 2022.10.25.)
- Fodor L. (2013). *Gazdaságpszichológia*. Noran Libro Kiadó, Budapest.
- Lukács E. (2005). A vállalatok modellszerű megközelítése, leírása. In Szücsné Szaniszló Zs. (szerk.), *Nyertesek és vesztesek – az EU-csatlakozás 1,5 éves tapasztalatai. V. Regionális Tanácsadási Konferencia Miskolc* (pp. 1-31). Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar, Miskolc.
- Luksander A., Béres D., Huzdik K. & Németh E. (2014). A felsőoktatásban tanuló fiatalok pénzügyi kultúráját befolyásoló tényezők vizsgálata. *Pénzügyi Szemle*, 59(2), 237–258.
- Holtzer P. (szerk.) (2010). *Jelentés a Nyugdíj és Időskor Kerekasztal tevékenységéről*. Miniszterelnöki Hivatal, Budapest. <https://mek.oszk.hu/19600/19682/19682.pdf> (Letöltve: 2022.10.25.)
- Wahba, M. A. & Bridwell, L. G. (1976): Maslow reconsidered: A review of research on the need hierarchy theory. *Organizational Behavior and Human Performance*, 15(2), 212–240. [https://doi.org/10.1016/0030-5073\(76\)90038-6](https://doi.org/10.1016/0030-5073(76)90038-6)



- Matits Á. (2016): Az állam és az egyén felelőssége az időskori jövedelem biztosításában. In *Simonovits 70, Társadalom- és természettudományi írások Arkhimédészről az időskori jövedelmekig* (pp. 195–199). MTA KRTK Közgazdaság-tudományi Intézet, Budapest.
- Mészáros, J. (szerk.) (2014): *European Pension System: Fantasy or Reality*. Report of the conference of the Central Administration of National Pension Insurance organised in cooperation with the International Social Security Association European Network held in Budapest, on 19th September 2014.
- Molnár I. (2004): A mikroszimulációs modellek használatának új hazai lehetőségei. *Statistikai Szemle*, 82(5), 462–477.
- MNB - PSZÁF (2008): Együttműködési megállapodás a pénzügyi kultúra fejlesztés területén. <https://www.mnb.hu/letoltes/0415mnbpszafmegallpodas-penzugyi-kultura-fejleszte.pdf> (Letöltve: 2022.11.27).
- Novoszáth P. (2014): *A társadalombiztosítás pénzügyei*. Nemzeti Közzolgálati és Tankönyv Kiadó, Budapest.
- Novoszáth P. (2017): A társadalombiztosítás pénzügyeivel kapcsolatos rendszerek átalakítása Magyarországon. *Új magyar közigazgatás*, 10, 8–18.
- OECD (2018). *OECD Pensions Outlook 2018*. OECD Publishing, Paris. [https://doi.org/10.1787/pens\\_outlook-2018-en](https://doi.org/10.1787/pens_outlook-2018-en)
- OECD (2019). *Pensions at a Glance 2019: OECD and G20 Indicators*. OECD Publishing, Paris. <https://doi.org/10.1787/b6d3dcfc-en>
- ONYF (2015). *MIDAS\_HU. Az Országos Nyugdíjbiztosítási Főigazgatóság dinamikus mikroszimulációs nyugdíjmodelljének kézikönyve*. 2015. május 31-i állapot. Országos Nyugdíjbiztosítási Főigazgatóság. Budapest. [http://mikroszimulacio.onyf.hu/attachments/article/35/Midas\\_HU%20manual\\_final.pdf](http://mikroszimulacio.onyf.hu/attachments/article/35/Midas_HU%20manual_final.pdf) (Letöltve: 2016.10.20.)
- Pénzügyminisztérium (2019). Makrogazdasági és költségvetési prognózis 2019-2023.
- Posgay I., Regős G., Horváth D. & Molnár D. (2020). A koronavírus-járvány gazdasági hatásairól. *Polgári Szemle*, 16(4-6), 31–50. <https://doi.org/10.24307/psz.2020.1004>
- Rontó M. (2006): *Előadásjegyzet Dinamikus gazdasági modellek c. tárgyhoz*. Miskolci Egyetem Matematikai Intézet Analízis Tanszék, Miskolc. <https://www.uni-miskolc.hu/~matronto/go/files/GDM-osszes-1javfontal.pdf> (Letöltve: 2022.11.20.)
- Samuelson, P. A. (1958). An Exact Consumption-Loan Model of Interest with or without the Social Contrivance of Money. *Journal of Political Economy*, 66(6), 467–482. <https://doi.org/10.1086/258100>
- Simonovits A. (2002). *Nyugdíjrendszerek: tények és modellek*. Typotex Kiadó, Budapest.
- Simonovits A. (2010). Milyen nyugdíjrendszert? In Holtzer P. (szerk.), *Jelentés a Nyugdíj és Időskor Kerekasztal tevékenységéről* (pp. 111–115). Miniszterelnöki Hivatal, Budapest. <http://buksz.c3.hu/1002/04bir.simonovits.pdf> (Letöltve: 2022.11.13.)
- Simonovits A. (2019). *Matematikai közgazdaságtani modellek középiskolás fokon*. Műhelytanulmányok MT-DP – 2019/3. MTA Közgazdaság- és Regionális Tudományi Kutatóközpont Közgazdaságtudományi Intézet, Budapest.
- Stein, Emil Vollset (2020). For The First Time In Centuries, The World's Population Will Decline In A Few Decades. Forrás: <https://www.iflscience.com/health-and-medicine/for-the-first-time-in-centuries-the-worlds-population-will-decline-in-next-few-decades/> (2022.12. 10.).
- Stephoe, A., Deaton, A. & Stone, A. A. (2015). Subjective wellbeing, health, and ageing. *Lancet*, 385 (9968), 640–648. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(13\)61489-0](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(13)61489-0)

- United Nations (2019). The World Population Prospects, Highlights. [https://population.un.org/wpp/publications/files/wpp2019\\_highlights.pdf](https://population.un.org/wpp/publications/files/wpp2019_highlights.pdf) (Letöltve: 2022.11.11.)
- United Nations (2021). Global Population Growth and Sustainable Development. [https://www.un.org/development/desa/pd/sites/www.un.org.development.desa.pd/files/un-desa\\_pd\\_2022\\_global\\_population\\_growth.pdf](https://www.un.org/development/desa/pd/sites/www.un.org.development.desa.pd/files/un-desa_pd_2022_global_population_growth.pdf) (Letöltve: 2022.11.10.)
- Van Els, P.J.A., van Rooij, M.C.J. & Schuit, M.E.J. (2007). Why mandatory retirement saving? In Steenbeek, O. & Van der Lecq, F. (Eds.), *Costs and Benefits of Collective Pension Systems* (pp. 159–186). Springer, Berlin, Heidelberg. [https://doi.org/10.1007/978-3-540-74374-3\\_9](https://doi.org/10.1007/978-3-540-74374-3_9)

## Competencies for Sustainable Development

**Zsuzsanna NAGYNÉ HALÁSZ**<sup>1</sup>

PhD Candidate,

Assistant Professor

*University of Pannonia, Faculty of Business Administration, Zalaegerszeg - Hungary*

### Abstract

In our days, humankind is faced with complex global problems, such as climate change, over-population, famine, the destruction of the flora, desertification, and increased migration. The capitalist value system, the aspiration for profit maximisation, continuous development and growth is coupled with the depletion of natural resources, increased environmental pollution, and social tensions. Sustainability and the concept of sustainable development provide an opportunity to check these destructive trends. However, an attitude change is required for this. Education is going to play a significant role in moulding the environmentally conscious way of thinking and creating the competencies of the coming generations in sustainability. This study presents this topic based on literary research.

*Keywords:* Sustainability, Sustainable Development, Competencies

*JEL Codes:* I23, O13; Q01

### 1. Introduction, aims and objectives

We must regrettably note that nowadays the balance among the natural environment, the economy and the society is upset. The main reason for this is the enormous rates of population and economic expansion, which lead to the excessive use of natural resources and the destruction of the ecological environment. Not only the well-being of the coming generation but already that of the current generation is at risk. Sustainable development requires a change in social and economic attitudes, and educational institutions have a significant role to play in it. The author's aim is to conduct a questionnaire-based quantitative survey on the sustainability competences of university students on the input and output ends of their university programmes. This research would allow a comparative analysis of conventional training programmes and practical and interactive training programmes. Conducting a literature review is a prerequisite to achieving this goal. This paper provides a brief summary of the findings of secondary research. First, sustainability and sustainable development is presented through their analysis from various aspects. This will then be followed by a discussion of the concept and content of competencies. Then the competencies for sustainable development will be described. The final part of the paper proposes innovative approaches to education in order to close the gap between the competencies currently imparted in training programmes and those required for achieving sustainability.

### 2. Literature review on sustainability and sustainable development

The sustainability of economic growth has become a significant research question since the 1960s. In his research, Boulding (1966) highlighted the importance of replacing theories assuming open systems endowed with unlimited opportunities with those that regard Earth as a

---

<sup>1</sup> [nagyne.halasz.zsuzsanna@zek.uni-pannon.hu](mailto:nagyne.halasz.zsuzsanna@zek.uni-pannon.hu)

closed system. The author investigated the dangers of infinite growth and the depletion of natural resources. In 1972, the report of the Club of Rome titled *'The limits to growth'* was published (Meadows et al., 1972), which dealt with the harmful effects of population and economic growth on the environment. In the same year, the UN organised a conference on the protection of nature and the environment and presented their importance to participating politicians. The Environmental Programme of the UN (UNEP) was established in the same year, in 1972 (Hutkai & Lehoczki, 2018), which elevated the demand for environmental protection to an international level.

In his book, Brown (1981) outlined the steps of building a sustainable society. The author considered fundamental economic and social changes to be indispensable for achieving this objective. He propounded that this transition required the acquisition of new skills in which education and training would have to assume a significant role. The novelty of the paper is that the development is considered with a systematic approach. It analyses the various aspects of the economy, nature, and society as a complex whole (Szlávik, 2012).

The terms of sustainability and sustainable development are not synonyms. The former is the aim, and the latter is the way, and the activity itself, to reach sustainability (Horváth-Horváth, 2021). In a broader sense sustainability is the ability of maintaining firm and balanced development of a certain level without disturbing the harmony between the natural world and the man-made physical world (Gamage et al., 2022). According to Stoddart et al. (2011) sustainability means the efficient and just allocation of resources within and between generations, i.e., a social-economic activity accomplished within the framework of a limited ecosystem. In UNESCO's publication (2012) the following definition is given: sustainability is seen as the paradigm for thinking about the future in which environmental, societal, and economic considerations are balanced in the pursuit of an improved quality of life. Hasna (2009) believes that sustainability implies the satisfaction of basic human needs. He also claims, however, that knowledge and technology play an important role in reaching this balance. There is a heated debate over the definition of sustainability among environmental and resource economists. The conventional views of economic and nature scientists differ as to the relationship between natural and economic resources. The former hold that sustainability is a state of affairs where the sum of natural and man-made resources remains at least constant for the foreseeable future so that the well-being of the future generations should not decline (Kuhlman- & Farrington, 2010). This theory is that of 'weak' sustainability. Its representatives claim that the components of natural and man-made capital are mutually substitutable, therefore it is sufficient for their sum not to decrease. However, advocates of the theory of 'strong' sustainability hold that natural capital can in no way, or at most only to a limited extent be substituted with man-made capital, therefore natural capital must be preserved. In their view, we can talk about sustainability if in parallel with the satisfaction of the current needs of humankind, environmental and natural resources are preserved for the coming generations (Hutkai-Lehoczki, 2018).

In its report 'Our Common Future', the UN World Commission on Environment and Development defined sustainability as a form of development meeting the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs (Brundtland, 1987). To this day, this has been the most widely accepted definition. The commission assumed that there could happen such economic development that was less material and energy intensive in its contents, did not destroy the environment and was socially just. In case of sustainable development, growth in any of the economic, social, and natural factors can only take place in observation of the sustainability of the other two factors (Czippán & Könczey, 2021). Yet, the three factors are not on a par. Development is not sustainable unless its rate is below the carrying capacity and tolerance of the natural environment, that is, within the so-called ecological boundaries (Gyulai, 2013). Sustainability is not some static paradise, but rather the capacity of human beings to continuously adapt to their non-human environments by means of social organisation.

Sustainable development is a process through which people will need to learn to live more in tune with the environment (Scott, 2002). According to the author this will not be taking place where learning is not happening. Blignaut et al. (2014) added to the strategies required for achieving sustainability. In the authors' view development is sustainable if the following three criteria are met:

- technological change in the economic systems;
- social behavioural change; and
- greater investment in the restoration of natural capital.

In this paper, I examine the role of education in providing the competencies for sustainability and for changing social behaviour. I have earlier shown that a number of studies have dealt with the influencing role of learning and teaching. Having recognised and aiming to bolster this effect, the UN launched the programme 'United Nations Decade of Education for Sustainable Development' (2005-2014) with the overall goal of integrating the values inherent in sustainability and environmental education into all aspects of learning (Thomas, 2009). Then in 2015, the UN defined its 'Sustainable Development Goals' (2016-2030), which identified 17 areas for improvement. Among them we can find the need for providing quality and life-long education. Further targets include the provision of education for sustainable development and sustainable lifestyles and opportunities to acquire the knowledge and skills within the educational system (UN, 2015).

### **3. Interpretive approaches to competencies**

The term 'competency' refers to an underlying characteristic of a person that results in effective or superior performance (Armstrong & Taylor, 2014). A 'competent' person is successful in a given activity (Akkermans et al., 2013). But what characteristic brings success in the world of work?

The different definitions of competency initially emphasised the importance of knowledge. Nowadays studies are being published that highlight the importance of individual and collective knowledge and cognitive skills (Hanushek & Woessmann, 2015). However, McClelland (1973) confirmed with the help of his research that the intelligence tests universally used in the US (e.g., in education and recruitment) and focused on measuring knowledge are incapable of predicting a student's success in education or an employee's suitability in the world of work. In the author's opinion the concept of competency should include not only knowledge and skills but also behaviour (conduct) and personal skills. The research analysed the characteristics of occupational status and success, or lack of success, respectively, based on the employees' behaviour and conduct. Having investigated various factors the author claimed that there was no correlation (relationship) between educational success and occupational suitability.

Rychen and Salganik (2003) state that competencies encompass knowledge, skills, abilities, and dispositions that are required for meeting current and future challenges.

According to Winterton and Delamare (2005) competencies are integrated constructs that combine the defining elements of the individual's occupational success in a structured and dynamic way. These elements being knowledge, personality traits, attitudes, motivation, skills, and abilities. This broader interpretation appears in the research of Berde et al. (2006). They define the following groups of competencies:

- knowledge;
- skills and abilities – the skills required for completing tasks (physical and mental characteristics) and learnt activities (abilities);
- attitudes and values – forms of behaviour and conduct influencing the work quality and work performance, and patterns of thinking and acting (Borszéki, 2021);

- personality traits (character) – physical and psychological characteristics;
- motivation – controls and influences behaviour and conduct.

In his paper, Nemeskéri (2014) applies the broader definition of competencies but offers a different categorisation to the one suggested by Berde et al. (2006). Besides knowledge, skills and abilities, personality and attitude appear in combination, including motivation, as the third category.

The application of the extended concept of competencies has become the norm both in the labour market and education. Still the various components are listed in different categories and with different names in the various studies and fields.

We can also find an interpretation according to which competency is the combination of hard and soft skills and abilities (Szászvári et al., 2019). In their view hard skills include knowledge (cognitive skills) and the skills and abilities required for task completion in practical situations (functional skills). On the other hand, soft skills include personality traits, motivations, and attitude. Hard and soft skills are differentiated between in several studies (Babić & Slavković, 2011; Tóthné, 2019).

In other contexts, hard skills are also referred to as technical skills (Farkas & Nagy, 2008; Armstrong & Taylor, 2014) whereas soft skills as behavioural skills (Armstrong & Taylor, 2014; Augustine et al., 2019).

There seem to be several definitions of competencies. One thing is shared by all of them though: competencies refer to personal traits and abilities that allow the given individual to successfully perform their tasks in a given context.

#### **4. Sustainability competencies, or competencies for sustainable development**

Among the 17 Sustainable Development Goals of the UN there is quality education and providing and disseminating knowledge and information related to sustainability is set as a target that might contribute to changing human behaviours and attitudes and to creating environmental awareness. The research conducted by Hadjichambis et al. (2015) found that young people have become disconnected from nature. Little do they realise or comprehend how harmful their consumption to satisfy their needs is for the environment and this leads to unlimited consumption. The authors' pilot environmental educational programme confirmed the assumption that education indeed helps to create sustainable consumption behaviours in children that may lead to pro-environmental decisions. Based on her research conducted among students of secondary and higher education, Majláth (2009) found that the higher level of education the students participate in, the broader their knowledge in terms of sustainability and environmental protection. However, several studies have proved that possessing knowledge and information related to sustainable development is a necessary but not sufficient condition for changing behaviours (Kollmuss & Agyeman, 2002; Majláth, 2009; Frisk & Larson, 2011; Zsóka et al., 2011; Major, 2017). There is a need for enhancing student motivation and embedding values and for this reason the broader interpretation of competencies must be used in training programmes. Education for Sustainable Development (ESD) must make it possible for every person to acquire the knowledge, skills, attitudes, and values required for creating a sustainable future (Hadjichambis et al., 2015). Kollmuss and Agyeman (2002) proposed the concept of 'pro-environmental awareness' that will lead to sustainable behaviour. It is the complex system of environmental information, social and personal values, and attitudes, which, along with personality traits, further internal factors (for example, needs and avoidance of discomfort) and external factors (social, cultural, and economic) influence the individual's behaviour. Various authors believed that certain key competencies could be defined that were vital to sustainable development.

Kopasz (2019) and Majláth (2009) both defined competencies required for activities to advance sustainable development:

- Knowledge of environmental systems and their operation;
- Knowledge of the ways of achieving sustainability goals;
- Knowledge of the consequences of decisions in harmony or in contrast with the goals of sustainable development;
- Knowledge of social norms (based on customs and traditions) and moral (ethical) norms related to sustainable development; and
- Knowledge of the consequences of environmental problems.
- Systemic approach.
- Critical thinking.
- Creative thinking.

In their research, Svanström et al. (2008) investigated the learning outcomes of education for sustainable development in the context of higher education, more specifically, what characteristics a student should possess from whom we may expect the advancement of sustainability. The authors expect the successful ‘change agents’ to have the following competencies:

- Systemic or holistic thinking;
- Interpersonal and intrapersonal skills;
- The ability to integrate different perspectives;
- Good problem-solving skills and abilities;
- Critical and creative thinking;
- The ability of self-learning and continuous learning;
- Communication skills; and
- The ability to collaborate in a team.
- Knowledge of the environmental, economic, and social issues related to sustainability, and understanding their interrelationship.
- A value system and motivation to change individual decisions and actions.

Sherren (2008) identified the following competencies for higher education graduates in terms of sustainable development:

- Critical thinking;
- Independent inquiry and problem solving;
- Creativity;
- Sensitivity;
- Empathy;
- Foresight;
- Self-expression;
- Broadened perspectives.

In their research, Albareda-Tiana et al. (2018) applied four groups of competencies in pre-service teacher training:

- Competency in the critical contextualisation of knowledge through linking social, economic, and environmental issues at a local and/or global level;
- Competency in the sustainable use of resources and in the prevention of negative impacts on natural and social environments;
- Competency to participate in community processes that promote sustainability;
- Competency to apply ethical principles related to sustainability values in personal and professional behaviour.

In their paper, Wiek et al. (2011) defined the following key competencies for sustainability:

- Systems-thinking competence (to analyse complex systems by comprehending, empirically verifying, and articulating their structure, key components, and dynamics, cause and effect relationships, sustainability issues and problem solving).
- Anticipatory competence (to craft and analyse mathematical and statistical pictures of the future).
- Normative competence (to map and apply sustainability values, principles, goals, targets, and risks; the issue of integrity).
- Strategic competence (to design strategies towards sustainability, to create strategic concepts and activity plans).
- Interpersonal competence (to motivate and enable cooperation; leadership skills; empathy; ability to cooperate).

In their research, Frisk and Larson (2011) determined four key competencies for sustainability based on literary review:

- Systems thinking and an understanding of interconnectedness;
- Long-term, foresighted thinking;
- Stakeholder engagement and group collaboration; and
- Action-orientation and change-agent skills.

## **5. Opportunities to acquire competencies for sustainability in higher education programmes**

Higher educational institutions are expected to play a major role in creating competencies for sustainability since they are the ones to turn out future managers, teachers, and key professionals as well as political and economic decision-makers. This poses a great challenge for these institutions as they would generally award degrees that verified the knowledge of over-specialised and fragmented disciplines. However, the issue of sustainability calls for a complex approach (Lozano et al., 2013). Traditional higher education programmes imparting theoretical knowledge do not ensure the well-rounded acquisition of competencies for sustainable development, especially the ones related to systems and future orientation and personal participation and actions (Lambrechts et al., 2013). A new approach and novel methods are called for. Predominantly lecture-based education will have to give way to small-group workshops and interactivity. In their research, Tejedor et al. (2019) worked out 5 pedagogical strategies to improve competencies for sustainability:

- Problem-based learning. (It is a teaching and learning strategy in which students, in small groups and under the supervision of a tutor, learn to search for and analyse the information necessary to solve a sustainability related problem by determining the most adequate solutions.)
- Project-oriented (also known as project-based) learning. (It is an experiential teaching and learning method by which students solve a real sustainability problem in practice through active cooperation.)
- Service-learning. (It is an experiential teaching and learning method which integrates meaningful community service and commitment into the curriculum.)
- Case studies. (They present a situation that contains one or several problem areas that the subject or subjects must discuss, analyse, and propose solutions to. They can be individual tim for social and economic actors to change their habits and behaviours to protect and maintain our natural environment, which, at the same time, ultimately means ensuring the living conditions and well-being of humankind. This, however, presupposes that individuals have the competencies that are necessary for shaping a sustainable future. It is the task of educational institutions to ensure that these competencies be acquired through training programmes adopting new approaches and novel methods.



## Bibliography

- Akkermans, J., Schaufeli, W.B., Brenninkmeijer, V. & Blonk, R.W.B (2013). The role of career competencies in the Job Demands – Resources model. *Journal of Vocational Behavior*, 83(3), 356–366. <http://doi.org/10.1016/j.jvb.2013.06.011>
- Albareda-Tiana S., Vidal-Raméntol S., Pujol-Valls M. & Fernández-Morilla M. (2018). Holistic Approaches to Develop Sustainability and Research Competencies in Pre-Service Teacher Training. *Sustainability*, 10(10), 3698, 1–20. <https://doi.org/10.3390/su10103698>
- Armstrong, M. & Taylor, S. (2014). *Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice*. 13th edition. Kogan Page, London.
- Augustine, A. E., Umana E. A., Inyang, B. J. & Isaac, S. E. (2019). Effect of Job Analysis on Corporate Performance of the Selected Private Sector Organizations in Cross River State, Nigeria. *IOSR Journal of Business and Management* 21(11), 41–52.
- Babić, V. & Slavković, M. (2011). Soft and hard skills development: A current situation in Serbian companies. In *Knowledge as Business Opportunity: Proceedings of the Management, Knowledge and Learning International Conference 2011* (pp. 407–414). International School for Social and Business Studies, Celje, Slovenia. <https://ideas.repec.org/h/isv/mkpl11/407-414.html>
- Berde É., Czenky A., Györgyi Z., Híves Z., Morvay E. & Szerepi A. (2006): *Diplomával a munkaerőpiacon*. Felsőoktatási Kutatóintézet, Budapest.
- Blignaut, J., Aronson, J. & De Groot, R. (2014). Restoration of natural capital: A key strategy on the path to sustainability. *Ecological Engineering*, 65, 54–61. <https://doi.org/10.1016/j.ecoeng.2013.09.003>
- Boulding, K. E. (1966). The Economics of the Coming Spaceship Earth. In Jarrett, H. (Ed.), *Environmental Quality in a Growing Economy* (pp. 3–14). MD: Resources for the Future/Johns Hopkins University Press, Baltimore.
- Brown, L. R. (1981). *Building a Sustainable Society*. W.W. Norton, New York.
- Brundtland, H. G. (1987). *Our Common Future*. Report of the World Commission on Environment and Development. United Nations.
- Czippán, K. & Könczey, R. (2021). *Fenntartható fejlődés – korlátok és felelősségek*. Nemzeti Közszolgálati Egyetem Közigazgatási Továbbképzési Intézet, Budapest.
- Farkas, A. & Nagy, V. (2008). Student Assessment of Desirable Technical Skills: A Correspondence Analysis Approach. *Acta Polytechnica Hungarica*, 5(2), 43–57.
- Frisk, E. & Larson, L. K. (2011). Educating for Sustainability: Competencies & Practices for Transformative Action. *Journal of Sustainability Education*, 2(March), 1–20.
- Gamage, K.A.A., Ekanayake, S.Y. & Dehideniya, S.C.P. (2022). Embedding Sustainability in Learning and Teaching: Lessons Learned and Moving Forward – Approaches in STEM Higher Education Programmes. *Education Sciences*, 12(3), 225. <https://doi.org/10.3390/educsci12030225>
- Gyulai, I. (2013). Fenntartható fejlődés és fenntartható növekedés. *Statisztikai Szemle*, 91(8-9), 797–822.
- Hadjichambis, A. C., Paraskeva-Hadjichambi, D., Ioannou, H., Georgiou, Y. & Manoli, C. C. (2015). Integrating Sustainable Consumption into Environmental Education: A Case Study on Environmental Representations, Decision Making and Intention to Act. *International Journal of Environmental & Science Education*, 10(1), 67–86.
- Hanushek, A. E. & Woessmann, L. (2015). *Universal Basic Skills: What Countries Stand to Gain*. OECD Publishing, Paris. <https://doi.org/10.1787/9789264234833-en>

- Hasna, A. M. (2009). Contemporary society, technology and sustainability. *International Journal of Technology, Knowledge and Society*, 5(1), 13–20. <https://doi.org/10.18848/1832-3669/CGP/v05i01/55968>
- Horváth, D. D. & Horváth, D. (2021). Tervező diákok, oktatás, designkommunikáció és egy akciókutatás fenntartható eredménye. *Marketing & Menedzsment*, 55(Különszám 1.), 63–71. <https://doi.org/10.15170/MM.2021.55.KSZ.01.06>
- Hutkai, Zs. & Lehoczki, A. (2018): *Fenntartható gazdálkodás és menedzsment*. Dialóg Campus Kiadó, Budapest.
- Kollmuss, A. & Agyeman, J. (2002): Mind the Gap: Why Do People Act Environmentally and What Are the Barriers to Pro-Environmental Behavior? *Environmental Education Research* 8(3), 239–260. <https://doi.org/10.1080/13504620220145401>
- Kopasz, A. R. (2019). Methodology tools in forest school and their impact on the development of ecological identity. *Journal of Applied Technical and Educational Sciences*, 9(3), 91–116. <http://doi.org/10.24368/jates.v9i3.131>
- Kuhlman, T. & Farrington, J. (2010). What is Sustainability? *Sustainability*, 2(11), 3436–3448; <https://doi.org/10.3390/su2113436>
- Lambrechts, W., Mulà, I., Ceulemans, K., Molderez, I. & Gaeremynck, V. (2013). The integration of competences for sustainable development in higher education: An analysis of bachelor programs in management. *Journal of Cleaner Production*, 48, 65–73. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2011.12.034>
- Lozano, R., Lozano, F. J., Mulder, K., Huisingh, K. & Waas, T. (2013). Advancing Higher Education for Sustainable Development: international insights and critical reflections. *Journal of Cleaner Production*, 48, 3–9. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.03.034>
- Majláth M. (2009). A környezetbarát terméktulajdonság fontossága a fogyasztói döntésekben. Egy empirikus kutatás eredményei. *Vezetéstudomány*, 40(2), 44–56.
- Major, L. (2017). A felsőoktatás szerepe a fenntarthatóság céljainak elérésében. *EDU*, 7(1), 53–65. [https://epa.oszk.hu/02900/02984/00014/pdf/EPA02984\\_edu\\_2017\\_1\\_053-065.pdf](https://epa.oszk.hu/02900/02984/00014/pdf/EPA02984_edu_2017_1_053-065.pdf) (Last accessed on 5 December 2022.)
- McClelland, D. C. (1973). Testing for competence rather than for „intelligence”. *American Psychologist*, 28(1), 1–14. <https://doi.org/10.1037/h0034092>
- Meadows, D. et al. (1972). *The Limits to Growth – A report for the Club of Rome’s Project on the Predicament of Mankind*. Universe Books, New York. <https://www.donellameadows.org/wp-content/userfiles/Limits-to-Growth-digital-scan-version.pdf> (Last accessed on 11 November 2022.)
- Nemeskéri, Gy. (2014). A foglalkoztathatóság általános kompetencia követelményei. *Munkaügyi Szemle*, 57(2), 65–71.
- Rychen D.S. & Salganik L.K. (Eds.) (2003). *Key Competencies for a Successful Life and a Well-Functioning Society*. Germany: Hogrefe & Huber.
- Scott, W. (2002). *Sustainability and Learning: What role for the curriculum?* Council for Environmental Education in association with the Centre for Research in Education and the Environment, University of Bath.
- Sherren, K. (2008). A history of the future of higher education for sustainable development. *Environmental Education Research*, 14(3), 238–256. <https://doi.org/10.1080/13504620802148873>
- Stoddart, H. (2011). *A Pocket Guide to Sustainable Development Governance*. First Edition. Stakeholder Forum. London, UK.
- Svanström, M., Lozano, J. F. & Rowe, D. (2008). Learning outcomes for sustainable development in higher education. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 9, 339–351. <https://doi.org/10.1108/14676370810885925>

- Szászvári, K., Csillag, S., Csizmadia, P. & Hidegh, A. L. (2019). Magyarországi kis- és középvállalkozások készség-szükségletei, *Munkaügyi Szemle*, 62(6), 6–12.
- Szlávik, J. (2012). A fenntartható fejlődés fogalma és értelmezései. In: *Összhang: Tudomány a gazdaságban és a társadalomban* (pp. 75–90). Eszterházy Károly Főiskola Líceum Kiadó, Eger.
- Thomas, I. (2009). Critical Thinking, Transformative Learning, Sustainable Education, and Problem-Based Learning in Universities. *Journal of Transformative Education*, 7(3), 245–264. <https://doi.org/10.1177/1541344610385753>
- Tóthné Téglás, T. (2019). Diplomás pályakezdők kiválasztása során alkalmazott vállalati gyakorlatok. In Csizsárik–Kocsir Á., Garai–Fodor M. (szerk.), *Vállalkozásfejlesztés a XXI. században – IX/2. tanulmánykötet: Kihívások a marketing és a menedzsment területén a XXI. században* (pp. 131–147). Óbudai Egyetem Keleti Károly Gazdasági Kar, Budapest.
- UNESCO (2012): Education for sustainable development: sourcebook. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000216383> (Last accessed on 5 December 2022.)
- United Nations (2015). Transforming our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development. <https://sdgs.un.org/publications/transforming-our-world-2030-agenda-sustainable-development-17981> (Last accessed on 19 November 2022.)
- Tejedor, G. et al. (2019). Didactic Strategies to Promote Competencies in Sustainability. *Sustainability*, 11(7), 2086. <https://doi.org/10.3390/su11072086>
- Wiek, A., Withycombe, L. & Redman, C. L. (2011). Key competencies in sustainability – A reference framework for academic program development. *Sustainability Science*, 6(2), 203–218. <https://doi.org/10.1007/s11625-011-0132-6>
- Winterton, J. & Delamare Le Deist, F. (2005): What is competence? *Human Resource Development International*, 8(1), 27–46. <https://doi.org/10.1080/1367886042000338227>
- Zsóka, Á., Marjainé Szerényi, Zs. & Széchy, A. (2011): A környezeti nevelés szerepe a fenntartható fogyasztás és életmód kialakításában. In Csutora M. & Hofmeister Tóth Á. (szerk.), *Fenntartható fogyasztás? A fenntartható fogyasztás gazdasági kérdései* (pp. 90–109). Budapesti Corvinus Egyetem, Budapest.

## **Gyógynövényturizmus és az abban rejlő lehetőségek – Az Észak-Magyarországi kínálati oldal primer vizsgálata**

*Herbal Tourism and its Potential – Primary Examination of the Supply Side of Northern Hungary*

**PÁSZK Norbert<sup>1</sup>**

mestertanár (*Master Teacher*)

Miskolci Egyetem, Egészségtudományi Kar, Elméleti Egészségtudományok Intézete (*University of Miskolc, Faculty of Health Sciences, Institute of Basic Health Sciences – Hungary*)

### **Absztrakt**

Kutatásomban a gyógynövényturizmus helyzetét, kínálati oldalát vizsgáltam Magyarországon, különös tekintettel az Észak-Magyarországi régióra. Szerettem volna választ kapni primer vizsgálatom során arra, hogy az Észak-Magyarországi régióban megfelelő mennyiségű, illetve minőségű gyógynövény ismereti programot kínálnak-e a különböző szolgáltató helyek, valamint arra, hogy minden fajta programelemen részt tudnak-e venni egész évben az érdeklődők. Négy darab mélyinterjút készítettem és értékelttem ki, valamint szekunder kutatási adatokkal vettem össze a kapott eredményeket.

*Kulcsszavak:* gyógynövények, gyógynövényturizmus, marketing

*JEL-kódok:* L83, Z32, Z33

### **Abstract**

In my research, I examined the situation and the supply side of medicinal plant tourism in Hungary, with particular regard to the region of Northern Hungary. During my primary research, I would like to get an answer as to whether the various service providers in the Northern Hungary region offer an adequate amount and quality of herbal knowledge programs. Also, that interested people can participate in all kinds of program elements throughout the year. I conducted and evaluated four in-depth interviews and compared the results with secondary research data.

*Keywords:* medicinal herbs, herbal tourism, marketing

*JEL Codes:* L83, Z32, Z33

## **1. Bevezetés, célok**

A gyógynövények használata az egészségtudatosság előtérbe kerülésével egyre jobban megjelenik az emberek életében, életmódjában, illetve az utazási szokásaikban hazánkban is. Korábbi primer és szekunder kutatásaim alapján kiderült, hogy Magyarországon a gyógynövényturizmus, mint a gyógynövényekhez kapcsolódó turisztikai ágazat népszerű, jelen van az országban, azonban a lehetőségek nincsenek eléggé kiaknázva. Adottságokat tekintve nagyon kedvező a helyzetünk, azonban viszonylag kevés a gyógynövényturisztikai szolgáltató és az általuk elérhető termékek kínálati piaca is kicsi országosan, mely az Észak-Magyarországi régióra is igaz sajnos.

A gyógynövények használata egyre népszerűbbé válik az utóbbi években, évtizedekben és egyre többen kezdik el tudatosan alkalmazni a gyógyhatású növényeket Magyarországon is. Köszönhető ez a növekvő fogyasztói tendencia annak is, hogy számos kutatás lát napvilágot a pozitív hatásokról, hatóanyagaikról, illetve egyre több beteg vagy egészséges ember próbálja

---

<sup>1</sup> paszk.norbi@gmail.com

ki őket preventív vagy terápiás céllal, a gyógynövények pedig sok esetben segítenek is a már meglévő problémáik kezelésén vagy pedig a megelőzésben.

Ahhoz azonban, hogy megfelelően, biztonságosan tudják az emberek alkalmazni a gyógynövényeket, szükségesek a különböző ismeretszerző programok, melyeket tapasztalt, valódi tudással rendelkező szakemberek tartanak, és felhívják a figyelmet a gyógynövényekkel kapcsolatos esetleges veszélyekre is.

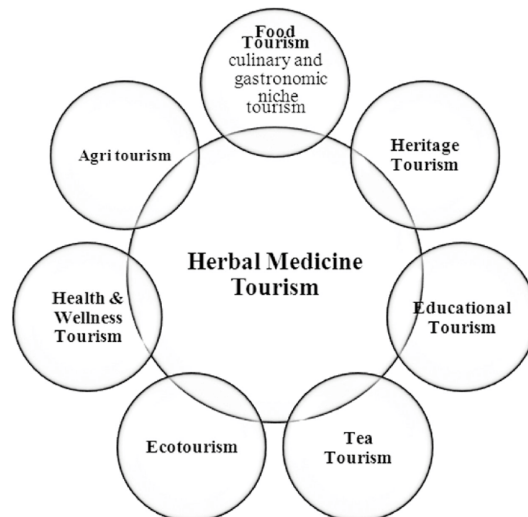
Korábbi kutatásaimat és eredményeimet szerettem volna tovább folytatni, aminek érdekében a gyógynövényturisztikai szektor kínálati elemzését végeztem el az Észak-Magyarországi régióra nézve, mélyinterjúk formájában.

## 2. A téma felvezetése, a vonatkozó szakirodalom bemutatása, értékelése

A fitoterápia, azaz a gyógynövények terápiás célú felhasználása már több évezredes múltra tekint vissza és egyidős az emberiséggel (Banai, 2005). A gyógynövények rendkívül fontos szerepet játszanak ősidők óta az emberek életében. A legkülönbözőbb betegségek kezelésére vagy éppen megelőzésére használják őket minden kultúrában, nemcsak a komplementer medicina, hanem a nyugati orvoslás is elismeri hatásukat és alkalmazza őket gyógyszerek vagy egyéb más készítmények alapanyagaiként (Chavallier, 2016).

A gyógynövényekhez kapcsolódóan pedig számos programot és szolgáltatást lehet értékesíteni az érdeklődő emberek számára. Ilyenek például a gyógynövényismereti túrák, előadások és bemutatók, melyeken az érdeklődők megismerkedhetnek a gyógynövényekkel és a hozzájuk kapcsolódó tudnivalókkal, szakértő segítségével.

A turizmus ágazatai közül az egészségturizmushoz áll legközelebb a gyógynövényturizmus, ebbe az ágazatba szokták besorolni, azonban sok más ágazathoz is kapcsolható (Lakatos, 2012). A gyógynövényturizmus, azaz a „herbal tourism” egy nemzetközileg is jelen lévő turisztikai ágazat, mely egyre népszerűbb az egész világon (Abraham, 2012). Gyógynövényturizmusnak tekinthetők a gyógynövények felhasználásával, termesztésével, gyűjtésével, feldolgozásával kapcsolatos programok és a hozzájuk kapcsolódó utazási motiváció (Pásztk, 2021).



### 1. ábra: A gyógynövényturizmus kapcsolódása más turisztikai ágazatokhoz

Forrás: Farsani et al. (2018)

A közösségi médiában, a különböző honlapokon a gyógynövényekről sok esetben nem csak hiteles információkat adnak közzé és gyakran veszélyes dolgokat állítanak, melyek akár

súlyos egészségkárosodást, állapotromlást is okozhatnak a betegek számára. Ezeknek a felületeknek egy részére ugyanis sok esetben bárki tehet ki bejegyzéseket, cikkeket és általában senki szakmabeli nem lektorálja őket. Szakirodalmakból, könyvekből pedig nem lehet megfelelőképpen elsajátítani a tudást, nincs lehetőség kérdezni vagy éppen élőben megismerni a tanult növényeket. Ezért is van szükség a gyógynövény ismereti programokra, ahol valós tudással rendelkező szakértők vezetnek be az érdeklődőket a gyógynövények világába.

Az előadások, bemutatók során megismerkedhetnek az érdeklődők a legismertebb vagy éppen a már elfeledett gyógynövényekkel és megtanulhatják, hogy melyik növény mikor gyűjthető, mire használható és hogyan kell felhasználni. A természetben, saját környezetükben lehet a gyógynövényeket legjobban megismerni, ennek érdekében szerveznek a szakértők gyógynövény ismereti túrákat, ahol élőben is megismerkedhetnek a növényekkel a túrák résztvevői. Egy ilyen túra során általában 30-40 féle növény kerül bemutatásra, jellemzőik ismertetése mellett, a túra hossza pedig nagyjából 3-4 óra, ami érdeklődés függvényében változhat (Pászka, 2019).

Problémát jelent az, hogy sokszor nem megfelelő minőségűek a gyógynövényismereti programok hazánkban és nem mindig valós információkat vagy éppen hiányosan adják át azokat az előadók, nem ritkán végzettséggel nem rendelkeznek. Mennyiségileg szintén rosszul állunk, ugyanis általában csak szezonálisan találkozhatunk ilyen programokkal a különböző térségekben. A szakemberek pedig sokszor nem eléggé felkészültek, nem eléggé kvalifikáltak a téma minden területén, vagy éppen nem rendelkeznek gyakorlattal, hanem csak elméleti tudással. Hiszen a legtöbb fitoterapeuta képzésen nem élőben ismerkednek meg a tanulók a növényekkel, hanem képeken találkoznak inkább velük, nem tanulják meg, hogy miről lehet felismerni az adott növényt és hogyan lehet megkülönböztetni a hasonló fajoktól, fajtáktól, ami akár veszélyes is lehet egy gyűjtés során. Fontos tényező még az is, hogy egy túra során többek között kertészeti-botanikai és egészségügyi ismeretekkel egyaránt rendelkeznie kell a programvezetőnek, hiszen akár növénytani ismeretekről, akár pedig hatástani, felhasználási kérdésekről is tudni kell beszélni, de a legtöbb szakember a gyógynövényeken belül is, csak 1-1 általában saját kutatási területet ismer mélyrehatóan, hiszen a fitoterápia sok szakterülettel, ágazattal rendelkezik és nem mindent tudnak vagy szeretnének megtanulni közülük (Magyar gyógynövény ágazati stratégia 2014).

Ezért is nagyon fontosak ezek a programok, mert a részvétel során megismerkedhetnek az érdeklődők az adott térség gyógynövényvilágával, a gyógyító növények jellemzőivel, felhasználási lehetőségeivel és rengeteg érdekességet tudhatnak meg velük kapcsolatban. Lehetőség van általában személyes tanácsadásra és minden a témával kapcsolatos kérdés megválaszolásra kerül ezeken a rendezvényeken (Herbald, 2018).

Tehát nagy szükség van ezekre a programokra, annak érdekében, hogy a tudásanyag megfelelően átadásra kerüljön az emberek számára és megtanulják az érdeklődők, hogy a házi patikában, a mezőgazdaságban, a kertekben, a konyhában és számos más területen hogyan lehet helyes és biztonságos a gyógynövények alkalmazása (Singh, 2008).

Az Észak-Magyarországi régióban gyógynövényturisztikai programkínálat szempontjából Miskolc és Eger jobb helyzetben van a többi régióbeli településnél. Ugyanis Miskolcon és közvetlen környezetében életmódtáborok, 1-2 napos fesztiválok, gyógynövénynapok is megtalálhatók (pl.: Bükk-szentkereszti gyógynövénynapok, Életmódtábor völgykatlan), gyógynövénytúrákat pedig szintén hirdetnek meg a városban és környékén, például Bükk-szentkereszten a Pharmaherb Kft.-nél, a Konnektív felnőttképző Kft.-nél, valamint a Diósgyőri várban (Pászka, 2021).

Hazánk területén rengeteg gyógynövényt lehet gyűjteni, illetve termesztani (Magyar gyógynövényágazati stratégia, 2014), illetve nem csak kimondottan a szó szoros értelmében nevezett gyógynövények tartoznak a fitoterápiába, hanem a fűszernövények, táplálék-növények, gyógyító gombák, illóolajok és méhészeti termékek is (Bernáth & Németh, 2007). Ezekhez a

szakterületekhez kapcsolódóan pedig akár külön tematikus programokat, tanfolyamokat is elérhetnek az érdeklődők országosan (Gyógynövénytámogatási politikák, 2018).



## 2. ábra: Magyarország legfontosabb gyógynövény turisztikai helyszínei

Forrás: Lakatos (2012)

A gyógynövényekkel kapcsolatos képzések is elérhetőek hazánkban és a régióban, melyek szintén szerves részét képezik a gyógynövényturizmusnak. Az egri Eszterházy Károly Katolikus Egyetem gyógynövénytanszékén számos gyógynövényekkel kapcsolatos programot, képzést hirdetnek meg minden évben. A Miskolci Egyetem Egészségtudományi karán gyógynövénykert létesült, ahol a hallgatók megismerkedhetnek a környék fontosabb gyógynövényeivel, fűszernövényeivel. Tolcsván Helia-D herba kastélyt alakítottak ki pár éve, ahol egészségmegőrző, szépészeti, kozmetikai programok, valamint kisebb képzések kerülnek meghirdetésre, leginkább a gyógynövényekre fókuszálva. A várak és kastélyok némelyike a középkorhoz kapcsolódóan rendelkezik gyógynövénykerttel és állandó vagy időszakos ismeretterjesztő programokkal. Ilyen a térségben a Füzéri vár és a Diósgyőri vár is (Pászka, 2019).

## 3. Az alkalmazott módszerek

Szerettem volna választ kapni primer vizsgálatom során arra, hogy az Észak-Magyarországi régióban megfelelő mennyiségű, illetve minőségű gyógynövény ismereti programot kínálnak-e a különböző szolgáltató helyek, valamint arra, hogy minden fajta programelemen részt tudnak-e venni egész évben az érdeklődők.

Ennek érdekében négy darab mélyinterjút készítettem, kettőt ismert hazai szakértőkkel, kettőt pedig a régióban fellelhető értékesítői oldal képviselőivel. A vizsgálat során előre összeállított kérdéssorral kerestem meg a kiválasztott szakembereket, a kapott válaszokat pedig kiértékeltem. Három vizsgálat 2020. májusában történt, a negyedik pedig 2020. októberében.

A szakértők részére 10 kérdést tartalmazott a mélyinterjú, melyek főként az általuk vezetett gyógynövény ismereti programokhoz kapcsolódtak, valamint a hazai és nemzetközi rálátásukat, véleményüket kérdeztem. Az értékesítői oldal képviselői számára 13 kérdést fogalmaztam meg, leginkább az általuk értékesített gyógynövény turisztikai programokkal kapcsolatban, valamint megkérdeztem őket is a hazai és nemzetközi gyógynövény turisztikai helyzetről.

#### 4. Kutatási eredmények

Első szakértői mélyinterjúm során az egyik hazai egyetem gyógynövényes képzésekért felelős oktatóját kérdeztem a hazai gyógynövény turisztikai helyzettel kapcsolatban. Véleménye szerint egyre inkább növekszik a gyógynövényturizmus kereslete hazánkban, mely érzékelhető a fejlesztések, beruházások számából is. Nehéz meghatározni azonban, hogy mely programok a legnépszerűbbek, mert elég sokféle a kínálat, azonban teljes mértékben szezonálisként jellemezte a gyógynövényturizmust, kevés téli programkínálattal, tehát nagyon kevés a szezonon kívüli programlehetőség. A gyógynövényágazat jelentős potenciállal rendelkezik, mely még nem teljes mértékben épült bele a hazai turizmus ágazatokba. Az általa vezetett többnapos gyógynövény ismereti túrákon a résztvevők átlagéletkora 40-42 év közötti szokott lenni megfigyelései szerint és szakértők, fitoterapeuta jelöltek, valamint laikusok nagyjából azonos mértékben vesznek részt a programokon. A laikus érdeklődők fő célja a mélyebb ismeretszerzés, melynek már van egy hozott alapja, szeretnék biztonságosan megtanulni használni a gyógynövényeket a házi patikában. A szakértők pedig szeretnék tovább képezni magukat. A szakértő által tartott gyógynövényes programokon a résztvevők közel teljes száma Magyarországról érkezik, leszámítva 1-2% külföldi, magyar nemzetiségű résztvevőt. Itt érdemes megemlíteni, hogy nem is nagyon találkozhatnak a külföldiek idegen nyelvű programkínálattal, ami számukra is megfelelő lehetne, amennyiben nem beszélnek magyarul. Tehát érthető is a külföldiek alacsony részvételi aránya. Véleménye szerint nem érdemes összehasonlítani a különböző hazai gyógynövény turisztikai helyszíneket, mert mindegyik más-más céllal jött létre, illetve más az adottsága is. A programokon részt vevők motivációja lehet többek között egészségmegőrzés, tanulás, rekreáció, gasztronómia is.

Második szakértői mélyinterjúm során szintén egy hazai egyetem gyógynövényekkel kapcsolatos képzésen dolgozó oktatóját kérdeztem a hazai meglátásairól. Véleménye szerint jelentős a kereslet a hazai gyógynövény ismereti programok iránt és egyre több jelentkező vesz részt a hivatalos képesítést adó képzéseken. Szerettem volna megtudni, hogy mely programok a legnépszerűbbek és leghasznosabbak a szegmensben belül, a szakértő véleménye szerint viszont ezek nem összekapcsolódó fogalmak esetünkben, ugyanis nem minden népszerű program, képzés hasznos is egyben a szegmenst vizsgálva. A felsőoktatásban indított képzésekre viszont mindkét fogalom igaz. Az egyszerűbb tanfolyamok iránt is egyre nagyobb kereslet mutatkozik véleménye szerint és sok látogatót, érdeklődőt, fizető vendéget lehet bevonzani segítségükkel. Itt viszont már kérdés az is, hogy ki tartja azt és ért-e hozzá ténylegesen. Korosztályokat vizsgálva elmondható, hogy a komolyabb, felsőoktatási képzésekre a munkaképes, aktív korosztály jelentkezik, akik már rendelkeznek alapszakmával, de szeretnék magukat tovább képezni vagy éppen egy teljesen új szakmába beletanulni és van megvalósításra váró tervük a megszerzett végzettséggel. Ezzel ellentétben a nem felsőoktatásban megszerzhető képesítések, egyszerűbb tanfolyamok esetében már jóval szélesebb körű a résztvevők életkora és iskolai végzettsége is. Például ezeken nyugdíjasok is szívesen vesznek részt, tudatos célokkal, például saját betegségeik hatásos kezelésének reményében vagy csak rekreációs, tudás bővítő indíttással. A szezonális jellegű érezhető a szegmensben a szakértő szerint is, a gyógynövények vegetációs időszaka miatt, valamint az emberek hajlandósága is csökken a kültéri programokra a hidegebb, téli időszakokban. Jövőbeli tervekkel, az ágazat potenciáljával kapcsolatban szerintem mindenkinek magának kellene a saját lehetőségeihez mérten fejlődni, kialakítani a jövőbeli utat. Nagyon sikeresek meglátása szerint a gyógynövényeket különböző területekkel öszszefonó együttműködések. Például egy wellness, fitness vagy éppen gasztronómiai vonallal és ezekben még sok lehetőség lenne. Meglátása szerint a szakmabeliek nem nagyon vesznek részt a képzéseken, inkább azokat vonzzák ezek a programok, akiknek van még mit tanulniuk. A komolyabb programok, képzések jelentős vonzerővel rendelkeznek, akár országosan is, nem csak egy-egy térségből tudják magukhoz vonzani az embereket. Azonban sok minden függ a



marketingtől, reklámozástól, és hogy eljut-e a célközönséghez. A kültéri programokon való részvétel létszáma függ az előadó személyétől és a népszerűsítés mértékétől is. Például Gyuri bácsi túráira, hiába már nagyrészüket nem ő tartja rengeteg érdeklődő érkezik mindenfelől. Ezzel ellentétben mondjuk más szakértők által tartott gyógynövény túrákon csak 10-20 ember szokott átlagosan részt venni. Sok minden függ az adott helyszín adottságaitól is. Ha szép természeti környezetben kerül megrendezésre, akkor több ember bevonható. Azonban a beltéri programok tekinthetőek hasonlóan népszerűnek, ugyanis sokan lusták esetleg túrákon részt venni, sokat gyalogolni. Véleménye szerint a Balaton és környéke országosan a legkiemelkedőbb gyógynövény turisztikai szempontból, de az adottságok országos szinten is meglennének, Észak-Magyarországon is. A profi vállalkozások, nagyobb cégek kezében mozog a nagyobb profit, akik kombinálják az ágazatokat, nem a kisebb túrákat hirdetőknél. A külföldi gyógynövenyturizmus véleménye szerint sokkal fejlettebb. Leginkább tanulási és rekreációs céllal keresik fel elsősorban ezeket a programokat az érdeklődők.

Harmadik mélyinterjúm során már az értékesítői oldal egyik képviselőjét, egy gyógynövényes programokat, szolgáltatásokat nyújtó központ vezetőjét kérdeztem az általuk tapasztalt helyzetről és a kínált programjaikról. Az általuk tapasztaltak szerint az érdeklődés fordított irányú, ugyanis leginkább az általuk forgalmazott kozmetikumok érdeklik a vendégeket és miután megismerik azok főként gyógynövény hatóanyag tartalmát felkeltik az érdeklődésüket irántuk és leginkább a szépségtermékek felhasználói látogatnak el hozzájuk. Programkínálatukban megtalálhatók a gyógynövény ismereti séták, kerti programok és a kozmetikum készítő műhelymunkák. A létesítményüket 2016-ban nyitották meg. Először a 2016 és 2017 közötti időszakban negyed vagy fél éves gyakorisággal indítottak gyógynövényismereti sétákat, melyeket helyi botanikus vezetett. A sétákat minden alkalommal egyszerű kozmetikumkészítő foglalkozások követték, ahol a sétán megismert növényekből különböző szépségápoló szereket készíthettek. Azonban a kevés érdeklődő miatt 2018-tól megszűnt ez a programelem. A kertjük egyénileg ingyenesen látogatható gyógynövény bemutató kert, ahol a szépségápoláshoz kapcsolódó növényeket ismerhetik meg a látogatók. Vezetett séta során pedig a központ szakértője vezeti végig az embereket. Plusz programlehetőségként a könyvtárban antik és új kiadású gyógynövény ismereti könyveket is olvashatnak helyben. Gasztró kínálatukban gyógynövényes frissítők, helyben sült gyógynövényes kekszek várják többek között a vásárolni szándékozókat. A 14 éves kortól szinte minden korosztály képviselteti magát a szakmai programokon. Sok a nyugdíjas és céges csoport, különböző érdeklődési körbe tartozó klubok, kozmetikus képzés tanulói, baráti társaságok, szállodai csoportok. A környékre érkező turisták, a térség lakói pedig egyéni látogatóként jelennek meg. Mivel sok programjuk beltéri, ezért egész éven át igénybe vehetők, de a látogatói számon látszik a szezonális. A továbbiakban a jelenlegi programok színvonalát szeretnék növelni, illetve a különböző marketing eszközöket fejleszteni. Leginkább laikus érdeklődők látogatnak el programjaikra az ország minden részéről, külföldről pedig a látogatók kb. 5-10%-a. A szakmai programokat agrármérnök szakember vezeti. Versenytársak tekintetében nincsenek veszélyben, ugyanis országos szinten is egyedi szolgáltatást nyújtanak kastélyukban. Egyetértenek abban, hogy a gyógynövények iránti érdeklődés világszinten növekvő tendenciát mutat, azonban hazánkban szerintük még szűk az aktívan fellépő réteg. Véleményük szerint az Észak-magyarországi régió, viszonylatban jó helyzetben van, a „Bükki Füves Ember”, Szabó Gyuri bácsi, országos ismeretséggű szakembernek, illetve a Diósgyőri Vár gyógynövény-ismereti programjainak is köszönhetően.



**1. kép: Diósgyőri vár gyógynövényterme**

Forrás: magánarchívum

A negyedik mélyinterjú során egy miskolci utazási iroda marketing menedzser munkatársát kérdeztem meg, akik évek óta szerveznek nagy érdeklődés mellett gyógynövénygyűjtő túrákat a Bükkben. Egyetértett abban, hogy az Észak-Magyarországi adottságok nagyon kedvezőek az ágazatnak, valamint abban is, hogy jelentős érdeklődés mutatkozik gyógynövény ismereti programok iránt, melyre hozzájuk leginkább középkorúak jelentkeznek. 3 napos programcsomagot kínálnak több szolgáltatóhoz hasonlóan, szállással, ellátással, szakmai programokkal. Mivel olyan kültéri programról van szó, melynek fő összetevője a gyógynövény ismereti túra, ezért csak szezonálisan hirdetik. Szakmabeliek és laikusok náluk is vegyesen oszlanak meg az összetételt tekintve és az az ország minden részéről érkeznek érdeklődők. A 3 napos programjuk során Gyuri bácsi is tart előadást, ellátogatnak a gyógynövény kertjébe, gyógynövény ismereti túrára mennek szakmai kíséreléssel. A programcsomagot az utazási iroda állítja össze és értékesíti, a szakmai részt pedig a Györgytea biztosítja megfelelő díjazás ellenében.

#### **4. Összefoglaló**

A mélyinterjú alapján azt láthatjuk, hogy az értékesítői és a szakértői vélemények szerint sincs elegendő gyógynövény ismereti program az Észak-Magyarországi régióban a többi régióhoz és a nemzetközi helyzethez képest, annak ellenére, hogy a régió helyzetét pozitívan ítélték meg gyógynövények szempontjából, tehát nagy potenciál lenne benne. Azonban szerintük is bőven lenne még potenciál a kínálat fejlesztésében. Főként a kültéri, több napos programokat emelték ki az ismert programelemek közül, mint a legnagyobb érdeklődéssel rendelkező ismeretterjesztő gyógynövényes rendezvényeket.

A kutatásban megkérdezettek hosszú évek óta sikerrel hirdetik meg ugyanazokat a programokat. Nemcsak kimondottan a gyógynövények megismerése vagy az egészség megőrzése a célja minden érdeklődőnek, hanem van, aki más egyéb, tudatos céllal érkezik ezekre a programokra. Például a szépségápolás, kozmetika is ilyen területek lehetnek, ugyanis az anti aging

trend szintén egyre inkább megjelenik a fogyasztók között az egészségturizmuson belül. Szeretnének ugyanis egyre többen idősebb korban is egészségesebbek, fittebbek és szebbek lenni. De sokan vannak olyanok is, akik csak kikapcsolódásképpen, rekreációs céllal vesznek részt ezeken a programokon.

A programokon résztvevők között egyaránt megjelennek a laikus, hobbiszinten érdeklődők és a szakmabeli vagy éppen a szakmát tanulni vágyó érdeklődők. A szezonális problémája jelentősen megmutatkozik a legtöbb szolgáltató helyen az ágazatban, azonban a beltéri programok szervezésével ez a híd kiküszöbölhető lenne. A résztvevők legnagyobb része hazai vendég, akik életkorukat tekintve nagyon széles skálán mozognak. Szinte minden korosztály képviselteti magát. Azonban ha a gyógynövény ismereti programok elérhetőek lennének például angol vagy más idegen nyelven is, valószínűleg több külföldi érkezne ezekre.

Sok gyógynövény turisztikai program diverzifikált, mely egyben előny és hátrány is. Előny, mivel minden érdeklődő kiválaszthatja a számára megfelelő programot, azonban hátrányként megjelenik, hogy a programokon így elaprózódik a résztvevők száma és esetleg kisebb létszámban vesznek részt ezáltal az egyes túrákon, előadásokon.

Láthatjuk tehát, hogy elég nagy szükség lehetne olyan gyógynövény turisztikai szolgáltató helyek kialakítására, ahol kültéri és beltéri program elemeket egyaránt lehetne kínálni, kiküszöbölve ezzel a szezonális és kihasználva hazánk és régióink gyógynövényadottságait és a viszonylag nagy keresletet a gyógynövények iránt.

## Irodalomjegyzék

- Abraham, A. S. (2012): Herbal tourism - a Swot analysis. <http://www.srjis.com/pages/pdfFiles/146684633528%20Annie%20A.%20S.pdf> (Letöltve: 2020.05.21.)
- Banai V. (2005). *Gyógynövény és drogismeret*. Műszaki Könyvkiadó, Budapest.
- Bernáth J. & Németh É. (2007). *Gyógy- és fűszernövények gyűjtése, termesztése, felhasználása*. Mezőgazda Kiadó, Budapest.
- Chevallier, A. (2016). *Encyclopedia of Herbal Medicine*. Dorling Kindersley.
- Farsani, N. T., Zeinali H. & Moaiednia, H. (2018). Food heritage and promoting herbal medicine-based niche tourism in Isfahan, Iran. *Journal of Heritage Tourism*, 13(1), 77–87. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2016.1263307>
- Herbaland (2018). Gyógynövény-támogatási politikák Szlovákia és Magyarország határ menti régióiban. [https://www.herbaland.net/Gyógynövény\\_támogatási\\_politikák\\_SKHU\\_regióban.pdf](https://www.herbaland.net/Gyógynövény_támogatási_politikák_SKHU_regióban.pdf) (Letöltve: 2012.12.05.)
- Lakatos M. (2012). Gyógynövényturizmus megjelenése a magyarországi turisztikai termékek piacán. In Magda S. & Dinya L. (szerk.), *Zöld gazdaság és versenyképesség? : XIII. Nemzetközi Tudományos Napok : Gyöngyös, 2012. március 29-30. : a tudományos napok eladásai és poszterei (pp. 1138–1146)*. Károly Róbert Kft. Press. [https://archivum.uni-eszterhazy.hu/public/uploads/gyogynovenyturizmus-lakatos-m-2012\\_59f6d38cdeb37.pdf](https://archivum.uni-eszterhazy.hu/public/uploads/gyogynovenyturizmus-lakatos-m-2012_59f6d38cdeb37.pdf) (Letöltve: 2022.12.05.)
- Magyar gyógynövény ágazati stratégia 2014. <https://archive.gyongyos.uni-mate.hu/sites/default/files/gyogynoveny-strategia-2014.pdf> (Letöltve: 2022.12.05.)
- Pásztk N. (2019): *Gyógynövények használata a középkorban és ma*. Globe Edit Kiadó, Budapest.
- Pásztk N. (2021). Gyógynövények szerepe a turizmusban és az egészségügyben. *Multidiszciplináris tudományok*, 11(2), 341–344. <https://doi.org/10.35925/j.multi.2021.2.45>
- Pásztk N. (2021): Immunrendszer-erősítés gyógynövényekkel időskorban is. *Recreation*, 11(3). 18–22. <http://doi.org/10.21486/recreation.2021.11.3.3>
- Singh, S. & Ernst, E. (2008). *Trükk vagy terápia*. Park Könyvkiadó, Budapest.

## **Fiatal külföldi turisták pozitív és negatív tapasztalatai Budapesten**

*Positive and Negative Experiences of Young Foreign Tourists in Budapest*

**Dr. habil. GROTTÉ Judit PhD<sup>1</sup>**

egyetemi docens (*Associate Professor*)

Kodolányi János Főiskola, Fenntartható Gazdaság Intézet, Turizmus Tanszék (*Kodolányi János University, Institute for Sustainable Economy, Department of Tourism – Hungary*)

**MAGYAR Tímea<sup>2</sup>**

adjunktus (*Assistant Professor*)

Budapesti Metropolitan Egyetem, Üzleti, Kommunikációs és Turisztikai Kar (*Budapest Metropolitan University, Faculty of Business, Communication and Tourism - Hungary*)

### **Absztrakt**

Budapest, Magyarország fővárosa, természet- és ember alkotta vonzerejével, méltán vívta ki népszerűségét, a belföldi és külföldi utazók körében is. Jelen cikkünk a fiatal külföldi turisták szemszögéből mutatja be Budapest látnivalóit. Primer kutatásunkban félig strukturált interjú-elemzés segítségével mérjük fel a fiatal felnőtt korosztály utazási motivációit, központba helyezvén Budapestet, mint kiemelt turisztikai desztinációt. A felmérés során leginkább arra kerestük a választ, hogy a fiatal utazók mely faktorok mentén választják Budapestet, és mi alapján döntenek tartózkodási idejük hosszáról. A kutatás módszertanaként a fókuszcsoportos kvalitatív interjút választottuk, azért, mert jelen kutatási kérdéskört egy nagy kvantitatív kérdőív kialakításának előtanulmányaként tekintjük. A fókuszcsoportos kutatás a megkérdezettek véleménye alapján hat olyan területet azonosított, melyek a legtöbb pozitív élményt szerezték a fiatal külföldi turistáknak Budapesten: (1) emberek (*helyiek kedvessége*); (2) helyek, látnivalók (*történelmi emlékek és különleges hangulat*); (3) zöld övezet, levegő, tér; (4) szórakozási lehetőségek; (5) közlekedési infrastruktúra és közbiztonság; (6) gasztronómiai értékek.

*Kulcsszavak:* turisztikai vonzerő, turisztikai desztináció, kínálat-fejlesztés, Budapest

*JEL-kódok:* D91, M31, Z32

### **Abstract**

Budapest is an emphasized touristic destination of Hungary; its domestic and international touristic turnover is significant. Our article describes the attractions of Budapest from the viewpoint of the young foreign tourists. In our primary research, we use semi-structured interview analysis to assess the travel motivations of young adults, focusing on Budapest as a prominent tourist destination. We chose the focus group qualitative interview as the methodology of the research, because we consider this research question as a preliminary study for the development of a large quantitative questionnaire. The focus-group interview analysis (based on the responses of the interviewees) identified 6 main areas that earned the most positive experiences for the young foreign tourists in Budapest: (1) people (*kindness of the local citizens*); (2) sights and places (*historical memories and the special mood of the city*); (3) greenbelt areas, air, open spaces; (4) opportunities for entertainment; (5) public transport network and good public safety; (6) values of gastronomy.

*Keywords:* touristic attraction, touristic destination, supply development, Budapest

*JEL Codes:* D91, M31, Z32

---

<sup>1</sup> juditgrotte@gmail.com

<sup>2</sup> tmagyar@metropolitan.hu

## 1. Bevezetés, célok

Annak ellenére, hogy az utazás az emberiség kialakulásával egyidős, a turizmus meghatározásával csak az 1920-30-as években kezdtek el foglalkozni a szakemberek és tettek kísérletet a turizmus definíciójának megalkotására (Grotte, 2011). Számos definíció megjelenése után az UNWTO 1989-ben az alábbi megfogalmazást tette közzé: „*A turizmus magában foglalja a személyek lakó- és munkahelyen kívüli minden szabad helyváltoztatását, valamint az azokból eredő szükségletek kielégítésére létrehozott szolgáltatásokat*” (Lengyel, 2004). A turizmus típusát, a turista mobilitását tekintve pedig beszélhetünk ország határon belüli, azaz belföldi-, illetve országhatáron kívüli, azaz nemzetközi turizmusról (Michalkó, 2012).

A turizmus egyre növekvő világgazdasági jelentőségéhez nem férhet kétség. Napjaink egyre meghatározóbb, a globalizációs folyamathoz számos szállal kötődő olyan jelensége, amely évről évre nagyobb bevételtermelő tényezője a globális gazdasági teljesítménynek, egyes nemzetgazdaságok esetében pedig egyenesen gazdasági húzóágazattá forrta ki magát (Vancsó, 2022).

A Magyar Turisztikai Ügynökség (MTÜ) adatai rámutatnak a turizmus kiemelt gazdasági jelentőségére Magyarországon. A KSH (2021) szatellit számla alapján a turizmus gazdasághoz való közvetlen hozzájárulása a GDP 6,8%-a, a közvetett hatásokat is magába foglaló hozzájárulás pedig a GDP 10,7%-a. Az MTÜ mutatói alapján a turisztikai ágazatokban betöltött állások száma 428 ezer fő, a munkahelyek 10,0%-át a turizmus generálta közvetlenül, a közvetlen és közvetett hatásokat egyesítve, a nemzetgazdasági foglalkoztatottság 13,2%-át adja az ágazat - (MTÜ, 2021a).

Budapest, Magyarország fővárosa, pedig méltán kiemelt helyen áll mind a nemzetközi, mind a belföldi látogatók, turisták listáján. A Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia egyik fő célja, hogy Budapestet az ország első számú nemzetközi desztinációjaként értékesítse. A turizmus megfelelő szintű fejlődésére komoly hatással van a piac makrokörnyezete. Itt szerepet játszanak többek között olyan társadalmi tényezők is, mint az információs- és kommunikációs technológiák folyamatos fejlődése és széles körű elterjedése (Cooper et al., 1993 in Puczkó & Rátz, 2002). Azaz a turisztikai projektek keretén belüli attrakciófejlesztések, a látogatók összetételére is hatással vannak, ennek megfelelően fontos az információs eszközök fejlesztésére is komoly hangsúlyt fektetni. Így a turisták könnyedebben tudják megtervezni a desztinációba történő utazásukat és programjaikat (Kiss & Horváth, 2015).

Éppen ezért, primer kutatásunk keretében azt térképezzük fel, hogy a külföldi fiatal turisták számára, milyen tényezők játszanak kiemelt szerepet, mikor utazási célként Budapestet választják. A kutatás módszertanaként a fókuszcsoporthoz kvalitatív interjút választottuk, azért, mert jelen kutatási kérdéskört egy nagy kvantitatív kérdőív kialakításának előtanulmányaként tekintjük (Majoros, 2005).

## 2. A turizmus, mint hazai húzóágazat

A turizmus, amint azt a bevezetőben is hangsúlyoztuk, Magyarország egyik legerősebb húzóágazata. A 2018-as év a COVID előtti (egyébként is komoly eredményeket hozó) időszakban is rekord-évnak számított a magyar turisztikai szektor teljesítményét tekintve: 12,5 millió (kereskedelmi szálláshelyet igénybe vevő) vendéggel, 30,9 millió vendég-éjszakával és 300,9 milliárd forintos bruttó szállásdíj-bevétellel (MTÜ, 2021a).

A COVID-19 krízis ugyan drasztikusan visszavetette a turizmus keresletét és szignifikáns károkat okozott a szektorban, a belföldi turizmus teljesítmény-mutatói azonban már a 2021-es évben növekedésnek indultak: az előző évhez képest 23%-kal több vendég 26%-kal több vendég-éjszakát töltött hazánkban, ami 18%-ról 23%-ra növelte az átlagos kapacitás-kihasználtságot a szálláshelyeken, és körülbelül másfélszeresére emelte az itt realizálódott bevételeket.

2021-ben a vendégek közel háromnegyede belföldről érkezett. A turisztikai forgalom növekedésében Budapest 2021-es eredményei jóval meghaladják az országos átlagot: a vendég-éjszakák itt 49%-kal haladták meg a 2020-as adatot (az 5,6 milliós érték természetesen még alatta marad a 2019-es mutatónak) (NTAK, 2022).

### **2.1. Budapest szerepe**

Szintén a főváros jelentős súlyát mutatja, hogy a budapesti vendég-éjszakák az országos mutató 20%-át teszik ki. Fontos adat továbbá, hogy e fővárosi vendég-éjszakák kétharmadát külföldi vendégek foglalásai adták (NTAK, 2022).

Témánk szempontjából is érdemes röviden áttekinteni, milyen jellemzőkkel is bír a magyar főváros, amely egyre népszerűbb úti cél mind a belföldi, mind a nemzetközi turisták számára. Mivel a város ismert története már az ókorig nyúlik vissza, ezért Budapest kiemelkedően gazdag történelmi emlékekben. A város 23 kerületéből a legfontosabb kulturális és turisztikai attrakciók főleg a belső kerületekben találhatóak. A pesti oldal központja a **Belváros**, amely hivatalosan az ötödik kerületet jelenti, de több szempontból a 6. és a 7. kerület bizonyos részei is ide tartoznak. Itt található a Parlament, a Szent István Bazilika, az Erzsébet-tér, valamint a Váci utca és a Vörösmarty-tér környéke, mely máig a főváros legnépszerűbb bevásárló-nyegede. A budai oldal szíve a Várnegyed az első kerületben a Budavári Palotával, a Halászbástyával, a Mátyás templommal és a Várkert Bazárral; a Várnegyed hangulata még hangsúlyosabban hordozza a történelmi jellemzőket, hiszen a szűk, macskaköves utcák, a hangulatos kávézók és cukrászdák Budapest egyik legkülönlegesebb milliójét teremtik meg.

A Margitsziget és a Városliget saját kulturális arculatuk mellett zöldövezeti kikapcsolódási lehetőséget is nyújtanak; a pesti oldalon még Újlipótváros, a budain pedig a 11. kerületi Újbuda jelentenek kiemelkedően vonzó környéket mind a helyieknek, mind az idelátogató turistáknak – köszönhetően üzleteiknek, hangulatos utcáiknak és vendéglátóhelyeiknek. Fontos megemlítenünk még a Kazinczy utca - Király utca környékét is, ahol bárók, éttermek és romkocsmák tucatjait nyitották az elmúlt időszakban – kialakítva ezzel a „Bulinegyedet”, amely komoly vonzerővel bír mind a magyar, mind a külföldi fiatalok számára (Budapestinfo, 2022).

### **2.2. Új megközelítés a stratégiában**

A Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030-at 2017-ben fogadta el a kormány (MTÜ, 2021c). Ennek fókuszaként öt kiemelt turisztikai fejlesztési térséget határoztak meg. Ezek egyike a Dunakanyar, amelynek egyik legfontosabb fejlesztési célja az volt, hogy a Budapestre érkező külföldi turisták számára többlet-attrakciót kínáljon, hogy ezáltal hatékonyan generáljon a fővárosba irányuló külföldi turistaforgalom számára többlet-tartózkodási időt és többlet-költséget. A stratégiai alapidokumentum (Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 – Turizmus 2.0) 2021-es frissítéseként az eredeti öt helyett tizenegy turisztikai térséget határoznak meg és melléjük Budapestet, mint az ország első számú nemzetközi desztinációját definiálják. Érdemes megjegyezni még, hogy a főváros amúgy is erős arculatát idő közben továbbfejlesztették a „*Spice of Europe*” márkanévvel és a köré épített kampányokkal, melynek elsődleges elemei a kulturális, a gasztronómiai, valamint az egészségturisztikai attrakciók, illetve termékcsoportok. Az új besorolás szerint az eredeti Dunakanyar-térséget kibővítették mindazokkal a településekkel, amelyek Budapestről könnyen megközelíthetőek – ennek következményeként az új besorolás szerinti térségben most 133 település található. Így a főváros ugyan önálló desztináció, de a körülötte lévő települések már térségként értelmezhetőek – ez a szemlélet alkalmas lehet arra, hogy a főváros, mint turisztikai desztináció mind területileg, mind a látogatóknak nyújtott élmény szempontjából jelentősen növekedett (területileg közel a tízszeresére). A kiterjesztett terület és a hozzáférhető élmények megnövekedett volumene két szempontból is hatékonyabbá teheti a fővároshoz kapcsolódó turisztikai kínálat piaci értékesítését: a növekvő számú és témájú élményhez hatékonyabb látogató-menedzsment politika alakítható ki növekvő időtartamú és

költésű fogyasztói bázissal, amely egyúttal csökkentheti a vendégforgalom erős koncentrációját és mérsékelheti a kapcsolódó forgalmi terhelést, javítva a mobilitást. Az agglomeráció megnövekedett turisztikai élmény-kínálata ebben az egységesebb koncepcióban szintén a budapesti vendég-éjszakák számának növekedését és a fogyasztók többlet-költését segítheti elő hatékonyan. Érdemes megemlíteni továbbá, hogy a megújult fejlesztési elképzelés komolyabb hangsúlyt kíván helyezni a *sales-marketing*-elemekre, mint például az értékesíthetőség, az arculat, a piaci pozíció, illetve a márka. Ebben a célrendszerben fókuszált figyelem irányul arra, hogy a potenciális turisztikai szolgáltatók között erősödjön az együttműködés, javuljon a fogadó-területek versenyképessége, valamint, hogy minél egységesebb szolgáltatási csomaggá lehessen összevonni az egyes kínálati elemeket.

Látható tehát, hogy Budapestet egységesebb és átgondoltabb desztinációmenedzsment-elvek szerint megközelítve szignifikánsan növelhető mind a térség, mind az ország turisztikai kínálatának teljes értékesítési stratégiája. Az átfogó szemlélet célszerű alapja annak mélyebb megértése, hogy a turisztikai célközönség tagjai hogyan, milyen tevékenységek, döntések és elvek mentén határozzák meg azt, hogy az adott helyszínen végül milyen hosszan és milyen élmény-elemeket megkeresve tartózkodnak.

A 21. század eleji technológiai környezetében a komplex döntési rendszer fontos elemeit jelenthetik az okoseszközök. Minél fiatalabb generációt vizsgálunk, annál inkább láthatjuk, hogy egész életüket, benne pedig a legtöbb döntéshozatali mechanizmusukat át- meg átszövi az internetes technológia aktív használata. Ennek a komplex folyamat-rendszernek a mélyebb megértése közelebb vihet bennünket ahhoz is, hogy jobban megértsük a célközönség tagjainak fogyasztói magatartását; amennyiben a fogyasztói döntéshozatali modell egyes szakaszaiban felmérjük és megértjük az okoseszközök szerepét, a desztinációmenedzsmenthez kapcsolódó marketingkommunikációs kampányok által sokkal hatékonyabban elérhetővé válik a megcélzott vásárlóközönség egy jelentős része, ami a teljes desztinációs stratégiában könnyen generálhat további pozitív tovagyűrűző hatásokat (MTÜ, 2021b).

### **2.3. Fiatal külföldi turisták szempontjai**

Az előzőekben több szempontból értékeltük Budapest kiemelkedő szerepét a hazai turisztikai kínálaton belül. Láthattuk, milyen fontos szerepet töltenek be a budapesti turisztikai teljesítménymutatók alakulásában a külföldi turisták. Az is világossá vált, hogy mennyire növelheti a desztináció menedzsment - tevékenység hatékonyságát, ha minél több szempont szerint, minél részletesebben és egyben mégis a maga teljességében értjük meg az egyes fogyasztói célcsoportok döntési mechanizmusait a desztinációkhoz kapcsolódó turisztikai kínálati elemek kiválasztásában. Praktikusabb megközelítés szerint ez tulajdonképpen két kutatási területet is jelent: egyrészt érdemes lenne azonosítani, hogy a megismerni kívánt célcsoport tagjai valójában mely elemeket azonosítják számukra vonzó attrakciókként, amikor Budapestet és annak vonzáskörzetét felkeresik, és ott élményeket szereznek. Ezt követően lenne érdekesebb tágabb perspektívából megvizsgálni az egyes kínálati elemek kiválasztáshoz kapcsolódó döntési folyamatokat (melynek a fiatalok esetében valószínűleg fontos részét képezi az internet számos felületén történő adatgyűjtés és aktív kommunikáció is).

## **3. Primer kutatás: célok, módszertan**

A jelen tanulmányban ismertetett felmérés az előző fenti két kutatási kérdés közül az elsőre kíván olyan érdemi válaszokat gyűjteni, mely alapján egy nagyobb volumenű vizsgálat tervezhető és kivitelezhető. Ennek eszközéül a félig strukturált lágy interjút választottuk nyílt kérdésekkel (Lengyelné Molnár & Tóvári, 2021).

A most bemutatott vizsgálat fókuszcsoporthoz interjú-elemzésre épül, melyben a konferencia előtt kilenc fiatal külföldi egyetemi hallgató véleményét kérdeztük fővárosunkról, az itt



szerzett jó és rossz tapasztalataikról. A konferencia után ezt még két hasonló összetételű fókuszcsoporthoz interjúval egészítettük ki azért, hogy a 3 csoport véleményét össze tudjuk vetni. *E kvalitatív fókuszcsoporthoz felmérést a jelen kutatási témában egy nagy volumenű kvantitatív kérdőív kialakításának előtanulmányaként tekintjük.*

Budapesten tanuló hazai és nemzetközi egyetemi hallgatókat kérdeztünk meg Budapestre történő utazási döntésüket befolyásoló tényezőkről, pozitív és negatív tapasztalataikról. A kérdőíves kutatást ezen felül még egy nagy témakörrel kívánjuk bővíteni, mely mind az utazáshoz, mind az egyetemi tanulmányokhoz szükséges okoseszköz-használatot kívánja feltárni.

A fókuszcsoporthoz kapcsolódó célcsoport kiválasztásakor fontos szempont volt a külföldi turisták erős reprezentációja Budapest turisztikai szolgáltatásainak keresletén belül. A fiatalok csoportja azért kap megkülönböztető figyelmet, mert mind fizetőképes keresletük fontos (sőt, egyre fontosabb) tényezője a jelen, valamint a közeljövő vásárlóerejének, mely Budapest turisztikai kínálata számára potenciálisan szóba jöhet, mind pedig fogyasztói magatartásuk (és benne okoseszköz-használatuk minél több aspektusának) megismerése kiemelten fontos lesz a hazai (és benne a fővárosi) turisztikai desztinációmenedzsment megfelelő fejlesztési irányainak meghatározásához.

A fókuszcsoporthoz interjú fiatal alanyait a Budapesti Metropolitan Egyetem hallgatói közül választottuk ki; mindannyian már legalább fél éve a fővárosban élnek, így az általuk megfogalmazott vélemény nem egy rövid időszakban szerzett benyomások, hanem hosszabb időszak tapasztalatain alapul. Az első csoport három nő- és a hat férfi tagja húszas éveik elején járnak és mindannyian non-EU országokból érkeztek Budapestre: egy alany Latin-Amerikából (Venezuela), ketten Afrikából (Mauritius, Libéria) és hatan Ázsiából (Kazahsztán, Azerbajdzsán, Irán, Pakisztán, India és Srí Lanka). A másik két fókuszcsoport tagjainak kiválasztásakor törekedtünk arra, hogy hasonló ismérvek alapján állítsuk őket össze, amiből egyedül a származási országokat nem tudtuk hasonlóan reprezentálni, minden másban homogének az első fókuszcsoporthoz. Így a második fókuszcsoport nemzetiségi összetétele: Kazahsztán (2), Kína (3), Irán (1), Brazília (1), Pakisztán (1), illetve Törökország (1). A harmadik fókuszcsoport nemzetiségi összetétele: Kína (2), Irán (2), Törökország (2), Egyiptom (1), Pakisztán (1), illetve Mongólia (1).

A fókuszcsoporthoz interjú alatt feltett kérdések három témára koncentráltak: (1) első körben arról kérdeztük az alanyokat, hogy miért Budapestet választották felsőfokú tanulmányaik színhelyéül. (2) A második témában az itt szerzett pozitív tapasztalatokról, míg végül (3) a Budapesten tapasztalt rosszabb élményekről kérdeztük őket. A következő részben ismertetjük az interjúk eredményeit, hogy azok alapján egyrészt körvonalazódhasson, hogy (1) jelenleg milyen fontos vonzerő-elemek működnek, amelyek alapján fiatal külföldi látogatók Budapestet választák (hosszabb idejű) látogatásuk színhelyéül, (2) hogy a fővárosban szerzett tapasztalatok alapján milyen főbb erősségekkel számolhatunk, ha a főváros attrakcióit és az azokhoz kapcsolódó turisztikai kínálati elemeket értékeljük, valamint, hogy (3) melyek azok a területek, ahol Budapest, mint turisztikai desztináció attrakciói (és a rájuk épülő kínálat) még fejlesztésre szorul.

#### **4. Fókuszcsoport: az elsődleges eredmények**

Az első kérdéscsoport tehát azokra az okokra kérdezett rá, hogy **az alanyok miért Budapestet választották egyetemi tanulmányuk színhelyéül.** Az okok között az egyetem által nyújtott átlátható és egyszerű felvételi eljárást többen is említették, valamint mind az egyetemi tanulmányok, mind a budapesti megélhetési költségek kifejezetten kedvező / megfizethető szintjét. Érdekes, de két alanyunk is szülei ajánlották Budapestet korábbi itt szerzett kedvező tapasztalataikra hivatkozva.



Az első fókuszcsoporthoz iráni interjú-alanya, aki nyitott és meglehetősen kozmopolita szemléletű családból származik, Kanadában és Iránban folytatott általános iskolai-, majd pakisztáni középiskolai tanulmányai után az egyetemet már Magyarországon kezdte, a Debreceni Egyetemen; a város rendezettségére ugyan tetszett neki, de nem találta elégnek a maga számára az egyetemen kívül elérhető társasági / szórakozási lehetőségeket, így Budapestre jelentkezett át felsőfokú tanulmányai folytatásához, amit utólag is nagyon jó döntésnek értékelt; saját bevétele szerint itt „kinyílt számára a világ”. A libériai alany Budapest fekvését hangsúlyozta döntésében, mint „Európa közepét”. A dél-amerikai (Venezuela) alany érkezett talán legmesszebből hazánkba. Ő eredetileg csak azt tudta, hogy Európában szeretne tanulni és a hosszas internetes keresés közben a budapesti tanulmányok és megélhetés alacsony költségei győzték meg a budapesti egyetemi tanulmányok folytatásáról; azóta persze más okokból is megszerette a várost. A válaszok áttekintéséből természetesen feltűnő a **magyar főváros relatív költségelőnye** a többi európai nagyvároshoz képest. A jelenlegi erős infláció természetesen nem jó irányú változás e téren, de hazánk remélhetőleg a jelenlegi társadalmi- és gazdasági válság-helyzetek elmúlásával is megfelelő mértékű relatív költség-előnyt lesz képes nyújtani az idelátogatóknak. A fővárost, mint kedvező utazási/ tartózkodási desztinációt hangsúlyozó **ajánlások szerepére** azért érdemes felfigyelnünk, mert ezek az ajánlások a non-EU régiókból érkezők esetén valószínűleg még inkább felértékelődnek, hiszen ezekről a területekről kevesebben érkeznek hazánkba.

A **Budapesten szerzett jó tapasztalatokra** sokféle válasz érkezett az alanyoktól; ezek átlátható bemutatásához az (1) *emberek*; (2) *helyek, látnivalók*, (3) *zöld övezet, levegő, tér*, (4) *szórakozás*, (5) *infrastruktúra, biztonság*, (6) *gasztronómia* témák szerinti felosztást fogjuk alkalmazni.

A fővárosban élő **emberek** kapcsán alanyaink közül szinte mindenki elismerően nyilatkozott: kedvességről, türelmes és segítőkész hozzáállásról számoltak be; volt, aki pl. az USA-hoz képest hangsúlyozta, hogy Budapesten több toleranciát és elfogadást tapasztalt. Ez mindenképp örömdolgozat eredmény, egyöntetű pozitivitása szinte már-már meglepő is: talán a fővárosban élők nyitottabb volta is a mögöttes okok között van, mégis érdemes megjegyezni, hogy az elfogadó és toleráns lakosság milyen fontos vonzerőt jelenthet az idelátogató látogatók szemében. Az egyetlen negatív vélemény e téren bizonyos hivatalok ügyintézőinél tapasztalt hűvösebb/ szigorúbb bánásmód volt.

Szintén az emberi tényezők közé tartozik a helyiek nyelvtudása, de ezen a téren már nem volt ennyire egységesen elismerő az interjú-alanyok véleménye. Egyedül egy alany volt pozitív véleménye a helyiek angolnyelv-tudásáról; a többiek nehézkességről, kevés angolul beszélő helyi lakosról számoltak be, valamint arról, hogy akár hivatalokban, akár szolgáltató cégeknél jártak, az angol nyelvű kiszolgáláshoz húzott sorszám esetén rendre és szignifikánsan többet kell várni. Ezek elég szomorú eredmények, különösen, ha azt vesszük figyelembe, hogy több generáció nőtt fel úgy, hogy számukra már nem az orosz volt a kötelezően tanulandó nyelv. Egy világváros vonzerejéhez nagyban hozzájárulhat az a tény, ha az idelátogatók könnyen képesek magukat megértetni a helyiekkel.

A **helyek és látnivalók** kapcsán az alanyok több kedvenc helyükről is beszámoltak Budapesten. A Citadellát, a zsidó negyedet, a Parlamentet, az Andrássy utat, a Hősök terét, a Nymfát és a Margitszigetet említették a legtöbben; és voltak olyanok is, akik Budapest egészének különleges hangulatáról beszéltek. Ők azt hangsúlyozták, hogy a történelmi negyedek és a sok impozáns épület számukra hitelesen érzékelteti, hogy nem egy egyszerű nagyvárosan járnak, hanem olyan helyen, amelynek saját története, múltja van.

Ezek természetesen nagyon pozitív visszajelzések, melyek hitelesen támasztják alá, hogy Budapest egyik fő vonzerejét történelmi emlékei, múltja, és ezáltal formálódó saját arca, különleges atmoszférája adja. Történelmi városrészként természetesen nem csupán a Várnegyed tekinthető, hanem a belsőbb kerületek minden olyan utcája, ahol dominálnak a XIX. század végi

impozáns épületek stílusjegyei, vagy a még régebbi korok hangulata; az idelátogató külföldieknek láthatólag nem természetes közeg ez és kifejezetten nagyra értékelik, hogy a történelmi Budapesten nem egy sablonos metropolisz környezete fogadja őket, hanem sok helyen mintegy „szigetként” élhetik meg a sűrű városi létből történő kiszakadás hangulatát.

A **zöld övezet, levegő**, tér kategóriában minden alany elismerően nyilatkozott arról, hogy Budapesten – a többi nagyvároshoz viszonyítva – jó a levegő, nagy terek nyílnak, ahol sétálni lehet, sok a fa és a zöldövezeti terület; aki akar, annak jó kerékpározási lehetőségek is rendelkezésre állnak és „kinyílik a tér”. Ezek a tényezők nagyon pozitív és hangsúlyos helyet kaptak az alanyok válaszai között, ami jól mutatja, hogy a zöld beruházások és a kerékpáros-rolleres közösségi közlekedési lehetőségek minden típusú fejlesztése mennyire jó és előremutató irányvonal egy vonzóbb és élhetőbb Budapest megteremtése felé.

A **szórakozás** – tárgykörben a fiatal interjú-alanyok szintén számos pozitív élményről számoltak be; voltak, akik a Gózsdu-udvar környékét, vagyis a „buli-negyed” vendéglátó egységeit méltatták; több alany (főleg a fiatal férfiak) dicsérték az egyéb kocsákat, szórakozóhelyeket, pub-okat és megelégedéssel nyilatkoztak e helyek kínálatának jellemzően kedvező ár-fekvéséről. Volt, aki olyan speciális szórakozási és kikapcsolódási lehetőséget talált, mint a lőtéren való gyakorlás; és voltak, akik „az egész nagyvárosi, nyüzsgő életstílusba” általában szerettek bele és úgy jellemezték Budapestet, mint egy olyan helyet, ahol számukra kinyílt a világ. A válaszokból látszik, hogy a „bulinegyed” stílusa és a fővárosi kávézók, éttermek és éjszakai szórakozóhelyek kínálata meglévő / kifejezett / és lelkes kereslettel találkozik a fiatal külföldi látogatók oldaláról. Természetesen mindig fontos lesz e szolgáltatók számára a megfelelő jogi környezet lehetőségeit és határait pontosan kommunikálni (pl. a csend megsértéséről, vagy bármilyen biztonsági előírásról), de jól látszik, hogy a belvárosi szórakozóhelyek igenis jelentős vonzerőt képesek képviselni a fiatal külföldi turisták szempontrendszerében.

Az **infrastruktúra / biztonság témában** az alanyok általánosan elismerően nyilatkoztak Budapest általános közbiztonságáról; a hölgy-válaszadók külön is kiemelték, milyen megnyugtató számukra, hogy Budapesten komolyabb óvintézkedések nélkül is kimozdulhatnak otthonról sötétedés után. Minden válaszadó nagyra értékelte, hogy a főváros tömegközlekedési hálózata elég kiterjedt és jól működő ahhoz, hogy bárki egy havibérlettel eljuthasson a város egyik pontjáról a másikra, ráadásul ebben a GoogleMaps alkalmazás is nagyon jól támogatja őket. A válaszokból láthatjuk, hogy az olyan alapvető tényezők, mint az általános közbiztonság, vagy a tömegközlekedési hálózat is mennyire fontos és integráns részét képezhetik egy metropolisz által nyújtott vonzerőnek. Ha belegondolunk, ezek a tényezők egy fókuszált desztináció-menedzsment stratégia számára azonnal és rövid távon nem befolyásolhatók; viszont mennyire igaz, hogy amennyiben e faktorok megfelelő szinten állnak rendelkezésre, az milyen alapvető és megbízható alkotóelemként képes növelni egy város által nyújtott komplex „vonzerő-csomag” teljes értékét.

A **gasztronómia** tárgykörében érkezett válaszok sokszínűsége is jól mutatja, hogy adott turisztikai desztinációt milyen gyönyörű diverzitással képes építeni egy-egy kapcsolódó vonzerő-terület. Az alanyok közül Budapest gasztronómiai kínálatát értékelve csupán egy alany jelezte, hogy neki nem igazán ízlik a helyi „felhozatal”. A többi interjú-alany örömmel mesélt az itteni gasztronómiai kínálatban fellelt kedvenceikről, amelyek között a rántott sajttól a lángoson keresztül a csirkepaprikásig és a budapesti kávézók kínálatáig számos típusú étel és gasztronómiai „kincs” szerepelt. (Kedves adalék, hogy a kakaós csigáért az alanyok milyen nagy százaléka lelkesedik – mintha csak ez lenne a következő hungarikum-jelölt).

A gasztronómiai tárgykör válaszai alapján érdemes megjegyezni azt, hogy minél részletesebben ismerik a desztináció-menedzsment stratégia megtervezői az adott desztináció vonzerőit, annál inkább képesek „finom-hangolni” a DM-stratégia egyes szereplőinek és elemeinek egymásra hatását annak érdekében, hogy a multiplikátor-hatás típusú tovagyűrűző érték-növekedésekből a rendszer minél több tagja minél nagyobb mértékben részesülhessen.

A **Budapest**en szerzett rossz tapasztalatokra szerencsére kevesebb válasz érkezett: a két fő problémakör a budapestiek korábban már említett rossz angolnyelv-tudása, valamint egy olyan eset voltak, amikor a hazánkba (nem EU-területről) érkező fiatal a vámiszték (a történet szerint és az azt elmesélő alany szerint) szándékosan félrevezették, amelynek következtében súlyos pénzbírsággal és hosszú, bizonytalan várakozási idővel büntették. Egy történet alapján természetesen nem érdemes és nem is szabad megítélni egy adott állami szerv, valamint dolgozó munkáját, hozzáállását. A jelen tanulmányban bemutatott kvalitatív, feltáró kutatási módszerek jellemzően arra jók, hogy felhívják a figyelmet egy-egy olyan területre, amelynek komoly szerepe van a vizsgált téma megvalósult állapotának (*jelenleg: a főváros komplexen értelmezett turisztikai attrakcióinak, vonzerejének*) alakulásában. Egyértelmű, hogy bármilyen hivatalos szerv alkalmazottainak ismét csak megfelelő nyelvtudása, illetve támogató magatartása és maximális segítőkészsége milyen komolyan eshet latba az idelátogató turisták komplex fogasztói élményének formálódásában.

## 5. Összegzés

Budapest, Magyarország fővárosa, természet- és ember alkotta vonzerejével, méltán vívta ki népszerűségét, a belföldi és külföldi utazók körében is. Jelen cikkünk a fiatal külföldi turisták szemszögéből mutatta be Budapest látnivalóit. Primer kutatásunkban félig strukturált interjú-elemzés segítségével mértük fel a fiatal felnőtt korosztály utazási motivációit, központba helyezvén Budapestet, mint kiemelt turisztikai desztinációt. A felmérés során leginkább arra kerestük a választ, hogy a fiatal utazók mely faktorok mentén választják Budapestet, és mi alapján döntenek tartózkodási idejük hosszáról.

A pozitív értékelést kapott faktorok örvendetes sokszínűséget mutatnak: a fiatal külföldi turistáknak gyakran szerzett pozitív élményeket Budapesten a helyiek nyílt és kedves viselkedése és segítőkész hozzáállása. Nagyra értékelték a főváros történelmi látnivalóit és a város eredeti, a múlt emlékeit folyamatosan felidéző hangulatát is. Sok és kifejezetten pozitív értékelést adtak arra, hogy Budapest számukra „zöld város”: sok parkkal és nyílt terekkel. A szórakozási lehetőségek és az éjszakai élet sokszínűsége a várt lelkesedést hozta, hiszen ezt a vonzó-elemet már számos turisztikai portálon méltatták a fiatal idelátogatók komoly elismeréssel. Budapest tömegközlekedési hálózata szintén jó értékeléseket kapott – mind a tömegközlekedési vonalak sűrűsége, mind a különböző budapesti helyszínek jó megközelíthetősége szempontjából. Végül a gasztronómiai élmények is lelkes visszhangot váltottak ki a megkérdezettekől: itt a válaszok ismét sokszínűek voltak, ami azt jelenti, hogy a fiatal idelátogatók már nem csupán a klasszikus magyar konyha értékeit fedezték fel – előremutató kutatási eredmény ebből a szempontból, hogy Budapest gasztronómiai kínálata is szélesedik és több irányba is komolyan fejlődik.

A negatív tapasztalatok szerencsére nem mutattak a fentiekhez hasonló gazdagságot: a helyiek hiányos angol nyelvtudása mellett a kritikák a hivatali ügyintézés meglehetősen lassúságát, valamint az ügyintézők részéről néha megtapasztalt negatív atrocitásokat említették. A félig strukturált interjú-elemzés által feltárt pozitív és negatív tapasztalatok egyrészt értékes elemei lehetnek olyan további kvalitatív és kvantitatív felméréseknek, melyek a főváros jelenlegi turisztikai kínálatának a fiatal külföldi turisták szempontjai szerinti értékelését kívánják minél több szempont szerint megismerni.

A szerzők célja, hogy a jelen kutatási eredményekre alapozva olyan – nagyobb volumenű – kérdőíves felmérést végezzenek a külföldről érkező és Budapesten tanuló egyetemi hallgatók között, mely a jelen kutatás eredményeinek validálása mellett egyrészt a turizmus e-eszközeinek használata mellett az itteni felsőoktatási tapasztalatokra is rákérdez – e területen sem hagyva figyelmen kívül az e-eszközök oktatásban betöltött szerepét.

## Irodalomjegyzék

- Budapestinfo (2022). <https://www.budapestinfo.hu/hu/koszonti-budapest> (Letöltve: 2022.12.01.)
- Grotte J. (2011). *Internet használat a magyarországi szabadidős utazások megszervezése során*. Doktori értekezés. Széchenyi István Egyetem Regionális és Gazdaságtudományi Doktori Iskola, Győr. [https://rgdi.sze.hu/files/Ertekezések,%20tezisek/GJ\\_disszertacio\\_full2011.pdf](https://rgdi.sze.hu/files/Ertekezések,%20tezisek/GJ_disszertacio_full2011.pdf) (Letöltve: 2022.12.05.)
- Kiss, F. & Horváth, A. (2015). Service Technology Profiles suggestions for the Balkan tourism industry In *Tourism and ICT aspects of balkan wellbeing* (pp. 187–214). Alma Mater Series, Foundation for Information Society.
- Lengyel M. (2004). *A turizmus általános elmélete*. KIT Kft., Budapest.
- Lengyelné Molnár T. & Tóvári J. (2021). *Kutatásmódszertan*. Távoktatási tankönyv. Eszterházy Károly Főiskola Médiainformatika Intézet, Eger.
- Majoros P. (2005). *A kutatásmódszertan alapjai*. Perfekt Kiadó, Budapest.
- Michalkó G. (2012). *Turizmológia*. Akadémia Kiadó, Budapest.
- MTÜ (2021a). A turizmus eredményei Magyarországon. Magyar Turisztikai Ügynökség. <https://mtu.gov.hu/cikkek/a-turizmus-eredmenyei-magyarorszag> (Letöltve: 2022.12.05.)
- MTÜ (2021b). Budapest szerepe a desztinációs logikában. <https://mtu.gov.hu/cikkek/budapest-szerepe-a-desztinacios-logikaban-1916> (Letöltve: 2022.12.01.)
- MTÜ (2021c). Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 – Turizmus 2.0. <https://mtu.gov.hu/cikkek/strategia> (Letöltve: 2022.11.30.)
- NTAK (2022). Jelentősen javultak 2021-ben a hazai turisztikai adatok. <https://turizmus.com/szabalyozas-orszagmarketing/ntak-jelentosen-javultak-2021-ben-a-hazai-turisztikai-adatok-1179466> (Letöltve: 2022.12.05.)
- Puczkó L. & Rátz T. (2002). *A turizmus hatásai*. Aula Kiadó, Budapest.
- Vancsó J. (2022). A turizmus hatásai. In Grotte J. (szerk.), *Új trendek és jó gyakorlatok a fenntartható turizmus piacán különös tekintettel a nemzeti- és geoparkok* (pp. 27–54). Információs Társadalomért Alapítvány, Budapest.

## Mit ígér Bükfürdő? A városmárka-kommunikáció lehetséges eszközei és csoportosításuk a POE-modell alapján

*What Does Bükfürdő Promise? Possible Tools of City Brand Communication and Their Grouping Based on the POE-Model in Connection with Bükfürdő*

**HORVÁTH Kornélia Zsanett<sup>1</sup>**

doktorandusz (*PhD Student*)

Soproni Egyetem, Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar (*University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics - Hungary*)

### **Absztrakt**

Mit ígér Bükfürdő? Napjaink kiélezett versenyhelyzetében, a koronavírus-válság okozta gazdasági zavarok és az orosz-ukrán háború okozta sokk miatt, egy jelenleg bizonytalannak tűnő gazdasági színtéren, mi lehet az a húzóerő, amely egy adott fürdővárost, esetünkben Bükfürdőt, kiemeli a többi magyar fürdőváros közül, amiben többet nyújthat, mint a versenytársak és milyen csatornákon közvetíti ezt a hívószót digitalizált világunkban az információk tömkelegével elárasztott, felvilágosult és tudatos, potenciális látogatók felé? Publikációmban ezekre a kérdésekre kívánok választ nyújtani és bemutatni, elemezni az online eszköztárt, a közösségi médiát is segítségül hívva Bükfürdő kapcsán, mely talán más fürdővárosok számára is hasznos lehet saját marketing kommunikációjuk kialakítása során.

*Kulcsszavak:* városmárkázás, közösségi média marketing, marketing kommunikáció, Bükfürdő  
*JEL-kódok:* M31, M37, Z32, Z33

### **Abstract**

What does Bükfürdő promise? In today's fiercely competitive situation, due to the economic disturbances caused by the coronavirus crisis and the shock caused by the Russian-Ukrainian war, in an economic arena that currently seems uncertain, what can be the pulling force that makes a particular spa town, in our case Bükfürdő, stand out from other Hungarian spa towns, which can offer more than the competitors and through which channels do you convey this catchphrase to enlightened and conscious potential visitors in our digitized world, flooded with a wealth of information? In my publication, I would like to answer these questions and present and analyze the online toolkit and social media in relation to Bükfürdő, which may be useful for other spa towns when developing their own marketing communications.

*Keywords:* city branding, social media marketing, marketing communication, Bükfürdő  
*JEL Codes:* M31, M37, Z32, Z33

## **1. Bevezetés: A városmarketing és a közösségi média-kommunikáció szerepe a turizmusban**

A turizmus egy olyan tevékenység, amely során a látogatók élményeket szerezhetnek (többségében pozitív), mely során aktív részeseivé válnak cselekedeteiknek. Ez a fajta élmény többszöri utazás során fokozódhat, az étellel való elégedettséghez hozzájárulhat, ezáltal Veenhoven (2003) szerint pedig az utazás a boldogság tudatosulásához vezethet. A megszokott környezetből való kiszakadást sokan vállalják azért, hogy szabadidejüket jól tudják eltölteni,

---

<sup>1</sup> horvath.kornelia.zsanett@phd.uni-sopron.hu

élményeket szerezzenek, így életminőségük is növekedhet (Michalkó, 2010). A turista megelégedettségének alapvető forrása az, ha az utazással, a turisztikai desztinációval kapcsolatos elvárásai és elképzelései beteljesülnek. E vágyak természetesen nem maguktól jelennek meg a tudatunkban. Az örömeért való utazáshoz, a nyugalmat és biztonságot nyújtó otthonunk elhagyásához szükséges vágyakat egy rendkívül kifinomult rendszer, a vágygazdaság ébreszti, dolgozza ki és élteti. E vágygazdaság képek, szövegek és tárgyak által egy komplex elképzelést hoz létre a fejünkben tőlünk távol lévő, általunk meg nem tapasztalt helyekről. Ezen álmoképeket és vágytájakat keressük és ellenőrizzük utazásaink során (Pusztai, 2013).

Napjainkban rendkívül erősen mediatizált világunkban ezen otthon legyártott elképzelések egyre kidolgozottabbak és így a desztinációra, egy városra nézve egyre kényszerítőbb erejűek. Egyre inkább e komplex, minden részletében mediális közvetítésen alapuló elképzeléshez képest kell egy turisztikai célpontnak hitelesnek, autentikusnak tünnie.

E rövid bevezetővel kívántam bemutatni, hogy miért is oly fontos, hogy milyen képet alakítunk ki településünkről a lehetséges látogatók irányába. Ennek a gyakorlati eszköztárát térképezem fel a következő sorokban Bükfürdő kapcsán.

## 2. A városmarketing jelentősége

Az utóbbi évtizedekben világszerte megnőtt a marketing szerepe a települések, városok, desztinációk és országok között zajló versenyben. Kutatók, marketing szakemberek, ügynökségek foglalkoznak a városmarketing és a városmárkázás témájával elméleti valamint gyakorlati síkon is. Az erősödő versenynek köszönhetően egyre több város és ma már kisebb település is egyre nagyobb hangsúlyt fektet a megfelelő marketingtevékenységre, mellyel városának eladhatóságának a növelése a legfőbb cél, természetesen mindenki egyedi arculattal és különleges promóciókkal szeretne előrukkolni és a legvonzóbb lenni az áhított célcsoport szemében. Ez a tevékenység egy roppant összetett és több tényezős folyamat, amely tudatos marketingtevékenységet igényel és megköveteli a városvezetés mellett a magánszektor, a helyi vállalkozók, civil szervezetek és a helyi lakosság bevonását is.

A mai modern nagyvárosok igen kemény csatát vívnak egymással, legyen szó befektetésekről, turisták vonzásáról, rendezvények rendezési jogának elnyeréséről (kiállítások, konferenciák, sportrendezvények stb.) Így a városmarketing és ennek keretében a városmárkázás (city branding) napjainkban fénykorát éli. A verseny fokozatos kiéleződése egyre tudatosabb és átgondoltabb marketingpolitikát és stratégiát követel meg. A tét igen komoly, hiszen az a város, amely eredményesebben tudja saját érdekeit érvényesíteni, jelentősen előreléphet imázsa, márkája javításában (Papp-Váry, 2011).

A város márkájának, azaz brandjének mindenki a tulajdonosa, míg a gyártói, vagy a kereskedelmi márkának van egy jól körülhatárolható tulajdonosi köre. Épületek, események, intézmények, a kultúra, a sport, az üzleti élet, az éjszakai élet stb. határozzák meg egy város arculatát, imázsát és ezáltal a márkáját is. Amikor kapcsolatba kerülünk egy várossal, az elküld egy üzenetet számunkra, mint például: itt jól lehet szórakozni, gazdag a kulturális kínálat, kiváló egyetemi képzés van, sok a sportolási lehetőség, vagy éppen okos város megoldásokat alkalmaz. Mindez hozzájárul a város márkájának kialakításához, ugyanakkor irányt mutat a lakosságnak is abban, hogy azonosulni tudjanak a várossal, büszkék legyenek rá, hírnevét tovább vigyék.

Hogyan kerülünk kapcsolatban egy-egy várossal? Napjainkban óriási hatással van az életünkre a digitalizáció. Az okostelefonok nélkül lassan már egy taxit sem tudunk fogni, mint 20 évvel ezelőtt. Az online marketing és kommunikáció térnyerését is jól mutatja, hogy a Magyar Reklámszövetség által 2022 áprilisában publikált mediatorna szerint már évek óta a digitális eszközökre költik a legtöbb pénzt a hirdetőik.

„2021-ben az MRSZ Médiator-ta hazai média szeleteinél (televízió, lokális digitális tartalomszolgáltatók, sajtó, közterület, rádió, mozi) realizálódott reklámköltés 203,1 Mrd Ft volt. A digitális szegmens folyamatos, erős növekedésben van az elmúlt években, elsősorban a globális platformok növekvő térnyerésének köszönhetően: a digitális összeteljesítmény 2021-ben 2020-hoz képest 27,3%-kal, 2019- hez képest pedig 37,3%-kal gyarapodott. 2021-ben már a magyar hirdető online hirdetésekre költött reklámforintjainak 65,3%-a landolt a globális szereplőknél (2020-ban 64,8%, 2019-ben 62,4%, 2018-ban 55%, 2017-ben 53%, míg 2016-ban 51%). A televíziós 2021-es reklámköltés 75 Mrd Ft-ra rúgott, ami látványos, 17,1%-os növekedés 2020-hoz képest, hiszen a kereskedelmi piac szépen korrigálta a 2020-as visszaesést, így a tévé piac +12,6%-os, előreutató változást tudott felmutatni a 2019-es adathoz viszonyítva is. A sajtó reklámköltés 2021-ben 36,1 Mrd Ft. volt, vagyis -2%-ot csökkent 2020-hoz képest, de így is megőrizte helyezését a Médiator-tában. 2021-ben 24,5 Mrd Ft a közterületi reklámköltés, ami 20,1%-os növekedés 2020- hoz képest. 2021 összesített rádiós költsége 11,2 Mrd Ft, ami a korábbi évhez képest 11,3% növekedést jelent, de még mindig nem éri el a 2019-es szintet. A Médiator-tában – bár a legkisebbet szeletet hasítja ki - a mozi produkálta a legnagyobb növekedést: a pandémiás – mozibezárásokkal nehezített - 2020-as évhez képest 2021-ben 2,2 Mrd Ft-os teljesítménnyel 69%-os emelkedést felmutatva.” (Magyar Reklámszövetség, 2022)

A fenti számokból egyértelműen látható, hogy a pandémia következtében sok vállalkozás építette ki online értékesítési csatornáját és kezdett erősebb internetes hirdetésbe, ez is azt támasztja alá, hogy óriási szerepe van a digitalizációnak a médiában. Az érdeklődőket pedig a digitális megjelenítések széles tárháza várja.

### 3. Szakirodalom és metodológia

A rövid bevezető után Bükfürdő városmárkázása kapcsán, a város integrált marketingkommunikációs csatornáit kívánom görcső alá venni és egy a csoportosítási szempontokat figyelembe véve jobb és időszerűbb ún. POE-modell segítségével megvizsgálni.

Előzetesen röviden kitérnék a témával kapcsolatosan korábbiakban használatos vizsgálati módszerre, mely szerint a városmárkázás területén a kommunikáció szerepéről való gondolkodást az utóbbi évtizedben meghatározta Kavaratzis (2004, 2008) munkássága, aki abból indult ki, hogy minden, ami egy városon belül történik, illetve, amit az adott város cselekszik, üzeneteket közvetít az egyes célcsoportok irányába. A szerző által megalkotott modellben a kommunikáció egy város esetében lényegében három különböző szinten valósulhat meg.

Az első szint a *primary communication*, vagyis elsődleges kommunikáció, melyhez olyan elemek tartoznak, mint a várostervezés és városdesign, az infrastrukturális beruházások, a városvezetés működése és hatékonysága, valamint a város általános magatartása az egyes célcsoportokkal való viszonyában. Ezen a szinten voltaképp nem a kommunikáció az elsődleges funkció, viszont kétségtelen, hogy a város ezeken keresztül is képes üzeneteket közvetíteni. Az elsődleges kommunikáció egyúttal arra is felhívja a figyelmet, hogy optimális esetben a városmárka stratégia kialakítása és megvalósítása szoros együttműködésben történik a városfejlesztést és várostervezést koordináló közigazgatási egységekkel, szereplőkkel (Braun et al., 2014). Ezt a kommunikációt tehát alapvetően a városvezetés képes kontroll alatt tartani, a befogadókban ugyanakkor eltérő hatásokat érhet el.

A következő szint a *secondary communication*, vagyis másodlagos kommunikáció, ahol a név némiképp félrevezető lehet, hiszen pont arról van szó, hogy ebben az esetben már maga a kommunikáció jelenti az elsődleges célt. Ebbe a csoportba ugyanis azok a kommunikációs eszközök és csatornák tartoznak, amelyek segítségével a város egy tudatos és tervezett kommunikációt folytathat. Ez lehet reklám, közkapcsolatok, direkt marketing, de fontos kiemelni a márka vizuális és verbális azonosítóit is. Manapság ezeknek a kommunikációs lehetőségeknek

a tárháza jelentősen kiszélesedett, így kulcskérdéssé vált, hogy a rendelkezésre álló felületek között miként teremthető meg az összhang, a város pedig miként képes garantálni, hogy voltaképpen minden felületen ugyanaz a márkaélmény közvetítődik. Az előző szinthez hasonlóan ezt a kommunikációt is alapvetően a városvezetés képes kontrollálni, viszont azt érdemes hozzátenni, hogy a kontroll itt is elsősorban az üzenet megtervezésére és közzétételére vonatkozik, nem pedig az elért hatásra. Az elért hatást ugyanis számos további tényező képes befolyásolni, amit csak nehezít, hogy egyszerre több célközönséghez is kellene szólni. Ennek kapcsán Zenker és Braun (2017) szerint érdemes két kiemelt szempontot figyelembe venni: egyrészt az egyes célcsoportok között sokszor átfedések vannak; például valaki egyszerre tartozik a városlakók és a potenciális befektetők csoportjához, másrészt pedig az egyes célcsoportoknak szóló kommunikáció alapvetően a többi célcsoportra is hatással lehet, tehát például a turistáknak szóló üzenetek ugyanúgy a helyi lakosságra is képesek hatni.

A modell utolsó eleme a *tertiary communication*, vagyis harmadlagos kommunikáció, ami alapvetően a szájreklámról szól, tehát arról, hogy az offline és az online térben milyen kontextusban kerül említésre az adott város, illetve milyen kép rajzolódik ki a közönség által közvetített vélemények, beszámolók alapján. Ilyen értelemben tehát ez a harmadik szint áll a legkevésbé a városvezetés irányítása alatt, ez az, amit a legnehezebb kontrollálni. A modell empirikus tesztelésére korábban Braun és szerzőtársai (2014) tettek kísérletet, a vizsgálat eredményeként pedig arra a következtetésre jutottak, hogy az elsődleges és harmadlagos kommunikációnak egyértelműen pozitív hatása van, ami ebben az esetben azt jelentette, hogy a város a potenciális turisták és letelepedők számára ezek által vonzóbbá tehető. Emellett a kutatás másik fontos következtetése, hogy a másodlagos kommunikációnak, tehát a marketing-kommunikációs tevékenységnek lényegesen kisebb hatása volt a város vonzerejére, imázsára nézve. Ez persze nem azt jelenti, hogy tudatos és tervezett kommunikációra ne lenne szükség, hiszen a hatékony elsődleges és másodlagos kommunikációnak pont az a célja, hogy kedvező harmadlagos kommunikáció alakulhasson ki (Kavaratzis, 2008). Más szóval, a helyi közigazgatási intézmények egyrészt azáltal, ahogyan vezetik, menedzselik a várost, másrészt pedig azáltal, ahogy tudatosan próbálnak kommunikálni a különböző célcsoportokkal, voltaképp elősegítik azt, hogy az emberek pozitív élményeket osszanak meg egymással a várossal való kapcsolatukat illetően.

A 2000-es évek végétől egy új típusú nézőpont jelenik meg a kommunikációs eszközök felosztását illetően (Kenesei & Cserdi, 2018), ami alapvetően annak köszönhető, hogy a digitális média lényegében újrírta a szabályokat és jelentős mértékben kibővítette a lehetőségek tárházát, így megsokszorozódtak nem csak az eszközök, hanem az eszközök közötti kapcsolódási pontok is (Bauer & Horváth, 2013). Ráadásul ebben az új online környezetben a saját felületek szerepe egyértelműen felértékelődött (Fehér, 2016), így a márkák egyre több erőforrást fordítottak ezen felületek menedzselésére (Young, 2018).

Ennek a folyamatnak az eredményeként született meg az úgynevezett *POE-modell* (Kelley, 2017; Young, 2018), ami a *fizetett (paid)*, a *saját (owned)*, valamint a *szerezett (earned)* médiafelületeket különbözteti meg.

A fizetett média a márka által jóváhagyott tartalom megjelenítését jelenti egy külső fél tulajdonában álló csatornán, tehát minden olyan médiafelület ide tartozik, ahol a megjelenésért a márka fizet a felület fenntartójának. A *fizetett média* képes az üzenetet egyszerre egy széles közönséghez eljuttatni, viszont hátránya, hogy manapság a fogyasztók körében egyre magasabb a reklámkerülés, a reklámüzenetek hitelességét egyre inkább megkérdőjelezzük, a fizetett média – főleg annak hagyományos formái – pedig a befogadókkal való interakcióra csak korlátozott lehetőségeket biztosítanak. A *saját média* a márka által jóváhagyott tartalom megjelenítésére utal az általa birtokolt kommunikációs csatornákon keresztül, vagyis minden olyan médiafelület ide sorolható, ami az adott márka tulajdonában van. A saját média legfontosabb



előnye ilyenként a felület feletti kontrollból fakad, így a kommunikáció hatékonyabban tervezhető, mérhető és szükség esetében változtatható, korrigálható. Ugyanakkor hátránya, hogy csak korlátozott lehetőségünk van a skálázhatóság tekintetében, a közösségi média oldalak esetében pedig jellemző tendencia, hogy az organikus elérések folyamatos csökkenést mutatnak. A *szerezett média* lényegében azt jelenti, hogy a márkáról szóló tartalmat egy harmadik fél hozza létre és terjeszti, anélkül, hogy ezért az adott márka fizetett volna. A kiérdemelt vagy szerzett média legfontosabb előnye ilyenként a hitelessége, így a befogadók részéről is jellemzően kedvezőbb reakciókat képes kiváltani az ilyen típusú tartalom. Hátránya ugyanakkor, hogy ez a típusú megjelenés nehezebben követhető és mérhető, illetve lényegében ennél a típusú médiafelületnél rendelkezik a márka a legkisebb kontrollal az üzenet tartalma felett, tehát a szerzett médiamegjelenéseket elsősorban az a márkaélmény fogja meghatározni, amit a fogyasztók tapasztalnak, az üzenet tartalma pedig ilyenként pozitív és negatív irányban egyaránt befolyásolhatja az adott márka megítélését, reputációját, imázsát.

A POE-modell alkalmazása az utóbbi években a földrajzi térségek kontextusában is egyre gyakrabban alkalmazott módszernek tekinthető (Papp-Váry & Farkas, 2018; Baker, 2019; Papp-Váry, 2019), amely segíti a megfelelő kommunikációs csatornák kiválasztását és összehangolását. Baker (2019) szerint ez a szemlélet hozzásegíti a városokat ahhoz, hogy magasabb fokú hatékonysággal kommunikáljanak, tehát a megfelelő célcsoportnak, a megfelelő üzenetet, a megfelelő időpontban és csatornán tudják eljuttatni. Az integrált kommunikáció lényege nem az, hogy nagyon sok felületet használjunk párhuzamosan, hanem sokkal inkább az, hogy a használt felületek közötti összhangot, szinergiát megteremtjük, ezáltal pedig egy olyan egységes márkaidentitást közvetítsünk, ami a befogadókban is elősegíti a koherens márkaimázs kialakulását.

Összesítve a fentebb leírottakat egyértelmű, hogy sokkal jobb és időszerűbb az ún. *POE-modell* használata (Corcoran, 2009), mely már a magyar nyelvű marketing alapkönyvekben is egyre inkább elterjedtebb (Horváth et al., 2013, Bauer & Horváth 2013, Rekettye et al., 2015, Keszei & Gyulavári 2016, Kenesei & Cserdi 2018). Röviden összefoglalva a három betű jelentése a POE-modell kapcsán az alábbi:

- **P - Paid (fizetett) media:** A fizetett felületek jó eszközök a népszerűsítésre, és arra, hogy közvetlenül forgalmat irányítsunk az owned (saját) eszközökre. Tradicionális megközelítésben mindazon médiafelületek tartoznak ide, melyekért a vállalat fizet, így például a tévéhirdetések, a rádiószpotok, a nyomtatott hirdetések, de egy internetes display-kampány vagy bármilyen más online hirdetés is.
- **O - Owned (saját) media:** Minden olyan felület, amelyet a márka tulajdonosa irányít, és hozzátartozik a brandhez. Ezek közül az egyik leggyakoribb természetesen a saját weboldal, de idetartoznak a márka által menedzselte hivatalos közösségi oldalak is. A klasszikus eszközök közül pedig ilyen lehet egy saját, nyomtatott márkamagazin, illetve a merchandisingot is ide lehet sorolni.
- **E - Earned (szerzett vagy kiérdemelt) media:** Ha az owned media-oldalak az „útcélok”, akkor a paid media mellett az earned media a másik jármű, amellyel az emberek odaérnek. Ez egyrészt az online szóbeszéd (word of mouth), mely általában vírusos (viral) terjedésként viselkedik, említések, megosztások, ajánlások, lájkok, kommentek formájában. Másrészt pedig a sajtópublicitás, azaz amikor az újságírók írnak rólunk.

#### 4. Mit ígér Bükfürdő?

Az Európa szerte ismert Bükfürdő a 20. század második felében Magyarország egyik legjelentősebb gyógyfürdőjévé fejlődött. A felbecsülhetetlen értékű hévízkincs, szubalpin klíma, a látványokban gazdag környezet, a gondozott településkép és a magas színvonalú szolgáltatások gondoskodnak arról, hogy az idelátogató turisták nyugodt körülmények között gyógyuljanak és

pihenjenek. A több mint 3300 lakosú város Magyarország nyugat-dunántúli idegenforgalmi régiójában, Vas megyében, a Felső-Répcementi kistérségben található. Az Alpokalja és a Kisalföld találkozásánál, a Répce-síkon fekvő üdülőhely Szombathelytől, Kőszegtől és Sárosvártól 20-25 km, Soprontól 47 km távolságra helyezkedik el. Az osztrák határ közelsége meghatározó jelentőségű a fürdőhely és a régió fejlődésében. A fürdő tulajdonképpen egy szerencsés véletlennek köszönheti létét, hiszen az 1920-as években megkezdett, majd az 50-es években folytatott kőolajkutató fúrások eredményeként 1957-ben 1282 méter mélyről, 65–70 méteres vízszlop tört a felszínre. Az 58°C-os, 15 000 mg/l ásványi anyagot tartalmazó kincs új fejezetet nyitott Bük és a környező települések életében. Az igazi sikertörténet 1962-ben, az első, részben fedett medence átadásával kezdődött. 1965-ben az Egészségügyi Minisztérium gyógyvízzé minősítette a büki termálvizet, majd 1973-ban körzet jellegű gyógyfürdővé a területet, 1979-ben pedig országos jelentőségű gyógyhellyé nyilvánította Bükfürdőt. Mára a fürdőt – mai nevén Bükfürdő Thermal & Spa – egy 18 hektáros park veszi körül, ahol a folyamatos fejlesztésnek köszönhetően 34 medence és számtalan egyéb szolgáltatás várja a vendégeket.

Bük a Sopron-Fertő kiemelt turisztikai fejlesztési térség városa. A desztináció elsődleges vonzereje a büki Bükfürdő Gyógy- és Élménycentrum, amely 2017-ben realizált 911 ezer fős éves látogatószerével egyike hazánk leglátogatottabb fürdőkomplexumainak. A térség vendégforgalmának csaknem egésze Bükön, Sopronban és Hegykőn realizálódik, ezen belül is kiemelkedő Bük, ahol a térség látogatóinak több, mint fele tölt el vendégéjszakát (2018-ban 740 ezer). A térségre kevésbé jellemző a szezonális, mint az ország más desztinációira, ami jórészt a Bük szezonától független kínálatának köszönhető.

Bükit hazai fürdőtelepülések viszonylatában csak Hévíz és Hajdúszoboszló előzi meg, ami a vendégéjszakaszámot illeti, ugyanakkor Zalakaros és Gyula is a nyomában vannak.

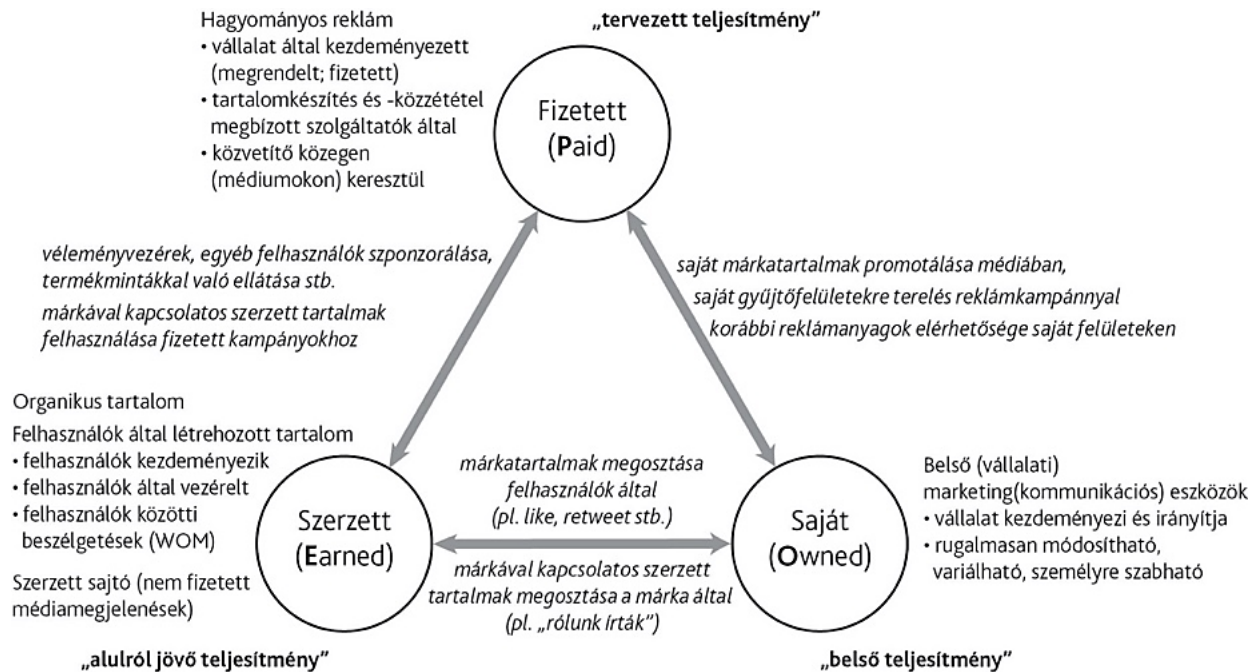
A Kisfaludy Fejlesztési Program keretében elkészült előzetes tanulmányterv szerint, mely Bükfürdő attraktivitását célozza meg, Bük turisztikai szempontból jól teljesít, de jellemzően „csak” fürdőkomplexumnak tekinthető, azaz turisztikai elemek főként a fürdő köré épültek. Ami egyrészt nem jelent problémát, hiszen a „fürdőzés” adja az elsődleges motivációt a vendégek számára a város meglátogatásához, így a statisztikák alapján ma még elegendő fürdőtelepülésként funkcionálnia. De a (közel)jövőben a vendégelvárások várhatóan ennél összetettebbek lesznek. Gondot jelenthet, hogy eltűnőben van az a célcsoport/korosztály (senior), amely a város látogatóinak jelentős részét teszi ki, a középkorúak, illetve az Y és Z generáció pedig már intenzívebb élményekre vágyik a „fürdőzés” mellett. Ezért amennyiben cél a senior célcsoport mellett a fiatalabb generációk megtartása és városba vonzása, úgy a fürdőkomplexumként való márkázás helyett a városnak élményközponttá kell fejlődnie és így kell magát pozícionálnia a turisták térképén. Természetesen ez egy folyamat, ami egy lépéssel nem valósítható meg, hanem átfogó koncepcióra és különböző típusú, pontszerű és horizontális fejlesztésekre is szükség lesz.

Jelen projekt tervezésével párhuzamosan, a Magyar Turisztikai Ügynökség támogatásával készül Bükfürdő 2030-ig terjedő stratégiája, koncepciótervekkel. A 2030-as stratégia fő célja, hogy Bükfürdő a legmagasabb minőségű magyarországi fürdőkomplexum és egyben élményközpont legyen, ami megközelíti az osztrákfürdőkomplexumokat, árazásban pedig érvényesíteni képes a minőségi felárat.

## 5. POE-modell elemzés

Az alábbiakban Bükfürdő városmárkázásához használható kommunikációs eszközöket vizsgálom és csoportosítom a POE-modell alapján. Az adatokat a Bük város weboldalán található médiamegjelenések közzétételéből (Horváth, 2014), a helyi TDM irodától és saját kutatómunkából gyűjtöttem és szedtem csokorba.

Az 1. ábra rendszerben mutatja be a POE-modell elemeit, azok kapcsolatát és a lehetséges átjárási pontokat. A vizsgálatot meghatározó modell felépítésén látható, hogy egy célcsoport reklámüzenettel való elérése rendkívül bonyolult és összetett feladat. Az üzenetet, a „hívószót” jelen esetben a turistákhoz számos alternatív csatornán kell minél kreatívabb módon célzottan eljuttatni.



**1. ábra: POE-modell**

Forrás: Csordás & Nyiró (2013, p. 319.)

A **fizetett (paid) országmárkázási eszközök** esetében a legklasszikusabb hirdetési forma a közterületi reklám. A 84-es út mellett több óriásplakát van elhelyezve Bükfürdő üzenetét közvetítve, „feldobhatjuk?” szlogennel, a gyógyfürdő távlati képével vagy egy fürdőző pár fotójával, rajta, a még hátralévő távolsággal a célpontig, Bükfürdőig. Ezenkívül Budapesten és környékén voltak a büki gyógyfürdőt népszerűsítő plakátok 2020-ban és 2021-ben is. Az egyik legnépszerűbb citylight pedig az alábbi fotón (2. ábra) látható jól ismert arcokkal.



**2. ábra: 2018. évi plakát<sup>2</sup>**

(“A feltöltődés télen is hagyomány – elindult az MTÜ új, téli kampánya”)  
 Forrás: Bódi (2018)

A **nyomatott hirdetések** napilapokban és magazinokban valósultak meg, több kampányhirdetés is zajlott az elmúlt években és napjainkban is Bükfürdő népszerűsítése okán. Elsősorban női magazinban is napilapban is jelentek meg hirdetés sorozatok, mint pl.: Nők Lapja, Meglepetés, Cosmopolitan, Éva magazin.



**3. ábra: Bükfürdő slow térképe**

Forrás: [www.visitbuk.hu](http://www.visitbuk.hu)

<sup>2</sup> "Az MTÜ felkérésére Epres Panni manöken és Benedek Tibor háromszoros olimpiai bajnok kampányarcként csatlakoztak a programhoz." (Bódi, 2018)

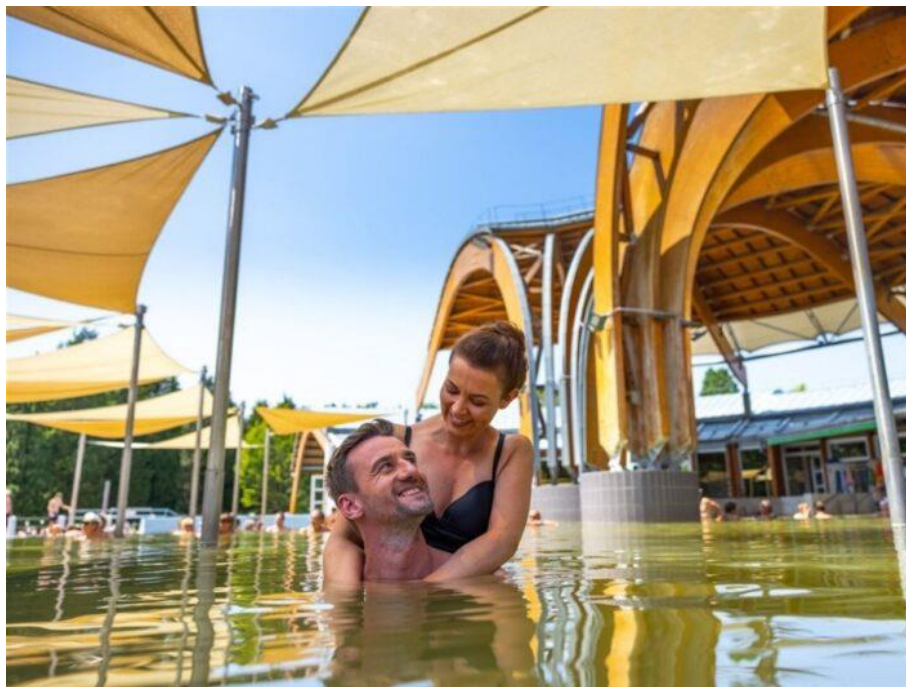


**Régebbi megjelenések** linkjei (Letöltve: 2022.12.05):

- <http://www.nlcafe.hu/sztarok/20140701/bukfurdo-nyaron-is-rabul-ejt/>,
- <http://www.cosmopolitan.hu/friss/2014/07/11/bukfurdo-nyaron-is-rabul-ejt/>,
- [http://www.wellnesscafe.hu/Aktualis/Bukfurdo-nyaron-is-rabul-ejt!/,](http://www.wellnesscafe.hu/Aktualis/Bukfurdo-nyaron-is-rabul-ejt!/)
- [http://www.storyonline.hu/hirek/bukfurdo\\_nyaron\\_is\\_rabul\\_ejt/46999/](http://www.storyonline.hu/hirek/bukfurdo_nyaron_is_rabul_ejt/46999/),
- <https://www.evamagazin.hu/promocio/edes-semmitteves-vagy-megsem-megjelent-bukfurdo-slow>.

A **szlogenek** illetve címek az alábbiak voltak a megjelenések során a teljesség igénye nélkül:

- „Úzze el a tavaszi fáradságot Bükfürdön!”
- „100% feltöltődés Bükfürdön”
- „Büki húsvéti vigadalom”
- „Idilli üdülő- és fürdőhely az Alpokalja klímájával”
- „Bükfürdő a kedvencünk...15.201’ érv szól mellette”
- „Nem kérdés, hogy az idén is megyünk”
- „ Bükfürdő a természetes „botox”!”
- „Bükfürdő az egész családé!”



**4. ábra: Bükfürdő az egész családé!**

Forrás: <https://www.noklapja.hu/aktualis/2022/05/16/bukfurdo-az-egesz-csalade-x/>

**Televíziós megjelenések** kapcsán elmondható, hogy főbb műsoridőben több ízben szerepelt Bükfürdő a TV2 illetve az RTL Klub csatornáin. Televíziós promóciók - a nyár tematikája szerint - a családokat és a gyógyulás mellett a strandot, kikapcsolódást és a kulináris élményeket keresőket szólították meg. A TV2 Kalandjárat című műsor július elején adásba került műsorában a Bükfürdő Gyógy-és Élmenycentrum szabadtéri aktivitásai kerültek előtérbe, valamint a Gyógy-Bor Napok és Gasztrofesztivál rendezvényre hívták fel a nézők figyelmét.

Piskóti István és Papp-Váry Árpád (2018) „*A sikeres városmarketing keretrendszere – A 10 legfontosabb összetevő*” című, a *Márkamonitor* szaklapban megjelent 2018-as cikkükben kifejtik, hogy ahogyan sok más területen, úgy a városmarketingben is majdnem mindent visz az **online jelenlét**. A jól célzott és személyre szabott kommunikációs megoldások a városok számára is hatalmas lehetőségeket rejtnek. A marketingtevékenység során főként a kommunikációban kerültek előtérbe az online és a közösségi média marketing eszközök, melyek közül kiemelik a mobilra optimalizált megoldásokat és applikációkat. A cikk szerzői szerint a sikeres városok a digitális marketinget preferálják a hagyományos marketingeszközökkel szemben, így előbbibe összességében többet is investálnak.

A fizetett online hirdetések tekintetében a klasszikus bannerhirdetések helyett már ún. rich média megoldások színesítik a palettát. A célcsoportok lefedésére tökéletes marketingeszköz a social media elsősorban a Facebook és az Instagram.

A **Facebook** oldalaknál leginkább a közzétett bejegyzések, fényképek és videók minősége, tartalma számít, hiszen ez az, ami alapján egy felhasználó eldönti, hogy érdekes-e számára az oldal, tehát *belájkolja* (kedveli) azt, vagy inkább tovább kattint. A város legfőbb oldalának *Bükkfürdő Thermal & Spa* profilja számít, ők hetente 7-8 alkalommal posztolnak, 50.917 bejelentkező látható, 81.945 kedvelővel. A Bükkfürdő elnevezésű profil hetente többször is posztol 674 bejelentkezője van és az oldalról a TDM [visitbuk.hu](http://visitbuk.hu) weboldalára kalauzol bennünket. Geotargetingre utaló posztokat és fizetett facebook megjelenések jelenleg nem láthatóak az oldalon. Bük városának facebook profilján 27 bejelentkező látható, 1.568 kedvelővel. A város oldala napi életéről tudósít rendszeresen időközönként a városban történt események kapcsán. Ezen az oldalon posztolták ki azt a lakossági kérdőívet, mely Bük Város Integrált Településfejlesztési Stratégiájával kapcsolatosan kérdezte meg a helyi lakosságot és a vállalkozói szférát.

A Facebook jelenleg egy kihagyhatatlan lehetőség a település számára, hiszen gyorsan szerezhetnek valódi, releváns oldalkedvelőket, akikkel a platformon keresztül folyamatosan kommunikálhatnak. A bejegyzések megtervezésekor érdemes szem előtt tartani az aktivitások fokozására alkalmas tartalomtípusok használatát, mint például a videók, GIF-ek és az oly népszerű játékokat.

Az **Instagram** hálózatán, mely egy új korszak jelképe világunkban a vizuális tartalmaké a főszerep. A helyi TDM kezelésében működő *bukfurdo\_tdm* profilján a legutóbbi megosztás 2019.novemberében történt, velük ellentétben a *Bükkfürdő Thermal & Spa* egyre gyakrabban, hetente többször is oszt meg érdeklődésfelkeltő fotókat. A kiemelt szereplőkön kívül helyi vállalkozások, étteremek népszerűsítik magukat a fiatalabb generáció körében népszerű csatornán. Bár az Instagramnak más platformokhoz képest kiemelkedő az aktivitási aránya, de még ezen belül is érdemes olyan tartalomtípusokat alkalmazni, amelyek általában magasabb aktivitást eredményeznek, mint például a videók és GIF-ek. A posztok megosztása mellett semmiképp sem szabad elfelejteni a történetek és kiemelések fontosságáról, hiszen itt a napi aktualitások is megoszthatók a követőkkel, így személyesebbé téve a városhoz fűzött kapcsolatukat. Kiemelt fontosságú a hashtagek következetes használata, hiszen az egyedi hashtagek a felhasználók körében könnyedén elterjedhetnek, ezzel forgalmat generálva a település oldala számára, míg a népszerűbbeken keresztül új felhasználók találhatnak az oldalra.

A **Twitteren** való jelenlét nem számottevő, valójában 2019 óta Bükkfürdővel kapcsolatosan nem történt megosztás a gyógyfürdő és a TDM oldalain.

A fenti általános oldalakon kívül az elmúlt években a koronavírusos zárások feloldása után **több kampány** is indult, melyek három célcsoportra fókuszáltak: *családosok, gyermek nélkül utazó felnőttek és időskorúak*. A „Megéri Bükkfürdőn gyűjteni a D-vitamint” forgalomélénkítő kampányban a megjelenések a Facebookon és a Google Display hálózaton futottak több mint 2 héten keresztül május végétől. A célja a fürdőbe és a városba való visszatérés erősítése, továbbá a forgalomterelés a gyógyfürdő weboldalára volt.

Az összesítésben a 17 nap alatt a Facebook tekintetében 702.416 db megjelenés történt, amelyek közül 6.419 alkalommal történt interakció a hirdetésből fakadóan.

A Google Display hirdetésekre nagyobb hangsúlyt fektettek. Összesen 5.344546 db megjelenésük volt a 17 nap alatt. Összesen 9 619 weboldalon és mobilapplikációban jelentek meg Bükfürdő hirdetési kampányidőszak alatt.

A kampány kifejezetten erre a célra készített célcsoportonként specializált érkező oldalakra vezetett. Az oldalakon nem csak visszatérési akciórészeit osztották meg a látogatókkal, hanem az újdonságok mellett megjelenítésre kerültek a helyi és környékbeli turisztikai attrakciók is, melyek az alábbiak voltak: Holdfényliget Kalandpark, Kristály Torony, Birdland Golf and Country Club és az Esterházy-kastély.

A kampány következő szakasza nyár közepén folytatódott, itt már célzottabban. Földrajzilag Budapest és környéke, valamint a nagyvárosok voltak a célterületek, mivel a kampány első körében értékelve a látogatókat egyértelműen innen volt a legnagyobb érdeklődés Bükfürdő iránt. Az online kampányra épült egy rádiós kampány is, mely során a Rádió1 csatornán hangzottak el spotok három héten keresztül.

**A saját (owned) márkázási médiafelületek** egyik legfontosabb „tétele” a weboldal. Bükfürdő weboldala 4 nyelven jeleníti meg tartalmát, melyek a legfontosabb fogadóterületekről érkező vendégeknek nyújtanak naprakész információkat magyar, német, angol és cseh nyelven. A bukfurdo.hu és visitbuk.hu oldalak landing page gyanánt működnek a fizetett közösségi médiás hirdetések során. A legfontosabb weboldalak címei: www.bukfurdo.hu, www.buk.hu, www.visitbuk.hu.

**Saját közösségi médiaprofilok**, a social media csatornák ma már nem csupán a fiatal generáció elérésében játszanak szerepet, hanem az idősebb korosztály is napi szinten használja azokat. A weboldal mellett a Facebook oldal is egy információs hub, melynek nagyon fontos szerepe van az érdeklődés felkeltésében illetve az érdeklődés fenntartásában.

A televíziós reklámok „újrahasznosítása” a Youtube oldalán megjelenő imázsfilmek, spotok.

Bükfürdőről is jelentek meg a gyógyfürdő gondozásában valamint bloggerek és influencerek közreműködésével, de nem jelentős számban.

**Saját kiadványok tekintetében** Bükfürdőnek több nyelven megjelenő online és nyomtatott kiadványai elérhetőek, ezekben szerepelnek az épített értékek, attrakciók és a legfőbb vonzerő a gyógyfürdő. **Merchandising eszközök, szuvenírek** állnak rendelkezésre a megújult Bükfürdő logóval, pólók, sapkák, tollak, ceruzák, bögrék, kulcstartók és hűtőmágnesek és a büki fürdőső elegáns, mini kisserelésében, saját márkás kiváló kozmetikumok, valamennyi elérhető a vendégek számára illetve promotálás céljából vásárokon szuvenírként megajándékozzák a potenciális vendégeket a bükfürdőt képviselő kollégák.

A marketingkommunikáció egyik legkomplexebb, egyszerre legtöbb célt teljesíteni képes eszközei a *rendezvények illetve az események*. A szervezés költsége a marketingértékben térül meg. Legfontosabb események az elmúlt években Bükfürdőn a Büki Gyógy-Bor-Napok, a Bükfürdő Rallye, az Olimpici Párbajtőr Grandprix, az Arató Ünnepe, a Húsvéti Vigadalom és a Szent Mihály napi vásár.

**A szerzett (earned) médiafelületeknél** a rendezvények szinte önmaguk tekinthetőek saját médiafelületnek, az ezen rendezvények által generált média megjelenések már a szerzett, azaz kiérdemelt média körébe tartoznak. Az ilyen publicitás mindig fontosabb, mint a reklám, a fizetett reklám, mert az emberek ezekben inkább kételkednek.

**Public relations, sajtókapcsolatok témában** a PR szakemberek tudják, hogy a jó tartalom, a sztori az egyik legmotiválóbb erő. A célzott kulcsszereplők itt az újságírók, a sajtó képviselői, akik hitelesen, professzionálisan tudják bemutatni egy város élményígéretét. A sajtónak legutóbb tartott tájékoztató a Funicity élményközpont közelgő átadása kapcsán történt,

mely tudósítások valamennyi kiemelten fontos platformon megjelentek, ezzel is felhívva a figyelmet Bükfürdőre.

**Buzz**, azaz online térben zsongás és a **word-of-mouth** azaz offline térben szóbeszéd mindennapos a gyógyfürdő medencéiben, a koronavírusos időszak előtt megrendezésre kerülő Gyógy-Bor-Napok rendezvényei alkalmából volt jellemző, de hamarosan nyíló új attrakció a Funcity kapcsán is várható (5. ábra).



**5. ábra: FUNCITY Bükfürdő**

Forrás: Saját készítésű fotó

Közterületi **installációk**, melyek akár szelfik és közös képek készítésére alkalmasak egy helyet meghatározó háttérrel, a nyári bejáratnál található „Hello Hungary” háttérben a Bükfürdő felirattal, az újonnan épített bejárat vízesés szerű dekorral és az új logóval (6. ábra), valamint a Kristálytorony mászó-kalandpark tetején található Bükfürdő felirattal (7. ábra), az egyik legjobb megoldás lehet, hiszen a posztolókat követők azonnal látják hol járt az ismerősük. A turizmusra jellemző általános keresleti motiváció az élményszerzés mellett a közösség irányába való demonstráció is. Ez azt jelenti, hogy **az emberek szívesen vesznek részt olyan szabadidős programokon, amelyek kifelé is megmutathatóak, posztolhatóak, lájkolhatóak.** Ilyen tekintetben a tervezeti fejlesztés kedvezően érinti ezeket a lehetőségeket, több olyan attrakcióelemmel is rendelkezik majd, amely az élményszerzésen túl a „nézzétek, is jártam!” motivációt is magában hordozza.





**6. ábra: Bükfürdő Thermal & Spa bejárata**

Forrás: [Vaskarika](http://vaskarika.hu)



**7. ábra: Kristálytorony Kalandpark Bükfürdő**

Forrás: Husz Orsi

Prosumer – producer és consumer szavakból létrejött – összetett kifejezés a szakértő fogyasztókra vonatkozik, azaz azokra az ügyfelekre, akik rengeteget tudnak a „termékről”, esetünkben a városról, a gyógyvízről. Speciális szereplő az ún. travel blogger illetve egy influencer, azaz egy véleményvezér. **Prosumerek, bloggerek, vloggerek, influencerek jelenléte érezhető volt az elmúlt évek folyamán. Tudatos tervezésnek köszönhetően** Bükfürdőn a tavalyi évben ilyen minősítésben Magyarosi Csaba járt és saját felépített Youtube csatornáján népszerűsítette a várost. Egy újságíróval ellentétben, ő maga volt a médium és csatornája pedig a közlés felülete. Kandász Andrea műsora és csatornája is hasonlóan működött az elmúlt években.

**Sztárok és hírességek** látogattak el Bükfürdőre a helyi szervezetek meghívásának eleget téve, mint például Lovasi András énekes, zeneszerző és Rácz Jenő sztárséf. Ők a Büki-Gyógybor-Napokon vállaltak szereplést, mely során a város épített a népszerűségükre, nyilván ez csak a magyar utazók számára volt igazán attrakció. Filmekben, videóklipekben való megjelenése városnak sajnos ezidáig még nem volt.

Egy „márka életébe” szerencsés bevonni az átlagfogyasztókat, jelen esetben a turistákat.

A legjobb kampányok a bevonásra építenek: nemcsak ajánlanak, hanem valamilyen erőfeszítést kérnek is a fogyasztó részéről: legyen szó egy kép feltöltéséről, egy hashtag publikálásáról, egy rejtvény megfejtéséről vagy akár egy sok állomásból álló kalandtúráról. Az emberi természet ezen jellegzetességét már Konfucius is felismerte: „Mondd és elfelejtik, mutasd meg és emlékeznek, vond be őket és megtanulják”, szól a mondás. Ahogy az oktatásban, úgy a marketingkommunikációban is a kétirányú, aktív, széleskörű együttműködés vezet sikerre, nem pedig az egyoldalú közlés (Papp-Váry, 2009). Kifejezetten bevonó jellegű kampányra az elmúlt években nem került sor.

A fórumokon, applikációkon és az utazási tanácsadó oldalakon elhelyezett vélemények vagy az *alkalmazásokon* (pl. Tripadvisor) osztott pontszámok is fontos szerepet játszanak a döntéshozatalban, és időnként kétséges eredetük ellenére sokszor nagyobb hatással vannak egy-egy országról kialakult véleményre vagy a nyaralás előtti döntéshozatalra, mint bármelyik utazási iroda prospektusa. A mesterséges intelligencia előretörése az utazási piacot sem hagyta hidegen: a „Hopper” jelenleg a világ egyik „legforróbb” applikáció projektje, amelyik képes megtervezni és megjósolni a felhasználóhoz leginkább illő vakációt, a lehető legjutányosabb áron. A Booking.com, szallas.hu, Tripadvisor és a Google oldalain a Bükfürdővel kapcsolatos feedback-keknek is nagy szerepe van a potenciális vendégek döntéshozatalában.

**Gerillaakciók, médiahackek, vírusfilmek, consumer generated content**, roppant tudományos hangzású online kommunikációs formák, melyek szerint a hitelességet nem a „paticamérlegen” beállított, központilag kiválasztott üzenetrendszerek adják meg. Legalább ilyen fontosak lehetnek az észrevétlenül befolyásoló *gerillaakciók*, a *médiahackek* és a *vírusfilmek* is. A vírusos terjedést ugyanis a fogyasztók biztosítják, és nem kell a nagy összeget felemészítő média- foglalási díjakat kifizetni, emellett, mivel alulról szerveződött (pontosabban sok esetben csak annak tűnik), ezért kevésbé gyanús. Kifejezetten ilyen akciókra nem került sor Bükfürdőn az elmúlt években, azonban a webkettes oldalakon gyakran előfordul, hogy a turisták megosztják pozitív és esetleg negatív élményeiket is és a leendő turisták előszeretettel szemeztetnek ezekből az írásokból akár hitelesek-akár nem, az otthon melegébe készülődve a bükfürdői látogatásra.

**1. táblázat: Bükfürdő kommunikációs eszközeinek csoportosítása a POE-elv alapján**

	<b>Paid</b>	<b>Owned</b>	<b>Earned</b>
<b>Offline</b>	közterületi reklámok, nyomatott hirdetések, televíziós reklámok	szórólapok, könyvek, merchandising eszközök, szuvenírek	word-of-mouth, installációk
<b>Online</b>	Facebook, Instagram, Twitter, Google Display	weboldalak, Facebook, Instagram, Twitter, Google Display	buzz, prosumerek, bloggerek, vloggerek, influencerek, gerillaak- ciók, médiahackek, vírusfilmek, consumer generated content

Forrás: Saját szerkesztés

Összeségében elmondható, hogy Bükfürdő a városmárkázás során szinte valamennyi offline eszközt folyamatosan felhasznál a tudatos marketing kommunikációja során. A kutatás során a kihasználatlan online lehetőségek között a szerzett eszközök közül a gerillaakciók, médiahackek szerepelnek csupán. Azonban ez nem jelenti azt, hogy ezek nélkül nem lehet sikeres egy város marketing kommunikációja.

## 6. Összegzés

Vágyképek és álmotájak uralják a képzeletünket az év minden egyes munkával töltött hetében (Bódi & Pusztai, 2016). Információgyűjtés, tervezgetés, más élményeinek meghallgatása és a saját élményeink felidézése alapvető szerepet játszik abban, hogy kimozduljunk megszokott környezetünkől. A turizmus napjainkra kiemelkedő jelentőségű fogyasztási és szabadidős tevékenység lett. A fogyasztás e különleges formájában az élmény nem szállítható, csak helyben tapasztalható meg. A turizmus szűkebben másfél száz, de bővebben sem több mint háromszáz éves története során az igazi élményt hétköznapi életünkhöz képest mindig máshova helyezte. Napjaink utazásait komolyan meghatározó vizualitás mellett, az utazó újfajta aktivitásai is jellemzik, a selfiek, a családi videók, a digitális fotók, helymeghatározó rendszerek, a kiterjesztett valóság lehetőségei. A hálózati média utazásgeneráló és reprezentáló szerepe izgalmas horizontot nyitott, mellyel Bükfürdő is él, bár ezen a területen a megfigyelések alapján vannak még kiaknázatlan lehetőségek, az fürdőváros új víziója fényében ezen eszközök markánsabb használatára bizonyosan sor fog kerülni a jövőben, hiszen a fiatalabb generációk széles köre él a social média bűvkörében. Véleményem szerint a branding az érzelmi kapcsolatok kialakításáról is szól, így egy város, Bükfürdő esetében is az lesz az elsődleges feladat, hogy a célcsoport érzemileg tudjon kötődni az adott városhoz, településhez, annak turisztikai miliójéhez, a fentebb felsorolt csoportosított médiakommunikációs eszközök használata is azt támasztja alá, hogy nagyon összetett marketingtevékenységre, annak monitorozására van szükség rengeteg konstruktív ötlettel, hogy aztán az utazók vágya, a beteljesült boldogság Bükfürdőn valóra váljon.

## Irodalomjegyzék

- Baker B. (2019). *Place branding for Small Cities, Regions and Downtowns: The Essentials for Successful Destinations*. Kindle edition.
- Bauer A. & Horváth D. (szerk.) (2013). *Marketingkommunikáció: Stratégia, új média, fogyasztói részvétel*. Marketing szakkönyvtár. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Bódi Á. (2018). *A feltöltődés télen is hagyomány – elindult az MTÜ új, téli kampánya*. Turizmus Online. [http://turizmusonline.hu/belfold/cikk/a\\_feltoltodes\\_telen\\_is\\_hagyomany\\_\\_elindult\\_az\\_mtu\\_uj\\_\\_teli\\_kampanya](http://turizmusonline.hu/belfold/cikk/a_feltoltodes_telen_is_hagyomany__elindult_az_mtu_uj__teli_kampanya)
- Bódi J. & Pusztai B. (2016). A vágygazdaság forrásvidékei A turizmus (média)reprezentációi a globális áramlatok terében. *Replika*, 96-97(1-2), 7–9. <https://www.replika.hu/replika/96-97-01>
- Braun, E., Eshuis, J. & Klijn, E. H. (2014): The effectiveness of place brand communication. *Cities*, 41(Part A), 64–70. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2014.05.007>
- Corcoran, S. (2009). *No Media Should Stand Alone: Defining the Roles of Owned, Earned and Paid Media in Online Marketing*. Forrester Report. <https://www.forrester.com/report/no-media-should-stand-alone/RES54869>
- Csordás T. & Nyirő N. (2013). A reklámkörnyezet változásának fő technológiai és társadalmi trendjei. In Horváth D. & Bauer A. (szerk.), *Marketingkommunikáció: Stratégia, új média, részvétel* (pp. 373–379). Akadémiai Kiadó, Budapest.

- Fehér K. (2016). *Digitalizáció és új média – Trendek, stratégiák, illusztrációk*. Akadémiai Kiadó, Budapest. <https://doi.org/10.1556/9789630597432>
- Horváth D., Nyiró N. & Csordás T. (szerk.) (2013). *Médiaismeret: Reklámeszközök és reklámhordozók*. Akadémiai Kiadó, Budapest. Digiális kiadás: <https://doi.org/10.1556/9789630597241>
- Horváth L. (2014). *Büki média megjelenések*. TDM Bük. <https://www.buk.hu/hu/hirek/turizmus-4/buki-media-megjelenesek-817.html?p=21>
- Kelley, N. (2017): Integrated marketing communications. In: Tench, R. & Yeomans, L. (Eds.), *Exploring Public Relations. Global Strategic Communication*. Pearson, New York.
- Kenesei Zs. & Cserdi Zs. H. (2018). *Szolgáltatásmarketing a turizmusban*. Akadémiai Kiadó, Budapest. <https://doi.org/10.1556/9789634542308>
- Keszey T. & Gyulavári T. (2016). *Marketingtervezés*. Akadémiai Kiadó, Budapest. <https://doi.org/10.1556/9789634540144>
- Kavaratzis, M. (2004). From city marketing to city branding: Towards a theoretical framework for developing city brands. *Place Branding and Public Diplomacy*, 1, 58–73. <https://doi.org/dn952m>
- Kavaratzis M. (2008). *From city marketing to city branding: An interdisciplinary analysis with reference to Amsterdam, Budapest and Athens*. PhD Thesis, University of Groningen.
- Magyar Reklámszövetség (2022): 2021 MRSZ Média- és Kommunikációs torták. [https://mrsz.hu/cms-files/aa/df/MRSZ\\_2021\\_media\\_komm\\_tortak\\_20220324.pdf](https://mrsz.hu/cms-files/aa/df/MRSZ_2021_media_komm_tortak_20220324.pdf) (Letöltve: 2022.12.05.)
- Michalkó G. (2010). *Boldogító utazás, a turizmus és az életminőség kapcsolatának magyarországi vonatkozásai*. MTA Földrajztudományi Kutatóintézet, Budapest.
- Papp-Váry Á. (2009). *Országmárkázástól a versenyképes identitásig - A country branding megjelenése, céljai és természete*. *Marketing és Menedzsment*, 43(2), 4–19.
- Papp-Váry Á. (2011). Hogyan lesz a településből márka? A városmárkázás alapjai. In Róka J., Jávorka G., Kovács M., Téglásy Gy. & Téglási K. (szerk.), *Beszédek könyve polgármestereknek: szónoklatminták és kommunikációs tanácsok minden alkalomra* (pp. 1–24). Raabe Kiadó, Budapest.
- Papp-Váry Á. (2019). *Országmárkázás*. Akadémiai Kiadó, Budapest. <https://doi.org/10.1556/9789634543466>
- Papp-Váry Á. & Farkas M. (2018). Az országmárka-kommunikáció lehetséges eszközei és csoportosításuk a POE-modell alapján. *ME.dok Média-Történet-Kommunikáció*, 13(4), 19–40.
- Piskóti I. & Papp-Váry, Á. (2018). A sikeres városmarketing keretrendszere – A 10 legfontosabb összetevő. *Márkamonitor*, 2018(2), 44–46.
- Pusztai B. (2013). *Jó(l)lét és turizmus: utazók, termékek és desztinációk a boldogság és a boldogulás kontextusában*. KJF, MTA CSFK Földrajztudományi Intézet Magyar Földrajzi Társaság, Székesfehérvár-Budapest.
- Rekettye G., Töröcsik M. & Hetesi E. (2015): *Bevezetés a marketingbe*. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Young M. (2018). *Ogilvy a reklámról a digitális korban*. Kossuth Kiadó, Budapest. <https://doi.org/10.1556/9789630597593>
- Zenker, S. & Braun, E. (2017): Questioning a “one size fits all” city brand: Developing a branded house strategy for place brand management. *Journal of Place Management and Development*, 10(3), 270–287. <https://doi.org/10.1108/JPMD-04-2016-0018>

## **Erdei biomassza lehetőségei és korlátai Magyarország energiabiztonságában**

*Opportunities and Limitations of Forest Biomass in Hungary's Energy Security*

**VARGOVICS Máté**

doktorandusz (*PhD Student*)

Soproni Egyetem, Roth Gyula Erdészeti és Vadgazdálkodási Tudományok Doktori Iskola  
(*University of Sopron, Roth Gyula Doctoral School of Forestry and Wildlife Management Sciences - Hungary*)

**Dr. NAGY Dániel**

egyetemi docens (*Associate Professor*)

NÉBIH EUTR Erdészeti Hatóság (*NFCSO EUTR Forestry Authority - Hungary*)

### **Absztrakt**

Jelen kutatás az energetikai célú erdei biomassza magyarországi helyzetét, kilátásait és kihívásait járja körül. A megújuló energiaforrások az utóbbi évtizedekben jelentősen felértékelődtek, és relevanciájuk tovább nőtt a közelmúlt válságos eseményeinek hatására. A dolgozat célja, hogy reális képet adjon az erdei biomassza energiaszektoron belüli szerepéről, bemutatva a hazai tűzifa termelés és felhasználás alakulását, valamint kitérjen a hozzá kapcsolódó uniós és hazai szakpolitika törekvésekre is. A kutatás során elsősorban az érintett szakmai háttérintézmények adataira támaszkodva vizsgáltuk az elmúlt évek trendjeit, különösen a tűzifa természetes és pénzügyi jellemzőire vonatkozóan. Az eredmények összességében arra engednek következtetni, hogy az erdei biomassza szerepe az energiaellátás terén továbbra is indokolt, azonban a felhasználási oldal várhatóan átalakul a jövőt tekintve, amire szükségszerű lesz valamennyi ágazati szereplőnek időben reagálnia.

*Kulcsszavak:* megújuló energia, tűzifa, erdőgazdálkodás, energiaválság

*JEL-kódok:* Q21, Q23, Q28

„A KULTURÁLIS ÉS INNOVÁCIÓS MINISZTERIUM ÚNKP-22-3-II-SOE-83 KÓDSZÁMÚ ÚJ NEMZETI KIVÁLÓSÁG PROGRAMJÁNAK A NEMZETI KUTATÁSI, FEJLESZTÉSI ÉS INNOVÁCIÓS ALAPBÓL FINANSZÍROZOTT SZAKMAI TÁMOGATÁSÁVAL KÉSZÜLT.”



### **Abstract**

This research examines the situation, prospects and challenges of forest biomass for energy purposes in Hungary. Renewable energy sources have become more and more important in recent decades, and their relevance has increased further due to the impact of recent crisis events. The aim of the thesis is to give a realistic picture of the role of forest biomass within the energy sector, presenting the evolution of domestic firewood production and use, as well as reviewing the related EU and domestic policy efforts. We examined the trends of recent years, especially regarding the natural and financial characteristics of firewood, relying primarily on the data of the relevant professional background institutions. Overall, the results show that the role of biomass will remain in the future, but it is expected to change.

*Keywords:* renewable energy, firewood, forest management, energy crisis

*JEL Codes:* Q21, Q23, Q28



## 1. Bevezetés

A közelmúlt eseményeinek hatására globális szinten felértékelődött az energiabiztonság kérdése. Mindennapi életünk szervesen kötődik az energiafelhasználáshoz, legyen szó közlekedésről, világításról, fűtésről vagy éppen elektromos készülékeink működtetéséről. Energiát minden szektor használ, noha eltérő formában és mértékben, ugyanakkor vitathatatlanul a modern civilizációnk alappilléreként tekinthetünk rá. Mindennek előállítása és felhasználása hosszú idők óta kurrens téma a tudományos és közéleti világ színterein. Az elmúlt évtizedekben elsődlegesen a környezetvédelmi és fenntarthatósági szempontok tematizálták a szakterületet, ezáltal ráirányítva a figyelmet a megújuló energiaforrások kínálta lehetőségekre. A technológia fejlődésével és a társadalmi szemléletváltás következtében egyre több iparág, illetve kormányzat vette át a „zöld gondolkodás” szellemiségét, és a terület egyhamar a gazdasági és a politikai élet fókuszába került. Ugyanakkor ezen érdekek és igények kielégítését korlátozták a rendelkezésre állás, az átalakítás, a tárolás, illetve a felhasználás körüli természeti vagy technológiai, olykor politikai kihívások. Az energiapiacra éles verseny zajlik, melyben nemcsak a fosszilis energia-hordozók versengenek a megújulókkal, hanem az adott csoporton belül is konkurál egymással valamennyi energiaforrás. Hazánk megújuló potenciálja – természeti és technológiai adottságaiból kifolyólag – behatárolt, mégis jórészt kihasználatlan. Ide sorolandó az erdei biomassa és a benne rejlő lehetőségek, mely domináns szerepet tölt be a megújuló szektoron belül, ugyanakkor felhasználását, megítélését egyre több aggály veszi körül. Jelen dolgozat az erdei biomassa lehetőségeit és korlátait veszi górcső alá, mellyel egy hosszabbtávú kutatás részeként célja, hogy közelebb hozza a termelői, vagyis erdőgazdálkodói, illetve a felhasználói (energia-szektor, lakosság) oldal nézőpontjait a jövőbeni fenntartható és biztonságos energiaellátás érdekében.

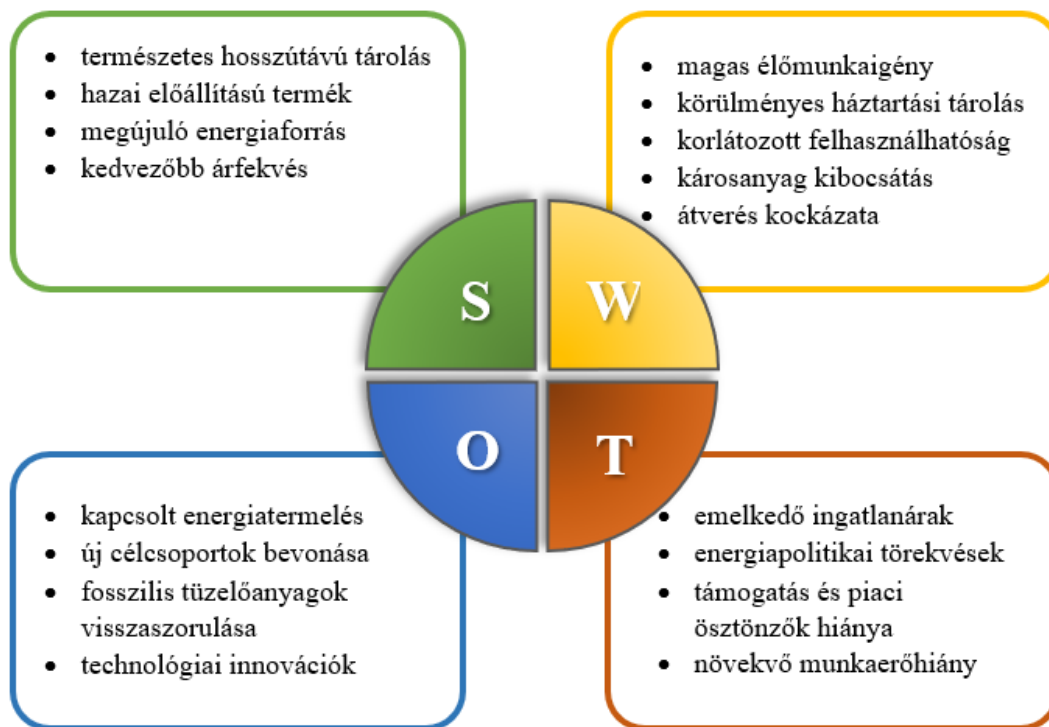
## 2. Szakirodalmi áttekintés

Az energiaellátás biztosítása az energiagazdaság elsődleges feladata. Ehhez energiahordozókra van szükség, melyeken belül – felhasználhatóságuk szerint – elkülöníthetünk primer és szekunder energiaforrásokat, valamint beszélhetünk újratermelődésük alapján fosszilis és megújuló energiáról is. Előbbi vonatkozásában Európa egy energiaszegény kontinensnek tekinthető, az országok többségére jellemző az energiainport-függőség, különösen kőolaj és földgáz tekintetében, ami fokozza kitettségüket a piacon megjelenő domináns exportőr országok felé, ráadásul meglehetősen korlátozott diverzifikáció mellett. Deák (2020) átfogóan vizsgálta az energiainport-függőség kérdését az Európai Unió kapcsán, amelyben kiemeli a beszállítói háttér szűköségét, miszerint 2016-ban 3–3 országból érkezett az EU földgázimportjának 77,1%-a (Oroszországból 39,9, Norvégiából 24,8, Algériából 12,4%), szilárdtüzelőanyag-importjának 68,2%-a (Oroszországból 30,2, Kolumbiából 23,4, Ausztráliából 14,6%) és kőolajimportjának pedig 52,6%-a (Oroszországból 31,9, Norvégiából 12,4, Irakból 8,3%). A konvencionális készletek kielégítő mértékű hiánya, a koncentrált beszállítói háttér, valamint a politikai-gazdasági függés mind-mind új alternatívák felé terelték az Unió döntéshozóit. A megújuló energiaforrások térnyerése 2010-től kezdődően ugrott meg szignifikánsan az uniós tagállamokban, mikor az új direktívák hatására intenzívebb beruházások kezdődtek meg (Simionescu et al., 2020). A tavábbiakban megújulók alatt a nap-, szél-, víz- és geotermikus energiát, illetve a biomassa és a megújuló forrásokhoz köthető hulladékból termelt energiát értjük.



Az energiával kapcsolatos törekvések egyre élénkebben jelentek meg a 2010-es években. Az Egyesült Nemzetek Szövetsége által 2015-ben kitűzött Fenntartható Fejlődési Célok hetedik pontjaként az újrahasznosítható és megfizethető energia globális jellegű célkitűzését fogalmazta meg (ENSZ, 2015). Az Európai Unió is kiemelten foglalkozott a szakterülettel, melyről bővebben egy korábbi tanulmány kapcsán írtunk (Vargovics & Nagy, 2022). Az uniós szakpolitika általános célkitűzései között szerepel az energiabiztonság garantálása, egy integrált belső piac létrehozása, a diverzifikáció, az energiahatékonyság és a dekarbonizáció növelése, és az ezzel kapcsolatos kutatások ösztönzése. A megújuló energiaforrások előtérbe helyezését elsőként az 1997-ben Fehér Könyv szorgalmazta, idővel pedig a RED I (2009/28/EK) és RED II (EU 2018/2001) irányelvek váltották kötelezettségekre a megfogalmazott célokat (Elekházy, 2021). Ez utóbbit 2021 júliusától nemzetállami szinten is kötelező implementálni. Az új célkitűzések 2030-ig szólnak, miszerint az uniós végső energiafelhasználás legalább 32%-át megújuló energiából kell kinyerni, a közlekedésen belül pedig 14%-os minimum szint elérése került kitűzésre. A Bizottság 2021-ben javaslatot tett további módosítások végrehajtására az időközben elfogadott európai zöld megállapodásban foglalt éghajlatpolitikai törekvésekkel való jobb összhang elérése érdekében. Az ezekről folyó tárgyalások jelenleg is zajlanak (Ciucci, 2021).

Hazai viszonylatban is összefoglalásra kerültek a közép- és hosszútávú célok és elképzelések, melyet a Nemzeti Energiastratégia testesít meg és a Megújuló Energia Hasznosítási Cselekvési Terv mutat be részletesen. A magyar megújuló energiabázis döntő mértékben (~70%) biomassza alapú, ami az ország kedvező agrárökológiai adottságainak is köszönhető, ugyanakkor több dologra is felhívja figyelmet. Bartek-Lesi és társai (2019) szerint a jelenlegi fűtési célú tűzifa égetésére épülő biomassza felhasználás háttérbe szorítja megújulóenergia-termelés diverzifikációját, illetve az egyéb alternatívák kínálta költségesebb, de hatékonyabb technológiák támogatását, valamint felhívja a figyelmet a szabályozási környezet korlátaira. A problémát a Nemzeti Energiastratégia is felismeri, és a leírás szerint bár a hazai biomassza rendelkezésre áll a felhasználói oldal előtt, ennek felső korlátját inkább a gazdaságossági és technológiai keretek adják. A biomasszafelhasználás jövőjét illetően a stratégia a következők szerint fogalmaz: „*A megújuló energiaforrások felhasználásának ösztönző rendszerét úgy kell kialakítani, hogy kapcsolt, villamos áramot és hőt együttesen szolgáltató energiatermelés esetén prioritást a kapcsoltan termelő biogáz és biomassza erőművek kapjanak (...)*”. A fás szárú biomasszából történő kapcsolt energiatermeléssel (nemzetközi szaknyelvben *CHP – Combined Heat and Power*) Bodnár (2016) szerint csökkenthető lenne az egységnyi termelt energiára vetített CO<sub>2</sub> kibocsátás, illetve az ehhez szükséges energiahordozók mennyisége is. Ez egyszerre környezetvédelmi és gazdaságossági előnyt is jelenthet a jelenlegi felhasználáshoz képest, amivel kapcsolatban egyre több aggály merül fel. A bioenergetika növekedésének feltételeit és korlátait Dinya (2010) részletesen vizsgálta, különösen a fenntarthatóság nézőpontjából. Az akadályok között említi a logisztikai infrastruktúra, illetve az ismeretek hiányát, az érdekellentéteket, a technológiai kihívásokat és egyéb faktorokat. Jelen tanulmányt megelőzően mi is foglalkoztunk a biomasszán belül a tűzifa versenyképességével, ahol az összkép megértéséhez egy SWOT ábrán foglaltuk össze a főbb tényezőket (1. ábra).



### 1. ábra: A tűzifafelhasználás SWOT ábrája

S: Erősségek, W: Gyengeségek, O: Lehetőségek, T: Veszélyek

Forrás: Saját szerkesztés

Látható tehát, hogy komplex problémakör veszi körül a lakossági célú tűzifafelhasználást. Tudományos körökben is gyakran vitatott téma a tűzifa karbonsemlegessége, hiszen a széndioxid megkötése és az égetéssel való kibocsátása olyannyira eltérő nagyságú idősíkon jelenik meg, amelynél csak korlátozott mértékben érvényesül az üvegházhatású gáz semlegesség (Brack, 2017). Másik jellemző támadási pont a helytelen égetésből származó légszennyezés, és a velejáró humánegészségügyi kockázat. Ez gyakran a korszerűtlen tüzelőberendezésre és a nem megfelelő tüzelőanyag használatára vezethető vissza, ugyanakkor figyelemreméltó adat, hogy a lakossági (fa)tüzelés körülbelül 80%-kal járul hozzá a kisméretű szállópor kibocsátáshoz (Béres et al., 2016). Harmadik nagy kihívásként a természetvédelmi kritikákat emelném ki, amik elsődlegesen a biomassza előállítás fenntarthatóságát vonják kétségbe, különösen a magyar jogszabályokban a fenntarthatóságra vonatkozó biztosítékokat hiányolják (Bódis et al., 2021). Ezen kritériumokat az Európai Unió Erdőstratégiája (COM(2021) 572) is említi, továbbá a lépcsőzetes felhasználás elvét helyezi előtérbe, miszerint energiatermelésre csak a hosszú élettartamú termékek előállítására alkalmas, vagy másodlagos biomassza használható fel. Érdekes még ideidézni a magyar Nemzeti Erdőstratégia megközelítését, mely több ponton átfed az uniós szempontokkal, például a biomassza szénmegkötésben betöltött szerepével kapcsolatban, ugyanakkor más, olykor egyedi javaslatokat is megfogalmaz. Ez utóbbira példa az erdőgazdasági gyűjtőközpontok ötlete mely egyrészt a tárolásra, másrészt a folyamatos rendelkezésre állásra is megoldást kínálna. Ugyancsak támogatja a decentralizált fűtési rendszerek kiépítését, és a biomassza alapú energiahasznosítást döntően lokális szinten, helyi fűtő- és erőművek létesítésével és üzemeltetésével kívánja megvalósítani.

A stratégiai törekvések mellett fontos szemügyre venni a közelmúlt gazdasági eseményeit, melyek befolyással bírtak az energiaszektor, azon belül pedig a biomassza piaci helyzetére. Az elmúlt évtized viszontagságos időjárása, a megnövekedett számú természeti katasztrófák, az enyhe telek mind-mind a fapiac instabilitását vonták maguk után, melyre újabb csapást mért a világgazdaságot is megingató Covid-19 járvány. A Nemzeti Agrárgazdasági Kamara a



járvány hazai berobbanásának évében közzétett egy helyzetelemzést az erdőgazdálkodást érintő hatásokról. Ebben sorra vették a határlezárások és az összezsugorodó felvásárlópiac negatív hatásait az ellátási lánc egyes szereplői esetében, mely a termelés részleges vagy teljes leállásához vezetett (NAK, 2020).

A leállások, lezárások és a széleskörű korlátozások tovább gyűrűztek az energiapiac felé is, és a hirtelen keresletvisszaesés példátlan recessziót eredményezett az energiafelhasználásban (IEA, 2020). Khan és társai (2022) ugyanakkor rámutatnak, hogy a szektorban már a járvány előtt mutatkoztak a válságjelek, amiket az tovább súlyosbított, és rövidtávon jelentős befolyással bírt az energiaárak változására.

Ezidőtájt egy túlkínálati energiapiac alakult ki, ami az árak süllyedését vonta maga után, majd a korlátozások feloldásával nem várt ütemben felszökött a kereslet. Az árak hirtelen emelkedni kezdtek, és kiélezett verseny kezdődött meg a nyersanyagokért (Alvarez & Molnar, 2021). Ázsia rendkívüli mód vásárolta fel az amerikai exportot, míg Európa vélhetően az árak csökkenésében bízott, ami magyarázatot adhat arra, hogy 10 éve nem látott mélypontra hagyta leapasztani a gáztározóinak a töltöttségét (Buli & Chestney, 2021). Az Uniót instabil állapotában érte váratlanul a helyzet, melynek kétségkívül megvoltak az előzményei: az energiaszektor zöldítésével párhuzamosan növekvő atomerőműellenesség (Joly, 2021), az egyik legnagyobb európai gázmezőn fokozatosan állították le a kitermelést (Shokri, 2020), több esetben elmaradtak a hagyományos erőművi beruházások és korszerűsítések (Toldi, 2021), ráadásul előfordult, hogy a kínálati oldal se tudta vagy akarta kiszolgálni az európai keresletet. Ez utóbbi kapcsán merülhet fel Oroszország szerepe, amely kivárással igyekezett nyomást gyakorolni a német politikára a már megépített Északi Áramlat 2 gázvezeték üzembe helyezésének bojkottálása miatt (Jandó, 2021). Az elmérgesedett politikai viszony záróakkordjának az oroszok Ukrajna ellen indított katonai inváziója bizonyult, amivel egy újabb komplex válságidőszak vette kezdetét.

### 3. Anyag és módszer

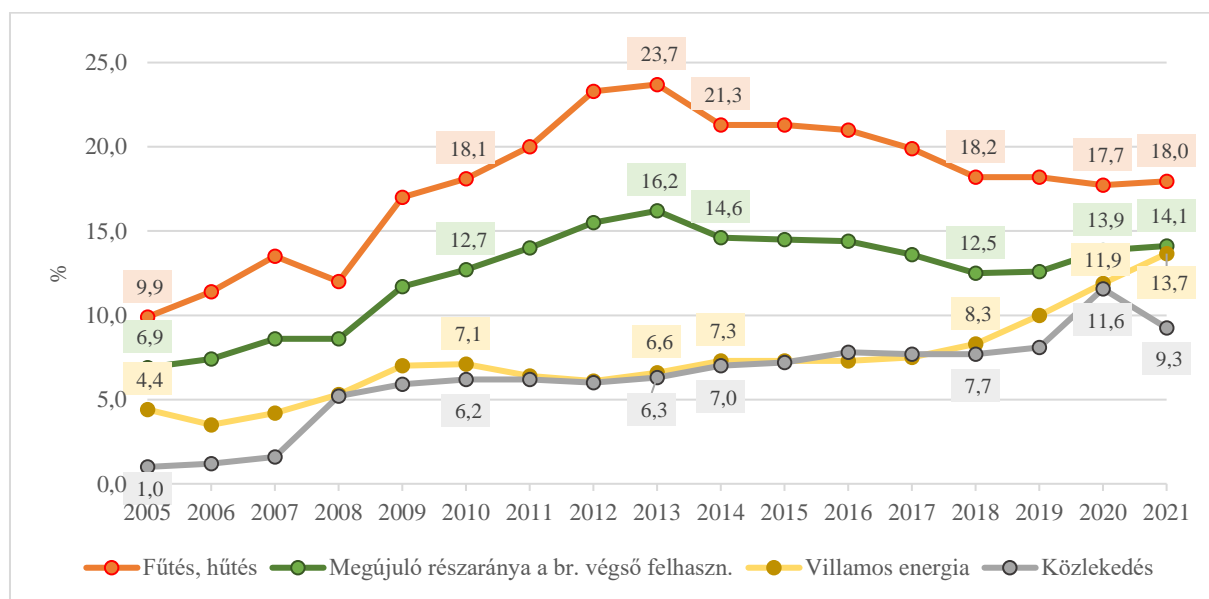
A kutatáshoz több hivatali adatbázist is felhasználtunk. Az energiaszektor elemzéséhez elsődlegesen a Magyar Energetikai és Közmű-szabályozási Hivatal adatait használtuk fel, és igyekeztünk konzekvensen az Eurostat típusú energiamérleg tételeit használni, ahol erre lehetőség volt. Fontosnak tartjuk megjegyezni, hogy energiastatisztikai adatok folyamatosan frissülnek, ennek következtében az előzetes adatok később módosulhatnak a Hivatal későbbi publikációiban. A háztartások éves kiadásainál a Központi Statisztikai Hivatal, a tűzifa fafajok arányszámainál a Nemzeti Földügyi Központ adatbázisaira támaszkodtunk. Mivel a biomassa esetében alapvetően egy nehezen mérhető nyersanyagról van szó, legfőképp viszonzyszámok alkalmazását preferáltuk. A kigyűjtött adatokat Excel programban táblázatokba rendeztük, majd leíró statisztikai módszerekkel elemeztük, végül a kapott eredményeket diagramokon ábráztuk.

### 4. Eredmények

Az eredmények kapcsán a távolabb felől közelítünk a konkrét tárgykörhöz, így első körben a hazai energiaszektor főbb paramétereit mutatjuk be. Ehhez a MEKH legfrissebb éves adatpublikációt használtuk fel. A 2021-es évet tekintve a primer termelés 457 132 TJ volt, melynek nagyrészt (38%) a Paksi Atomerőmű állította elő nukleáris hő formájában. Ugyancsak egyharmados részarányt (32%) megugró hozzájárulása volt a megújulóknak, melyben 20% csak a primer szilárd biomasszának tulajdonítható. Mindehhez társulnak a hazai termelésű fosszilis energiahordozók (földgáz, kőolaj, szén), azonban döntő hányaduk importként érkezik az országba. A külföldről érkező energiamennyiség (794 909 TJ) több mint másfélszerese a hazai termelésnek, javarészt földgázt (import 33%-a) és kőolajat (import 32%-a) veszünk. Bár az importban 2019 óta csökkenés tapasztalható, az energiaimport-függőség (nettó energiaimport és a bruttó

belföldi energiafogyasztás hányadosa) esetünkben is komoly veszélyforrás, földgáz vonatkozásában 67% volt 2021-ben, ráadásul a behozatal túlnyomó része Oroszországból származik (95% 2020-ban). A végső felhasználásig az input energia egy része átalakul – a nukleáris hő teljes egészében – másik része nem energetikai célra kerül felhasználásra (pl. földgáz esetében), továbbá hálózati veszteségek is terhelik a szektort.

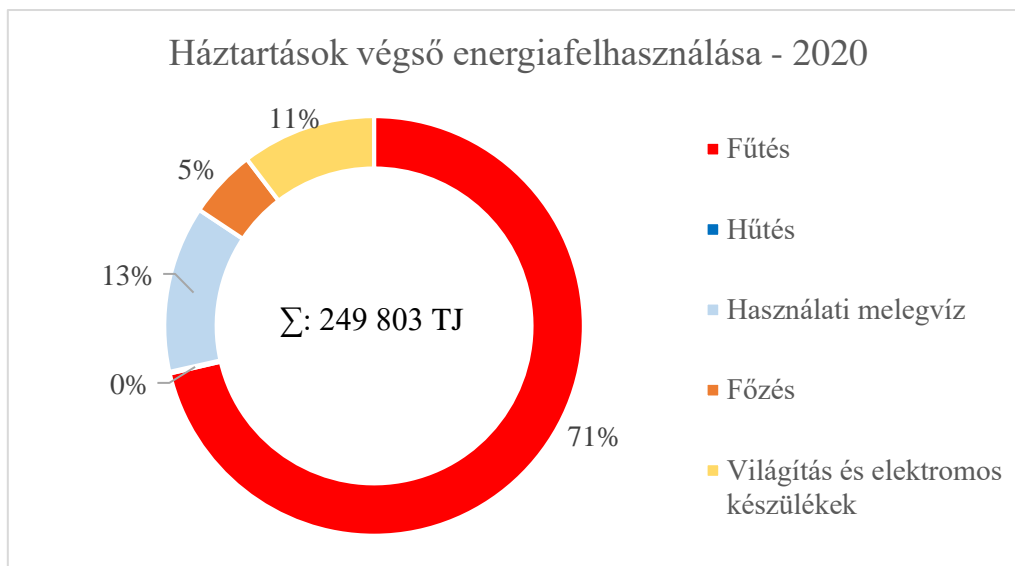
A végső, energetikai célú felhasználás 2021-ben 790 342 TJ-t tett ki. Ennek legnagyobb részét (34%) a lakosság használta fel, negyed-negyed arányban osztozott az ipar és a közlekedés, a maradék (~15%) pedig további szektorokhoz köthető, mint a kereskedelem, mezőgazdaság stb. A MEKH külön publikációban közli a megújuló energiaforrások részarányának időbeli alakulását a bruttó végső energiafogyasztáson belül, amit a 2. ábrán vizualizáltunk. Látható, hogy az egész vizsgált időszak alatt elsődlegesen fűtési (és hűtési) célra használtuk megújuló energiaforrásainkat, emögött pedig egyértelműen a szilárd biomassza, azon belül is a faanyag energetikai célú hasznosítása áll. A 2010-es években azonban az átrendeződés jeleit vetíti előre az ábra, ugyanis egyre nagyobb mértékben támaszkodtunk a megújulókra a villamos energia, illetve a közlekedés terén. Előbbi esetében a fotovoltaikus napenergia, utóbbinál pedig a bioüzemanyagok térhódítása áll a háttérben, melyek a technológia fejlődésével és a társadalmi szemléletváltozással egyre nagyobb népszerűségnek örvendenek. Míg e kettő növekvő tendenciát követ (a közlekedési részarány 2021-es visszaesését leszámítva), addig a fűtésre használt megújuló energiaforrások részaránya visszaesett az utóbbi 7 évben. Ennek okai komplexek, külön vizsgálatokat igényelnek, de érdemes megjegyezni, hogy a trendváltás a magyar rezsi-csökkentési politika bevezetésének időszakával (2013-14) esik egybe, ugyanakkor további tényezőket is figyelembe kell még venni, mint az enyhe telek, a tüzfelfelhasználás korlátai stb.



**2. ábra: Megújuló energiaforrások felhasználásának százalékos részaránya a bruttó végső energia fogyasztáson belül, 2005-2021**

Forrás: MEKH, saját szerkesztés

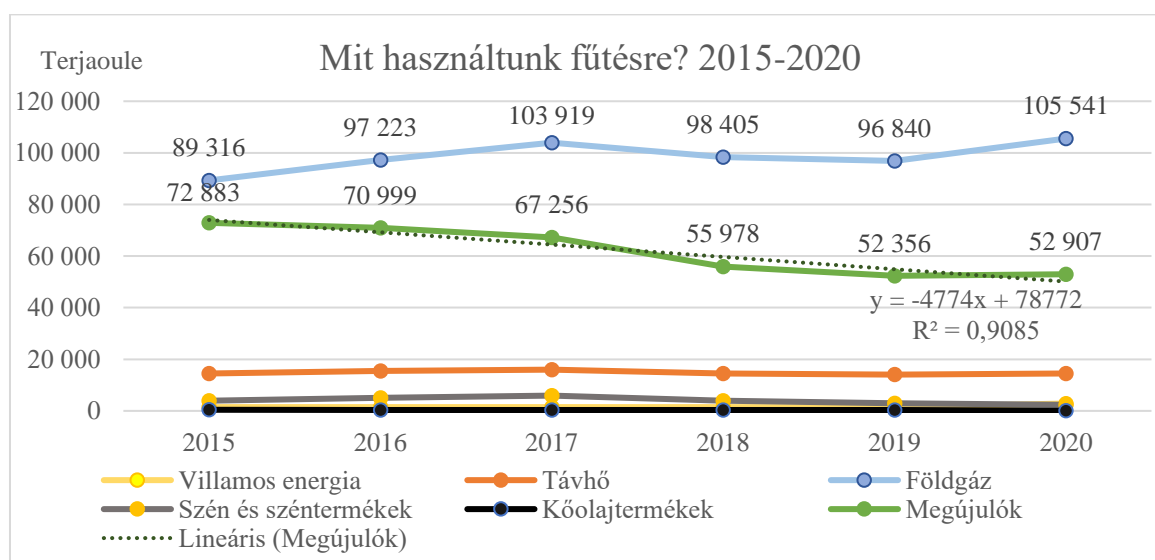
Tovább bontva a lakossági felhasználást, megvizsgáltuk, mire fordítjuk azt a közel 250 ezer TJ energiát, amit a 3. ábra szemléltet, a legfrissebb elérhető adatok (2020) alapján. Leolvasható, hogy a fűtési cél messze a legnagyobb arányban (71%) vezeti a listát, noha felhasználása szezonális. Ezt követi a melegvíz (13%), az elektromos készülékek (11%), valamint a főzésre használt energia (5%).



**3. ábra: A háztartási energiafogyasztás területei, 2020**

Forrás: MEKH

Ezért a számottevő szegmensért döntően két energiaforrás konkurál napjainkban is: a földgáz és a megújuló energiaforrásokon belül a szilárd biomassza (4. ábra). Fontos megemlíteni, hogy az adatbázis nem fejt tovább a megújuló energiahordozókat, azonban a MEKH által közzétett éves energiamérlegben a lakossági célú felhasználásnál a szilárd biomassza 97%-os részarányt képvisel, ezért kezeljük egyként ez esetben a két halmazt. A 2015-ig visszatekintő adatsorból látható, hogy az időszak elején egymáshoz közeli részesedést birtokolt a két komponens, majd folyamatosan „nyílt szét az olló”. A szilárd biomassza felhasználása csökkenő trendet követ, míg a földgázfelhasználás 18%-os növekedést ért el 2020-ra. A távhőszolgáltatás komoly beruházási igénye miatt könnyebben behatárolható intervallumon belül mozog, és stabilitást mutat a vizsgált 6 évben.

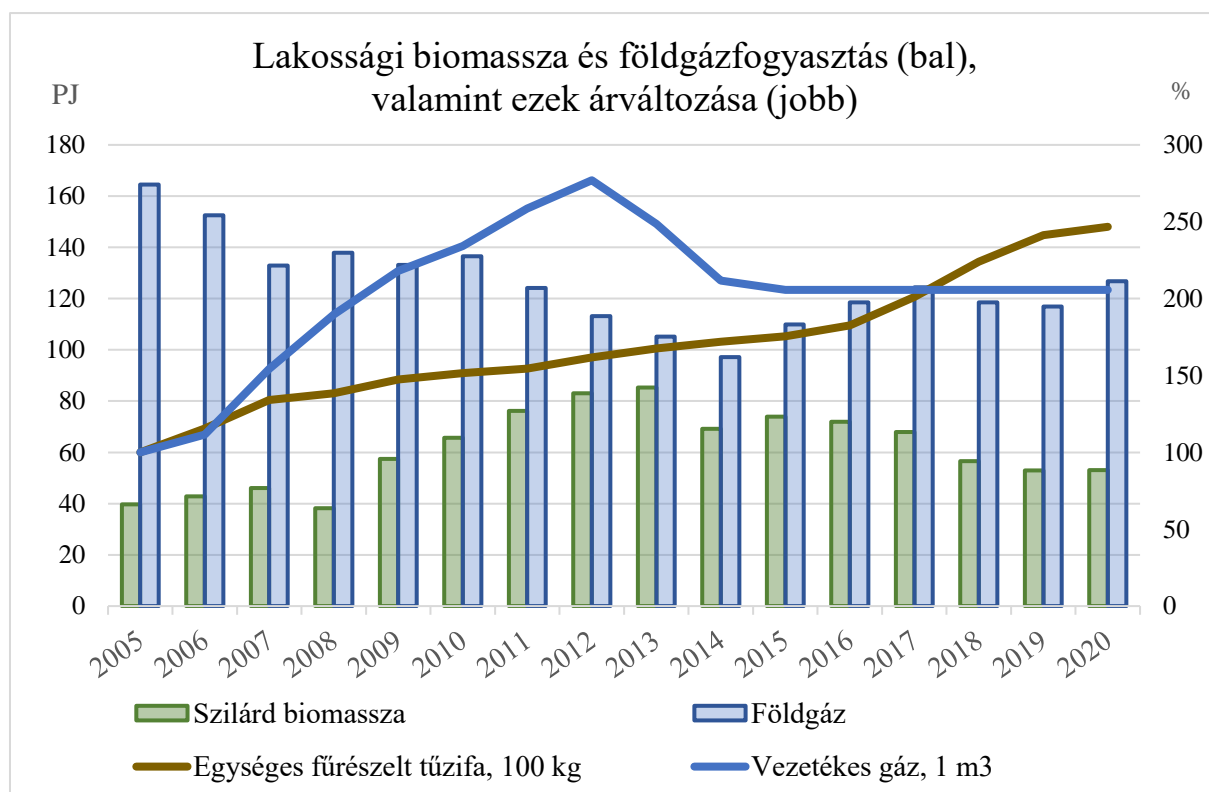


**4. ábra: Háztartások fűtési célra használt energiaforrásai**

Forrás: MEKH, saját szerkesztés

Egyes becslések szerint Magyarországon napjainkban hozzávetőlegesen négymillió ember használ részben vagy kizárólag szilárd tüzelőanyagot fűtésre, melynek több mint 90%-át a tűzifa jelenti. Jellemzően vidéki kistelepüléseken, alacsony jövedelmű háztartások használják ezt a fűtési módot, ráadásul a hazai lakások egyötöde ilyen értelemben kényszerhelyzetben van, mivel nincs rácsatlakozva se a vezetékes földgáz- se a távhőszolgáltatásra. Ennélfogva a tüzi-faellátás már nemcsak energiapiaci, hanem szociális kérdés is, e kapcsán pedig 2011-ben elindult a Szociális Tüzelőanyag Program, melyre önkormányzatok pályázhatnak, ugyanakkor ennek az 5 milliárd forintos keretösszege lényegesen alacsonyabb a jelenleg is elérhető többi állami támogatási formánál (Feldmár & Bajomi, 2022).

A KSH adatai alapján a háztartások éves kiadásaik közül a lakhatási költségek, benne foglaltan a háztartási energia jelenti a második legnagyobb költséghányadot, az élelmiszereket követően (KSH, 2020). A túlzott mértékben megnövekedett – vagy épp lecsökkent – árak váltásra készíthetik a fogyasztót. Ez a jelenség volt megfigyelhető az elmúlt két évtized kapcsán is, melyet az 5. ábrán szemléltetünk. A baloldali tengely a felhasznált energiamennyiségre vonatkozik, míg a jobboldali a százalékos árváltozásra, melynek bázisául a 2005-ös állapotot választottuk. Megfigyelhető, hogy a 2000-es években a gázáremelkedéssel párhuzamosan egyre kevesebb mennyiséget használtak fel a háztartások, miközben a szilárd biomassza iránt megnőtt a kereslet. A fordulópontot a 2013-as év hozta el, mikortól egy félpiacon állt elő, és a rezsicsökkentett gázár versenyzett a piaci áras tűzifával. A lakosság ismét a földgáz felé nyúlt, a biomassza pedig visszaesett a korábbi 40-60 ezer PJ tartományba.



**5. ábra: A szilárd biomassza és a földgáz árának és felhasznált mennyiségének időbeli alakulása, 2005-2020**

Forrás: MEKH, KSH, saját szerkesztés

Az idei (2022.) évben ismét állami beavatkozásokra került sor, ráadásul mindkét energiaforrás tekintetében. A rezsicsökkentés kedvezményezett köreit az átlagfogyasztáshoz igazították

(259/2022. (VII. 21.) Korm. rendelet), míg a tűzifa kapcsán rögzített árakat vezettek be az állami tulajdonú erdőgazdaságoknál (355/2022. (IX. 19.) Korm. rendelet). Az így kialakult helyzetre nézve számítást végeztünk a földgáz és a tűzifa energiadíjára vonatkozóan *ceteris paribus* (1. táblázat). A tűzifa kapcsán a Nemzeti Földügyi Központ adataira támaszkodva alkottunk meg egy fafajmixet, mely lefedi a tűzifafelhasználás közel  $\frac{3}{4}$ -ét, eszerint alakítottuk ki a hozzájuk rendelt súlyszámokat is. A fűtőértékre vonatkozó adatokat Ebert (2007) Fatüzelés című könyvéből kölcsönöztük, légszáras fára vonatkoznak (nedvességtartalom: 15-18%), az áraknál pedig a jogszabályi kedvezmény értékét vettük alapul. Eredményképpen azt kaptuk, hogy egy-egy hőmennyiség előállításának ára a tűzifa esetében kedvezőbb, mintegy 111,92 Ft-tal, a szükséges feltételek (pl. fánál légszáras állapot) fennállása esetén. A teljes kép érdekében a jövőben a járulékos költségek kiszámításával tervezzük kiegészíteni az egyenletet.

**1. táblázat: A földgáz és a tűzifa energiadíjára vonatkozó számítás eredményei**

Energiahordozó	Fűtőérték (MJ/kg)	Fűtőérték (MJ/m <sup>3</sup> )	Súlyozás	Lakossági nettó ár (Ft/m <sup>3</sup> )	1 GJ-hoz szükséges anyagmennyiség (m <sup>3</sup> /GJ)	1 GJ hőmennyiség ára (Ft/GJ)
Akác	14,8	10 584	0,38	23 622		
Cser	16,6	12 096	0,26			
Tölgy	15,1	10 584	0,22			
Bükk	15,1	10 584	0,14			
<b>Tűzifa-mix</b>		10 977		23 622	0,0911	<b>2151,96</b>
<b>Földgáz (energiadíj)</b>		34,94		79,1	28,6205	<b>2263,88</b>

Forrás: Saját szerkesztés

## Összefoglalás, következtetések

Összefoglalva a tanulmány eddigi ismereteit, bemutattuk a hazai energiaszektor főbb paramétereit, kitértünk a megújuló energiaforrások részarányának alakulására és a változások mögött fellelhető okokra. Rávilágítottunk a lakossági fűtés piacán lezajló folyamatokra, melyben kiemelten foglalkoztunk az erdei szilárd biomassa, illetve a földgáz árversenyével is. Kijelenthető, hogy a szilárd biomasszának alapvető szerepe van a hazai energiaellátásban, különösen a lakossági fűtés terén, valamint az uniós klíma- és energiapolitikai célkitűzések sem valósíthatók meg az erdei biomassa mellőzésével. Mindemelllett nem szabad figyelmen kívül hagyni a fenntarthatóság, illetve a körkörös gazdaság elveit. A közelmúlt történései az import-igényes földgázt kiváltó új alternatívák felé terelik a döntéshozókat, mely a tűzifa számára is vonzó lehetőségeket kínál, azonban jelenlegi felhasználása több oldalról problémás. Érdemes számításba venni a regionális kiserőművek és a kapcsolt energiatermelés előnyeit és nehézségeit, hogy mielőnn visszatér a szektor a valós piaci környezetbe, versenyképes alternatívát tudjon nyújtani a kényszeren túli fogyasztók számára is.

## Irodalomjegyzék

- Alvarez, C. A. & Molnar, G. (2021). *What is behind soaring energy prices and what happens next?* International Energy Agency, Paris. <https://www.iea.org/commentaries/what-is-behind-soaring-energy-prices-and-what-happens-next> (Letöltve: 2022.12.06.)
- Bartek-Lesi, M., Mezösi, A., Pató, Zs., Szabó, L. & Szajkó, G. (2019). Megújulóenergia-felhasználás Magyarországon – a későn jövők előnye? = Renewable energy use in Hungary – *The benefit of latecomers?* *Vezetéstudomány*, 50(kesz), 46–60. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2019.KSZ.05>
- Béres A., Barna L., Henszelmann I., Ilyés E., Mátai B. & Riesz L. (2016). A tüzelésből származó légszennyező anyagok környezeti és egészségügyi hatásai. In Mátai B. (szerk.), *Környezetbarát fatüzelés* (pp. 18–24). Herman Ottó Intézet, Budapest.
- Bodnár I. (2016). Fás szárú biomasszából történő kapcsolt villamosenergia-termelés lehetőségeinek vizsgálata. *Multidiszciplináris tudományok*, 6(1), 45–54.
- Bódis P., Gálhidy L., Harmat Á., Szajkó G. & Varga K. (2021). *Van-e elég fenntartható biomassza Magyarországon? - Országjelentés a szilárd biomassza keresleti és kínálati oldaláról.* BIO SCREEN CEE Project.
- Buli, N. & Chestney, N. (2021). *On the cusp of Europe's winter season, gas storage hits 10-yr low.* Reuters (23 September, 2021). <https://www.reuters.com/business/energy/cusp-europes-winter-season-gas-storage-hits-10-yr-low-2021-09-22/> (Letöltve: 2022.12.06.)
- Brack, D. (2017). *Woody Biomass for Power and Heat – Impacts on the Global Climate.* The Royal Institute of International Affairs, Chatham House, London. <https://www.chathamhouse.org/sites/default/files/publications/research/2017-02-23-woody-biomass-global-climate-brack-final2.pdf> (Letöltve: 2022.12.04.)
- Ciucci, M. (2021). *Megújuló energia.* [https://www.europarl.europa.eu/ftu/pdf/hu/FTU\\_2.4.9.pdf](https://www.europarl.europa.eu/ftu/pdf/hu/FTU_2.4.9.pdf) (Letöltve: 2022.12.04.)
- Deák A. (2020). Az Európai Unió energiainport-függőségének vizsgálata az ezredfordulót követően. *Területi Statisztika*, 60(4). 425–460. <https://doi.org/10.15196/TS600402>
- Dinya L. (2010). Biomassza-alapú energiatermelés és fenntartható energiagazdálkodás. *Magyar Tudomány*, 171(8), 912–925.
- Egyesült Nemzetek Szövetsége (2015). *Transforming our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development.* A/RES/70/1, United Nations. <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/21252030%20Agenda%20for%20Sustainable%20Development%20web.pdf> (Letöltve: 2022.12.04.)
- Elekházy N. (2021). *A megújuló energia használatának szabályozása.* Információs jegyzet. 2021/25. [https://www.parlament.hu/documents/10181/39233854/Infojegyzet\\_2021\\_25\\_megujulo\\_energia.pdf/ac8a31f3-cbb9-fe8f-faaf-12c5767a30e6?t=1619161603958](https://www.parlament.hu/documents/10181/39233854/Infojegyzet_2021_25_megujulo_energia.pdf/ac8a31f3-cbb9-fe8f-faaf-12c5767a30e6?t=1619161603958) (Letöltve: 2022.12.04.)
- Feldmár N. & Bajomi A. Zs. (2022): *Vissza a tűzifához? Lakossági szilárd tüzelés Magyarországon.* In Vankó L. (szerk.), *Éves jelentés a lakhatási szegénységről 2022.* Habitat for Humanity Magyarország, Budapest. <https://habitat.hu/sites/lakhatasi-jelentes-2022/vissza-a-tuzifahoz-lakossagi-szilard-tuzeles-magyarorszag/> (Letöltve: 2022.12.04.)
- International Energy Agency (2020). *Global energy demand to plunge this year as a result of the biggest shock since the Second World War.* <https://www.iea.org/news/global-energy-demand-to-plunge-this-year-as-a-result-of-the-biggest-shock-since-the-second-world-war> (Letöltve: 2022.12.04.)
- Jandó Z. (2021. szeptember 28.). *Bő egy év alatt drágult hússzorosára a gáz, de hogy fordulhatott ez elő?* G7. <https://g7.hu/vilag/20210928/bo-egy-ev-alatt-dragult-husszorosara-a-gaz-de-hogy-fordulhatott-ez-elő/> (Letöltve: 2022.12.04.)

- Joly, J. (2021). *Germany begins nuclear phase-out, shuts down three of six nuclear power plants*. Euronews. <https://www.euronews.com/2021/12/31/germany-begins-nuclear-phase-out-shuts-down-three-of-six-nuclear-power-plants> (Letöltve: 2022.12.06.)
- Khan, K., Su, C. W. & Zhu, M. N. (2022). Examining the behaviour of energy prices to COVID-19 uncertainty: A quantile on quantile approach. *Energy*, 239(Part E), 122430. <https://doi.org/10.1016/j.energy.2021.122430> (Letöltve: 2022.12.06.)
- KSH (2020). *Az egy főre jutó éves kiadások COICOP-főcsoportok és jövedelmi tizedek (decilisek) szerint*. Központi Statisztikai Hivatal. [https://www.ksh.hu/stadat\\_files/jov/hu/jov0025.html](https://www.ksh.hu/stadat_files/jov/hu/jov0025.html) (Letöltve: 2022.12.06.)
- MEKH (2021): *Éves adatok*. Magyar Energetikai és Közmű-szabályozási Hivatal. <http://www.mekh.hu/eves-adatok> (Letöltve: 2022.12.06.)
- NAK (2020). *A globális járványügyi korlátozások hatásai az erdőgazdálkodásra*. Nemzeti Agrárgazdasági Kamara. <https://www.nak.hu/tajekoztatasi-szolgaltatas/koronavirus/101605-a-jarvanyugyi-korlatozasok-hatasai-a-hazai-erdogazdalkodasra> (Letöltve: 2022.12.04.)
- Simionescu, M., Strielkowski, W. & Tvaronavičiene, M. (2020). Renewable Energy in Final Energy Consumption and Income in the EU-28 Countries. *Energies*, 13(9), 2280. <https://doi.org/10.3390/en13092280>
- Shokri, A. (2020). *Impact of the Groningen Gas Field Closure on Northwest European Gas Market*. Gas Exporting Countries Forum. [https://www.gecf.org/\\_resources/files/events/gecf-expert-commentary---impact-of-the-groningen-gas-field-closure-on-northwest-european-gas-market/impact-of-closure-of-groningen-gas-field.pdf](https://www.gecf.org/_resources/files/events/gecf-expert-commentary---impact-of-the-groningen-gas-field-closure-on-northwest-european-gas-market/impact-of-closure-of-groningen-gas-field.pdf) (Letöltve: 2022.12.04.)
- Toldi O. (2021. október 4.). *Szénreneszánsz lesz az európai energiaár emelkedés vége?* Klímakutató Intézet. <https://klimapolitikaiintezet.hu/elemzes/szenreneszansz-europai-energiaar-emelkedes> (Letöltve: 2022.12.05.)
- Vargovics M. & Nagy D. (2022). *Erdei biomassza energetikai célú felhasználásának erdészeti politikai kihívásai*. In Czímber K. (szerk.), *Erdészeti Tudományos Konferencia, Sopron – 2022* (pp. 265–273). Soproni Egyetem Kiadó, Sopron.

## A körforgásos gazdaság és a soproni hulladékfeldolgozó stratégiája

*The Circular Economy and Waste Management*

### **KASZA Lajos**

mesteroktató (*Teaching Professor*)

*Budapesti Gazdasági Egyetem, Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar (Budapest Business School, Faculty of Commerce, Hospitality and Tourism - Hungary)*

### **Dr. NÉMETH Patrícia PhD**

főiskolai docens (*Associate Professor*)

*Budapesti Gazdasági Egyetem, Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar (Budapest Business School, Faculty of Commerce, Hospitality and Tourism - Hungary)*

### **Absztrakt**

A Fenntartható Fejlődés egyre gyakrabban kerül előtérbe és egyre fontosabb témává válik mind társadalmi-, mind gazdasági-, mind pedig vállalati szinten. Ezen fejlődés megvalósításának egyik kiváló eszköze lehet a körforgásos gazdaság, segítségével a termékek életútja meghosszabbítható, mely hasznos a vállalatnak, a gazdaságnak, és egyértelműen pozitív a természetnek is. A körforgásos gazdaságban előtérbe kerül a nyersanyagforrások biztosítása (másodnyersanyag, újrahasznosítás) és a hulladék mennyiségének jelentős csökkentése. Tanulmányunkban a körforgásos gazdaság előnyeit és megvalósítási lehetőségeit vizsgáltuk hulladékgazdálkodási cégek esetén, különös tekintettel egy soproni hulladékgazdálkodási cég stratégiájára.

*Kulcsszavak:* hulladékgazdálkodás, körforgásos gazdaság, fenntartható fejlődés

*JEL-kódok:* O44, Q01 Q50, Q53, Q56

### **Abstract**

Sustainable Development is prioritized more frequent nowadays and becoming an increasingly important topic at the social-, economic- and corporate level. One of the excellent methods that realizing this development can be Circular Economy, with the help of which the life cycle of products can be extended, that is useful for the company, the economy, and definitely positive for nature as well. In the circular economy, securing raw material sources (secondary raw material, recycling) and significantly reducing the amount of waste are prioritized. In our study, we examined the advantages and implementation possibilities of the circular economy in the case of waste management companies, with special emphasis on the strategy of a waste management company in Sopron.

*Keywords:* waste management, Sustainable Development, circular economy

*JEL Codes:* O44, Q01, Q50, Q54, Q56

## **1. Bevezetés**

A Fenntartható Fejlődés célkitűzései (SDG) napjainkban mérvadóvá váltak, s megvalósításuk elengedhetetlen a társadalom minden tagjának nemcsak hosszútávon, de már rövidtávon is. Valamint a gazdasági szereplők számára is kötelezően betartandó ahhoz, hogy ne szennyezék tovább a természeti környezetet, és hozzájáruljanak az élhető jövő védelméhez. Az SDG gazdasági célkitűzéseink eléréséhez az egyik út a körforgásos gazdaság megvalósításán keresztül vezet.



A körforgásos gazdaságban előtérbe kerül a nyersanyagforrások biztosítása (másodnyersanyag, újrahasznosítás) és a hulladék mennyiségének jelentős csökkentése. Tanulmányunkban a körforgásos gazdaság előnyeit és megvalósítási lehetőségeit vizsgáltuk hulladékgazdálkodási cégek esetén, különös tekintettel egy soproni hulladékgazdálkodási cég hulladékgazdálkodási tevékenységére.

A Fenntartható Fejlődés (FF) definíciója (Brundtland, 1987) széles körben ismert, azonban sokszor tévesen alkalmazzák és félreértelmezik. A fenntartható fejlődés valaminek a minőségi javítását jelenti, tehát jobbá válunk úgy, hogy nem haladjuk meg környezetünk eltartó- és tűrőképességét. Ezzel szemben a növekedés mennyiségi változást jelent, és számos gazdasági szereplő a FF-t a fenntartható növekedéssel azonosítja (Gyulai, 2013).

## **Körforgásos gazdaság - hulladékgazdálkodás**

„A körkörös gazdasági rendszerek a lehető legtovább megőrzik a termékek hozzáadott értékét, és megszüntetik a hulladékképzést. *Amikor egy termék eléri életciklusának végét, a körkörös gazdasági rendszerek a gazdaságon belül tartják az erőforrásokat, hogy azokat újra és újra produktívan fel lehessen használni, és így további értéket teremtsenek.*” (Európai Bizottság, 2014.).

A körkörösség biztosítja számunkra az eszközöket ahhoz, hogy jelenlegi lineáris gazdaságunkat olyanná alakítsuk, ahol megszűnik a hulladék és a szennyezés, a termékeket és anyagokat újra felhasználják, és a természet regenerálódik. Amikor a következő négy pillére (narrow, slow, regenerate, cycle) épülő körkörös stratégiákat integrálunk gazdaságunkba, kevesebb anyagra van szükségünk és csökken a károsanyag-kibocsátás is.

*Narrow* (csökkentés): azáltal, hogy minimalizáljuk a gazdaságba való általános anyagráforgást, az erőforrásokban és a végtermékekben jelen lévő kibocsátás csökken: különösen ha elsőbbséget élveznek a legmagasabb kibocsátású áramlások. A gyakorlatban: modellek megosztása és bérlete, anyagkönnyítés, multifunkcionális termékek vagy épületek, energiahatékonyság, digitalizálás.

*Slow* (hosszútáv): Az erőforrások funkcionális élettartamának meghosszabbításával az emisszió idővel csökken. A gyakorlatban ez a következőket jelenti: tartós anyaghasználat, moduláris design, a termék megfelelő kialakítása szétszereléshez-, javításhoz-, újragyártáshoz-, felújításhoz, valamint a felújítás és átalakítás.

*Regenerate* (tisztábban): A megújuló erőforrások használatával a fosszilis energiahordozók használatának károsanyag kibocsátása csökken/eltűnik, valamint a nem fenntartható biomassza eltűnik a gazdaság rendszeréből. A gyakorlatban ez a következőket jelenti: megújuló anyaghasználat, megújuló energia, regeneráló mezőgazdaság.

*Cycle* (újrahasznosítás): A felhasznált energiától és a körforgás során felszabaduló kibocsátástól függően, ebben stratégiában megvan a lehetőség arra, hogy megszüntesse a felhasznált inputokból származó emissziót. A gyakorlatban ez a következőket jelenti: termék/folyamat tervezés az újrahasznosíthatóság érdekében (műszaki és biológiai), szétszerelhető termékek tervezése, újrahasznosítás, hulladékot energetikai felhasználása (Circle Economy, 2022).

Egészen a közelmúltig a 3 Rs stratégiát, a Reduce, Reuse és Recycle megoldást gondoltuk jónak az emberi civilizáció hulladékproblémáira. A megoldási lehetőség ismeretének ellenére a környezetvédelmi politikák nem hozták meg a várt hatást és több év elteltével a környezeti problémák súlyosbodtak, és a fogyasztási szokásokból következő szennyezések továbbra is fájdalmasan magasak.

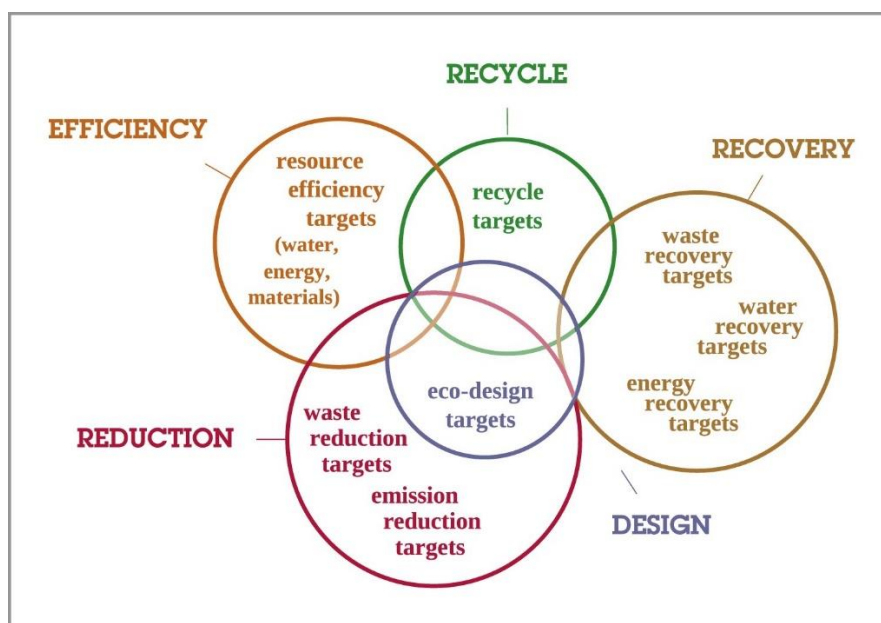
A Circle Economy (2022) kutatási eredményei szerint az újrafelhasználás és az újrahasznosítás globális aránya 2016 és 2021 között továbbra is 8,6%-on stagnál, ugyanakkor az anyagkitermelés (a több termék gyártása érdekében) 12,8% közé emelkedett. Miközben az adott idő-

szakban a fogyasztás folyamatosan nőtt, sajnos az újrahasznosítás lehetősége továbbra sem ösztönözte a gazdaság szereplőit. Ez ébresztette rá a társadalom egyes szereplőit, hogy változtatnunk kell a rendszeren és a gondolkodásmódon. Ez vezetett az új 10R stratégia kidolgozásához, mely rávilágít a körforgásos gazdaság és a hulladékgazdálkodás közötti összefüggésekre.

Az R-ek mindegyike a fenntarthatóan gondolkodó vállalkozások által alkalmazott stratégiát képviseli. A 10R-ben minél magasabban/előrébb helyezkedik el az R, annál kreatívabbnak kell lennie a vállalkozásnak, és annál több erőfeszítést kell tennie a megvalósításhoz. A vállalkozások egynél több stratégiát is megvalósíthatnak üzleti modelljük különböző aspektusaiban. A megoldási lehetőségek három csoportba rendezhetők az alábbiak szerint (Ong, 2022):

1. Üzleti modell újragondolása (design): refuse, rethink, reduce.
2. Használati hatás minimalizálása (consumption): reuse, repair, refurbish, remanufacture, repurpose.
3. Újrahasznosítás (return): recycle, recover.

Ez a 10R stratégia érhető tetten a CE (circle economy) céljait összefoglaló halmazábrán is, mely a keretrendszerét képezi a körforgásos gazdaság gyakorlati lépéseinek (1. ábra).



1. ábra: A CE (circle economy) főbb céljai alkalmazási területek szerint

Forrás: Morseletto (2020)

### 3. Hazai hulladékgazdálkodás – körkörös gazdaság

A hazai hulladékgazdálkodás gyerekcipőben jár a körkörös gazdasági lehetőségeket és megoldásokat figyelembe véve. 2023. július 1-jétől átalakul hazánk hulladékgazdálkodási rendszere, az új koncessziós modellben a Mol Nyrt. látja el a hulladékgazdálkodási közfeladatokat, begyűjti és kezeli az országban évente keletkező közel 5 millió tonna háztartások és a gazdálkodó szervezetek által termelt hulladékot, valamint fenntartja, üzemelteti és fejleszti a kapcsolódó létesítményeket. Az Európai Unió előírása szerint 2035-ig a települési hulladék 65%-át kell újrahasznosítani, s a hulladéklerakókba a hulladék 10%-a kerülhet. Ehhez igazodva a MOL főcéljaként a hulladékválogatás hatékonyságának növelését és újrahasznosítás arányának javítását tűzte ki, valamint olyan technológiai megoldások kialakítására törekszik, amelyek javítják a hasznosanyagok hulladékból történő kivonásának hatékonyságát.

Szerencsére hazánkban is megtalálhatók környezetvédelmileg hasznos újítások és megoldások a hulladékgazdálkodás területén. Kiváló példaként említhető az a magyar technológia, melynek segítségével égetés nélkül – környezetkímélő módon – állítható elő energia a lakossági hulladékból. A veszprémi Horge Technologies megoldása segítségével a más módon már nem hasznosítható szemetet 1000-1200 Celsius-fokon bontják szét, s abból villamos energiát, hőt és hidrogént állítanak elő (Greendex, 2022).

#### **4. Sopron és Térsége Környezetvédelmi és Hulladékgazdálkodási Nonprofit Kft. tevékenysége**

Kutatásunk során a Sopron és Térsége Környezetvédelmi és Hulladékgazdálkodási Nonprofit Kft. (STKH) tevékenységét vizsgáltuk hulladékgazdálkodási adatok gyűjtésével és értékelésével. A cég Győr-Moson-Sopron megyében és Vas megyében valósítja meg a hulladékgazdálkodási feladatokat. Szolgáltatásai közé tartozik többek között a kommunális hulladékgyűjtés, a szelektív hulladékgyűjtés, a komposztálás, a lomtalanítás, a veszélyes hulladék átvétele, a zöld hulladék gyűjtés és a hulladéklerakók üzemeltetése. 4300 négyzetkilométer szolgáltatási területen 85.000 ezer háztartás, 261 település hulladékgazdálkodását látja el a vállalat 33 telephelyen, 99 járművel, így 104.000 tonna hulladék elszállításáról, tárolásáról, feldolgozásáról és újrahasznosításáról gondoskodik 350 munkatárs.

Bonyolult és összetett intézményrendszerben kell megoldani a feladatokat. A vállalat fő tulajdonosa a soproni önkormányzat (99,9%), emellett a Nyugat-dunántúli Regionális Hulladékgazdálkodási Önkormányzati Társulás 0,1%-kal rendelkezik. Ez azt jelenti, hogy a Társulásban 261 település tömörül, gyakorta egyéni-, városi-, és politikai érdekek ütköznek, valamint érvényesülnek, amely nehezíti a szakmai munkát. Az engedélyeket a Hulladékgazdálkodási Hatóság, a megfelelőségeket a Magyar Energetikai és Közműszabályozási Hivatal adja ki, koordináló szervként pedig az NHKV Zrt. (Nemzeti Hulladékgazdálkodási Koordináló és Vagyonkezelési Zrt), közismert nevén „Kukaholding” felügyeli a munkát, a hasznosítási együttműködések és fejlesztések szervezésével, valamint a közszolgáltatási- és szolgáltatási díjak beszedésével hivatott segíteni a tevékenységet.

Az STKH vállalati stratégiájának kialakítását (2. ábra) számos külső és belső tényező határozta meg, egyebek mellett szervezeti- és személyi-, technológiai-, valamint infrastrukturális körülmény befolyásolta. Ezekre a vállalat vezetése kihívásokként tekintett, ami azt jelenti, hogy proaktívan, a megoldást keresve határozta meg a stratégiai célokat, majd pedig a stratégiai akciókat. A stratégia 2020-2025 intervallumra vonatkozik. A cikk egyik szerzője (Kasza Lajos) részt vett az STKH stratégiájának kialakításában.

Külső kihívásként azonosították a szabályozási anomáliákat, az ügyféligények definiálatlanságát, a működőképesség fenntartását, valamint a szolgáltatási színvonal megtartását. A szabályozási anomáliák közé tartozik a hulladékgazdálkodási intézményrendszer állandó változása és a követelmények diszharmoniója. Az ügyféligények beazonosíthatóságát nehezíti, hogy szerződést kell kötni 261 önkormányzattal és 85.000 háztartással is. Ebből következik egy nagyon fontos kérdés, hogy ki a megrendelő, ki az ügyfél valójában? Nyilvánvalóan mindkét szerződöttnek megvannak a sajátos elvárásaik, amelyek településenként eltérőek, állandóan változóak. A működőképességet és a szolgáltatási színvonal megtartását befolyásolja, és nagymértékben veszélyezteti a hatósági ár, mely nem fedezi a működési költségeket. Emellett problémát jelent a mindennapi működés során az elavult gépjárműpark, az állandó humán erőforrás hiány és a hulladékgazdálkodás alacsony társadalmi megítélése is.

Belső (szervezeti) kihívásként tekintenek az egységes szervezeti kultúra kialakítására, a folyamatok újra-definiálására, az egyéni- és a szervezeti érdekek összehangolására, valamint a változások menedzselésére, a vezetői kompetenciák fejlesztésére, a vezetői utánpótlás tervezett irányítására. Az egységes szervezeti kultúra kialakítása alapköve minden szervezeti változás

elindításának és megszilárdításának. Ahogy Peter Ducker mondja, a kultúra megeszi a stratégiát reggelire. A stratégiai célok megvalósításához szükséges mindazon folyamatok leírása és gyakorlatba történő átültetése, amelyek kézzel foghatóvá teszik a stratégiát. Minden vállalati szervezetben vannak szervezeti célok és érdekek (összvállalati- és csoportcélok), valamint egyéni célok és érdekek. Ezeket egy platformra kell hozni, világosan kell kommunikálni minden érintett felé. A változások menedzselése (tulajdonképpen állandó változásmenedzselés történik napjainkban minden szervezetben) új vezetői kompetenciákat követel meg minden szinten, ezeket pedig fel kell ismerni, majd fejleszteni kell őket csoport és egyéni szinteken. A vezetői utánpótlás kérdése és problematikája nem STKH specifikus kihívás. Érint minden vállalkozást és szektort. Aktualitását és különlegességét a speciális tudás követelménye, a szakmai presztízs hiánya, az alacsony jövedelem adja.

Mindezek alapján a következő stratégiai célok kerültek megfogalmazásra:

- Fenntarthatóság,
- Kultúra váltás,
- Tényezővé válni a régióban a szemléletformálásban,
- Partner a környezetvédelemben,
- Partner a hulladékgyűjtésben,
- Képessé tenni a szervezetet a változások kezelésére.



2. ábra: A stratégia kialakításának folyamata

Forrás: STKH, saját szerkesztés (2022)

## 5. Az STKH hulladékgazdálkodása számokban

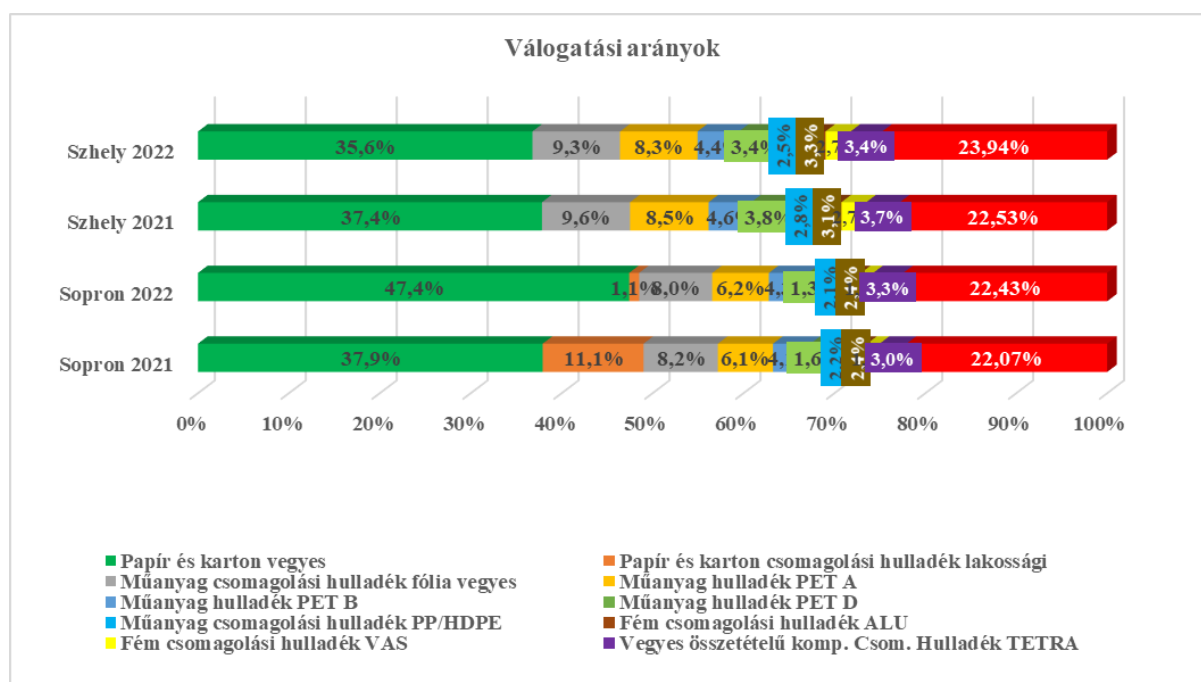
A cég folyamatosan gyűjti és adminisztrálja az adatokat a hulladékok szelektív gyűjtéséről és a hulladék válogatásról. Vizsgálatunk során ezeket az adatokat használtuk fel a grafikonok elkészítésére, melyek segítségével értékeltük a cég jelenlegi tevékenységét.

Először bemutatjuk azokat a legfontosabb számokat, amelyek a vállalat szelektív hulladékgazdálkodását jellemzik. Ezek a mutatók azért is fontosak, mert a hatóságok és a koordináló szerv (NHKV) felé KPI-ként szolgálnak, ezek alapján történik a szolgáltatási teljesítések igazolása, majd kifizetése. A hulladékok szelektív gyűjtése a teljes szolgáltatási területen megvalósul, a hulladék tárolása és válogatása pedig két telephelyen, Sopronban és Szombathelyen történik, vagyis a két válogatóba földrajzi lefedettség szerint szállítják a településekről a hulladékot. Összehasonlításunk 2021-2022 év viszonylatában mutatja a 10 fajta hulladék válogatási arányait (3. ábra).

A szelektíven gyűjtött hulladékok közül két nagy csoport a meghatározó: a *papír és a karton vegyes*, valamint az *egyéb mechanikai kezelésből hulladék (vegyes szelektív)*. Éves összehasonlításban a papír karton vegyes hulladék gyűjtése és feldolgozása Sopronban növekedett számottevően (2021: 37,9%; 2022: 47,4%), míg Szombathelyen nem figyelhető meg szignifikáns változás (37,4%; 35,6%). Az okokat vizsgálva megállapíthatjuk, hogy szerepet játszott a két telephely közötti technológiai különbség, a kihasználtság korlátozottsága, az önkormányzati elvárások különbözősége, illetve a lakosság hulladékgyűjtési szokásainak eltérése.

A másik nagy csoportnál (vegyes szelektív) mindkét telephelyen, mindkét évben a gyűjtési, válogatási és feldolgozási arányok nem változtak jelentős mértékben.

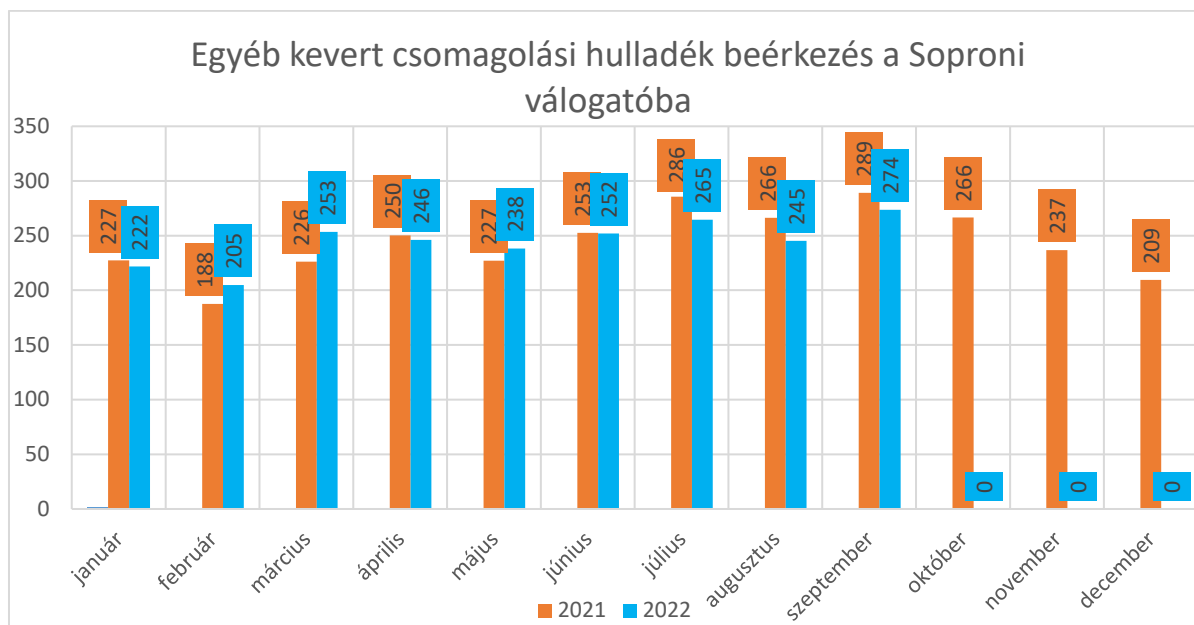
Érdekesség, hogy a *lakossági papír és karton csomagolási hulladék* csak Sopronban jelenik meg, ráadásul közel tízszeres csökkenéssel 2022-re. Az ok egyszerű és egyben tanulságos is. A koordináló szerv megváltoztatta az elszámolás alapját, így gazdaságilag nem éri meg ezzel a hulladéknemmel foglalkozni.



**3. ábra: Begyűjtött hulladék típusok szerinti válogatási aránya, 2021-2022.**

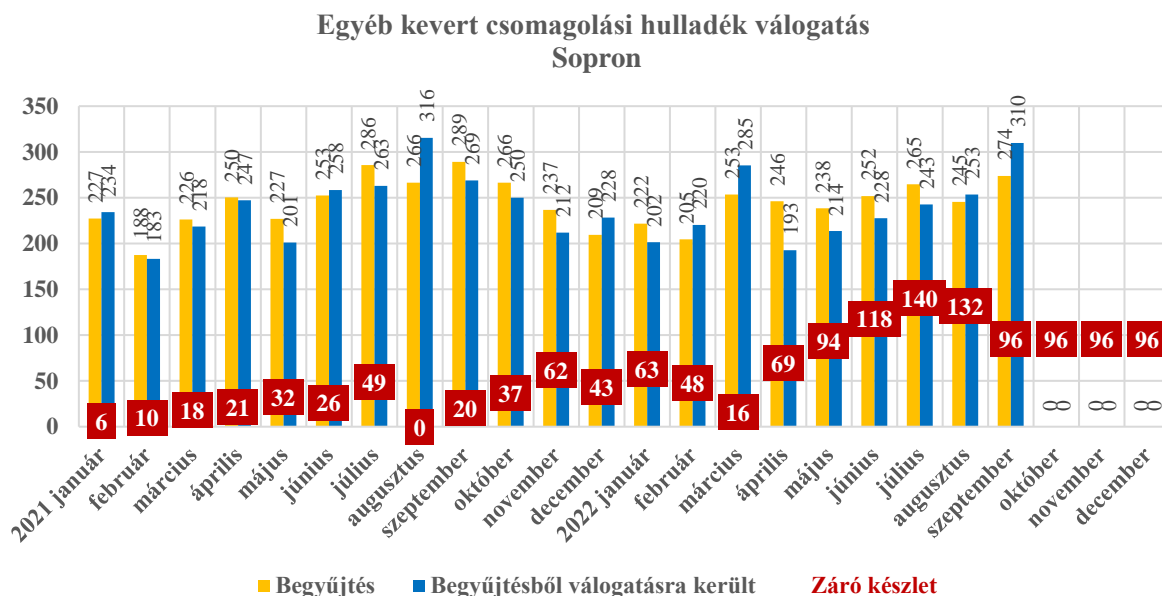
Forrás: STKH, saját szerkesztés (2022)

Vizsgálatunk során a csomagolási hulladékokra fókuszáltunk, és papír-karton, műanyag, kevert csomagolások beérkezési arányát figyeltük meg, valamint ezek válogatását néztük – a soproni telephelyre összpontosítva. Először a kevert csomagolási hulladék beérkezését számszerűsítettük a Soproni válogató adatait összesítve a 4. ábrán. Az oszlopdiagram segítségével szemléltetjük a 2021-es és 2022-es időszakok közötti különbségét. Az összehasonlításból látszik, hogy a két év januártól szeptemberig terjedő időszakában szinte azonos volt a beérkezés mennyisége, s ezen trend alapján az év végi adatok sem mutatnak jelentős különbségeket.



**4. ábra: Soproni válogatóba beérkező kevert csomagolási hulladék, 2021-2022.**  
 Forrás: STKH, saját szerkesztés (2022)

A Soproni válogatóba beérkező kevert csomagolási hulladékot a további kezeléshez való előkészítésként válogatni szükséges. A következő ábrán (5. ábra) jól látszik, hogy a begyűjtött kevert csomagolási hulladék jelentős részét leválogatták, s így megtörtént a hasznosításhoz illetve kezeléshez vezető első lépés.

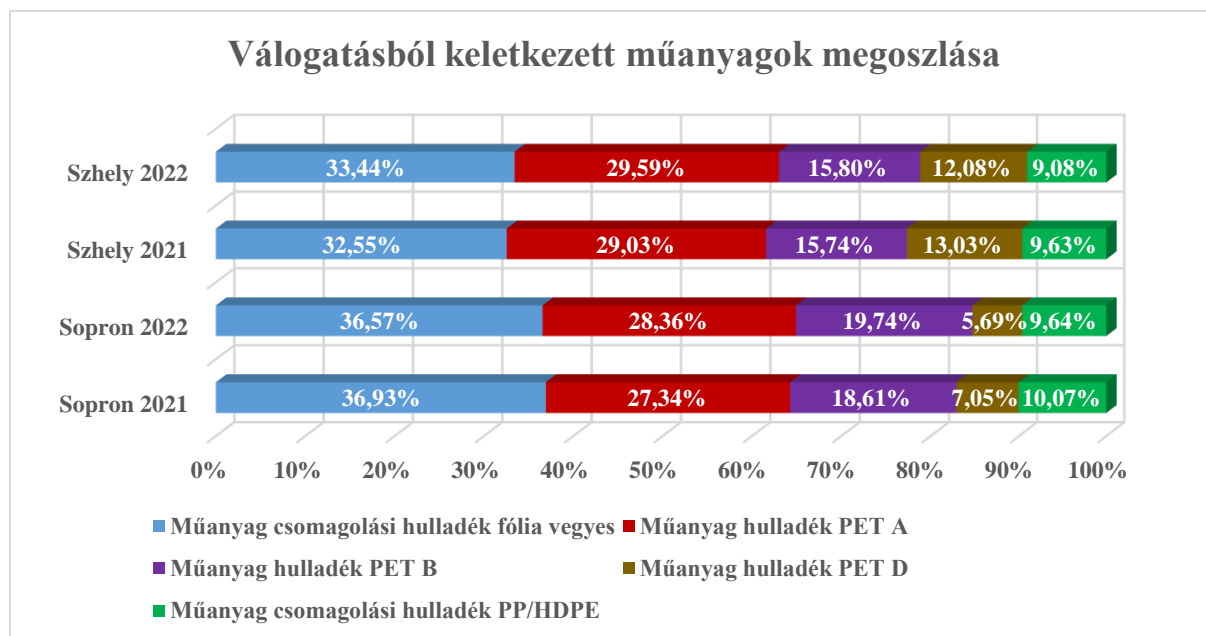


**5. ábra: Beérkező kevert csomagolási hulladék válogatási aránya, 2021-2022.**  
 Forrás: STKH, saját szerkesztés (2022)

A hulladék fajták közül újrahasznosítás szempontjából az egyik leginkább problémás a műanyag hulladék. Ezért vizsgáldásunk során ezt a fajtát emeltük ki, s a 6. ábrán szemléltetve látszik, hogy a hulladék válogatásból keletkezett műanyagok megoszlása közel azonos az egyes



telephelyeken a két évet tekintve, minimális változással. A műanyagok több mint harmadát a vegyes csomagolási hulladékfólia teszi ki, melynek újrahasznosítása nem a legegyszerűbb feladat. Válogatásra kerültek a különböző PET fajták is (mennyiségük nem változott jelentősen 2021-ről 2022-re egyik telephelyen sem), melyek a beérkező teljes mennyiség több mint felét adják, s szortírozásuk a további megfelelő kezelést teszi lehetővé.



**6. ábra: Válogatásból keletkezett műanyagok megoszlása  
Sopron és Szombathely 2021-2022.**

Forrás: STKH, saját szerkesztés (2022)

## 6. Összefoglaló

A hazai hulladékgazdálkodás egyelőre a szelektív hulladékgyűjtés szintjén áll. A vizsgált cégnél jól megoldott a hulladékfajták szelektív módon való gyűjtése, valamint a válogatás gyakorlata is megfelelő. A hulladékgazdálkodási stratégia megvalósítását azonban számos külső és belső tényező akadályozhatja. A legfontosabb külső gátló tényezők a hulladékgazdálkodási intézményrendszer állandó változása és a követelmények diszharmoniója. Belső (szervezeti) kihívásként pedig az új tulajdonost és a folyamatok újra-definiálását lehet kiemelni. Kutatásunkat a jövőben tervezzük folytatni és elmélyíteni a körforgásos gazdaság megvalósítási lehetőségeit vizsgálva az STKH-nál.

A körforgásos gazdaság megvalósítása a magyarországi hulladékgazdálkodás területén a kezdeti stádiumban van, a célkitűzés és a tervek megvannak, a gyakorlati megvalósítást kell minél gyorsabban kivitelezni, hogy ténylegesen a Fenntartható Fejlődés útjára tudjunk lépni, mind a cégek, mind pedig a teljes gazdaság szintjén.

## Irodalomjegyzék

Brundtland, H. G. (1987). *Our Common Future*. Report of the World Commission on Environment and Development. United Nations.

Circle Economy (2022): *The Circularity Gap Report 2022: five years of analysis* by Circle Economy. <https://circularity-gap.world/2022#Download-the-report> (Letöltve: 2022.12.05.)

- Európai Bizottság (2014). *Úton a körkörös gazdaság felé: „Zéró hulladék” program Európa számára.* [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/?uri=CELEX:52014DC0398R\(01\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/?uri=CELEX:52014DC0398R(01))
- Európai Parlament (2015). *Körforgásos gazdaság: mit jelent, miért fontos és mi a haszna?* <https://www.europarl.europa.eu/news/hu/headlines/economy/20151201STO05603/korforgasos-gazdasag-mit-jelent-miert-fontos-es-mi-a-haszna>
- FKF (2022): Újabb lépést tettünk a körforgásos gazdaság felé: januártól a sárgafedelű szelektív kukában kell gyűjteni az italoskartont Budapesten. <https://www.fkf.hu/hirek/ujabb-lepest-tettunk-korforgasos-gazdasag-fele-januartol-sargafedelu-szelektiv-kukaban-kell-gyujteni-az-italoskartont>
- Greendex (2022): Zölden hasznosul a hulladék egy magyar fejlesztésnek köszönhetően. Greendex Szemle, 2022 október 24. <https://greendex.hu/zolden-hasznosul-a-hulladek-egy-magyar-fejlesztesnek-koszonhetően/>
- Gyulai I. (2013): Fenntartható fejlődés és fenntartható növekedés. *Statistikai Szemle*, 91(8-9), 797–821.
- HOSZ (Hulladékgazdálkodók Országos Szövetsége): Mi az a körforgásos gazdaság (dióhéjban)? <https://hosz.org/korforgas/mi-az-a-korforgasos-gazdasag-diohejban>
- Morseletto, P. (2020): Targets for a circular economy. *Resources, Conservation and Recycling*, 153, 104553. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2019.104553>
- Ong, R. (2022): 10Rs of Circular Economy: strategies sustainable businesses use. Zenbird Media, April 15, 2022. <https://zenbird.media/10rs-of-circular-economy-strategies-sustainable-businesses-use-to-make-products/>
- STKH Hulladékgazdálkodás. <https://stkh.hu/>
- SZON (2022): Új időszak veszi kezdetét a magyarországi hulladékgazdálkodásban. Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegyei hírportál. <https://www.szon.hu/hazai-gazdasag/2022/07/uj-idoszak-veszi-kezdetet-a-hulladeggazdalkodasban>
- ZWIA: Zero Waste Hierarchy of Highest and Best Use 8.0. <https://zwia.org/zwh/>



## **Comparison of the Density of Physicians and General Practitioners in the Hungarian Csongrád-Csanád Country and in the Territorial Units of Vojvodina for the Period 2002-2020**

**Dr. Ivana KOCSICSKA<sup>1</sup>**

PhD Student

*University of Miskolc, Hantos Elemér Doctoral School of Business, Management and Regional Sciences - Hungary*

### **Abstract**

I will present the density of physicians and general practitioners (number of physicians/100 000 inhabitants, number of general practitioners/100 000 inhabitants) in the Hungarian Csongrád-Csanád country (NUTS 3 statistical region) and the territorial units of Vojvodina, (NUTS 3 statistical regions), as one of the key indicators in the healthcare system. Vojvodina (NUTS 2 statistical region) is the Autonomous Province of Serbia, which includes 7 territorial units (NUTS 3 statistical regions). I did this research for the period between 2002-2020 based on the official Hungarian and Serbian statistical data. As Hungarian Csongrád-Csanád country and Vojvodina are two neighbouring territories, such a comparison can provide us with important information on regional similarities and differences, as well as development perspectives in the future. Another important aspect is that there are discrepancies between Hungary and Serbia in terms of economic development and EU membership. However, both countries have undergone considerable economic and political changes in the last 15-20 years and, in this context, it might be important to examine and compare the development of their healthcare systems, including the density of physicians and general practitioners over this period. This research showed that, the density of physicians is higher in the Hungarian Csongrád-Csanád country compared to the territorial units of Vojvodina and this ratio has not changed in the examined period. However, by 2020 the GPs density in three territorial units of Vojvodina surpassed the GPs density in the Hungarian Csongrád-Csanád country, which can provide us with the conclusion, that the Serbian primary healthcare strengthening strategy might serve as explanation for this phenomenon.

*Keywords:* density of physicians, density of general practitioners. healthcare indicators, healthcare workforce, regional differences

*JEL Codes:* I15, J45, O15

### **1. Introduction**

The human resources are the key element of efficient service provision and have become one of the most important focal points of modern management. The health workforce management adopted during the healthcare reforms is of outstanding importance in the organizations, since healthcare management is now a natural concept in developed countries. As a result of globalization, reforms have taken place in the healthcare sector worldwide, from the 1970s until today. The main task, goal and priority of healthcare management is to provide high-quality and empathic healthcare services (Dixon-Woods et al, 2014).

---

<sup>1</sup> kocsicska.ivana@gmail.com

In the case of countries such as Serbia, where social and economic changes actually started 15-20 years ago, healthcare management should be considered as a fairly new phenomenon and it is currently being integrated into the healthcare system through great efforts. Following the example of developed European countries, especially neighboring countries, the development of the healthcare system has begun. This makes important the continuous comparison of the Serbian healthcare system with the healthcare system of other, more developed countries. It is especially valuable to compare the situation in Serbia with the situation in Hungarian healthcare system, since these are neighboring countries, with significant geographical proximity, common historical past, and the centuries-old economic relations. More particularly, we should compare territorial units of Vojvodina, an autonomous province that occupies the northernmost part of Serbia, and the neighbouring country of Hungary, e.g. considering the density of physicians and general practitioners (GPs), as important element of the healthcare service. The purpose of this study is a simple comparison of indicators, such as physicians and GPs density in order to provide us with the adequate information on similarities or differences between the territorial units of Vojvodina and its neighbouring Hungarian Csongrád-Csanád country in terms of health workforce supply, more particularly the physicians supply.

Delving deeper, this comparison could provide useful information on the current stage of development as well as provide input and estimation on the level of geographical, cultural and regional influences, which could be topics for further research. In case of Hungarian Csongrád-Csanád country, it is also useful to compare the level of healthcare with an economically less developed, same NUTS level territorial units. This can serve as evidence of the real impact of the previously implemented healthcare reforms and how much the healthcare system has developed compared to its previous state. On the other hand, this can serve as a motivating effect for further development. Also, the comparison can increase the competitiveness of healthcare systems and services and strengthen the role of healthcare management.

## **2. Literature review**

WHO and its partners developed the Global Strategy on human resources for health: Workforce 2030 (GSHRH). Over 200 experts from all WHO regions contributed to merging the evidence around a comprehensive health labour market framework for universal health coverage (UHC). Its most important target is to substantially increase health financing and the recruitment, development, training and retention of the health workforce in developing countries, especially in least developed countries and small island developing States (Global strategy on human resources for health: Workforce 2030, 2016). However, the evidence based planning of healthcare workforce, using different indicators as base should be used as essential and crucial globally.

According to the World Health Organization (WHO) one of the crucial indicators related to the healthcare workforce is the density of physicians per 100 000 population (inhabitants), which covers number of medical doctors (physicians), including generalist and specialist medical practitioners, per 100 000 population. WHO highlighted, that preparing the health workforce to work in order to achieve country's health objectives is one of the most important challenges for its health system. Although, there are no gold standards for evaluation of the sufficiency of the health workforce, it has been estimated, that countries with fewer than 23 physicians, nurses and midwives per 10 000 population (230 per 100 000 population) do not achieve adequate coverage for selected primary healthcare interventions, which are prioritized by the Millennium Development Goals framework (World Health Report, 2006). There are also many other indicators (e.g. pharmacists per 10 000 population, absolute number of medical doctors, medical doctors per 10 000 population, nursing and midwifery personnel per 10 000 population, absolute number of specialist medical practitioners, absolute number of general

medical practitioners, dentists per 10 000 population, medical doctors by sex (%)), which could be used to evaluate the healthcare workforce supply.

The density of physicians refers to the total number of general practitioners, specialists and other doctors per 100 000 population in the given national and/or sub-national area. It may include only practicing (active) doctors or all registered doctors. If data for practicing physicians is available, that data should be reported. If this data is not available, then the data for professionally active physicians or data for licensed physicians should be outlined. Practising physicians are defined as physicians who provide services directly to patients. Physicians working in administration, research and in other posts that exclude direct contact with patients, as well as retired physicians or physicians working abroad should not be covered by this category. Professionally active physicians include all physicians for whom their medical education is a prerequisite for the execution of the job, while physicians licensed to practice include practising and non-practising physicians who are registered to practice as healthcare professionals.

Moving on from the methodological basis and talking about the particular problem of healthcare workforce development, we should agree this is a topic, that directly effects a lot of developing countries, which are struggling with healthcare systems financing, the recruitment, training and retention of the medical professionals. One of the these developing countries is Serbia, a country in which significant efforts have been done since the healthcare reforms started 20 years ago, however, the economic development of Serbia is a factor, that must be kept in mind and the results achieved during the reforms must be evaluated considering this aspect as well.

As the historical core of Yugoslavia, Serbia followed the democratic changes taking place in the surrounding countries at a slower pace, and the development of the healthcare system was also largely influenced by historical circumstances. The process of wider socio-political transition in Serbia began only after 2000, and then, as a result of the subsequent dynamic economic development, the national health expenditures also increased. It should be added that serious difficulties arose in the Serbian healthcare system during the implementation of the sustainable financing model (Jakovljevic et al., 2011). In 2002, the Serbian government began to reform the healthcare system. In this process, the Serbian government was assisted by the European Union and the World Bank. The main objective of the reform was to improve healthcare, increase the accessibility of health services, use existing financial resources more efficiently, and improve quality (World Bank, 2009). In 2003, it also became clear that there is a need for transparency in decision-making processes regarding innovative medicines and technologies and their distribution. This was started in 2003 and 2014, supported by the World Bank, implemented in the framework of Serbia Health Projects (Bjegović-Mikanović et al., 2019). From the political point of view, it is important to mention, that Serbia has been on the current agenda for the future enlargement of the EU since 2012, which also makes important to build and reform Serbian healthcare system, as been imbedded in wider public sector reforms. Also Hungarian economy has undergone major changes over the past 30 years. The centrally planned economy has been transformed into a market economy. In Hungary, as in Serbia, the state is responsible for the health of the population, in particular for enabling communities and individuals to protect and improve their health and, where necessary, to restore it to the extent possible, by creating the necessary conditions for health (Act CLIV of 1997 on Health Care)<sup>2</sup>.

According to data from the National Health Insurance Fund Management Agency (NEAK)<sup>3</sup>, in January 2022 there were 643 vacant GP districts in Hungary, of which 559 (87%) were permanently vacant. 359 (55.8% of the total) have been vacant since the outbreak of the

---

<sup>2</sup> Hungarian: Az egészségügyről szóló 1997. évi CLIV. törvény

<sup>3</sup> Hungarian: Nemzeti Egészségbiztosítási Alapkezelő (NEAK)

COVID-19 pandemic in the country in March 2020. The average age of GPs in Hungary is 60 years.

When we talk about the density of physicians/GPs in Serbia and Hungary, considering the situation on European level (densities of physicians and GPs in different European countries in 2020 based on EUROSTAT data), we can say, that in terms of practising physician both Hungary and Serbia are on the bottom of the ranking. While the „leading” Austria had density of physicians 535/ 100 000 inhabitants, these numbers were 314/ 100 000 for Hungary and 288/ 100 000 for Serbia. Considering density of GPs on European level, there was quite the same situation, Serbia had 65/ 100 000 inhabitants GPs density, while Hungary is literally on the bottom of the ranking with 39 GPs/ 100 000 inhabitants. This is definitely a topic, which requires further, deeper exploration.

### 3. Methodology

In my current research, I analyzed secondary data from Hungarian and Serbian literature, and official data in statistical databases of both countries. In particular, I would like to highlight the reports of the Hungarian Central Statistical Office on the situation of human resources in the health sector, as well as and the annual reports of the Serbian Public Health Institute „Milan Jovanovic Batut”. Based on the collected data, I did the comparison with physicians and GPs density indicators for territorial units of Vojvodina and Hungarian Csongrád-Csanád country.

Besides the secondary data, due to lack of particular indicator values, especially for Vojvodina, I have done my own calculations using the above mentioned secondary data and accepted calculation methods. The density of physicians/GPs has been calculated as number of physicians/GPs relative to the size of a population (per 100 000 population). As already mentioned, the data on physician/GP density, number of physicians/GPs or population size have been collected from the annual reports (for 2002 and 2020) issued by the Serbian Public Health Institute „Milan Jovanovic Batut” and the data available at the current database of Hungarian Central Statistical Office.

It is important to mention that this research topic offers further research opportunities. Also, the additional push caused by COVID-19 pandemic could be used to analyse the experiences and information gained during this period, which can serve as useful element in the creation of the health human resource management and planning policy concept.

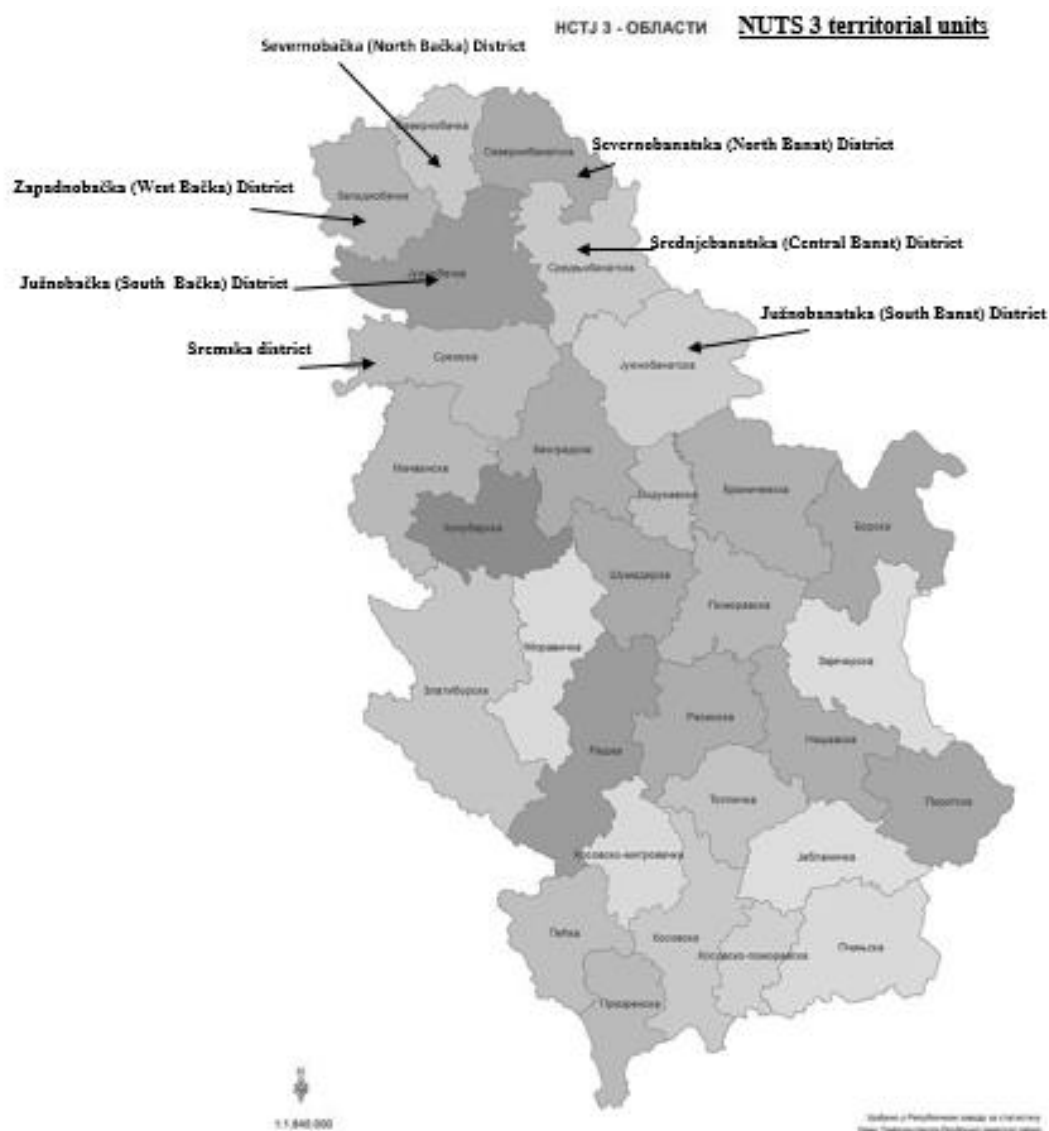
### 4. Results

According to estimates, the population of Serbia in 2020 was 6 899 126 (3 360 306 males and 3 538 820 females) (Serbian Public Health Institute, 2020). Based on data from the Hungarian Central Statistical Office database, the population of Hungary on 1st January 2021 was 9 730 772 (4 663 794 men and 5 066 978 women). Broadly speaking, the population of Hungary is approximately 30% larger than the population of Serbia.

In 2020, based on estimates the population of Vojvodina was 1 840 852 (897 815 males and 943 037 females) (Serbian Public Health Institute, 2020). According to the census in 2002 it was 2 031 992 (984 942 males, 1 047 050 females) (Serbian Public Health Institute, 2002). The autonomous province of Vojvodina, part of the Republic of Serbia, covers the northern part of Serbia, i.e. the southern areas of the Pannonian Plain, where the rivers of the Danube, Sava and Tisa converge. It includes the regions of Srem, Banat and Bačka. Talking about territorial units of Vojvodina, there are 7 territorial units, which correspond to NUTS 3 level of Nomenclature of Territorial Units for Statistics (NUTS) (Figure 1.). Vojvodina occupies an area of 21 506 km<sup>2</sup> (which is approximately one quarter of the territory of the Republic of Serbia). The

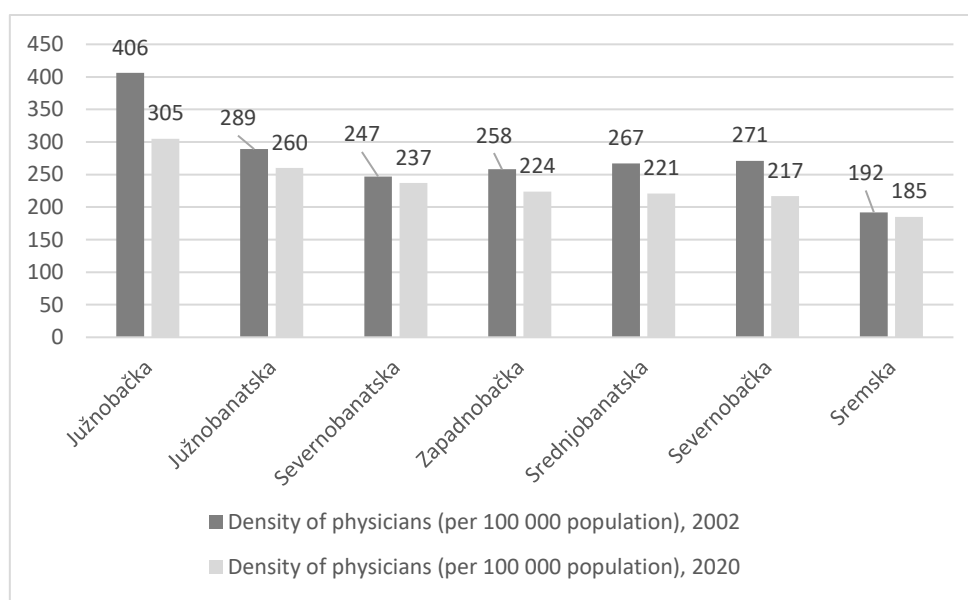
capital is Novi Sad (with around 300 000 inhabitants), and the larger cities are Subotica, Zrenjanin, Pančevo, Sombor, Sremska Mitrovica, Kikinda, Vršac. Vojvodina is the most ethnically diverse region of the country, where more than 30 nations live. The most numerous are Serbs (71%), Hungarians (7%), Croats, Slovaks, Montenegrins, Romanians, Ruthenians and others. The Statute of AP Vojvodina, as the highest legal act in the Province, established that the Hungarian, Croatian, Slovak, Romanian and Ruthenian languages are in official use at the same time as the Serbian language.

The closest neighbouring county to Vojvodina in Hungary is the county of Csongrád-Csanád. Csongrád-Csanád county is part of the Northern Great Plain region, bordered by Jász-Nagykun-Szolnok county to the north, Békés county to the east, Romania and Serbia to the south, and Bács-Kiskun county to the west. Its two busiest border crossing points are Röszke (towards Serbia) and Nagylak (towards Romania). The county seat is the town of Szeged, which is also an university and clinical centre. Based on data of Hungarian Central Statistical Office the population of Csongrád-Csanád country in 2022 was 393 116.



**Figure 1: NUTS territorial units of Serbia**  
 Source: Serbian Republic Institute for Statistics, self-edited

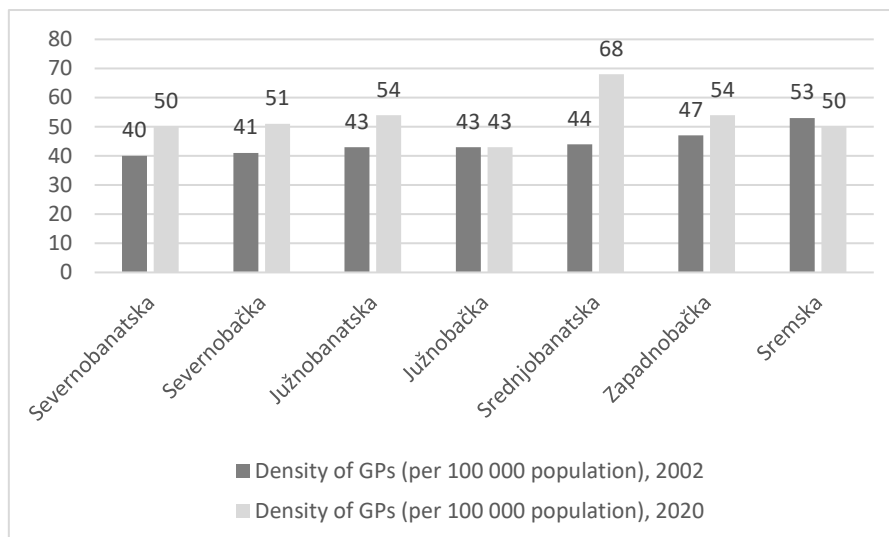
Considering territorial units of Vojvodina, we can say that in 2002 and 2020 the density of physicians (Figure 2.) was the highest in Južnobačka district, (406/ 100 000 inhabitants and 305/ 100 000 inhabitants), while the lowest was in Sremska district (192/ 100 000 inhabitants and 185/ 100 000 inhabitants). Considering the density of GPs (number of GPs relative to the size of a population, per 100 000 population) (Figure 3.), we can see that there were significant variations between territorial units of Vojvodina. In 2002 the highest density of GPs had Sremska district (53/ 100 000 inhabitants) and the lowest was in Severnobačanska district (40/ 100 000 inhabitants). In 2020 the density was highest in Srednjobanatska district (68/ 100 000 inhabitants), which was on 3rd place (44/ 100 000 inhabitants) in 2002. The lowest density in 2020 was in Južnobačka district (43/ 100 000 inhabitants). This district was with the same density on the 4th place (43/ 100 000 inhabitants) in 2002 and both in 2002 and 2020 had the highest density of physicians (which is not surprising fact, since the capital of the district is Novi Sad the university and clinical center of Vojvodina). In 2020 the density of GPs in Sremska district was 50/ 100 000 inhabitants, which was 5th in the rank and also lower than it was 18 years ago in 2002 (53/ 100 000 inhabitants).



**Figure 2: Density of physicians (per 100 000 population) by territorial units of Vojvodina in 2002 and 2020**

Source: Health Statistical Yearbook<sup>4</sup> 2002, 2020

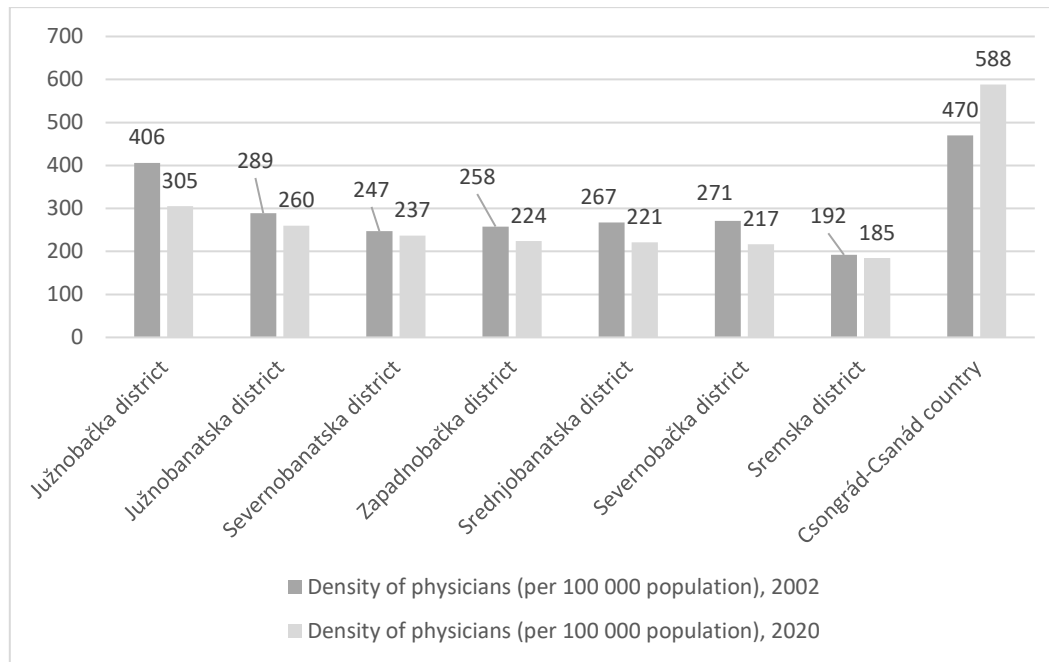
<sup>4</sup> Serbian: Zdravstveno Statistički godišnjak; Published annually by Serbian Public Health Institute „Milan Jovanovic Batut”



**Figure 3: Density of GPs (per 100 000 population) by territorial units of Vojvodina in 2002 and 2020**

Source: Health Statistical Yearbook 2002, 2020

If we compare the above presented data of territorial units of Vojvodina with the density of physicians in Hungarian Csongrád-Csanád country (based on the data from the Hungarian Central Statistical Office database) we can notice that both in 2002 and 2020 (Figure 4.) the density of physicians was significantly higher in the Hungarian country. It was 470 physicians/ 100 000 inhabitants in 2002 and 588 physicians/ 100 000 inhabitants in 2020.



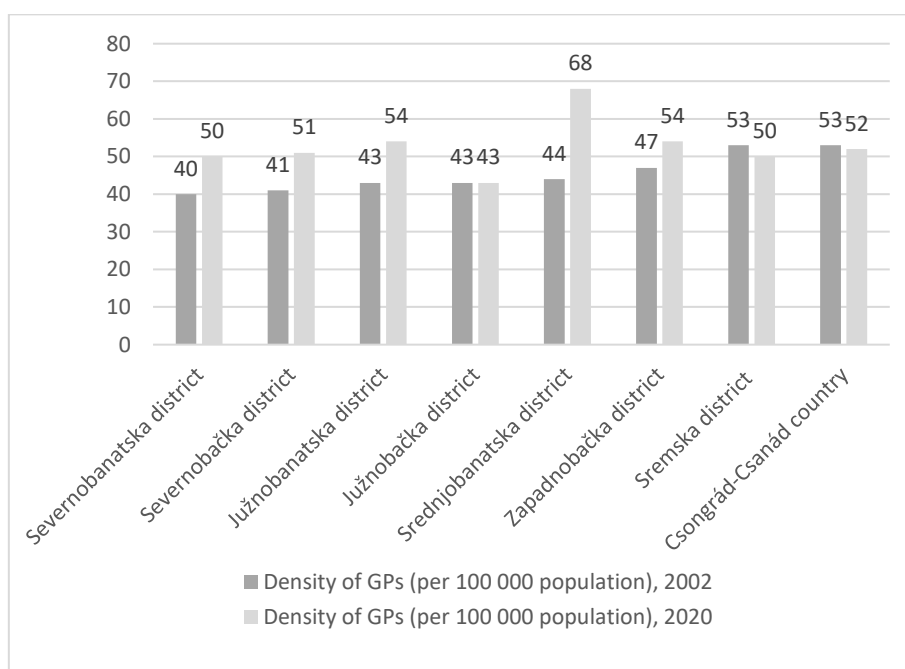
**Figure 4: Density of physicians (per 100 000 population) in territorial units of Vojvodina and Hungarian Csongrád-Csanád country, in 2002 and 2020**

Source: Health Statistical Yearbook 2002, 2020; and Hungarian Central Statistical Office<sup>5</sup> database

<sup>5</sup> Hungarian: Központi Statisztikai Hivatal (KSH)

Regarding the comparison of density of GPs in the territorial units of Vojvodina and Hungarian Csongr ad-Csan ad country in 2002 and 2020, we might say that there was not such a notable difference as in case of physicians density. In 2002 density of GPs in Csongr ad-Csan ad was 53/ 100 000 inhabitants, while in Vojvodina, as mentioned previously, the highest density of GPs had Sremska district (53/ 100 000 inhabitants) and the lowest was in Severnoba nska district (40/ 100 000 inhabitants) (Figure 5.).

In 2020 there was a slightly different situation. Three of territorial units of Vojvodina were showing higher density of GPs (Srednjebanatska 68/ 100 000 inhabitants, Ju noba nska 54/ 100 000 inhabitants, Zapadnoba ka 54/ 100 000 inhabitants) compared to the Hungarian Csongr ad-Csan ad country (52/ 100 000 inhabitants). The explanation for this change in GP density following 18 years period might be found in the primary healthcare strengthening strategy, which is import aim of healthcare system in Serbia on national level.

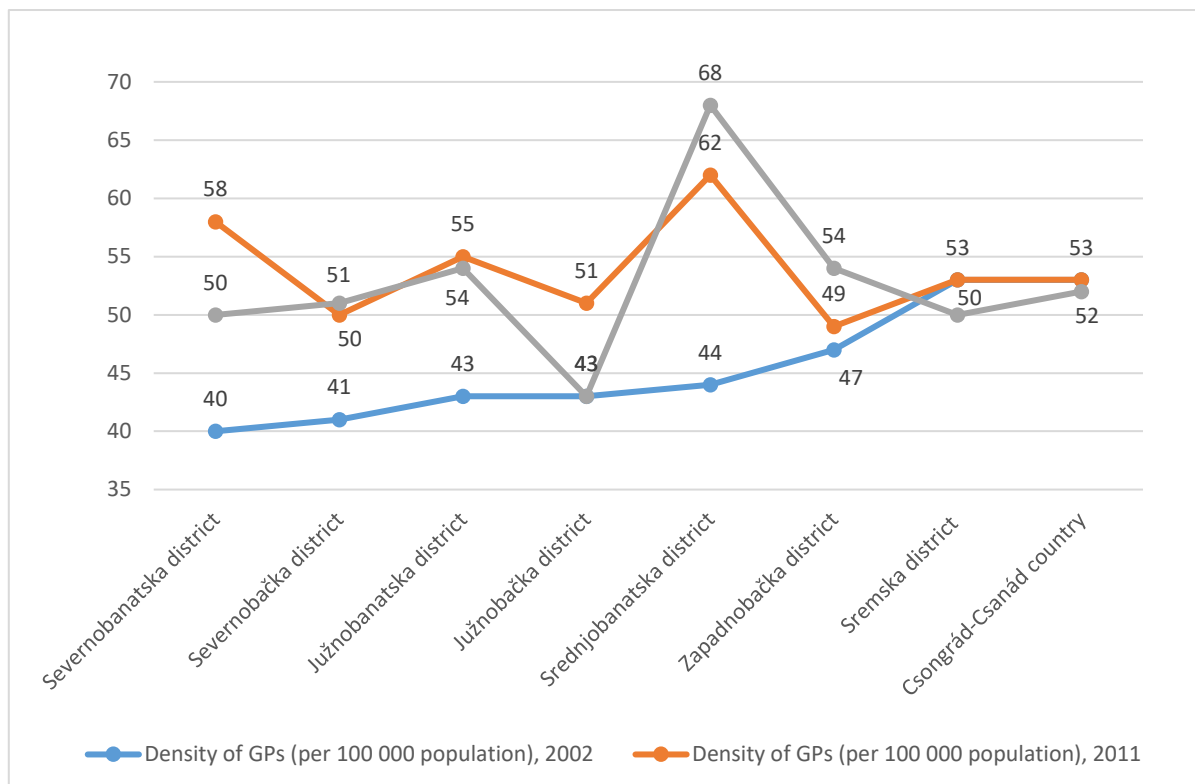


**Figure 5: Density of GPs (per 100 000 population) in territorial units of Vojvodina and Hungarian Csongr ad-Csan ad country, in 2002 and 2020**

Source: Health Statistical Yearbook, 2002, 2020; and Hungarian Central Statistical Office database

In order to explore the situation more deeply, we can compare the densities by territorial units in three years 2002, 2011 and 2020. Regarding the territorial units (districts) of Vojvodina, we can say that only in 3 districts the density of GPs was increasing continuously. These were Severnoba ka, Srednjebanatska and Zapadnoba ka. In two district the density of GPs increased in 2011 compared to 2002, however, in 2020 decreased again but not under 2002 level (Severnoba nska and Ju noba nska). In Ju noba ka district in 2011 the density of GPs increased compared to 2002 and in 2020 decreased to the 2002 level again, while in Sremska and Beogradska dsitrect it fell even under 2002 level (Figure 6.).





**Figure 6: Density of GPs in territorial units of Vojvodina and Hungarian Csongr d-Csan d country, 2002-2011-2020**

Source: Health Statistical Yearbook, 2002, 2011, 2020; and Hungarian Central Statistical Office database

Considering Hungarian Csongr d-Csan d country, the density of GPs was lower in 2020 comparing to previous years. In the period between 2002 and 2011 there was no change in GP density (53/100 000 inhabitants), while in 2020 it slightly decreased (52/ 100 000 inhabitants) (Figure 6.)

## 5. Conclusions

In Hungarian Csongr d-Csan d country, the density of physicians is higher than in the territorial units of Vojvodina. Since 2002, it has been continuously increasing, while in the territorial units of Vojvodina, after the „prominent” decrease following 2002, mainly stagnation has been observed. There is a different situation in term of GPs density. While in 2002 the territorial units of Vojvodina had mostly lower GPs density comparing to Hungarian Csongr d-Csan d country, in 2020 there was a slightly different situation. Three of territorial units of Vojvodina (Srednjobanatska, Ju noba tska and Zapadnoba ka) were showing higher density of GPs compared to the Hungarian Csongr d-Csan d country (52/ 100 000 inhabitants). This could be explained by the Serbian efforts on national level to strighten the primary healthcare. We can conclude that despite the geographical proximity, there are significant differences in physicians density between the territorial units of Vojvodina and the neighbouring Hungarian Csongr d-Csan d country and this did not change over 18 years, in the period 2002-2020. On the other hand, the situation on GPs density in the territorial units of Vojvodina is continuously improving, while in the case of Csongr d-Csan d country we can speak about stagnation or even slight decrease.

## Bibliography

- Act CLIV of 1997 on Health Care, § 141 (1). Retrieved January 12, 2023 from <https://net.jogtar.hu/jogs-zabaly?docid=99700154.tv>
- Bjegović-Mikanović, V., Vasić, M., Vuković, D., Janković, J., Jović-Vraneš, A., SantrićMilicević, M., Terzić-Supić, Z. & Hernández-Quevedo, C (2019). Serbia: health system review. *Health Systems in Transition*, 21(3), 1–211.
- Dixon-Woods, M., Baker, R., Charles, K., Dawson, J., Jerzembek, G., Martin, G., McCarthy, I., McKee, L., Minion, J., Ozieranski, P., Willars, J., Wilkie, P. & West, M. (2014). Culture and behaviour in the English National Health Service: overview of lessons from a large multimethod study. *BMJ Quality and Safety*, 23(2), 106–115. <https://doi.org/10.1136/bmjqs-2013-001947>
- Eurostat: Database. Retrieved from [https://ec.europa.eu/eurostat/web/main/search/-/search/estatsearch-portlet\\_WAR\\_estatsearchportlet\\_INSTANCE\\_bHVzuvn1SZ8J?p\\_auth=iA8ro8qF&text=Physicians+by+medical+speciality](https://ec.europa.eu/eurostat/web/main/search/-/search/estatsearch-portlet_WAR_estatsearchportlet_INSTANCE_bHVzuvn1SZ8J?p_auth=iA8ro8qF&text=Physicians+by+medical+speciality)
- Hungarian Central Statistical Office: Összefoglaló táblák (STADAT). Retrieved from <https://www.ksh.hu/egeszsegugy-baleset>
- Jakovljevic, M., Jovanovic, M., Lazic, Z., Jakovljevic, V., Djukic, A., Velickovic, R. & Antunovic, M. (2011). Current efforts and proposals to reduce healthcare costs in Serbia. *Serbian Journal of Experimental and Clinical Research*, 12(4), 161–163. <https://doi.org/10.5937/sjecr1104161J>
- National Health Insurance Fund Management Agency (NEAK): Háziorvosi szolgálatok Retrieved January 12, 2023 from [http://www.neak.gov.hu/felso\\_menu/lakossagnak/szerzodott\\_szolgalatok/haziorvosi\\_szolgalatok.html](http://www.neak.gov.hu/felso_menu/lakossagnak/szerzodott_szolgalatok/haziorvosi_szolgalatok.html)
- Serbian Public Health Institute „Milan Jovanovic Batut”. (2002). *Health Statistical Yearbook 2002*. Retrieved October 28, 2022, from <https://www.batut.org.rs/download/publikacije/pub2002.pdf>
- Serbian Public Health Institute „Milan Jovanovic Batut”. (2011). *Health Statistical Yearbook 2011*. Retrieved October 28, 2022, from <https://www.batut.org.rs/download/publikacije/pub2011.pdf>
- Serbian Public Health Institute „Milan Jovanovic Batut”. (2020). *Health Statistical Yearbook, 2020*. Retrieved October 28, 2022, from <https://www.batut.org.rs/download/publikacije/pub2020.pdf>
- Serbian Republic Institute for Statistics: Administrative territorial division and NUTS levels 1, 2, 3. Retrieved from <https://www.stat.gov.rs/sr-latn/oblasti/registar-prostornih-jedinica-i-gis/administrativno-teritorijalna-podela-i-ntj-nivoi-1-2-3/>
- World Health Organization (2006). The World Health Report 2006: working together for health. Retrieved October 24, 2022, from [https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/43432/9241563176\\_eng.pdf](https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/43432/9241563176_eng.pdf)
- World Health Organization (2016). Global strategy on human resources for health: Workforce 2030. Retrieved October 24, 2022, from <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/250368/9789241511131-eng.pdf>
- World Health Organization: European Health Information Gateway. Retrieved October 24, 2022, from <https://gateway.euro.who.int/en/>
- World Bank (2009). Serbia: Doing more with a less. Addressing the fiscal crisis by increasing public sector productivity. Retrieved October 24, 2022, from <https://documents.worldbank.org/pt/publication/documents-reports/documentdetail/110921468308111845/serbia-doing-more-with-less-addressing-the-fiscal-crisis-by-increasing-public-sector-productivity>

## **The Re-Consideration of Business Diplomacy and Corporate Social Responsibility for International Business in the Post-Covid-19 World**

**Anh Tuan TRAN<sup>1</sup>**

PhD Student

*Budapest Business School – University of Applied Sciences, Doctoral School of Entrepreneurship and Business - Hungary*

### **Abstract**

In the recent world, globalization is recently meta-trend making opportunities easier to access for many companies with the international expansion for business to increase competitiveness. Nevertheless, the Covid-19 pandemic has posed the flawed point of globalization as well as international business. The world's trade and economic relations among multinational companies (MNCs) were halted due to the policies of international mobility restrictions of many nations. The world COP23 conference posed many global challenges requiring collective actions from the private sector and MNCs via raising stricter regulations and norms in the post-Covid-19 era. Hence the internationalization strategy will be harder than before. If a company would like to join global economics, it must handle many stakeholders concerning corporate social responsibilities (CSR). CSR will not only define the corporate's competitiveness but also identify the corporate's brand in all international markets. CSR is the objective of many MNCs as a strategy for enhancing engagement towards society, the environment, and economy, etc. Dealing with many external stakeholders is a very comprehensive task for a company going global. This is where business diplomacy could provide a connection between stakeholders and the CSR strategy. However, the role of this function is underrated. This paper aims at identifying the effectiveness of business diplomacy with CSR's function to enhance corporate competitiveness. Specifically, based on the previous studies and model, this paper will form an interrelation ground of these two factors for international business.

*Keywords: business diplomacy, corporate social responsibility, internationalization, sustainable business, international business*

*JEL Codes: F23, M14*

### **1. Introduction**

The Covid – 19 left the world with many challenges regarding the economic recovery or development of the health sector. Especially, this remarkable event has posed a concern about sustainability. The world is stricter in demanding the commitment of world leaders. The COP26 was the biggest event organized after the ease of the pandemic with the aim of commitment to sustainable development. This conference was also highly demanding the need for collective actions from the “private business world” for enhancing the commitment and effort to jointly deal with environmental issues in relation to SDGs. Business is the essence of the commitments which have been made by participant governments during the conference. This will cause many adjustments in the strategy and process of internationalization of companies in general. The emphasis on corporate social responsibility is one of government and policy prioritizations. The economic recovery is substantial but attaching sustainable growth. This context means that companies should be focusing on building a sustainable business model to join hands with the

---

<sup>1</sup> antoine.tran157@gmail.com / tran.anh.tuan.19@unibge.hu

world in coping with inclusive issues. In particular, companies, especially multinational companies (MNCs) in need of developing communication strategies with related stakeholders, who could be deciding the grant the “license to operate”. The demands of stakeholders for collective actions and solutions are wide via corporate social responsibilities. The values created by companies necessitate strategic communication with stakeholders. A transparent ESG report might be considered as an instance. MNCs hence ought to acquire diplomatic competency and relationships with a presence of an actual diplomatic function. Diplomacy is no longer only a function of the state, but it would be appearing inside the companies. Once again, the term “business diplomacy” will rise as a required competency of MNCs as it offers a comprehensive strategy for stakeholder management in general and sustainable business in the foreign market in particular. The common ground of corporate social responsibilities and business diplomacy will be conducted here based on relevant theoretical and empirical formed articles, and studies, reports of prestigious MNCs in the field of management and business consulting.

## **2. Research methodology**

This is an exploratory study which aim at redefining the link the of corporate social responsibilities (CSR) and business diplomacy. Theoraticle data are collected from articles from two sources which are web of sciences and the Scopus. Moreover, as the theory of business is expanding in the recent world, this paper would analyse those articles that mentioned the relevance of CSR. The author limited the findings to journal publications that have undergone peer review. The chosen articles were examined, and any pertinent articles were looked up in each article's references. There were 6 articles in all. The author then look-up for the corporate diplomacy to fuel the interconnection between CSR and Business diplomacy. As a result, other three additional relevent article on the corporate diplomacy were analysed. The reasoning behind the choice of corporate diplomacy is that this notion was used as common terms interchangeable by scholars. Several other articles from the Scopus source were used to determine the importance of CSR and its factors in the international business. Furthermore, reports from the World Economic Forum, McKinsey & Company and PWC were used as perspective of skateholders as IGOs, private companies to enhance the justification.

## **3. The rationale of the study**

Many consulting companies have given out their perspectives concerning the prospect of international business. on April 13rd, 2022, McKinsey & Company released their study on how Covid-19 would affect the business in the future. In this report, the operational proposal pointed out that companies need to acquire “a sustainable, inclusive growth agenda”. This agenda according to Klaus Schwab who is the founder and executive director of the World Economic Forum, and Bob Sternfels of McKinsey’s global managing partner, comprises a list of actions assisting in “the health of the natural environment” and “the livelihoods of wider population segments” at the same time. The necessity of clarifying the connected multi-dimension between “climate, healthcare, labor needs, supply chains, digitization, finance, and inequality and economic development”. In the older report, the company (2022) also predicts the size of the CEO’s responsibility is increasing by considering and understanding “climate change” and “employees’ well-being”. The capacity building is surrounded by risks stemming from “regulatory, social, and market reactions to climate change”. PWC is representing companies as a whole to apply their ADAPT framework for predicting the most tendency in the business strategy after Covid-19. In general, these trends demonstrated obstacles that companies are required to overcome if they would like to operate in the market. The trends, being in line with the world's big issues, are “climate change”, “unemployment”, “localization of supply chain”, etc. Generally

speaking, from the perspectives of these companies, the world is putting pressure on the business sector to jointly handle these societal and environmental matters. MNCs must gain the trust of their external stakeholders including policymakers, citizens, and organizations. Communication with stakeholders is somewhat limited as the responsibilities and responsible department are not clearly defined. The function might come from Public Relations and public communication. Even a part of Marketing could be involved in this function. Business diplomacy is the most appropriate tool for forming a strategy in foreign markets. Corporate social responsibilities are recent inquiries. Stakeholders of companies in the international market are widening not only externally but also internally. Therefore, the reputation of a company would be in vain without the support of all sets of stakeholders including the citizens. Stakeholder management is a very complicated and intensive function whereas its objects are very large. This is where business diplomacy steps in as a guardian and negotiator. The communication strategy of companies among stakeholders in the global market must change. The business' reputation maintenance and performance are depending on the communication and support of external stakeholders. If the permission of society is granted, companies might operate with the "social license to operate". Some MNCs have put this terminology into operation under many names. However, it is not widely used throughout MNCs. Business diplomacy is sometimes misinterpreted as public relations, public communication, or even Marketing in terms of maintaining relationships and branding, etc. Furthermore, its function overlapped with other above-mentioned functions. In the definition of Ruel (2013), business diplomacy is meant to "establish and sustain a positive relationship to maintain legitimacy and a 'license to operate. This process would be executed as activities of "representation" and "communication" with "host government representatives and non-governmental representatives" (Ruel, 2013). The terminologies "legitimacy" and "License to operate" are at the core of business diplomacy. At this time, objectives to be influenced are limited to more general terms such as governmental and non-governmental representatives. In 2016, Ruel and his colleague clarified the "legitimacy" in the context of business diplomacy: "a business firm is accepted by the local community and society by which it is surrounded physically" (Rul & Walters, 2016). If business diplomacy was holding the mission to get the "license to operate" for companies, "social" is the crucial factor on which is needed to compressively focus, especially in the post-Covid-19. This is to understand that this is a severe challenge for international business in general, and in business internationalization in particular in the post-covid-19. This is yet understood that in the context of post-Covid-19, where multiple stakeholders demand more corporate social responsibilities (CSR), social license to operate will be at stake if the stakeholders' relationship is not maintained well. The interconnectivity between business diplomacy and CSR in the context of post-Covid-19 would be studied in this research. Moreover, the "social license to operate" will be taken under consideration if it could become the core of this interconnectivity.

## **4. Theoretical research**

### ***4.1. Business Diplomacy***

The most common definition of diplomacy that we heard many times is the communication and the establishment of relationships between two or multiple states. The exercises of diplomatic activity and practice have been thoroughly determined by historical contexts and actions. In the Dictionary of Diplomacy, the terminology has been defined as "The conduct of relations between \*sovereign states through the medium of officials based at home or abroad". The latter term "officials" is standing for representatives, who are elected as personnel of his/her country's diplomatic service institution, exciting diplomatic missions at host institutions or countries (Berridge & James, 2003). This book is following the guideline issued by the United Nations

which is the Vienna Convention. The convention (1961) stated very clearly that the functions of a diplomatic mission shall include:

1. To Represent the home country in the host country;
2. To protect the national interests of the home country State and its nationals in the host country, accordingly to international law;
3. To conduct negotiations with the host Government;
4. To determine the state of the host country by using all legal means, and report to the home country's government;
5. Lastly, to foster friendly partnerships between the countries and strengthen their ties in business, culture, and science.

Hence, the mission is to express and gain the “national interest” of the “sending state” with the approval of “receiving states” via many forms of cooperation in many fields such as scientific research, cultural activities, especially economic development, etc. Therefore, the objectives of diplomacy are defined throughout fields in one country. The range of stakeholders of diplomacy could be from the home country to the host country and their subjects, preferably state actors. In modern times and modern diplomacy, non-state actors such as non-governmental organizations, companies, or even civil organizations and citizens. This recognition is backed by scholars. Cooper, et al. (2013) have laid a foundation for the new diplomacy of the 21<sup>st</sup> century they widened the subjects of diplomacy are no longer only exercised by states but also “religious organizations, NGOs, MNCs, etc. considering the nature of diplomacy, the subjects could be individuals or influencers in their fields such as celebrities in music or arts. Taking BTS, a well-known K-pop group, as an example when they are representing South Korea to practice Korean public diplomacy. Or Emma Watson, a UK actor, is titled the “Woman Goodwill Ambassador” of the United Nations (UN) to advocate gender equality. Business diplomacy is still debatable and there are still arguments about the scope and development of this terminology in international studies, especially under the scope of international relations. With globalization and the expansion of non-state actors that even could set up diplomatic mindsets and practices, the “state-centric” has been outdated. The global sphere is inquiring about collaboration between state actors and non-state actors to jointly develop and handle global issues, especially in the post-covid-19 world. Business diplomacy is now attracting more attention from scholars in the fields of business, management, and international relations. As the scope of diplomacy has been enlarged to many non-state actors, state actors are not the only subjects to exercise diplomatic practice. Thus we could emphasize the role of MNCs with the function of business diplomacy in further research. From this stage, MNCs could exercise their diplomatic activities accordingly to the original nature of diplomacy by engaging with multiple stakeholders. This could understand that stakeholder communication and engagement are vital activities to acquire legitimacy which could be used for a company to legally operate in the market. Saner and Yiu (2014) and Ruel (2013) are two scholars laying the foundation of business diplomacy. It could be elaborated the change in the definition of business diplomacy as follow (Table 1):

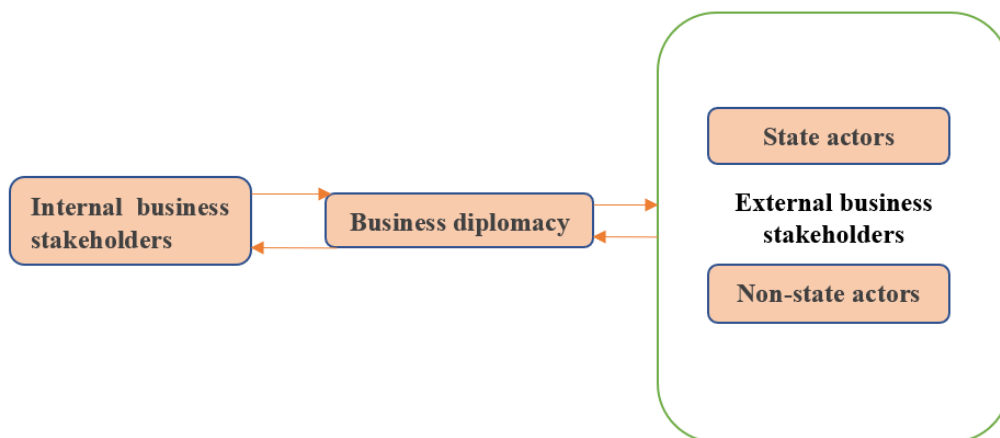
**Table 1: Definition of Business Diplomacy**

No	Degree	Definition
1.	<b>Foundational level</b>	“Business diplomacy management, therefore, involves influencing economic and social actors to create and seize new business opportunities; working with rule-making international bodies whose decisions affect international business” (Saner et al., 2000)
2.	<b>Intermeiate level</b>	“Business diplomacy is the representation and communication activities deployed by international businesses with host

		government representatives and non-governmental representatives in order to establish and sustain a positive relationship to maintain legitimacy and a license to operate” (Ruel, 2013)
3.	<b>Extended level</b>	“BD pertains to the management of interfaces between an MNE [multinational enterprise] and its external non-business counterparts (NGOs, CSOs, international organizations (IOs), national and local governments) that have an impact on the MNE’s reputational capital and its ability to shape and influence its operational environment” (Saner & Yiu, 2014)

Source: Saner et al. (2000); Ruel (2013); Saner & Yiu (2014)

There are several definitions of business diplomacy, but it is in the course of the argument. At a very foundational level, Saner et al. (2000) identified vaguely the objectives of business diplomacy: (a) to have an impact on economic and social factors where a company could capture business opportunities, (b) to work with business affected state actors of the country, (c) to settle down any conflict concerning risks from stakeholders and politics, (d) and lastly to utilize multiple communication channels to safeguard company’s reputational images. The above statement regarded business diplomacy’s function as an advocacy tool for companies in the international market rather than a tool for engaging in business activities. However, while interpreting the previous study and extending the notion of business diplomacy, clear functions of business diplomacy have been listed in the vision of Ruel (2013). “Representation” and strategic communication are tasks of business diplomacy launched by MNCs to state and non-state actors. The outcomes were bright relations with governmental bodies and legitimacy. In the next year, scholars who laid the basic ground for business diplomacy Saner and Yiu (2014), had been elaborating on the BD as a function that helps MNCs to orient, direct and influence their business environment. This was another implication for advocacy activity. Nevertheless, in the scope of this paper, the author considered the definition from Saner and Yiu as only one among other functions of business diplomacy. Alammari and Pauleen (2016) have expanded the subjects to internal and external business players and combined functions defined by Ruel (2013) and Saner and Yiu (2014). Employees, managers and the board of directors could be regarded as the Internal business players. While competitors, suppliers, clients, etc, are external business players. Therefore, we could have a structural description as below (Figure 1):



**Figure 1: Structural relationships of business diplomacy**

Source: Self-edited by the author

Internal business stakeholders will consist of actors directly involved in the management and operational activities of a company. This person should have the same interests in growing the business and creating value for their employer (Feng et al., 2020). According to these scholars, a structure of a company shall be simplified with three levels as follow: Decision-making, managerial employees, and non-managerial employees. Although this research lacks deep research on how these factors affect business activities, we could clearly consider the actors defined as internal stakeholders. External actors have also interested in the status of a company and have an indirect impact on it. They would not be involved in the operation and management of the company. Business diplomacy hence could be referred to as the process of representation of a company creating and fostering a positive business environment, and acquiring legitimacy to operate in the host market by maintaining strategic communication and relations with internal and external stakeholders. Business diplomacy is having a stakeholder-centric approach to its operation. Moreover, another theory that is considered important for the approach is stakeholder capitalism. In the post-Covid-19 context, stakeholders' expectations would align with the long-term strategy of MNCs. It happens to see if these strategies are going along with sustainability and social wealth. if the strategy and operation of these enterprises are challenged by external stakeholders regarding CSR, their legitimacy is at risk. The role of business diplomacy (BD) in this case is to forge an optimist environment by managing the effective communication and relationships to either internal or external stakeholders in order to preserve their legitimacy from challenges. Hence, MNCs would safeguard their reputational image and legitimacy through the use of the concept of CSR engaging with stakeholders. But why the need for BD is instant in the post-Covid-19 world? Alammar et al. (2016) conceptualized 9 factors that contribute to the need for business diplomacy (Figure 2):



**Figure 2: 9 factors that contribute to the need for business diplomacy**  
Source: Alammar et al. (2016)

In this sense, the post-covid-19 world has augmented the number of stakeholders, it is not limited to several or specific stakeholders, as one of factors in the figure 2. Citizen perspectives are also a vital component, making every people have the right. The reputational image and social license are more fragile. Also, new governmental policies might not be supportive for companies as stricter rules on “new standards” of societal, environmental, and economic issues



which could be factors referred to the figure 2. Companies' legitimacy or social license to operate could be withdrawn if any regulation is not obliged. In the context where stakeholders demand more responsibilities from corporates, the internationalization process and strategy would be harsh as the business environment in host countries might be relentless. These factors proposed by Alammar et al. (2016) are still effective as the guideline for research in the field. Within the scope of the study, the research will emphasize "internationalization", "globalization", "increased stakeholders" and "government supports".

#### ***4.2. Stakeholder capitalism and CSR perspective***

The World Economic Forum (2020) has deployed its declaration titled "Davos Manifesto" to identify the important factor for a company to prioritize in the long run. This "Manifesto" put an emphasis on stakeholder capitalism as a means to tackle challenges of all aspects that the world is facing. Collective actions of the business sector demanded more from all stakeholders including employees at all levels. It is comprehensible that there is a shift in approach is needed. MNCs will focus on stakeholder capitalism rather than shareholder capitalism in the past (Schwab, 2020). From this perspective, Ji et al. (2019) have recognized the interconnectivity of CSR and stakeholders in a very challenging market like China. For these scholars, the CSR of a company is an integration of sustainability into business strategy by creating shared values with multiple stakeholders. In their research, they distinguished two kinds of CSR a proactive approach and the reactive approach. Although this paper argues that the subjects of reactive CSR are those of stakeholders with state or non-state perspective, their paper has created a recognition with the regard to CSR and stakeholders. In 2018, Godos-Díez et al. (2018) have associated CSR's impact with other factors. In return, they have concluded that CSR might leverage an international company within internationalization. It will help MNCs retain their legitimacy and enhance their reputational capital. Folk (2016) saw corporate sustainability are crucial on a voluntary basis. However, corporate actions toward sustainability will have an impact on the corporate's survival and performance on "various dimensions" depending on the range of sustainable issues. However, the rate of executing CSR is depending on the regulation and sensitivity of the host country. This is up to the company to apprehend the sustainability inquiries of the host's business environment. This is to comprehend that pressures are rising from both domestic and international environments. And the company should handle these pressures arising from stakeholders from both contexts. Concerning companies with the intention of internationalizing, it necessities a deep analysis of the business environment before entering the market. On the other hand, successful firms should pay more attention to the change in the business environment and demands from stakeholders to protect their image and legitimacy. This is somewhat interlinked with the mission of BD and will be discussed below. In the international business environment, MNCs are more exposed to multiple stakeholders including state and non-state actors. To perceive CSR as added value, the communication strategies and CSR activities must be well-prepared in order to satisfy stakeholders' expectations. According to Freeman and Mcvea (2001) that companies' activities should meet stakeholders' requirements in order to acquire legitimacy. Is additional to achieving shareholders' objectives. There are two approaches provided by Marschlich (2022) in her research about the interconnection of corporate diplomacy and organizational legitimacy, which are the instrumental CSR angle and the political CSR angle. The instrumental CSR angle is proposed by 3 dimensions associated with a specific subject that corporates need to act on: shareholders' concerns, the satisfaction of stakeholders' requirements, and the separation of public and private dimensions. Based on the statement of Schultz et al. (2013), corporates need to have strategic and wise CSR communication, so that stakeholders could perceive and understand the CSR activities of a corporation. A clear reflection of CSR communication with stakeholders' expectations is indeed a must. Through communication channels, corporates could interpret their visions of CSR and act on

reality. From there, the credibility of the corporate would be increasing. This ideal development was based on the stakeholder theory (Jones, 1995; Parma et al., 2010). If stakeholders' expectations are considered as an integrated addition to shareholders' prospects, all CSR activities must contribute to the benefits of corporates with shared values of shareholders. These activities will improve the financial performances of firms and increase economic resources. However, challenges have still remained as instrumental CSR activities are corporate-centric, leading to skepticism among society. Regarding the political CSR angle, the interaction between corporates and public authorities is enhanced. In the globalized world, this sense is even greater as corporates now are regarded as influential actors. Political CSR could have an impact on the governmental decision to construct regulations in the field of economics and business. Scherer and Palazzo (2011) also had the same standpoint in this regard. They oversee CSR activities and will involve in contributing to public goods and regulation buildings at the global level. However, they also raise a point that the author considers a dilemma from a political angle. There are many different interests of actors that might be contrary to corporates' interests. Seele and Lock (2015) have once again raised this issue in their research. Political CSR will assist corporates in building legitimacy although some controversial interests might have conflicts with corporates' interests.

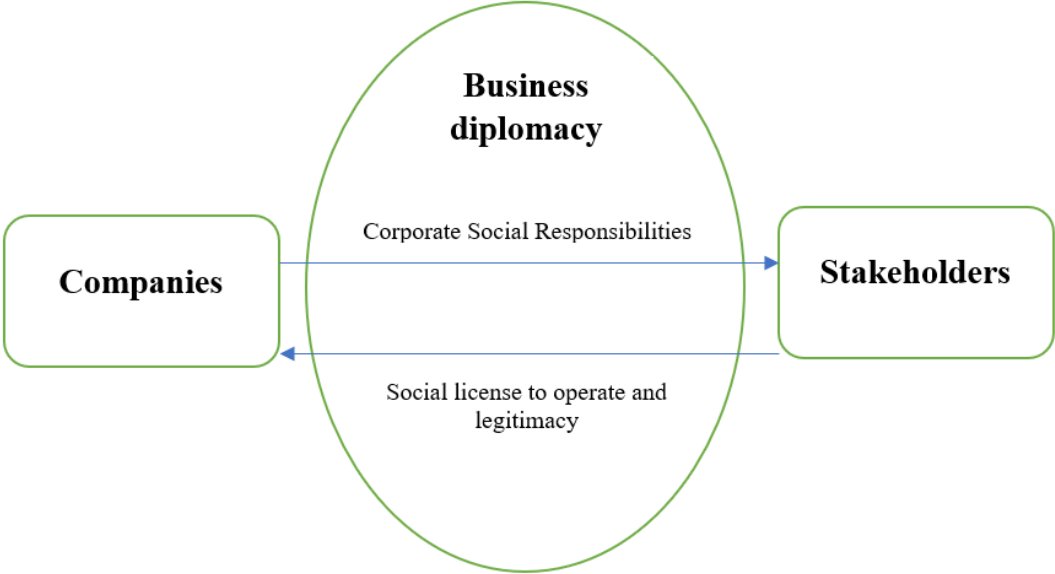
#### ***4.3. The connection between Business diplomacy and CSR***

The Covid-19 pandemic has brought an increasing challenge to the commitments of companies operating on the market, especially commitments and action plans related to social, and environmental issues. The influence, reputation, development strategy, and stakeholder relationship management will be on the edge of collapse if the commitments and actions of companies go wrong. Stakeholder management is the most important to acquire the license to operate in the market. In the above section, all scholarships of CSR mentioned the legitimacy of a corporate in the host market. Seele and Lock (2015) stated that corporate could acquire legitimacy by applying political CSR. If companies could express transparency in their CSR activities, they could gain a consensus among stakeholders leading to legitimacy (Scherer and Palazzo, 2011). Suchman (1995) had formed that if corporates could prove their commitment to public interests, they could gain legitimacy.

"License to operate" was mostly defined as a "Grant of permission to undertake a trade or carry out a business activity, subject to regulation or supervision by the licensing authority." Following this notion, in 2003, Gunningham et al. conceptualized the notion of "social license" describing the legitimacy to operate based on "the degree to which a corporation and its activities are accepted by local communities, the wider society, and various constituent groups". "social license to operate" is becoming popular in the context of CSR and sustainable business study. In order to keep their "license to operate," businesses must hence demonstrate their legitimacy by responding to stakeholders in their local and global environment. Hence, stakeholders' management and engagement are key pillars to acquiring and maintaining "a social license to operate."

In recent research on business diplomacy, the integration of social license to operate and legitimacy to objectives of business diplomacy is always mentioned. In the mentioned-above section regarding corporate social responsibilities and stakeholders, it is hence appearing in research of business diplomacy. In 2016, Alammari and Pauleen hence gave a clear definition of Business Diplomacy "Business diplomacy is the practice of establishing and maintaining positive relationships with internal and external business and non-business stakeholders, including employees, businesses, governments, and civil society actors, to create and maintain legitimacy and a social license to operate, create alliances, environment, and shape and influence them". According to Mogensen (2017), Corporate diplomacy can benefit both society and the corporation by directly interacting with the population of the host country, i.e., involving

their interests. By addressing citizens' demands, corporate diplomacy simultaneously raises the legitimacy of MNCs in the eyes of the local populace. In a similar vein, incorporating political CSR into corporate diplomacy. Ingenhoff and Marschlich (2019) have developed a definition that accounts for MNCs' societal role while simultaneously pointing to legitimacy as the central goal of MNCs. Accordingly, corporate diplomacy is defined as “the corporate activities of multinational companies, which are directed at the host country’s key stakeholders and aimed at participating in decision-making processes on relevant socio-political issues and building relationships in order to gain corporate legitimacy”. (Ingenhoff & Marschlich, 2019).



**Figure 3: Relational structure of business diplomacy**  
 Source: Self-edited by the author

From the above figure, it is comprehensible that if companies implement business diplomacy with an appropriate approach and clear priorities and target stakeholders’ expectations, it will lead to the social license to operate and legitimacy. Business diplomacy is not only taking effect at the local level, but it also must demonstrate reputational image and stakeholders’ engagement at the global level. How companies manage the process of business diplomacy will reflect credibility and firm performance.

**5. Conclusion**

Business diplomacy has a young attraction to researchers in the related field of business which dated back to the 2000s. the concept of business diplomacy has been established firmly by not only diplomats and related scholars and also by leaders of companies. Business diplomacy urges companies to manage their relationship with both state and non-state stakeholders. The role of stakeholders has been proven for a long time leading to the terminologies such as public relations or related marketing and the function of stakeholders’ engagement. However, companies will limit their range of stakeholders by order of priorities. Identifying multiple stakeholders’ expectations, even if some of them are in contrast to companies’ philosophies and strategies. Furthermore, it is necessary to widen the range of stakeholders as credibility comes with the supervision of citizens. Corporate social responsibilities are taken under careful consideration based on reputational capitalism, leading to the social license to operate and legitimacy. Hence, stakeholders’ management and engagement by responding to social demand is a

key pillar to acquiring and maintaining “social license to operate” and legitimacy. After the Covid-19 pandemic, state actors see companies as associates to cope with societal, economic, and environmental issues, especially MNEs. On the contrary, the credibility of companies is decreasing in the eyes of non-state actors such as social groups or citizens.

## 6. Future research

The need for business diplomacy is well structured. However, a clear description of the functions of business diplomacy is somewhat remaining questioned. By doing that, business diplomacy might differentiate itself from notions such as relationship marketing, public relations, etc. Business diplomacy needs to define its position in the internationalization process and strategy as its role is increasing based on previous research. A general conceptualization of business diplomacy in the context of MNEs is clear. But its approach to small and medium enterprises is lacking. SMEs will need to implement business diplomacy as an easier way to enter a new market.

## Bibliography

- Alammar, F. M. & Pauleen, D. J. (2016). Business diplomacy management: a conceptual overview and an integrative framework. *International Journal of Economy and Diplomacy*, 3(1), 3–26. <https://doi.org/10.1504/IJDIPE.2016.079170>
- Berridge, G. R. & James, A. (2003). *A Dictionary of Diplomacy*. New York: Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/9780230501348>
- Cooper, A., Heine, J. & Thakur, R. (2013). Introduction: The Challenges of 21st-Century Diplomacy. In Cooper, A., Heine, J. & Thakur, R. (Eds.), *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy* (pp. 1–31). Oxford: Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199588862.013.0001>
- Feng, Y., Audy, J. F., Rönnqvist, M. & D’Amours, S. (2020). An Educational Game with *Dragons’ Den* Experiences for Supply Chain Management Training. *INFORMS Transactions on Education*, 21(1), 1–17. <https://doi.org/10.1287/ited.2019.0226>
- Freeman, R. E. & McVea, J. (2001). *A Stakeholder Approach to Strategic Management*. SSRN. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.263511>
- Godos-Díez, J.-L.; Cabeza-García, L. & Fernández-González, C. (2018). Relationship between Corporate Social Responsibility (CSR) and Internationalisation Strategies: A Descriptive Study in the Spanish Context. *Administrative Sciences*, 8(4), 57. <https://doi.org/10.3390/admsci8040057>
- Ingenhoff, D. & Marschlich, S. (2019). Corporate diplomacy and political CSR: Similarities, differences and theoretical implications. *Public Relations Review*, 45(2), 348–371. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2019.01.002>
- Ji, H., Xu, G., Zhou, Y. & Miao, Z. (2019). The Impact of Corporate Social Responsibility on Firms’ Innovation in China: The Role of Institutional Support. *Sustainability*, 11(22), 6369. <https://doi.org/10.3390/su11226369>
- Jones, T. M. (1995). Instrumental stakeholder theory: A synthesis of ethics. *Academy of Management Review*, 20(2), 404–437. <https://doi.org/10.2307/258852>

- Kolk, A. (2016). The social responsibility of international business: From ethics and the environment to CSR and sustainable development. *Journal of World Business*, 51(1), 23–34. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2015.08.010>
- Marschlich, S. (2022). *Corporate Diplomacy: How Multinational Corporations Gain Organizational Legitimacy. A Neo-Institutional Public Relations Perspective*. Springer VS Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-36818-0>
- Mogensen, K. (2017). From public relations to corporate public diplomacy. *Public Relations Review*, 43(3), 605–614. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2017.03.011>
- United Nations (1961). *Vienna Convention on Diplomatic Relations*. Vienna, Austria.
- Parmar, B. L. R., Freeman, E., Harrison, J. S., Wicks, A. C., Purnell, L. & De Colle, S. (2010). Stakeholder Theory: The State of the Art. *Academy of Management Annals*, 4(1), 403–445. <https://doi.org/10.5465/19416520.2010.495581>
- Ruel, H. (2013). *Diplomacy means business*. Windesheim University of Applied Sciences in Zwolle.
- Rul, H. & Walters, T. (2016). Business diplomacy. In Constantinou, C. M., Kerr, P. & Sharp, P. (Eds.), *The SAGE Handbook of Diplomacy* (pp. 564–576). SAGE Publications. <https://doi.org/10.4135/9781473957930>
- Saner, R. & Yiu, L. (2014). Business Diplomacy Competence: A Requirement for Implementing the oecd’s Guidelines for Multinational Enterprises. *The Hague Journal of Diplomacy*, 9(4), 311–333. <https://doi.org/10.1163/1871191X-12341292>
- Saner, R., Yiu, L & Søndergaard, M. (2000). Business Diplomacy Management: A Core Competency for Global Companies. *Academy of Management Perspectives*, 14(1), 80–92. <https://doi.org/10.5465/ame.2000.2909841>
- Scherer, A. G. & Palazzo, G. (2011). The New Political Role of Business in a Globalized World: A Review of a New Perspective on CSR and its Implications for the Firm, Governance, and Democracy. *Journal of Management Studies*, 48(4), 899–931. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2010.00950.x>
- Schultz, F., Castelló, I. & Morsing, M. (2013). The Construction of Corporate Social Responsibility in Network Societies: A Communication View. *Journal of Business Ethics*, 115, 681–692. <https://doi.org/10.1007/s10551-013-1826-8>
- Schwab, K. (2020, December 2). *Davos Manifesto 2020: The Universal Purpose of a Company in the Fourth Industrial Revolution*. Retrieved October 25, 2022, from World Economic Forum: <https://www.weforum.org/agenda/2019/12/davos-manifesto-2020-the-universal-purpose-of-a-company-in-the-fourth-industrial-revolution/>
- Seele, P. & Lock, I. (2015). Instrumental and/or Deliberative? A Typology of CSR Communication Tools. *Journal of Business Ethics*, 131, 401–414. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2282-9>
- Suchman, M. C. (1995). Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches. *The Academy of Management Review*, 20(3), 571–610. <https://doi.org/10.2307/258788>

## Examining the Process of Project Preparation

Attila LEGOZA MBA<sup>1</sup>

PhD Student

*University of Miskolc, Faculty of Economist, Hantos Elemér Doctoral School of Business, Management and Regional Sciences - Hungary*

### Abstract

My research focuses on medium-sized enterprises in Hungarian private hands, examines their operation during the implementation of projects, highlighting the reasons for the unsuccessful project implementation. I investigate deadlines and budget overruns. Investments and developments are implemented in the form of projects. One of the most important stages of project implementation is project preparation. Proper preparation affects all subsequent stages of project implementation. The preparation process starts already in the application stage and continues throughout all the subsequent stages of the project. During my empirical research, I examine the process of project preparation, as appropriate preparation has an impact on the successful implementation of the project. The present study presents the results obtained from the analysis of the responses to the questionnaires and the responses to the in-depth interviews.

*Keywords:* project, project preparation, project implementation, schedule, project failure

*JEL Codes:* O15, D2

### 1. Introduction

The successful implementation of projects is in the interest of both investors and contractors. The investor wants to achieve his goal, and the contractor wants to fulfill his obligations under the contract. However, in order for the project to be successful, all influencing factors must be taken into account. The phases and stages of the project have been defined in the literature, but it must be taken into account that every project is different. The difference can be caused, for example, by the technical content of the project, the schedule of the project, the value of the investment. Since the projects are different, the success factors are also different. It is important that the success factors are defined, we can only measure success after they are available. According to statistics, the majority of investment projects are implemented unsuccessfully. One of the reasons for failure is inadequate project preparation. The study also deals with the examination of the preparation process and discusses the possible steps of the process.

### 2. Literature review

#### 2.1. Project, project management

According to Görög (2003, p. 26.): "A project is any activity that is a one-time and complex task for an organization, the duration of its completion (start and end) and the costs of its completion (resources) are determined, and (similar to strategic objectives) is aimed at achieving a defined goal (result)."

According to Lockyer and Gordon (2020): "A unique process system that is a set of coordinated and controlled activities undertaken to achieve an objective that meets specific requirements, including time, cost, and resource constraints, with start and finish dates."

---

<sup>1</sup> legoza.attila@gmail.com

In his analysis of literature, Packendorff (1994, p. 22.) mentions the criterion of uniqueness with special emphasis with the phrase "occurring once in a lifetime". As he writes, "in most of the project management literature, a project is usually defined as:

- a unique, once-in-a-lifetime task,
- with a predetermined closing date,
- determination with one or more activity goals (resource use and quality),
- many complex and interrelated activities".

The indicators "unique" and "once in a lifetime" are intended to exclude continuous operation and routine application from the defined field of phenomena. According to this, a project is a problem solution that requires creativity, as a result of which novelties can be repeated continuously, routinely and "reliably" (Jensen et al., 2016), but those repetitions can no longer be considered a project.

Papp (2002, p. 20.) completes the definition with a preliminary demonstration and analysis of the risks. In his opinion, the project:

- "for specific goals and results,
- within given time, cost and resource constraints,
- with specified quality and performance requirements,
- preferably using minimal »assets« (or resources),
- at an acceptable level of risk,
- activity aimed at creating some clearly defined »product« (facility, service) (or interrelated series of activities)".

Considering the risk level indicates that the project manager knows about these risks and is prepared to deal with them. This is a relatively new expectation for the project, which shows that the project is usually prepared for some external "customer" where the preliminary plans are available.

Projects play a key role in the development of the economy, as illustrated by a World Bank survey which estimates that the amount spent on projects is about 22% of GDP generated in the world economy, meaning every fifth dollar generated from project-like activities in the world. In developing countries e.g. 43% in China and 39% in India (World Bank, 2008).

Projects have some basic features, namely that they are limited in time, cost and resources (human and technical). The project must therefore be completed within a given timeframe and within a given budget. In fact, this is the essence of project management. Project management is the management, control, organization of the project process itself, which focuses on the resources on the one hand and the methodological and technical tools on the other hand to achieve the goal (Görög, 2001).

It can also be defined that the implementation of project management at the appropriate level means that we set goals for ourselves and achieve them. However, for this we have to take the necessary steps, plan, ensure the implementation and manage the team, we have to work together. It is necessary to constantly check the project processes, the completed tasks, whether everything is progressing according to our schedule and schedule, and if not, it is necessary to decide what changes and modifications are necessary in order to return to the original schedule. In the meantime, we must constantly use project management tools, such as daily schedule tracking, monthly controlling, resource tracking, etc. "We achieve goals with the project, subject to time, financial, personal and other restrictions" (Vörös, 2004).

According to the Project Management Institute (PMI): A project is a series of reasonably chosen activities involving the use of resources (time, money, people, materials, energy and space) to achieve predefined goals (PMI website: [www.pmi.hu](http://www.pmi.hu)).

Project management is a specialized field dealing with the organization and management of resources, the goal of which is to ensure that the project's goals are met within a given time

and budget, in accordance with quality parameters, as a result of the work performed by the resources (Görög, 2003).

Project management is a process of conscious efforts – carried out by one or more people – which consists of the planning, management and control of resources (knowledge, skills, tools, techniques, money) in order to ensure that the project meets the partner's requirements, the set goals, and time and cost constraints (Henczi & Murvai, 2012).

One of the most important and oldest issues in the science of project management has been project success itself. Despite being a very important factor, defining it has proven to be a very difficult task to date. Many researchers have already examined the correlation between project managers professional competencies and project performance and organizational performance (Kendra & Talpin, 2004; Koong & Liu, 2006).

## ***2.2. Project lifecycle***

The project life cycle is the series of phases that the project goes through from its initiation to its closure. Phases are usually sequential and their name and number are determined by the management and control needs of the organization or organizations involved in the project, the nature of the project and its scope.

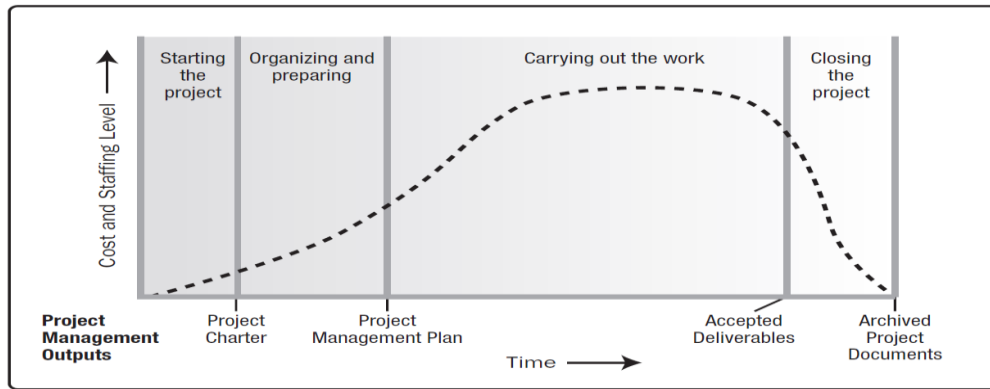
Application: Stages can be broken down by functional or partial goals, intermediate results or deliverables, specific milestones within the overall scope of work, or financial availability. Phases are usually limited in time, with a start and end or checkpoint. The life cycle can be documented within a methodology. The project life cycle can be defined or shaped by the unique aspects of the organization, the industry or the technology used. While every project has a defined beginning and a defined end, the specific deliverables and activities in between can vary widely from project to project.

Characteristics of project life cycles: Projects vary in size and complexity. All projects can be assigned to the following general life cycle structure (see Figure 1):

- starting the project,
- organization and preparation,
- carrying out the project work, and
- closing the project.

This general life cycle structure model is often referred to by those responsible for the project when communicating with senior management or other organizations less familiar with the details of the project. Not to be confused with project management process groups, as process group processes consist of activities that can be performed and repeated at individual stages of the project and throughout the project as a whole. The life cycle of the project is independent of the life cycle of the product produced or modified by the project. However, the project must take into account the current life cycle stage of the product (PMI, 2013).



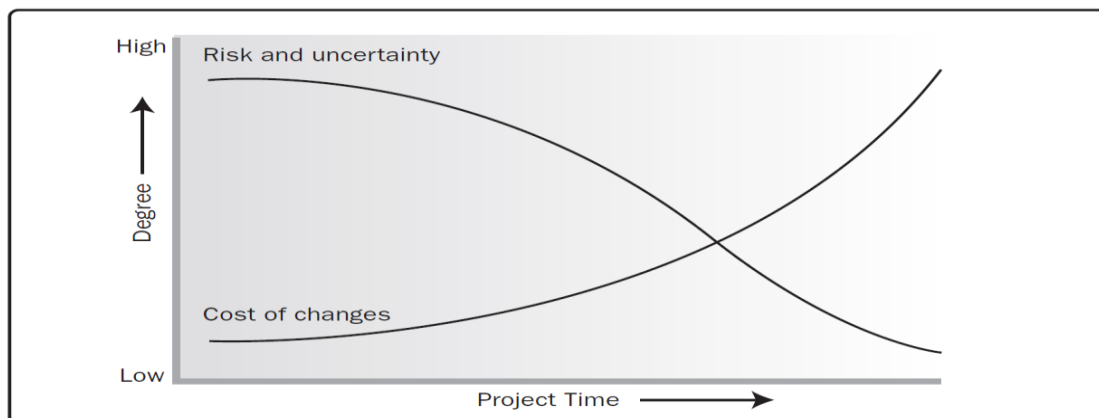


**Figure 1: Typical cost and resource level in the life cycle structure of the general project**

Source: PMI (2013, p. 38.)

A typical project lifecycle structure typically has the following characteristics:

- Cost and staffing levels are low at project initiation, rise slowly, peak when project work is completed, and decline rapidly when project is completed. Figure 1 illustrates this typical pattern.
- The typical cost and staffing curve above is not typical for all projects. A project can require significant costs, even in the early stages of its life cycle, if, for example, the full number of employees must be secured at the start of the project.
- Risk and uncertainty (shown in Figure 2) are greatest at the beginning of the project. These risk factors are reduced during the life of the project when the project participants make the right decisions and accept the deliverables.
- Figure 2 illustrates the idea that the costs of making changes and correcting errors tend to increase significantly as the project nears completion.



**Figure 2: The impact of costs and risks during the life cycles of the project**

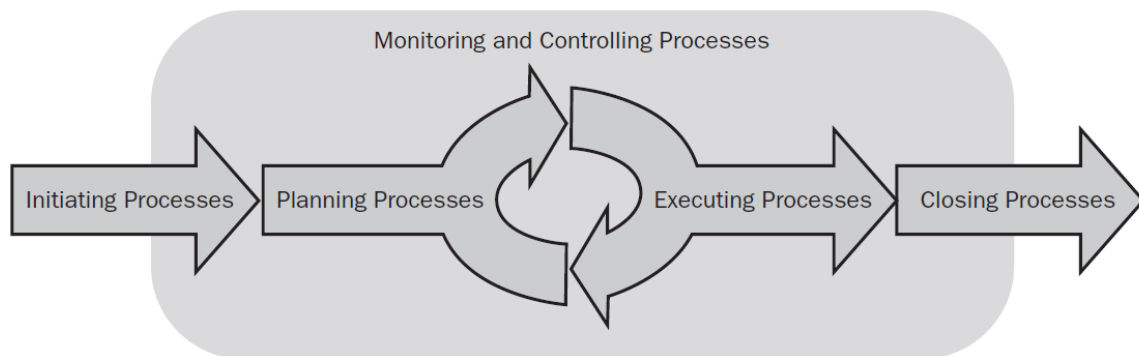
Source: PMI (2013, p. 39.)

In the context of the overall life cycle structure, the project manager can determine whether more effective control is needed during the execution of certain activities, or whether certain subtasks must be completed before they affect meeting the project's deadline. Large and complex projects in particular may require this additional level of control. In such cases, it may be beneficial to divide the project into phases in order to achieve the project goal (PMI, 2013).

### 2.3. Project phases

Projects can be divided into any number of stages. A project stage is a collection of logically related project activities. Project stages are defined when the nature of the work to be performed is characteristic of a part of the project and is usually related to the achievement of a specific objective. Project phases are usually completed sequentially, but some projects overlap. Different stages usually have different durations or resource requirements.

The staged structure enables the project to be divided into logical subgroups, thereby facilitating project planning, management, and control. The number of stages, the need for stages, and the level of control applied will depend on the size, complexity, and potential impact of the project. There is no single ideal structure that applies to all projects. Although industry practice often leads to the use of a preferred structure, projects within the same industry – or even within the same organization – can vary widely. Some will have only one section, as shown in Figure 3. Other projects may have two or more phases (PMI, 2013).



**3. Figure: Example of the One-Stage project**

Source: PMI (2013, p. 41.)

### 3. Materials and methods

#### 3.1, *Basic assumptions*

The preparation process is based on the documents prepared during the bidding period, as well as the delivery limits and conditions of the concluded contract. Among the documents of the offer period, the following are required to start work:

- contract,
- technical description (equipment parameters, delivery limits, special technical conditions),
- preliminary calculation,
- preliminary construction schedule,
- preliminary project organization,
- design documentation (design documentation received as data provision for starting work).

#### 3.2. *Basic documents for project preparation*

Based on the documents of the bidding period, the Project Manager prepares the following basic documents, which, with the approval of the manager responsible for the project, the project members of the project organization must be introduced to:

- *Project summary*: to be prepared by the project manager, it contains a brief description of the project task, a description of the data provision, the guaranteed parameters agreed in the contract, the main milestones, and possible main suppliers.
- *Project organization*: prepared by the project manager, approved by the manager responsible for the project.
- *Responsibilities*: based on the documentation compiled by the project manager, which is defined in the organizational chart and the "Purchasing plan", in the case of larger projects in the

responsibility matrix, for the project manager, system manager and procurement package manager includes relevant tasks and responsibilities.

- *Project schedule*: based on the preliminary construction schedule, the project manager prepares and maintains it. It includes the main processes of preparation and procurement, as well as the implementation activities broken down by specialty and area, together with the definition of the critical path. This forms the basis of the later, fully detailed schedule before the start of construction.

- *Procurement plan*: prepared by the project manager based on the construction schedule. It includes the preparation and procurement packages broken down by specialty, along with the names of those responsible and the procurement deadlines.

- *List of possible suppliers and subcontractors*: includes the list of possible subcontractors and suppliers considered during the bidding period and intended to compete during the preparation, together with their contact information, which the project manager supplements with additional potential contractors.

Creation of a project-specific model contract (designer, supplier, enterprise contract draft): a model contract that can be used during the procurement process and contains the conditions accepted for the project, drawn up by the project manager.

The basic documents must be uploaded to the company's central server in the folder containing the name of the project.

### ***3.3. Project meetings and communication during preparation***

The following meetings must be held during the preparation and full implementation of the project in order to prepare and control information flow and processes:

- *Steering Committee*: called by the manager responsible for the project within 8 days after signing the contract together, from the beginning of the project to the end of the project, on a weekly basis. The manager responsible for the project, the controlling manager and the project manager take part in the meeting. Its purpose is to control the execution of project processes, to monitor deadlines and project management processes, as well as to determine necessary measures and to make decisions in accordance with the company's rules of procedure. Agreements must be recorded in minutes and monitored.

- *Project Coordination Kick-off Meeting*: the project manager convenes the first Steering Committee within 8 days. Members of the approved project organization will participate in the meeting. Its purpose is to familiarize the project participants with the project task and requirement system, as well as the organization, responsibilities and schedule. At this meeting, the project manager announces the date of the regular weekly project coordination meeting.

- *Regular weekly Project Coordination Meeting*: a weekly meeting convened by the project manager at the time announced at the Project launch meeting. Members of the project organization take part in the meeting. Its purpose is to monitor the execution of tasks and determine the necessary measures in order to comply with the project schedule. Agreements must be recorded in a task list and monitored.

### ***3.4. Project preparation activities***

The preparation process must be carried out according to the schedule according to the company system. It covers the following activities:

- *Processing of incoming plans*: according to the division defined in the responsibility matrix, it is carried out by the system managers together with their project engineers and installation managers.

- *Compilation of a procurement material list based on plan collection*: compilation is the responsibility of the system manager, a list of coded material types and quantities collected during the processing of the plan, which further provides information on the required quantities to the

procurement package managers and to the installation managers on the required work quantities. Uploading the material list is the task of the project engineer appointed by the system manager.

- *Compilation of the procurement package and requests for proposals:* based on the list of materials, technical specifications and commercial conditions, the project engineer responsible for the package uses the contract sample for the project.

- *Competition:* competition for procurement packages among potential suppliers and subcontractors. The competition is the responsibility of the project engineer responsible for the procurement package, the sent offers must be registered in a separate file. Before the closing, a negotiation must be held with the selected competitors, and the agreements must be recorded in the negotiation minutes. The generated documents must be stored and maintained in an orderly manner on the server.

*Making a procurement proposal:* at the end of the bidding process, the person in charge of the package must make a proposal on the procurement sheet, indicating the possible supplier or subcontractor. During the competition, the offers must be brought to the same level both from a technical and commercial point of view. There can be no open contractual issues.

*Approval of the procurement proposal:* the project manager submits it to the manager responsible for the project for approval. The procurement proposal must be approved according to the valid signature procedures.

*Contract conclusion based on the approval of the purchase sheet.* The order and contract signed by both parties must be stored in scanned form together with their attachments in the libraries of the subfolder of the project library on the server.

After the conclusion of the contract, one original copy of the contract to the controller, one copy

the project manager must hand over a copy to the procurement package manager. At the project manager contracts, orders and their amendments must also be stored in an orderly manner in accordance with quality assurance regulations.

### **3.5. Track changes**

The basic documents of the preparation process must be continuously maintained during the project, after evaluating the effects of the Customer's or designer's changes, the changes must be passed through the system.

*Processing of modified plans:*

- after receiving the modified plan, the project manager is responsible for processing the change,  
- for the parts of the amended plan affected by the plan amendment, the additional requirements or surpluses must be determined,

*Examination of the effects of the amendment:*

- What does the amendment affect?  
- Does it have an effect on the schedule, procurement, budget?  
- Is it necessary to initiate a contract amendment with the customer?

*Tasks:*

- project manager's decision on the necessary measures,  
- transferring changes to the material list,  
- assignment of tasks, recording of tasks,  
- modification of the project schedule (if necessary), recording of the schedule on the central server after approval of the modified schedule by the project manager, presentation of the new schedule to the project members  
- procurement to cover additional requirements, contractual monitoring of changes  
- approval of contracts and contract amendments with the project manager  
- contract, order or contract amendment

## 4. Results

The topic of my research is basically focused on the failure of projects, and examines their causes during investment projects. Accordingly, I conducted in-depth interviews with professionals who have implemented multi-billion forint investments. With technical director, investment director, project director and investment director. During the interview, we discussed the questions formulated in the questionnaire and went through the factors causing the failure of the projects in detail, point by point.

I sent the questionnaire to hundreds of professionals involved in project implementation, project directors, project managers, project engineers, construction managers, project purchasers, and project preparers. The conclusions drawn from the given answers are included in this study, touching on two issues.

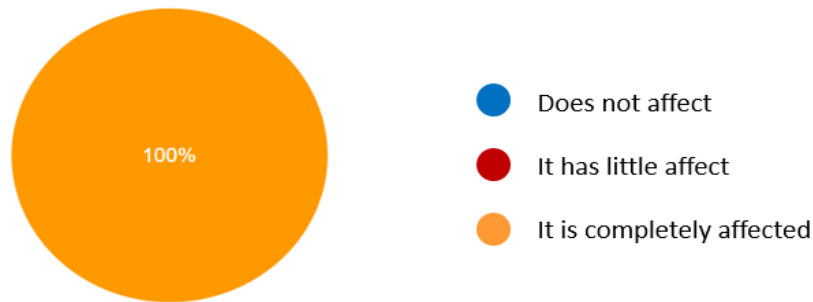
I formulated 18 questions in the questionnaire. The following two questions deal with the importance of the project preparation process. The first question may seem too simple, since it is clear that the project is affected by the project preparation, but the question concerns the successful implementation of the project, and I wanted to know from the answers to what extent the respondents think that the project preparation is important. 100% of respondents believed that project preparation has an impact on the successful implementation of the project. I also received this answer during the interviews, so I can say that project preparation is one of the most important processes in the life of the project. The failure of the project can be caused by inadequate preparation, and during my research it has been proven that it is the cause in many cases. All respondents consider proper project preparation important, yet one of the main reasons for unsuccessful project implementation is inadequate project preparation. The answers to the second question also confirm this statement.

The three main factors of the project are the deadline, the cost and the quality of the content. If any of the three factors cannot be met, the project can be considered unsuccessful. Project preparation affects all three factors! Part of the preparation is the preparation of the project schedule. A detailed schedule is drawn up for the implementation tasks, and resources are assigned to comply with it. Inadequate project preparation can cause deadlines to slip and cause costs to rise. Deadline slippage can be reduced by involving more resources, but this involves exceeding the budget.

In the course of my research, I asked the following questions in my questionnaire and during the interviews conducted:

*First question:* „One of the most important phases of project implementation is project preparation. To what extent do you think the proper preparation influences the successful implementation of the project?“

Questionnaire response evaluation: I got the following result. According to 100% of the respondents, the preparation of the project has a full impact on the successful implementation of the project (Figure 4).

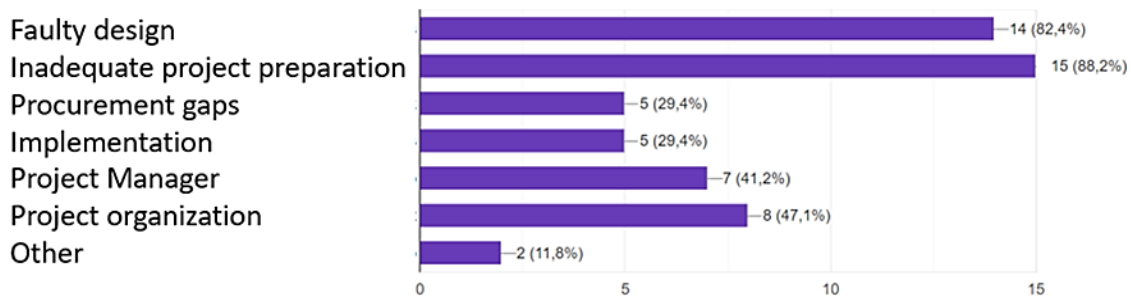


**Figure 4: Questionnaire statement (first question)**

Source: edited by myself

*Second question:* “Statistics show that more than 30% of investment projects are delayed, not in line with the original technical content and not within the planned cost. What do you think is the reason for this? Please choose from the following, you can choose more.”

Questionnaire response evaluation: Respondents had more choices and could identify more as a cause, inadequate project preparation was selected in 88.2%, which shows that inadequate preparation is the number one cause of unsuccessful project implementation (Figure 5).



**Figure 5: Questionnaire statement (second question)**

Source: edited by myself

#### 4. Recommendations and Discussion

The proper design of the project preparation process and its integration into the company's operational process can facilitate the successful implementation of projects. The preparation process described in the study is an example, but companies dealing with project implementation must develop the appropriate process description for their own profile. Adequate preparation of the project facilitates the successful implementation of the project, but inadequate preparation can lead to the unsuccessful implementation of the project. The projects have different technical content and different investment values, so the project managers had to face different challenges. A separate organization must be created for the preparation of the projects, thus promoting the proper preparation of the projects. The purpose of the study was to demonstrate the importance of project preparation, which was confirmed by the obtained results. Based on the results of my research, it has been proven that there is a significant effect between inadequate preparation and a failed project. Appropriate preparation must be applied to the project to be implemented, either with the help of an existing organization or a separate organization.

## Bibliography

- Görög, M. (2001). *Bevezetés a projektmenedzsmentbe*. Aula Kiadó, Budapest.
- Görög, M. (2003). *A projektvezetés mestersége*. Aula Kiadó, Budapest.
- Henczi, L. & Murvai, L. (2012). *Projekttervezés és projektmenedzsment*. Saldo Kiadó, Budapest.
- Jensen, A., Thuesen, C. & Geraldi, J. (2016). The projectification of everything: Projects as a human condition. *Project Management Journal*, 47(3), 21–34. <https://doi.org/10.1177/875697281604700303>
- Kendra, K. & Taplin, L. J. (2004). Project Success: A Cultural Framework. *Project Management Journal*, 35(1), 30–45. <https://doi.org/10.1177/875697280403500104>
- Koong, K. S. & Liu, L. C. (2006). A Study of Project Management Job Descriptions. In *The Proceedings of ISECON 2006, (23) Dallas: §3123* (pp. 1–6).
- Lockyer, K. & Gordon, J. (2000). *Projektmenedzsment és hálós tervezési technikák*. Kossuth Kiadó, Budapest.
- Packendorff, J. (1994). Temporary Organizing: Integrating Theory and Project Management. In Lundin, R. A. & Packendorff, J. (Eds.), *Proceedings of the IRNOP Conference on Temporary Organizations and Project Management, March 22-25, Lycksele, Sweden* (pp. 22–25).
- Papp, O. (2002). *Projektmenedzsment a gyakorlatban*. LSI Oktatóközpont, Budapest.
- PMI (2013). *A Guide to the Project Management Body of Knowledge. (PMBOK® Guide) – Fifth Edition*. Project Management Institute.
- PMI (2017). *Project management Job Growth and Talent Gap 2017–2027*. Project Management Institute. <https://www.pmi.org/-/media/pmi/documents/public/pdf/learning/job-growth-report.pdf> (Last accessed on 11 March 2020.)
- Vörös, M. L. (2004). *Versenyképes projektek és pályázatok*. Tri-Mester, Tatabánya.
- World Bank (2008). *Little Data Book*. International Bank for Reconstruction and Development/The World Bank, Development Data Group, Washington.

## **The Relativity between Sustainable Management and Turnaround Management: Evidences and Suggestions for the Hungarian Agricultural Sector<sup>1</sup>**

**Zsuzsanna VARGA<sup>2</sup>**

Turnaround Executive MBA, Business Developer-Strategist, Head of Central and Eastern European Operations, VOE Member  
*Interstuhl Büromöbel Ltd. - Hungary*

**Dr. habil. Etelka KATITS PhD<sup>3</sup>**

Research Fellow, Vice Dean, Financial Turnaround Expert, VOE Member  
*University of Pannonia, University Center of Zalaegerszeg - Hungary*

**Dr. Éva SZALKA PhD<sup>4</sup>**

Associate Professor, Dean  
*Széchenyi István University, Faculty of Agriculture- and Food Science, Department of Agricultural Economics and Rural Development - Hungary*

**Dr. Ildikó PALÁNYI PhD<sup>5</sup>**

Associate Professor, Dean, Head of Department  
*University of Pannonia, University Center of Zalaegerszeg, Department of Logistics and Management Informatics - Hungary*

**Katinka MAGYARI<sup>6</sup>**

Turnaround Executive MBA, Economic Advisor, Interim Manager  
*Magyari-Audit Ltd. - Hungary*

### **Abstract**

The business practice of recent years could not do without the application of change and turnaround management, as well as the incorporation of sustainability principles into the management of companies. The goal is to examine the implementation of the EU directive, according to which companies can create long-term, sustainable values instead of short-term benefits. We are examining the possibilities and driving forces for making this a reality in the Hungarian agricultural sector. Our research questions: Why and how can corporate sustainable management, growth and value creation build on each other in practice? What are the necessary corporate quantitative and qualitative frameworks in today's uncertain world? Why and how are corporate turnaround management and sustainability related? Does sustainable reorganization management technique exist in the Hungarian agricultural sector at all? Based on the results obtained from comparative financial and economic analysis of cases and benchmarks, we carry out sensitivity tests, which can even serve to replan the work of the decision-makers.

*Keywords:* top Hungarian agricultural companies, benchmark, turnaround management model, sustainable management and growth

*JEL Codes:* Q01, Q12, Q14

---

<sup>1</sup> This research was supported by the project nr. 2019-1.2.1-EGYETEMI-ÖKO-2019-0005.

<sup>2</sup> zsvarga1974@gmail.com

<sup>3</sup> katits.etelka@zek.uni-pannon.hu

<sup>4</sup> szalka.eva@sze.hu

<sup>5</sup> palanyi.ildiko@zek.uni-pannon.hu

<sup>6</sup> magyariaudit@gmail.com



## 1. Introduction and objectives

In practice, the sustainable vision of the 1987 Brundtland report can only be realized in harmony with environmental, social and economic interests. It is a kind of “development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs”.<sup>7</sup> So we have to realize that for example economic growth alone, is not enough to solve the world’s problems, but there is a mutual relationship between the aspects of any measure. In September 2015, at the UN summit in New York, 193 countries with one voice voted for the agenda “transforming our world: the program for sustainable development until 2030”<sup>8</sup>. The Agenda 2030 program defined 17 sustainable development goals (*Sustainable Development Goals=SDG*)<sup>9</sup> in order to eliminate poverty, protect the planet, ensure the protection of human rights and provide prosperity for all. The adoption of this represents a historical paradigm shift, because the program treats economic, social and environmental inequalities in a universal and integrated way, reflects the European values of social justice, democratic governance and the social market economy, as well as aspects of environmental protection.

The implementation of Agenda 2030 requires sustainable national economies, the cornerstones of it the companies which lay the foundation for the achievement of goals in their management, growth and finances, as they adapt their business strategies to global priorities. Cost- and energy-efficient operation, the circular economy model, the incorporation of sustainability goals into the operation, and the long-term retention of the trust of customers and partners provide the strategy that is already a requirement today in order to become and remain among competitive companies.

The incorporation of sustainability principles into corporate management cannot do without the use of change and turnaround management so that companies can create long-term, sustainable values instead of short-term benefits. We are examining the possibilities and driving forces for making this a reality in the Hungarian agricultural sector, which also means the implementation of an EU directive. In order to do this, we examine the interplay of corporate sustainable management, growth and value creation in practice, which requires corporate quantitative and qualitative frameworks in today’s uncertain world. We present how corporate turnover management and sustainability are connected. Finally, we also examine whether the sustainable reorganization management technique exists in the Hungarian agricultural sector. The research method is case and benchmark comparative financial and economic analysis. Based on the obtained results and assumptions, we carried out sensitivity tests, which can also serve to re-plan the work of decision-makers.

## 2. Introduction of the topic, presentation and evaluation of the relevant literature

In recent years, there has been considerable debate in business, academic and popular press about corporate sustainability. This term is often used synonymously with other terms such as “sustainable development” and “corporate social responsibility”. We perceive corporate sustainability as a new and developing corporate governance paradigm. The term “paradigm” is used deliberately, as corporate sustainability is an alternative to the traditional growth and profit maximization model. The principle of corporate sustainability also recognizes that corporate growth and profitability are important, it also requires the company to achieve social goals, especially those related to sustainable development: environmental protection, social justice


---

<sup>7</sup> <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf>

<sup>8</sup> <https://sustainabledevelopment.un.org/post2015/transformingourworld>

<sup>9</sup> <https://www.un.org/sustainabledevelopment/news/communications-material/>

and equity, and economic development. The concept of corporate sustainability borrows elements from four other concepts: 1. sustainable development; 2. corporate social responsibility; 3. stakeholder theory; 4. corporate accountability theory (Figure 1).

Discipline	Underlying Concept	Contribution to Corporate Sustainability
Economics Ecology Social Justice	<i>Sustainable Development (SD)</i>	Boundaries of the subject matter and description of a common societal goal
Moral Philosophy	<i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	Ethical arguments as to why corporations should work towards sustainability goals
Strategic Management	<i>Stakeholder Theory (ST)</i>	Business arguments as to why corporations should work towards sustainability goals
Business Law	<i>Corporate Accountability Theory (CAT)</i>	Ethical arguments as to why companies should report on sustainability performance
 <b>C O R P O R A T E                      S U S T A I N A B I L I T Y</b>		

**Figure 1: Connections of corporate sustainability**

Source: Own editing on the basis of Bansal and Song (2017); Carroll (1977); Freeman (1884)

*Sustainable Development (SD)* is a broad, dialectical concept that balances economic growth with environmental protection and social equity. The term was first popularized in 1987, in *Our Common Future*, a book published by the *World Commission for Environment and Development (WCED)*<sup>10</sup>. The WCED described SD as development that met the needs of present generations without compromising the ability of future generations to meet their needs. In other words: The process of change in which the utilization of resources, the direction of investment, the direction of technological development, and institutional change are all aligned and enhance both present and future opportunities to meet humanity’s needs and aspirations.

According to Hart (1995), a sustainable development strategy is realized when efforts are made to break the negative relationships between the environment and economic activity. SD is a broad concept as it combines economics, social justice, environmental science and management, business management, politics and law. It is a dialectical concept in the sense that it is similarly related to justice, democracy, fairness and other important social concepts.

The industry’s response to the WCED’s call came in stages. How can SD be implemented in practice? The first serious sign of support came from the International Chamber of Commerce when it issued its *Business Charter for Sustainable Development* in 1990<sup>11</sup>. This was followed in 1992 by the book *Changing Course*, by Stephen Schmidheiny and the Business Council for Sustainable Development (now the World Business Council for Sustainable Development). Both publications focused on the role of companies in sustainable development. The authors argued that supporting SD is an economic as well as an environmental and social need. Since then, many business leaders and companies have come forward to express their support for SD principles.

SD contributes to corporate sustainability in two ways: 1. It helps define the areas on which companies should focus: environmental, social and economic performance. 2. It provides a common social goal for companies, governments and civil society for ecological, social and economic sustainability. However, SD alone does not provide adequate arguments for why companies should care about these issues. These arguments come from CSR from ST.

<sup>10</sup> <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf>

<sup>11</sup> [https://training.iticilo.org/actrav\\_cdrom1/english/global/guide/iccch.htm](https://training.iticilo.org/actrav_cdrom1/english/global/guide/iccch.htm)

*Corporate Social Responsibility (CSR)* is a broad and dialectical concept, similar to SD. In the most general sense, CSR deals with the role of business in society. Its basic premise is that corporate managers have an ethical duty to take society's needs into account and not only to act in the interest of the owners or their own interests. In the case of CSR, the question is not whether corporate managers have an obligation to take society's needs into account, but to what extent they should take them into account.

As a concept, CSR has been around much longer than SD or the other concepts discussed in this work. The history of CSR begins in ancient Greece, when governing bodies defined rules of conduct for businessmen and traders. The modern era of CSR begins in 1953, when Howard Bowen's book *Social Responsibilities of the Businessman* was published. In the first few decades after 1953, the main theme of these writings was whether corporate managers have an ethical responsibility to consider the needs of society (Carroll, 1977). By 1980, there was general agreement that corporate managers had an ethical responsibility, and the focus shifted to how CSR was implemented in practice.

According to Bansal and Song (2017), CSR and sustainability address the relationship between business and society. However, the two research areas were closely intertwined and blurred, so that nowadays researchers from the two research areas talk about the same business risks and opportunities.

CSR contributes to corporate sustainability by providing ethical arguments for why corporate leaders should work for SD: If society at large believes that SD is a worthwhile goal, then companies have an ethical obligation to help society achieve it to move in the direction.

*Stakeholder Theory (ST)* is a relatively modern concept. It was first popularized by Freeman in his 1984 book *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Freeman (1984, p. 8) defined the stakeholder as "... any group or individual who can influence the achievement of the organization's goals, or be affected by them..." The basic premise of ST is that the stronger the stakeholder's relationships with other external parties, the easier it is to fulfill your corporate business goals; the worse the relations, the more difficult it will be. Strong relationships with stakeholders are based on trust, respect and cooperation. Unlike CSR, which is mainly a philosophical concept, ST was originally, and still is, primarily a strategic management concept. ST aims to help companies strengthen their relationship with external groups in order to develop a competitive advantage.

*Corporate Accountability Theory (CAT)* is the legal or ethical responsibility to account for the activities for which we are responsible. CAT differs from CSR in that, in the latter, one must act in a certain way, while in CAT, a given person is required to explain, justify or report on their actions.

There are many accountability relationships in the corporate world, but in the context of this work, the relationship between company management and owners is essential. This relationship is based on agency theory, where corporate management is the 'agent' and the owner/shareholder is the 'principal' (Jensen & Meckling, 1976). The agent is also responsible for the principal's use of the capital and the return on the investment.

CAT's contribution to corporate sustainability is that it helps define the nature of the relationship between corporate leaders and the rest of society. It also sets out the arguments for why companies should report on their environmental, social and economic performance, not just their financial performance. John Elkington, founder and head of British consultancy SustainAbility, calls this type of accounting for environmental, social and economic performance a 'triple bottom line' report<sup>12</sup>.

Currently, not all companies subscribe to the principles of corporate sustainability, and it is unlikely that all will - at least not voluntarily. However, a significant number of companies

---

<sup>12</sup> <https://sustainablebrands.com/is/john-elkington>

have made a public commitment to environmental protection, social justice and fairness, and economic development. Their number is constantly increasing. This trend is strengthened by the fact that owners/shareholders and other stakeholders support and reward companies that conduct their activities in the spirit of sustainability.

The basic mission of a given economic unit is value creation. A successful company is characterized by creating products or services that customers find useful and want to buy, while controlling operating costs and managing risks and uncertainties. Embedded in the growing globalized and competitive business environment, businesses face challenges that go beyond classical financial and market indicators: companies need a new way of thinking, or at least a new way of analyzing treatment options, in which take into account both quantitative standards and qualitative focus points.

In order to maintain profitability, companies must anticipate future trends and risks, both internal (in terms of operational management) and external (in terms of market, regulatory and technological developments). This is what sustainable competitiveness is all about. Sustainable management means the integration of all “non-financial” factors that have an indirect financial impact. Sustainable management is not a revolution – it is a natural evolution of management approach and paradigms in an increasingly complex business environment.

The crisis caused by the appearance of Covid-19 highlighted the weaknesses of economies and companies, the effects of the epidemic intertwined with the environmental, social and economic challenges and reinforced each other. The virus was not the cause, but the catalyst for the need for changes, because in addition to the additional danger of this, the challenges of climate change also forced the urgent and longer-term changes necessary for survival in companies.

Corporate sustainability focuses on creating long-term owner interest relevance (Constantin, 2014) taking into account opportunities. Sustainability is the ability of a business to move forward in the long term (Nicolăescu, 2014) through high-quality operations and management (Darabaris, 2008). According to Soppe (2009), Johnsen (2003) and Peylo (2012), sustainable corporate finance is related to socially responsible investments aimed at achieving higher environmental and social performance while realizing additional revenues for financial sustainability. Hueriga and Rodríguez-Monroy (2019) argued that sustainable corporate finance and finance help economies to balance even with the use of excess debt. According to Sertsios (2020), companies have internal financing advantages in markets that integrate sustainability factors, which promote sustainable long-term cash flows.

Siegrist et al. (2020) integrated a conceptual sustainable enterprise financing framework with risk management, intangible assets and cost reduction through appropriate resource utilization and revenue improvement. Banerji and Fang (2020) and Sertsios (2020) combined corporate finance, industrial organization and corporate economics to emphasize the sustainable development of market competition, buyer-supplier integration, ownership structures and organizational forms, and the interactions of financial policies. Although sustainable corporate financing has been studied in the literature, there is a lack of methods that make up the financial practices of companies (Chan et al., 2019).

The goal and realization of sustainability involves prolonging the return on investments and reorganization projects, but they can lead to increased profitability after the initial investments are put into operation. Companies that integrate sustainability into their business strategy and decision-making process can improve their long-term efficiency, increase shareholder wealth and corporate value (Portillo-Tarragona et al., 2018).

In their study, Wajszczuk and Polowczyk (2019) present the impact of reorganization efforts on increasing the sustainability of the Polish sugar beet supply process. As a result of the implemented solutions, farmers spend less on beet transport. The professionalization of transport also contributed to the reduction of the logistics expenses of farmers related to sugar

beet cultivation and transport. During the examined period, as a result of the reorganization of beet supply to sugar refiners, the CO<sub>2</sub> emission rate decreased by 36%.

### 3. The material and the applied methods

In our study, we use a quantitative technique, which is the self-developed financial diagnostic and value creation expert system FINel (Katits, 2019, 2021b). This complex system is suitable to perform an adjusted analysis for the phases of company operation - original and derivative establishment, growth and crisis stages, according to the modules presented in *Figure 2* together and independently.

Life cycles identification; Research on signs and causes	Operative controlling	Strategic controlling	Benchmark	Turnaround controlling	EWS-creating	Value drivers; SV calculation
↖	↖	↑	↑	↑	↗	↗
<b>Basic module for financial analysis and diagnosis</b> „Our business should be profitable while it is liquidity, not in debt, has a perspective operations and efficient asset management.”						

**Figure 2: Content of the FINel finance diagnostic and value creation expert system**

Source: Own editing

For our analysis, we use the *Agrárgazdasági Kutatóintézet* (AKI) database, which includes only double-entry bookkeeping companies, and which carried out agricultural activities within the national economic branch “A” of the TEÁOR (*Uniform Sectoral Classification System of Activities*)<sup>13</sup> in the reporting period between 2018-2020. The data used in the analysis is based on the database of corporate tax returns of the NAV, which only includes the data of companies operating at the end of the year, preparing tax returns and submitting them without errors by May 31 of the following year. *Table 1* shows that the number of examined Hungarian double-entry agricultural companies decreased by 8 in 2019 and by 6.5% in 2020 compared to the 2018 business year. 2/3 of the examined sample are profitable companies, and the ratio did not change even in the first year of the corona epidemic. Examining the companies according to the form of management, we can conclude that compared to 2018, Ltd-s remained at 74-76% and the share of Co-s is 3%, however, the share of limited partnerships has doubled, while the share of cooperatives has dropped by more than half. Examining according to company size, we can see that the proportion of micro-enterprises in the examined sample is around 80%. Despite the decrease in the number of companies, the ratios according to company size did not change even in 2020. From this, it can be concluded about the stability of income generation.

<sup>13</sup> In what follows, we use the name AKI-SAMPLE.

**Table 1: The trend in the number of agricultural companies with double-entry bookkeeping in Hungary according to the level of profit, the form of management and the size of the company between 2018-2020 (piece)**

Designation	2018	2019	2020
<b>By level of profit</b>			
<i>Profitable</i>	5 903	5 610	5 705
<i>Loss-making</i>	2 756	2 442	2 386
<i>Break-even</i>	443	337	419
<i>Total</i>	9 101	8 389	8 510
<b>By form of business</b>			
<i>Ltd</i>	6 750	6 309	6 485
<i>Co</i>	300	289	268
<i>Cooperative</i>	318	472	437
<i>Unlimited liability partnership</i>	1 165	1 007	978
<i>Nonprofit organisation</i>	67	55	52
<i>Other</i>	501	257	290
<i>Total</i>	9 101	8 389	8 510
<b>By size of company</b>			
<i>Micro-enterprise</i>	7 609	6 981	7 181
<i>Small business</i>	1 181	1 102	1 027
<i>Medium enterprise</i>	233	229	221
<i>Big company</i>	12	13	14
<i>Other business</i>	66	64	67
<i>Total</i>	9 101	8 389	8 510

Source: AKI (2018, 2019, 2020)

In the empirical part of our work, we examine the management of 5 agricultural companies in the Hungarian top 500 based on net sales revenue. We also worked with statements downloaded from [www.e-beszamolok.hu](http://www.e-beszamolok.hu) and [www.ceginform.hu](http://www.ceginform.hu), as well as information read on the companies' websites. *Table 2* shows the change in the ranking of the 5 investigated companies between 2018 and 2020. The biggest ranking changes in the ranking are shown by N and G, which are more at the back of the top 500 ranking. It is well known in public, that HT and BC participated in the *Growth Bond Program* (GBP) and A committed to CSR.

**Table 2: Changes in the ranking of selected agricultural companies between 2018 and 2020**

Designation	2018	2019	2020
<b>HT</b> – Livestock breeding (GBP)	90	112	109
<b>BC</b> – Poultry farming (GBP)	161	132	115
<b>N</b> – Pig and poultry farming, egg production	410	346	344
<b>A</b> – Commercial food production, feeding, premix production (CSR)	362	352	345
<b>G</b> – Poultry farming and processing	450	453	385

Source: Own editing based on *Heti Világgazdaság* 2018, 2019 and 2021 november issues

FINel is suitable for performing an analysis adapted to the phases of the company's operation along the logic of lifecycles, but the modules can also be used independently. In this work, we will apply the two modules of FINel – signal and cause research, and one part of financial controlling systems adapted to company lifecycles, the turnaround controlling method – by including information from financial and management accounting. *Table 3* shows the classification categories by the FINel financial expert system.

**Table 3: The color scale and markings used for rating companies in the FINel financial expert system**

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	
<b>critic</b>	<b>bad</b>	<b>unfavorable</b>	<b>acceptabel</b>	<b>favorable</b>	<b>good</b>	<b>excellent</b>	
↓↓↓	↓↓	↓	→	↑	↑↑	↑↑↑	⚡
<b>strongly decreasing</b>	<b>very decreasing</b>	<b>decreasing</b>	<b>stabile</b>	<b>increasing</b>	<b>very growing</b>	<b>strongly growing</b>	<b>hectic</b>

Source: Own editing

The results of the calculations for the selected period 2018-2020 are evaluated on a scale from 1 to 7, and for the sake of illustration, they are marked with different colors: red is the most unfavorable, two shades of orange are bad and unfavorable, yellow is acceptable, while the three green means favorable ratings including excellent value. We also indicate the trend of the obtained value during the examined period, i. e. decreasing, stagnant, increasing, possibly hectic. We distinguish 3 levels of strength of increase and decrease, indicated by the increasing number of arrows. Thus, a total of 8 possible trends can be distinguished and outlined. With all of this, it is possible to recognize and illustrate not only the strong and weak points of management, but also the identification of the given operational phase and the early warning signs of a developing crisis, as well as the impact of decisions for a successful turnaround, for which it also provides the appropriate decision-making information.

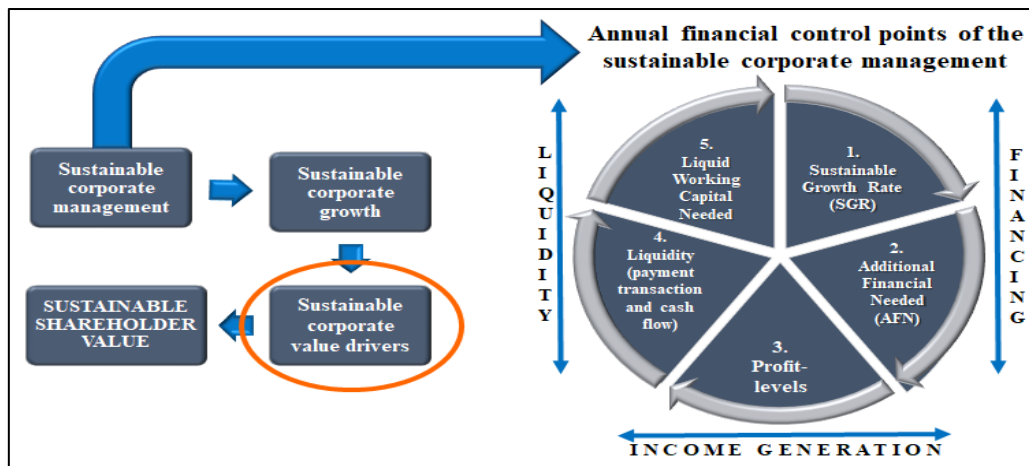
**4. Discussion of the topic/Research results**

Here we answer how corporate sustainable management, growth and value creation build on each other in practice; what corporate quantitative and qualitative frameworks are required for this; how corporate turnaround management and sustainability are related; does the sustainable reorganization management technique exist in the Hungarian agricultural sector? Based on the obtained results and knowing the assumptions, we perform sensitivity tests, which even serve to re-plan the work of the decision-makers.

**4.1. The connections between corporate sustainable and turnaround management, growth and value creation in practice**

Sustainable management is necessary because it is an important part of successfully maintaining the quality of life on our planet. Sustainable management can be applied in all areas of our lives.

During the corona epidemic, the management of companies, which required turnaround management in a real crisis, the choice of the chosen technique and strategy was related to recovery and success. The *turnaround* success was synonymous with the continuous increase of the company’s activity, the building of new success potentials, which already means the phase of reorganization and setting it on a growth path (Katits, 2021a). Since sustainability is the driving force of growth and value, it can be an acceptable and reasonable objective even during the growth trajectory. How to manage sustainably, how to grow sustainably, and what value drivers drive sustainable shareholder value? All of this leads to the calculation of sustainable shareholder value (Figure 3).



**Figure 3: On the growth path in the name of sustainability**

Source: Own editing

The right side of *Figure-3* highlights an application. The control points were created taking into account sustainable growth-financing-income production-liquidity. How? By comparing the *Sustainable Growth Rate* (SGR) and the *Additional Financial Needed* (AFN), we can make a decision on the financing structure and method, and based on this, we can derive the income levels (operating, net and pure profit). Sustainable management requires a regular and smooth circulation of cash and cash flow in order to fulfill debts on time and to finance activities, thus. Thus, we recommend preparing the liquidity plan and its control from the point of view of cash flow and operating cash flow. If you want to keep the company's sustainable management under monthly control, then the monthly balance of the liquidity plan is contrasted with the working capital requirement, and if it is also available in the form of cash, then the operation is sustainable.

We take the difference between the closing and opening equity value (using the weighted average cost of capital for discounting in the case of mixed financing achieved/calculated with cash flow based on the capital structure created with the chosen/planned additional funding requirement and SGR growth rate in the given business year. If there is Debt in the capital structure, then the size of the Debt and the weighted average rate of return of the owners are deducted from this capital value for discounting, and the *Shareholder Value* (SV) is obtained. If the SV taken at both the closing and opening times are the same, the company's long-term profitability, i. e. its source of income and ability to pay taxes, is ensured. We consider the profit to be an amount that can be permanently withdrawn from the business if we have previously implemented the investment and financing measures that will ensure the current cash flow in the future. Therefore, we derive the current year's profit from the amount expected in the future (ex ante measure), which we discount to the closing date of the business years. Do not forget that the closing SV is the opening SV of the next business year. We cannot perform such a calculation based on expected cash flow in the future with the items on the balance sheet. We consider this calculation as a tool for the decisions made by the company's management regarding the "three pillars" for the future.

The final result of this calculation shows how much can be paid out as a dividend – in order to maintain sustainable operations. By sustainable operation, we do not mean the maintenance of the condition of certain assets, but rather the preservation of the dynamically sustainable SV calculated every year. In the event that the ex ante profit (extractable amount of money) exceeds the after-tax profit and it is paid in full, it is no longer possible to preserve the equity according to the balance sheet. Especially nowadays, in times of rising prices, the profit after tax exceeds the amount of profit that can be extracted to preserve the capital value.



SV is formed through investor satisfaction. In our proposal for a sustainable company, the core value is not economic growth, but sustainability, which ensures that the company is kept on a growth path. For this reason, the ultimate goal is to create value for the owners of the company and society as a whole in a persistent and sustainable manner, for which a logically thought-out guide is an aid in management work.

The financial and economic difficulties, the scale of the problems, and the way in which they are solved in time, as answers, depend on the crisis period determined by the weak and strong signals of the companies. The fewer weak signs of the company's management, the further away it is from the stage of a full-blown crisis, but the recognition and appropriate management of errors or problems occurring in the stage of a latent crisis already helps to ensure that new weak, but above all, strong signs do not arise. The more weak and strong signals there are, the greater the probability of a full-blown crisis. A company whose operation has significant weak and strong signals, then begins to decrease and disappear, can be considered a recovering company that has undergone successful turnaround management. So the signal typology makes the turnaround situation recognizable and identifiable, and thus the crisis phase in which the further decline must be stopped. (*Table 4* shows the signs/symptoms and problems/causes of the management of the examined sample, as well as their identification and, in parentheses, which agricultural company was identified.)

According to *Table 5*, the strong signal in the period between 2018-2020 is the level and extent of solvency and long-term debt. We emphasize here that these are warning signs, i. e. the excellent liquidity position of 2018 can change significantly and in an unfavorable direction in 1-2 years, so it draws attention in time (in the case of A company). Decline and the deepening of the crisis are indicated by the fact that it is in an unfavorable starting position, in our case the 2018 business year (in the case of company G), and this situation therefore makes sense as a strong signal. The weak signals, i. e. 3 rating values, are found in the income generating capacity for all 5 companies. The signs/symptoms refer to the stage of the company's life, i. e. if the company is faced with both strong and weak signs, it can identify the latent crisis in time, and as the number of signs increases, it may become a full-blown crisis and even go into bankruptcy. In our case, there is no mention of the latter, but these are definitely attention-grabbing and early signs. At first glance, *Table 5*, i. e. the results table of turnaround controlling, gives a very varied and colorful picture. The greener the board, the more favorable the situation of the examined company or sector. If more and more yellow-orange colors and even red dominate, then we can identify the advanced stage of a real crisis.

Based on *Table 5-6*, our findings are as follows: In the case of the AKI-SAMPLE, we observed 20 positive changes in the year 2020, in contrast to one negative change – the decrease in the efficiency of the committed capital. Most of the unfavorable ratings of the 5 examined companies were in the basic management area, income generation and evaluation with efficiency rates; The given rating and the green and red colors of the given directions are clear information about where the warning signs are and where the problems are multiplying. In addition, the growth rate of sales and the hectic change of rates of *return on...* type indicate company risks such as sales, operational, financing and investment risk; The success of the companies is confirmed by changes in a positive direction, mostly marked with green. The evolution of the calculated values of AKI-SAMPLE is very favorable, therefore compliance with FINel's financial analysis logic is valid: „Our business should be profitable while it is liquidity, not in debt, has a perspective operations and efficient asset management.” (Katits, 2019, 2021b). The changes in the negative direction marked in red, which we identified in the case of the 5 examined companies in *Table 4* rows, draw attention to intervention and improvement; The unfavorable rating and/or the number of the arrow on the red background draw attention to the weak points in order to avoid/emergence of the latent crisis as a preventive method and proactive action.

**Table 4: Identified turnaround signal and reason typologies of agricultural companies**

<b>Strong signals of crisis</b>		
<b>The place of origin</b>	<b>Recognition</b>	<b>Proof</b>
<i>Accounting</i>	- The company cannot meet its current debts in time and amount.	Liquidity Degrees (GB)
	- The debt stock exceeds the company's assets.	Debt rate; Tcapital Structure (BC, A)
	- Rising or sudden spikes in interest payments and debt repayments.	EBIT/EBT; Debt Repayment Ratio (G)
	- There are more and more corporate assets that are collateral for loans and credits.	(BC, A)
<b>Weak signals of latente crisis</b>		
<i>General corporate area</i>	- Undercapitalization	Equity/Total Souces (HT, BC, G)
	- Low corporate profitability	Ability to generate income (HT, BC, A, G)
<i>Operational area</i>	- Investment without increasing production/sales/service provision.	Sales/Assets; Sales Growth Rate (BC, N)
	- High fixed operational costs.	Cost Level Ratio; Critical Sales (BC, N, A, G)
	- The volume of sales fluctuates and it is variable.	Critical Sales; Sales Growth Rate; Days Sales Outstanding (BC, N, A, G)
	- An increase in delivery times without an increase in sales.	Trade Payable Days (G)
<b>Financial Reasons/Problems</b>		
<i>Due to ability to pay</i>	- Deterioration of customer payment morale.	Days Sales Outstanding (HT, BC, A)
	- Inadequate monitoring of liquidity and cash management.	Liquidity Degrees (HT, G)
<i>Due to change in sales</i>	- Sudden decrease and/or variability of export and domestic demand, dependence on the customer base.	Sales Growth Rate given IGR and SGR growth rate (BC, N, A, G)
<i>Due to increase in operational and financial costs</i>	- Changes in producer, purchasing and selling prices.	Liquidity Degrees (HT, G)
	- Oversized or low inventory.	Days Inventory Held (HT, BC)
	- Insufficient, decreasing or low level of internal financing.	Internal Growth Rate (BC, A)
	- The coordination of debts-receivables-inventories-operational processes with the tools for the security of payment transaction and cash flow is inaccurate.	Trade Payable Days; Working Capital; Days Inventory Held; Days Sales Outstanding; Duration Indicator (HT, BC)

Source: Own editing by Katits (2017, 2021a, 2021b) and www.kenf.hu

**Table 5: Turnaround controlling scoreboard taken from the FINel financial expert system (detail, with 27 calculated values) for the examined company sample between 2018 and 2020**

Designation		AKI-SAMPLE		HT		BC		N		A		G	
		Rating	Direction of Change	Rating	Direction of Change	Rating	Direction of Change	Rating	Direction of Change	Rating	Direction of Change	Rating	Direction of Change
Ability to generate income	NSR %	5	↑	3	↑	6	↗	4	↗	4	↗	6	↗
	Operational Profit Margin	5	↑	3	↑	5	↓	4	↗	4	↓	3	↑
	Net Profit Margin	5	↑	3	↓	5	↓	4	↗	4	↓	3	↑
	OC/NSR	5	↓	3	→	3	↑	4	↗	4	↑	3	→
	OC/EBIT	5	↓	2	↓	3	↑	4	↗	3	↑	3	↓
	Critical NSR (profit based)	6	→	5	↓	3	↑	3	↑	5	→	4	↑
	Critical NSR (cash based)	6	→	5	↓	3	↑	3	↑	5	→	4	↑
Financial processes	Working Capital	4	↑	4	↑	4	↑	4	↑	4	↓	4	↓
	Liquidity I.	7	↑	3	↓	7	↑	7	↑	7	↓	3	↑
	Liquidity II.	7	↑	7	→	7	↑	7	↑	7	↓	4	↑
	Liquidity III.	7	↑	4	↑	7	↑	7	↑	7	↓	3	↓
	Equity/Total Assets	6	→	3	↑	3	↓	6	↓	4	↓↓	3	↑
	Equity/Debt	6	↓	4	↑	6	↑	5	↑	5	↑↑	6	↑
	NSR/Total Assets	3	→	6	↓	3	↓	3	→	5	↑	5	→
	NSR/Investments	3	↓	7	↑	4	↓	6	→	7	↓	5	→
	Days Inventory Held	3	↓	6	↑	4	↑	6	↓	6	↓	6	↓
	Days Sales Outstanding	3	↓	6	↑	4	↑	6	↓	3	↑	6	→
	Trade Payable Days	6	↓	6	↑	5	↓	5	→	4	↓	3	↑
	Duration Indicator	6	↑	5	↑	5	↑	5	→	5	↓	4	↑
	ROA	4	↑	4	↗	4	↓↓	4	↗	4	↓	3	↑
	ROE	4	↑	4	↗	4	↓	4	↗	5	↑	3	↑
	ROI	4	↑	4	↗	4	↓	4	↗	5	↓	3	↑
	Internal GR	5	↑	4	↑	5	↓	5	↑	5	↓	3	↑
	Sustainabel GR	5	↑	5	↑	5	↓	5	↑	5	↑	3	↑
Asset and so- urce	Total Assets/Equity	4	→	3	↓	5	↑	6	→	6	↑↑	4	↑
	Debt/Equity (<=1)	3	↑	7	↓	7	↑	6	↓	6	↑↑	5	↑
	(Equity+Debt)/Investments	7	→	7	↑	6	↑	6	↑	7	↓	7	→

Source: Editing based on own calculations by Katits (2019, p. 25.)

**Table 6: Aggregate evaluation of the turnaround controlling scoreboard (detail) taken from the FINel financial expert system for the examined company sample between 2018 and 2020**

Designation	AKI-SAMPLE		HT		BC		N		A		G	
	Frequency of Rating	Direction of Change	Frequency of Rating	Direction of Change	Frequency of Rating	Direction of Change	Frequency of Rating	Direction of Change	Frequency of Rating	Direction of Change	Frequency of Rating	Direction of Change
<i>Positive Change</i>		20		14		7		10		7		14
<i>Negative Change</i>		1		8		19		4		17		7
<i>Stabile</i>		6		2		0		4		2		5
<i>Hectic</i>		0		3		1		8		1		1
<i>Excellent Rating</i>	4		4		4		3		5		1	
<i>Good Rating</i>	6		4		3		7		3		4	
<i>Favorable Rating</i>	7		4		7		5		9		3	
<i>Acceptable Rating</i>	5		7		7		9		8		6	
<i>Unfavorable Rating</i>	5		7		6		3		2		13	
<i>Bad Rating</i>			1									

Source: Own editing

According to the results obtained in *Table 6*, significant changes occurred in the examined sample between 2018-2020. The green positive changes of the AKI-SAMPLE, which includes double-entry agricultural companies, are the dominant ones and most of them, 20 in number, are right here, compared to the case of 5 companies taken from the top 500. The number of red negative changes is very high for 2 companies, but these two companies do not have the most unfavorable ratings, which indicates that they are conducting very safe management, only the evolution of the obtained values calls attention to caution.

*Table 6* alone illustrates the success and necessity of intervention or turnaround management. The only negative change of AKI-SAMPLE (the efficiency of committed capital decreased from an already low value level), the 6 unchanged ratings, with the exception of one, show a favorable value, which confirms AKI-SAMPLE's stable management and direction on the growth path, and further strengthens the positive number of changes. The 5 top agricultural companies have in common that by improving their income generation capacity and increasing the efficiency of working capital management, they would meet the following criteria: profitable, solvent, not in debt, and conducting efficient asset management.

#### ***4.2. Quantitative and qualitative frameworks of corporate sustainable management, growth and value creation***

Scientists have been investigating the relationship between corporate sustainability and financial performance for more than thirty years. Khan–Serafeim–Yoon (2016) published what appeared to be a major breakthrough in this quest: guidance from the *Sustainability Accounting Standards Board* (SASB) enabled the formation of scales of sustainability measures that robustly predicted stock returns. This publication by Berchicci–King (2022) is interpreted in professional circles as proving a real connection between corporate sustainability and financial performance.

Any variable or factor (resource, activity or condition) that can be influenced, measured, controlled, controlled and affects the value of the enterprise: it reduces risk, increases profitability, and even leads to future growth of profitability and cash flow generation. So, sustainable business activities can have a positive impact on one or more value drivers and thereby increase business value.

Sustainable management means achieving competitive sustainability, which we can control and prove with value drivers, which are also sources of sustainable value creation.

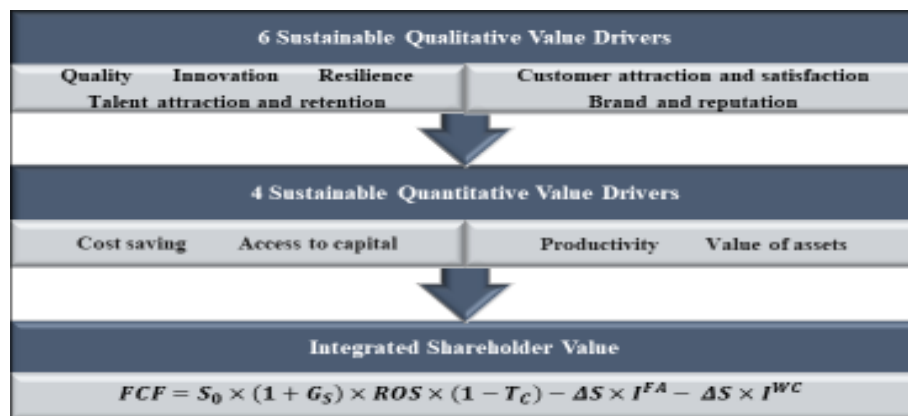
According to Schaltegger and Burrit (2005, p. 188.): "...sustainability management can influence the value drivers of shareholder value, that is, investments in fixed and current assets, profitability, sales revenue, duration of the value..."

In the long term, ESG issues – from climate change to diversity to board effectiveness – have a real and quantifiable financial impact. For companies that manage ESG issues well, they are often a sign of operational excellence. The operations of sustainable companies must be viewed holistically, so the "effect" of ecological and social responsibility must be reflected in the financial processes and results, and for this it is not enough to think traditionally. However, current accounting is not yet prepared for this, and many things do not even appear, for example, neither positive nor negative externalities. On the other hand, savings in the use of environmental resources can be shown numerically.

We emphasize complexity, the modern, innovative and creative approach and action, but we still vote in favor of quantitative methods, because we need reference points and compasses, which help define the trajectory of a company's long-term success by enforcing the principles of sustainability. Businesses today have moved away from only referring to profitability when exploring how they create value for the company and stakeholders. They emphasize aspects of value that go beyond changes in financial resources, but also include non-financial resources such as employees, customers, suppliers, communities, the environment and intangible assets.

Increasingly, the most important aspects of value creation are the company's operation and effects, dependencies (e.g. resources and relationships) and vulnerabilities. Sustainable management means the integration of the main interest groups into the company's strategy and daily operations.

Financial statements provide a partial picture of value creation, showing changes in used assets and liabilities. In the context of corporate sustainability, it also serves to explore and understand business/financial as well as social and environmental measurement possibilities. The value measurement is an indication of the durability of a business over time and the possibilities of its survival. Value measurement and creation is extremely important for stakeholders, as it helps them understand the nature of their relationship/engagement with the company and how it can respond to social and environmental changes/developments by operating according to the new norms.



**Figure 4: Sustainable corporate value drivers in top 5 Hungarian agriculture company**  
Source: Own editing

The symbols in *Figure-4* are explained as follows:  $FCF=Free\ Cash\ Flow$ ;  $S_0=Current\ Sales$ ;  $S_1=Forecasted\ Sales = S_0 \times (1 + G)$ ;  $\Delta S = S_1 - S_0$  or  $S_1 = \Delta S + S_0$ ;  $G_S=Growth\ Rate\ of\ Sales$ ;  $ROS=Return\ on\ Sales$ ;  $T_C = Effective\ Corporate\ Tax\ Rate$ ;  $I^{FA}=Reinvestment\ Rate\ Based\ on\ Incremental\ of\ Sales\ (in\ Fixed\ Assets)$ ;  $I^{WC} =Reinvestment\ Rate\ Based\ on\ Incremental\ of\ Sales\ (in\ Working\ Capital)$ . *Figure 4* shows 6 sustainability qualitative and 4 quantitative value drivers, the contents of which are as follows:

- *Quality*: Focusing on environmental and social (food consumption) impacts resulted in improved quality of products and services, including the rearing of fattening animals and the design and management of related agricultural technologies (environmental standards and maintaining integrity defined as a product, service or device that is future-proof, anticipates market trends, and maintains its relevance to consumers over time).
- *Innovation*: The examined companies assessed the environmental and social impacts resulting from the production and delivery of their products and services, and identified the related new trends and technologies. This has also created new business opportunities and innovative ways of producing and delivering services.
- *Resilience*: Businesses have had to have a high level of resilience to survive in our increasingly volatile, uncertain, complex and ambiguous world. This included mitigating insurance costs and liabilities arising from extreme weather events, as well as mitigating potential increases in production costs due to reduced availability of resources and materials.

- *Talent attraction and retention*: The 5 examined companies showed a positive and integrated approach to the construction of a possible sustainable organization, both internally and externally, so they were more likely to become the employer of choice for both new and existing employees.

- *Customer attraction and satisfaction*: The 5 companies have been able to attract and retain their customers and consumers by responding to the growing demand for products and services that incorporate sustainability into their delivery. In the supply chain up and down, they also helped these customers avoid their own sustainability risks or achieve their own ambitions, thus maintaining long-term cooperation opportunities.

- *Brand and reputation*: Integrating sustainability into business strategy and brand profile improved reputation, with the associated value of helping to attract new customers and talent. Sustainable business and CSR activities improved the brand and reputation, included helping the local community, protecting the environment and developing skills.

- *Cost saving*: The 5 companies, but also the agricultural sector, exist with a significant operational and financial cost base with significant seasonality, and are also exposed to climatic conditions. Related sustainability activities included resource efficiency, waste management and energy efficiency.

- *Access to capital, creditstanding*: A coherent corporate sustainability strategy, sustainability risk assessment and transparent reporting increased the credit standing of companies, improving access to capital and reducing capital costs. 2 companies also participated in GBP, which is one of the benefits of sustainable business activities.

- *Productivity*: At the most basic level, improving the efficiency of energy, water and material use by reducing expenses and saving increased productivity. Within labor productivity, responding to changing labor expectations, new production and transportation methods, and new technologies have increased productivity rates.

- *Value of assets*: Embedding sustainability in line with the needs of investors, customers and stakeholders increased the value of company assets. Assets designed, built and managed in line with the expectations of sustainable business have benefited from increased tenant and investor demand and should suffer less from obsolescence.

More and more responsible companies are realizing how aligning business activities with sustainable practices can bring value. However, it is difficult to properly quantify how this subjective added value contributes to the objective financial value. We believe that we need to be much more sophisticated about the ‘value objectives’ we want to achieve and ensure that these are taken into account at the outset of any business activity to aid decision-making.

#### ***4.3. Sustainable reorganization management techniques in the Hungarian agricultural sector***

Early and timely response to financial difficulties is essential for sustainable corporate restructuring. Choosing and implementing a sustainable reorganization technique is essential for the success of an agricultural company or project that is the subject of reorganization turnaround management and for putting it on a growth path or keeping it on the growth path. Just as there is no single correct method for practicing corporate turnaround management, the same is true for practicing the sustainable reorganization technique. As a result, we present conclusions and guidelines from the examination of the sample of agricultural companies. Before all this, however, the following must be taken into account: The question of sustainability becomes acute and critical when it comes to global competition within a sector. Possible steps to improve the quantitative and qualitative sustainability of the given company must be clearly and unambiguously defined, and they must be analyzed and categorized depending on the stage of the company’s life path. In a systems approach, it is easier to recognize weak and strong signals, identify

problems and deal with them in the most successful way. All of this properly shapes the decision-making process in conjunction with audits, monitoring the development of the company's financial situation.

First, companies must take into account the compliance and corporate governance requirements for waste management, pollution and energy efficiency. Failure to comply with these regulations can result in fines and reputational damage, which can make it difficult to maintain a business.

The management strategy of the reorganization turnaround must be consistent with sustainability. Businesses need to recognize that, contrary to conventional thinking, sustainability is not at odds with competitive advantage and profit. Social, environmental and corporate sustainability is essential for long-term success.

Businesses must quantify the return on sustainability investments in order to monitor and control progress more easily. For example, when managing compliance-based sustainability initiatives, compliance regulations typically outline a predefined framework (integration, IT, risk management, etc.) that helps businesses measure their progress. It is generally more difficult for businesses to independently define a framework for measuring sustainability in order to gain a competitive advantage once basic compliance requirements are met.

Information about the company's sustainability strategy should be shared with owners/shareholders, stakeholders, employees and the surrounding community. Businesses must also indicate where they need improvement and what plans they have to address it. Given company must work with other organizations in the business ecosystem to help develop solutions to larger economic, ecological and social problems.

#### 4.4. Rappaport's value drivers and sensitivity analysis of corporate sustainability, or before-and-after analysis

Value drivers are based on the market situation of business strategies to help isolate and quantify the operating prospects of companies in shareholder value. The shareholder value calculations developer Alfred Rappaport, who in 1983 first published the next 7 corporate value drivers:  $G_S$  growth rate of the net sales revenue, *Return on Sales* (ROS) as measured by operating profit margin, the reinvestment rate based on incremental of sales revenue ( $I^{FA}$ ,  $I^{WC}$ ) the cost of capital,  $T_C$  company effective tax rate and the strategic planning horizon. With the exception of cost of capital and strategic planning horizon in *Table 7*. in the value-creating factors in the case of the HT, BC and A, because it brings us closer to the value creation process understanding. The green color indicates a favorable trend.

**Table 7: Rappaport's value drivers and sensitivity analysis of corporate sustainability, or before-and-after analysis**

Designation	GBP				CSR	
	HT		BC		A	
	Before	After	Before	After	Before	After
$G_S$	-19,2%	2,0%	13,1%	37,5%	-3,5%	3,0%
ROS	1,6%	1,1%	6%	10,7%	4,5%	5,5%
Effective $T_C$	4,4%	6,0%	1,8%	1,0%	11,0%	9,0%
$I^{FA}$	20,0%	-37,0%	16,4%	37,0%	104,0%	132,0%
$I^{WC}$	82,0%	233,0%	50,3%	310,0%	5,7%	9,6%
$\Delta EBIT$ (HUF)		610 692		-645 059		-165 773
$\Delta Sales$ (HUF)		355 921 569		9 718 915		5 292 753
$\Delta Invested Assets$ (HUF)		-34 697 196		3 581 031		189 482
$\Delta Labor Costs$ (HUF)		322 638		205 466		277 014

Sources: Editing based on my own calculation



Here we propose a financial calculation that can be prepared year by year, i. e. dynamic and can be corrected with operating-investment-financing parameters, which is a so-called ensures dynamic financial sustainability.

## 5. Conclusions/Summary

We have demonstrated that it is possible to implement, test and refine metrics that capture sustainable corporate and shareholder value. The business case for sustainability continues to grow, but more research and evidence is needed. The demonstrable link between sustainable business activities and financial value will hopefully convince all companies to integrate sustainability into their business functions.

The suggested management aspects during turnaround management in the spirit of sustainability are the following:

- *“Agent of change”*: We respond to the global challenges and trends affecting our business with a sustainability strategy by offering solutions to society’s main needs.
- *Long-term*: We are aware that sustainability is a long-term commitment that reinforces the principle of economic and financial stability.
- *Ethics*: We require that all relationships with third parties be conducted with ethical behavior, honesty, integrity and transparency.
- *Governance*: Its sustainability efforts are guided and led by the company’s top management.
- *Integrating sustainability*: We understand that sustainability must be present in all areas of business and at all organizational levels of the company, while transmitting this culture to customers, suppliers, partners and other stakeholders.
- *The culture of risk and opportunity management*: Our company encourages the consideration of the results of risk and potential analyzes and assessments when developing strategies and making decisions.
- *Respect for fundamental human rights*: Our company respects and contributes to the protection of internationally recognized fundamental human rights, taking care not to be complicit in any abuse or violation of these rights.
- *Creating value for society*: Our company strives to bring value to the geographical areas where it operates by developing business models that contribute to local social development and improve people’s quality of life.
- *We take care of the environment!* Our company applies a preventive approach in order to reduce the adverse effects of its operation, and acts proactively in all its projects to achieve the highest level of environmental efficiency.
- *Fight against climate change*: The strategic priority of our company is the production of renewable energy, the promotion of energy efficiency, and the mitigation of the harmful effects of climate change.
- *Innovation*: Our company supports innovation as one of the pillars of business development, promoting the search for sustainable solutions at the technological and operational level.
- *Dialogue with stakeholders*: Communication and dialogue are the basis of our company’s relationship with stakeholders in order to learn about their needs and meet their expectations.
- *Transparent communication and accountability*: Our company provides transparent, real and accurate information to its stakeholders.

Since the examined Hungarian agricultural companies have begun to integrate sustainable business practices into their corporate ethos, products and services, it would be useful for the so-called integrated and dynamic value measurement. Instead of a “here and now” attempt to do this, we outline an approach that helps businesses understand what creates value, what leads

to value and how sustainable activities can contribute to these value drivers. This is an introduction and lead to start exploring how investments in society and the environment provide value for individual businesses.

## Bibliography

- Banerji, S. & Fang, D. (2021). Money as a Weapon: Financing a Winner-Take-All Competition. *Journal of Corporate Finance*, 66(C) <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2020.101783>
- Bansal, P. & Song, H.C. (2017). Similar but Not the Same: Differentiating Corporate Sustainability from Corporate Responsibility. *Academy of Management Annals*, 11(1), 105–149. <https://doi.org/10.5465/annals.2015.0095>
- Berchicci, L. & King, A. A. (2022). Corporate Sustainability: A Model Uncertainty Analysis of Materiality. *Journal of Financial Reporting*, 7(2), 43–74. <https://doi.org/10.2308/JFR-2021-022>
- Bowen, H. R. (1953). *Social responsibility of the businessman*. New York: Harper & Row.
- Carroll, A. B. (1977). *Managing Corporate Social Responsibility*. Boston: Little, Brown and Company.
- Chan, K. C., Fung, H. G. & Shen, C. (2019). Effects of Government, Changing Technology and Social Network in Greater China Markets: From Shadow Banking to Corporate Finance: An Introduction. *International Review of Economics & Finance*, 63, 1–3. <https://doi.org/10.1016/j.iref.2019.08.002>
- Constantin, V. D. (2014). The Role of the Health Workforce in the Healthcare System. *American Journal of Medical Research*, (1)2, 38–43.
- Darabaris, J. (2008). *Corporate Environmental Management*. Boca Raton: CRC Press. <https://doi.org/10.1201/9781420055474>
- Freeman, E. R. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman.
- Hart, S. L. (1995). A Natural-Resource-Based View of the Firm. *Academy of Management Review*, 20(4), 986–1014. <https://doi.org/10.2307/258963>
- Heti Világgazdaság, 2018, 2019, és 2021. november 18. szám, HVG Top 500 lista.
- Huerga, A. & Rodríguez-Monroy, C. (2019). Mandatory Convertible Notes as a Sustainable Corporate Finance Instrument. *Sustainability*, 11(3), 897. <https://doi.org/10.3390/su11030897>
- Jensen, M. C. & Meckling, W. H. (1976). Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs, and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305–360. [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(76\)90026-X](https://doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X)
- Johnsen, D. B. (2003): Socially Responsible Investing: A Critical Appraisal. *Journal of Business Ethics*, 43(3), 219–22. <http://dx.doi.org/10.1023/A:1022998232503>
- Katits, E. (2017). *Haladó vállalati (életciklus) pénzügyek – Pénzügyek változ(tat)ások idején*. Soproni Egyetem Kiadó, Sopron.
- Katits, E. (2019). A jelzés- és okkutatás válságban, avagy a pénzügyi turnaround controlling alkalmazása. *Controller Info*, 7(4), 23–28. <http://dx.doi.org/10.24387/CI.2019.4.4>
- Katits, E. (2021a). *Az életciklus-, a turnaround- és a fenntartható vállalati pénzügyek elhatárolása és összekapcsolása – eredmények és kihívások*. In Kovács T. & Szóka K. (szerk.), XV. Soproni Pénzügyi Napok „Fenntartható gazdaság – fenntartható pénzügyek” pénzügyi, adózási és számviteli szakmai és tudományos konferencia - Sopron, 2021. szeptember 29. – október 1. (pp. 178–200). A Soproni Felsőoktatásért Alapítvány, Sopron.
- Katits, E. (2021b). *Fordulatkezelés a győr-moson-sopron megyei KKV mintában, avagy a turnaround pénzügyek aktualitása*. In Farkas Sz. (szerk.), Vállalkozások, kockázatok. Összegyűjtött dolgozatok (pp. 40–65). PMS 2000 Mérnöki Társaság, Győr.

- Khan, M., Serafeim, G. & Yoon, A. (2016). Corporate Sustainability: First Evidence on Materiality. *Accounting Review*, 91(6), 1697–1724. <https://doi.org/10.2308/accr-51383>
- Nicolăescu, E. (2014). The Effects of Continuous Auditing on the Behavior of Agents. *Journal of Self-Governance and Management Economics*, 2(1), 13–18.
- Peylo, B. T. (2012). A Synthesis of Modern Portfolio Theory and Sustainable Investment. *The Journal of Investing*, 21(4), 33–46. <https://doi.org/10.3905/joi.2012.21.4.033>
- Portillo-Tarragona, P., Scarpellini, S., Moneva, J. M., Valero-Gil, J. & Aranda-Usón, A. (2018). Classification and Measurement of the Firms' Resources and Capabilities Applied to Eco-Innovation Projects from a Resource-Based View Perspective. *Sustainability*, 10(9), 3161. <https://doi.org/10.3390/su10093161>
- Rappaport, A. (1983). Corporate Performance Standards and Shareholder Value. *The Journal of Business Strategy*, 3(4), 28–38. <https://doi.org/10.1108/eb038987>
- Schaltegger, S. & Burritt, R. (2005). Corporate Sustainability. In Folmer, H. Tietenberg, T. (Eds.), *The International Yearbook of Environmental and Resource Economics 2005/2006: A Survey of Current Issues. New Horizons in Environmental Economics* (pp. 185–222). Northampton: Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781845425593.00012>
- Schmidheiny, S. & Business Council for Sustainable Development (1992). *Changing Course: A Global Business Perspective on Development and the Environment*. Cambridge: MIT Press.
- Sertsios, G. (2020). Corporate Finance, Industrial Organization, and Organizational Economics. *Journal of Corporate Finance*, 64, 101680. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2020.101680>
- Siegrist, M., Bowman, G., Mervine, E. & Southam, C. (2020). Embedding Environment and Sustainability into Corporate Financial Decision-Making. *Accounting & Finance*, 60(1), 129–147. <https://doi.org/10.1111/acfi.12533>
- Soppe, A. (2009). Sustainable Corporate Finance. *Journal of Business Ethics*, 53(1-2), 213–224. <https://doi.org/10.1023/B:BUSI.0000039410.18373.12>
- Wajszczuk, K., Polowczyk, M. & Baum, R. (2019). Reorganization of the Sugar Beet Supply Process as an Opportunity for a More Sustainable Transport: Based on a Model for the Polish Sugar Sector. In Deiters, J., Rickert, U. & Schiefer, G. (Eds.), *Proceedings in System Dynamics and Innovation in Food Networks 2019 International Journal on Food System Dynamics* (pp. 70–80). CentMa, International Center for Management, Communication and Research, Kronshagen, Germany. <https://doi.org/10.18461/pfsd.2019.1908>

*Internet sources* (Last accessed on 13 November 2022.)

[www.ceginform.hu](http://www.ceginform.hu)

[www.e-beszamolok.hu](http://www.e-beszamolok.hu)

[www.kenf.hu](http://www.kenf.hu)

<https://sustainablebrands.com/is/john-elkington>

<https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf>

<https://sustainabledevelopment.un.org/post2015/transformingourworld>

[https://training.itcilo.org/actrav\\_cdrom1/english/global/guide/iccch.htm](https://training.itcilo.org/actrav_cdrom1/english/global/guide/iccch.htm)

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/news/communications-material/>

[https://mtvsz.hu/dynamic/fenntart/ff\\_afenntartthatofejlodes.pdf?fbclid=IwAR2xW6RIHC8mSi3EBRGhRihM-7hIp4SAyw0aRFdbPYnYC9eSYKB6bz0h2L4](https://mtvsz.hu/dynamic/fenntart/ff_afenntartthatofejlodes.pdf?fbclid=IwAR2xW6RIHC8mSi3EBRGhRihM-7hIp4SAyw0aRFdbPYnYC9eSYKB6bz0h2L4)

[https://unis.unvienna.org/unis/hu/topics/sustainable\\_development\\_goals.html](https://unis.unvienna.org/unis/hu/topics/sustainable_development_goals.html)

## Developing countries and Sustainability

**Arjana KADIU<sup>1</sup>**

PhD Candidate, Lecturer

*University Aleksander Moisiu Durres, Department of Public Administration - Albania*

**Dr. habil. Zoltán SZABÓ PhD, MBA<sup>2</sup>**

Associate Professor, Director of International Affairs

*University of Sopron, Centre for International Affairs - Hungary*

### Abstract

Countries all over the world aim for stability and better quality of life. They deal every day with issues like income inequality, uneven distribution of wealth, irresponsible production and consumption, or draining of natural resources. Many of them are embracing sustainable development, aiming to meet their citizen's needs, without compromising the capacity of future generations to meet their own needs. Meanwhile, in a developing country, with a lower GDP, not well-balanced economic sectors, difficult access to quality healthcare and education, and a lack of technology and infrastructure, the above-mentioned issues are intensified. These countries don't seem to be in the most favorable position to grow sustainably. However, a safe society and economy for all generations are equally important in both developed and developing countries. Primary and secondary research used in this study aims to highlight the situation in Albania and how the country approaches the goals of sustainable development. Environmental, economic, and social issues are analyzed, in order to understand Albania's possibilities to achieve sustainable development. The study aims to point out the urgent necessity of a common framework addressing the principles of a green economy and offer recommendations on how to design one.

*Keywords:* developing countries, sustainability, possibilities, Albania

*JEL Codes:* G18, O44, Q01, Q2

### 1. Introduction

There are a lot of issues citizens encounter every day around the globe. Income inequality and uneven distribution of wealth, poverty, irresponsible production and consumption, and draining of natural resources are just a few to mention. While trying to solve these issues we aim for stability and better quality of life from a global point of view. According to the WCED (1987), Sustainable Development (SD) is "development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs". Referring to this statement, it is comprehensible that sustainable development is a better option for development in the long-term. This approach will take care not only of our generation but aims to guarantee a safe society and economy for the generations to come.

Another issue to be taken seriously: Are developed and developing countries at the same pace of growing sustainably? It is not always easy to define a developed and a developing country. There are several metrics that may measure it and most of the world's countries are very complex to be clearly categorized. The GDP (Gross Domestic Product) is one of the best-

---

<sup>1</sup> arjanakadiu@yahoo.com

<sup>2</sup> szabo.zoltan@uni-sopron.hu

known values for evaluating economic growth. However, even countries that meet the GDP criteria for being healthy may still be developing. According to the UN, countries are classified as developed or developing economies based on “basic economic conditions”. Other categories like the living standard, technology, infrastructure, and industrialization level, count among the main ones. The International Monetary Fund points out, these three main categories for world countries and their state of economic development, taking more than one factor into account to determine the economic status: advanced economies, emerging economies (upper-middle income and lower-middle income), and low-income economies.

Referring to the above classifications and rankings from world organizations, Albania is considered an emerging economy. The World Bank describes Albania as a transformation from one of Europe’s poorest countries to a middle-income country. Despite the advantages to grow, there are still many issues on the way. Through an analysis of available data and stakeholders’ opinions, the research paper aims to sort out information and understand if the level of engagement in sustainable development in Albania is lacking due to economic issues or if there are other negligence factors that intensify the situation. Is the level of economic issues really high or are there other hidden matters that hinder development? The objective is to sort out the steps of a development path and highlight real difficulties while trying to minimize artificial ones.

## **2. Literature review**

### ***2.1. Developed and developing countries***

Developed nations are those where citizens have easy access to quality healthcare and education, advanced technology, and infrastructure. These countries have diverse and well-balanced economic sectors, such as industrial, service, and agriculture, and a relatively high gross domestic product (GDP) and GDP per capita (Cooper & John, 2012). According to the UN (2022), 36 countries were considered "developed." They were all located in either North America, Europe, or "Developed Asia and the Pacific. Stable birth and death rates a higher percentage of working women (ILO, 1995), and more access to technologies, are other common characteristics that developed countries share.

If the above economic, as well as social criteria, are not met, a country is categorized as a developing country, otherwise called a less developed country. Its GDP level is lower than that of developed countries. These are low-income countries with high reliance on natural resources, a weak industrial base, poor infrastructural facilities, a lack of an enabling environment for businesses and a low human capital index, including weak governmental institutions (Raimi & Kal, 2022) According to the UN (2022), 126 countries were considered "developing." All developing countries were located in either Africa, Asia, Latin America, or the Caribbean. On the other hand, since the GDP is relatively low, their rate of growth is higher compared to advanced economies.

#### ***The Western Balkan country of Albania***

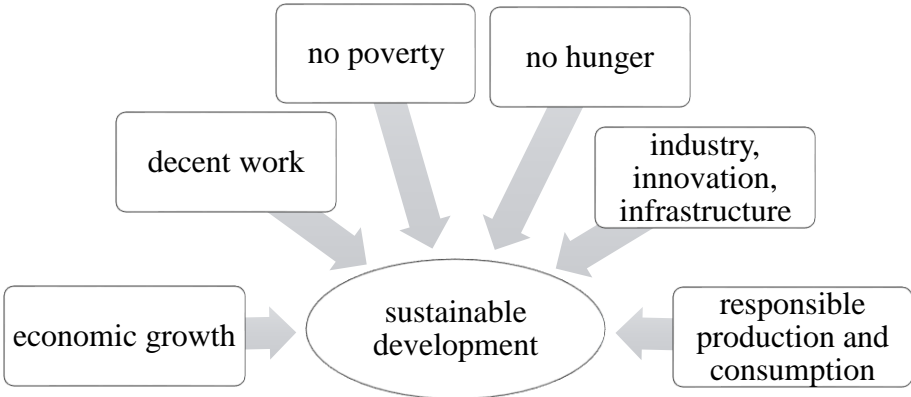
According to World Bank (2022) a robust recovery took place in Albania in 2021 thanks to policy stimulus and a resurgence of travel, construction, and extractive activity. However, private investment, consumption, and public spending drove growth, while public debt remained high. Further data from World Bank explain that Albania’s GDP grew by 6 percent during the first quarter of the current year 2022. There was an increase in investments, private consumption, and exports. Despite the higher prices, consumer confidence, as well as business confidence, is considered strong. Net foreign demand contributed positively to GDP growth as exports increased by 25.3 percent year-on-year, while imports rose by 17.6 percent.

On the economic criteria, Albania made good progress and is moderately prepared for developing a functioning market economy. The impact of the COVID-19 pandemic on the economy, the budget deficit and the public debt ratio were lower than expected, but Russia’s war against Ukraine caused price increases and lower trade. Fiscal space remains limited. Revenue related reforms progressed, but investment expenditure remains weak Energy and transport infrastructure, digitalization and education improved, but entrepreneurial and technological know-how remain low, with unmet investment needs in human and physical capital, skills and education gaps, and low R&D spending (EC, 2022)

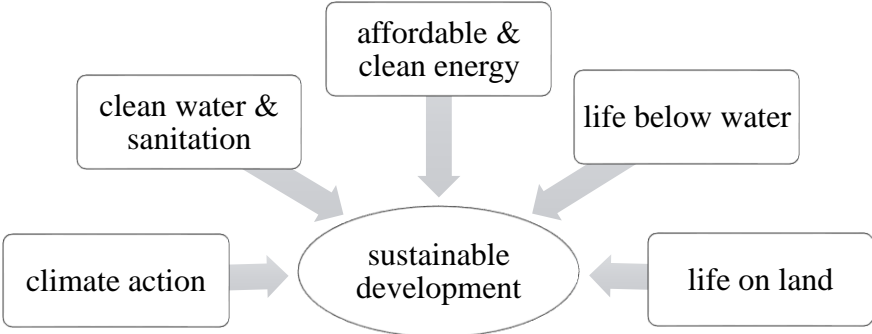
The geopolitical world situation may further influence inflation and negatively affect supply chains and economic markets all around the world and hinder Albania’s development. Furthermore, if the employment rate may not drop and if purchasing power may decrease this may directly influence and hinder the progress in poverty reduction. There is still a lot of instability in the country. The living standard, technology, infrastructure, and industrialization level, social and environmental issues are very present and challenging.

**2.2. The all-encompassing nature of sustainable development**

The concept is strongly related to three main pillars of development: environmental, social, and economic. According to conclusions from the UN Summit in 2015 a new future of the world (UN, 2015), the aim for future sustainable development comprises the following goals.

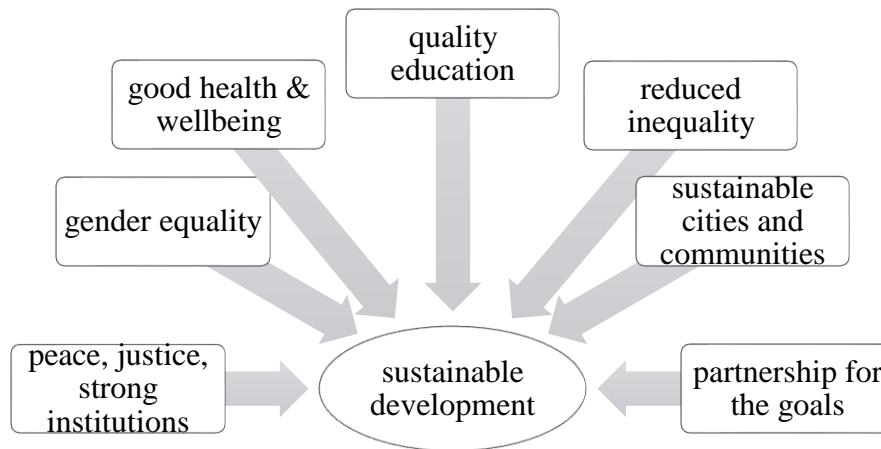


**Figure 1: Economic Goals of SD**  
Source: UN (2015)



**Figure 2: Environmental Goals of SD**  
Source: UN (2015)

“The closer we get to ending extreme poverty, the harder it is going to be to do it.” - writes Jonathan Tanner (2014) for the Guardian, in his article of 2014, “Ending world poverty is an unrealistic goal”.



**Figure 3: Social Goals of SD**

Source: UN (2015)

Looking carefully at the figures above looks like we have designed the perfect world. If all of the above were to be reached, we would be living in an idealistic world. But, as the world population keeps growing, more resources will be needed. Some of these are not renewable. Main world industries do rely on technology today, therefore in order for technologies to develop, a lot more engagement and adaptations may be necessary. Earth materials that become scarce may be a threat to development. Prices may rise and cause inflation, and political moves may occur and hinder development. The increased global demand for food is another related issue. “In developed countries, consumers and retailers throw away between 30% to 40% of all food purchased. The world has lost a third of its arable land due to erosion or pollution in the past 40 years, with potentially disastrous consequences as global demand for food soars, scientists have warned.” (Lyons, 2015). While new research has calculated that nearly 33% of the world’s adequate or high-quality food-producing land has been lost at a rate that far outstrips the pace of natural processes to replace diminished soil (Milman, 2018).

Sustainable development is not easy considering economic unpredictability, due to global uncontrollable occurrences, including a Pandemic wave that we just left behind. It is not easy while having to face global political instability like the Ukraine war. Furthermore, in many countries, governance engagement toward sustainability is low and implementation of policies may lack due to the absence of collaboration or financial and human resources. However, despite difficulties, the global point of view must be stable development and engagement in new alternatives.

### ***Sustainable development in developing countries***

A developing country does not seem to be in the most favourable position to grow sustainably. Achievement of sustainable development in a developed country may differ a lot from that of a developing country, but one thing is sure: Sustainable Development is equally important and worth it in both developed and developing countries. On the other hand, there are developed countries that may not have widely embraced sustainable development yet and have social and

environmental-oriented goals to accomplish. Referring to the above goals of sustainable development, there are three main groups of issues to be dealt with in our society. These may be grouped into environmental, economic, and social issues.

### **2.3. Current challenges in Albania**

#### ***Environmental challenges***

The country of Albania has a particular geographical location. It is positioned in the middle of East and West Europe, a very favourable geographical extent. Although the development phase has become real after the communist dictatorship, only after the 1990s, the country is actually in a good position for further development. Projects and funding from international governments are taking place and Albania is recently experiencing an accelerated development but unfortunately, the lack of data, poverty levels, inequality, the lack of information and awareness about environmental issues, to mention a few, have led to inefficient use of many abundant resources of the country, making the situation worse.

There are three main levels of environmental pollution: land, air, and water. Air pollution is a major environmental problem in major cities in Albania. Transport is considered the main source of air pollution. Nevertheless, construction in a developing country, at the expense of green spaces, or different enterprises' economic activities are other factors that contribute to pollution (EEA, 2020). In 2022, among 118 world countries, Albania is ranked number 73 regarding air pollution (IQAir, 2022). The country is part of the Western Balkan countries, where more than three and a half years after the deadline to bring their emissions in line with EU pollution limits under the Energy Community Treaty, the region is still polluting over six times more than allowed. The Western Balkans have just 18 coal plants compared to 221 in Europe, but those emit two and a half times as much polluting Sulphur dioxide (SO<sub>2</sub>) as the entire EU fleet (Taylor, 2021).

Unlike in many countries, in Albania occurred a reduction in the volume of forest from 83.295 million m<sup>3</sup> in 2000 to 75,726 million m<sup>3</sup> in 2009 (UNECE, 2018). The above-mentioned sources of pollution, produce a variety of solid wastes, which account for premature deaths on a global scale. Millions of premature deaths are caused each year because of pollution. The Lancet Commission (2022) on pollution and health, which used data from the Global Burden of Diseases, Injuries, and Risk Factors Study, found that pollution was responsible for an estimated 9 million deaths (16% of all deaths globally) and for economic losses totalling US\$ 4.6 trillion (6.2% of global economic output) in 2015. The Commission noted pollution's deep inequity: 92% of pollution-related deaths, and the greatest burden of pollution's economic losses, occur in low-income and middle-income countries.

In recent times, it is observed in the Western Balkans some small-scale green investments and the establishment of a more environmental-friendly institutional framework. Although these trends should not be overstated, they could mark the beginning of a process of energy transition, with the EU guidance and support. Western Balkan countries have some potential to take advantage of renewable energy sources (Tzifakis et al., 2022) One of the most important goals to sustainable development is to decrease the number of deaths or sicknesses from dangerous waste found in the air, water, or soil. Having below-average healthcare systems makes the situation complicated. Certain age groups, especially vulnerable ones not only do not have access to better health care but also are not sufficiently informed about air quality levels of pollution, its effect on health, and measurements for health protection.

The absence of multimodal transportation facilities in Albania is another factor that hinders the potential use of public transport and the possibility to provide more sustainable modes of transport. Until now there are few engagements and investments in rail transport, which has kept decreasing during the last decades. Its share in the transport sector is insignificant. Meanwhile, recordings of water pollution in Albania, show different levels; moderately polluted,



organically polluted, and industrially polluted for rivers, lakes, and sea areas (Rekacewicz, 2006). Most groundwater bodies appear to be still of good quality, although there are insufficient monitoring data to assess their possible pollution with pesticides or heavy metals (UNECE, 2018). The new River Basin Management Plan outlines the new approach that Albania will take to protect all waters over the 6-year RBM cycle to 2021 / 2027 / 2033 / 2039 / 2045 and beyond (EEAS, 2018). Plans related to river basin-based water management are being developed.

More urban wastewater treatment plants (WWTP) are under construction, but low financial capacities and limited technical skills cause unclear long-term operational arrangements. On the other hand, non-revenue water is a serious challenge: on average, 67 percent of drinking water produced is non-revenue water. Non-revenue water causes significant commercial losses that translate into budgetary imbalances and financial sustainability problems for water service providers (UNECE, 2018). Albania has a rich hydrographic net (groundwater streams, rivers springs lakes, wetlands). This net includes over 200 big natural resources of groundwater. The degradation of the water quality of many rivers is significant. At the same time water from some rivers is used for drinking water supply (Flogi et al., 2015).

In addition to the above, Albania is also vulnerable to the impacts of natural phenomena. Very often, floods, heat and cold waves, fires inside forests, erosion, and other phenomena may become very dangerous. Implementing policies that build and strengthen resilience to climate-related and anthropogenic dangerous phenomena is a crucial step toward Albania's achieving goals.

The infrastructure for waste management is very poor. It is true that there are high costs related to it, but there remain still unresolved issues regarding cost and tariff system. This means that there is a lack of organization in the first place. Waste thrown in landfills was a common action, without thinking about the necessary infrastructure to reduce rubbish in waste sites. Large businesses and organizations continue working without "paying principle". There was only one capital investment for a period of five years in this direction. This happened during 2011-2016 (UNECE, 2018).

The lack of data hampers the establishment of sound management of hazardous waste. Albania is not able to measure progress against indicators (hazardous waste generated per capita and proportion of hazardous waste treated, by type of treatment) to allow the tracking of progress towards the achievement of the 2030 Agenda for Sustainable Development targets. Although the country has adopted new and modern environmental legislation, especially after the year 2014, when it was granted the candidate status of an EU member, some subsidiary acts due to be adopted are still lacking and the implementation of legislation lags behind. Sometimes the legislation is too advanced vis-à-vis the administrative, institutional and financial capacities in place. Until now, tax rates in Albania related to the environment, have not been set with the right calculation of externalities. The impacts of discharges on the environment, humans, or businesses have not been taken seriously. Furthermore, there is still no appointed unit, as part of the whole structure of the central government, responsible for taxes related to the environment. No specific financial resources have been established yet for environmental purposes and protection (UNECE, 2018).

The legal framework for biodiversity and forestry monitoring has already been established. But the phase of implementation looks difficult, due to different financial reasons or the inability to monitor the situation and have it under control. A real long-term strategy and a policy framework for environmental protection are missing for Albania. Some 8.2 percent of all national forests are identified as high-nature-value forests. However, the country still lacks a specific legal framework for the protection of these forests. With territorial reform, administrative and financial decentralization is expected to happen. Municipalities should implement besides new functions, other environment-related functions. Only a few of them may have

adopted local plans related to the environment, although the legal requirements are to do so. Despite certain improvements and plans, the annual national environmental monitoring program is significantly underfunded: The National Environment Agency receives only 3 percent of the budget needed to implement the program and is required to prioritize activities. There are no accredited laboratories for analyzing air quality. The Government does not implement systematic measures to improve education and awareness-raising on climate change mitigation, adaptation, impact reduction, and early warning, as advocated by target 13.3 of the 2030 Agenda for Sustainable Development (UNECE, 2018).

### ***Economic Challenges in Albania***

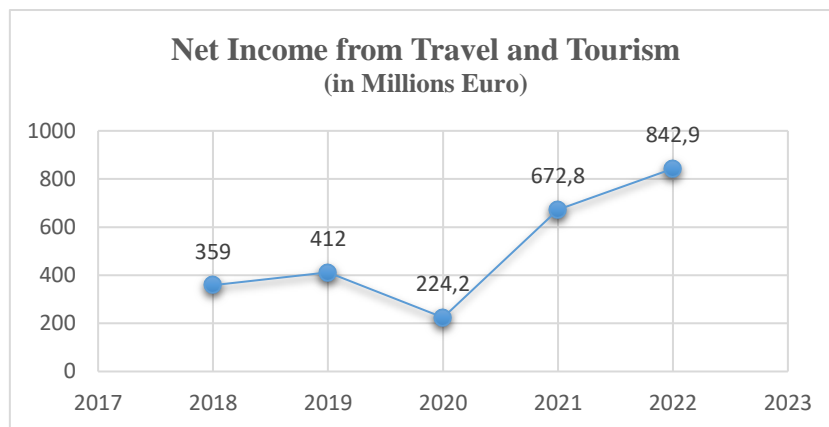
As time passes all world countries establish their own path of economic development. Although some of them may follow similar reforms and paths, they still have their own, particular way of development and shorter or longer times of transition. The case of Albania is unique referring to factors like its location or its economic development. Due to history and politics, the country remained under Ottoman occupation for 500 years. During the industrial revolution, the economy didn't grow significantly. It was an agricultural country and remained so for a long time. After the Second World War, it became part of the East communist alliance, carrying on an extreme dictatorship, accompanied by a self-isolated policy. Only after 1990, the country entered the real path of a market economy, accompanied by many obstacles. Reforms and engagements have been taken; however, it is not sure if everything was done in the right way (Muco, 1997).

From the development stages, today we have very little data, the best part of which come from foreign researchers. Many economic issues remain unsolved due to internal and external factors, but the country's commitment to becoming part of the European Union remains very high.

During the transition phase, years 1997 to 1998, the economy decreased very fast, again due to political instability. Right after, it continued to grow. In the first year of the 2000s, the GDP growth rate was around 5% per year. However, in 2008 a financial crisis spread around the world and affected the Albanian economy too. This was caused by a decrease in exports and Albanian migrants who had less money to send to their families or spend in Albania. The economic growth contracted by 3.48 % in 2020, due to the COVID - 19 pandemic (INSTAT, 2020).

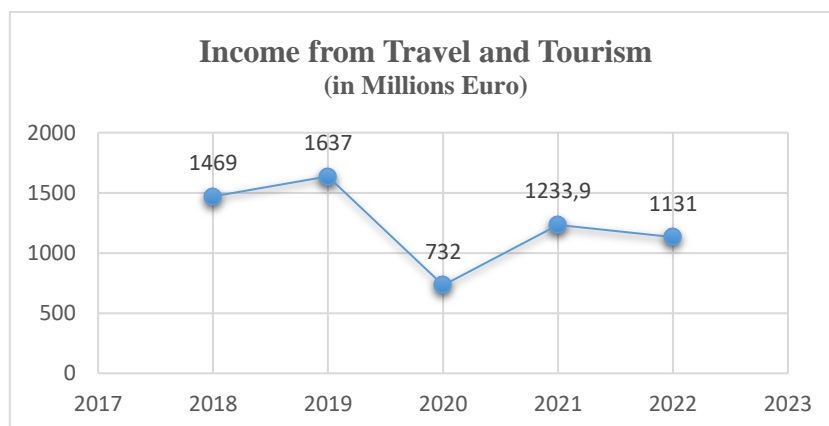
The country has a total land area of 28,750 square kilometres, of which 24% is agricultural, 36% forest, and 15% pasture or another type of land. The most important branches of the economy are agriculture, which counts for about 20%, and trade and transport, accommodation, and food services cover around 16.17 percent. The Albanian government has lately identified tourism as a key economic sector, touting its potential to spur the development of the entire country (ITA, 2021).

Based on the balance of payments report of the Bank of Albania, the statistical data for the item travel and tourism, during the period January - September 2022, results that the net income from travel/tourism are 842.9 million Euros, this value increased by 25.3%, compared to the same period of the previous year (Ministria e Turizmit, 2022)



**Figure 4: Net Income from travel and tourism, months 01-10, years 2018 – 2022**  
Source: Ministria e Turizmit dhe Mjedisit (2022)

While the data on income, experienced a moderate decrease of 8.3% compared to the previous year.



**Figure 5: Income from travel and tourism, months 01-10, years 2018 – 2022**  
Source: Ministria e Turizmit dhe Mjedisit (2022)

Albania has seen a record-breaking tourist season in 2022, despite the initial insecurities stemming from the war in Ukraine and inflation. UNWTO ranked it as the country with the best post-pandemic recovery in the world among countries with more than 5 million annual tourists. Albania is seeing a notable increase in visitors from many European countries, especially high-income ones, such as Spain (+57%), Belgium (+23%) and the Netherlands (+36%). These markets are more oriented towards cultural and adventurous tourism (Lena & UNDP, 2022)

According to World Bank (2022) data, the Gross Domestic Product (GDP) in Albania was worth 18.26 billion US dollars in 2021. The GDP value of Albania represents 0.01 percent of the world economy. While during Covid-19, from 2019- 2020 the GDP growth declined, the growth rate was 8.5 percent from the year 2020 to 2021. Referring to Western Balkan countries, where Albania belongs, the employment rate increased in all countries and now averages 46 percent, a 3-percentage point increase over mid-2021. Poverty has continued to decline in 2022, but sharply higher inflation poses risks to poverty reduction going forward.

It is obvious, the economy of Albania, although growing, it still remains very fragile. It is a challenge for the country to create sufficient financial resources to carry out and plan sus-

tainable development. It requires more than a normal plan and usual expenses to develop sustainably. New technologies should be adopted and this translates into added costs. Natural occurrences like earthquakes can become a threat to sustainability because they can destroy the infrastructure.

Another issue in developing countries is that the government may have difficulties deciding between immediate profit and investment in sustainable technologies. Additionally, at a municipal level, it is noticed a low engagement toward sustainable approaches or sustainability goals. The level of corruption is another factor. Funds are offered from foreign countries to support sustainable development, but as a result of corruption or bureaucracy, processes slow down. There are no incentives to attract investment to the industrial sector, in particular for those willing to invest in new technology as a direct contribution to improving environmental protection.

No specific unit within the central ministries (finance, economy, and environment) is vested with direct responsibility for the environmental tax system (UNECE, 2018).

There is no relevant evidence that financial resources are set aside for investments toward environmental protection. This is in the government's hands because all budgetary arrangements of all ministries depend on the decisions taken by the Ministry of Finance. There are no favourable conditions known for expanding public and private environmental investments. The actual decentralization reform may offer the possibility to create an attractive environment for companies and environmental local taxation collection may be an easier step that should later be integrated into an overall strategy. This may incite investment in more local projects. These expenditures are supposed to improve the quality of services, where waste management or water management are included.

### ***Social challenges in Albania***

The social dimension of sustainability recently attained acceptance as an elemental component of sustainable development. It is like starting from the outside shell and gradually after exfoliating the skin, reaching the core dimensions of human behaviour. Today, even more, concepts of happiness, social connections and interactions, social maturity, social diversity and equity, corporate sustainability, integrated governance, and social quality of life and similar concepts are added to the dimension of social sustainability (Talan et al., 2020).

The economist who developed the Human Development Index in 1990, Mahbub ul Haq explains that this index helps to measure various countries' levels of social and economic development. It is composed of four principal areas of interest: mean years of schooling, expected years of schooling, life expectancy at birth, and gross national income (GNI) per capita. Albania's HDI is relatively low (Chappelow, 2020). This is related to economic as well as social factors. A new phenomenon that is becoming evident lately is not the percentage of educated people but the quality of education they are attaining. A further social phenomenon that is taking place is the immigration of middle-class citizens. It has increased notably during the last 20 years. Due to unemployment and economic factors, many Albanians have immigrated during the last decade. But not only; part of this exode became citizens and families, who couldn't agree to the latest developments in the social, economic, and political environment. Gender inequality remains another hindering factor. Female force may have a significant influence on sustainable development, but its voice is still not as strong.

### **3. Methodology**

Referring to the above-gathered data and information a summary of the main economic, social and environmental challenges in Albania is presented in the following table. While having a better view of the whole situation it will be easier to design a new strategy for further reaction.

The table does not include all possible issues; however, it represents a general view of some important ones. The data presented in the table relate to the year 2021. Since then, there have been a few improvements regarding unemployment, poverty rate, and average monthly income. However, many of the above challenges remain unsolved and require a lot of attention.

**Table 1: Current challenges for Albania in year 2021**

<b>ECONOMIC</b>	<b>ENVIRONMEN- TAL</b>	<b>SOCIAL</b>	<b>Further Economic/ Investment/ Other</b>
GDP 18.26 billion USD	Place 79/118 on Air pollution	Place 110/180 for the Corruption index	Earthquake / Pan-demic
22 % Poverty rate	Deforestation - Nr 01 in the region	4879/1000 - Net migration rate	Below-average healthcare system
11.8 % Unemployment rate	Poor waste management	Quality of Education	Poor management of environmental taxation
Av. monthly earnings of 490 USD	Hydropower projects that may become a threat to ecosystems	Very low political participation	Poor public transportation

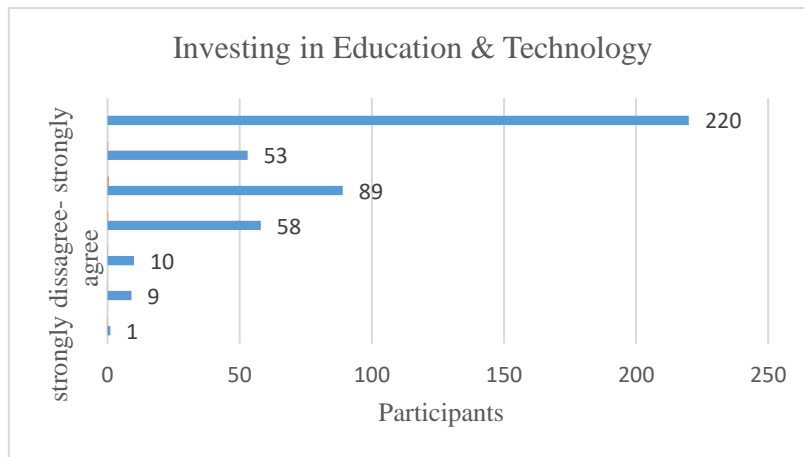
Source: INSTAT, World Bank (2021a, 2021b)

This research is based on secondary as well as primary data. A questionnaire made of 32 questions, Likert scale, single choice, open questions as well as demographic questions, has been distributed and conducted in Albania and 220 responses have been gathered. My target group comprises individuals with a higher level of education, considering them as the future of the country. The main research question in the survey refers to the will and ability of Albanians to develop sustainably. It is aimed to understand if, in a developing country, where there are a lot of other economic issues, people are ready or not to embrace a development that focuses both on economic improvement but also environmental protection and human well-being. Many of the respondents are University Lecturers and Master’s students. I have distributed my questionnaire in three of the main cities of Albania, Tirana, Durres, and Elbasan. This survey is part of a bigger project, a broader study referring to sustainable tourism development in the country of Albania. That is in the process of gathering data from different groups of Albanian society.

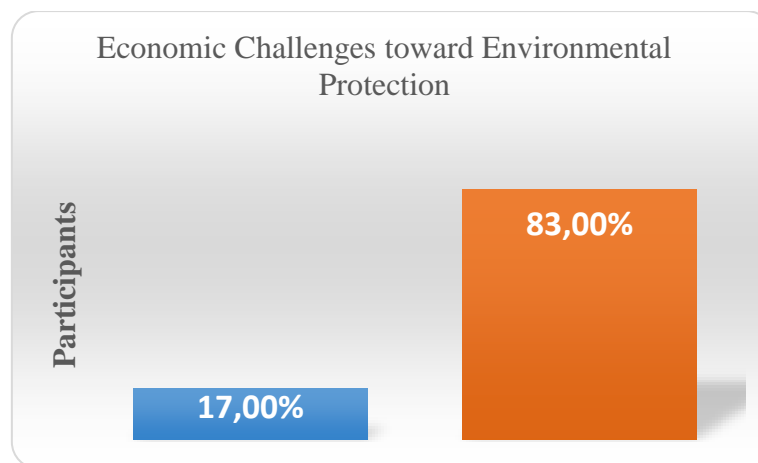
**4. Findings**

**4.1. Thinking sustainably before acting sustainably**

The first phase of everything is knowing and gathering information. Citizens seem to know very little about the gravity of a polluted environment. Understanding the importance of sustainability in our lives incites everyone to engage better and collaborate better. Knowledge should be scattered in all groups of actors. Among central government authorities, knowledge is insufficient. Awareness of the SDGs among local government authorities, civil society, academia, and the private sector also remains very low. 79% of the survey respondents believe that investing in education and technology is a great initiative, to overcome transition and move toward a sustainable future.



**Figure 7: Agreement to investments in education & technology**  
Source: Own research (2022)



**Figure 8: Environment protection is as important as other current challenges**  
Source: Own research 2022

The costs of raising awareness and spreading information are not high. It requires more engagement and good collaboration rather than financial resources. However, there is another important revelation from the survey conducted. The participants agree that protecting the environment is a matter equally important as other economic challenges in the country. Participants understand the connection between the environment and human well-being. This category of citizens, most of them with a high level of education, understand this and believe all other social groups should be well-informed about it.

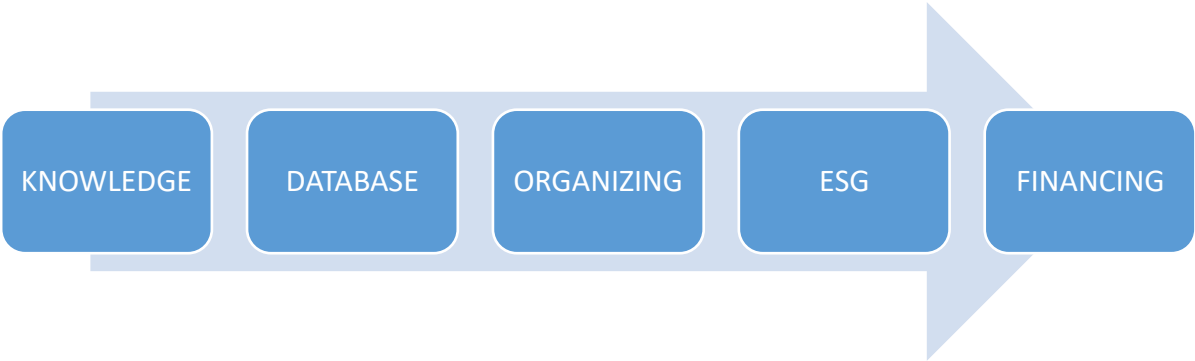
This will serve as a first step, in order to set a stronger background on the road to sustainability.

#### ***4.2. Simple steps lead toward greater goals***

The concerning lack of data should improve in phase two. Regular assessments and studies must fill the gap in information. For this purpose, research should be encouraged and financed by the government. There are many researchers who are willing to work toward this, but the funds and facilities in this direction are poor. Investing in this direction requires not so many financial resources and the contribution is crucial. By having a large database, we may make

calculations and focus on things we need to improve, knowing better and understanding priorities.

As presented in Figure 9, the next possible step is organization. Good organization means half of the work is done.



**Figure 9: Steps toward sustainable development**

Source: Own analysis (2022)

Laws must be in harmony with management. Environmental taxation and fiscal instruments must be subject to harmonized regulation or management at the central level and a specific unit within the central government should be vested with direct responsibility for the environmental tax system. It is a real challenge to be faced as soon as possible to strengthen the transparency of inspectors’ work. Parallely to improve coordination among inspectors at the local level would connect the links of a chain. The collaboration between the government, international community, and citizens of Albania is the “holy trinity” that will shape the future.

Strengthening the ESG, Environmental, Social, and Governance, a non-financial tool, is a very important step. A lot of investors are focusing on ESG, which will probably become a great future strategic tool and approach for a developing country.

Establishing financial resources for environmental protection, a national environmental fund, or a state budget line for an environment-related purpose is a must in order to follow a common global path. The annual national environmental monitoring program, which is significantly underfunded should come in the focus of attention. The same importance should gain the transition to renewable energy sources, turning to solar and wind resources for energy. This would save money and increase the fund for the environment.

Private companies must pay environmental taxes for the impact that their emissions cause on the environment and citizens. This would increase financial resources to spend for environmental purposes. Investments in public transportation and other services for citizens may decrease costs in the long term and contribute to air quality improvement at the same time.

**5. Summary**

Approaches to green growth remain not well-known in Albania. There are some governmental strategies that include a few policies and some initiatives, on renewable energy, energy efficiency, and tourism, but there does not exist a common framework that includes the principles of a green economy. The measures look spontaneous and not integrated into a real strategy of a green economy and there is not a specific policy document considering green growth as a vision. Regarding environmental economic instruments, they are not grounded on evaluations of environmental damage or externalities. Nevertheless, consumers and producers are somehow motivated to behave in an environmentally friendly manner.

Sustainable development is about investing in different directions and requires financial resources, but it is as well very much about a will to develop sustainably, a will to better organize. Growing sustainably will attract more investments. Sustainability and ESG are strategic tools to invest in emerging countries. They will both help to better understand contexts. According to this, it will be easier to adapt managerial practices.

The policy document regarding education for sustainable development must not be only a written paper but requires financial and human resources to become a reality and achieve a successful implementation. Until now, these initiatives are being carried out mostly by international organizations. Integration in the educational system in Albania is a crucial step toward sustainable development.

The country has recently made many investments and adopted policies in the tourism sector, a main branch of economic development. However, success is lacking in organization, data gathering, and the development of a real strategy for sustainable tourism, where improved infrastructure, services standardization, and waste management must be the main goals. Public utilities require real attention and investment. Public transport supply is very low, rail services remain in very poor conditions, while citizens use and need better non-car ways of transport. While public transport is very limited it is hindering the use of sustainable modes of transport. Better public transportation, better water, and waste management will contribute to the overall strategy.

Since Albania is an agricultural country there is great potential to increase organic farming. This would contribute to the production of healthy organic food and at the same time would enhance air quality and contribute to other aspects of the environment. This needs better incentive and better promotion in the strategy for sustainable development.

Investment in environmental infrastructure and services is a must in order to develop sustainably. The adoption of an international classification of environmental expenditures would make it possible to have a database of national statistics and so international comparability would be easier.

The government should invest firstly in a common framework addressing the principles of a green economy and gradually in green energies and health systems.

If all parts will be determined sustainable growth can be achievable. A well-designed strategy, coordination, and collaboration are necessary for this. For every country in the world, there is a future in store. Its citizens in collaboration with the international community will decide how it will be.

## **Bibliography**

- Chappelow, J. (2020, January 27). *Human Development Index - HDI*. Investopedia. <https://www.investopedia.com/terms/h/human-development-index-hdi.asp>
- Cooper, R. & John, A. (2012). *Theory and Applications of Macroeconomics - Table of Contents*. <https://2012books.lardbucket.org/books/theory-and-applications-of-macroeconomics/>
- EEA (2020, November 23). *Albania country briefing - The European environment — state and outlook 2015*. European Environment Agency. <https://www.eea.europa.eu/soer/2015/countries/albania>
- EEAS (2018). *EU support for water supply sector in Albania brings direct benefits to its citizens*. European External Action Service. [https://www.eeas.europa.eu/node/38210\\_en](https://www.eeas.europa.eu/node/38210_en)
- EC (2022). *Albania Report 2022*. Directorate-General for Neighbourhood and Enlargement Negotiations, European Commission. [https://neighbourhood-enlargement.ec.europa.eu/albania-report-2022\\_en](https://neighbourhood-enlargement.ec.europa.eu/albania-report-2022_en)
- Floqi, T., Vezi, D. & Malollari, I. (2007). Identification and evaluation of water pollution from Albanian tanneries. *Desalination*, 213(1-3), 56–64. <https://doi.org/10.1016/j.desal.2006.03.603>



- Fuller, R., Landrigan, P. J., Balakrishnan, K., Bathan, G., Bose-O'Reilly, S., Brauer, M., Caravanos, J., Chiles, T., Cohen, A., Corra, L., Cropper, M., Ferraro, G., Hanna, J., Hanrahan, D., Hu, H., Hunter, D., Janata, G., Kupka, R., Lanphear, B. & Lichtveld, M. (2022). Pollution and health: a progress update. *The Lancet Planetary Health*, 6(6). [https://doi.org/10.1016/S2542-5196\(22\)00090-0](https://doi.org/10.1016/S2542-5196(22)00090-0)
- ILO (1995, August 25). *Women Work More, But are Still Paid Less*. International Labour Organization. [https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS\\_008091/lang--en/index.htm](https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_008091/lang--en/index.htm)
- INSTAT (2020). *Statistical Yearbook 2019*. Institute of Statistics. [http://www.instat.gov.al/media/7171/statistical-yearbook-2019\\_\\_\\_\\_.pdf](http://www.instat.gov.al/media/7171/statistical-yearbook-2019____.pdf) (Last accessed on 22 November 2022.)
- ITA (2021). *Albania - Agricultural Sector (AGR)*. International Trade Administration. <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/albania-agricultural-sector-agr>
- IQAir (2022). *Albania Air Quality Index (AQI) and Air Pollution information*. <https://www.iqair.com/albania>
- Lena, O. & UNDP (2022). *Tourism and Hospitality in Albania 2022, An assessment of tourism trends and performance*. [https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2022-12/HOSPITALITY%20AND%20TOURISM%20IN%20ALBANIA\\_FINAL.pdf](https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2022-12/HOSPITALITY%20AND%20TOURISM%20IN%20ALBANIA_FINAL.pdf) (Last accessed on 22 Nov. 2022.)
- Lyons, K. (2015, August 12). Cutting food waste by a quarter would mean enough for everyone, says UN. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/environment/2015/aug/12/cutting-food-waste-enough-for-everyone-says-un>
- Milman, O. (2018, February 14). Earth has lost a third of arable land in past 40 years, scientists say. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/environment/2015/dec/02/arable-land-soil-food-security-shortage>
- Ministria e Turizmit dhe Mjedisit (2022). *STATISTIKA EKONOMIKE PËR TURIZMIN*. Raportim 9 MUJORI 2022. <https://turizmi.gov.al/wp-content/uploads/2022/03/BULETINI-TE-DHENA-EKONOMIKE-9-MUJORI-2022.pdf> (Last accessed on 22 November 2022.)
- Muco, M. (1997). *Economic Transition in Albania: Political Constraints and Mentality Barriers*. NATO. <https://www.nato.int/acad/fellow/95-97/muco.pdf> (Last accessed on 22 November 2022.)
- Raimi, L. & Kah, J. M. L. (2022). Implications for Entrepreneurship and Enterprise Development in the Blue Economy. IGI Global. <https://www.igi-global.com/book/implications-entrepreneurship-enterprise-development-blue/283974> <https://doi.org/10.4018/978-1-6684-3393-5>
- Rekacewicz, P. (2006). *Water quality in Albania* [Map]. UNEP/GRID-Arendal.
- Talan, A., Tyagi, R. D. & Surampalli, R. Y. (2020). Social Dimensions of Sustainability. Wiley Online Library. <https://doi.org/10.1002/9781119434016.ch9>
- Tanner, J. (2014, March 11). Ending world poverty is an unrealistic goal. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/global-development-professionals-network/2014/mar/11/end-world-poverty-unrealistic-inequality> (Last accessed on 22 November 2022.)
- Taylor, K. (2021, September 7). *Western Balkans pressed to tackle deadly air pollution from coal*. <https://www.euractiv.com/section/energy/news/western-balkans-pressed-to-tackle-deadly-air-pollution-from-coal/>
- Tzifakis, N., Valvis, D. A. & Valvis, N. T. and D. A. (2022, October 13). *Quo vadis media pluralism in Europe? A contextualization from an Austrian perspective*. Österreichische Gesellschaft Für Europapolitik. <https://www.oegfe.at/policy-briefs/the-social-impact-of-air-pollution-in-the-western-balkans/?lang=en>
- UNECE (2018). *Albania Environmental Performance Reviews Third Review* (pp. 111–124). United Nations Economic Commission for Europe. Environmental Performance Reviews Series No. 47. [https://unece.org/sites/default/files/2021-08/ECE.CEP\\_.183\\_Eng.pdf](https://unece.org/sites/default/files/2021-08/ECE.CEP_.183_Eng.pdf) (Last accessed on 22 November 2022.)

- UN (2015). *Transforming Our World: the 2030 Agenda for Sustainable Development*. United Nations. <https://sdgs.un.org/2030agenda>
- UN (2022). *World Economic Situation and Prospects (WESP)*. United Nations, Department of Economic and Social Affairs, New York. <https://desapublications.un.org/file/728/download>
- WB (2021). *GDP growth (annual %) – Albania*. The World Bank. <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG?locations=AL>
- WB (2022a). *Overview*. The World Bank. <https://www.worldbank.org/en/country/albania/overview#:~:text=A%20robust%20recovery%20took%20place>
- WB (2022b). *Western Balkans Regular Economic Report: Fall 2022*. The World Bank. <https://www.worldbank.org/en/region/eca/publication/western-balkans-regular-economic-report>
- WCED (1987). *Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future* United Nations. <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf> (Last accessed on 22 November 2022.)

## **The Effect of Supply Chain Management in Achieving Sustainability in Supply Chain in Four Seasons Hotel in Syria**

**Wael ALASFAR<sup>1</sup>**

PhD Student

*University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics - Hungary*

### **Abstract**

The purpose of this paper is to investigate the effect of supply chain management in achieving sustainability in supply chain in four seasons hotel in Syria. In addition, it aims to assessing the level of awareness and understanding the concepts of supply chain management and sustainable supply chain in the Syrian context. The research methodology involved a survey as a research strategy and quantitative approach, utilized a self-administered questionnaire, to arrive at the major findings of the study. The type of research is a single cross-sectional design in which the collection of data from the respondents was carried out only once. Data was analyzed using the statistical package for social sciences (SPSS). The paper revealed that there is an effect of supply chain management in achieving sustainability in supply chain in four seasons hotel in Syria. It also revealed that there is a high level of awareness among the respondents about the concepts of supply chain management and sustainable supply chain. As far as the researcher is aware, this paper is the first to investigate the effect of supply chain management in achieving sustainability in supply chain in four seasons hotel in Syria.

*Keywords:* Supply Chain, sustainability, Supply Chain Management (SCM), Sustainable Supply Chain

*JEL Codes:* D80, Q01, Q56

### **1. Introduction**

In the last decade, many business organizations have tended to adopt the concept of sustainability, and there has become a great interest in the issue of supply chain management and focus on its sustainability, given that traditional supply chain management covers all activities related to the flow and securing of raw materials for the organization and then to the final consumer, while sustainability in supply chain seeks to take social, environmental and economic dimensions into account.

In view of the growing interest in sustainability issues from an environmental, economic and social perspective, and organizations adopting the philosophy of social responsibility of the organization and including it as one of the mechanisms for achieving the competitive advantage of the organization, the researches interested in sustainable supply chain management have grown, and many organizations have tended to integrate both supply chain management with sustainability to achieve cooperation between the organization and suppliers to preserve the environment and provide clean products with a limited negative impact on the environment while achieving reasonable profitability for the organization.

---

<sup>1</sup> wael\_alasfar@hotmail.com

## **2. Research problem & question**

The problem of the study goes back to the fact that hotels in Syria are affected by many challenges, and the great damage in the tourism sector, which has been affected by political and economic factors in Syria and the region. As most organizations operate in a work environment characterized by intensive competition, change in the needs and desires of customers and changing market conditions. Therefore the organization is required to build strong relationships with suppliers through efficient and effective supply chain management, and work to secure the best types of support to achieve the set goals.

Considering the above, the problem of research can be identified by the following main question: To what extent does supply chain management affect the achieving of a sustainable supply chain in four seasons hotel in Syria?

## **3. Literature review**

### ***3.1. Evolution of supply chain management***

In the 1950s and 1960s, most manufacturers emphasized mass production to minimize unit production cost as the primary operations strategy, with little product or process flexibility. New product development was slow and relied exclusively on in-house technology and capacity. Bottleneck operations were cushioned with inventory to maintain a balanced line flow, resulting in huge investment in work in process (WIP) inventory. Sharing technology and expertise with customers or suppliers was considered too risky and unacceptable and little emphasis appears to have been placed on cooperative and strategic buyer supplier partnership. The purchasing function was generally regarded as being a service to production, and managers paid limited attention to issues concerned with purchasing. In the 1970s, Manufacturing Resource Planning was introduced, and managers realized the impact of huge WIP on manufacturing cost, quality, and new product development and delivery lead-time. Manufacturers resorted to new materials management concepts to improve performance within the “four walls” of the company (Tan, 2001).

The evolution of supply chain management continued into the 1990s accompanied by increasing logistics and inventory costs and the trend toward market globalization, the challenges associated with improving quality, manufacturing efficiency, customer service, and new product design and development also increased. To deal with these challenges, manufacturers began purchasing from a selected number of certified, high- quality suppliers with excellent service reputations and involved these suppliers in their new product design and development activities as well as in cost, quality, and service improvement initiatives. This is done so by reducing the supply base as much as a single supplier and enter into a long term agreement as strategic alliance in doing their business. As companies began implementing supply chain management initiatives, they began to understand the necessity of integrating all key business processes among the supply chain participants enabling the supply chain to act and react as one entity (Ensermu, 2013).

### ***3.2. Supply chain management definitions***

The Council of Supply Chain Management Professionals (CSCMP) (2004), a leading professional organization promoting SCM practice, education, and development, defines SCM as:

“Supply Chain Management encompasses the planning and management of all activities involved in sourcing and procurement, conversion, and all logistics management activities. Importantly, it also includes coordination and collaboration with channel partners, which can be suppliers, intermediaries, third-party service providers, and customers..” Thus, the supply chain

encompasses all activities involved in the production and delivery of a final product or service, from the supplier's supplier to the customer's customer." (CSCMP, 2013, p. 187.)

In essence, supply chain management integrates supply and demand management within and across companies, CSCMP emphasizes that SCM encompasses the management of supply and demand, sourcing of raw materials and parts, manufacturing and assembly, warehousing and inventory tracking, order entry and order management, and distribution and delivery to the customer.

Cooper et al. (2007) define SCM as the management and integration of the entire set of business processes that provides products, services and information that add value for customers.

Several authors have defined supply chain management, Christopher (2003), New and Payne (1995), and Simchi-Levi et al. (2000) define supply chain management as "the integration of key business processes among a network of interdependent suppliers, manufacturers, distribution centers, and retailers in order to improve the flow of goods, services, and information from original suppliers to final customers, with the objectives of reducing system-wide costs while maintaining required service levels" (Stapleton et al., 2006, p. 108.).

The Global Supply Chain Forum (GSCF) defines supply chain management as "the integration of key business processes from end user through original suppliers, that provides products, services, and information that adds value for customers and other stakeholders" (Lambert et al., 1998, p. 1.).

Green et al. (2008, p. 317.) stated that the APICS dictionary (1995) describes SCM as – "the processes from initial raw materials to the ultimate consumption of the finished product, linking across supplier-user companies".

A supply chain is a network of organizations performing various processes and activities to produce value in the form of products and services for the end customer (Christopher, 2003).

SCM concerns the integrated and process-oriented approach to the design, manage and control of the supply chain, with the aim of producing value for the end customer, by both improving customer service and lowering cost (Giannoccaro & Pontrandolfo, 2002).

Lummus and Vokurka (1999, p. 13.) summarize SCM as "all the activities involved in delivering a product from raw material through to the customer, including sourcing raw materials and parts, manufacturing and assembly, warehousing and inventory tracking, order entry and order management, distribution across all channels, delivery to the customer, and the information systems necessary to monitor all of these activities".

According to Li et al. (2006) the dual purpose of SCM is to improve the performance of an individual organization as well as that of the entire supply chain.

Council of Logistics Management (CLM) definitions clearly establish that SCM is more broadly conceived than merely "logistics outside the firm" (Lambert, 2004, p. 18.).

Recent research supports this conception, portraying SCM as a strategic level concept (Stank et al., 2005).

### ***3.3. Supply chain performance indicators***

Supply chain performance is a two-dimensional definition which consists of effectiveness & efficiency, Effectiveness is about "doing the right things" & efficiency is about "doing things right". Supply chain effectiveness relates to the preference of the end-consumer & the sole indicator is consumer satisfaction (Bowersox et al., 2006).

Conversely, supply chain efficiency relates to the objective performance of processes. Efficiency indicators measure an output level against an input level (Agus, 2011).

The supply chain operations reference (SCOR) model was introduced in 1996 by the Supply Chain Council, which is a global organization of firms interested in SCM. The SCOR

model advocates hundreds of performance metrics used in conjunction with five performance attributes: reliability, responsiveness, flexibility, cost, and asset metrics (Cousins et al, 2006).

Sabry (2015) states that in modern SCM, quality is taken as a given and that factors in quality management and improvement are somewhat separate from those in SCM development.

Supply Chain Council (2006) presents five attributes of SC performance as quoted by Sillanpää (2011):

1. *SC reliability*: The performance of the SC in delivering the correct product to the correct place, at the correct time, in the correct condition and packaging, in the correct quantity, with the correct documentation, to the correct customer.
2. *SC responsiveness*: The speed at which a SC provides products to the customer.
3. *SC flexibility*: The agility of a SC in responding to marketplace changes to gain or maintain competitive advantage.
4. *SC costs*: The costs associated with operating the SC.
5. *SC asset management*: The effectiveness of an organization in managing assets to support demand satisfaction. This includes the management of the both assets: fixed and working capital.

### **3.4. Sustainable Supply Chain Management**

Sustainable supply chain management (SSCM) is defined as “the strategic, transparent integration and achievement of an organization’s social, environmental and economic goals in the systematic coordination of key organizational business processes for improving the long-term economic performance of the individual and its supply chain”. This definition highlighted that specific sustainable strategies should apply to all partners in the supply network (Carter & Rogers, 2008).

Furthermore, it indicates that sustainability cannot be achieved without integrating sustainable supply chain management practices in both the upstream and downstream partners. (Age-ron, et al., 2011).

The sustainability concept has increasingly become important in business operations and supply chain management. Research shows that price is no longer the only guide for competition but ecological, health and welfare benefits are involved collectively (Penker, 2006).

In addition to the ongoing pressure from increased globalization and increased competition, the higher demands for safety and security, environmental protection, lack of scarce resources, social and ethical issues have induced immense pressure on supply chain managers (Cuthbertson et al., 2011).

Therefore, supply chain managers are now compelled to implement additional strategies and policies to meet sustainability challenges in their business operations and sustainable supply chain management has increasingly become important. The social and environmental aspects are associated with acquisition of raw materials and resources, producers and the product itself. For example, a company will achieve a high reputation if it uses fewer natural resources, production processes are less environmental damaging, and comply with ethical social and environmental policies (Van der Vorst et al., 2005).

These characteristics would increase the competitive advantage for such a company with increasing the long-term sustainability.

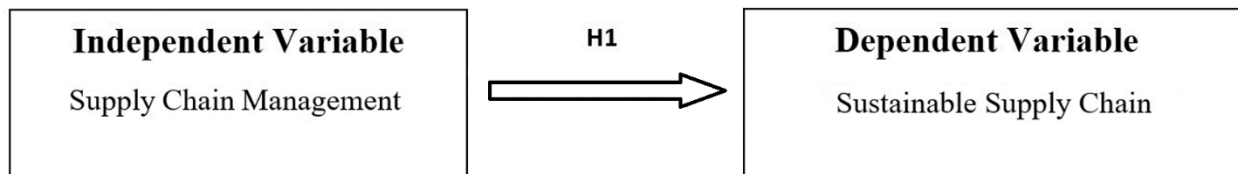
#### 4. Research hypothesis, variables & model

Considering the research problem and its question, the hypothesis is formulated as follows:

**Hypothesis H1:** "There is a statistically significant effect of supply chain management in achieving sustainability in supply chain at the level of significance ( $\alpha \leq 0.05$ )".

The present study relied on supply chain management as an independent variable (X), and on achieving sustainability in supply chain as a dependent variable (Y).

Considering the above, the model of the study will be as follows:



**Figure 1: Research Model**  
Source: Prepared by the researcher

#### 5. Research methodology

##### 5.1. Study Population and Sample

The population of this study are hotels in Syria, four seasons hotel as a case study. The volume of the sample was determined by using the form of Krejcie and Morgan (1970, p. 607.) as the following:

$$n = \frac{p(1-p)}{\frac{p(1-p)}{N} + \frac{E^2}{SD^2}}$$

where n: sample volume; N: community volume; p: 0.5; E: 5% and SD: 1.96. Since N=93 which is the total number of the workers in four seasons hotel, so by using the above formula we find that n=75. The questionnaire had been administrated personally, (90) questionnaires were distributed, (75) returned and analyzed with a (84%) response rate.

##### 5.2. Instrument validity and reliability

**Validity:** The questionnaire was reviewed by four experts from the Faculty of Economics at Damascus University, whose knowledge and experiences were sufficient in this scope and to make sure that each item is measuring exactly what is intended to be measured. Furthermore, a pilot study was conducted on 30 respondents to test the research instrument before distributing it to the whole sample. Upon the feedback of the experts and the pilot study the questionnaire had been amended taking into consideration their suggestions, comments, and directions to achieve the validity of the instrument. **Reliability:** Reliability is the extent to which a variable (or set of variables) is persistent in what is intended to measure (Sekaran, 2003). The Cronbach's Alpha value used to test the reliability of the items measuring each variable. A reliability measure coefficient reflects how well items in a set are positively correlated to one another. Accordingly, the internal consistency method was used in this study to examine the reliability of each variable.

Table 1 below shows that all the values of alpha are above 0.60, which are considered to be acceptable.

**Table 1: Summary of Reliability Analysis**

Components	Cronbach's Alpha	Number of Items
<i>Supply Chain Management</i>	0.807	4
<i>Sustainable Supply Chain</i>	0.728	4
<b>Total</b>	<b>0.835</b>	<b>8</b>

Source: SPSS outputs

### 5.3. Internal consistency validity

#### 5.3.1. For Supply chain Management

**Table 2: Pearson Correlation for Supply Chain Management**

Sentences	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)
Our hotel seeks to build long relationships with its suppliers	.808**	.001
Our hotel involves its suppliers in planning and development	.859**	.001
The relationship with the suppliers is based on trust, commitment and mutual benefits	.881**	.001
Our hotel continuously measures and evaluates the supplier's satisfaction	.882**	.001

Source: SPSS outputs

The Pearson Correlation value for all sentences is more than 0.5, which can be considered moderately correlated.

#### 5.3.2. For Sustainable Supply Chain

**Table 3: Pearson Correlation for Sustainable Supply Chain**

Sentences	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)
The SCM in our hotel try to minimize damage to environment & comply with legislations.	.829**	.001
The SCM in our hotel considers the social & economic impact in buying choices.	.809**	.001
The SCM in our hotel considers what the procured products are made of & how they are transported.	.781**	.001
The SCM in our hotel considers how the procured products eventually are disposed of.	.865**	.001

Source: SPSS outputs

The Pearson Correlation value for all sentences is more than 0.5, which can be considered moderately correlated.

### 5.4. Correlation analysis

As indicated in the table (4) the Pearson correlation test was conducted between supply chain management and sustainability in supply chain, the results shows that supply chain management is positively and significantly correlated with sustainability in supply chain. In other words, supply chain management and sustainability in supply chain have a genuine, strong, and positive relationship with correlation coefficient of 0.630 ( $r=0.630$ ) and significance value less



than 0.01. This implies that supply chain management is positively contributing to sustainability in supply chain and there is a genuine positive relationship between supply chain management and sustainability in supply chain.

**Table 4: Correlation analysis between Supply Chain Management and Sustainability in supply chain**

Correlations			
Construct		Supply Chain Management	Sustainability in supply chain
<i>Supply Chain Management</i>	Pearson Correlation	1	.630**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	75	75
<i>Sustainability in supply chain</i>	Pearson Correlation	.630**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	75	75

\*\**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).*

Source: SPSS outputs

### 5.5. Test of normality

Based on table 5 we find that **Sig** for all variables is more than (0.05), so all data are subject to normal distribution.

**Table 5: Test of Normality for the variables**

Statistics		Supply chain management	Sustainable supply chain
N	Valid	75	75
	Missing	0	0
Mean		3.8533	3.7289
Std. Deviation		.95741	1.08039
Skewness		-1.389	-.845
Std. Error of Skewness		.277	.277
Kurtosis		1.732	-.048
Std. Error of Kurtosis		.548	.548

Source: SPSS outputs

### 5.6. Descriptive statistics of the data

#### 5.6.1. Supply Chain Management

Table 6 below depicts the Mean and Standard Deviation for supply chain management, the values were calculated based on the answers from the respondents.

**Table 6: Descriptive Statistics of the Data for Supply chain Management**

Supply Chain Management	N	Mean	Std. Deviation	Test Value = 3		
				t	df	Sig. (2-tailed)
Our hotel seeks to build long relationships with its suppliers	75	3.8400	1.12754	6.452	74	0.000
Our hotel involves its suppliers in planning and development	75	3.8267	1.10739	6.465	74	0.000
The relationship with the suppliers is based on trust, commitment and mutual benefits	75	3.8233	1.10659	6.452	74	0.000
Our hotel continuously measures and evaluates the supplier's satisfaction	75	3.899	1.10521	6.219	74	0.000
<b>Supply Chain Management</b>	75	3.8533	0.95741	7.719	74	0.000

Source: SPSS outputs

Based on the data collected from the respondents the mean of the data after the calculation was 3.8533, which is more than 3.4 and less than 4.2, and Sig is 0.000 less than 0.05, so the workers agree to the content of the sentences. This means the respondents demonstrate optimal level of attitude towards supply chain management. In other words, the respondents show positive attitude towards supply chain management.

#### 5.6.2. Sustainable Supply Chain

Table 7 depicts the Mean and Standard Deviation for sustainable supply chain, the values were calculated based on the answers from the respondents.

**Table 7: Descriptive Statistics of the Data for Sustainable Supply Chain**

Supply Chain Management	N	Mean	Std. Deviation	Test Value = 3		
				t	df	Sig. (2-tailed)
The SCM in our hotel try to minimize damage to environment & comply with legislations.	75	3.7333	1.25562	5.058	74	0.000
The SCM in our hotel considers the social & economic impact in buying choices.	75	3.7733	1.36137	4.919	74	0.000
The SCM in our hotel considers what the procured products are made of & how they are transported.	75	3.6800	1.40616	4.188	74	0.000
The SCM in our hotel considers how the procured products eventually are disposed of.	75	3.5432	1.42154	4.195	74	0.000
<b>Sustainable Supply Chain</b>	75	3.7289	1.08039	5.843	74	0.000

Source: SPSS outputs

Based on the data collected from the respondents the mean of the data after the calculation was 3.7289, which is more than 3.4 and less than 4.2, and Sig is 0.000 less than 0.05, so the workers agree to the content of the sentences. This means the respondents demonstrate optimal level of attitude towards sustainable supply chain. In other words, the respondents show positive attitude towards sustainable supply chain.

## 6. Hypotheses tests

**Main Hypothesis H1:** "There is a statistically significant effect of supply chain management in achieving sustainability in supply chain at the level of significance ( $\alpha \leq 0.05$ )".

In order to test the impact of supply chain management in achieving sustainability in supply chain, a simple linear regression method was used, between the supply chain management as independent variable, and sustainability in supply chain as dependent variable, as shown in the following tables:

As shown in Table 8 below, there is a causal relationship between supply chain management and sustainability in supply chain, the correlation coefficient (R) is 0.453, which is greater than zero, that indicates to a positive relationship between supply chain management and sustainability in supply chain.

The square of the correlation (R Square value) is 0.205, which indicates that (20.5%) of the volatility and variability in sustainability in supply chain is explained by supply chain management. In other words, the (R Square) value of 0.205 implies (20.5%) relative contribution of supply chain management in interpreting sustainability in supply chain, the remaining (79.5%) of the changes in the change can be attributed to other factors.

The adjusted R Square is 0.194, which implies that supply chain management can account for (19.4%) of the variation in sustainability in supply chain. Although there might be many factors that can explain the variable in achieving sustainability in supply chain, nearly (19.4%) of it is explained by supply chain management. This means that the remaining (80.6%) of the variation in sustainability in supply chain cannot be explained by supply chain management.

**Table 8: Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.453	.205	.194	.96621

Source: SPSS outputs

Table 9 shows the ANOVA results of the regression analysis. The significance value of 0.000, which is less than 0.05, indicates that the regression relationship is significant in predicting the effects of supply chain management in achieving sustainability in supply chain, that implies that there is a significant impact of supply chain management in achieving sustainability in supply chain. The F-ratio in the ANOVA table tests whether the overall regression model is a good fit for the data, the F-ratio shows a value of 18.828 which is greater than the F critical, and P-value is 0.000, that indicates that the model used for the study is well fitted, as well as it implies that the model is appropriate and significant.

**Table 9: ANOVA**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	17.577	1	17.577	18.828	.000
Residual	68.150	74	.934		
Total	85.727	75			

Source: SPSS outputs

Table 10 describes that supply chain management with significance of 0.000 which is less than 0.05 has a positive effect in achieving sustainability in supply chain. The positive B-value of 0.531 at tolerance level (4.339) implies that supply chain management has a positive influence

in achieving sustainability in supply chain, meaning that any increase in supply chain management will cause an increase in sustainability in supply chain multiplied by 0.531.

The Regression model can be formulated as the following: Sustainability in supply chain = 1.750 + 0.531 (Supply Chain Management).

**Table 10: Coefficients**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.750	.477		3.667	.000
1 Supply chain management	.531	.122	.453	4.339	.000

Source: SPSS outputs

Based on the above tables, we accept the null hypothesis, which means there is a statistically significant effect of supply chain management in achieving sustainability in supply chain at the level of significance ( $\alpha \leq 0.05$ ).

## 7. Summary of Major Findings

According to the data analysis in the previous sections, summary of the findings presented as follows:

- The majority responses on supply chain management scores a mean greater than 3.4, which implies the fact the concerned hotels implement the concepts and practices of supply chain management.
- The majority responses on sustainable supply chain scores a mean greater than 3.4 which implies the fact the concerned hotels implement the concepts and practices of sustainable supply chain.
- The result from the study shows that there is significantly strong correlation between supply chain management and sustainable supply chain, with correlation coefficient of 0.630 ( $r=0.630$ ) and significance value less than 0.01. This implies that supply chain management is positively contributing to sustainable supply chain and there is a genuine positive relationship between supply chain management and sustainable supply chain.
- The finding from simple linear regression analysis between supply chain management and sustainable supply chain shows the correlation coefficient (R) is 0.453, which is greater than zero, that indicates to a positive relationship between supply chain management and sustainable supply chain, which means there is a statistically significant impact of supply chain management in sustainable supply chain at the level of significance ( $\alpha \leq 0.05$ ).

## 8. Conclusion

The correlation analysis and regression analysis show a significant positive correlation between supply chain management and sustainable supply chain, meaning that there is a statistically significant effect of supply chain management in achieving sustainability in supply chain at the level of significance ( $\alpha \leq 0.05$ ). The workers of four seasons hotel demonstrate optimal level of attitude (positive) towards supply chain management and sustainability. However, additional tests and data collections will be needed to come to a more conclusive result as to whether supply chain management is an important factor in analyzing sustainable supply chain.

## Bibliography

- Ageron, B., Gunasekaran, A. & Spalanzani, A. (2011). Sustainable Supply Management: An Empirical Study. *International Journal of Production Economics*, 140(1), 168–182. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2011.04.007>
- Agus, A. (2011). Supply chain management, product quality, and business performance. *Journal of Global Strategic Management*, 5(1), 134–145. <https://doi.org/10.20460/JGSM.2011515818>
- Carter, C. R. & Rogers, D. S (2008). A framework of sustainable supply chain management: moving toward new theory. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 38(5), 360–387. <https://doi.org/10.1108/09600030810882816>
- Cuthbertson, R., Cetinkaya, B., Ewer, G., Klaas-Wissing, T., Piotrowicz, W. & Tyssen, C. (2011). *Sustainable Supply Chain Management: Practical Ideas for Moving Towards Best Practice*. Springer Berlin, Heidelberg. <https://doi.org/10.1007/978-3-642-12023-7>
- Christopher, M. (2003) *Logistics and Supply Chain Management*. London: Pitman Publishing.
- Cooper, M. C., Lambert, D. M. & Pagh, J. D. (2007). Supply Chain Management: More Than a New Name for Logistics. *The International Journal of Logistics Management*, 8(1), 1–14. <https://doi.org/10.1108/09574099710805556>
- Council of Supply Chain Management Professionals (CSCMP). [www.cscmp.org](http://www.cscmp.org)
- Cousins, P. D., Lawson, B. & Squire, B. (2006). Supply chain management: Theory and practice – the emergence of an academic discipline? *International Journal of Operations & Production Management*, 26(7), 697–702. <http://dx.doi.org/10.1108/01443570610672194>
- CSCMP (2013). Supply Chain Management Terms and Glossary. [https://cscmp.org/CSCMP/Educate/SCM Definitions and Glossary of Terms.aspx](https://cscmp.org/CSCMP/Educate/SCM%20Definitions%20and%20Glossary%20of%20Terms.aspx)
- Bowersox, D. J., Closs, D. J. & Cooper, M. B. (2006). *Supply Chain Logistics Management*. McGraw-Hill International Edition.
- Ensermu, M. (2013). *Logistics and Supply chain Management*. Addis Ababa University School of commerce. Addis Ababa, Ethiopia.
- Giannocearo, L. & Pontrandolfo, P. (2002). Inventory management in supply chains: a reinforcement learning approach. *International Journal of Production Economics*, 78(2002), 153–161. [https://doi.org/10.1016/S0925-5273\(00\)00156-0](https://doi.org/10.1016/S0925-5273(00)00156-0)
- Green K.W., Whitten D. & Imman R.A. (2008). The impact of logistics performance on organizational performance in a supply chain context. *Supply Chain Management*, 13(4), 317–327. <https://doi.org/10.1108/13598540810882206>
- Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607–610. <https://doi.org/10.1177/001316447003000308>
- Lambert, D.M. (2004). The Eight Essential Supply Chain Management Processes. *Supply Chain Management Review*, 8(6), 18–26.
- Lambert, D.M., Cooper, M.C. & Pagh, J.D. (1998). Supply Chain Management: Implementation Issues and Research Opportunities. *International Journal of Logistics Management*, 9(2), 1–20. <https://doi.org/10.1108/09574099810805807>
- Li, S., Ragu-Nathan, B., Ragu-Nathan, T. S. & Rao, S. S. (2006). The Impact of Supply Chain Management Practices on Competitive Advantage and Organizational Performance. *Omega*, 34(2), 107–124. <https://doi.org/10.1016/j.omega.2004.08.002>
- Lummus, R. R. & Vokurka, R. J. (1999). Defining Supply Chain Management: A Historical Perspective and Practical Guidelines. *Industrial Management & Data Systems*, 99(1), 1–17. <https://doi.org/10.1108/02635579910243851>

- New, S. J. & Payne, P. (1995). Research Framework in Logistics: Three Models, Seven Dinners and a Survey. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 25(10), 60–77. <https://doi.org/10.1108/09600039510147663>
- Penker, M. (2006), Mapping and measuring the ecological embeddedness of food supply chains. *Geoforum*, 37(3), 368-379. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2005.09.001>
- Sabry, A. (2015). The Impact of Supply-Chain Management Capabilities on Business Performance in Egyptian Industrial Sector. *International Journal of Business and Management*, 10(6), 251–286. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v10n6p251>
- Sekaran, U. (2003) *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. 4th Edition, John Wiley & Sons, New York.
- Sillanpää, I. (2011). *Supply chain performance measurement in the manufacturing industry: a single case study research to develop a supply chain performance measurement framework*. University of Oulu, Faculty of Technology, Department of Industrial Engineering and Management, Finland.
- Simchi-Levi, D. & Kaminsky, P. (2000). *Designing and Managing the Supply Chain*. 1st Edition, Irwin McGraw-Hill, New York.
- Stank, T. P., Davis, B. R. & Fugate, B. S. (2005), A Strategic Framework for Supply Chain Oriented Logistics. *Journal of Business Logistics*, 26(2), 27–46. <https://doi.org/10.1002/j.2158-1592.2005.tb00204.x>
- Stapleton D., Hanna J.B. & Ross, J.R. (2006). Enhancing Supply Chain Solutions with the Application of Chaos Theory. *Supply Chain Management*, 11(2), 108–114. <https://doi.org/10.1108/13598540610652483>
- Tan, K.C. (2001). A framework of supply chain management literature. *European Journal of Purchasing & Supply Management*, 7(1), 39–48. [https://doi.org/10.1016/S0969-7012\(00\)00020-4](https://doi.org/10.1016/S0969-7012(00)00020-4)
- Van der Vorst, J.G.A.J., Beulens, A.J.M. & van Beek, P. (2005). Innovations in Logistics and ICT in Supply Chain Networks. In Jongen, W.M.F. & Meulenbergh, M.T.G. (Eds.), *Innovation in Agri-Food Systems* (pp. 245-295). Wageningen Academic Publishers, Wageningen (Netherlands).

## The Role of EGTCs and Euroregions in Economic Cooperation Across the Hungarian-Romanian Border Between the Period 2007-2020

Melinda BENCZI<sup>2</sup>

PhD Student

*University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics*

Analyst

*Central European Service for Cross-Border Initiatives*

### Absztrakt

A határon átnyúló együttműködés az Európai Unió központi pillére, mivel a határ régiók az EU integrációs laboratóriumainak is tekinthetők. Ez szükségessé teszi a határon átnyúló együttműködés támogatására használt elsődleges eszközök – az eurorégiók és az ETT-k – megfelelő megértését. Ebben a cikkben a rendelkezésre álló szakirodalom elemzése és interjúk elkészítése révén a magyar-román határszakaszon 2007-2020 közt működő struktúrák határon átnyúló gazdaságfejlesztő szerepének megértéséhez kerülünk közelebb. A kutatás azt mutatja, hogy az 1990-es és 2000-es években létrejött eurorégiók megnyitották az utat az ETT-k intézményesebb, jogilag erősebb eszköze előtt, míg a saját jelentőségük a határon átnyúló gazdasági együttműködés közvetlen mozgatórugóiként némileg csökkenni látszik. A vizsgált ETT-k ugyanakkor szintén nehézségekbe ütköznek a határon átnyúló gazdasági fejlődést javító képességükhöz fűződő elvárások teljesítésében, mivel a legtöbb ilyen jellegű kezdeményezésük előkészítő jellegű, sporadikus vagy kis léptékű.

*Kulcsszavak:* gazdaságfejlesztés, határon átnyúló együttműködés, kohéziós politika

*JEL-kódok:* O21, R58, R11

### Abstract

Cross-border cooperation stands in the heart of the European Union as border regions are often regarded as the laboratories of the EU. This necessitates a proper understanding of the primary tools – the Euroregions and the EGTCs – used for supporting cross-border cooperation. This article focuses on the exploration of the roles these structures play in economic cross-border cooperation on the Hungarian-Romanian border section between 2007 and 2020 through analysing the available literature and conducting semi-structured interviews. The research shows that the Euroregions created in the 1990s and 2000s opened the way for the more institutionalised, legally more powerful tool of EGTCs while their abilities to be a direct driver of economic cross-border cooperation seems to somewhat diminished. At the same time the analysed EGTCs also struggle to fulfil the expectations attached to their capacity of improving cross-border economic development on the Hungarian-Romanian border section as their activities are either preparatory, sporadic or small-scaled.

*Keywords:* economic development, cross-border cooperation, cohesion policy

*JEL Codes:* O21, R58, R11

---

<sup>2</sup> benczi.melinda@phd.uni-sopron.hu

## 1. Introduction

Cross-border cooperation in some sense is in the heart of the European Union as it is through it and the border regions where the four freedoms – the free movement of people, capital, goods and services – are primarily realised. This means that there is a need for properly understanding the complex system of territorial tools used in this process. This is why recently plenty of articles were written on the Euroregions and the European Groupings of Territorial Cooperation (hereafter: EGTC) presenting their history (Evrard & Engl, 2018), their theoretical foundation (Ulrich, 2020) and legal provisions (Medeiros 2020). Furthermore, it is also important to shed light on the topic through systematic case-studies focusing on different border sections. On the Hungarian-Romanian border there are already important materials published (such as Țoca et al., 2021; Jaschitz, 2020), however, the role of EGTCs and Euroregions in economic cross-border cooperation across this border section during the previous two financial cycles (2007-2020) has not yet been uncovered despite of the importance of the subject.

The term Euroregion means a transnational cooperation structure between at least two neighbouring territories from adjacent European countries. Euroregions usually are not identical with any legislative or governmental institutions and have no direct political power. The Association of European Border Regions formulated four criteria for a Euroregion to be identified: (1) it has to be formed by local and regional authorities on either side of the national border, sometimes with a parliamentary assembly, (2) it has to have a permanent secretariat and a technical and administrative team with own resources, (3) if it is of private law nature, then it has to be based on non-profit-making associations or foundations on either side of the border in accordance with the respective national law in force, and (4) if it is of public law nature, then it has to be based on inter-state agreements (Vassi & Salas-Olmedo, 2014).

The purpose of the Euroregions is to help the formation of a coherent space where the border does not pose any obstacle but rather appears as an endogenous resource inspiring development. The main activity of the Euroregions is the creation of a framework for cooperation by bringing together different actors along common policies and shared goals. The most frequently covered topics are regional development, transport, local economy, cultural activities and environmental protection (Medeiros, 2011).

Euroregions have a long history, the first being established in 1958 between the Netherlands and Germany. While in the 1970s there were 10 new registered Euroregions, it was only the 1990s when their popularity reached its peak with 39 newly established entities. In the 2000s the scale of newly established Euroregions started to decline with only 22 new formations and the 2010s only saw the creation of 2 new Euroregions. Currently, there are 81 Euroregions across Europe.

Probably, the decline in the popularity of the Euroregions has something to do with the introduction of the EGTC tool. The novelty of the European Grouping of Territorial Cooperation was that it made it possible for public bodies of different Member States to form a collective entity with full legal personality. The tool was established on 5 July 2006 by the Regulation (EC) 1082/2006 of the European Parliament and of the Council.

The objective of the EGTC is to facilitate and promote territorial cooperation in order to improve European economic and social cohesion. Specifically, the EGTC is dedicated to the management and implementation of territorial cooperation programmes or projects (Biot, 2012). Or in other words, EGTCs are “involved in wide-ranging policy development and strategy building” (Soós, 2013, p. 530.). An EGTC may carry out actions of territorial cooperation, with or without a financial contribution from the EU (Art. 7 of the EGTC Regulation). The added value of the EGTC tool was promoted by the Committee of Regions as it being threefold. Firstly, it strengthens territorial cohesion by helping the achievement of EU’s objectives as stated in the Treaty of Lisbon. Secondly, it pushes for results that support Europe 2020 by



boosting competitiveness and sustainability in Europe's regions. Thirdly, it promotes multilevel governance since the EGTC offers "the possibility of involving different institutional levels in a single cooperative structure", and thus "opens up the prospect of new forms of multilevel governance, enabling European regional and local authorities to become driving forces in drawing up and implementing EU policy, helping to make European governance more open, participatory, democratic, accountable and transparent (Committee of the Regions, 2011).

The main difference between an EGTC and a Euroregion is that the latter is perceived more like a "brand" and lacks the legal structure of the EGTC (Engström et al., 2011). However, the two structures do not necessarily have to be in a mutually exclusive relation, but they can co-exist and cooperate on the same or overlapping territories. This is also the case on the Hungarian-Romanian border section, the topic of this paper, which examines in more details the role of the Danube-Kris-Mures-Tisza Euroregion, the Carpathian Euroregion, the Biharia Euroregion, the Banat-Triplex-Confinium EGTC, the Gate to Europe EGTC, the European Common Future Building EGTC and the European Border Cities EGTC in cross-border economic cooperation between 2007 and 2020.

## 2. Methodology

In order to best assess the role of EGTCs and Euroregions in economic cooperation across the Hungarian-Romanian border between the period 2007-2020 a mixed methodological approach was put together consisting of three main types of sources.

Firstly, the international literature has been reviewed to find out what are the main school of thoughts regarding the role of Euroregions and EGTCs in economic development. In the article only those sources were cited that has a direct relevance to the topic and the Hungarian-Romanian border section. Regarding the EGTCs' projects and results a main source was the Central European Service for Cross-Border Initiatives' publication called "Snapshot of EGTC's with Hungarian Participation" which offers an "overview of the situation and performance of the EGTCs with Hungarian participation" (CESCI, 2022). The publication relies on the project database created for the Hungarian Ministry of Foreign Affairs and Trade by the EGTCs, which contains data on nearly 440 projects of the groupings, as well as the results of a survey among the EGTCs, conducted by CESCI.

Secondly, the paper also extensively used the materials published on the EGTC monitor<sup>3</sup> platform. The EGTC monitor was developed by the Central European Service for Cross-Border Initiatives in 2021 to offer a comprehensive information platform of the EGTCs and it contains their interactive maps, basic data, detailed list of projects as well as recent news presenting their activities.

Thirdly, in order to fill the gaps from the literature review and project and document analysis, interviews were also carried out for the sake of this article with the directors and managers of the most active Euroregions and EGTCs of the analysed border section. The semi-structured interviews were helpful in understanding the underlying dynamics behind the role these structures can and do play in cross-border economic development.

Following the logic of the topic, the article is structured in a way that it begins with the general introduction of the topic, followed by the presentation of the methodology. After this the three Euroregions and the four EGTCs of the Hungarian-Romanian border section are analysed in details from the point of view of the role they play in the cross-border economic development. The conclusion chapter summarises the results of these analyses.

---

<sup>3</sup> <https://egtcmirror.cesci-net.eu/en/>

### **3. Overview of the EGTCs and Euroregions in the Hungarian - Romanian border**

#### ***3.1. Danube-Kris-Mures-Tisza Euroregion***

The Danube-Kris-Mures-Tisza Euroregion (hereafter: DKMT Euroregion) was established in 1997 in Szeged with members from three countries: Bács-Kiskun, Békés and Csongrád-Csanád counties from Hungary; Arad, Hunedoara, Caraş-Severin and Timiş counties from Romania and the Autonomous Province of the Vojvodina from Serbia. Altogether the Euroregion comprises 71,879 km<sup>2</sup> and 5.3 million people. The aim of the cooperation was stated by the signatories in a way that “it should develop and broaden relationships among local communities and local governments in the field of economy, education, culture, science and sports – and help the region to join the process of the European integration” (DKMT, 1997).

The Euroregion has established 10 workgroups which compose of initiatives, projects, programs, recommendations in different professional fields of the cooperation. These workgroups are: economy, infrastructure and tourism workgroup; urbanism, nature and environmental protection workgroup; culture, sports, non-governmental organisations and social issues workgroup; international relations, information and mass communication workgroup; catastrophe prevention workgroup; national health workgroup; healthcare workgroup; industrial park workgroup; tourism workgroup; agricultural workgroup.

Following from the DKMT raison d'être, the Euroregion is primarily involved in “promoting projects of regional interest and playing a role as a forum for information and advice on cross-border issues” (Rieser, 2010). This also involves the development of economy-related initiatives.

However, the aspiration of being a real driver of economic cross-border cooperation is not without its challenges. Even though the DKMT Euroregion is one of the most important and active areas of Europe by its position in the eastern border of the European Union at the crossroads of Trans-European and Pan-European corridors, the intensity of the cooperation is lower than in Western Europe because homogenisation processes are significant barriers to the development of the border regions (Dudă-Dăianu & Abrudan, 2017). Despite the fact that there are some positive tendencies, the cooperation concerning the Danube-Kris-Mures-Tisza Euroregion (...) can still be characterized by developmental tendencies of the peripheries (Pál, 2014, p. 26.).

#### ***3.2. Carpathian Euroregion***

The Carpathian Euroregion was established in 1993, by the representatives of the regional administrations of Poland, Ukraine, Slovakia and Hungary. Romanian counties requested their acceptance in 2000. Its total area is about 160,000 km<sup>2</sup> and it is inhabited by over 15 million people. The Carpathian Euroregion was created to bring together the people from the region of the Carpathian Mountains and to facilitate their cooperation in the fields of science, culture, education, trade, tourism and economy. Even though economic development was mentioned as one the main goals, the Euroregion is mostly praised by being the most successful Euroregional initiative in this part of Europe mostly due to the achievements in the sphere of environment protection, cultural exchange, institutional networking and promoting a peaceful coexistence (Tanaka, 2006; Chabanna, 2013; Borshch, 2014).

Nevertheless, the Euroregion had several initiatives and activities targeting economic development. Firstly, the growing number of border crossings in the region can be considered as a major achievement of the Carpathian Euroregion as regards to the strengthening of economic cooperation (Borshch 2014). This was “a preliminary step that allowed a more intensive exchange on the local and regional levels and thus also the development of a more sophisticated structures of cooperation” (Smętkowski & Rok, 2016).

Secondly, the Euroregion has been carrying out various promotion and networking activities in order to enhance economic cooperation. These mostly include the organisation of trade fairs providing a meeting point for business entities from different parts of the region to display their offer and establish business relations. However, the establishment and later the activities of the Carpathian Association of Chambers of Commerce can also be considered as a step towards this direction.

Thirdly, the active presence of the Euroregion also made it possible for the appearance of 'institutional spin-offs', i.e. "new institutions that use the potential and capabilities of the existing Euroregion structures to serve complementary goals, focusing also on enabling cross-border economic cooperation" (Smętkowski & Rok, 2016). For example, the Carpathian Agency of Regional Development or the Centre for Cross-border Cooperation.

Finally, it should also be mentioned that even though economic integration is visible in the Euroregion it is mostly limited to trade indicating that the stage of cross-border cooperation development is not particularly advanced.

### **3.3. Biharia Euroregion**

Biharia Euroregion is the only Euroregion which only has members from Romania and Hungary. It was established in 2002, as a "newly created structure within a diversified area in terms of ethnic-confessions, culture and not least of cross-border cooperation" (Țoca, 2013). It is formed by two counties: the Romanian Bihor County and the Hungarian Hajdú-Bihar County. The reason behind the establishment of the Euroregion is that even though the two counties do not have a homogenous structure, they experience challenges that can be solved together more easily. Moreover, "the differences of resources make it possible and somehow necessary for a certain economic cooperation between Bihor and Hajdú-Bihar" (Buda, 2016, p. 5.).

The local authorities from the two counties clearly intended to "significantly enhance the number of bilateral projects" (Cismaș and Sabău 2012, 97) through the establishment of the Euroregion. In the early 2010s the economic potential of the area was perceived to be an increased one and "the key to a balanced development of the border territory will be to attract important sums of European money by means of structural funds (Ibid). In order to attain this goal, the establishment of the Biharia Euroregion was a welcomed step by many scholars and practitioners, claiming that "nowadays, and more accurately after 1989, the cooperation at the Romanian-Hungarian border at the level of Debrecen and Oradea communities and of Bihor-Hajdu Bihar Euroregion has been more dynamic than ever" (Țoca, 2013, p. 7.).

As opposed to the initial praises the initiative received, it seems that Biharia Euroregion lost most of its relevance in the past years as currently it even lacks a working webpage, which might mean that the number of its active projects are converging to zero. However, this might be the result of an organic and more general process, since as early as 2016 authors were already raising the idea that Biharia Euroregion could learn from Western examples and it would be wise to implement the EGTC project as "this could bring advantages on the long term, it would give a stable legal framework and financial autonomy for the Euroregion. It could be established axis for better cooperation and priorities" (Buda, 2016).

Consequently, it could be perceived that the Euroregion made way to the EGTC which is a very important instrument for interregional cooperation also promoted and supported by the European Union, which might be more efficient in realising "socio-economic development and a new dimension of interregional cooperation" (Ibid).

### **3.4. Banat-Triplex-Confinium EGTC**

The Banat-Triplex-Confinium EGTC (hereafter BTC EGTC) is the first EGTC established on the Hungarian-Romanian border section and it was registered in 2011. It brings together 76 municipalities from the Homokhátság, Tisza, Maros/Mureș and Banat regions. The total operating area of the EGTC is 8,374.4 km<sup>2</sup>, with a population of 444,570. Its headquarters is located

in Mórahalom, Hungary. The general and specific objectives of the Banat-Triplex-Confinium EGTC are (1) promotion of the harmonious development of its territory by strengthening the economic, social and territorial cohesion through cross-border cooperation; (2) elaboration and implementation of the joint, coordinated development strategy of the EGTC; (3) development of cross-border economic, social and environmental activities through joint strategies for sustainable territorial development; (4) comprehensive social catching-up of the border regions on the basis of partnership, with the application of regional and local resources and the efficient use of the state budget tender funds of the Community, Hungary and Romania.

The BTC EGTC carried out several activities in the Hungarian-Romanian border region to promote cross-border economic cooperation. Firstly, between 2012-2013 it implemented the project called COOP-Banat to strengthen cooperation and network resources in favour for achieving economic growth. The project which had a 75,771 euro budget from the Hungary-Romania Cross-border Co-operation Programme intended to improve the cooperations between the South-Plains regions and the West-Romanian regions. The idea was that cross-border cooperations may help the local governments, the companies and the local stakeholders to implement a joint concept and to draw up a successfully strategy.

Another initiative that aimed to increase the economic cross-border cooperation aimed to do so through enhancing cross-border mobility. The E-transport project (carried out from a 779,715 euro budget) externally managed by the BTC EGTC provides passenger transport between Jimbolia (Romania) and Mórahalom (Hungary) using environmentally friendly e-buses. The project was also completed with 12 cultural and touristic events on the two sides of the border to strengthen the link between the involved localities.

Whereas the BTC EGTC created a business partner finding portal and EXPO in order to link together the small and medium businesses of the region and to promote networking as well as created development plans to catch up with international market trends, boost entrepreneurship and develop competitive businesses, of small and medium-sized enterprises, these projects were only available on the Serbian-Hungarian border and not the Hungarian-Romanian border.

### ***3.5. Gate to Europe EGTC***

The Gate to Europe EGTC was registered in 2012 and incorporates 35 municipalities from the Hungarian-Romanian border area. The operating area of the EGTC covers a total of 2,617.9 km<sup>2</sup>, partly affecting the southern part of Nyírség, Érmellék/Valea Ierului, Berettyó and the Hajdúság Landscape Protection Area. The seat of the EGTC is located in the Hungarian city of Nyíradony, the total population of the Group is 190,023. The general objective of the Gate to Europe EGTC is to strengthen economic and social cohesion among its members in the framework of cross-border cooperation. The specific objectives of the EGTC are the following (1) elaboration of regional development plans, project development and implementation of projects; (2) elaboration of regional development plans, common project development and implementation of projects; (3) cooperation for the development of tourism: joint product development, development of tourism infrastructure, joint marketing; (4) joint tourism management.

Based on the profile of the municipalities building up the Gate to Europe EGTC, the entity approaches the topic of economic cross-border cooperation through supporting agriculture. The EGTC mostly improved the collaboration of farmers by regularly organizing farmer clubs, trade fairs and field trips, where the participants can exchange their experiences. For instance, in 2014 the EGTC had a project with a budget of 1,600 euro to organise agricultural forums. The aim of the project was to deepen the relationships between the farmers working in the operational field of the Gate to Europe (EGTC monitor, 2022).

Furthermore, the Gate to Europe EGTC supported farmers and municipalities by establishing a marketplace, farmers' market, the construction of a processing plant (wine, pellet) and

a storage building, as well as by purchasing other equipment (wood chipper, tractor) organized by externally managed tenders (CESCI, 2022).

### ***3.6. European Common Future Building EGTC***

The European Common Future Building EGTC was registered in 2012 and involves 8 municipalities on the Hungarian-Romanian borderland. The operating area of the EGTC covers a total of 575.6 km<sup>2</sup>, involving the area of the Békési-hát and the eastern part of Arad County. Since 2016 the registered office of the EGTC is located in the Hungarian city of Battonya, while the total population of the grouping is 34,254. The general objective of the EGTC is to strengthen the economic and social cohesion among its members in the framework of cross-border cooperation. Specific objectives of the EGTC in its field of operation are: (1) elaboration of joint regional development plans, common project development and implementation of projects; (2) the establishment and operation of joint institutions facilitating cooperation and the maintenance of projects; (3) cooperation for the development of tourism: joint product development, development of tourism infrastructure, joint marketing; (4) joint tourism management.

The European Common Future Building EGTC is one of the less active cross-border bodies in the region. According to its website and several sources analysing the EGTC's activities on this border section (such as for example CESCI's EGTC Snapshot), this EGTC did not yet have the capacity or opportunity to place enough emphasis on cross-border economic development. Its Interreg V-A Romania-Hungary Programme project between 2018-2020 called COMSPORT supported with 80,000 euro aimed to create an active social group in the area. The two members of the EGTC, the municipalities of Curtici and Pusztaotlaka submitted a joint tender to organise events, through which the citizens and organisations on both sides of the border can get closer to each other and establish a better connection despite the cultural and language barriers. This can be viewed as a prerequisite for economic cooperation, but in itself is not that yet.

### ***3.7. European Border Cities EGTC***

The European Border Cities EGTC is the youngest on the Hungarian-Romanian border section as it was registered in 2014. The EGTC brings together the municipalities of Nyíregyháza and Satu Mare along the Hungarian-Romanian border. The EGTC covers a total of 411.3 km<sup>2</sup> with a total population of 236,695. The registered office of the EGTC is located in the Hungarian city of Nyíregyháza. The general objective of the EGTC is to strengthen the economic and social cohesion among its members in the framework of cross-border cooperation. Specific objectives of the EGTC in its field of operation are (1) elaboration of joint regional development plans, common project development and implementation of projects; (2) cooperation for the development of tourism: joint product development, development of tourism infrastructure, joint marketing; and (3) joint tourism management.

Similarly to the European Common Future Building EGTC, the European Border Cities EGTC is also not at that development stage yet where it can directly and efficiently affect the economic cross-border cooperation. Rather it has projects that "prepare the ground" for that, such as the project called CultDialogue and Kultaction which were implemented in order to address similar cultural challenges. The CultDialogue took steps to increase the capacity of cultural organisations and to establish a methodology for cooperation in the field of culture, while Kultaction has been active in organising new traditional events, strengthening cooperation between institutes, increasing the range of programmes and creating the possibility for exchanging experience (CESCI, 2022).

## 4. Conclusion

Since the late 1990s the Romanian-Hungarian border section was the scene of buoyant cross-border cooperation initiatives. First the Euroregions appeared which through their pioneering symbolic activities usually encompassing larger territorial units opened the way for the more institutionalised, legally more powerful tool of EGTCs. Consequently, in the analysed period of 2007-2020, the Euroregions competencies to be a direct driver of economic cross-border cooperation seemed to somewhat diminish, while at the same time the potential of the EGTCs were assessed to be bigger.

However, the analysed EGTCs were to some extent unable to fulfil the expectations attached to their capacity of improving cross-border economic development on the Hungarian-Romanian border section as their activities mostly fell under one of three categories. Firstly, they focused on grounding activities that prepared the circumstances for creating more direct and effective cross-border economic initiatives by connecting the relevant actors together or creating strategies that these actors can follow. Secondly, the majority of these projects were sporadic, lasting for a very limited time (usually one to three years) which meant that the changes they provoked did not have enough time to really take root and blossom into a long-lasting practice. Thirdly, these endeavours more often than not were quite small-scale concentrating on to a limited territorial or thematic scope. This might be contra-productive since most of the economic processes are complex and involve several actors from different industries and settlements to work together, but if a project is only focusing on one segment these necessary synergies cannot develop properly.

Nevertheless, undoubtedly, all these activities were important and contributed to the incremental improvement of the cross-border economic cooperation, but it is probably not too far-fetched to say that their direct impact is not high enough. The reasons behind this could be manifold and more than likely structural, stemming from the endogenous characteristics of the territory, at the same time the exploration of the potential remedies could be gap-filling research in the future. Furthermore, another potential avenue for future research could be a systemic statistical analysis of the sustainability of the cross-border economic projects.

## Bibliography

- Biot, V. (2012). *The European grouping for territorial cooperation (EGTC): which potential for a fruitful governance on the EU territory*. 52nd Congress of the European Regional Science Association: "Regions in Motion - Breaking the Path", 21-25 August 2012, Bratislava, Slovakia. European Regional Science Association (ERSA), Louvain-la-Neuve. <http://hdl.handle.net/10419/120510>
- Borshch, O. (2012). Cross-border cooperation as a development factor for borderline territories of Ukraine. *European Journal of Law and Economics*, 37(3), 529–544. <https://doi.org/10.1007/s10657-012-9363-y>
- Buda, M. (2016). European Border Regions in comparison: The cross-border cooperation in Basque Country – a good example for Bihar – Hajdú-Bihar Region? *MPRA Paper 91406*, University Library of Munich, Germany. <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/91406/>
- CESCI (2022). Snapshot of EGTC's with Hungarian Participation. Overview of the situation and performance of the EGTCs with Hungarian participation. <https://egtcmonitor.cesci-net.eu/en/literature/egtc-snapshot-2022/>
- Chabanna, M. (2013). Cross-border governance in the Carpathian Euroregion: Institutional dimension of decision-making. *Eurolimes*, 16, 79–93.
- Committee of the Regions (2011). What is an EGTC? [https://portal.cor.europa.eu/egtc/SiteCollectionDocuments/Splitted/Segment%20001%20of%201154\\_posters\\_A0\\_v2\\_ALLweb.pdf](https://portal.cor.europa.eu/egtc/SiteCollectionDocuments/Splitted/Segment%20001%20of%201154_posters_A0_v2_ALLweb.pdf) (Letöltve: 2022.12.05.)

- Dudă-Dăianu, D. C. & Abrudan, D. (2017). Euroregion Danube-Cris-Mures-Tisa (DKMT) – A Successful Story? *Strategii Managerial*, 35(1), 402–410. [http://www.strategiimanageriale.ro/images/site/articole/article\\_b5b5d5fe358299fdbeee76c9e9eb3e2d.pdf](http://www.strategiimanageriale.ro/images/site/articole/article_b5b5d5fe358299fdbeee76c9e9eb3e2d.pdf) (Letöltve: 2022.12.05.)
- EGTC monitor (2022). Information platform for European Groupings of Territorial Cooperation of Hungary. <https://egtcmmonitor.cesci-net.eu/en/>
- Evrard, E. & Engl, A. (2018). Taking Stock of the European Grouping of Territorial Cooperation (EGTC): From Policy Formulation to Policy Implementation. In Medeiros, E. (Ed.), *European Territorial Cooperation* (pp. 209–227). The Urban Book Series. Springer, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-74887-0\\_11](https://doi.org/10.1007/978-3-319-74887-0_11)
- Jaschitz, M. (2020). The role of the EGTC in cross-border spatial planning. In Ocskay, Gy. (Ed.), *15 years of the EGTCs: Lessons learnt and future perspectives* (pp. 123–144). Central European Service for Cross-border Initiatives (CESCI), Budapest.
- Medeiros, E. (2020). The EGTC as a tool for cross-border multi-level governance. In Ocskay, Gy. (Ed.), *15 years of the EGTCs: Lessons learnt and future perspectives* (pp. 145–168). Central European Service for Cross-border Initiatives (CESCI), Budapest. <http://hdl.handle.net/10071/26386>
- Pál, Á. (2014). Geographical Background to the History of the Danube-Kris-MuresTisa Euroregion. In Maslova, G. et al. (Eds.), *Culture, Languages, History: Integration and Border-Crossing* (pp. 13–29). SATA OÜ, Narva.
- Rieser, H.-H. (2010). Dezvoltarea economica in Euro-regiunea Danube-Kris-Mures-Tisa, Friedrich-Ebert-Stiftung Rezentanta in Romania. Friedrich Ebert Stiftung. <http://www.fes.ro/pages/en/publications.php>
- Smętkowski, M., Rok, J. (2016). The Carpathian Euroregion from the perspective of economic cooperation in peripheral regions. *MPRA Paper 82763*. University Library of Munich, Germany. <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/82763/>
- Soós, E. (2013). Contribution of EGTCs to Multilevel Governance. *International Journal of Multidisciplinary Thought*, 3(3), 519–531.
- Tanaka, H. (2006). Carpathian Euroregion and cross-border governance. *The Journal of Comparative Economic Studies*, 2, 59–80.
- Țoca, C.-V. (2013). Ethical Analysis within Bihor-Hajdú-Bihar Euroregion. In Brie, M., Horga, I. & Șipoș, S. (eds), *Ethnicity and Intercultural Dialogue at the European Union Eastern Border* (pp. 111–119). <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/62054/>
- Țoca, C.-V., Cosmin, C. & Chirodea, F. (2021). Evaluation of the regional cooperation at the Romanian-Hungarian border. *Crisia*, 51(1), 143–154. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4007133>
- Ulrich, P. (2020). The EGTC, transformative and innovative governance and national boundaries. In: Ocskay, Gy. (Ed.), *15 years of the EGTCs. Lessons learnt and future perspectives* (pp. 169–196). Central European Service for Cross-border Initiatives, Budapest.
- Vassi, A. & Salas-Olmedo, M.-H. (2014). Eurocity and Euroregions: a new concept with wide implications. In Pulawska, S. & Rossetti, S. (Eds.), *Applying accessibility tools to address urban and transport planning* (pp. 42–55). Maggioli Editore.

## Procrastination and its Influencet on Retirement Saving Plann

**Khaliunaa DASHDONDOG<sup>1</sup>**

PhD Candidate

*University of Pécs, Faculty of Business and Economics - Hungary*

### Abstract

Two types of pension schemes are currently used in many countries, including Defined Contribution (DC) and Defined Benefit (DB). Demographic change, and ageing among population requires to implement defined contribution schemes rather than defined benefit scheme. However, most people tend to procrastinate retirement saving because of a lack of self-control, time inconsistency, and present biased preferences. Therefore, this research aimed to investigate procrastination behavior and its' influence on retirement saving plan. The researcher reviewed existing practices of defined contribution (DC) retirement plan implementation in USA, the country that has been implementing of DC for long time. In addition, researcher made simple analysis on OECD countries participation rate to defined contribution (DC) retirement plan. Third, the researcher took focus group interview from six different participants in Mongolia, the country that is currently make attempt to implement defined contribution (DC) retirement plan. The result shows that people tend to procrastinate their retirement saving plan in most cases. The researcher suggested previous practices and behavioral tools that are helping to implement retirement plans successfully, including automatic enrollment, incentives, commitments, and financial education.

*Keywords:* procrastination, retirement plan, defined contribution scheme

*JEL Codes:* D14, G41

### 1. Introduction

Procrastination is individual's behavior to delay certain tasks and decision. According to the several studies, every individual is experienced procrastination, however around 20 percent of the population tend to have chronic procrastination behavior (Ellis & Knaus, 1979; APA, 2010; MacNaught, 2020). From the economical perspective, it is hugely effects on individuals financial and economic decisions, including accumulated debt of credit card, and no savings for the future. It can be explained as, individuals feel immediate satisfaction form consumption and immediate cost from saving (Barboza, 2017). Therefore, many scholars and economists are interested in this topic, specifically procrastination of pension plan is classic example within this topic.

There are two types of pension schemes, including Defined Contribution (DC) and Defined Benefit (DB) (Börsch-Supan, 2005). A defined benefit (DB) pension scheme is considered as traditional method, which based on redistributive system. However, Defined Contribution (DC) is more depends accurate and optimal choice on individuals' contribution amount. There are many countries started implementing Defined contribution (DC) plan in the beginning of 2000s. For instance, defined contribution plan is common in USA, moreover UK suggest National Employment Savings Trust (NEST) and the UK's personal retirement plans. Germany has its own plans which are named Riester plans, as well as Australia has Superannuation system,

---

<sup>1</sup> [dkhaliunaa@gmail.com](mailto:dkhaliunaa@gmail.com)



while New Zealand offer its KiwiSaver scheme. During the implementation of defined contribution (DC) plans, many economists and scholars observed procrastinating tendency among employees (Thaler & Benartzi, 2004; Börsch-Supan, 2005; Choi et al., 2002).

Moreover, demographic change, and ageing among population requires to implement defined contribution schemes rather than defined benefit scheme. For instance: according to PWC (2019) population of the earth will be increased by one more billion and over 300 million people will be aged over 65 in 2030. Specifically, some continents including Europe would be majorly influenced by this demographic change, and ageing of population. This leads to loss proper ratio between workforce and retired people, and eventually it will not able to finance redistributive retirement plans like defined benefit (DB) plans. Therefore, defined contribution scheme would be the optimal choice for some countries.

In order to give clear understanding, the researcher aimed to investigate the relationship between procrastination and saving behavior, specifically, its relation to retirement plans with this paper. This issue is a classic exemplar of how procrastination works and why people tend to delay their future investment.

## **2. Literature review**

### ***2.1. Procrastination***

Earlier, the term of procrastination was more related to academic procrastination issues. Silver defined procrastination as stress related to deadlines. Procrastination plays a crucial role in decision making, particularly psychologists and economists acknowledged that individuals tend to procrastinate more if the decision getting important (Brown & Previtro, 2020). Economist George Akerlof (1991) firstly introduced procrastination in the economic literature. Akerlof states that individuals tend to choose present reward over future profit.

There are several economic implications need to be considered in the case of procrastination theory (Sabarwal, 2020). Firstly, procrastination is related to “opportunity cost”, this means that people are losing their opportunity that can be achieved through procrastinating decision making. Basically, it explains that individuals procrastinated choice creates loss of opportunity. Another implication is hyperbolic discounting, which refers to individuals’ preference of present time over the future. Hyperbolic agents prefer present time because they assume that present action is important than future actions. If the agent is naïve, it means the agent more tend to procrastinate (Thaler & Benartzi, 2004).

The third implication is time inconsistency, that refers to individuals’ decision-making inconsistency over time. For instance: an individual tends to not having same decision making in different times. Strotz (1955) notes that timeless choices can be time consistent, only in the case of agents’ constantly discounting action. However, there are evidences that individuals act time-inconsistently, particularly, through comparing present and future consumptions (Thaler & Benartzi, 2004). Finally, those implications are related to the differences in time of decision making.

There are several models developed for explaining procrastination. For instance: O’Donoghue and Rabin developed “present biased preferences” based on Akerlof’s idea. The theory attached broad adaptation of models, including hyperbolic discounting model. According to O’Donoghue and Rabin (1999) present bias is the individuals’ action to prefer of present time while concerning about trade-offs between two future moments. The present biased preferences are related to individuals’ sophistication level. O’Donoghue and Rabin (1999) accuse that naïve people tend to procrastinate more than sophisticated people.

Moreover, procrastination is related to many behavioral aspects like self-control, inertia, nudge, over choice, scarcity etc. For instance: lack of self-control is one of the biggest problems that cause procrastination (Thaler & Benartzi, 2007).

Over choice is another aspect that needs to be addressed, specifically, choice overloads can lead wrong decision or procrastinating of decision making (Iyengar & Lepper, 2000). Conversely, individuals tend to perceive valuable when choices are limited by quantity, type, or time (Cialdini, 2008). In the case of decision procrastination, choice architects use choice affecting nudge tools like pre-commitment or default settings are widely used to help people to overcome their procrastinating problem. According to Thaler and Sunstein (2008), a nudge is a guiding intervention for an individual's decision-making smoothly. After precommitment individuals tend to continue their commitment under the influence of inertia. However, Simon states that when individuals make decision, they tend to choose the choices gave them satisfaction rather than rational choices (Simon, 1956).

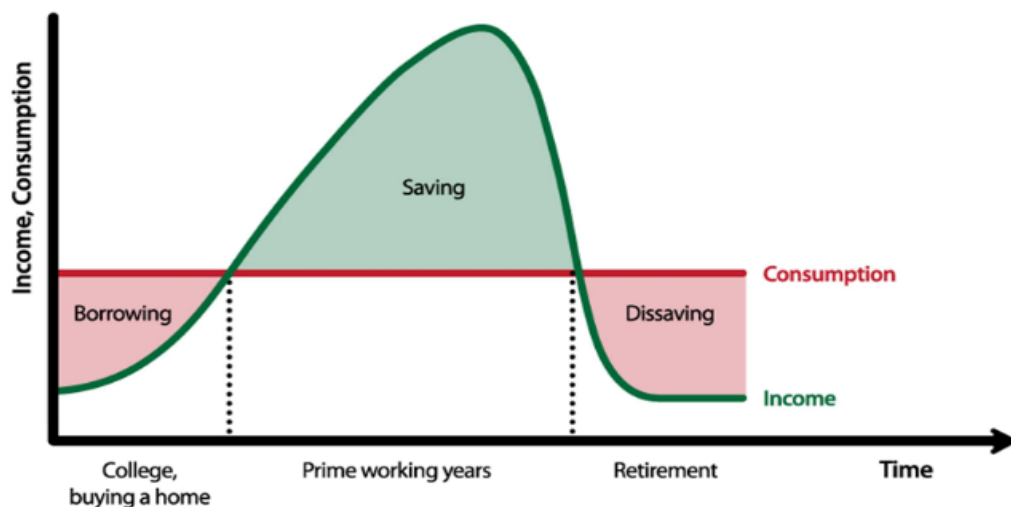
*Hypothesis 1: Individuals prefer present reward rather than future profit.*

## 2.2. Saving behavior and procrastination

Saving behavior is perfectly fit to explain the framework of procrastination (Barboza, 2017). Fisher (1930) suggests other six individuals' characteristics that influence saving behavior:

- No clear objectives or concerns about the future.
- Having a habit to spend.
- Having a lack of self-control.
- Being selfish or no concerns about the descendants.
- Enjoying in the present, no belief about future.
- Having herd behavior.

According to standard economic model, individuals saving behavior is related to their preferences, and some economical theorists suggest that preferences are the result of natural selection (Cronqvist & Siegel, 2010).



**Figure 1: Life cycle hypothesis graph**

*Source: Cronqvist & Siegel (2010)*

Saving behavior is caused by both genes and environmental aspects, it means that individuals saving behavior high possibility to inherited from parents and shaped by context (Knudsen et al., 2006). Thaler and Shefrin (1981) planner doer model is also related to saving behavior. The planner doer model explains that an individual can be both planner and doer. Specifically, for the saving decision, individual's planner side foresee that doer side prefer present moment consumption, and it makes less saving for the future. Therefore, planner side can force doer to limit the consumption and accumulate for saving for future. There are three distinct

types of theories, including normative, descriptive and prescriptive (Thaler & Benartzi, 2004). Normative theories refer to rational choices, which are optimal prediction about individuals saving behavior. For instance, the life cycle hypothesis which is introduced by Franco Modigliani in 1957 is considered as classic example of this theory. According to the hypothesis, individuals tend to create savings in mid-age, conversely, tend to accumulate debts during their young age and use their savings as consumption after retirement (Deaton, 2005). The actual behavior of saving tends to be different from this optimal plan. It is often failed to calculate correct savings rate by household or they might not have ability to control their consumption for their future saving (Thaler & Shefrin, 1981). According to the result of Save for Tomorrow” project (Thaler & Benartzi, 2004), many employees were rejected to participate retirement saving and even enrolled employees tend to choose the lowest rates, and it was relatively low than expected life cycle saving rates.

Compared to normative theories, descriptive theories are less likely to rational and aimed to figure out individuals’ actual choice. Thaler and Shefrin (1988) suggest that the life cycle hypothesis can be a descriptive model with the help of self-control and mental accounting. The last approach is prescriptive theories, which are more realistic theories, that are aimed to help people to make decision-making that are close to rational decision making.

The loss aversion is another behavioral consideration for creating a prescriptive savings plan. It explains that people tend to react losses painfully, specifically, people feel loss as much as twice than the gain pleasure. Moreover, there are some studies found that self-efficacy plays crucial role between procrastination and financial behavior (Gamst-Klaussen et al., 2019). According to the study results, procrastination influence on self-efficacy and together those two aspects effect on individuals’ financial behavior.

*Hypothesis 2: Individuals tend to procrastinate their long-term saving plan.*

### **2.3. Pension scheme**

There are two kinds of pension systems which are Defined Contribution (DC) and Defined Benefit (DB) (Börsch-Supan, 2005). A defined benefit (DB) pension scheme is usually regulated by the state and it depends on the duration of employment and average salary amount. The Defined benefit (DB) pensions are a redistributive system, which means that the current workforce pays for previous workforce pensions through their contribution (Lannoo, 2014). Specifically, in this scheme, the pension amount does not depend on that how much pensioners contributed to their own pensions during their young age, but how long they work and how much was their salary. Defined contribution (DC) pension scheme has higher profit than defined benefit (DB) pension scheme, however, it takes effort from individuals to enroll and continue for long time. Specifically, procrastination plays significant role to enrollment rate of defined contribution (DC) saving plan. In recent years, blockchain pension system is widely discussed within scholars and tech engineers (Alexey et al., 2018 ). Moreover, many firms offer cryptocurrency pension fund service, because traditional pension funds considered not secure or capable in the future. This kind of technological advances might ease enrollment and contribution process.

Since, mandatory defined benefit plans are not related to the topic, the researcher included more explanations and studies in relation with defined contribution plans. Many countries worldwide implemented or in the middle of the process to implement defined contribution (DC) system. However, there were several issues aroused during the implementation, in relation with individuals’ enrollment, contribution and asset allocation.

There are disappointing numbers of employees participate by their own willpower to retirement saving plan, therefore, employers and policymakers are required to implement beha-

vioral tools to encourage enrollments. For instance: According to the survey conducted by Edelman Financial Engines (2015) around 70 percent of adults aged over 55 accepted that they procrastinated their retirement savings.

There is one study highlighted that low participation of employees are caused by the participant's trust to financial institutions (Agnew et al., 2012). Particularly authors assumed that participants do not trust to financial institutions that offer retirement planning. However, according to Gizelle Willows (2021) persuasion of financial advisors makes people's probability of enrolling retirement plan about 40 times.

Another concern related to retirement saving plan is setting contribution rate by participants. After the decision to enroll saving plan for their retirement, participants are required to define their contribution amount if it was not automatic enrollment. There is no standard or suitable amount to be saved since researchers do not have any information about participants' income sources or wealth.

The third crucial decision that needed to be determined is how to allocate their decision. In fact, most people do not have enough knowledge and experience to manage portfolio (Thaler & Benartzi, 2007). Certain behavioral preferences are related to asset investment making, including loss aversion, mental accounting. Moreover, several behavioral biases addressed that can lead to wrong decisions of investment, such as overconfidence, hindsight bias, overreaction, belief perseverance, and regret avoidance (Nevins, 2004). Overconfidence refers to investors' wrong estimation of their real knowledge and capacity of investment decision making. Hindsight bias is considered as individual's belief that they can predict events before it happens. Regret avoidance is described as individual's avoidance from the regrets caused by their decisions. Basically, behavioral perspectives of investment are broad and complicated. However, Nevins (2014) suggested that investors should focus on their goal for making investment decision.

*Hypothesis 3: Contribution amount might be not enough to defined contribution (DC) pension scheme.*

### **3. Methodology and findings**

#### ***3.1. Methodology***

In this research article the researcher use analysis on existing practices in USA and as well as OECD countries retirement plan enrollment data to see previous practices. In addition, the researcher used focus group interview is study, in order to see current situation. The focus group interview had taken in Mongolia, which is planning to implement defined contribution (DC) pension scheme. Focus group interview is a qualitative research method give researcher chance to actively interact every participant. Therefore, with the help of focus group interview, researcher can observe detailed information and clear understandings about problem (Morgan, 1996).

#### ***3.2. Analysis***

In recent years, European countries, which have redistributive pension schemes hugely impacted by demographic change. The reason is the loss of ratio between young workforces and pensioners. The young workforce decreased because of the fertility rate decrease, while the number of pensioners increased drastically. It means if the young workforce is continuously decreasing, they will not be able to cover the huge amount of pension cost of the increased number of pensioners in the future. The statistic shows that current 10 working people pay for 3 pensioners. However, this ratio will be 2 to 1 in 2040, and it means 2 working people will pay the pension of 1 retired person (Cecchi, 2017). A defined contribution (DC) is a private pension scheme that can be organized by employers or professional pension firms. It is based on how

much money or savings accumulated in pensioners' accounts. Both of the systems have advantages and disadvantages. For instance: Defined benefit system is considered more secure (because it mostly organized by governments, but defined contribution is tended to organized by private companies) and defined contribution system is considered more resilient. If the pensioner wants to take all accumulated savings, it can be accepted. Conversely, defined benefit (DB) system does not allow individuals to take large amount of money at once, however, it is considered secure in inflation and economic crisis (Brown & Previtero, 2020). Many countries already started their initiatives to implement defined contribution (DC) plans. However, some countries prefer DB system alone, and some are using both systems. In order to give clear picture, the researcher included the table from the latest research that demonstrated the retirement saving plans by countries (OECD, 2020).

**Table 1: Retirement saving plans by countries OECD**

Countries	Mandatory / Quasi-mandatory	Auto-enrolment	Voluntary occupational	Voluntary personal	Voluntary (occupational and personal)
New Zealand		37.6			
Israel	31.6				
Latvia	23.0				
Estonia	22.6				
Colombia	19.9				
Mexico	13.0				
Poland - OFE				11.9	
Chile	11.7				
Latvia				11.5	
France			10.1		
Norway - private & municipal group	9.1				
Finland	8.9				
Italy				6.7	
Switzerland	6.2				
Slovak Republic - 2nd pillar				5.3	
Czech Republic				5.0	
Australia	4.1				
Slovenia					2.9
Italy			2.7		
Austria - Pensionskassen			2.6		
Denmark - ATP	2.6				
Denmark - QMO	2.5				
Luxembourg - pension funds			1.8		
Poland - PPE			1.3		
Spain					0.8
Mexico			0.3		
Latvia			0.2		
France				0.2	

<b>Canada - RPP</b>			0.1		
<b>Canada - RRSP and PRPP</b>				-1.3	
<b>Korea</b>	-1.7				
<b>United States</b>				-1.7	
<b>Finland</b>			-2.2		
<b>New Zealand</b>			-2.4		
<b>Finland</b>				-2.9	
<b>Estonia</b>				-3.4	
<b>Norway</b>				-3.6	
<b>Austria - PZV</b>				-6.9	
<b>Denmark</b>				-9.4	
<b>Hungary - pension funds</b>				-45.5	

Source: OECD (2020)

According to the information, there are still many countries have mandatory retirement plan, which refers defined benefit (DB) and some of countries are implementing occupational or personal contributed retirement plan (DC). Moreover, many of countries implement both DB and DC retirement plans. For instance: Nowadays, some European countries offer three types of pension schemes. These are defined benefits (DC), defined contribution (DB) and private saving (Cecchi, 2017).

According to the data many OECD countries still implement mandatory enrollment, besides, some countries support self-enrollment, however, disappointing number of people choose self-enrollment. Therefore, it is clear that mandatory enrollment or auto enrollment are effective than self-enrollment at current situation.

### ***3.3. Focus group discussion***

The researcher conducted focus group discussion with 6 participants, who are nearly getting pensioners. The focus group interview organized in Mongolia, the country planning to implement defined contribution (DC) saving plan.

To give clear understanding, the researcher highlighted brief information about Mongolia and its pension scheme. Mongolia has 3,5 million people and among them 459 000 people retired and 324206 are going to retire within 5-10 years (National Statistical Office of Mongolia, 2022).

In Mongolia, people who had been working for 21,5 years can retire by their own will by current regulation. Retirement age differs by gender, occupation, work environment, as well as family situation in Mongolia. For instance: Women in Mongolia are regulated to retire at 55 years old, however, women have 4 and more children can retire at age of 50 if they want. Man retires at age of 60, unless they work under hazardous work environment or work in military service. Mongolia has defined benefit (DB) pension scheme for last 30 years. In last 5 years, Mongolian government actively promoting to implement defined contribution (DC) saving plan. In addition, private financial entities offer retirement saving plans.

The researcher chose 6 participants 3 male and 3 female from various sector, who are getting retire within 5 years. Previously, all participants had been contributing social insurance payment for defined benefit retirement saving plan. Because this is regulated by social insurance, and automatically deducted from their salary. Table shows participants' demographic information.

**Table 2: Demographic information of focus group interview participants**

№	Participants	Gender	Age	Occupation	Employment year	How many years left to retirement
1	Participant 1	Male	55	Construction engineer	23	5
2	Participant 2	Male	56	Tax inspector	19,5	4
3	Participant 3	Female	51	Nurse	20	4
4	Participant 4	Male	54	Safety engineer (hazardous environment)	18	1
5	Participant 5	Female	45	Teacher (5 children)	18	5
6	Participant 6	Female	51	Human resource manager	25	4

Source: Anonymous (2022)

During focus group interview the moderator asked several questions in relations with participants financial situation, saving behavior, and procrastination.

*Question 1. Do you have savings for retirement?* According to the interview result, the researcher found out that none of participants have saving specifically dedicated for their retirement.

*Question 2. Do you have any savings?* Four out of six participants have saving for emergency and family use. Saving amount is equal to their 2-6 months' salary.

*Question 3. Do you have habit to save every month?* According to the result, two out of six participants have habit to save money for every month and three participants save money occasionally. According to the result, women are more tend to save money more than men.

*Question 4. Do you procrastinate financial decision? If so, can you describe what are the causes to procrastinate saving?* Participant 6 explains that this is because of Mongolian economic and financial market is not sustainable. Because of inflation, currency rate, government decisions, it is hard to implement long time financial saving. Another participant (participant 2) describes that most of Mongolian families have long term loans (mortgage, or other loans), and salary is not high enough to save money. Participant 4 explains that his salary is enough to provide monthly expenses and contribute saving. However, their family expense arises along with his salary increase, therefore, participant 4 is currently work on improving their family member's financial discipline.

*Question 5 Can you share your self-discipline about your saving behavior?* Three of six participants explain that automatic saving setting on their account help to save them to contribute saving every month. Participant 3 explain that she is in little community for saving, that collect money every month and give members one by one each month. Rest of participants describe that they do not have certain discipline or activity that help for saving.

#### **4. Findings and further recommendation**

##### ***Findings and discussion***

According to the analysis and focus group interview the researcher tested hypotheses.

*Hypothesis 1: Individuals prefer present reward rather than future profit.* According to the focus group interview result, it can be concluded that all participants prefer current consumption over retirement saving. From DC enrollment data of OECD countries,

many countries still conduct automatic enrollment in order to raise enrollment. Some OECD countries support self-enrollment; however, disappointing number of people choose self-enrollment. It can be assumed that individuals prefer current reward rather than long term investment. From the behavioral side, one of the main reasons for falling in this transferring process were participants self-control issue (Thaler & Benartzi, 2007). People who have lack of self-control tend to have financial problems like overconsumption, accumulated debt of credit card, or lack of financial resources and savings (Barboza, 2017).

*Hypothesis 2: Individuals tend to procrastinate their long-term saving plan.* Brown and Previtro (2020) made analyze on the data of 154,000 participants of defined contribution (DC) plans from 24 different firms, conducted from 2002 to 2008. Firstly, the researchers investigated procrastinators from the participants through making comparison from the data between the enrollment of different years. According to the result of analysis, they had found that procrastinators likely to enroll to program approximately 60 days after the non-procrastinators, and they tend to participate lesser amount. Moreover, procrastinators want to retire 13 months earlier based on the analysis of 27,000 employees benefit plans. There are also shocking results were observed from other studies in relation with participants' behavior. For instance: In United Kingdom, defined contribution (DC) plan is regulated to contribute by employers. However, even in the case of employer pay the whole saving plan payment, only thing required from employees were just to register. According to analysis in the data of the 25 relevant studies, only half of the employees took action to enroll retirement plan (Thaler & Benartzi, 2007).

Focus group interview participants in Mongolia tend to procrastinate their financial decision, and they explain that Mongolian economic and financial market in unstable and low salary are affect their decision. Participants also refer that mortgage loan and other loans limit their chances to save. In addition, most of participants do not have habit to contribute to their saving every month, and ones that save every month set that automatic saving plan on their bank account. There is one classic example that reveals the importance of creating self-control is middle-class household's retirement plan in USA. Traditionally, there are three other system of retirement accumulation in USA, including social security, home equity and defined-benefit pensions. The main advantages of the systems are formulating discipline and equity through the monthly mortgage payment after property purchase, and none of those systems are required participants willpower. Therefore, it is clear that automatic enrollment and automatic saving systems are crucial to implement long-term saving plan.

*Hypothesis 3: Contribution amount might be not enough to defined contribution (DC) pension scheme.* According to the study that based on 1,7 million participants data of 401(k) plans in USA, reveals that the most of the participants chose before tax contribution and they contributed around 7 percent of their salaries. Moreover, older participants tend to contribute higher than younger participants with same salary amount (Holden & VanDerhei, 2001). Moreover, Choi et al. (2002) addressed that most of the participants of 401(k)<sup>2</sup> retirement saving plan described their contribution rate as too low, while only 1 percent of participants feel that their contribution rate was too high.

Honestly, most participants do not spend time and consideration to calculate their deferral rate and contribution. For instance: According to Thaler and Benartzi (1999) more than half of the participants spent less than one hour making this important financial decision.

Looking at data of 401(k) from 1999 to 2002, the participants did not make significant change in their asset allocations. However, in 2002, older participants tended to decrease their account balance because they assumed that investment returns are important than savings. Moreover, around 60 years old participants tended to have higher probability to take their money

---

<sup>2</sup> 401(k) plans are mostly organized and contributed by employers that aimed to build up retirement funds for their employees.



(Holden & VanDerhei, 2003). In addition, there were only 17 percent of participants had higher amount of loans in 2002, and the level of unpaid balance were 16 percent of the balance. From this analysis, we can assume that participants tended to be relatively stable for their retirement saving compared to other investment decisions.

### ***Behavioral tools used to increase retirement saving***

Generally, saving for retirement is challenging issue, because employees tend to have passive attitude towards retirement (Thaler & Benartzi, 2007). In fact, many people do not have proper understanding and knowledge about pension fund system, risk tolerance and asset allocation (Ackert & Deaves, 2010). There are several methodologies are implemented to increase pension fund involvement. For instance: Thaller and Benartzi (2004) suggest the methods they used for 'Save More Tomorrow', because those methods were significantly efficient to implement Defined contribution (DC) plan. According to the plan, organizers asked participants' commitment for their saving amount gradual increases in future in relation with their salary increases, and made automatic adjustments based on the commitments. Eventually, inertia leads participants to save more and at the result there are slight amount of people cancelled their saving, otherwise this plan implemented efficiently for many firms. Here the researcher addressed details about above mentioned and other methods that are widely used for implementing retirement saving plans.

### ***Automatic enrollment***

Most widely used nudge tool is might be defaults, which are previously adjusted settings. Advantages of this tool might be everything is set by organizers, and there is lack of efforts from decision makers. This tool support individuals' inactive tendency, therefore, this method considered efficient (Thaler & Sunstein, 2008). Particularly, automatic enrollment was widely used method that helped to overcome procrastination in many countries. For instance: USA successfully implemented this method to pension transferring process, however, the contribution amount was not high and barely reach the lowest package (Thaler & Benartzi, 2007). During this method, employees are automatically transferred to enroll retirement saving plan, and there was a choice of rejection if employee want to exit from plan.

This method was efficient to involve participants to defined contribution plans, but not satisfactory with building acceptable amount of contribution. From the optimistic view individuals once enrolled DC system automatically, tend to keep their retirement plan for a long time, and except for a slight number of cancellations (Choi et al., 2002). Because, once decision is made by automatic enrollments or other actions, participants tend to keep their decision and it called inertia. According to the Madrian and Shea (2001), inertia is described as individuals' persistent behavior of endurance in relation with inactivity and status quo bias.

### ***Pre-commitment***

One of the effective methods used by Thaler and Benartzi (Save More Tomorrow: Using Behavioral Economics to Increase Employee Saving, 2004) in "Save for Tomorrow plan" was pre-commitment. Making a commitment is an optimal method to shape future choices and it leads motivation and lessens procrastination. Traditionally, this method widely used to involve people to health projects.

According to the "Save for Tomorrow" plan, employees were offered to make commitment to increase their contribution amount regarding with their salary increases. This method also figured to prevent to loss perception for employees, because the gradual increase in future would not affect employees' behavior. As a result, participants were successfully increasing their contribution rate without any cancellation.

## ***Incentives***

Incentives are considered effective method to stimulate individual's decision-making and help to overcome procrastination. There are intrinsic and extrinsic incentives widely used by choice architects. Particularly, using economic incentives are one of the most crucial methods to leverage individuals' decision making for retirement. For instance: Most of the countries use two kinds of financial incentives, including tax incentives and non-tax incentives. The traditional pension scheme had taxation like other earnings, however, some or all incomes were exempted from tax after it was paid. This method called the "Taxed-Taxed-Exempt" regime, and after benchmarks of this method, the pension savings increased in many countries. Conversely, non-tax incentives are more related to defined benefit schemes and used as government installments for eligible people (OECD, 2020). However, financial incentives like this are mostly requires proper policy and regulation from policymakers.

## ***Financial education***

Improving financial education among employees is considered another method to increase enrollment of defined contribution retirement plan. According to the former study consulting with financial advisor raises probability of planning successful retirement plan about 40 times (Willows, 2021). However, there are disappointing results comes up with the experiments. For instance: several organizations in USA implemented this methodology and as a result, there is slight number of changes demonstrated in enrollment percentage (Choi et al., 2002). Later, van Rooij et al. (2011) had proved that financial knowledge and retirement planning are positively related to each other in the case of Netherlands. They highlighted that people who has good financial education tend to have proper retirement plan. In this case, we need to consider about socioeconomic differences between countries.

## **5. Conclusion**

In this paper the researcher explains about procrastination and retirement planning both from theoretical and practical perspectives. The researcher analyzes existing practices of defined contribution (DC) retirement plan implementation in USA, OECD countries and Mongolia. Participants of program have distinct cultural and socioeconomic status, in addition, the program conducted by different method on different timing and place. Therefore, the researcher is not aimed to make any comparison between practices. The paper is aimed to explore procrastination and its influence on retirement saving plan and propose efficient methods. The researcher proposed 3 hypotheses based on existing literature and all hypotheses are supported. In addition, it can be addressed several points from the paper.

- Individuals' procrastination behavior mainly caused by time inconsistency and lack of self-control. However, in retirement issue, it is more related to present biased preferences, which mean that people prefer present pleasures rather than future rewards.
- The researcher observed that once individual have procrastination behavior, it is likely to be kept for the rest of their life with the example of Brown and Previtero's study in 2020.
- Individuals tend to have a lack of willpower to participate retirement plans. Because it sounds too distant especially for young employees. Even older employees most likely not to have proper amount of retirement savings. However, some studies have shown that older employees tend to save higher amount of money than younger employees with similar salaries.
- Countries have their own preferences to choose their retirement saving plans, there are many countries still have defined benefit scheme alone, while some countries implement all types of plans together. Moreover, defined contribution (DC) can be organized by employers, pension funds.

- Defined contribution (DC) retirement saving plan needs individual willpower, however, there were disappointing results are demonstrated from individuals' participation. Therefore, many organizations used automatic enrollment to increase participation.
- Automatic enrollment was most efficient tool for implementing defined contribution (DB) saving plans to overcome procrastination of participants, because there were few people decided to leave the plan after automatically adjusted. Pre-commitment was another tool that helps to increase participation that used in Save for Tomorrow plan. Economic incentives and improving financial education are both crucial tools that can be used for decision making, but those two tools require time and proper policy.

According to economic theories, individuals' saving behavior is predicted too optimistic, however, in reality, individuals' saving decision is more related to behavioral aspects. From the behavioral side, every person tends to be inactive for making long-term decision, particularly retirement is appeared likely after many years (Thaler & Sunstein, 2008). Therefore, policymakers and employers should consider to direct participants' decision making with the help of effective behavioral tools rather than waiting for their willpower to start their retirement plans.

## Bibliography

- Ackert, L. F. & Deaves. (2010). *Behavioral Finance. Psychology, Decision-Making, and Markets*. 1st Edition, South-Western, Cengage Learning.
- Agnew, J. R., Szykman, L. R., Utkus, S. P. & Young, J. A. (2012). Trust, Plan knowledge and 401(k) savings behavior. *Journal of Pension Economics & Finance*, 11(1), 1–20. <https://doi.org/10.1017/S1474747211000230>
- Akerlof, G. A. (1991). Procrastination and Obedience. *The American Economic Review*, 82(2), 1–19.
- Alexey, N., Alexandres, K. & Zinaida, A. (2018). The cryptocurrency pension mechanism foundations. In *System analysis in economics – 2018: Proceedings of the V International research and practice conference–biennale (21–23 november 2018)* (pp. 333–335). Prometheus publishing house, Moscow. <https://doi.org/10.33278/SAE-2018.eng.333-335>
- APA (2010, April 5). The Psychology of Procrastination: Why People Put Off Important Tasks Until the Last Minute. American Psychological Association. <https://www.apa.org/news/press/releases/2010/04/procrastination>
- Anonymous (2022). Focus group interview. (K. Dashdondog, Interviewer)
- Barboza, G. (2017). I Will Pay Tomorrow, or Maybe the Day After. Credit Card Repayment, Present Biased and Procrastination. *Economic Notes*, 47(2-3), 455–494. <https://doi.org/10.1111/ecno.12106>
- Benartzi, S. & Thaler, R. (1999). Risk Aversion or Myopia? Choices in Repeated Gambles and Retirement Investments. *Management Science*, 45(3), 364–381. <https://doi.org/10.1287/mnsc.45.3.364>
- Börsch-Supan, A. (2005). From Traditional DB to Notional DC Systems: The Pension Reform Process in Sweden, Italy, and Germany. *Journal of the European Economic Association*, 3(2-3), 458–465.
- Brown, J. R. & Previtro, A. (2020). Saving for Retirement, Annuities, and Procrastination. Netspar Pension Conference, Leiden, Netherlands, January 2020.
- Cecchi, A. (2017). Retirement Planning, Psychology, and Behavioral Economics. <https://www.behavioraleconomics.com/retirement-planning-psychology-and-behavioural-economics/>
- Choi, J. J., Laibson, D., Madrian, B. & Metrick, A. (2002). Defined Contribution Pensions: Plan Rules, Participant Decisions, and the Path of Least Resistance. *Tax Policy and the Economy*, 16(2), 67–114. <https://doi.org/10.1086/654750>
- Cialdini, R. (2008). *Influence: Science and Practice*. 5th Edition, Boston: Pearson.

- Cronqvist, H. & Siegel, S. (2010). The Origins of Savings Behavior. *Journal of Political Economy*, 123(1), 123–169. <https://doi.org/10.1086/679284>
- Deaton, A. (2005). *Franco Modigliani and the Life Cycle Theory of Consumption*. Princeton University. <https://doi.org/10.2139/ssrn.686475>
- Lannoo, K., Barslund, M., Chmelar, A. & von Werder, M. (2014). *Pension Schemes*. Directorate-General For Internal Policies, Policy Department A: Economic and Scientific Policy. <https://www.doi.org/10.2861/60454>
- Edelman Financial Engines (2015). Saving With Just a 401(k) May Not Be Enough. <https://www.edelmanfinancialengines.com/education/retirement/saving-with-just-a-401k-may-not-be-enough/>
- Ellis, A. & Knaus, W. J. (1979). Overcoming Procrastination: Or How to Think and Act Rationally in Spite of Life's Inevitable Hassles. Signet.
- Fisher, I. (1930). Theory of Interest. *The American Economic Review*, 87(2), 439–441.
- Gamst-Klaussen, T., Steel, P. & Svartdal, F. (2019). Procrastination and Personal Finances: Exploring the Roles of Planning and Financial Self-Efficacy. *Frontiers in Psychology*, 10, 775. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00775>
- Holden, S. & VanDerhei, J. (2001). Contribution Behavior of 401(k) plan participants. *Perspective*, 7(4), 1-19.
- Holden, S., & VanDerhei, J. (2003). 401(k) Plan Asset Allocation, Account Balances, and Loan Activity in 2002.
- Iyengar, S. S. & Lepper, M. R. (2000). When Choice is Demotivating: Can One Desire Too Much of a Good Thing? *Journal of Personality and Social Psychology*, 79(6), 995–1006. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.79.6.995>
- Knudsen, E. I., Heckman, J. J., Cameron, J. L. & Shonkoff, J. P. (2006). Economic, neurobiological, and behavioral perspectives on building Americas future workforce. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 103(27), 10155–10162. <https://doi.org/10.1073/pnas.0600888103>
- MacNaught, S. (2020). *Procrastination Statistics in UK*. London.
- Madrian, B. & Shea, D. (2001). The power of suggestion: Inertia in 401(k) participation and savings behavior. *Quarterly Journal of Economics*, 116(4), 1149–1187. <https://doi.org/10.1162/003355301753265543>
- Morgan, D. L. (1996). Focus Groups. *Annual Review of Sociology*, 22, 129-152. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.22.1.129>
- National Statistical Office of Mongolia (2022). Mongolian Statistical Information Service. <https://1212.mn/en>
- Nevins, D. (2004). Goals-Based Investing: Integrating Traditional and Behavioral Finance. *The Journal of Wealth Management*, 6(4), 8–23. <https://doi.org/10.3905/jwm.2004.391053>
- O'Donoghue, T. & Rabin, M. (1999). Doing it now or later. *American Economic Review*, 89(1), 103–124. <https://doi.org/10.1257/aer.89.1.103>
- OECD (2020). *Financial incentives for funded private pension plans: OECD country profiles 2020*. <https://www.oecd.org/pensions/Financial-Incentives-for-Funded-Pension-Plans-in-OECD-Countries-2020.pdf> (Last accessed on 5 December 2022.)
- OECD (2020). Pension Markets in Focus 2020. <https://www.oecd.org/daf/fin/private-pensions/Pension-Markets-in-Focus-2020.pdf> (Last accessed on 5 December 2022.)
- PWC (2019). Demographic change. <https://www.pwc.com/gx/en/archive/industries/financial-services/demographic-change.html>

- Sabarwal, I. (2020). Procrastinomics: The economics associated with procrastination. [https://www.researchgate.net/publication/339795877\\_Procrastinomics\\_The\\_economics\\_associated\\_with\\_procrastination](https://www.researchgate.net/publication/339795877_Procrastinomics_The_economics_associated_with_procrastination)
- Thaler, R. H. & Benartzi, S. (2004). Save More Tomorrow: Using Behavioral Economics to Increase Employee Saving. *Journal of Political Economy*, 112(1), 164–187. <https://doi.org/10.1086/380085>
- Thaler, R. H. & Benartzi, S. (2007). *The Behavioral Economics of Retirement Savings Behavior*. Washington DC: The AARP Public Policy Institute.
- Thaler, R. H. & Shefrin, H. M. (1981). An Economic Theory of Self-Control. *Journal of Political Economy*, 89(2), 392–406. <https://doi.org/10.1086/260971>
- Thaler, R. H. & Shefrin, H. M. (1988). The Behavioral Life-Cycle Hypothesis. *Economic Inquiry*, 26(4), 609–643. <https://doi.org/10.1111/j.1465-7295.1988.tb01520.x>
- Thaler, R. H. & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*. Yale University Press, New Haven.
- van Raaij, W.F. (2016). Responsible Financial Behavior. In: *Understanding Consumer Financial Behavior*. Palgrave Macmillan, New York. [https://doi.org/10.1057/9781137544254\\_10](https://doi.org/10.1057/9781137544254_10)
- van Rooij, M. C. J., Lusardi, A. & Alessie, R. J. M. (2011). Financial literacy and retirement planning in the Netherlands. *Journal of Economic Psychology*, 32(4), 593–608. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2011.02.004>
- Willows, G. D. (2021). Develop a retirement plan and stick to it: it will improve both your attitude and behavior with money. *Financial Services Review*, 28, 243–271.

## **Színházi kommunikáció 2.0**

### **Hazai kőszínházak jelenléte Facebookon és Instagramon a pandémia első évében**

*Online Communication of Theaters in the first Year of the Pandemic*

#### **Dr. DÉR Cs. Dezső PhD**

egyetemi docens (*associate professor*)

Budapesti Metropolitan Egyetem, Üzleti, Kommunikációs és Turisztikai Kar (*Budapest Metropolitan University, Faculty of Business, Communication and Tourism - Hungary*)

#### **Dr. habil. PAPP-VÁRY Árpád Ferenc PhD**

tudományos főmunkatárs (*Senior Research Fellow*)

Soproni Egyetem, Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar (*University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics - Hungary*)

#### **ZRINYI Ivett**

egyetemi hallgató, Kereskedelem és Marketing alapszak (*University Student, Commerce and Marketing BSc*)

Budapesti Metropolitan Egyetem (*Budapest Metropolitan University - Hungary*)

#### **Absztrakt**

A tanulmány középpontjában a budapesti és vidéki színházak online térben folytatott kommunikációja áll, a pandémia első három hulláma alatt. A kutatás arra keresi a választ, hogy ezek a kulturális intézmények, milyen kommunikációs csatornát választottak, milyen módon alkalmazták a különböző online platformok nyújtotta lehetőségeket, illetve milyen változásokat hozott a tartalomgyártási- és kapcsolattartási szokásaikban. A vizsgálat magába foglal tizennyolc hazai kőszínház Facebook és Instagram jelenlétének átfogó elemzését, fókuszálva az intézmények által megosztott tartalmakra, a 2020. március 11. – 2021. március 27. időintervallum között. Azért esett erre a két platformra a választás, mert jellemzően ezeket a felületeket használták a kulturális intézmények kommunikációs célra a pandémia ideje alatt. A kutatás során kapott eredmények arra engednek következtetni, hogy a vizsgált kulturális intézmények online kommunikációja sokat fejlődött a vizsgált időszakban, egyre magabiztosabban és tudatosabban kezelték a közösségi felületeiket, azonban a tartalomgyártás általánosságban még rendszertelen és következetlen volt.

*Kulcsszavak:* színházi marketing, közösségi média, online kommunikáció, pandémia

*JEL-kódok:* M31

#### **Abstract**

The study focuses on the online communication methods of theatres in Budapest and in rural areas during the first three waves of the pandemic. The research aims to find out which communication channels these cultural institutions have chosen, how they have used the opportunities offered by different online platforms, and what changes they have made in their content creation and communication practices. The research includes a comprehensive analysis of Facebook and Instagram profiles of eighteen Hungarian theatres, focusing on the content shared by them between 11 March 2020 and 27 March 2021. We've chosen these two platforms because cultural institutions used them for communication purposes during the pandemic. The results of the research suggest that the online communication of the cultural institutions concerned,

strengthened during the pandemic, and that they became more confident in their use of social media as the research period progressed, however in several cases their content creation was irregular and inconsistent.

*Keywords:* culture in marketing, social media, online communication, pandemic

*JEL Codes:* M31

## 1. Bevezetés

A kultúra körülvesz minket, azonban a rohanó világunkban gyakran meglepedezünk szépségéről és értékéről. Egyre jobban eltávolodunk a hagyományoktól, szokásoktól és mindennapjaink már egy jelentős részét online térben éljük. Ezt erősítette meg még inkább a pandémia, amely 2020 tavaszán hazánkat is elérve, eddig nem tapasztalt változásokat hozott mindannyiunk életébe. A világunk lelassult, napról napra szigorúbb és szigorúbb intézkedések születtek az egészségünk érdekében, amely magával hozta többek között a kulturális, oktatási intézmények bezárását. Ebben a nehéz helyzetben kellett helytállnia a színházaknak is. Egy olyan hely, amely eddig a szórakozásról, közös élményről, társaságról és személyes kontaktusokról szólt, most egy bezárt, elszigetelt közönséggel találta szemben magát. A kapcsolattartási lehetőségek az online térre szűkültek. A színházak kommunikációjának és előadásainak új helyszíne a világháló lett. Egy már ismert terepen, de egy eddig ismeretlen szituációban kellett újra alkotni a színházi élményt, ezzel eljuttatva a kultúrát a négy fal közé.

A pandémia hatására a kulturális intézmények átköltöztek az online térbe. A kommunikációjuk fő szócsöve a közösségi média lett, ahol informálták, szórakoztatták a közönséget. A legtöbb színházról elmondható, hogy eddig is rendelkeztek saját weboldallal és Facebook-oldallal, viszont ez a helyzet rengeteg lehetőséget adott nekik, hogy új platformon képviseltesék magukat, új eszközöket próbáljanak ki, új kapcsolatteremtési és kapcsolattartási módokat alkalmazzanak a marketingstratégiájukban.

A jelenlegi tanulmány annak kérdéskörét járja körbe, hogy milyen módon, milyen eszközökkel kommunikáltak a színházak a pandémia első három hulláma alatt. A kutatás középpontjában a Facebook és Instagram áll, mivel ezt a két platformot használták jellemzően a kulturális intézmények kommunikációra, a vizsgálati időszak alatt.

## 2. A közösségi média szerepe a kulturális intézmények kommunikációjában

### 2.1. *Kommunikációs eszközök a kultúrában: Integrált kommunikáció*

A kommunikációs eszközök közül az integrált kommunikáció kerül részletes ismertetésre. Az integrált kommunikáció tartalmazza az eltérő marketingkommunikációs eszközök tudatos és tervszerű használatát, elsődleges célja az eredményes márkaépítés. A megfelelő stratégia kiépítéséhez elengedhetetlen a szegmentálás. Megállapítható, hogy nemzetközi viszonylatban nagyobb figyelmet fordítanak a célcsoport megismerésére, igényeik felmérésére. Hazai színházak tekintetében is felismerhetők a különböző célcsoportokra való „specializációk”. Például a Vígszínház és a Katona József Színház ügyel arra, hogy népszerű darabokat vigyen színpadra, míg a Katona Kamara és a Pesti Magyar Színház a fiatalabb generációt célozza meg előadásaival. A Z generáció bevonása mindennapi kihívások elé állítja a kulturális intézményeket. Ennek egyik eszköze interakciók alkalmazása, valamint a digitális lehetőségek kreatív módon történő kihasználása. Az online térben megvalósuló „szájhagyomány” is egy meghatározó eszköze az integrált kommunikációnak. Az offline világban megállapítható, hogy az egyik legfontosabb típusa a kultúra és kulturális hírek terjesztésének. A „word of mouth” (WOM) az online világban kommentekként, hozzászólásokként jelenik meg, ezáltal biztosítva, hogy még több személyhez eljusson az információ, vélemény vagy esetlegesen ajánlás (Dér & Markus, 2020).

## 2.2. Közösségi média előnyei és hátrányai a színházak online kommunikációjában

A közösségi média hatékonyságának elemzése az alábbi szempontokon alapszik (Dér & Fehér, 2022):

- *Aktualitás:* Közösségi média előnye a hagyományos médiával szemben, hogy nem keletkezik idővesztés, az üzenet azonnal eljut a célcsoporthoz, az információ ugyanabban az időpontban több felületen is elérhetővé válik. A különböző közösségi médián jelenlévő felhasználók azáltal, hogy kedvelik, kommentelik (hozzászólnak) vagy akár megosztják a tartalmat, önmaguk is reklámfelületté válnak, amely további keresletet, érdeklődést indukál.
- *Terjesztett tartalom bővülése:* A különböző közösségi médiában jelen lévő színházak követőtáborának növekedése, nem azonos a látogatók számával. A tartalom terjesztése a márkaépítésben és a márkahűség kialakításában játszik fontos szerepet.
- *Bizalom és ajánlás:* A közösségi oldalak funkciói (kedvelés, megosztás, kommentelés, eseményen való részvétel bejelölése) lehetőséget kínálnak egy személyesebb információcserére a felhasználók között.
- *Multimedialitás:* Lefontosabb előnye a közösségi médiának, hogy korlátlan megjelenési formát biztosít.
- *Helyhez és időhöz nem kötött kapcsolatteremtés lehetősége:* A földrajzi távolság ezeken a platformokon teljes mértékben áthidalható, hiszen legyen a felhasználó a világ bármelyik pontján, azonos időben érkezik meg hozzá az üzenet.
- *Interaktivitás és részvétel:* A közösségi médián található funkciók marketingeszközökkel kiegészítve számtalan lehetőséget kínálnak a felhasználók motiválására. Megfelelő eszközökkel és ötletekkel az aktív felhasználók bevonódnak a színházi élet online körforgásába, megosztások, kommentelések, követések, fórumok indítása, nyereményjátékokon való részvétel kapcsán.
- *Költséghatékonyság:* Általánosságban elmondható, hogy viszonylag alacsony költségvetésből előállítható egy jól megszervezett közösségi-háttér, azonban ehhez elengedhetetlen nagy létszámú aktív és motivált felhasználó a különböző fanclubokban.
- *Hitvallás:* A különböző platformokon történő tartalomgyártásnak folyamatosnak, aktuálisnak kell lennie, továbbá állandó kontrollt igényel. A színház által nyújtott szolgáltatásnak tükröznie kell azt a hitvallást, amit képvisel a közösségi médiában is. Ez mind minőségileg, mind pedig mennyiségileg meg kell, hogy egyezzen a kínált szolgáltatással, különben a felhasználók körében csalódottságot, zavart okozhat, ezáltal a színház veszít hitelességéből is.
- *Erőforrások elérhetősége:* Közösségi média felületek kulturális körökben is egy sajátos területnek számítanak, így ezeknek a platformoknak a szakszerű kezeléséhez elengedhetetlenül szükséges a képzett személyzet, illetve napi szinten, több alkalommal erőforrásráfordítást igényel.
- *Dinamikusan fejlődő kommunikációs eszköz:* A kulturális intézmények részéről teljes mértékben megvan a törekvés az online kommunikációra. Ezen a piacon is nagy a verseny a fogyasztókért, így folyamatos monitorozást, utánkövetést igényel az itt folytatott kommunikáció a további sikerek érdekében.
- *Az ellenőrző képesség elvesztése:* A platformok által nyújtott interaktivitás veszélyeket is rejt magában. Az elszabaduló, rosszindulatú kommentek, téves információk, amennyiben nincsenek megfelelően kontrollálva, negatív hírért kelthetik az adott intézménynek.

Összességében elmondható, hogy a közösségi média rengeteg pozitív és negatív tulajdonsággal rendelkezik, azonban a kulturális intézményeknek és színházaknak egy új, kiaknázatlan lehetőséget teremt a kommunikációban, biztosítva ezáltal egy olyan individuális kommunikációs platformot, amellyel a színházak kiegészíthetik az eddig alkalmazott offline térben történő



kommunikációs eszközeit (Dér & Fehér, 2022). Eddig is tapasztalható volt, hogy a színházak egyre bátrabban használták ki az internet adta lehetőségeit. Megjelentek riportok, pár perces márkaépítő videók a Youtube-on ismert színészekkel, azonban a pandémia előtt a közösségi média szerepe kevésbé volt hangsúlyos a kommunikációjukban (Gósi et al., 2021).

### **2.3. Közösségi média rendeltetése a színházak online kommunikációjában**

A közösségi média előnyeit vizsgálva a színházak kommunikációja során három témakör határozható meg, amely alátámasztja ezeknek az intézményeknek az online térben történő kommunikációjának létjogosultságát, valamint olyan lehetőségeket nyújt, amely túlmutat az offline világban alkalmazott marketingeszközökön (Dér & Fehér, 2022).

- *Információ és kommunikáció:* A közösségi média tulajdonságai olyan rövid idejű információcserét tesznek lehetővé, amelyekre a hagyományos kommunikációs eszközök nem képesek. Az információáramlás ebben az esetben kétoldalú, hiszen a színházak is információt nyerhetnek a felhasználóktól (véleménynyilvánítás a komment szekcióban) és a felhasználókról (aktivitási adatok, fogyasztói magatartásminták). A különböző platformok lehetővé teszik a színházak számára, hogy az eddig meg nem célzott fogyasztók is lehetséges célcsoporttá váljanak.
- *Piackutatás és innováció menedzsment:* A közösségi média segíthet a színháznak saját maga pozicionálásában a piacon uralkodó versenyhelyzetben. Mind kvalitatív, mind kvantitatív kutatásra is alkalmas. Az előbbit hozzászólások során kinyert véleménykutatáshoz, míg az utóbbit kérdőíves kutatáshoz lehet felhasználni. A Facebook statisztikafigyelő analitikája lehetőséget biztosít a színház számára, hogy adatokat gyűjtsön össze az oldal látogatottságáról (napi látogatások, megosztási és elérhetőségi adatok) és a követőikről (földrajzi hely, nem, életkor).
- *Hírnévmenedzsment:* Színházak hírnevének alakulásában is szerepet játszik a közösségi média. Pozitív irányban alakíthatja azáltal, hogy a véleménykutatás során kapott fogyasztói igényeket beleépíti a kommunikációjában, valamint a megfelelő panasz és kritikakezelés során.

A különböző közösségimédia-felületeken keresztül a színházak jobban megismerhetik a fogyasztók szokásait, akár új célcsoportot is találhatnak, feltérképezhetik versenytársaikat az online térben. Ezen felül olyan kommunikációs eszköztárat kapnak a kezükbe, amellyel még több potenciális nézőt érhetnek el és folyamatos kapcsolattartási lehetőséget is biztosít, ezáltal növelve a lojalitást az intézmény felé.

### **2.4. Facebook**

Általánosságban elmondható, hogy Magyarországon a teljes lakosságot vizsgálva ez a közösségi médiaplatform a leginkább használt és a legkedveltebb. Az alkalmazás lehetőséget biztosít a felhasználóknak, hogy ne csak passzív kívülállóként szemléljék az eseményeket, hanem aktív résztvevőkké váljanak a különböző kulturális intézmények oldalain. További előnye, hogy maga a tartalomgyártó is közvetlen kapcsolatba léphet a befogadó féllel. A Facebook lehetőséget kínál a kulturális intézményeknek, hogy eladási eszközként és jól felépített marketingstratégián alapuló tartalommegosztó felületként is működni tudjon. Azonban szem előtt kell tartani ezeknek az arányát a kommunikáció során. Ideális arányszám 80%-ban személyes tartalom, 20%-ban értékesítés. A közvetlen hangvétellő posztok hozzájárulnak a bizalom kialakításához és hosszú távon biztosíthatják a jegyeladást, hiszen ha a felhasználó szimpatizál az adott színház közösségi oldalán megosztott tartalmakkal, akkor valószínűsíthető, hogy az intézmény által rendezett darab is el fogja nyerni a tetszését. Megfelelő módszerek felhasználásával a platform alkalmas márkaépítésre (Dér & Markus, 2020).

A statisztikai adatok szerint a hazai Facebook-felhasználók aránya a teljes magyar népességre vetítve több mint 58%. Abban ez esetben, ha figyelembe vesszük, hogy az adott platform

13 éven felüliek számára nyújt használati jogot, ez a szám 67%-ra emelkedik. A nemek aránya között nem található nagy eltérés, az itt jelenlévők 53,1%-a nő, míg 46,9%-a férfi. Korosztályt tekintve a legtöbb felhasználó 25-34 év közé esik, ebben az esetben a nemek közti különbség szinte elhanyagolható (nők 11,4%, férfiak 11,7%). Facebook felhasználók eszközhasználatának vizsgálatából kiderül, hogy a mobiltelefont részesítik előnyben. A magyar lakosság 48,5%-a kizárólag telefonon használja ezt a platformot, 4,8%-a csak laptopon vagy asztali számítógépen, míg 46,7%-a számítógépen és telefonon is. A közösségi csatornán a felhasználók tevékenységeinek gyakoriságának vizsgálata során megállapítható, hogy a legtöbb esetben tartalmakat kedvelnek, ennél kevesebb alkalommal kommentelnek, a különböző Facebook-oldalak kedvelése és posztok megosztása pedig még ritkábban fordul elő (Kemp, 2022).

## **2.5. Instagram**

Az előadó-, és képzőművészetben is jelentős szerepet játszik a vizuális megjelenés. Az Instagram ezen művészeti területekhez teljes mértékben kapcsolódik, hiszen ezen a platformon a főszerep a kiváló minőségű képeké és videóké. Sikeres Instagram feed az egységességben, harmóniában rejlik. Ezek megvalósulhatnak hasonló filterek és színvilág alkalmazásával, azonos stílus a szövegezés használata során, tematikus tartalmak megalkotásában, tudatos és saját hashtagek alkalmazásában (Dér & Markus, 2020).

Megállapítható, hogy azok az Instagram fiókok, amelyek a közösségépítést helyezik előtérbe, a követők halmozása helyett sokkal befolyásosabbak lesznek a maguk területén. Ennek egyik eszköze az interakció kialakítása a követőkkel, amelyhez kitűnő technikai háttérrel nyújt a platform (Cook, 2021).

Statisztikai adatok azt mutatják, hogy Magyarországon 2,75 millió ember használja az Instagramot, ez a teljes lakosság 28,6%-át teszi ki. A platform csak a 13 életévüket betöltött személyek számára engedélyezi a regisztrációt, így ezt figyelembe véve ez az érték 32,1%-ra emelkedik. A felületet 55,6%-ban nők, míg 44,4%-ban férfiak használják (Kemp, 2022).

## **2.6. Pandémia hatása színházak életére**

2020 tavaszán globálisan megjelenő Covid-19 eddig nem tapasztalt változásokat indukált a vásárlói magatartásokban. A pandémiával kapcsolatos hírek uralták a világhálót, a közösségi média felhasználói körében is elsődleges téma lett. A cégek és vállalkozások kommunikációjában nagymértékű változás következett be. Kezdeti bejegyzések az információs célt szolgálták, majd ezt felváltották a szórakoztató, edukatív tartalmak. Megjelentek a közösségi médiában olyan vállalatok is, akik eddig nem voltak jelen vagy inaktívak voltak (Klausz, 2020). Az otthon rekedt társadalom az internet rabja lett, jelentősen megemelkedett a különböző közösségi média felületeken töltött idő. A Facebook esetében 27%-kal, YouTube-on és TikTok-on 15%-kal növekedett a napi használati idő (Sprout Social, 2020).

A színházi aktivitása a pandémia hatására sem szűnt meg, sőt egy eddig nem tapasztalt fejlődés következett be (Tóth, 2020). A színházak is felismerték a digitalizációban rejlő potenciált, így többen az online térbe költöztették előadásaikat. A pandémia első hulláma alatt a kulturális közeg rátalált a különböző videómegosztó felületekre és streaming fogalma is egyre ismertebbé vált a köreikben. Az így létrejövő online előadások már nemcsak egy szűk réteget tudtak megszólítani, hanem akár országhatárokat is átívelve juttatták el a közönségnek a kulturális élményt. Egyre nagyobb népszerűsége tettek szert, így a fogyasztók megalkották a „karanténszínház” becenevet. Ez az új előadásmód lehetőséget adott a színházak kezébe, hogy egy új nézőréteget szólítsanak meg (Bakk, 2020). Azonban hiába jelentek meg a streaming-szolgáltatások is a színházak életében összességében elmondható, hogy a fogyasztók hiányolták magát a színházi élményt: egyrészt a színházlátogatást, az offline előadás hangulatát, másrészt mint egy közösségi programot (Gósi & Magyar, 2020).

### **3. Kutatás**

#### **3.1. Kutatási terv**

A kutatás során tizennyolc budapesti és vidéki színház online kommunikációja került elemzésre. A vizsgálati időszak egy évet fed le, amely magába foglalja az 1. hullámot, nyári-őszi nyitás, illetve a 2-3. hullámot. A kutatás kiterjed az említett időszak alatt a Facebookon, Instagramon folytatott online kommunikáció elemzésére.

#### **3.2. A vizsgálati alanyok**

A kutatás során fontos szempont volt, hogy fővárosi és vidéki színházak is bekerüljenek az elemzésbe.

Földrajzi tekintetben a fővárosi alanyok: Budapesti Katona József Színház, Játékszín, József Attila Színház Budapest, Magyar Állami Operaház, Nemzeti Színház, Örkény Színház, Pesti Magyar, Thália.

Földrajzi tekintetben a vidéki alanyok: Békéscsabai Jókai Színház, Csiky Gergely Színház Kaposvár, Csokonai Színház Debrecen, Gárdonyi Géza Színház Eger, Győri Nemzeti Színház, Kecskeméti Katona József Színház, Miskolci Nemzeti Színház, Szegedi Nemzeti Színház, Szolnoki Szigligeti Színház, Veszprémi Petőfi Színház.

#### **3.3. Kutatási kérdések**

A kutatás során azt vizsgáljuk, hogy az általunk kiválasztott tizennyolc Magyarországon található színház milyen online kommunikációt folytatott a vizsgált időszakban (2020. március 11. – 2021. március 27.), milyen online kommunikációs csatornákat választott, illetve milyen módon használta ki az online tér nyújtotta lehetőségeket, továbbá milyen változások következtek be a tartalomgyártási- és kapcsolattartási szokásaikban.

#### **3.4. Szempontrendszer a kutatáshoz**

A vizsgált intézmények közösségi média oldalai szerkesztői jogosultság nélkül kerültek elemzésre. A felvetett kutatási kérdések megválaszolásához olyan szempontokra esett a választás, melyek vizsgálata átfogó képet adhat az intézmények saját felületein történő online kommunikációjáról. Az eredményeket – a jobb áttekinthetőség érdekében – táblázatos és szöveges formában is ismertetésre kerülnek az interneten végzett kutatás értékelésében. A vizsgálati időszak a további három alegységre lett bontva: 1. hullám (2020. március 11. – 2020. június 17.), nyári – őszi nyitás (2020. június 18. – 2020. november 9.), 2-3. hullám (2020. november 10. – 2021. március 27.). A kutatás során használt további szempont- és kritériumrendszer az adott közösségi médiához tartozó alfejezetekben kerülnek ismertetésre.

#### **3.5. Facebook**

A vizsgálatban részt vevő tizennyolc színház rendelkezik Facebook-oldallal, így a következőkben a vizsgálati időszakra vonatkozó adatok kerülnek ismertetésre. Az alábbi adatok a 2021. június 7-i állapotot tükrözik.

A színházak Facebook-oldalainak vizsgálatának célja, hogy átfogó képet kapjunk az intézmények részéről megosztott információk teljességéről, a Facebook által biztosított funkciók kihasználtságáról; arról, hogyan kommunikáltak és tartották a kapcsolatot a közönséggel, valamint, hogy mennyi tartalom született ez idő alatt, és ezek milyen reakciókat (kedvelés, hozzászólás, megosztást) kaptak az 1. hullám, a nyári-őszi nyitás, illetve a 2-3. hullám során.

#### **A Facebook-oldal névjegy elemzése:**

A vizsgálatban résztvevő tizennyolc színház Facebook-oldalán megtalálható alábbi információk kerültek elemzésre: kategória, névjegy kitöltésének teljessége, kérdésfeltevés lehetősége,

CTA gomb használata és típusa, „Vélemény” funkció megléte. A kutatás célja, hogy képet kapjunk az intézmények által magukról megosztott információk teljességéről, arról, hogy mennyire használták ki a Facebook által biztosított specifikus lehetőségeket. A Facebook-oldal névjegyének elemzése során használt vizsgálati szempontrendszer:

- Kategória megfelelően van beállítva. Igen, ha „Színház” van megadva.
- Névjegy megfelelően kitöltött. Igen, ha meg található a weboldal linkje, telefonszám, üzenet küldés, árkategória és e-mail cím.
- Névjegy tartalmaz térképet. Igen, ha megjelenik egy térkép a bal oldali menüben, amely pontosan mutatja a színház lokalizációját.
- Kérdés feltevés lehetséges. Igen, ha bal oldali menüben található, előre megírt kérdés(ek) vagy van lehetőség kérdés beírására.
- CTA gomb megfelelő. Igen, ha az alábbiakra irányít: jegyvásárlás, színház weboldala, üzenetküldés vagy hívási lehetőség.
- „Vélemény” funkció be van kapcsolva. Igen, ha lehet véleményt írni.

**1. táblázat: Facebook-oldalokon található névjegyek elemzése**

Vizsgálati szempontrendszer	Kategória megfelelő	Névjegy megfelelő	Névjegy tartalmaz térképet	Kérdés-feltevés lehetséges	CTA gomb	„Vélemény” funkció
<i>Békéscsabai Jókai Színház</i>	Igen	Nem	Igen	Nem	Igen	Nem
<i>Budapesti Katona József Színház</i>	Igen	Igen	Igen	Nem	Igen	Nem
<i>Csiky Gergely Színház</i>	Nem	Nem	Nem	Igen	Igen	Nem
<i>Csokonai Színház</i>	Igen	Igen	Igen	Igen	Igen	Nem
<i>Gárdonyi Géza Színház</i>	Igen	Igen	Igen	Igen	Igen	Igen
<i>Győri Nemzeti Színház</i>	Igen	Nem	Igen	Nem	Igen	Igen
<i>Játékszín</i>	Igen	Igen	Igen	Igen	Igen	Nem
<i>József Attila Színház</i>	Igen	Igen	Igen	Igen	Igen	Igen
<i>Kecskeméti Katona József Színház</i>	Igen	Igen	Igen	Igen	Igen	Igen
<i>Magyar Állami Operaház</i>	Igen	Igen	Igen	Nem	Igen	Igen
<i>Miskolci Nemzeti Színház</i>	Igen	Igen	Igen	Igen	Nem	Igen
<i>Nemzeti Színház</i>	Igen	Igen	Igen	Igen	Nem	Igen
<i>Örkény István Színház</i>	Igen	Igen	Igen	Igen	Igen	Igen
<i>Pesti Magyar Színház</i>	Igen	Igen	Igen	Igen	Igen	Igen
<i>Szegedi Nemzeti Színház</i>	Igen	Igen	Igen	Igen	Igen	Igen
<i>Szolnoki Szigligeti Színház</i>	Igen	Igen	Igen	Igen	Igen	Igen
<i>Thália Színház</i>	Igen	Igen	Igen	Igen	Igen	Nem
<i>Veszprémi Petőfi Színház</i>	Igen	Igen	Igen	Nem	Igen	Nem

Forrás: Saját kutatás (2022)

A felállított szempontrendszer alapján a kategóriának egy színház kivételével mindegyik megfelelt. A Csiky Gergely Színház a művészet kategóriát adta meg. Három intézmény kivételével a névjegy mindenhol a kritériumrendszernek megfelelően volt kitöltve. A Békéscsabai Jókai színház esetében az üzenetküldési funkció, a Csiky Gergely Színháznál az árkategória, míg a Győri Nemzeti Színháznál a telefonszám hiányzott. Egy intézmény kivételével megállapítható, hogy a névjegy tartalmazott térképet, ahol pontosan jelölve volt a cím. Öt színház esetében nem volt lehetséges kérdést feltenni közvetlenül a bal oldali menüsorból. A CTA gomb vizsgálata során megállapítható, hogy a felállított kritériumrendszernek két színház nem felelt meg. A Miskolci Nemzeti Színháznál egy beágyazott Youtube-videólink volt található, amely az intézmény saját csatornájára irányított. A Nemzeti Színház esetében email küldési funkció került elhelyezésre. A vizsgálatban résztvevő színházak közül tizenegynél be volt kapcsolva a „Vélemény funkció”.

Az elemzésre kerülő tizennyolc színház közül hét felelt meg teljes mértékben az általunk felállított kritériumrendszernek. Ezeknek az intézményeknek a névjegye és bal oldali menüsora teljes egészében ki volt töltve, kihasználták a Facebook által kínált speciális funkciókat. A felállított szempontrendszernek legkevésbé a Csiky Gergely Színház felelt meg.

### **Facebook-oldal arculatának vizsgálata:**

Vizuális megjelenés során a profil-, és borítókép vizsgálatára került sor. Ebben a részben található a megosztott tartalmak és hozzászólások helyesírásának ellenőrzése is. Az elemzés célja, hogy a felhasznált profilkép megfelelőnek mondható-e a színház beazonosítására, illetve a borítókép illeszkedett-e az intézmény arculatához, mindezek minősége nem volt-e kifogásolható. A Facebook-oldal arculatának elemzése során használt vizsgálati szempontrendszer:

- Profilkép megfelelő. Igen, ha jó minőségű és megjelenik rajta a színház logója vagy neve.
- Borítókép megfelelő. Igen, ha jó minőségű és illeszkedik az adott színház arculatához.
- Helyesírás megfelelő. Igen, ha megosztott tartalomban és kommentben kettő vagy annál kevesebb helyesírási hiba szerepel.

### **2. táblázat: Facebook-oldalokon található arculati elemek értékelése**

<b>Vizsgálati szempontrendszer</b>	<b>Profilkép megfelelő</b>	<b>Borítókép megfelelő</b>	<b>Helyesírás megfelelő</b>
<i>Békéscsabai Jókai Színház</i>	Igen	Igen	Igen
<i>Budapesti Katona József Színház</i>	Igen	Igen	Igen
<i>Csiky Gergely Színház</i>	Igen	Igen	Igen
<i>Csokonai Színház</i>	Igen	Igen	Igen
<i>Gárdonyi Géza Színház</i>	Nem	Igen	Igen
<i>Győri Nemzeti Színház</i>	Igen	Igen	Igen
<i>Játékszín</i>	Igen	Igen	Igen
<i>József Attila Színház</i>	Igen	Igen	Igen
<i>Kecskeméti Katona József Színház</i>	Igen	Igen	Igen
<i>Magyar Állami Operaház</i>	Igen	Igen	Igen
<i>Miskolci Nemzeti Színház</i>	Nem	Igen	Igen
<i>Nemzeti Színház</i>	Igen	Igen	Igen
<i>Örkény István Színház</i>	Igen	Igen	Igen
<i>Pesti Magyar Színház</i>	Igen	Igen	Igen
<i>Szegedi Nemzeti Színház</i>	Igen	Igen	Igen

<i>Szolnoki Szigligeti Színház</i>	Igen	Igen	Igen
<i>Thália Színház</i>	Igen	Nem	Igen
<i>Veszprémi Petőfi Színház</i>	Igen	Igen	Igen

Forrás: Saját kutatás (2022)

A profilkép elemzése során felállított kritériumrendszernek két színház nem felelt meg. A Gárdonyi Géza Színház magát a színházi épületet jelenítette meg, míg a Miskolci Nemzeti Színháznál kifogásolható volt a kép minősége, pixelek övezték a feliratot. A borítókép elemzése során elmondható, hogy egy színház kivételével megfelelő volt a minőség és minden esetben illeszkedett az adott intézmény arculatához. A vizsgálat során megállapítható, hogy a legtöbb esetben a fontos információk, következő előadások, az évad népszerűsítése, illetve a különböző darabokból való részletek kerültek megosztásra borítókép gyanánt. A helyesírás minősége minden színház esetében elfogadható volt.

Összességében megfogalmazható, hogy a vizsgált intézmények figyelmet fordítottak a vizuális megjelenésre, ügyeltek, hogy a megosztott profil-és borítókép illeszkedjen az arculathoz, továbbá jó minőségű legyen.

### ***Facebook-oldalhoz kapcsolódó kapcsolattartási szokások vizsgálata:***

A színházak közönséggel való kapcsolattartási szokásainak vizsgálata során elemzésre kerültek a hozzászólásokra való reagálások. A kommentek három nagy csoportot alkotnak:

- Negatív hangvételű hozzászólás: ha a hozzászóló nemtetszését, dühét fejezi ki, akár írásban akár hangulatjel használata során.
- Pozitív hangvételű hozzászólás: ha a hozzászóló örömét, dicséretét, együttérzését fejezi ki, akár írásban akár hangulatjel használata során.
- Érdeklődő hangvételű hozzászólások: ha a hozzászóló valamilyen kérdést intéz a színház felé (pl.: elmaradt előadások pótlása, milyen aktuális kormányrendelet van érvényben, stb.).

A vizsgálat célja, hogy betekintést kapjunk a színházak közönséggel folytatott aktív kommunikációjáról a saját Facebook-oldalaikon. A Facebook-oldal kapcsolattartási szokásainak elemzése során használt vizsgálati szempontrendszer:

- Negatív hangvételű hozzászólásokra reagál. Igen, ha a negatív hozzászólások 80%-ára érkezik válasz a színháztól.
- Pozitív hangvételű hozzászólásokra reagál. Igen, ha a pozitív hozzászólások 80%-ára érkezik válasz a színháztól.
- Érdeklődő hangvételű hozzászólásokra reagál. Igen, ha a kérdések 80%-ára érkezik válasz a színháztól.

### 3. táblázat: Kapcsolattartási szokások értékelése a vizsgált Facebook-oldalakon

Vizsgálati szempontrendszer	Negatív kommentekre reagál	Pozitív kommentekre reagál	Érdeklődő kommentekre reagál
<i>Békéscsabai Jókai Színház</i>	Igen	Igen	Igen
<i>Budapesti Katona József Színház</i>	Nem	Nem	Nem
<i>Csiky Gergely Színház</i>	Nem	Nem	Nem
<i>Csokonai Színház</i>	Nem	Igen	Nem
<i>Gárdonyi Géza Színház</i>	Nem	Igen	Nem
<i>Győri Nemzeti Színház</i>	Nem	Igen	Nem
<i>Játékszín</i>	Igen	Igen	Igen
<i>József Attila Színház</i>	Igen	Igen	Igen
<i>Kecskeméti Katona József Színház</i>	Igen	Igen	Igen
<i>Magyar Állami Operaház</i>	Igen	Igen	Igen
<i>Miskolci Nemzeti Színház</i>	Igen	Igen	Igen
<i>Nemzeti Színház</i>	Nem	Nem	Nem
<i>Örkény István Színház</i>	Nem	Igen	Nem
<i>Pesti Magyar Színház</i>	Nem	Nem	Nem
<i>Szegedi Nemzeti Színház</i>	Nem	Nem	Nem
<i>Szolnoki Szigligeti Színház</i>	Nem	Igen	Nem
<i>Thália Színház</i>	Nem	Nem	Nem
<i>Veszprémi Petőfi Színház</i>	Igen	Igen	Igen

Forrás: Saját kutatás (2022)

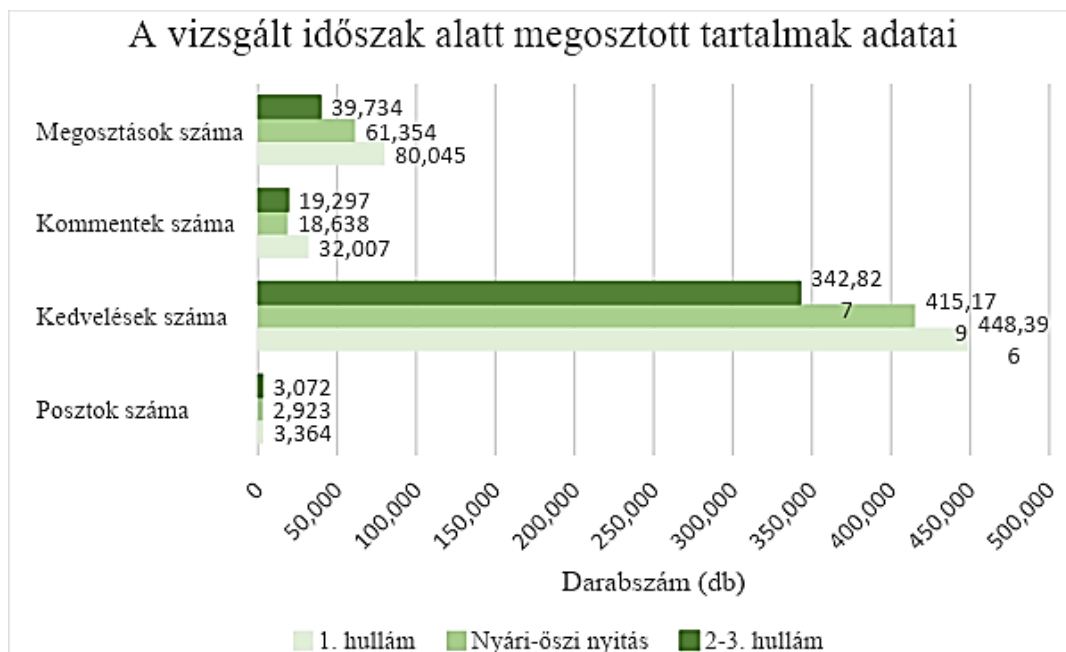
Hét színház esetében volt tapasztalható, hogy mindegyik hozzászólás-típusra válaszoltak a vizsgálati időszak alatt. Öt intézmény csak a pozitív hozzászólásokra reagált, míg a negatív és az érdeklődőt figyelmen kívül hagyta. Hat színház egyáltalán nem reagált a közönség véleményére.

Összességében megállapítható, hogy a hozzászólásokra adott reakciók nem mutatnak koherenciát. A színházaknak csak kevesebb, mint a fele igyekszik minél több hozzászólásra reagálni, azonban tizenegy intézmény kerüli a negatív és érdeklődő kommentekre való válaszadást.

#### ***Vizsgálati időszak alatt megosztott Facebook tartalmak elemzése:***

Elemzésre került a kutatásban résztvevő tizennyolc színház által megosztott összes tartalom, illetve az azokra érkezett kedvelések, hozzászólások és megosztások száma. A számadatok további tagolásra kerültek a három vizsgálati időintervallumnak megfelelően.

Az elemzés célja, hogy képet kapjunk a színházak által megosztott tartalmak esetleges ingadozásáról, a közönség körében népszerű reakciótípusokról, valamint arról, hogy ezek hogyan változtak a vizsgálati időszak alatt és milyen összefüggést mutatnak a bejegyzések számával.



**1. ábra: Facebook-oldalak tartalmainak statisztikái a vizsgált időszakban**

Forrás: Saját kutatás (2022)

A megosztott tartalmak számát vizsgálva megállapítható, hogy a nyári – őszi nyitás során volt tapasztalható egy jelentős visszaesés a 1. hullámhoz képest. A 2-3. hullám alatt tapasztalható volt növekedés, ugyanakkor ez sem érte el az 1. hullám alatt produkált adatokat. Elmondható, hogy a kedvelések, hozzászólások és megosztások száma az 1. hullám alatt volt kimagasló és csökkenés tapasztalható a nyitási időszakra, majd a 2-3. hullám alatt sikerült növelni ezeket az aktivitásokat, azonban még így sem érte utol a 2020 tavaszán produkált számadatokat. A közönség által adott reakciók száma összefüggést mutat a három különböző vizsgálati időszakban megosztott tartalmak mennyiségével.

Összességében elmondható, hogy az 1. hullám alatt született a legtöbb tartalom. Visszaesés észlelhető a nyári – őszi nyitás során, majd a 2-3. hullám alatt több poszt született, azonban ezek száma nem érte el az első időszakban tapasztalt adatokat. A közönség által adott reakciók száma is követte ezt a tendenciát.

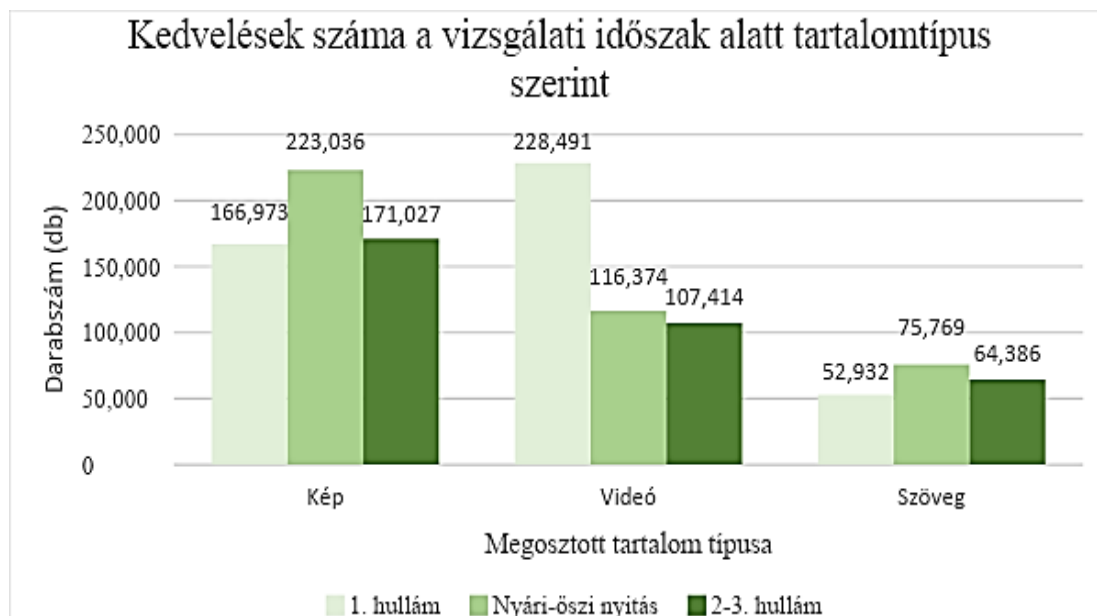
***Kedvelések száma a vizsgálati időszak alatt, tartalomtípus szerint:***

A következőkben ismertetésre kerül a kedvelések száma a három, általunk felállított kategória-típus szerint, a vizsgálati időintervallumok tagolásában. Három különböző tartalomtípus:

- Kép: A megosztott tartalom egy kép, amelyhez járulhat szöveges jellemzés is, de állhat önmagában csak egy vizuálból.
- Videó: A megosztott tartalom egy mozgóképpel, amelyhez járulhat szöveges jellemzés is, de állhat önmagában csak egy videóból.
- Szöveg: A megosztott tartalom csak szöveg, nem járul hozzá semmilyen vizuál.

A kutatás célja, hogy képet kapjunk, mely tartalomtípust kedvelték a legtöbben és ezeknek a száma hogyan változott a három vizsgálati időintervallum alatt.





**2. ábra: A vizsgált Facebook-oldalokon megtalálható tartalmak kedvelési száma tartalomtípus szerint**

Forrás: Saját kutatás (2022)

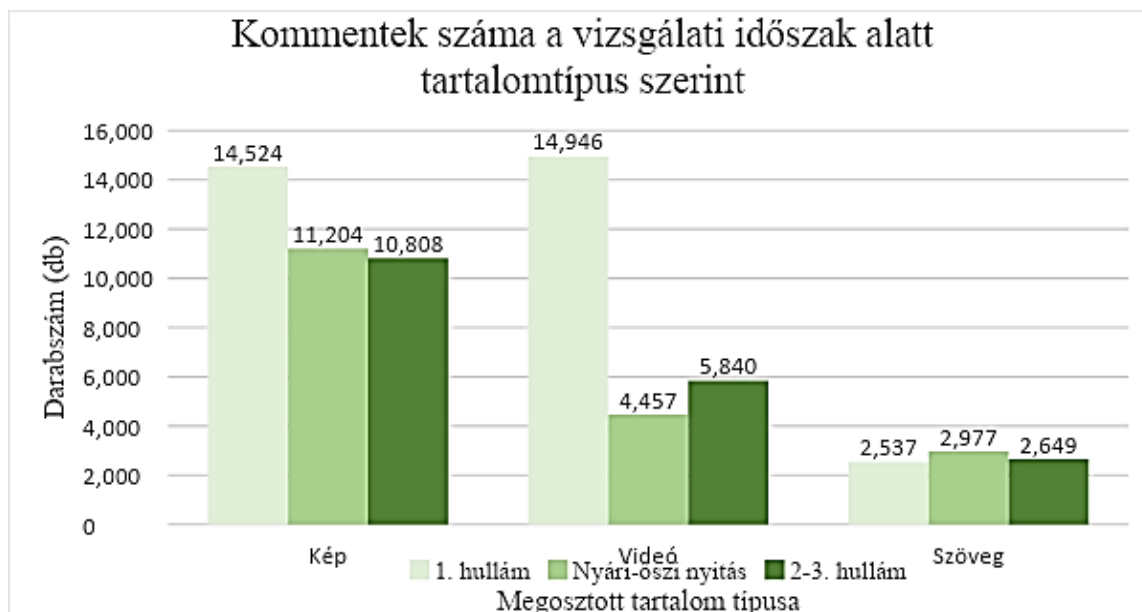
A tizennyolc intézmény által megosztott képek közül a legtöbb kedvelés a nyári-őszi nyitás során érkezett. Ehhez a kiemelkedő adathoz nagyban hozzájárult a Játékszín és a Miskolci Nemzeti Színház bejegyzéseinek kiugróan magas kedvelésszáma (49,706 db és 30,402 db), amely mindkét esetben többszörösen meghaladja az átlagot (12,391 db). A videós tartalmak vizsgálata során megállapítható, hogy a legtöbb kedvelés az 1. hullám alatt érkezett, amely közel duplája a másik két vizsgálati időintervallum alatt tapasztalható adatoknak. Ebben a kiugró értékben szerepet játszik a Játékszín, illetve Nemzeti Színház által megosztott mozgóképekre kapott kedvelései (45,072 db és 40,705 db). Ezek a számok közel négyszeresei az átlagnak (12,694 db). Csak a szöveges tartalmakra kapott kedvelés elemzése során nem tapasztalható nagy eltérés a három vizsgálati periódus között. A legtöbb like a nyári-őszi nyitás során érkezett ezekre a tartalomtípusokra.

Összességében megállapítható, hogy a vizsgált időszak alatt a legtöbb kedvelést a kép típusú tartalom kapta, közel 100.000 darabbal kevesebb like érkezett a videókra, és a csak szöveget tartalmazó posztok 1/3 részét érik el a képek kedvelési számának. Kedvelések száma tartalomtípus szerinti vizsgálatából kiderült, hogy ezeknek a maximális értéke nem áll összefüggésben a posztok számával a három vizsgálati időszak tekintetében.

***Kommentek száma a vizsgálati időszak alatt tartalomtípus szerint:***

A következőkben ismertetésre kerül a kommentek száma a három általunk felállított kategóriatípus szerint három vizsgálati időszak tagolásában. A három különböző tartalomtípus meghatározása megegyezik a kedvelések vizsgálata során használt definícióval.

A kutatás célja, hogy képet kapjunk, mely tartalomtípusra érkezett a legtöbb hozzászólás és ezeknek a száma hogyan változott a három vizsgálati időintervallum alatt.



**3. ábra: A vizsgált Facebook-oldalakon megtalálható tartalmak kommentjeinek (hozzászólásainak) száma tartalomtípus szerint**  
 Forrás: Saját kutatás (2022)

A tizennyolc intézmény által megosztott képek közül a legtöbb hozzászólás az 1. hullám során érkezett. Ehhez a kiemelkedő adathoz nagyban hozzájárult a Játékszín és Magyar Állami Operaház posztjai alatt található hozzászólások magas száma (5,929 db és 2,314 darab), amely hétszerese, illetve háromszorosa az átlagnak (807 db). A videós tartalmak vizsgálata során megállapítható, hogy a legtöbb hozzászólás az 1. hullám alatt érkezett, amely közel a háromszorosa a másik két vizsgálati időintervallum alatt kapott adatoknak. Ebben a kiugró értékben szerepet játszik a Csiky Gergely Színház és Örkény István Színház által megosztott mozgóképekre kapott hozzászólások száma (3,814 db és 2,075 db). Ezek a számok közel a négyszeresei az átlagnak (830 db). Csak a szöveges tartalmakra kapott hozzászólás elemzése során nem tapasztalható nagy eltérés a három vizsgálati periódus között. A legtöbb komment a nyári-őszi nyitás során érkezett ezekre a tartalomtípusokra.

Összességében megállapítható, hogy a vizsgált időszak alatt a legtöbb hozzászólást a kép típusú tartalom kapta, közel 10.000 darabbal kevesebb komment érkezett a videókra és a csak szöveget tartalmazó posztok 1/4 részét érték el a képek hozzászólási számának. A hozzászólások számának tartalomtípus szerinti vizsgálatából kiderült, hogy ezeknek a maximális értéke szorosabb összefüggést mutat a posztok számával a három vizsgálati időszak tekintetében, hiszen a kommentek száma a kép-és videótartalom esetén is az 1. hullámban volt kiemelkedő.

***Megosztások száma a vizsgálati időszak alatt tartalomtípus szerint:***

A következőkben ismertetésre kerül a megosztások száma a három általunk felállított kategóriatípus szerint, a három vizsgálati időintervallum tagolásában. A három különböző tartalomtípus meghatározása megegyezik a kedvelések vizsgálata során használt definícióval.

A kutatás célja, hogy képet kapjunk, mely tartalomtípust osztott meg legtöbbször a közönség és ezeknek a száma hogyan változott a vizsgálati időszak alatt.



**4. ábra: A vizsgált Facebook-oldalokon megtalálható tartalmak megosztásainak száma  
tartalomtípus szerint**

Forrás: Saját kutatás (2022)

A tizennyolc intézmény által megosztott képek közül a legtöbb megosztás az 1. hullám alatt következett be. Ehhez a kiemelkedő adathoz nagyban hozzájárul a Miskolci Nemzeti Színház és a Magyar Állami Operaház posztjainak megosztási száma (12,758 db és 4,913 db), amely hétszerese, illetve háromszorosa az átlagnak (1,877 db). A videós tartalmak vizsgálata során megállapítható, hogy a legtöbb megosztás az 1. hullám alatt érkezett, amely közel a duplája a másik két vizsgálati időintervallum alatt kapott adatoknak. Ebben a kiugró értékben szerepet játszik a Nemzeti Színház és a Csiky Gergely Színház videós tartalmainak megosztási száma (6,146 db, illetve 5,604). Ezek a számadatok közel a háromszorosai az átlagnak (2,051 db). Csak a szöveges poszt megosztásának elemzése során nem tapasztalható nagy eltérés a három vizsgálati periódus között. A legtöbb megosztás a nyári-őszi nyitás során érkezett ezekre a tartalomtípusokra.

Összességében megállapítható, hogy a vizsgált időszak alatt a legtöbb megosztást a kép típusú tartalom kapta, közel 10.000 darabbal kevesebb volt videós posztokra adott reakció és a csak szöveget tartalmazó posztok 1/3 részét érték el a képek megosztási számának. A megosztások számának tartalomtípus szerinti vizsgálatából kiderült, hogy ezeknek a maximális értéke szorosabb összefüggést mutat a posztok számával a három vizsgálati időintervallum tekintetében, hiszen a kommentek száma a kép-és videótartalom esetén is az 1. hullámban volt kiemelkedő.

### **3.6. Instagram**

A vizsgálati időszak alatt az elemzésben résztvevő tizennyolc színház közül tizenhat rendelkezett Instagram-oldallal, kettő azonban nem; ezért a továbbiakban nem képezi a kutatás részét a Gárdonyi Géza Színház és a Szolnoki Szigligeti Színház.

Az intézményi Instagram-oldalak vizsgálatának célja, hogy képet kapjunk a színházak által magukról megosztott információk teljességéről, hashtag-használati szokásaikról, továbbá mennyire használják ki az Instagram adta specifikus funkciókat.

#### ***Színházak Instagram-oldalán található BIO és kapcsolattartási lehetőségeinek elemzése:***

A vizsgálatban résztvevő tizenhat színház Instagram-oldalán megtalálható alábbi információk kerültek elemzésre: kategória, színház lokációjának megosztása, elhelyezett link, saját hastag feltüntetése és kapcsolatfelvétel gomb megléte.

A kutatás célja, hogy képet kapjunk az intézmények által magukról megosztott információk teljességéről, valamint kapcsolattartási lehetőségeikről.

Az Instagram-oldal BIO-nak elemzése során használt vizsgálati szempontrendszer:

- Kategória megfelelően van beállítva. Igen, ha „Színház” van megadva.
- Színház lokációja fel van tüntetve. Igen, ha megtalálható a pontos cím.
- Elhelyezett link megfelelő. Igen, ha a színház weboldalára visz vagy jegyvásárlási lehetőséget biztosít.
- Megtalálható az adott intézményre specifikus hastag: Igen, ha az a színház neve.
- Kapcsolatfelvételre van lehetőség: Igen, ha szerepel a kapcsolatfelvétel gomb és ezzel hívást vagy email írást lehet kezdeményezni.

**4. táblázat: A vizsgált Instagram-oldalak BIO- és kapcsolattartási lehetőségeinek értékelése**

Vizsgálati szempontrendszer	Kategória megfelelő	Színház lokációja szerepel	Link megfelelő	Specifikus hashtag	Kapcsolatfelvétel gomb
<i>Békéscsabai Jókai Színház</i>	-	Igen	Igen	Nem	Igen
<i>Budapesti Katona József Színház</i>	Nem	Igen	Igen	Nem	Igen
<i>Csiky Gergely Színház</i>	-	Igen	Igen	Igen	Igen
<i>Csokonai Színház</i>	-	Nem	Igen	Nem	-
<i>Győri Nemzeti Színház</i>	Igen	Igen	Igen	Nem	Igen
<i>Játékszín</i>	-	Igen	Igen	Igen	Igen
<i>József Attila Színház</i>	-	Igen	Igen	Igen	Igen
<i>Kecskeméti Katona József Színház</i>	Nem	Nem	-	Nem	-
<i>Magyar Állami Operaház</i>	-	Igen	Igen	Igen	Igen
<i>Miskolci Nemzeti Színház</i>	Igen	Nem	Igen	Igen	-
<i>Nemzeti Színház</i>	Igen	Igen	Igen	Nem	Nem
<i>Örkény István Színház</i>	Nem	Igen	Igen	Nem	Igen
<i>Pesti Magyar Színház</i>	Igen	Igen	Igen	Nem	-
<i>Szegedi Nemzeti Színház</i>	-	Igen	Igen	Nem	Igen
<i>Thália Színház</i>	Nem	Igen	Igen	Nem	Nem
<i>Veszprémi Petőfi Színház</i>	Igen	Igen	Igen	Nem	Igen

Forrás: Saját kutatás (2022)

A vizsgálatban résztvevő tizenhat színház közül öt színház felelt meg az általunk felállított kritériumrendszernek a kategória elemzése során. Hét intézmény egyáltalán nem használja a kategória funkciót Instagramon, míg négy nem a „Színház” kategóriát választotta, hanem a „Művészet”-et. Három színház kivételével mindegyik megosztotta a pontos címet a BIO-ban. A Kecskeméti Katona József Színház kivételével az összes intézmény megjelenítette a weboldal linkjét vagy jegyárúsító oldalra irányította a felhasználót. Öt színház osztotta meg a saját hashtagjét a BIO-ban, például: #operabudapest, #csiky, #mnsz. Tizenkettő intézmény esetében elérhető a kapcsolatfelvétel gomb, azonban kettő színháznál ez nem felel meg a felállított kritériumrendszernek, mivel a Thália esetében csak e-mail írás lehetséges, míg a Nemzeti Színház csak hívásra adott lehetőséget. Négy intézmény esetében ez a funkció nem található meg az Instagram-oldalukon.

Összességében megállapítható, hogy az általunk meghatározott kritériumrendszernek a színházak BIO és kapcsolattartási lehetőségeinek vizsgálata tekintetében egyik intézmény sem felelt meg. Instagramon beállításra kerülő kategória, nem mutat olyan mértékű kihasználtságot, mint a Facebook esetében, továbbá ezen a platformon több színház is a „Művészet” besorolást használja. Az adott intézményre specifikus hashtaghasználat nem mutat egységes képet, hiszen a színházak 30%-a jeleníti meg a BIO-ban. További kutatásból kiderült, hogy ennél sokkal több intézmény használ saját hashtaget a tartalmai alatt, azonban ezek nincsenek kiemelve, megjelenítve. A kapcsolatfelvétel gomb funkciója sincs teljes mértékben kihasználva, pedig ez egy olyan lehetőséget ad a színházak kezében, amely egy sokkal jobb felhasználó élményt nyújt.

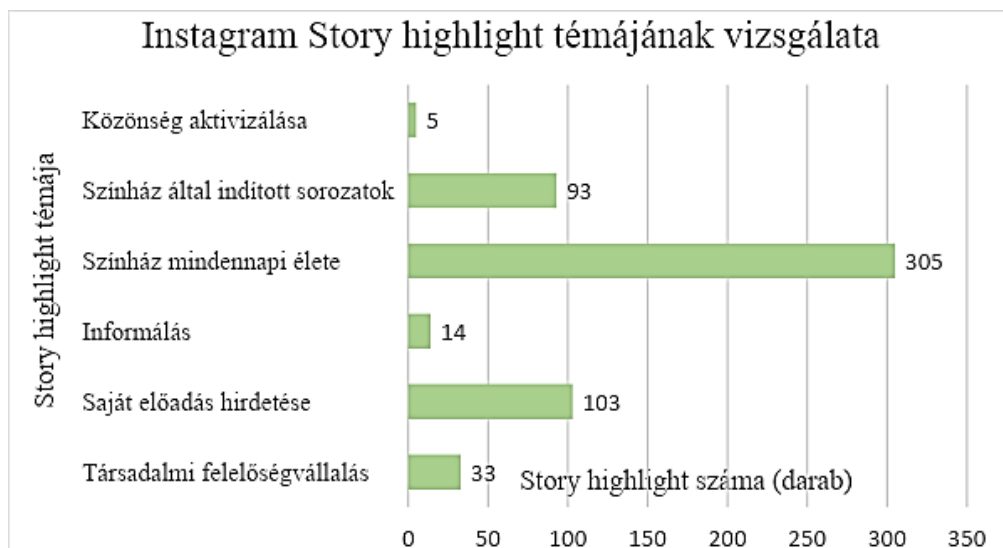
### ***Instagram Story highlight témájának elemzése:***

Story highlights vizsgálatának a célja, hogy a vizsgálatban résztvevő színházak közül, hányan éltek ezzel a funkcióval és akik alkalmazták ezt a vizsgálati időszakra, milyen témájú tartalmakat osztottak meg.

A következőkben az a hét színház kerül bemutatásra (Budapesti Katona József Színház, Csiky Gergely Színház, Játékszín, József Attila Színház, Kecskeméti Katona József Színház, Örkény István Színház és a Veszprémi Petőfi Színház), amely rendelkezett a vizsgálati időszak alatt Instagram-oldallal és megtalálható erre az időszakra vonatkozó Story highlight.

A Story highlights témáinak elemzése során használt szempontrendszer:

- *Társadalmi felelősségvállalás:* Ide sorolhatók azok a tartalmak, ahol a színművészek, színházak, egészségügyi dolgozók mellett szólaltak fel.
- *Saját előadás hirdetése:* Ide sorolhatók azok a tartalmak, amelyek a közlő online vagy offline előadásokról szólnak, valamint már platformon megtalálható tartalmakra irányítják a figyelmet (pl. Podcast).
- *Informálás:* Ide sorolhatók azok a tartalmak, amelyek az elmaradt előadásokról, járványügyi intézkedésről szólnak.
- *Színház mindennapi élete:* Ide sorolhatók azok a tartalmak, amely előadást vagy előadás részletet mutatnak be vagy kulisszák mögötti világot hozza el a felhasználónak.
- *Színház által indított sorozatok:* Ide sorolhatók azok a tartalmak, amelyeket a színház maga kezdeményezett az online térben a közönség szórakoztatása céljából.
- *Közönség aktivizálása:* Ide sorolhatók azok a tartalmak, ahol valamilyen reakciót vártak a közönségtől (kérdésszelepek, szavazás, stb.).



**5. ábra: Instagram Story highlight témájának statisztikai a vizsgálati időszak alatt**  
 Forrás: Saját kutatás (2022)

Az Instagram Story highlight témájának vizsgálata során 553 darab tartalom került elemzésre. Az adatokból megmutatkozik, hogy a színházak által megosztásra került Story-k közül a legtöbb, több mint 55% a színház mindennapi életét mutatja be. Ezt követi 18%-kal a saját előadás hirdetése, valamint 16%-kal a színház által indított sorozatok. Az utóbbi esetben fontos kihangsúlyozni, hogy csak a Budapesti Katona József indított olyan sorozatot (#csaknekedmond), amely rögzítésre került. A Story-k 6%-a sorolható a társadalmi felelősségvállalás kategóriába. Ebben a témában megosztásra kerülő tartalmak közül a legnépszerűbbek az egészségügyi dolgozókért, színházakért és a Színház-és Filmművészeti Egyetem melletti kiállítások voltak. A közönség informálása csak 2,5%-ot tesz ki, valamint legkevesebb esetben közel 1%-ban került rögzítésre olyan tartalom, amely a közönség aktivizálását célozta meg. A vizsgálati időszak alatt a legtöbb Story highlight-tal a Budapesti Katona József Színház rendelkezik (221 db), öt követi szorosan a Veszprémi Petőfi Színház (183 db). A többi színház tartalmainak száma nem éri el a száz darabot intézményenként.

Összességében megállapítható, hogy kevés intézmény él a Story highlight használatával a vizsgálati időszak alatt. A megosztásra kerülő tartalmak közül a színház mindennapi életét bemutató képek és videók kerültek legtöbbször megosztásra. A legkisebb mértékben a közönség aktivizálását célzó tartalmakat rögzítettek, amely azt sugallja, hogy az Instagramnak ez a speciális funkciója nincs kellően kihasználva.

#### ***Hashtag-használati szokások elemzése a megosztott tartalmakban:***

A következőkben a vizsgálatban résztvevő tizenhat színház hashtag-használati szokásai kerülnek elemzésre az általuk megosztott tartalmak alatt. A kutatás kiterjed a saját hashtag-használatra, a Covid-19 helyzetre reflektáló hashtagekre, valamint általánosságban véve a tudatos és következetes hashtag-használati szokásokra. A hashtag-használati szokások elemzése során használt szempontrendszer:

- Saját hashtag-használat jellemző, ha a vizsgálati időszak alatt megosztott tartalmak 60%-nál megjelenik a színház nevére utaló hashtag.
- Covid-19 helyzetre utaló hashtag-használat jellemző, ha a vizsgálati időszak alatt megosztott tartalmak 60%-nál megjelenik a pandémiára utolsó hashtag.
- A hashtag-használati szokások elemzése során három kategória került meghatározásra: következetes használat, nem tudatos használat és nincs használatban.

**5. táblázat: A hashtag-használati szokások elemzés során készült szempontrendszer**

Kategória	Meghatározás
<i>Következetes használat</i>	A vizsgálati időszak alatt megosztásra kerülő posztok 90%-a tartalmaz hashtaget és releváns az adott tartalomhoz.
<i>Nem tudatos használat</i>	A vizsgálati időszak alatt megosztásra kerülő posztok alatt elszórtan található hashtag vagy nem minden esetben releváns az adott tartalomhoz.
<i>Nincs használatban</i>	A vizsgálati időszak alatt egyáltalán nem került feltüntetésre hashtag a megosztott tartalmak alatt.

Forrás: Saját kutatás (2022)

A vizsgálat célja, hogy képet kapjunk a színházak által folytatott kommunikációban szerepet játszó hashtag-használati szokásokról, illetve milyen mértékben alkalmazták ennek során a járványra utaló megfogalmazásokat.

**6. táblázat: Hashtag-használati szokások elemzése az Instagram-oldalokon**

Vizsgálati szempontrendszer	Saját hashtag használata	Covid-19 helyzetre utaló hashtag használata	Hashtag-használati szokások
<i>Békéscsabai Jókai Színház</i>	Jellemző	Jellemző	Következetes használat
<i>Budapesti Katona József Színház</i>	Nem jellemző	Nem jellemző	Nem tudatos használat
<i>Csiky Gergely Színház</i>	Jellemző	Jellemző	Következetes használat
<i>Csokonai Színház</i>	Jellemző	Jellemző	Következetes használat
<i>Győri Nemzeti Színház</i>	Jellemző	Jellemző	Nem tudatos használat
<i>Játékszín</i>	Jellemző	Nem jellemző	Nem tudatos használat
<i>József Attila Színház</i>	Jellemző	Nem jellemző	Nem tudatos használat
<i>Kecskeméti Katona József Színház</i>	Jellemző	Nem jellemző	Következetes használat
<i>Magyar Állami Operaház</i>	Jellemző	Jellemző	Következetes használat
<i>Miskolci Nemzeti Színház</i>	Jellemző	Nem jellemző	Következetes használat
<i>Nemzeti Színház</i>	Jellemző	Nem jellemző	Következetes használat
<i>Örkény István Színház</i>	Jellemző	Nem jellemző	Nem tudatos használat
<i>Pesti Magyar Színház</i>	Jellemző	Nem jellemző	Nem tudatos használat
<i>Szegedi Nemzeti Színház</i>	Jellemző	Nem jellemző	Nem tudatos használat
<i>Thália Színház</i>	Nem jellemző	Nem jellemző	Nem tudatos használat
<i>Veszprémi Petőfi Színház</i>	Jellemző	Jellemző	Következetes használat

Forrás: Saját kutatás (2022)

A vizsgálatban résztvevő tizenhat színház közül kettő kivétel, mindegyikre jellemző volt a saját hashtag használata. Hat színházról elmondható, hogy osztottak meg Covid-19 helyzetre utaló hashtageket. Ezek közül a legnépszerűbbek: #maradjotthon, #vigyazzunk egymásra #veletkevagyunk. Nyolc intézmény az általam létrehozott kritériumrendszer alapján a következetes hashtag-használat kategóriába került, míg a vizsgált színházak másik fele a nem tudatos csoportba került. A kutatás során kiderült, hogy mindegyik intézmény használt valamilyen formában hashtageket, így a nincs használatban kategóriába senki nem került besorolásra.

Összességében elmondható, hogy az általunk meghatározott kritériumrendszernek öt színház felelt meg. Rájuk jellemző volt a saját és a pandémiára utaló következetes hashtag-használat. A többi vizsgálatban résztvevő színháznál is megtalálhatóak ezek a hashtagek, azonban nem feleltek meg a kritériumrendszernek, mivel ezek használata rendszertelen és szétszórt volt, nem követett egy egységes arculatot.

#### 4. Összefoglalás

A kultúra és a marketing közötti kapcsolat vitathatatlan. Évtizedek óta egyre nagyobb teret nyertek maguknak a hétköznapi életünkben, amely során a társadalomban kialakult a kultúra iránti igény, mintegy új, szabadidős tevékenységet megalkotva. Egyre több kulturális intézmény ismerte fel az ebben rejlő potenciált és különböző programokat, eseményeket indítottak a nagyérdemű szórakoztatására. A színházak egy jól működő szervezetet építettek fel, ahol gördülékenyen mentek az évadok, előadások és különböző tematikájú programsorozatok. Ezt az idillt szakította meg 2020 márciusban a COVID-19 indukálta világjárvány. Az intézmények bezárásra kényszerültek és eddig nem tapasztalt kihívások elé állította őket, többek között kommunikációs szinten is. Váratlan helyzetre az 1. hullám alatt a legtöbb színház még nem tudott megfelelően reagálni, azonban a 2. hullám során már egy tudatos felkészülés érződött, ezt alátámasztja az is, hogy ebben az időszakban jöttek létre a streaming platformok, ahol az előadások online formátumban elérhetővé váltak a közönség számára.

Az online kommunikációs csatornákra még nagyobb figyelem szegeződött, mint ezelőtt. Kutatásunk során azt vizsgáltuk, hogy tizennyolc magyarországi kőszínház hogyan használta Facebook- és Instagram-csatornáit a pandémia első évében. A tanulmány során az online kommunikációs platformok meglétét, szakszerű alkalmazását, kihasználtságát, valamint a tartalmakban és kapcsolattartási szokásokban bekövetkezett változásokat vizsgáltuk egy éves vizsgálati időszakra vonatkozóan. Választásunk, azért esett az említett két platformra, mivel a statisztikák, azt mutatják, hogy ezeknek a használata a legelterjedtebb a magyar lakosság körében, illetve a trendek is ezeket a platformokat határozzák meg, mint legkiemelkedőbb online kommunikációs csatorna; emellett funkcióikban is teljes mértékben megfeleltek a minőségi tartalomgyártásra és a példás kapcsolattartásra.

A színházak Facebook-oldalainak vizsgálata során jelentős eltérés tapasztalható a különböző intézmények között. Az esetek 61%-ában nem volt megfelelően kitöltve a névjegy, illetve a kapcsolattartási funkciók kihasználtsága is hiányos volt. A fent említett alapvető hiányosságok negatív hatást gyakorolnak egy adott színház megítélésére, illetve mindez sokkal kevésbé felhasználóbarát oldalt eredményez. Az intézményeknek a közönséggel történő online kapcsolattartás statisztikai ingadozó és nem kiegyensúlyozott eredményeket mutat a vizsgált időszakban. Egyre több hozzászólás érkezett a közönség részéről, hiszen megannyi kérdés merült fel az elmaradt előadásokról, a jegyvisszatérítés lehetőségéről, vagy éppen az aktuális szabályozásokról. A színházak csupán 38%-a válaszolt tudatosan és rendszeresen a különböző típusú hozzászólásokra, míg 33%-a teljes mértékben elhanyagolta a közönségtől kapott szöveges üzeneteket. Úgy véljük, hogy a hozzászólásokra adott gyors és szakszerű válasz növelheti az adott színház iránti lojalitást, azonban a vizsgálatból, az derült ki, hogy a legtöbb intézmény nem élt ezzel a lehetőséggel. A legtöbb tartalom az 1. hullám alatt született, majd a nyári-őszi nyitás



alatt egy nagyobb visszaesés volt tapasztalható- Ezt követően a 2-3. hullám alatt ismét egy növekvő tendencia rajzolódott ki a tartalmak kapcsán, azonban ez sem tudta utolérni a tavaszi időszakban tapasztalható adatokat. Úgy véljük, hogy az 1. hullám során a színházak többsége hamar felismerte a közösségi médiában rejlő potenciált és kreatív tartalmak, sorozatok gyártásába kezdett, ily módon is fenntartva a közönség érdeklődését. Miután a korlátozások feloldásra kerültek, kevesebb figyelem irányult az online térre, amely hatására jelentős csökkenés mutatkozott a számokban. A 2020 őszén bekövetkezett újabb bezárások hatására az intézmények visszataláltak a közösségi médiához, azonban a tartalmak száma nem tudott olyan mértékben növekedni, mint az 1. hullám alatt; ezt leginkább a streaming-szolgáltatók (SzínházTV, eSzínház) megjelenésével véljük magyarázni. A közönség által adott reakciók száma is követi ezt a tendenciát. A felhasználók körében a legtöbb kedvelést, hozzászólást és megosztást a kép típusú tartalmak kapták, legkevesebb reakciót a szöveges tartalmak eredményeztek. A hozzászólások és megosztások számának tartalomtípus szerinti vizsgálatából kiderült, hogy ezeknek a maximális értéke szorosabb összefüggést mutat a posztok számával a három vizsgálati időintervallum tekintetében, hiszen a kommentek és megosztások száma a kép-és videótartalom esetén is az 1. hullámban volt kiemelkedő, míg a kedvelések vizsgálatánál ez az összefüggés nem állapítható meg. Az elemzés során kapott adatok arra engednek következtetni, hogy azok a posztok, amelyek képként kerültek megosztásra, több reakciót váltanak ki, mint a videós és szöveges tartalmak.

A vizsgálatban résztvevő színházak közül kettő nem rendelkezett Instagram-profillal az adott időszak alatt. A többi intézmény oldalát vizsgálva, még több hiányosság rajzolódott ki. A BIO kevésbé volt kihasználva és ellátva információval, mint a Facebook. A színházak csupán 30%-a jelenítette meg itt az intézményre szabott hashtag-jét, azonban további vizsgálatok kimutatták, hogy az általuk megosztott tartalmak alatt azok megtalálhatók. A hashtag-használati szokások pozitív képet mutattak, hiszen minden intézmény alkalmazta őket, azonban csak 31%-uk használta azokat következetesen. A pandémia alatt születtek a COVID-19-re utaló hashtag-ek is, amelyek közül a legnépszerűbbek a #maradjotthon, #vigyazzunkegyemásra #veletekvagyunk; azonban ezeknek az alkalmazása sem mutatott egységes képet. Úgy véljük, hogy a tudatos hashtag-használat nélkülözhetetlen a szakszerű online kommunikációhoz ezen a platformon. A színházak 43%-a élt a Story highlight használatával a vizsgált időszakban. A tartalmak közül a színház mindennapi életét bemutató képek és videók kerültek legtöbbször megosztásra. A legkisebb mértékben a közönség aktivizálását célzó tartalmakat rögzítettek, amely azt sugallja, hogy az Instagramnak ez a speciális funkcióját kevésbé tudták kihasználni.

A színházak pandémia alatti online kommunikációját vizsgálva elmondható, hogy nem csupán megállták a helyüket, hanem az idő előrehaladtával egyre komfortosabban mozogtak az online térben; azonban komoly hiányosságok is akadtak az általuk kezelt közösségimédia-felületeikben.

## Irodalomjegyzék

- Bakk, Á. (2020). „We are making cyber-history.” Az online színház nem ma született. *Játéktér*, 9(2), 37–41.
- Cook, J. (2021). *Instagram*. Scolar Kiadó, Budapest.
- Dér Cs. D. (2017). *Élményszervezés és -menedzsment*. Arts and Business, Budapest.
- Dér Cs. D. & Fehér E. (2022). *#maradjotthon #veledvagyunk - Hazai kőszínházak online kommunikációja a pandémia első évében*. MMA MMKI, Budapest.
- Dér Cs. D. & Márkus R. (2020). *Új utak a kulturális marketingben*. MMA MMKI, Budapest.
- Gösi Zs. & Magyar M. (2020). "Karantén" kultúra Magyarországon. *Recreation*, 10(2), 40–42, <https://doi.org/10.21486/recreation.2020.10.2.6>

- Gósi Zs., Boros S. & Magyar M. (2021). *A sport szerepe a Covid-19 pandémia árnyékában*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Kemp, S. (2022. február 15.). Digital 2022: Hungary. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-hungary> (Letöltve: 2022.12.04.)
- Klausz M. (2020). *A közösségi média nagykönyve (bővített kiadás) - Hogyan vidd sikerre a céged és önmagad*. Athenaeum Kiadó, Budapest.
- Sprout Social (2020). <https://sproutsocial.com/insights/social-media-statistics/>
- Tóth I. (2020). Térnyerés. A színházi élet online formáiról. *Symbolon*, 21(1), 93–105.

## **A felnőttképzésben résztvevő álláskeresőök elhelyezkedési esélyei Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében**

*Employment Chances of Job Seekers Participating in Adult Training in Szabolcs-Szatmár-Bereg County*

**LE-DAI Barbara**

MSc-hallgató (*MSc Student*)

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem (*Hungarian University of Agriculture and Life Sciences - Hungary*)

### **Absztrakt**

Kutatásomban az álláskeresőknél a képzések elvégzésének hatását a munkavállalási hajlandóságra vizsgáltam Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében. A képzéseket elvégzők körében kérdőíves vizsgálatot hajtottam végre, melyben arra kerestem a választ, hogy a résztvevők el tudtak-e helyezkedni vagy el akarnak-e helyezkedni az újonnan szerzett képzettségekkel. A vizsgálatban 117 fő került megkérdezésre, akik közül 10 fő talált munkát a képzés elvégzését követő 180 napban, közülük csak egy fő volt, aki nem közfoglalkoztatásban helyezkedett el. A Technológiai és Ipari Minisztérium adatai szerint a megyében az elsődleges- és másodlagos munkaerőpiacon történő elhelyezkedés közül az elsődleges dominál, azonban a járási szintű elemzések tekintetében kirajzolódott, hogy a határ menti rurális térségekben a közfoglalkoztatás jelenik meg fő foglalkoztatóként.

*Kulcsszavak:* álláskereső, felnőttképzés, foglalkoztatás, határ menti térségek, közfoglalkoztatás  
*JEL-kódok:* I26, J24, M53

„A KULTURÁLIS ÉS INNOVÁCIÓS MINISZTERIUM ÚNKP-22-2 KÓDSZÁMÚ ÚJ NEMZETI KIVÁLÓSÁG PROGRAMJÁNAK A NEMZETI KUTATÁSI, FEJLESZTÉSI ÉS INNOVÁCIÓS ALAPBÓL FINANSZÍROZOTT SZAKMAI TÁMOGATÁSÁVAL KÉSZÜLT.”



### **Abstract**

In my research, I investigated the impact of training for job seekers on their willingness to work in Szabolcs-Szatmár-Bereg county. I carried out a questionnaire survey among those who had completed the training, asking whether the participants were able to find a job or whether they wanted to find a job with their newly acquired skills. In the survey, 117 people were interviewed, of whom 10 found a job within 180 days of completing the training, only one of whom was not in public employment. According to the data of the Ministry of Technology and Industry, the primary and secondary labour market in the county is dominated by the primary labour market, but the analysis at district level shows that public employment is the main source of employment in rural areas along the border.

*Key words:* job seekers, adult training, employment, border regions, public employment  
*JEL Codes:* I26, J24, M53



## 1. Bevezetés

Amikor oktatásról, esetleg képzésről van szó, abban az esetben azt a felnőtt társadalom nem tekinti távlati saját, emberi tőkéjébe való befektetésnek, legnagyobb mértékben kényszernek, esetleg a munkanélküliség megelőzésének egyik eszközének tekintik, pedig a képzés az egyik legfontosabb faktor a hátrányos szituáció redukálására alkalmas instrumentumok vonatkozásában (Nilsson & Nyström, 2013). Lényegében a képzés alkalmával nem az ismeretszerzés az egyedüli hozzáállás, releváns cél a társadalomba asszimilálódni képes munkavállalói attitűd elérése is, amelynek támogatásával kialakulhat egy újabb jövőkép, ezen kívül a társadalmi hasznosságérzet (Durkó, 1999).

Az ökonómiai teljesítőképeség, ezen kívül a végzettség szoros kapcsolatát a kormány is felismerte, valamint a deprivált gyermekek részére felzárkóztató programokat indított, amik jellemzően anyagi, továbbá tanulási segítséget nyújtanak a diákok részére (Rajnai, 2012). Az oktatási rendszer kifogásolhatósága, hozta létre a felzárkóztató programokat, hisz a családi hátrányokat nem csökkenti, hanem konzerválja a magyar oktatási rendszer (Csapó et al., 2009). A hátrányos szituációban lévő gyermek szüleinek korlátozottak az anyagi lehetőségeik, jellemzően oktatási tapasztalattal sem bírnak, ennek következtében a legközelebbi iskolába íratják be gyermeküket (Sucharita, 2014).

A társadalom peremére szorult kategóriák képzettségi hátránnyal küzdenek, amelynek következtében munkaerőpiacon sem tudják stabilizálni pozíciójukat. A munkanélküliség életformává vált a munkanélküliek, a képzetlenek, esetleg más dimenzió tekintetében hátrányos helyzetűek életében, amely hátrányt jelent a gyermekeiknek, másképpen megfogalmazva a soron következő korszakok részére is. Bár a felnőttképzés nem direkt megoldás a kirekesztés, a szegénység eredményezte problémákra, viszont ezen konfliktushelyzetek csökkentését eredményezheti (Hangya, 2013; Farkas, 2013).

Az álláskeresők munkaerő-piaci integrációja tekintetében a legfontosabb lépés, egy újabb piacképes kvalifikáció elsajátítása, a munkanélküliség csökkentése érdekében megfelelően (Hajdú, 2022). Az iskolarendszeren kívüli felnőttképzés, mint a leggyorsabb, továbbá legrugalmasabb képzési forma képes a munkaerőpiac változásaira a legrövidebb időn belül reagálni, hisz egy újabb szakképesítés megszerzése ebben a képzési formában 3-6 hónap, amíg iskolarendszerben, ezeknek a szakmáknak az elsajátítása évekbe kerül (Hajdú - Koncz, 2020). A mindenkori Kormány prioritásai között szerepel a teljes foglalkoztatottság elérése (vagy legalábbis annak megközelítése). Az álláskeresők képzésekbe való integrálódása, ezen kívül ezzel újabb piacképes szakmák megszerzése a legelső lépés a célkitűzés elérése érdekében (Hajdú & Koncz, 2021a).

Hazánkban a 2004, továbbá 2019 közti másfél évtizedben 122 867 főről 1 046 710 főre emelkedett a felnőttképzésben résztvevők éves száma. Az egész életen át tartó tanulás jegyében a munkavállalóknak lehetősége nyílik alkalmazkodni a permanensen megújuló munkaerőpiaci igényekhez. Ezzel együtt azonban a támogatott munkaerőpiaci képzéseknek releváns funkciója van a rászoruló lakosság integrációjában is (Hajdú & Koncz, 2021b). Az elmúlt időszakban a társadalom peremére szorult társadalmi csoportokban is fokozódó részvételt tapasztalhattunk. Állami támogatással a képzőintézmények különféle képességeket fejlesztő tréningek szervezésével igyekeztek elősegíteni a tartósan álláskeresők munkaerő-piacra jutását, ezen kívül ottani megmaradását. A képzésben résztvevők elhelyezkedési arányát az elmúlt évtizedben negatív tendenciák jellemzik (Hajdú & Koncz, 2022).

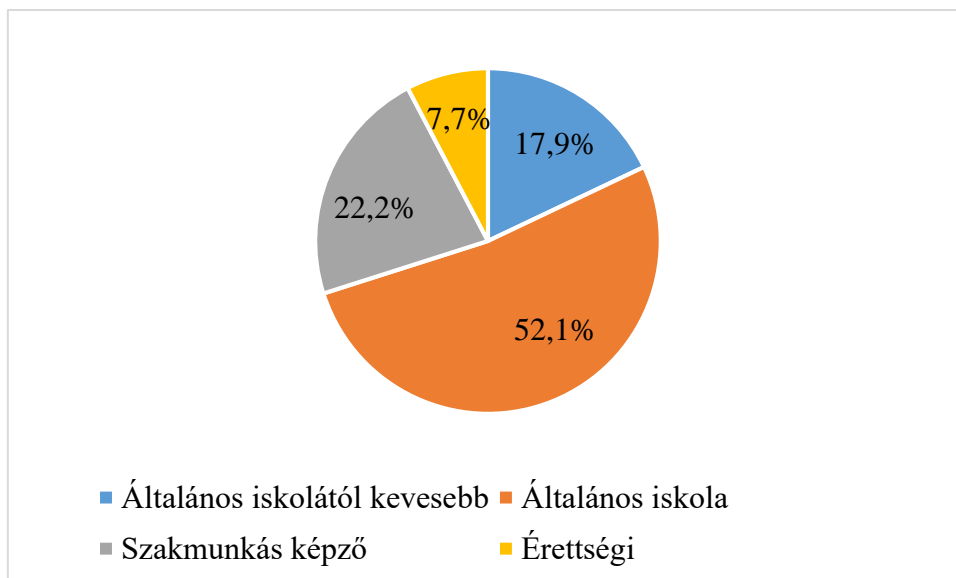
Az ezredforduló időszakában nagyszámú közlemény foglalkozott azzal, hogy a munkanélküliség alakulását kutatja különféle településméretekre fókuszálva (Balesók, 2006). A vizsgálatok értelmében nem csupán a geográfiai fekvésből adódik az átlagnál magasabb munkanélküliség, hanem a településtípusokból, ezen kívül a településszerkezetből is keletkezik. A munkanélküliség, ezen kívül a településméret között szoros korreláció van, a kisebb lakosságú településeken jellemző módon nagyobb a munkanélküliség aránya (Bódi & Obádovics, 2000). A területileg elkülönült rászoruló kategóriák, továbbá a munkalehetőségek közti kapcsolat megteremtésére rendkívül egyszerű megoldást kínálhatna az ingázás, viszont ezeknek az álláskeresőknél a mobilitási készsége, ezen kívül képessége rendkívül alacsony (Tésits & Alpek, 2013). Azokon a kistelepüléseken, amik elhelyezkedése a jelentős foglalkoztatóktól legalább 10 kilométeres távolságra van, az álláskeresők már hátrányt szenvednek, mivel a munkaadók a munkába járás költségeit nem szívesen vállalják (Alpek & Tésits, 2014).

## 2. Anyag és módszer

A vizsgált időszakban hazánk megyéi közül Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében volt a legmagasabb a felnőttképzésben résztvevők létszáma, ami az álláskeresők magas számának is köszönhető. Ez jelentős részben összefüggésbe hozható a megye kedvezőtlen térszerkezeti pozíciójával, az állam keleti szegletében elhelyezkedve távol fekszik az állam centrumtárségeitől, ezen kívül az azokra hatással bíró európai ökonómiai erőközpontoktól. Az, hogy a megye Ukrajnával határos, a megyét geopolitikai dimenzió tekintetében fontossá teszi, viszont a gazdaság pozícióját inkább negatívan befolyásolja. A megye magas munkanélküliségi rátával, továbbá alacsony foglalkoztatási rátával rendelkezik, a beruházók alacsonyabb száma okán az országos átlagot nagymértékben meghaladó a közfoglalkoztatás jelentősége. Ezért különösen nagymértékű jelentőséggel bír, hogy a felnőttképzés tanfolyamai, képzései magas hatékonysággal valósuljanak meg, valamint az álláskeresők a relatíve kevés alternatíva ellenére be tudjanak integrálódni az primer munkaerőpiacra.

A kutatások megkezdését megelőzően a témaválasztáshoz illeszkedő, zömében az interneten keresztül teljes szöveggel elérhető magyarországi, ezen kívül nemzetközi szakkönyveket, ezen kívül folyóiratcikkeket gyűjtöttem össze, valamint dolgoztam fel szisztematikusan. A szakirodalmi munkák értékelését követően a kutatásomat másodlagos adatbázisokra alapoztam. A munkaerőpiaci képzéseket elvégzők státuszáról (180 nappal a képzés befejezését követően) a Technológiai és Ipari Minisztérium által szolgáltatott adatokat dolgoztam fel, mely a 2021-es évet érinti.

A mintavételezés 2022 augusztusától október 15-ig tartott. A kérdőíves kutatásban 117 fő munkanélküli vett részt, akik álláskeresőknél szóló képzésekben vettek részt. A minta sajátossága, hogy a megkérdezettek 84,6%-a nő volt. Kor szerinti eloszlása hektikus volt, a legfiatalabb 18 éves, a legidősebb 61 éves volt, átlag életkoruk 37,62 év. Lakhelyüket tekintve a vidéki lakosok domináltak 42,7%-al, majd a megkérdezettek 29,9%-a a megyeszékhelyen élt, 27,3%-uk pedig Szabolcs-Szatmár-Bereg megye további városaiban éltek. Az iskolai végzettségeket tekintve a legnagyobb arányban (52,1%) befejezett 8 általánossal rendelkeztek, szakmunkás bizonyítvánnyal 22,2%-uk, érettségivel 7,7%-uk, míg általános iskolai végzettségénél is alacsonyabb iskolai végzettséggel rendelkezett 17,9%-uk (1. ábra).



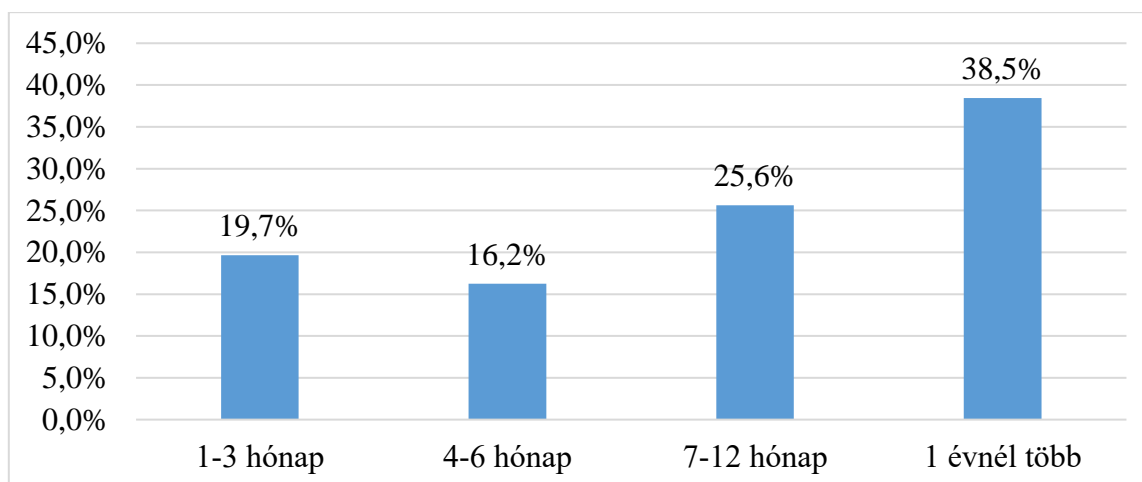
**1. ábra: A kérdőíves vizsgálatba bevont álláskeresőknek szóló képzésen résztvevők legmagasabb iskolai végzettsége**

Forrás: saját készítés kérdőíves vizsgálat alapján (2022)

Az álláskeresőknek szóló képzések során 5 álláskereső jutott szakmai végzettséghez, ami nem minősül szakmunkásképzőnek, azonban növeli a szakmai végzettséggel rendelkezők arányát, ami a képzéseknek köszönhetően 26,5% lett.

### 3. Eredmények

#### 3.1. A primer kutatás eredményei



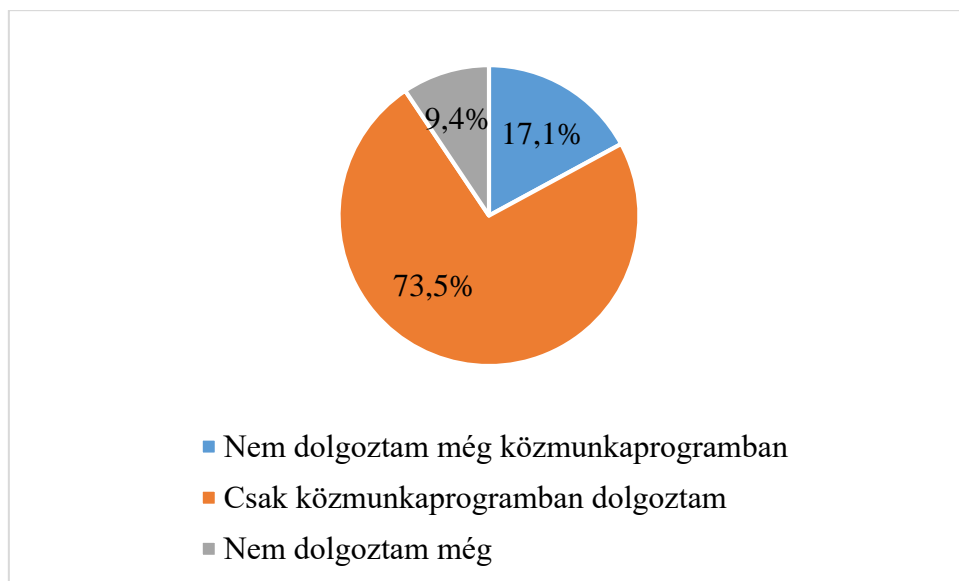
**2. ábra: A kérdőíves vizsgálatba bevont álláskeresőknek szóló képzésen résztvevők álláskeresőként töltött ideje a kérdőív kitöltését megelőzően**

Forrás: saját készítés kérdőíves vizsgálat alapján (2022)

Minden megkérdezett álláskereső volt a vizsgálat időpontjában, azonban eltérő időt töltöttek el a megkérdezés pillanatáig munkanélküli státuszukban. A kérdőíves vizsgálatban résztvevők 35,9%-a kevesebb, mint 6 hónapja álláskereső, 7-12 hónapos időintervallumot jelölt meg

a megkérdezettek több mint egynegyede, azonban a legelkeserítőbb adat, hogy a mintából 45 fő több mint 1 éve álláskereső, azaz tartós munkanélkülinek minősül (2. ábra).

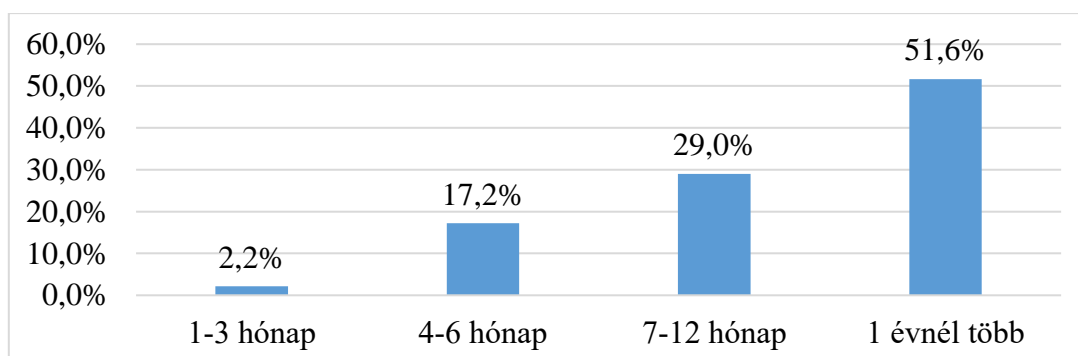
Az álláskeresők tekintetében az egyik legfontosabb probléma a munkatapasztalat hiánya, ennek okán a közmunka program jelenlétét vizsgáltam meg az álláskeresők munkaerő-piaci tapasztalatai alapján. A vizsgálatba bevontak 17,1%-a nem dolgozott még közmunkaprogramban csak az elsődleges munkaerőpiacon volt foglalkoztatva. A kérdőívet kitöltők, majdnem háromnegyede (73,5%) csak közmunkaprogramban volt, eddigi élete során foglalkoztatva, mely megmutatja a munkaerőpiacról már régebben kiszorultaknak a munkát, a munka szeretetét és, hogy van miért felkelni reggel. A megkérdezettek 9,4%-a még nem dolgozott élete során, ami sajnos nem csak a fiatalokat érintette a mintában, hanem jócskán megtalálhatóak a 30 évesnél idősebbek is. A legidősebb 58 éves volt (3. ábra).



### 3. ábra: A kérdőíves vizsgálatba bevont álláskeresőknél a képzésen résztvevők közmunkában történő foglalkoztatottságának eloszlása

Forrás: saját készítés kérdőíves vizsgálat alapján (2022)

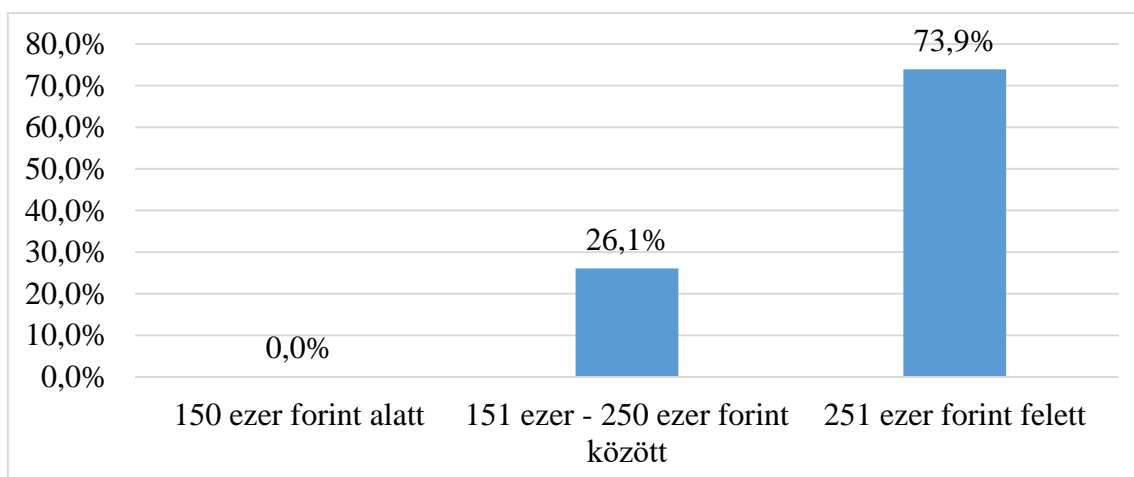
A foglalkoztatottság hossza is nagyban befolyásolja az álláskeresők sikerességét az elsődleges munkaerőpiacon. A megkérdezettek 79,5%-a dolgozott már közmunkaprogramban eltérő ideig. A vizsgálatba bevont álláskeresők 2,2%-a, azaz csupán 2 fő három hónapnál kevesebb időt töltött közfoglalkoztatásban. Négy hónaptól egy évig terjedő időintervallumot jelölt meg a kitöltők 46,2%-a, míg a megkérdezettek több mint fele (51,6%) egy évnél tovább volt foglalkoztatva közmunkaprogramban (4. ábra).



#### 4. ábra: A kérdőíves vizsgálatba bevont álláskeresőknek szóló képzésen résztvevők közmunkában történő foglalkoztatottságának hossza szerinti eloszlása

Forrás: saját készítés kérdőíves vizsgálat alapján (2022)

Az élethosszig tartó tanulás nagyon fontos az elsődleges munkaerőpiacon történő elhelyezkedés szempontjából. Többen ezt az álláskeresőknek szóló képzésekben látják ezt a lehetőséget, hiszen a megkérdezettek 44,4%-a négynél több képzésen vett részt élete során, 2-3 darab képzésen 46,2%-uk vett részt, még csupán egy képzésre 9,4%-uk jelentkezett. A képzések sikerességét az elhelyezkedési arányok mutatják meg. A megkérdezettek közül 10 fő talált munkát a képzések elvégzése után, azonban csupán 1 fő volt, aki az elsődleges munkaerőpiacon helyezkedett el, a többiek újra a közfoglalkoztatásban találtak munkát. Az egy másik kérdés, hogy szeretnék-e elhelyezkedni az újonnan tanultakkal, melyre az a válasz született, hogy a megkérdezett 85,5%-a nem szeretne elhelyezkedni az új ismeretekkel, az újonnan megszerzett képesítésekkel. Alapvetően kimondható, hogy 80,3%-uk nem szeretne dolgozni képzésektől függetlenül, nem a képzések munkaerő-piaci hasznosulásáért jelentkezett a képzésre, hanem a vele járó jövedelemszerzés céljából. Az a kis létszám pedig irreálisan magas fizetésért lenne hajlandó munkát vállalni a végzettségéhez képest. Összesen 23 fő szeretne munkát vállalni a mintából, melyeknek 73,9%-a 251 ezer forintos nettó jövedelem felett lenne hajlandó munkába állni, 26,1%-uk a 151 ezer és a 250 ezer forintos jövedelem között is dolgozna, ami a legelképesztőbb, hogy egy álláskereső sem dolgozna 150 ezer forintos nettó jövedelem alatt (5. ábra).



#### 5. ábra: A kérdőíves vizsgálatba bevont álláskeresőknek szóló képzésen résztvevők bérigénye

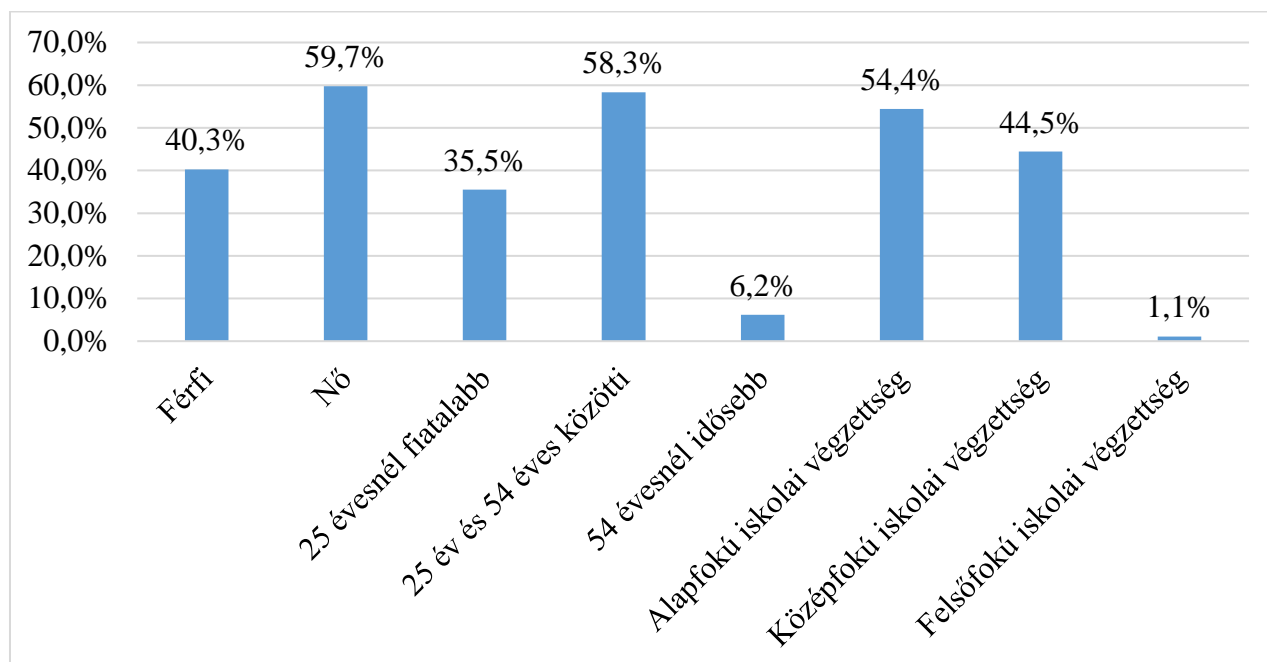
Forrás: saját készítés kérdőíves vizsgálat alapján (2022)

### 3.2. A szekunder kutatás eredményei

Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében volt a harmadik legtöbb beiskolázott álláskereső Jász-Nagykun-Szolnok megye és Borsod-Abaúj-Zemplén megye után. A megyében 1262 fő álláskereső került beiskolázásra a 2021-es évben, melynek 59,7%-a nő volt. A korosztályokat tekintve természetesen a 25-54 év közötti korosztályban volt a legtöbb résztvevő, hiszen ebben a korcsoportba tartoznak a munkaképes korúak jelentős többségben. A képzettek több, mint egyharmada pályakezdő korosztályba (25 évnél fiatalabb) tartozott, míg a nyugdíj előtt állók alacsony részarányba kerültek beiskolázásra. A legmagasabb iskolai végzettségeket vizsgálva az alapfokú iskolai végzettségük domináltak 54,4%-al, azonban a Technológiai és Ipari Minisztérium nem kezeli külön azokat a személyeket, akik nem rendelkeznek 8 általános iskolai végzettséggel, így ők is ide sorolandók. Középfokú végzettségnek felel meg a TIM szerint, minden egyes iskolai végzettség, ami meghaladja a 8 általános iskolai végzettséget, de nem éri el a



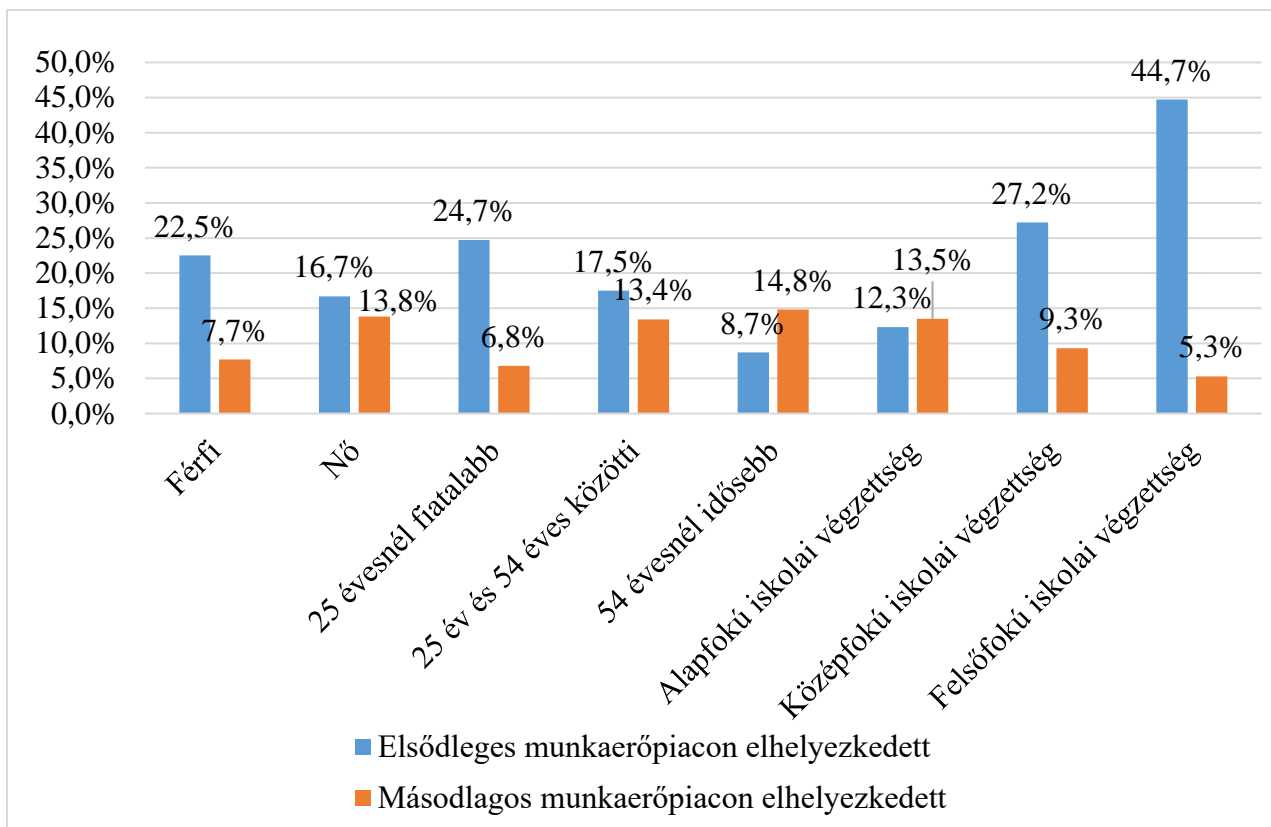
főiskolai szintet, ebben a csoportba tartozott a résztvevők 44,5%-a, míg felsőfokú iskolai végzettséggel csupán a résztvevők 1,1%-a rendelkezett (6. ábra).



**6. ábra: Az álláskeresőknél képzéseken résztvevők nemenkénti, korcsoportonkénti és legmagasabb iskolai végzettség szerinti eloszlása Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében (2021)**

Forrás: saját készítés a Technológiai és Ipari Minisztérium adatai alapján (2022)

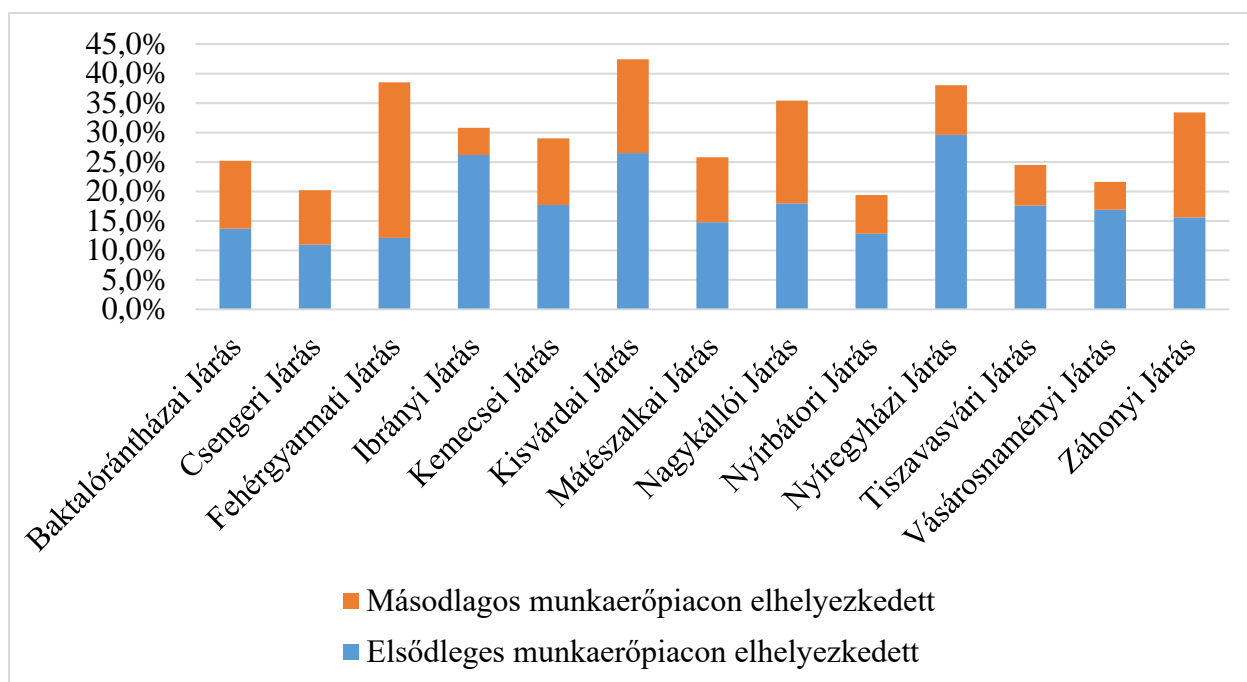
Magyarországon két munkaerőpiaci szektorban lehet elhelyezkedni az egyik az elsődleges munkaerőpiac, ami magába foglal minden egyes foglalkoztatottat hazánkban a külföldön dolgozók és a közfoglalkoztatásban munkát vállalók nélkül, a másik a másodlagos munkaerőpiac, ami a közfoglalkoztatásban történő elhelyezkedést jelenti. Az álláskeresők szempontjából az elsődleges munkaerőpiacon történő elhelyezkedés jelentené leginkább a megoldást hosszabb távon a munkanélküliségi arányok csökkentésére. Az elsődleges munkaerőpiacon magasabb arányban tudtak a férfiak elhelyezkedni. A korcsoportokat tekintve a 25 évnél fiatalabb korosztály tudott munkát vállalni az elsődleges munkaerőpiacon, míg a nyugdíj előtt állók leginkább csak a közmunkában kerültek foglalkoztatásra. A legmagasabb iskolai végzettségeket vizsgálva, kimondható, hogy minél magasabb iskolai végzettséggel rendelkezik az álláskereső, annál biztosabban az elsődleges munkaerőpiacon fog tudni elhelyezkedni a képzések befejeztével. Az alapfokú iskolai végzettséggel rendelkezők esetében magasabb arányban a közfoglalkoztatásban találtak munkát a képzés befejezését követő 180. napon (7. ábra).



**7. ábra: Az álláskeresőknek szóló képzéseken résztvevők nemenkénti, korcsoportonkénti és legmagasabb iskolai végzettség szerinti elhelyezkedési arányai az elsődleges- és a másodlagos munkaerőpiacon Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében (2021)**

Forrás: saját készítés a Technológiai és Ipari Minisztérium adatai alapján (2022)

Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében az átlagos elhelyezkedés a 2021-es évben az elsődleges munkaerőpiacon 18,7%, míg a másodlagos munkaerőpiacon 11,7% volt. A területi egyenlőtlenségek megmutatkoznak a megye járásai között is. A másodlagos munkaerőpiacon történő elhelyezkedés két járásban volt magasabb a Záhonyi járásban és a Fehérgyarmati járásban. Ez a két járás határ menti rurális térségben helyezkedik el, a Záhonyi járás Ukrajnával, míg a Fehérgyarmati járás Ukrajnával és Romániával határos területen. Ezek a területek fő foglalkoztatóként jelennek meg a közfoglalkoztatás. Az elsődleges munkaerőpiacon történő elhelyezkedés a Nyíregyházi járásban volt a legmagasabb (29,6%), azonban a legnagyobb különbség a két munkaerőpiaci szektor között az elhelyezkedési arányokat tekintve az Ibrányi járásban volt, ahol, majd 22%-al magasabb arányban helyezkedtek el a primer munkaerőpiaci szektorban, mint a közfoglalkoztatásban. A legnagyobb arányban a Kisvárdai járásban helyezkedtek el a képzés sikeres elvégzését követő 180 napon belül, ahol 42,4% volt a munkát találók aránya (8. ábra).



**8. ábra: Az álláskeresőknél szülő képzéseken résztvevők elhelyezkedési arányai az elsődleges- és a másodlagos munkaerőpiacon Szabolcs-Szatmár-Bereg megye járásaiban (2021)**

Forrás: saját készítés a Technológiai és Ipari Minisztérium adatai alapján (2022)

#### 4. Következtetések

Az álláskeresőknél szülő képzéseken többnyire alacsony iskolai végzettséggel rendelkezők vesznek részt, ezen személyek szorulnak ki leginkább az aktív munkaerőpiacról. Akik kiszorulnak, azok legnagyobb arányban tartós munkanélküliek lesznek, hisz legtöbbjük egy évnél régebb óta váltak munkanélkülivé.

A közfoglalkoztatás fontos szerepet játszik az álláskereső és a munkaerőpiacról kiszorultak életében. Voltak olyan személyek, akik a közmunka program által ismerkedett meg a munka fogalmával, ennek következtében tanító szerepe is megjelenik a közfoglalkoztatásnak. A kérdőíves vizsgálat alapján kimondható, hogy magas arányban vannak jelen azok a személyek, akik nem dolgoztak még életük során semmilyen formában.

A területi különbségek kirajzolódottak a megye határ menti perem járásaiban, hiszen ezen a területen voltak csak magasabbak a másodlagos munkaerőpiacon történő elhelyezkedések arányai. Összességében elmondható, hogy a megyében az elsődleges munkaerőpiacon való elhelyezkedés dominál, azonban nem olyan mértékben, hogy hosszú távon nagy arányban csökkenjen a munkanélküliség a térségben.

#### Irodalomjegyzék

- Alpek B. L. & Tésits R. (2014). A munkaerőpiaci szenzitivitás. *Területi Statisztika*, 54(4), 333–359.
- Balcsók I. (2006). A munkanélküliség területi egyenlőtlenségei és legjellemzőbb folyamatainak alakulása az 1992-2002 közötti időszakban. Doktori értekezés. Debreceni Egyetem, Természettudományi Kar, Debrecen. [http://www.rkk.hu/rkk/publications/phd/balcsok\\_ertekezes.pdf](http://www.rkk.hu/rkk/publications/phd/balcsok_ertekezes.pdf) (Letöltve: 2022.12.06.)
- Bódi F. & Obádovics Cs. (2000). Munkanélküliség a vidéki Magyarországon. *Területi Statisztika*, 40(1), 55–68.

- Csapó B., Molnár Gy. & Kinyó L. (2009). A magyar oktatási rendszer szelektivitása a nemzetközi összehasonlító vizsgálatok eredményeinek tükrében. *Iskolakultúra*, 19(3-4), 3–13.
- Durkó M. (1999). *Andragógia – A felnőttnevelés és a közművelődés új útjai*. Magyar Művészeti Intézet, Budapest.
- Farkas É. (2013). *A láthatatlan szakma. Tények és tendenciák a felnőttképzés 25 évéről*. typiArt Médiaműhely, Pécs.
- Hajdú D. & Koncz G. (2020). Álláskereső támogatott felnőttképzésében résztvevők vizsgálata Borsod-Abaúj-Zemplén megyei helyszíneken. *Studia Mundi – Economica*, 7(1), 2–11. <https://doi.org/10.18531/Studia.Mundi.2020.07.01.2-11>
- Hajdú D. & Koncz G. (2021a). Megélhetési tanulók a Borsod-Abaúj-Zemplén megyei felnőttképzésben. *Területi Statisztika*, 61(2), 229–254. <https://doi.org/10.15196/TS610206>
- Hajdú D. & Koncz G. (2021b). Felnőttképzés a vidéki települések szemszögéből. *A Falu*, 36(3-4), 79–87.
- Hajdú D. & Koncz G. (2022). Employment data of participants in supported adult training for jobseekers and their territorial pattern in Hungary, 2010–2020. *Regional Statistics*, 12(2), 17–148. <https://doi.org/10.15196/RS120205>
- Hajdú D. (2022). A közfoglalkoztatottaknak szóló képzések vizsgálata hazánkban (2016–2020). *Educatio*, 31(2), 281–293. <https://doi.org/10.1556/2063.31.2022.2.8>
- Hangya D. (2013). "Esélyegyenlőségi útmutató" Fogyatékosokkal élők és megváltozott munkaképességűek esélyei és lehetőségei a felnőttképzésben. "A Guide to Equal Opportunities" – Opportunities for People with Disabilities and Decreased Work Ability in Adult Education. In: Szabó F., *International Conference on Vocational and Adult Education* (pp. 271–281). SZTE JGYPK, Szeged.
- Nilsson, S. & Nyström, S. (2013). Adult learning, education, and the labour market in the employability regime. *European Journal for Research on the Education and Learning of Adults*, 4(2), 171–187. <https://doi.org/10.3384/rela.2000-7426.rela9007>
- Rajnai J. (2012). Lehet másképp?!: Avagy pedagógiai alternatívák a hátrányos helyzetű roma fiatalok nevelésében. *Új Pedagógiai Szemle*, 62(11-12), 54–75.
- Sucharita, V. (2014). Negotiating between family, peers and school: understanding the world of government school and private school students. *Compare*, 44(3), 379–393. <https://doi.org/10.1080/03057925.2013.792671>
- Tésits R. & Alpek B. L. (2013). Új módszerek a leghátrányosabb helyzetű álláskereső strukturális és területi jellegzetességeinek feltárásában 1.: Az esélyhátrányok halmozódása. *Humánpolitikai Szemle*, 24(2), 18–28.

## Cost Analysis of Sustainable Concrete Production Using Waste Nanoparticles

**Omar ZINAD<sup>1</sup>**

PhD Student

*University of Sopron, Faculty of Wood Engineering and Creative Industries - Hungary*

**Dr. habil. Csilla CSIHA PhD<sup>2</sup>**

Associate Professor

*University of Sopron, Faculty of Wood Engineering and Creative Industries - Hungary*

**Prof. Dr. Alya'a Abas AL-ATTAR<sup>3</sup>**

Full Professor

*Northern Technical University - Iraq*

### Abstract

In building constructions, considering sustainability, there is an increased interest in a reduction in landfills, converting waste materials into nanomaterials by using for example waste materials like waste grain wheat, waste ceramic, and slag, decreasing thus also the price of production of concrete and enhancing the properties of construction products. This article will focus on using waste ceramic powder and blast furnace slag as replacements for cementitious materials. "Conventional concrete" (Cc) is produced by mixing 100% cement + sand + water whilst "Sustainable concrete" (Sc) is produced from a mix of sand + water + 47.5 % cement+ 50% of waste-based Supplementary Cementitious Materials (SCMs) consisting of 25 % of Waste Ceramic Powder (WCP) and 25% of Blast Furnace Slag (BFS) ) +2.5% of nano SiO<sub>2</sub>. This article makes an economic comparison between these two types of concrete, showing that whilst the cost of 1 m<sup>3</sup> Cc is approximately 100 \$, the cost of 1 m<sup>3</sup> Sc is 60 \$, having the same mechanical properties. By using Sc for construction works leads to saving huge quantities of raw material used for cement production. The economic evaluation showed savings in cost around 40% by partial substitution of cement with waste-based/reused cementitious materials, being a promising result for a sustainable construction industry.

*Keywords:* eco-concrete, waste materials, sustainable, nanoparticles

*JEL Codes:* Q53, L60, L61

### 1. Introduction

Several studies focus on sustainable concrete mortar production. However, there are limited number of studies that focus on the comparative cost analysis of sustainable concrete mortar production with nanomaterials. It is widely considered, that engineering construction works involving concrete are not environmentally friendly, because of cement. As basic component of concrete, cement is responsible for a major CO<sub>2</sub> emission during its production and furthermore results high amount of dust and consumes relevant raw material reserves (limestone, clay). The concrete mortar contains cement, sand, and water. Although cement volume takes only 10% to

---

<sup>1</sup> omar.saber.khalaf.zinad@phd.uni-sopron.hu

<sup>2</sup> csiha.csilla@uni-sopron.hu

<sup>3</sup> dr.alyaa@ntu.edu.iq

40% of the total volume of the concrete mortar mixture, when the cement interacts with the water, will have a relatively strong bond strength that bonds the sand particles together (Ghrici et al., 2006).

This study promotes greener buildings by suggesting a more sustainable construction practice by substituting environmentally weak cement with waste-based materials and reducing the cost of concrete, thus the principle of more sustainable construction is achieved. The use of waste materials is a creative start in terms of green design. This principle promotes using either waste materials resulting as byproducts of construction products production processes or from the demolition of buildings at the engineering site, such as brick blocks or concrete structures,- as they can be reused as recyclable building materials (both end-life buildings and parts of buildings for renovation) (Jayaraman et al., 2015). Regrettably, one ton of cement production produces roughly an equal quantity of greenhouse gases (GHGs), like CO<sub>2</sub>, and requires the use of 1.5-1.75 tons of raw materials like limestones for example. Nowadays, the average annual cement production has reached up to 2.8 billion tons, and expectations indicate an increase in the amount of cement production to 4 billion tons per year till 2050 (Abbas et al., 2022).

Nanoparticles are used in different applications and have received specific attention in the manufacturing of materials with new functionalities. These particles are used in concrete mortar also. In general these particles act on two levels: the first is chemical and the second is mechanical, where they enter the interfacial zone between the sand and cement to obtain a new good characteristic compared with conventional materials (Hanus & Harris, 2013; Biricik & Sarier, 2014). The concrete becomes denser and more durable than conventional mortar with improved mechanical properties, increases the mortar porosity, bleeding and segregation decrease and the cohesiveness of the mixtures improves (Guerrini & Corazza, 2008; Setiati, 2017).

On the other hand, there is a relevant pollution and waste generation associated both with the production processes of these materials and solid pollutants from building with concrete, ceramics, and steel. The total waste in construction in the United States, in 90% comes from the demolition of structures, while waste generated during construction accounts for less than 10% (US EPA-OLEM, 2016). In the European Union (EU), there is now significant emphasis on recycling building materials and adopting a cradle-to-grave ideology when it comes to building design, construction, and demolition. In the 2016 EU construction and demolition waste management Protocol, they emphasize the benefits beyond financial gains for recycling such as job creation and reduced landfilling. They also emphasize the consideration of supply and demand geography; if the recycling plants are closer to urban areas than the aggregate quarries this can incentivize companies to use this recycled product even if it is not initially cheaper. In Austria, there are new improvements in the recycling of unusable wood products to be burnt for the creation of cement, which offsets the carbon footprint of both products. In the other hand approximately 15 to 30 percent of production in the ceramic industry goes as solid waste material (European Commission, 2018) and Annual Blast Furnace Slag produced in 2014 was about 170–250 million tons worldwide, based on typical ratios of slag to steel output (Kanaan & El-Dieb, 2016).

This article aims to study the reduction of cement ratio in the concrete mix, in order to reduce the pollutants resulting from the cement production, reduction of the landfill by using waste materials as cement substitutes (like waste ceramic, slag and waste grain) and reduction of the cost of concrete to the half by using these waste materials.

## **2. Price analysis of concrete**

In this part, prices in Iraq (the city of Mosul) were adopted as a model, taken from the website of the Iraqi Ministry of Planning (2022). The US dollar was considered as the official currency (referring to the dollar exchange rate during the month of October 2022) and thus it is adaptable to all countries.

**Table 1: Materials and cost analysis**

Material	Price	Note
Cement 1 ton	120\$	
Sand / m <sup>3</sup>	20 \$	
Water / 1 m <sup>3</sup>	1 \$	
Ceramic powder	20\$ front loader / 12 m <sup>3</sup> 80\$ dump truck / 12 m <sup>3</sup> 50\$ crushing machine and milling / 12m <sup>3</sup> 100\$ sieving the powder by Sieve No. 200	All this prices valid in 2022 October in Iraq / Mosul city Front loader=40\$ /hr. (collect WCP) Dump truck = 80 \$ (transport) crushing stone machine and milling= 250\$/hr. with production rate 100m <sup>3</sup> /hr. Sieving and separate the large particles by workers every worker taken 10\$ per day
BFS	10\$ front loader / 12 m <sup>3</sup> 80\$ dump truck / 12 m <sup>3</sup> 80\$ sieving the powder by Sieve size 200	
NGB	The production of 50 g of NGB costs = 15\$ (Zinad et al., 2020)	

Source: These results are provided by the manufacturer.

### 3. Experimental work

#### 3.1. Material and method

**1. Cement (OPC):** The cement used was Ordinary Portland Cement (OPC), manufactured by the Badoosh factory. The Physical and chemical composition as provided by the manufacturer is given in Tables 2 and 3.

**Table 2: Chemical composition of the OPC**

Property	Test result (Percentage %)	Standard IQS, NO.5/1984
Oxide composition:		
Alumina, Al <sub>2</sub> O <sub>3</sub>	5.6	3-8
Silica, SiO <sub>2</sub>	21.25	17-25
Ferric Oxide, Fe <sub>2</sub> O <sub>3</sub>	2.74	0.5-6
Lime, CaO	62.55	60-67
Sulphuric Anhydride, SO <sub>3</sub>	2.54	Max. 2.8%
Magnesia, MgO	3.23	Max. 5%
Compound composition:		
C <sub>3</sub> A	12.07	11.96-12.3
C <sub>2</sub> S	34.20	28.61-37.9
C <sub>3</sub> S	36.44	31.03-41.05

Source: These results are provided by the manufacturer.

**Table 3: Physical properties of the OPC**

Property	Test result	Standard IQS, No.5 1984
Fineness (Sieve size 170)	2%	Max. 10%
Specific surface “Blaine” (cm <sup>2</sup> /g.)	3358.5	Min. 2250
Initial setting time	140 (min.)	45 (min.)
Final setting time	385 (min.)	600 (max.)
Specific gravity	3.14	-
Compressive strength (MPa)		
At 3 days	19.22	16.0 (min.)
At 7 days	27.88	(min.)

Source: These results are provided by the manufacturer.

**2. Aggregate:** Naturally available fine and coarse aggregates were used, and their properties were shown in Table 4. the sieve analysis was done by using the stander sieve size and calculating the sand weight percentage that passed through the stander sieve size, explained at ASTM C136.

**Table 4: Grading and properties of fine aggregate**

Sieve size (mm)	Percentage passing	Limits of specifications ASTM C136
9.5	100	100
4.75	98	95-100
2.36	92	80-100
1.18	84	50-85
0.60	57	25-60
0.30	23	5-30
0.15	3	0-10
Property	Result	
Bulk specific gravity	2.62	
Absorption (%)	0.70	

Source: This test was conducted at Northern Technical University Iraq laboratories by the author.

**3. Super-plasticizer Admixture:** High range water reducing admixtures (HRWRA) were used which conform to ASTM C494 Type A and F. Set retarding / High range water reducing / super-plasticizer admixture ASTM C494 type G: set retarding / high range water and super-plasticizer admixture standards.

**Table 5: Superplasticizer properties**

Structure the material	Naphthalene sulphonates based
Color	Brown
Density	1.148 – 1.208 kg/liter
Chloride content	< 0.1
Alkaline content	<5
*Obtained in +20 °C , 50% relative humidity condition	

Source: These results provided by the manufacturer (data sheet)



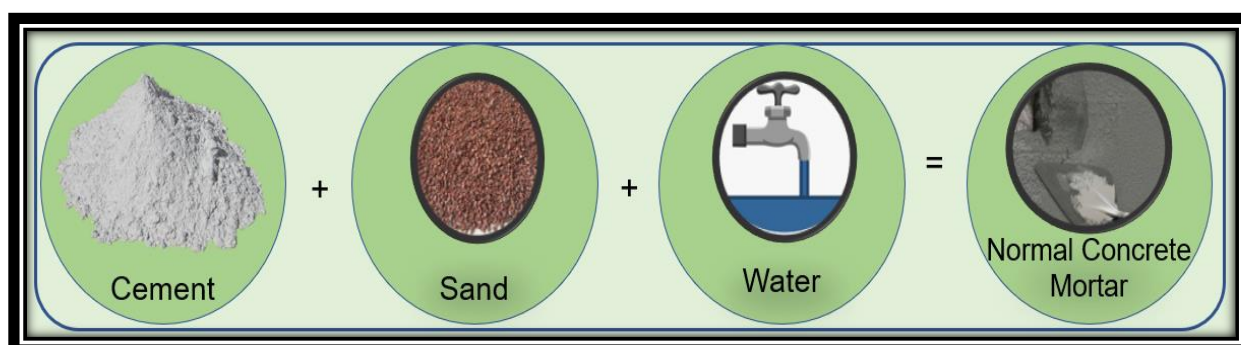
**4. Waste ceramic:** a siliceous and aluminous material, which possesses little or no cementitious value, but which will in the finely divided form, in the presence of moisture, react chemically with calcium hydroxide at normal temperature, to form compounds possessing cementitious properties (ASTM C125). The waste ceramic tiles are collected as broken pieces and grinded by a milling machine and Los Angeles machine as shown by Figure 1 to become powder with particle size passing the stainless steel woven-wire cloth sieve with 200 (75 $\mu$ m) opening size (Dawood et al., 2020).



**Figure 1:** Steps of WCP manufacturing  
Source: Dawood et al. (2020)

**5. Blast Furnace Slag:** it is a nonmetallic hydraulic cement, consisting of silicates and aluminosilicates of calcium and other bases, developed in a molten condition, having a fineness about 400 - 600 m<sup>2</sup>/kg (by Blaine method test), the specific gravity is 2.85 - 2.95 with bulk density 1050 to 1375 kg/m<sup>3</sup>.

**6. Water:** Tap water



**Figure 2:** Conventional concrete mortar mixture  
Source: Infographic by Zinad O.



**Figure 3: Sustainable concrete mortar mixture**  
 Source: Infographic by Zinad O.

**Table 6: Physical properties of WCP, NCP and GBFS**

Property	WCP	NCP	GBFS	Specification
Surface area (m <sup>2</sup> /g)	420	-----	370	ASTM C204
Retained on sieve size 325 (45 μm)	0.012	0	0.085	-
Solubility in / Miscibility with Water	Soluble	Soluble	Soluble	-
Specific gravity	0.185	1.6	2.54	ASTM C188
activity index 28 days (%)	87	95	80	ASTM C618

Source: This test was conducted by author at Northern Technical University, Iraq

### 3.2. Mixing and casting of concrete

In this study, two mix formulations of mortar,- including the control mixture, were prepared with water-to-binder ratios of 0.3 and 0.45. To prepare the mortar specimens, cast iron mortar molds had been used, containing cubes and prisms. The molds used for casting mortar specimens for the compressive strength test, shown in Figure 4 were cube molds, having dimensions of 50x50x50 mm. The prism molds having dimensions of 40x40x160 mm were used for casting mortar specimens for the flexural strength test, density test, and water absorption. After casting all the test specimens, they were stored at room temperature and then de-molded after 24 h, and placed into a water-curing tank with a temperature of 24-34 °C according to ASTM C192, until the time of testing. For each trial mix, three specimens were cast for 7 days.



**Figure 4: Molds and specimens**  
Source: Infographic by Zinad O.

#### 4. Result and discussion

By using molds to cast concrete, after 28 day the concrete strength gained an acceptable limit of compressive strength (25 MPa) C25 in both cases.

To produce 1 m<sup>3</sup> of conventional **concrete** C25 with a mix proportion of 1: 2.75 : 0.5 (cement : sand : water) the followings are needed (Ban & Ramli, 2010):

- 1) cement → 592 kg for 1 m<sup>3</sup> of concrete mortar. The cost of necessary cement is 72\$/m<sup>3</sup>.
- 2) sand → 1628 kg for 1 m<sup>3</sup> of concrete mortar. The cost of necessary sand is 13 \$/m<sup>3</sup>.
- 3) water → 300 kg for 1 m<sup>3</sup> of concrete mortar. The cost of necessary water is 1 \$/m<sup>3</sup>.
- 4) labor fee: the cost of the mixing process for 1 m<sup>3</sup> concrete mortar costs approximately 14 \$

The total cost is equal to approximately 100 \$/m<sup>3</sup> concrete

To produce 1 m<sup>3</sup> **sustainable mortar concrete** C25 with mixing proportion 0.475 : 0.25 : 0.25 : 2.75 : 0.025 : 0.5 (cement : WCP : BFS : sand : NGB : water) the followings are needed (Ban & Ramli, 2010):

- 1) cement → 281 kg for 1 m<sup>3</sup> of concrete mortar. The cost of necessary cement is 33\$/ m<sup>3</sup>.
- 2) WCP → 148 kg for 1 m<sup>3</sup> of concrete mortar. The cost of necessary WCP is 1\$/ m<sup>3</sup>.
- 3) BFS → 148 kg for 1 m<sup>3</sup> of concrete mortar. The cost of necessary of BFS is 1\$/ m<sup>3</sup>.
- 4) NGB → 15 g for 1 m<sup>3</sup> of concrete mortar. There is difference between NC and SC in their workability, which was improved by adding nanoparticles. The cost of necessary NGB is 3\$/ m<sup>3</sup>.
- 5) sand → 1628 kg for 1 m<sup>3</sup> of concrete mortar. The cost of necessary sand is 13\$/ m<sup>3</sup>.
- 6) water → 300 kg for 1 m<sup>3</sup> of concrete mortar. The cost of necessary water is 1\$/ m<sup>3</sup>.
- 7) labor fee: the cost of mixing process for 1 m<sup>3</sup> sustainable concrete is approximately 10\$

The **total** cost of 1 m<sup>3</sup> Sustainable mortar concrete is equal to approximately 62 \$

**Table 7: Concrete cost analysis**

Materials	Normal Concrete \$/m <sup>3</sup>	Sustainable Concrete \$/ m <sup>3</sup>
<b>Cement</b>	<b>72</b>	<b>33</b>
<b>Sand</b>	<b>13</b>	<b>13</b>
<b>Water</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>Labor fee</b>	<b>14</b>	<b>10</b>
<b>WCP</b>	-	<b>1</b>
<b>BFS</b>	-	<b>1</b>
<b>NGB</b>	-	<b>3</b>
<b>TOTAL COST IN US DOLLAR \$ / 1 M<sup>3</sup></b>	<b>100</b>	<b>62</b>

Source: Own editing

## 5. Conclusion

This study suggests a more sustainable construction practice by substituting the environmentally weak cement with recycled construction waste-based materials, like WCP, BFS or NGB and reducing both the raw material need and the cost of concrete, thus the principle of a more sustainable green construction is achieved.

When it comes to the comparison of the mechanical properties, normal concrete and sustainable concrete perform equally good (Dawood et al., 2020), but there is an advantage around 40 % in their cost, in favor of the sustainable concrete. It is cheaper, more environment friendly but has equally good mechanical properties.

## Bibliography

- Abbas, S.N., Qureshi, M.I., Abid ,M.M., Zia, A. & Tariq, M.A.U.R. (2022). An Investigation of Mechanical Properties of Fly Ash Based Geopolymer and Glass Fibers Concrete. *Sustainability*, 14(17), 10489. <https://doi.org/10.3390/su141710489>
- ASTM - American Society of Testing Materials (2013): Standard Terminology Relating to Concrete and Concrete Aggregates. ASTM C125. <https://doi.org/10.1520/C0125-13>
- ASTM - American Society of Testing Materials (2014). Standard Test Methods for Fineness of Hydraulic Cement by Air-Permeability Apparatus. ASTM C204. <https://doi.org/10.1520/C0204-18E01>
- ASTM - American Society of Testing Materials (2015a). Standard Test Method for Sieve Analysis of Fine and Coarse Aggregates. ASTM C136. <https://doi.org/10.1520/C0136-06>
- ASTM - American Society of Testing Materials (2015b). Standard Practice for Making and Curing Concrete Test Specimens in the Laboratory. ASTM C192. [https://doi.org/10.1520/C0192\\_C0192M-14](https://doi.org/10.1520/C0192_C0192M-14)
- ASTM - American Society of Testing Materials (2017). Standard Test Method for Density of Hydraulic Cement. ASTM C188. <https://doi.org/10.1520/C0188-17>
- ASTM - American Society of Testing Materials (2023). Standard Specification for Coal Fly Ash and Raw or Calcined Natural Pozzolan for Use. ASTM C618. <https://doi.org/10.1520/C0618-22>
- Ban, C.C. & Ramli, M. (2010). Optimization of Mix Proportion of High Performance Mortar for Structural Applications. *American Journal of Engineering and Applied Sciences*, 3(4), 643–649. <https://doi.org/10.3844/ajeassp.2010.643.649>

- Biricik, H. & Sarier, N. (2014). Comparative Study of the Characteristics of Nano Silica–, Silica Fume– and Fly Ash–Incorporated Cement Mortars. *Materials Research*, 17, 570–582. <https://doi.org/10.1590/S1516-14392014005000054>
- Dawood, E. T., Al-Attar, A. A. & Zinad, O. S. (2020). The influence of wood ash on different cement mortar mixes. *AIP Conference Proceedings*, 2213(1), 020073. <https://doi.org/10.1063/5.0000392>
- European Commission (2018). EU Construction and Demolition Waste Protocol and Guidelines. [https://single-market-economy.ec.europa.eu/news/eu-construction-and-demolition-waste-protocol-2018-09-18\\_en](https://single-market-economy.ec.europa.eu/news/eu-construction-and-demolition-waste-protocol-2018-09-18_en)
- Ghrici, M., Kenai, S. & Meziane, E. (2006). Mechanical and durability properties of cement mortar with Algerian natural pozzolana. *Journal of Materials Science*, 41, 6965–6972. <https://doi.org/10.1007/s10853-006-0227-0>
- Guerrini, G. L. & Corazza, F. (2008). White cement and photocatalysis. Part 2: Applications. First Arab international conference and exhibition on the uses of white cement. Cairo, Egypt, 28-30 April 2008.
- Hanus, M. J. & Harris, A. T. (2013). Nanotechnology innovations for the construction industry. *Progress in Materials Science* 58(7), 1056–1102. <https://doi.org/10.1016/j.pmatsci.2013.04.001>
- IQS No.5 (1984). *Portland cement*. Central Organization for Standardization and Quality Control, Iraq. Central Organization for Standardization and Quality Control. Iraqi Specifications Number 5, Portland Cement. Baghdad, 8.
- Jayaraman, R., La Torre, D., Malik, T. & Pearson, Y. E. (2015). Optimal Work Force Allocation for Energy, Economic and Environmental Sustainability in the United Arab Emirates: A Goal Programming Approach. *Energy Procedia*, 75, 2999–3006. <https://doi.org/10.1016/j.egypro.2015.07.611>
- Kanaan, D. M. & El-Dieb, A. S. (2016). Ceramic waste powder as an ingredient to sustainable concrete. *Sustainable Construction Materials and Technologies*, 2016-August, 137590.
- Ministry of Planning (2022). The Ministry of Planning announces the prices of construction materials for the month of October. Viewed on 2 November 2022, <https://mop.gov.iq/en/>
- Setiati, N. R. (2017). Effects of additional nanosilica of compressive strength on mortar. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 223, 012065. <https://doi.org/10.1088/1757-899X/223/1/012065>
- US EPA, OLEM (2016 March 8). Sustainable Management of Construction and Demolition Materials. Retrieved on 17 December, 2020. <https://www.epa.gov/smm/sustainable-management-construction-and-demolition-materials>
- Zinad, O. S., Al-Attar, A. A. & Asmel, N. K. (2020). Effect of Chemicals and Physicals Waste Nano-Sio<sub>2</sub> on Behavior of Cement Mortar. *Journal of Green Engineering*, 10(7), 3983–4005.